

牧高笛户外用品股份有限公司

（住所：衢州市世纪大道 895 号 1 幢）



首次公开发行股票招股说明书摘要

保荐机构（主承销商）



国泰君安证券股份有限公司
GUOTAI JUNAN SECURITIES CO., LTD.

（住所：中国（上海）自由贸易试验区商城路 618 号）

发行人声明

本招股说明书摘要的目的仅为向公众提供有关本次发行的简要情况，并不包括招股说明书全文的各部分内容。招股说明书全文同时刊载于中国证券监督管理委员会网站。投资者在做出认购决定之前，应仔细阅读招股说明书全文，并以其作为投资决定的依据。

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

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

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

保荐机构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作的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或者投资者的收益做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。

目 录

目 录.....	2
第一节 重大事项提示.....	3
第二节 本次发行概况.....	25
第三节 发行人基本情况.....	27
一、发行人基本情况.....	27
二、发行人改制重组情况.....	27
三、公司股本情况.....	28
四、公司业务情况.....	32
五、与公司业务有关的主要资产情况.....	45
六、同业竞争与关联交易.....	65
七、董事、监事及高级管理人员.....	72
八、公司控股股东及其实际控制人的简要情况.....	75
九、简要财务会计信息和管理层讨论与分析.....	77
第四节 募集资金运用.....	106
一、募集资金运用情况.....	106
二、项目发展前景分析.....	106
第五节 风险因素和其他重要事项.....	112
一、风险因素.....	112
二、其他重要事项.....	121
第六节 本次发行各方当事人和发行时间安排.....	126
一、本次发行的各方当事人.....	126
二、本次发行上市的重要日期.....	126
第七节 备查文件.....	127
一、备查文件.....	127
二、查阅地点.....	127

第一节 重大事项提示

本公司特别提请投资者认真阅读本招股说明书摘要“风险因素”，并特别关注以下重大事项：

一、本次发行前公司总股本 5,000 万股，本次公司公开发行的新股数量不超过 1,669 万股。

二、本次发行前股东所持股份限售安排、自愿锁定和减持意向的承诺

（一）本公司控股股东东极青华承诺：

“1、自发行人首次公开发行股票并上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本公司所持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本公司所持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。

2、若发行人上市后六个月内股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价（如发行人发生分红、派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则为按照相应比例进行除权除息调整后用于比较的发行价，下同），或者发行人上市后六个月期末（如该日为非交易日，则以该日后第一个交易日为准）股票收盘价低于发行价的，本公司持有的发行人首次公开发行股票并上市前已发行股份的锁定期限将自动延长六个月。

3、本公司所持发行人股份的锁定期届满后两年内减持的，每年减持数量不超过发行人首次公开发行股票后总股本的 5%，减持价格不低于发行人首次公开发行股票时的发行价格。若在本公司减持前述股份前，发行人已发生分红、派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则本公司的减持价格应不低于发行人首次公开发行股票时的发行价格经相应调整后的价格。

4、本公司所持发行人股份的锁定期届满后两年后减持的，本公司将根据实际需求进行减持，减持价格根据当时的二级市场价格确定，并应符合相关法律、法规及上海证券交易所规范性文件的规定。

5、若本公司拟减持发行人股份，本公司应提前将减持意向和拟减持数量等

信息以书面方式通知发行人，并由发行人及时予以公告。自公告之日起三个交易日后，本公司方可减持发行人股份。本公司减持将通过上海证券交易所协议转让、大宗交易、竞价交易或其他方式依法进行。减持应在发行人公告的减持期限内完成，并按照上海证券交易所的规则及时、准确、完整地履行信息披露义务。上述减持期限届满后，本公司拟继续减持股份的，则需重新履行公告程序。”

（二）本公司实际控制人陆瞰华、陆瞰峰承诺：

“1、自发行人首次公开发行股票并上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。

2、若发行人上市后六个月内股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价（如发行人发生分红、派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则为按照相应比例进行除权除息调整后用于比较的发行价，下同），或者发行人上市后六个月期末（如该日为非交易日，则以该日后第一个交易日为准）股票收盘价低于发行价的，本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票并上市前已发行股份的锁定期限将自动延长六个月。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行该项承诺。

3、前述锁定期满后，本人担任发行人董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接或间接持有的发行人的股份总数的百分之二十五，离职后半年内，不转让本人直接或间接持有的发行人的股份。

4、本人在前述锁定期满后两年内拟减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票时的发行价格。若在本人减持前述股份前，发行人已发生分红、派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则本人的减持价格应不低于发行人首次公开发行股票时的发行价格经相应调整后的价格。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行该项承诺。”

（三）本公司实际控制人关联方陈敏华承诺：

“1、自发行人首次公开发行股票并上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由

发行人回购本人间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。

2、若发行人上市后六个月内股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价（如发行人发生分红、派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则为按照相应比例进行除权除息调整后用于比较的发行价，下同），或者发行人上市后六个月期末（如该日为非交易日，则以该日后第一个交易日为准）股票收盘价低于发行价的，本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票并上市前已发行股份的锁定期限将自动延长六个月。

3、本人在前述锁定期满后两年内拟减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票时的发行价格。若在本人的减持前，发行人已发生分红、派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则本人的减持价格应不低于发行人首次公开发行股票时的发行价格经相应调整后的价格。”

（四）本公司股东宁波嘉拓承诺：

“1、自发行人首次公开发行股票并上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本公司所持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本公司所持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。

2、若发行人上市后六个月内股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价（如发行人发生分红、派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则为按照相应比例进行除权除息调整后用于比较的发行价，下同），或者发行人上市后六个月期末（如该日为非交易日，则以该日后第一个交易日为准）股票收盘价低于发行价的，本公司持有的发行人首次公开发行股票并上市前已发行股份的锁定期限将自动延长六个月。

3、本公司所持发行人股份的锁定期届满后两年内减持的，每年减持数量不超过发行人首次公开发行股票后总股本的 5%，减持价格不低于发行人首次公开发行股票时的发行价格。若在本公司减持前，发行人已发生分红、派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则本公司的减持价格应不低于发行人首次公开发行股票时的发行价格经相应调整后的价格。

4、本公司所持发行人股份的锁定期届满后两年后减持的，本公司将根据实际需求进行减持，减持价格根据当时的二级市场价格确定，并应符合相关法律、

法规及上海证券交易所规范性文件的规定。

5、若本公司拟减持发行人股份，本公司应提前将减持意向和拟减持数量等信息以书面方式通知发行人，并由发行人及时予以公告。自公告之日起三个交易日后，本公司方可减持发行人股份。本公司减持将通过上海证券交易所协议转让、大宗交易、竞价交易或其他方式依法进行。减持应在发行人公告的减持期限内完成，并按照上海证券交易所的规则及时、准确、完整地履行信息披露义务。上述减持期限届满后，本公司拟继续减持股份的，则需重新履行公告程序。”

（五）本公司股东深创投承诺：

“1、自发行人首次公开发行股票并上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本公司所持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本公司所持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。

2、本公司所持发行人股份的锁定期届满后减持的，本公司将根据实际需求进行减持，减持价格根据当时的二级市场价格确定，并应符合相关法律、法规及上海证券交易所规范性文件的规定。

3、若本公司预计未来六个月内通过证券交易系统以集中竞价交易或大宗交易方式单独或者合并减持的股份，可能达到或超过上市公司已发行股份的5%时，应当在首次减持前三个交易日通知上市公司并预先披露其减持计划。本公司应提前将减持意向和拟减持数量等信息以书面方式通知发行人，并由发行人及时予以公告。自公告之日起三个交易日后，本公司方可减持发行人股份。减持将通过上海证券交易所协议转让、大宗交易、竞价交易或其他方式依法进行。减持应在发行人公告的减持期限内完成，并按照上海证券交易所的规则及时、准确、完整地履行信息披露义务。上述减持期限届满后，本公司拟继续减持股份的，则需重新履行公告程序。”

（六）本公司股东浙江红土、杭州红土承诺：

“自发行人首次公开发行股票并上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本公司所持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本公司所持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。”

（七）本公司股东徐静、周艳、马其刚、郑百英、俞静和杜素珍承诺：

“1、自发行人首次公开发行股票并上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人所持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人所持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。

2、若发行人上市后六个月内股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价（如发行人发生分红、派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则为按照相应比例进行除权除息调整后用于比较的发行价，下同），或者发行人上市后六个月期末（如该日为非交易日，则以该日后第一个交易日为准）股票收盘价低于发行价的，本人持有的发行人首次公开发行股票并上市前已发行股份的锁定期限将自动延长六个月（董事、高级管理人员适用）。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行该项承诺。

3、前述锁定期满后，本人担任发行人董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人所持发行人的股份总数的百分之二十五，离职后半年内，不转让本人所持发行人的股份。

4、本人在前述锁定期满后两年内拟减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票时的发行价格。若在本人减持前述股份前，发行人已发生分红、派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则本人的减持价格应不低于发行人首次公开发行股票时的发行价格经相应调整后的价格（董事、高级管理人员适用）。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行该项承诺。”

（八）本公司股东周新伟、余立平、王文辉、陈华、方西红和徐蓉承诺：

“自发行人首次公开发行股票并上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人所持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人所持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。”

三、本公司于 2014 年 10 月 28 日召开的 2014 年度第三次临时股东大会审议通过了下述滚存利润分配原则：如公司首次公开发行股票顺利完成，则本次发行前滚存的未分配利润在公司首次公开发行股票并上市后由新老股东按持股比例共同享有。

四、发行人发行上市后的利润分配政策

（一）利润分配原则

公司利润分配应保持连续性和稳定性，实行持续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报，但不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。若外部经营环境或者公司自身经营状况发生较大变化，公司可充分考虑自身生产经营、投资规划和长期发展等需要根据公司章程规定的决策程序调整利润分配政策，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和上海证券交易所的有关规定。

（二）利润分配条件

在满足下列条件时，公司可以进行利润分配：

- 1、公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值；
- 2、审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告。

（三）利润分配形式

公司可以采取现金、股票、现金与股票相结合或者法律法规允许的其他方式分配利润，公司应当优先采用现金分红的方式分配利润。

在公司经营情况良好，并且董事会认为发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在确保足额现金利润分配的前提下，提出股票股利分配预案。采用股票方式进行利润分配的，应当以股东合理现金分红回报和维持适当股本规模为前提，并综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

（四）现金分红比例

公司每年以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可供分配利润的 20%。公司在实施上述现金分红的同时，可以派发股票股利。

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，并按照公司章程规定的程序，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，可以按照前项规定处理。

重大投资计划或重大现金支出是指：公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备、建筑物的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产的 20%，且绝对值达到 5,000 万元。

公司目前处于成长期且未来有重大资金支出安排的发展阶段，因此现阶段进行利润分配时，现金方式分配的利润在每次利润分配中所占比例最低应达到 20%。随着公司的不断发展，公司董事会认为公司的发展阶段属于成熟期的，则根据公司有无重大资金支出安排计划，由董事会按照公司章程规定的利润分配政策调整的程序提请股东大会决议提高现金方式分配的利润在每次利润分配中的最低比例。

在满足现金分红条件、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司原则上每年年度股东大会召开后进行一次现金分红，公司可以根据公司的盈利状况及资金需求状况进行中期现金分红。

董事会应当认真研究和论证公司现金和股票股利分配的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、发展资金需求、融资成本、外部融资环境等因素科学地制定利润分配方案，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。股东大会对利润分配方案进行审议前，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。监事会应对董事会制定公司利润分配方案的情况及决策程序进行监督。

股东大会对利润分配方案作出决议后，董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成现金或股票股利的派发事项。

（五）利润分配政策的调整程序：

公司应当根据自身实际情况，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事的意见制定或修改利润分配政策。但公司保证现行及未来的利润分配政策不得违反以下原则：即在公司当年盈利且满足现金分红条件的情况下，公司应当采取现金方式分配股利，以现金方式分配的利润不少于当次分配利润的 20%。

如因外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化而需要调整利润分配政策的，董事会将以股东权益保护为出发点，在股东大会提案中详细论证和说明原因。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；有关调整利润分配政策的议案，须经董事会、监事会审议通过后提交股东大会批准，独立董事应当对该议案发表独立意见。董事会审议制定或修改利润分配相关政策时，须经全体董事过半数表决通过方可提交股东大会审议。股东大会审议制定或修改利润分配相关政策时，须经出席股东大会会议的股东所持表决权的三分之二以上表决通过。

（六）股东分红回报规划

本公司已制定了《牧高笛户外用品股份有限公司未来三年股东分红回报规划（2015-2017 年度）》，对未来三年的股利分配作出了进一步安排。

五、稳定股价预案及承诺

（一）稳定股价预案主要内容

《牧高笛户外用品股份有限公司关于上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价的预案》的主要内容如下：

1、启动股价稳定措施的条件

公司上市后三年内，如非因不可抗力因素所致，公司股票收盘价连续二十个交易日低于最近一期经审计的每股净资产（若公司最近一期审计基准日后有资本公积转增股本、派送股票或现金红利、股份拆细、增发、配股或缩股等事项导致公司净资产或股份总数发生变化的，每股净资产相应进行调整），则公司将于第二十个交易日（以下简称“启动日”）收盘后宣布启动稳定公司股价的措施。

公司宣布启动稳定股价的措施，但尚未实施或未实施完毕时，连续 10 个交易日公司股票收盘价已经回升达到或超过最近一期经审计的每股净资产，则公司可以不再继续实施稳定股价的措施。

2、稳定股价的具体措施

公司稳定股价的具体措施为：公司回购股份，公司控股股东、实际控制人增持公司股份，董事（不包括独立董事）和高级管理人员增持公司股份。当公司需要采取股价稳定措施时，将同时或分步骤实施上述股价稳定措施。

在启动股价稳定措施的条件满足时，公司应在五个交易日内与控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员商议并确定稳定公司股价的具体方案。

公司制定股价稳定具体方案时，应当综合考虑当时的实际情况及各种稳定股价措施的作用及影响，并在符合相关法律法规的规定的情况下，各方协商确定当次稳定股价的具体方案，履行相应的审批程序和信息披露义务。

稳定公司股价的方案将根据上市公司回购公众股以及上市公司收购等法律法规的规定和要求制定，方案应确保不会导致公司因公众股占比不符合上市条件。

（1）公司回购股份的措施

①公司为稳定股价之目的回购股份，应符合《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》、《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》和上海证券交易所《上市公司以集中竞价交易方式回购股份业务指引》等相关法律、法规的规定。

②公司回购股份议案需经董事会、股东大会决议通过。采取公司回购股份的股价稳定措施的，公司董事会应在启动日后十个交易日内作出回购股份的决议。公司董事会审议股份回购方案，须经全体董事二分之一以上表决通过，公司董事承诺就该等回购股份的相关决议投赞成票。公司股东大会审议股份回购方案，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过，东极青华、宁波嘉拓以及持有公司股份的董事、高级管理人员承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。

③在股东大会审议通过股份回购方案后，公司依法通知债权人，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。

④公司采取证券交易所集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式回购股份。公司回购股份的资金为自有资金，单次用于回购股份的资金金额不超过公司最近一期经审计未分配利润的 30%。回购股份的价格不超过公司最近一期经审计的每股净资产。但如果公司股价已经不能满足启动稳定公司股价措施的条件，公司可不再实施向社会公众股东回购股份。如一个会计年度内多次出现公司通过回购稳定股价的，用于回购的资金总额不超过最近一期经审计未分配利润的 50%。超过上述标准的，在本年度内公司可无需履行承担回购股份稳定股价的义务。

⑤该次回购方案实施完毕后，公司应在 2 个交易日内公告回购方案的实施情况及股份变动报告，并依法注销所回购的股份，办理工商变更登记手续。

⑥在实施完毕上述回购方案后 60 个交易日内，公司回购义务自动解除，从履行完毕前述稳定股价措施的第 61 个交易日开始，如发行人再次出现启动条件的，公司按照本预案的规定再次启动稳定股价程序。

（2）控股股东、实际控制人增持公司股份的措施

①控股股东、实际控制人为稳定股价之目的增持股份，应符合《上市公司收购管理办法》等相关法律、法规的规定。当控股股东、实际控制人需要采取股价稳定措施时，可以视公司情况、股票市场情况，与其他股价稳定措施同时或分步骤实施增持股份的方式稳定股价。

②采取控股股东、实际控制人增持公司股份的股价稳定措施的，控股股东、实际控制人应在启动日后五个交易日内，提出增持公司股份的方案（包括拟增持公司股份的数量、价格区间、时间等），并依法履行证券监督管理部门、证券交易所等主管部门的审批手续，在获得批准后的五个交易日内通知公司。公司应按照规定披露控股股东、实际控制人增持公司股份的方案。在公司披露增持公告的五个交易日内，控股股东、实际控制人开始实施增持公司股份的方案。

③控股股东、实际控制人通过证券交易所集中竞价交易系统增持公司股份。控股股东、实际控制人单一年度用以增持公司股份的资金金额不超过其上一年度从公司获得的现金分红金额，单次用以增持股份的资金金额不低于其上一年度从

公司获得现金分红金额的 20%，增持价格不超过公司最近一期经审计的每股净资产。如一个会计年度内多次出现控股股东、实际控制人通过增持稳定股价的，用于增持的资金总额不超过其上一年度从公司获得的现金分红。超过上述标准的，在本年度内控股股东、实际控制人可无需履行增持公司股份稳定股价的义务。

④控股股东、实际控制人应在增持方案公告后 30 日内实施完毕，增持方案实施完毕后，公司应在 2 个交易日内公告公司股份变动报告。

⑤在实施完毕控股股东、实际控制人增持计划后 60 个交易日内，控股股东、实际控制人的增持义务自动解除，从履行完毕前述稳定股价措施的第 61 个交易日开始，如发行人再次出现启动条件的，控股股东、实际控制人按照本预案的规定再次启动稳定股价程序。

（3）董事（不包括独立董事）、高级管理人员增持公司股份的措施

①持有公司股份或在公司领取薪酬的公司董事（不包括独立董事，下同）、高级管理人员为稳定股价之目的增持股份，应符合《上市公司收购管理办法》、《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律、法规及规范性文件的规定。

②采取董事、高级管理人员增持公司股份的股价稳定措施的，承担增持义务的董事、高级管理人员应在启动日后五个交易日内，提出增持公司股份的方案（包括拟增持公司股份的数量、价格区间、时间等）。公司应按照相关规定披露董事、高级管理人员增持公司股份的方案。在公司披露增持公告的五个交易日内，董事、高级管理人员开始实施增持公司股份的方案。

③董事、高级管理人员通过证券交易所集中竞价交易系统增持公司股份。董事、高级管理人员单次用以增持公司股份的资金不少于其上一年度从公司领取的薪酬（税后）的 30%，增持价格不超过公司最近一期经审计的每股净资产。但如果公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件，董事、高级管理人员可不再实施增持公司股份。如一个会计年度内多次出现董事、高级管理人员通过增持稳定股价的，用于增持的资金总额不超过其上一年度从公司领取的薪酬（税后）与从公司获得的现金分红（税后）之和的 50%。超过上述标准的，在本年度内董事、高级管理人员可无需履行增持公司股份稳定股价的义务。

④董事、高级管理人员应在增持方案公告后 30 日内实施完毕，增持方案实施完毕后，公司应在 2 个交易日内公告公司股份变动报告。

⑤公司未来新聘任的董事、高级管理人员也应履行公司发行上市时董事、高级管理人员已作出的关于股价稳定措施的相应承诺要求。

⑥在实施完毕董事、高级管理人员增持计划后 60 个交易日内，已履行完毕相关稳定股价措施的董事、高级管理人员的增持义务自动解除，从履行完毕前述稳定股价措施的第 61 个交易日开始，如发行人再次出现启动条件的，公司董事、高级管理人员按照本预案的规定再次启动稳定股价程序。

公司根据具体实际情况，经股东大会审议批准启动稳定股价方案并确定公司、控股股东、实际控制人和董事、高级管理人员启动股价稳定措施的实施方式。

3、未能履行股价稳定措施的约束

在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如公司、控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员未切实采取稳定股价的具体措施，各方承诺接受以下约束措施：

①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。

②向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。

③如果未履行上述承诺事项，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。

④如公司控股股东、实际控制人未履行增持公司股份的义务，公司有权将控股股东、实际控制人应履行其增持义务相等金额的应付现金分红予以扣留，直至控股股东、实际控制人履行其增持义务。公司可将与控股股东、实际控制人履行其增持义务相等金额的应付现金分红予以扣减用于公司回购股份，控股股东、实际控制人丧失对相应金额现金分红的追索权。

⑤如公司董事、高级管理人员未能履行其增持义务的，则公司有权将应付董事、高级管理人员的薪酬及现金分红予以扣留，直至董事、高级管理人员履行其增持义务。公司可将应付董事、高级管理人员的薪酬与现金分红予以扣减用于公

司回购股份，董事、高级管理人员丧失对相应金额薪酬及现金分红的追索权。

⑥如公司控股股东、实际控制人、董事及高级管理人员未履行稳定股价作出的承诺，而公司未扣留相应上述承诺方的现金分红、薪酬，则公司有权将触发稳定股价义务当年应支付给独立董事的全部津贴扣留，已发给独立董事的部分津贴应退还公司。

4、预案的修订

对《牧高笛户外用品股份有限公司关于上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价的预案》的修订均应出席公司股东大会的股东所持表决权三分之二以上表决通过后生效。

（二）发行人及其控股股东、股东、董事和高级管理人员关于稳定股价的承诺

发行人及其控股股东东极青华、股东宁波嘉拓、董事长兼总经理陆瞰华、副董事长兼副总经理陆瞰峰、董事黄赛、董事陈外华、董事兼外销业务总监徐静、董事兼内销产品总监周艳、副总经理兼董事会秘书顾嘉琪、财务总监杜素珍、制造总监马其刚均承诺，将严格按照《牧高笛户外用品股份有限公司关于上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价的预案》要求，在牧高笛户外用品股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年内履行稳定股价的相关义务，董事、高管不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

六、信息披露承诺

（一）发行人承诺

发行人承诺：“一、本公司《招股书》不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本公司对其真实性、准确性、完整性承担法律责任。二、若本公司《招股书》存在虚假记载、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，本公司将在中国证券监督管理委员会或有权机关依法对上述事实作出认定或处罚决定后二十个交易日内依法回购首次公开发行的全部新股，回购价格根据届时二级市场价格确定，且不低于发行价格加上同期银行存款利息（若公司股票有分红、派息、送股、资本公积金转增股本等除权、

除息事项的，发行价格将相应进行除权、除息调整），回购的股份包括首次公开发行的全部新股及其派生股份。三、对于本公司控股股东已公开发售的原限售股份及其派生股份，本公司将要求控股股东在中国证券监督管理委员会或有权机关依法对上述事实作出认定或处罚决定后二十个交易日内依法回购。四、若本公司招股书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。”

（二）控股股东承诺

公司控股股东东极青华承诺：“一、发行人《招股书》不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本公司对《招股书》的真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。二、若发行人《招股书》存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将在中国证券监督管理委员会或其他有权机关依法对上述事实作出认定或处罚决定后二十个交易日内依法回购本公司已公开发售的发行人原限售股份，回购价格根据届时二级市场价格确定，且不低于发行价格加上同期银行存款利息（若公司股票有分红、派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项的，发行价格将相应进行除权、除息调整），回购的股份包括已公开发售的原限售股份及其派生股份。三、若发行人《招股书》存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本公司作为发行人的控股股东，将督促发行人依法回购首次公开发行的全部新股及其派生股份。四、若发行人《招股书》存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。”

（三）股东承诺

公司股东宁波嘉拓承诺：“一、发行人《招股书》不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本公司对《招股书》的真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。二、若发行人《招股书》存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将在中国证券监督管理委员会或其他有权机关依法对上述事实作出认定或处罚决定后二十个交易日内依法回购本公司已公开发售的发行人原限售股份，回购价格根据届时二级市场价格确定，且不低于发行价格加上同期银行存款利息（若公

公司股票有分红、派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项的，发行价格将相应进行除权、除息调整），回购的股份包括已公开发售的原限售股份及其派生股份。三、若发行人《招股书》存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本公司作为发行人的股东，将督促发行人依法回购首次公开发行的全部新股及其派生股份。四、若发行人《招股书》存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。”

（四）实际控制人承诺

公司实际控制人陆墩华、陆墩峰承诺：“一、公司《招股书》不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本人对《招股书》的真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。二、若公司《招股书》存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将促使公司依法回购其首次公开发行的全部新股，并促使公司相关股东依法回购已公开发售的公司原限售股份。三、若公司《招股书》存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。”

（五）董事、监事及高级管理人员承诺

公司全体董事、监事及高级管理人员承诺：“一、公司《招股书》不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本人对《招股书》的真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。二、若公司《招股书》存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。三、本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。”

（六）保荐机构承诺

国泰君安承诺：“由于本公司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，本公司将依法赔偿投资者损失，但本公司没有过错的除外。”

（七）发行人律师承诺

国浩承诺：“如因本所未能依照适用的法律法规、规范性文件及行业准则的要求勤勉尽责地履行法定职责而导致本所为牧高笛户外用品股份有限公司首次

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，给投资者造成实际损失的，本所将按照有管辖权的人民法院依照法律程序做出的有效司法裁决，依法赔偿投资者损失。”

（八）发行人会计师承诺

立信承诺：“本所为发行人首次公开发行股票事宜制作、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。”

七、关于相关主体履行首次公开发行股票并上市过程中所作承诺之约束措施的承诺

（一）发行人承诺

发行人承诺：

“一、本公司将严格履行其在首次公开发行股票并上市过程中所作出的各项承诺（以下简称“承诺事项”）。

二、若本公司未能完全且有效履行前述承诺事项，本公司承诺将采取以下措施予以约束：

1、以自有资金补偿公众投资者因依赖相关承诺实施交易而遭受的直接损失，补偿金额依据本公司与投资者协商确定的金额，或证券监督管理部门及其他有权部门认定的方式和金额确定；

2、自本公司完全消除未履行相关承诺事项所有不利影响之日起 12 个月内，本公司将不得发行证券，包括但不限于股票、公司债券、可转换公司债券及证券监督管理部门认可的其他品种等；

3、在本公司完全消除未履行相关承诺事项所有不利影响之前，本公司不得以任何形式向董事、监事、高级管理人员增加薪资或津贴。

4、若本公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等责任主体未履行所作承诺事项，本公司应在未履行承诺的事实得到确认的次一交易日公告相关情况。”

（二）控股股东承诺

公司控股股东东极青华承诺：

“一、本公司将严格履行其在发行人首次公开发行股票并上市过程中所作出的各项承诺（以下简称“承诺事项”）。

二、若本公司未能完全且有效履行前述承诺事项，本公司承诺将采取以下措施予以约束：

1、以自有资金补偿公众投资者因依赖相关承诺实施交易而遭受的直接损失，补偿金额依据本公司与投资者协商确定的金额，或证券监督管理部门及其他有权部门认定的方式和金额确定；

2、在遵守本公司已作出的股份锁定期承诺的前提下，本公司所持发行人股份的锁定期自动延长至本公司未履行相关承诺事项所有不利影响完全消除之日。

三、本公司愿以未能完全且有效履行前述承诺当年度以及以后年度享有的发行人利润分配作为履约担保，发行人有权扣留应向本公司支付的分红，直至本公司履行承诺。”

（三）股东承诺

1、宁波嘉拓承诺

公司股东宁波嘉拓承诺：

“一、本公司将严格履行其在发行人首次公开发行股票并上市过程中所作出的各项承诺（以下简称“承诺事项”）。

二、若本公司未能完全且有效履行前述承诺事项，本公司承诺将采取以下措施予以约束：

1、以自有资金补偿公众投资者因依赖相关承诺实施交易而遭受的直接损失，补偿金额依据本公司与投资者协商确定的金额，或证券监督管理部门及其他有权部门认定的方式和金额确定；

2、在遵守本公司已作出的股份锁定期承诺的前提下，本公司所持发行人股份的锁定期自动延长至本公司未履行相关承诺事项所有不利影响完全消除之日。

三、本公司愿以未能完全且有效履行前述承诺当年度以及以后年度享有的发行人利润分配作为履约担保，发行人有权扣留应向本公司支付的分红，直至本公司履行承诺。”

2、深创投承诺

公司股东深创投承诺：

“一、本公司将严格履行其在发行人首次公开发行股票并上市过程中所作出的各项承诺（以下简称“承诺事项”）。

二、若本公司未能完全且有效履行前述承诺事项，本公司承诺将采取以下措施予以约束：

1、以自有资金补偿公众投资者因依赖相关承诺实施交易而遭受的直接损失，补偿金额依据本公司与投资者协商确定的金额，或证券监督管理部门及其他有权部门认定的方式和金额确定；

2、在遵守本公司已作出的股份锁定期承诺的前提下，本公司所持发行人股份的锁定期自动延长至本公司未履行相关承诺事项所有不利影响完全消除之日。”

（四）实际控制人承诺

公司实际控制人陆瞰华、陆瞰峰承诺：

“一、本人将严格履行其在发行人首次公开发行股票并上市过程中所作出的各项承诺（以下简称“承诺事项”）。

二、若本人未能完全且有效履行前述承诺事项，本人承诺将采取以下措施予以约束：

1、以自有资金补偿公众投资者因依赖相关承诺实施交易而遭受的直接损失，补偿金额依据本人与投资者协商确定的金额，或证券监督管理部门及其他有权部门认定的方式和金额确定；

2、在遵守本人已作出的股份锁定期承诺的前提下，本人所持发行人股份的锁定期自动延长至本人未履行相关承诺事项所有不利影响完全消除之日；

3、在本人完全消除未履行相关承诺事项所有不利影响之前，本人不得以任何方式要求发行人增加薪资或津贴，不得以任何方式接受发行人增加支付的薪资或津贴。”

（五）董事、监事及高级管理人员承诺

公司全体董事、监事及高级管理人员承诺：

“一、本人将严格履行其在发行人首次公开发行股票并上市过程中所作出的各项承诺（以下简称“承诺事项”）。

二、若本人未能完全且有效履行前述承诺事项，本人承诺将采取以下措施予以约束：

1、以自有资金补偿公众投资者因依赖相关承诺实施交易而遭受的直接损失，补偿金额依据本人与投资者协商确定的金额，或证券监督管理部门及其他有权部门认定的方式和金额确定；

2、在遵守本人已作出的股份锁定期承诺的前提下，本人所持发行人股份的锁定期自动延长至本人未履行相关承诺事项所有不利影响完全消除之日（如适用）；

3、在本人完全消除未履行相关承诺事项所有不利影响之前，本人不得以任何方式要求发行人增加薪资或津贴，不得以任何方式接受发行人增加支付的薪资或津贴（如适用）。”

八、关于本次募集资金到位后填补被摊薄即期回报措施的相关承诺

（一）董事、高级管理人员承诺

公司全体董事及高级管理人员将忠实、勤勉的履行职责，维护公司和全体股东的合法权益，并对公司填补回报措施能够得到切实履行作出承诺：

“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、承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；
- 3、承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；
- 4、承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；
- 5、若公司后续推出股权激励政策，承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

若违反上述承诺给公司或者股东造成损失的，本人将依法承担相应责任。”

（二）公司控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东东极青华、股东宁波嘉拓、实际控制人陆瞰华和陆瞰峰承诺：“不越权干预公司经营管理活动，不得侵占公司利益。”

九、特别风险提示

公司特别提醒投资者关注“风险因素”中的下列风险：

（一）国内外市场环境风险

报告期内，国外主要国家实体经济复苏，新兴市场经济稳定发展。根据同花顺数据统计，2014年、2015年和2016年，我国出口商品总额分别为23,422.93亿美元、22,749.50亿美元和20,974.44亿美元。虽然我国出口商品总额仍然较大，但是由于全球经济发展的不平衡现象依然存在，较大规模的经济危机仍然有可能发生，这对本公司的出口业务将会产生较大的不利影响。

目前，国内经济的增速回落比较明显，2013年我国GDP增长率为7.7%，2014年增长率为7.4%，2015年增长率为6.9%，我国经济进入结构改善、质量提高的中速增长阶段。宏观经济环境的改变对于消费零售市场的负面影响，主要体现在消费者信心不足、购买意愿下降等方面，公司内销业务面临一定的国内市场环境压力。

（二）募投项目不能达到预期收益的风险

本次募集资金投资项目的可行性分析是基于当前宏观经济形势、市场环境、

行业发展趋势及公司实际经营状况做出的, 尽管公司已经对募集资金投资项目的经济效益进行了审慎测算, 认为本次募投项目的收益良好, 项目可行, 但由于宏观经济形势具有不确定性, 如果募集资金不能及时到位, 市场环境发生较大变化, 将会对项目的实施进度、投资回报和公司的预期收益产生不利影响。

(三) 存货余额较大导致的风险

截至 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 12 月 31 日, 公司存货账面值为 17,617.10 万元、15,868.88 万元和 20,355.81 万元, 占当期总资产的比重为 52.55%、51.30%和 56.21%, 占比较高。公司外销存货规模主要受 OEM/ODM 业务订单情况、公司产能利用情况、境外生产基地运输物流及生产周期等因素影响, 而内销存货规模主要受自主品牌业务订货情况以及公司促销活动等因素的影响。随着未来公司业务规模的持续扩大, 存货的规模很可能随之扩大, 如果宏观经济环境、客户经营状况等因素发生重大变化, 公司存货可能发生滞销情况, 存货跌价的风险也可能相应增加, 将对公司资产质量、财务状况和经营现金流产生不利影响。

(四) 股东即期回报被摊薄风险

2014 年、2015 年和 2016 年, 公司扣除非经常性损益后的基本每股收益分别为 0.69 元/股、1.02 元/股和 1.00 元/股。本次发行募集资金到位后, 公司的总股本和净资产将会相应增加。由于募集资金投资需要一段时间的投入期和市场培育期, 难以在短期内取得效益, 募集资金到位后的短期内, 公司的每股收益等指标将出现一定幅度的下降, 股东即期回报存在被摊薄的风险。

(五) 发行人业绩下滑的风险

报告期内, 公司营业收入和净利润情况如下表所示:

单位: 元

项目	2016 年	2015 年	2014 年
营业收入	430,748,389.21	454,972,294.31	431,978,003.93
净利润	47,486,891.80	54,243,046.73	35,063,385.73
归属于母公司所有者的净利润	47,486,891.80	54,243,046.73	35,063,385.73

公司经营业绩主要受宏观经济和零售行业增长情况、市场竞争情况、公司内

外销业务市场开拓情况、主要产品毛利率变化情况以及期间费用控制情况等因素影响。报告期内，公司营业收入基本保持稳定，净利润存在一定的波动。随着未来整体宏观经济增速和零售行业增长趋缓，国内外户外用品市场的竞争日趋激烈，消费者需求也在持续变化，本公司将面临更为严峻的挑战。因此本公司未来整体业绩仍可能存在一定的下滑风险。

十、发行人财务报告审计截止日后主要经营状况

发行人财务报告审计截止日为 2016 年 12 月 31 日。根据立信出具的信会师报字[2017]第 ZF10016 号《审计报告》，发行人 2016 年度实现营业收入 43,074.84 万元、归属于母公司所有者的净利润 4,748.69 万元、扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润 5,016.50 万元，较 2015 年度分别下降 5.32%、12.46%和 1.82%。

发行人基于已签订单及生产计划等情况，并考虑宏观经济形势、行业特点以及对公司整体经营情况的分析，预计 2017 年 1-3 月实现营业收入 13,390.00 万元至 14,100.00 万元，归属于母公司所有者的净利润 1,610.00 万元至 1,700.00 万元；营业收入较 2016 年同期增长约 6%至 12%，归属于母公司所有者的净利润较 2016 年同期增长约 3%至 9%，发行人经营业绩总体保持相对稳定。（2017 年 1-3 月财务数据为公司预计，不构成盈利预测）

发行人在财务报告审计截止日后，经营情况稳定，主要原材料的采购规模及采购价格，主要产品的生产、销售规模及销售价格，主要客户及供应商的构成，税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面未发生重大变化。

第二节 本次发行概况

股票种类：境内上市人民币普通股（A 股）

每股面值：1.00 元

发行股数：公司首次公开发行股份数量不超过 1,669 万股，公开发行股份数量占本次发行后公司总股本的比例不低于 25%。首次公开发行中发行新股数量不超过 1,669 万股，新股发行数量将根据公司募投项目资金需求、定价结果合理确定

每股发行价格：16.37 元

发行市盈率：22.99 倍（每股收益按照 2016 年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司所有者的净利润除以本次发行后总股本计算）

发行前每股净资产：3.88 元（按截至 2016 年 12 月 31 日经审计归属于母公司所有者的净资产除以本次发行前总股本计算）

发行后每股净资产：6.33 元（按截至 2016 年 12 月 31 日经审计归属于母公司所有者的净资产加上本次发行募集资金净额后除以本次发行后总股本计算）

发行市净率：2.59 倍（按每股发行价格除以发行后每股净资产计算）

发行方式：全部向网上投资者发行，不进行网下询价和配售

发行对象：符合国家法律法规和监管机构规定的询价对象和已开立上海证券交易所股票账户的境内自然人、法人以及符合中国证监会规定的其他投资者（国家法律、行政法规禁止购买者除外）

承销方式：余额包销

预计募集资金总额：27,321.53 万元

预计募集资金净额：22,814.53 万元

发行费用概算：4,507 万元，主要包括：

- 1、新股承销及保荐费用：3,150 万元；
- 2、审计和验资费用：650 万元；
- 3、律师费用：250 万元；
- 4、用于本次发行的信息披露等费用：430 万元；
- 5、发行手续费用：27 万元。

第三节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称：牧高笛户外用品股份有限公司
英文名称：COMEFLY OUTDOOR CO.,LTD
注册资本：5,000 万元
法定代表人：陆瞰华
设立日期：2006 年 10 月 31 日
股份公司成立日期：2006 年 10 月 31 日
公司住所：衢州市世纪大道 895 号 1 幢
邮政编码：324000
联系电话：0574-27718107
传真号码：0574-87679566
互联网网址：<http://www.mobigarden.com.cn>
电子信箱：IR@mobigarden.com.cn

二、发行人改制重组情况

（一）公司设立方式

2006 年 10 月，来飞野营和华安机械作为共同发起人，发起设立浙江来飞户外用品股份有限公司，注册资本为人民币 3,000 万元。

2006 年 10 月 31 日，公司取得衢州市工商行政管理局核发的注册号为 3308002003757 的《企业法人营业执照》。

（二）发起人及其投入的资产内容

2006 年 10 月，来飞野营和华安机械共同出资，以发起方式设立来飞股份，公司注册资本 3,000 万元。其中，来飞野营以货币 700 万元和实物资产 2,000 万元出资，持有公司 2,700 万股，占比 90%；华安机械以货币 300 万元出资，持有公司 300 万股，占比 10%。

三、公司股本情况

(一) 总股本、本次发行的股份、股份流通限制和锁定安排

截至本招股说明书摘要签署日，公司总股本为 5,000 万股。公司首次公开发行股份数量不超过 1,669 万股，公开发行股份数量占本次发行后公司总股本的比例不低于 25%，首次公开发行股份数量包括公司公开发行新股数量和公司股东公开发售股份数量。

1、本公司控股股东东极青华承诺：

“自发行人首次公开发行股票并上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本公司所持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本公司所持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。”

“若发行人上市后六个月内股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价（如发行人发生分红、派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则为按照相应比例进行除权除息调整后用于比较的发行价，下同），或者发行人上市后六个月期末（如该日为非交易日，则以该日后第一个交易日为准）股票收盘价低于发行价的，本公司持有的发行人首次公开发行股票并上市前已发行股份的锁定期限将自动延长六个月。”

2、本公司实际控制人陆墩华、陆墩峰承诺：

“自发行人首次公开发行股票并上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。”

“若发行人上市后六个月内股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价（如发行人发生分红、派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则为按照相应比例进行除权除息调整后用于比较的发行价，下同），或者发行人上市后六个月期末（如该日为非交易日，则以该日后第一个交易日为准）股票收盘价低于发行价的，本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票并上市前已发行股份的锁定期限将自动延长六个月。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履

行该项承诺。”

“前述锁定期满后，本人担任发行人董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接或间接持有的发行人的股份总数的百分之二十五，离职后半年内，不转让本人直接或间接持有的发行人的股份。”

3、本公司实际控制人关联方陈敏华承诺：

“自发行人首次公开发行股票并上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。”

“若发行人上市后六个月内股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价（如发行人发生分红、派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则为按照相应比例进行除权除息调整后用于比较的发行价，下同），或者发行人上市后六个月期末（如该日为非交易日，则以该日后第一个交易日为准）股票收盘价低于发行价的，本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票并上市前已发行股份的锁定期限将自动延长六个月。”

4、本公司股东宁波嘉拓承诺：

“自发行人首次公开发行股票并上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本公司所持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本公司所持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。”

“若发行人上市后六个月内股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价（如发行人发生分红、派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则为按照相应比例进行除权除息调整后用于比较的发行价，下同），或者发行人上市后六个月期末（如该日为非交易日，则以该日后第一个交易日为准）股票收盘价低于发行价的，本公司持有的发行人首次公开发行股票并上市前已发行股份的锁定期限将自动延长六个月。”

5、本公司股东深创投承诺：

“自发行人首次公开发行股票并上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本公司所持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人

回购本公司所持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。”

6、本公司股东浙江红土、杭州红土承诺：

“自发行人首次公开发行股票并上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本公司所持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本公司所持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。”

7、本公司股东徐静、周艳、马其刚、郑百英、俞静和杜素珍承诺：

“自发行人首次公开发行股票并上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人所持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人所持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。”

“若发行人上市后六个月内股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价（如发行人发生分红、派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则为按照相应比例进行除权除息调整后用于比较的发行价，下同），或者发行人上市后六个月期末（如该日为非交易日，则以该日后第一个交易日为准）股票收盘价低于发行价的，本人持有的发行人首次公开发行股票并上市前已发行股份的锁定期限将自动延长六个月（董事、高级管理人员适用）。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行该项承诺。”

“前述锁定期满后，本人担任发行人董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人所持发行人的股份总数的百分之二十五，离职后半年内，不转让本人所持发行人的股份。”

8、本公司股东周新伟、余立平、王文辉、陈华、方西红和徐蓉承诺：

“自发行人首次公开发行股票并上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人所持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人所持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。”

（二）发起人

本公司发起人包括来飞野营和华安机械。公司设立时，各发起人持有股份数和持股比例情况如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）
1	东极青华	27,000,000	90.00
2	华安机械	3,000,000	10.00
-	合计	30,000,000	100.00

（三）前十大股东

截至本招股说明书摘要签署日，本公司前十大股东情况如下：

序号	股东名称/姓名	持股数（股）	持股比例（%）
1	东极青华	35,440,853	70.88
2	宁波嘉拓	8,199,842	16.40
3	深创投	3,044,350	6.09
4	浙江红土	1,323,650	2.65
5	杭州红土	926,558	1.85
6	徐 静	228,160	0.46
7	马其刚	152,107	0.30
8	周 艳	152,107	0.30
9	杜素珍	76,053	0.15
10	周新伟 ^注	76,053	0.15

注：郑百英持股数与杜素珍、周新伟同为 76,053 股

（四）前十名自然人股东

截至本招股说明书摘要签署日，本公司前十名自然人股东情况如下：

序号	股东姓名	持股数（股）	持股比例（%）	主要任职情况
1	徐 静	228,160	0.46	董事、外销业务总监
2	马其刚	152,107	0.30	制造总监
3	周 艳	152,107	0.30	董事、内销产品总监
4	杜素珍	76,053	0.15	财务总监
5	周新伟	76,053	0.15	生管部经理
6	郑百英	76,053	0.15	监事会主席
7	余立平	60,843	0.12	外协部经理
8	王文辉	60,843	0.12	销售区域经理
9	陈 华	60,843	0.12	销售区域经理
10	方西红	60,843	0.12	销售区域经理

（五）公司的发起人、控股股东和主要股东之间的关联关系

公司发起人来飞野营之股东陆瞰华和黄芳系夫妻关系，陆瞰华与发起人华安机械之股东陆瞰峰系兄弟关系。

来飞野营后更名为东极青华，现为公司控股股东。

公司现有股东中，东极青华之股东陆瞰华和宁波嘉拓之股东陆瞰峰系兄弟关系，宁波嘉拓之股东陆瞰峰和陈敏华系夫妻关系。

深创投直接持有浙江红土 28.59%股权，并通过浙江红土创业投资管理有限公司间接持有浙江红土 1.25%股权。

深创投直接持有杭州红土 60%股权。

深创投是浙江红土、杭州红土的第一大股东。

四、公司业务情况

（一）公司的主营业务、主要产品及用途

本公司是一家专业从事露营帐篷、户外服饰及其他户外用品研发、设计、生产和销售的企业，公司的主要产品包括帐篷、睡袋、自充垫等户外装备，以及冲锋衣、羽绒服、登山鞋、运动背包等户外服装、鞋及配饰。

公司目前同时经营 OEM/ODM 业务与自主品牌业务。公司自设立至今一直专注于露营帐篷产品的研发、设计、生产和销售，以 OEM/ODM 的模式为全球客户提供高品质帐篷产品的开发设计和生产制造服务。公司 80%以上的露营帐篷产品出口至欧洲和南半球国家。根据中国海关出口统计数据，2014 年和 2015 年公司帐篷类产品出口额在国内同类出口企业中排名分别为第三位和第二位¹。

在保持 OEM/ODM 业务稳步发展的基础上，公司重点开拓自主品牌业务，通过品牌培育、自主产品设计、供应链管理、营销网络优化等举措，依托自主品

¹注：中国轻工工艺品进出口商会定期发布《中国日用消费品对外贸易报告》，其中按中国海关统计出口金额，对中国帐篷出口企业进行排名。中国轻工工艺品进出口商会成立于 1988 年，是由从事轻工业品、工艺品进出口贸易的企业依法成立的自律性组织。截至 2013 年末，中国轻工工艺品进出口商会会员总数超过 13,000 家。

牌“Mobi Garden”和“ 牧高笛 MOBIGARDEN”，在全国范围内向大众消费者提供高性价比的、兼顾专业性与时尚性的户外服饰和装备产品。

公司自设立以来，主营业务未发生重大变化。

（二）产品的销售方式、渠道

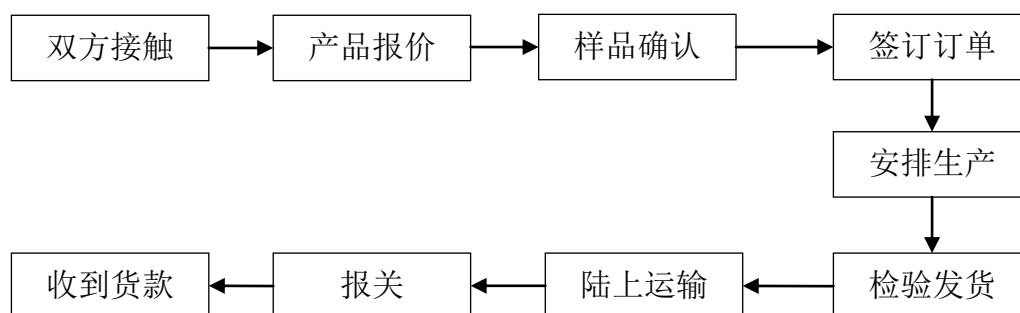
现阶段公司在保持 OEM/ODM 业务稳步发展的基础上，正在积极开拓和发展自主品牌业务，OEM/ODM 产品的销售由股份公司进行管理，客户主要为普通零售商、专业零售商和品牌商等。自主品牌业务的销售主要通过两家全资子公司宁波牧高笛和浙江牧高笛进行管理，主要销售渠道包括全国各地的专业户外店、经销商加盟店、团购、直营店和电子商务等；销售模式主要包括以下几个方面：

1、营销体系架构

公司的营销体系包括股份公司的业务中心及其下设的营销部，两家全资子公司下设的户外渠道部、团购部、直营部、专卖渠道部和电子商务部。

2、OEM/ODM 业务模式

截至目前，发行人境外销售全部为帐篷、装备及配件类产品，全部为 OEM/ODM 的业务模式，其主要销售流程如下：



公司目前 OEM/ODM 业务产品以帐篷为主，海外业务由公司下设业务中心负责开发，建立优质客户网络，准时出运货物，提供专业快捷售后服务，实现公司年度销售目标，并跟踪回款情况。公司目前重点开发和维护的市场包括欧洲和南半球。公司 OEM/ODM 业务客户分为普通零售商、专业零售商和品牌商三大

类，普通零售商经营综合性的生活用品，如 KMART 等；专业零售商主营体育运动用品和户外用品，如迪卡侬等；品牌商主营自有品牌户外产品，如 Mountainsmith 等。

目前，公司共有 OEM/ODM 业务客户三十余家，报告期内客户体系基本保持稳定。2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司 OEM/ODM 业务实现销售收入 26,222.56 万元、28,443.37 万元和 26,467.38 万元，占主营业务收入的比例分别为 60.71%、62.53%和 61.66%。目前，公司主要的 OEM/ODM 业务客户基本情况如下：

客户名称	国家	客户简介	类型
Desipro Pte. Ltd. (迪卡侬) ^注	法国	全球知名的体育用品零售商之一，成立于 1976 年，目前在全球已拥有超过 600 家门店	专业零售商
Go outdoors Ltd.	英国	英国户外用品销售品牌，在英国拥有 41 家超级零售店，旗下产品包括野营设备、户外服饰、登山、滑雪、骑马、钓鱼等装备	专业零售商
Home Retail Group (Asia) Limited	英国	英国领先的家庭和一般商品的零售商	普通零售商
Halfords Limited	英国	英国非食品零售企业之一，在整个英格兰、威尔士和北爱尔兰设有近 400 家零售店。公司有 100 多年的历史，经营约 1 万种商品，年营业额超过 5 亿英镑	专业零售商
Malacca Sourcing Pte.Ltd.(Sportmaster Ltd.)	俄罗斯	全球排名前列的体育用品零售品牌，拥有超过 130 家零售店，超过 1 万多名员工	专业零售商
Mountainsmith LLC	美国	美国知名户外品牌商，尤以户外包具出名	品牌商

注：因迪卡侬公司采购策略的调整，自 2015 年 1 月 1 日起其全资子公司 Despiro Pte. Ltd. 负责对牧高笛产品进行采购。

发行人与 OEM/ODM 业务客户合作的业务模式主要分为三类：OEM、ODM 以及 OEM 与 ODM 结合。报告期内，发行人 OEM/ODM 业务帐篷产品具体款式分类如下：

模式	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	款式(款)	占比	款式(款)	占比	款式(款)	占比
OEM	202	62.73%	145	52.54%	179	59.67%
OEM 与 ODM 结	80	24.84%	81	29.35%	59	19.67%

合						
ODM	40	12.42%	50	18.12%	62	20.67%
合计	322	100.00%	276	100.00%	300	100.00%

3、自主品牌业务模式

公司经过多年品牌管理和推广，拥有自主户外品牌“牧高笛(Mobi Garden)”。依托该品牌，公司不断拓展品牌业务，自主品牌销售收入保持稳定，2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司自主品牌业务销售收入分别为 16,972.88 万元、17,046.28 万元和 16,454.18 万元。

公司全资子公司宁波牧高笛和浙江牧高笛负责“牧高笛(Mobi Garden)”品牌产品的销售，截至本招股说明书摘要签署日，公司自主品牌业务销售渠道主要为经销商加盟店、专业户外店、直营店和电子商务渠道，专卖渠道部负责经销商加盟店和专业户外店的拓展，直营渠道部负责直营店铺的拓展和管理，户外渠道部主要负责专业户外店的管理，电子商务部负责网络平台的销售和管理，团购部负责团购业务的销售和管理。

公司自主品牌业务各主要销售渠道中销售占比较高的为经销商加盟店、专业户外店，公司 2014 年、2015 年和 2016 年度的各渠道销售占比情况如下：

渠道类型	2016 年	2015 年	2014 年
经销商加盟店	47%	41%	37%
专业户外店	29%	38%	45%
直营店	7%	6%	6%
电子商务	17%	16%	12%
合计	100%	100%	100%

注：公司的团购业务主要是向银行、电信等企事业单位或其代理机构销售自主品牌产品，由团购部进行管理，上表中专业户外店数据包含团购业务。

公司各销售渠道的订货模式：

公司经销商加盟店采用期货和现货相结合的订货模式。公司每年召开两次订货会，分别为 3 月秋冬季订货会和 8 月春夏季订货会。订货会前公司会小规模生产样品，并召开内部预览会，订货会期间与客户确定销售意向，订货会后根据客户订单和最终确定的样式向供应商下单采购订单。

公司专业户外店主要采用现货订货方式，公司向客户发放现货图册，客户可以根据现货图册订货。

公司直营店和电子商务渠道主要采用自主备货和现货相结合的订货模式。

现货与期货订货模式的区别：

项目	期货模式	现货模式
产品设计	针对季度潮流，提前 12 个月进行产品设计	针对季度潮流，提前 12 个月进行产品设计
销售对象	直营店和经销商加盟店	专业户外店、直营店和少数经销商加盟店的补货
退货	除质量问题，原则上不能退货	除质量问题，原则上不能退货
订货方式	每年两次订货会	根据现货图册直接订货
产品生产	产品上市前 5-6 个月安排外包生产	与期货同时进行外包生产

公司三大实体销售渠道的主要区别：

项目	经销商加盟店	专业户外店	直营店
店铺装修费	由客户自行承担	由客户自行承担	由公司承担
店铺存货	由客户自行负责	由客户自行负责	由公司负责
销售模式	以批发方式向经销商销售，经销商通过门店向终端顾客进行销售	以批发方式向专业户外店销售，专业户外店向终端顾客进行销售	以零售方式向终端顾客进行销售
品牌授权	授权经营牧高笛品牌，经销商加盟店内不得销售其他品牌的产品	授权经营牧高笛品牌，店铺内可以销售其他品牌的户外产品	牧高笛品牌独家经营，店铺内不销售其他品牌的产品
货款结算	根据每季的期货订单分批结算货款，原则上实行款到发货	根据现货订单结算货款，原则上实行款到发货	公司与商场结算货款或自行收款
信用政策	极少数信用等级较高的客户提供信用期支持	极少数信用等级较高的客户提供信用期支持	不适用
订货方式	期货与现货相结合	现货	期货与现货相结合

（1）经销商渠道

公司“牧高笛（MobiGarden）”品牌的经销商渠道由专卖渠道部管理，专卖渠道部下设销售部和运营部，销售部负责经销商渠道前期拓展和后期维护，运营部对经销商加盟店进行统一规划、装修设计、销售培训、售后服务和商品服务。截至 2016 年 12 月 31 日，公司共有合作的经销商逾 100 家。截至 2016 年 12 月 31 日，公司经销商加盟店店铺数量为 315 家。公司将经销商加盟店按地域划分

为六个区域，由专卖渠道部负责具体管理，公司经销商加盟店的管理区域划分如下：

区域	对应的销售区域
东北区	黑龙江、吉林、辽宁
西北区	山西、内蒙古、河北、新疆
华北区	北京、河南、江苏、天津、山东
西南区	云南、四川、重庆、西藏、贵州、陕西
华南区	湖南、湖北、广东、海南、甘肃、青海、宁夏、台湾、香港
华东区	浙江、福建、广西、上海、安徽、江西

A、经销商的管理

为了维护牧高笛品牌形象，降低经销风险，公司制定了严格、系统的经销商管理制度，并通过签订《牧高笛产品经销合同》、《牧高笛产品经销合同补充协议》等相关协议，规范双方的权利和义务，协议中明确规定各经销商的销售区域、销售业务类型、绩效考核目标及其他维护“牧高笛（Mobi Garden）”品牌渠道的相关条款。

B、经销商加盟店开店补助及会计核算方法

公司对经销商开设的加盟店在初创阶段给予一定的开店补助，帮助经销商能够较快的开拓当地市场。目前公司开店补贴包括装修补贴、货架支持、道具补贴等形式。公司评定各经销商加盟店的综合得分水平，分等级提供不同的开店补助。道具支持补助以道具货品出库为费用确认时点，按照道具成本和视同销售相关销项税金计入销售费用；装修补助计入当期相关销售费用。

单位：万元

开店补贴	2016 年	2015 年	2014 年
道具支持	213.28	211.52	341.88
装修支持	9.54	6.15	1.40
合计	222.82	217.67	343.28

C、折扣、返利政策

公司每年会对上一年度各经销商的回款规模、经营情况、合作期限等因素进

行分析，并结合行业情况及公司发展战略，与经销商签订当年《产品经销合同》及相关补充协议，明确约定经销商当年期货与现货折扣政策，通常为吊牌价的3-4.5折，折扣原则为期货订单较现货订单的折扣率低，长期合作的经销商的折扣率较新增经销商较低。

同时，公司为提高经销商对本公司产品的推广力度，对在一年内实现目标回款规模的经销商进行综合评审，对于完成约定回款金额的经销商，公司主要以冲减次年货款以及实物返利相结合的方式对其进行返利优惠。报告期内，公司返利金额占当期经销商收入比例分别为1.71%、0.96%和1.42%。

对于不同的经销商，公司每年或每半年会对其采购提货回款金额、开店数量、店铺保有数量、期货订单执行情况等与原定目标进行考核，对于考核未达标的经销商，公司有权提高对其进货折扣率、缩小或收回指定授权区域。报告期内，公司未向经销商收取加盟费、商标许可使用费等加盟费用。

D、应收款信用期管理

公司原则上对于期货产品，在客户签订订单时收取一定金额的订金，公司收到余款后安排发货，对于现货产品公司原则上实行现款现货政策，客户根据订单付款，公司收到货款后发货。但鉴于公司处于品牌拓展阶段，公司根据经销商的合作年限、年度回款情况和信用状况等因素，适度对少数信用等级较高的经销商客户提供短期信用期支持。

超信用期的处理措施：如果获信用期支持经销商未在约定期限之前还款，公司根据逾期天数按约定比例收取罚款，并取消经销商本年度的剩余信用额度和信用期政策支持；逾期时间过长的，公司将取消该经销商全年后续支持和经销商的区域授权。

（2）专业户外店渠道

专业户外店是定位于销售专业户外用品的线上和线下店铺，产品类型丰富，包括户外服饰和户外装备等。不同于品牌专卖店铺，专业户外店可同时经营多个品牌的产品，店主根据市场需求自主决定各品牌、各类型产品的铺货量和货品陈列。对于户外用品品牌企业而言，与专业户外店合作可以以较低的成本开拓市场，

推广自主品牌。“牧高笛（Mobi Garden）”品牌开创初期，拓展专业户外店渠道有助于公司快速发展自主品牌业务，提升品牌知名度与专业度。

公司户外渠道部下设七大区负责该渠道后期维护运营。

截至 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 12 月 31 日，公司合作的专业户外店客户数量分别为 724 家、676 家和 595 家。

A、专业户外店客户的管理体系

公司户外渠道部负责定期向客户发送公司产品的宣传图册，接受订单，通过七块管理区域对专业户外店进行专项管理，由区域管理人员不定期走访客户，了解客户销售产品情况，具体区域划分如下：

区域	对应的省/市/自治区
A 区	江苏、山东
B 区	北京、河北、天津、陕西、广西、台湾
C 区	吉林、浙江、云南、宁夏、黑龙江
D 区	安徽、福建、广东、四川、青海、海南
F 区	香港、重庆、江西
G 区	甘肃、辽宁、新疆、湖南、湖北
H 区	上海、内蒙古、山西、贵州、西藏、河南

B、回款政策

公司原则上实行现款现货政策，公司对极少数信用等级较高的客户提供短期信用期支持。

公司对于提供的信用期支持，制定了严格的管理和监督机制，主要原则包括：
a、提供信用期的客户需有多年与公司合作的记录；b、客户需与公司签署合同明确规定年销售额；c、公司旨在向户外行业或者区域内领先的户外店铺，以及公司计划重点开发的客户提供信用期支持；d、公司严格控制客户的信用期额度，以及回款周期。如发现有逾期的情形，公司有权终止后续的信用期支持。

（3）直营渠道

公司的直营店由直营渠道部进行管理，直营渠道部经理统一负责全面工作，下设商品主管、陈列主管、渠道发展和零售主管，负责直营门店运营管理、落实门店营销推广、O2O 线上线下管理，根据直营店所在区域销售规模，合理规划店铺货品，控制直营店的存货规模等。

截至 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 6 月 30 日，公司的直营店数量（含“一站式”户外体验店）分别为 13 个、12 个和 18 个。

（4）电子商务渠道

2013 年开始，发行人成立电子商务部，开发和运营电子商务渠道。目前，公司已经在国内几大主要电子商务平台开设网络直营店，合作平台包括“天猫”、“京东”、“当当网”等，主要销售“牧高笛（Mobi Garden）”品牌产品。公司的电子商务渠道具有直接面对终端消费者，信息反馈速度快，便于收集和管理客户信息，客户范围广且不受时差、区域限制等优势，因此开通电子商务平台、发展网络营销将成为公司未来的主要的销售渠道之一。

（5）经销商渠道与直营渠道的店铺变化情况

报告期内，公司经销商加盟店与直营店的变化情况如下：

期间	项目	年初 门店数	本期新开 门店数	本期关闭 门店数	本期末 门店数
2016 年	直营店	12	9	3	18 ^{注 1}
	经销商加盟店	273	91	49	315
	合计	285	100	52	333
2015 年	直营店	13	5	6	12 ^{注 2}
	经销商加盟店	319	73	119	273
	合计	332	78	125	285
2014 年	直营店	19	4	10	13 ^{注 2}
	经销商加盟店	328	107	116	319
	合计	347	111	126	332

注¹：包括 1 家“一站式”户外体验店

注²：包括 2 家“一站式”户外体验店

2014年12月31日，公司经销商加盟店和直营店数量合计较上年末减少15家，其中经销商加盟店减少9家，直营店减少6家，主要原因是：A、公司调整信用政策，部分经销商缩小开店规模；B、公司对经销商渠道进行优化调整，淘汰部分信用不良经销商，公司未来的经销商渠道发展策略是通过单店改造或重新选址的方式增加高质量、高平效门店，确保经销商渠道有序良性发展；C、公司主动与部分经销商协调发展策略，根据经销商门店效益，关闭部分效益较差的店铺，重新选址开新店；D、部分经销商因商场倒闭、压款、费用提高或者客流不足，导致关店；E、部分经销商因拖欠公司款项，与公司发生诉讼；F、2014年，公司开始调整直营渠道策略，逐步改善公司直营店的布局结构。

2015年12月31日，公司经销商加盟店和直营店数量合计较上年末减少47家，其中经销商加盟店减少46家，直营店减少1家，主要原因为：A、公司积极推行经销商渠道扁平化战略，着力巩固并优化传统经销商模式的销售渠道，对现有优势市场渠道精耕细作，强化品牌形象建设，提高品牌影响力和吸引力；B、公司持续推行调整后的信用政策，淘汰低效经销商，并积极开拓新的客户资源，优化经销商队伍和渠道布局，完善产品配套和培训机制，提高对销售终端的控制及影响力；C、部分经销商因商场倒闭、压款、费用提高或者客流不足，导致关店；D、部分经销商因拖欠公司款项，与公司发生诉讼；E、对于直营渠道，公司更加关注市场导向，积极调整政策并下沉渠道。

2016年12月31日，公司经销商加盟店和直营店数量合计较上年末增加48家，其中经销商加盟店增加42家，直营店增加6家，主要原因为：A、公司继续加强对经销商加盟渠道客户开发力度，积极开拓优质客户资源；B、对于直营渠道，公司根据消费者对户外用品的需求，进入优质商场百货等零售渠道，完善潜力市场布局。

4、品牌推广模式

在品牌推广策略上，公司紧抓户外探险、户外露营为产品主线，选择差异化的推广策略，以“行无界”品牌主题活动为营销主线，针对定位人群的喜好，在社交媒体、平面媒体以及新媒体上精确投放，与大型主题性活动及专业户外类电视节目合作，有效提升了公司的品牌形象和市场地位。

（三）主要原材料及采购模式

公司采购的原材料中，其中涤纶面料及网纱主要材质为涤纶长丝，报告期内，涤纶面料及网纱的采购金额占原材料采购总额的 45.77%、43.34%和 47.76%；纤维杆作为主要的支撑杆类型，其材质为 40%的不饱和树脂和 60%的玻璃纤纱，约占原材料金额的 12%；PE 底料主要材质为高密度聚乙烯 HDPE 和低密度聚乙烯 LDPE，约占原材料金额的 9%；其他辅料中铁杆、铝杆、牛筋布、PP 带等约占原材料金额的 39%。

公司经营的 OEM/ODM 业务和自主品牌业务帐篷产品均为自主生产和委托外协工厂协助加工两种方式进行生产，对外采购商品主要包括原材料、半成品、辅料、能源等；发行人除帐篷以外的其他产品均委托外包厂商进行生产，公司在供应商处设置半成品和产成品检验环节，各环节检验合格后，公司直接采购成品鞋服和装备产品。

1、自主生产的露营帐篷类产品的原材料采购流程

对于自主生产的帐篷产品，公司制定了《采购业务管理制度》，对原材料采购流程进行了规范，公司原材料采购由生产管理部负责，主要流程：A、汇总物料清单（BOM），编制总需求计划；B、确定主辅料供应商以及原材料价格和交货期；C、下达采购订单，并负责后续跟踪供应商生产进程；D、原材料验收合格入库。

在原材料入库环节，公司制定了《仓库管理制度》进行规范，原材料入库登记的主要流程：供应商负责将公司采购的原料运送至指定仓库，到货后核对并确认送货名称/规格/数量/包装/标识等信息是否与相关采购合同一致，核对完成后交由公司质检（IQC）人员进行来料检验，检验合格后确认入库。

2、委外协助加工的露营帐篷类产品采购流程

公司委外加工的帐篷产品采用“牧高笛采购原材料，外协厂商负责加工”的方式，公司对外协工厂采用与自主生产同样的质量标准和验收标准。外协工厂完成来料加工后，公司支付帐篷半成品加工费，入库后继续完成吊牌、包装等后续工序。

2012 年以来，欧美市场逐步从经济危机中复苏，市场消费情绪回暖。报告期内，公司 OEM/ODM 业务营业收入分别为 26,222.56 万元、28,443.37 万元和 26,467.38 万元，总体规模保持稳定。综合考虑成本效益和产能利用效率等因素，公司将帐篷生产环节中部分工序委托外协工厂进行加工。

为规范外协工厂的管理，公司制定了《委托加工物资管理制度》、《外协管理制度》、《外协部工作职责》等制度，由公司外协部门对外协厂商进行筛选、考核、监督和管理，从而确保公司帐篷产品质量的一致性。

3、外包生产的服饰、鞋和装备的采购流程

（1）外包厂商的选择

公司从多个方面对外包厂商进行调查和评定，主要包含三个方面的考核：A、价格与同行业相比是否合理；B、供货能力是否满足要求，包括供应商生产资质、内部的质量管理体系、生产工艺和设施等；C、售后服务以及沟通渠道是否通畅。

（2）采购流程

公司除帐篷以外的产品为外包生产，公司负责开发设计销样，在订货会上汇总改进意见和客户的预定数量，最终确认生产大货的信息，再由具备资格的供应商负责批量生产。公司服装产品外包采购流程如下表所示：

流程	内容
1、公司发出大货生产指令	(1) 产品订货会之后，产品和研发中心与专卖渠道部、户外渠道部汇总订货情况，根据期货订单量及现货销售指标，拟定实际大货订单情况，编制《大货生产指令单》 (2) 产品和研发中心填报各供应商《生产清单》，与供应商协商采购报价
2、确认大货样品	(1) 设计师修改、完善大货样资料，并与供应商进行沟通及修改 (2) 供应商制作修改样，公司确认产品尺寸、工艺、颜色等细节 (3) 供应商按公司提供的面辅料指定信息，采购面辅料 (4) 供应商制作产前样品，公司进行最终确认 (5) 确认包装方法后，供应商开始大货生产
3、大货品质控制	(1) 供应商产前检查，确认大货面辅料品质 (2) 供应商在产品过程检查，公司质检人员定期巡查所有半成品质量，进行部分抽查，填写《大货中期检验记录》 (3) 供应商产成品最终检查，公司质检人员检查成衣的工艺、面料和包装

4、产品入库	(1) 由供应商填写《成品装箱单》，注明货号、合同号、颜色、尺码、数量等，公司质检人员检验合格后在装箱单上签字确认 (2) 产品到公司仓库后，仓管人员清点数量，录入系统
--------	---

鞋、配饰和装备类产品的外包采购流程与服装产品基本一致，但在确认大货样品环节，供应商无需按公司提供的面辅料指定信息采购面辅料，主要原因是服装类产品为公司主要的外包采购品类，服装产品受面辅料材质、色彩、工艺、后处理的影响较大，因此公司直接指定面辅料供应商以保证产品品质。

(四) 行业竞争情况以及本公司在行业中的竞争地位

1、行业竞争情况

近年来我国户外用品行业蓬勃发展，促进了一大批品牌的萌生与发展，我国市场已成为国内外知名户外运动品牌竞相争夺的重点市场。COCA 发布的《中国户外用品市场 2015 年度调查报告》显示，在激烈的市场竞争中，大品牌渐渐占据了上风，年度出货量逐年增多，市场占有率也越来越大，年出货额超过 1 亿元的品牌的市场占有率合计达到 58.25%。我国户外用品行业呈现出金字塔的竞争格局，即高端市场几乎被国外一线品牌垄断，中高端市场主要是国外二三线品牌及少数国内品牌，而多数国内品牌徘徊在中低端户外用品市场。

目前，以乐斯菲斯（The North Face）、哥伦比亚（Columbia）等为代表的国际知名品牌拥有深厚的户外品牌文化、成熟的技术研发体系，高端市场定位效应突出、产品定价较高，高端市场具有一定的进入门槛；本土品牌在技术研发及产品创新上处于相对劣势，正通过不断的研发投入和技术水平的提升，向中高端户外用品市场渗透并提升自己的市场份额。

根据 COCA 数据，截至 2015 年末我国户外品牌总数量达到 955 个，较 2014 年增长了 1.06%，其中国内品牌为 507 个，较 2014 年增长了 0.06%；国外品牌为 448 个，较 2014 年增长了 1.59%。

市场集中度方面，2015 年我国出货额超过 1,000 万元的品牌达到 88 个，占整个行业全年出货金额 81.97%。2015 年末，我国共有户外品牌 955 个，其余的 867 个品牌争夺着 18.03% 的市场。可以看出，我国户外用品市场在快速发展的同时，少数大企业占据了多数的市场份额，市场集中度较高。

我国户外用品市场正处于快速发展阶段，由于行业初期进入门槛不高，目前同质化竞争现象较为明显，包括本公司在内的国内品牌正在通过差异化营销塑造特色品牌文化，并集中在二、三线城市密集布点，品牌知名度及竞争实力在不断提升，当前国内户外用品市场形成了国际品牌和国内品牌相互渗透、相互竞争的格局。竞争的重点已从最初的产量竞争、价格竞争逐渐演变到渠道竞争，再到目前的品牌竞争阶段，未来的行业竞争将朝着综合实力的竞争方面深入发展。

2、本公司在行业中的竞争地位和市场占有率

公司的 OEM/ODM 业务出口规模在国内同类可比公司中处于前列。根据中国海关出口统计数据，2014 年和 2015 年公司帐篷类产品出口额在国内同类出口企业中排名分别为第三位和第二位。

公司的国内自主品牌业务市场营业规模目前低于已上市可比公司，2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司自主品牌业务销售收入分别为 16,972.88 万元、17,046.28 万元和 16,454.18 万元，自主品牌销售收入保持稳定。

五、与公司业务有关的主要资产情况

（一）固定资产

1、主要固定资产

公司的固定资产主要包括房屋和建筑物、机器设备、运输设备、电子及其他设备。截至 2016 年 12 月 31 日，公司固定资产账面价值为 3,026.71 万元，具体情况如下表所示：

项目	原值 (万元)	折旧 (万元)	账面价值 (万元)	成新率 (%)
房屋建筑物	3,151.97	1,269.50	1,882.47	59.72
机器设备	1,625.75	789.59	836.16	51.43
运输设备	479.58	388.94	90.64	18.90
电子及其他设备	556.26	338.81	217.45	39.09
合计	5,813.56	2,786.84	3,026.71	52.06

截至 2016 年 12 月 31 日，公司及其子公司拥有的主要生产设备如下表所示：

序号	设备类型	数量 (台)	净值 (万元)	原值 (万元)	平均成新率	分布
1	中央空调	1	18.84	46.58	40.44%	发行人
2	供电系统	1	10.65	26.02	40.94%	
3	电梯	1	8.69	21.36	40.69%	
4	缝纫机	235	6.21	124.27	5.00%	
5	低压柜	2	4.14	10.36	39.96%	
6	变频器	1	2.19	5.47	39.96%	
7	柴油发电机组	1	1.24	2.78	44.70%	
8	微机控制电子万能试验机	1	1.19	13.00	9.15%	
9	冷风机	80	0.51	10.24	5.00%	
10	盐雾试验箱	2	0.55	2.08	26.53%	
11	其他	101	7.46	133.38	5.59%	
-	小计	426	61.67	395.55	15.59%	
1	缝纫机	172	67.11	83.08	80.79%	衢州天野
2	淋雨实验室	1	26.11	30.11	86.71%	
3	PGM 自动拉布机	1	24.95	29.91	83.41%	
4	PGM 铺布机	1	18.10	26.50	68.32%	
5	花样机	7	14.37	19.79	72.62%	
6	PGM 拉布机	1	13.15	18.29	71.88%	
7	淋雨实验室控制系统	1	11.41	15.27	74.72%	
8	冷风机	47	8.50	16.80	50.58%	
9	其他	341	75.50	143.86	52.48%	
-	小计	572	259.20	383.60	67.57%	
1	缝纫机	370	65.79	143.59	45.82%	龙游勤达
2	贴胶机	19	4.26	15.44	27.57%	
3	其他	188	112.24	200.43	56.00%	
-	小计	577	182.28	359.46	50.71%	
1	叉车	2	12.69	36.58	34.69%	浙江牧高笛
2	塑封机	1	4.32	15.04	28.75%	
-	小计	3	17.01	51.62	32.96%	
1	缝纫机	268	119.54	167.05	71.56%	孟加拉天野
2	热风机	20	39.20	52.32	74.92%	
3	缝纫桌	400	17.23	24.08	71.54%	
4	无缝粘合机	2	10.80	15.09	71.56%	
5	其他	201	75.45	97.90	77.07%	
-	小计	891	262.22	356.45	73.56%	
1	缝纫机	86	12.92	24.65	52.42%	鄱阳天
2	贴胶机	6	3.82	7.28	52.43%	
3	其他	18	14.58	17.07	85.37%	

序号	设备类型	数量 (台)	净值 (万元)	原值 (万元)	平均成新率	分布
-	小计	110	31.32	49.01	63.90%	野
1	缝纫机	73	16.36	21.90	74.72%	常 山 天 野
2	贴胶机	4	3.12	4.17	74.72%	
3	花样机	2	2.16	2.89	74.72%	
4	其他	4	0.82	1.10	74.72%	
-	小计	83	22.46	30.06	74.72%	
-	合计	2,662	836.16	1,625.75	51.43%	-

注：平均成新率=净值/原值×100%

2、房屋产权

截至本招股说明书摘要签署日，牧高笛及其子公司拥有的房屋产权如下：

序号	所有权人	证号	位置	建筑面积 (平方米)	他项权利
1	发行人	衢房权证衢州市字第 14111200 号	衢州市凯旋西路 23 号 1 幢	6,520.89	抵押
2	发行人	衢房权证衢州市字第 14108405 号	衢州市世纪大道 895 号 1 幢	3,578.21	抵押
3	发行人	衢房权证衢州市字第 14108406 号	衢州市世纪大道 895 号 2 幢	13,271.38	抵押
4	发行人	衢房权证衢州市字第 14108403 号	衢州市世纪大道 895 号 3 幢	1,943.87	抵押
5	发行人	衢房权证衢州市字第 14108407 号	衢州市世纪大道 895 号 4 幢	416.84	抵押
6	发行人	衢房权证衢州市字第 14108404 号	衢州市世纪大道 895 号 5 幢	538.64	抵押
7	发行人	龙房权证龙洲街道字第 5-004452 号	龙洲街道灵江工业园区 914-4 室	995.19	抵押
8	发行人	龙房权证龙洲街道字第 5-004453 号	龙洲街道灵江工业园区 914-6 室	995.19	抵押
9	发行人	龙房权证龙洲街道字第 5-004454 号	龙洲街道灵江工业园区 909 室	1,825.85	抵押
10	发行人	龙房权证龙洲街道字第 5-004455 号	龙洲街道灵江工业园区 911-1 室	1,765.72	抵押
11	发行人	龙房权证龙洲街道字第 5-004456 号	龙洲街道灵江工业园区 911-2 室	1,765.72	抵押
12	发行人	龙房权证龙洲街道字第 5-004457 号	龙洲街道灵江工业园区 914-5 室	995.19	抵押

3、公司租赁的房屋及建筑物

截至本招股说明书摘要签署日，发行人及其境内控股子公司共租赁房屋 28 处，具体情况如下：

序号	承租方	出租方	坐落	面积 (m ²)	租赁 用途	租期	租金	土地使用权取 得方式	房屋用途
1	浙江牧高笛	东极青华	宁波外滩银亿大厦 17 楼 1701 室	311.15	办公	2015/06/01-2017/05/31	201,600 元/年	出让建设用地	办公楼
2	浙江牧高笛	宁波家乐福商业有限公司	宁波北仑区黄山路 857 号君临广场 3 号楼 1-192 号	119	商铺	2015/12/01-2018/11/30	第一年：71971.2 元 第二年：74113.2 元 第三年：76255.2 元	出让建设用地	商场
3	浙江牧高笛	宁波大榭开发区投资控股有限公司	宁波大榭开发区海光楼 404-1	64.88	办公	2016/01/29-2017/01/28	16,576 元/年	出让建设用地	办公楼
4	浙江牧高笛	宁波安得物流有限公司	宁波洪塘工业园 C 区银海路 228 号华辰电器院内	10,000	仓库	2016/01/01-2018/12/31	1,596,000 元/年	出让建设用地	仓库
5	浙江牧高笛	宁波和丰创意广场投资经营有限公司	宁波江东北路 475 号和丰创意广场意庭楼 14 楼	2,081.17	办公	2016/11/02-2021/11/01	前三年：1,671,180 元/年 第四年：1,739,546 元/年 第五年：1,807,912 元/年	出让建设用地	办公楼
6	浙江牧高笛	宁波和丰创意广场投资经营有限公司	宁波江东北路 475 号和丰创意广场 6 幢楼 21 号 1-4	387	商铺	2016/11/02-2021/11/01	前三年：452,016 元/年 第四年：470,379.12 元/年 第五年：488,742.36 元/年	出让建设用地	商业
7	浙江牧高笛	宁波西子太平洋置业有限公司	宁海西子国际广场 2F-34 号	234	商铺	2016/09/28-2021/09/27	营业额的 8%	出让建设用地	商场
8	浙江牧高笛	无锡八方汇商业经营管理有限公司	无锡滨湖区海岸城 53-121-126	361.69	商铺	2016/07/16-2021/07/15	第一、二年：营业额的 8%；第三、四年：营业额的 9%；第五年：营业额的 10%	出让建设用地	商场
9	衢州牧高笛	衢州东方商厦有限公司	沈家信安大道 398 号东方广场三楼	700	商铺	2015/01/16-2019/01/15	第一年：153,300 元 第二年：178,850 元 第三年：310,000 元 第四年：310,000 元	出让建设用地	商场

序号	承租方	出租方	坐落	面积 (m²)	租赁 用途	租期	租金	土地使用权取 得方式	房屋用途
10	鄱阳天野	江西中华工 贸有限公司	鄱阳芦田工 业区	3,304	厂房	2015/06/15- 2018/06/14	165,200 元/年	出让建设用地	工业用房
11	鄱阳天野	江西中华工 贸有限公司	鄱阳芦田工 业区	224	宿舍	2015/07/05- 2018/07/04	11,520 元/年	出让建设用地	工业配套 用房
12	鄱阳天野	宝鸿化纤(江 西)有限公司	鄱阳芦田工 业区	2,748	厂房	2016/11/21- 2021/11/20	181,350 元/年	出让建设用地	工业用房
13	衢州天野	衢州贝思特 电子科技有 限公司	衢江区天湖 南路 41 号	1,500	仓库	2016/09/30- 2017/09/30	70,000 元/年	出让建设用地	仓库
14	衢州天野	衢州楷亚实 业有限公司	莲花镇 莲花村	2,148.11	厂房	2012/11/15- 2017/11/16	前三年 86,400 元/年, 后两年 95,040 元/年	出让建设用地	市场用房
15	衢州天野	柴春龙	柯城区姜家 山乡塘头毛 家村毛家窑 18 号 7 幢 7-6 号	817	厂房	2016/7/24- 2018/7/23	50,550 元/年	出让建设用地	仓库
16	衢州天野	浙江绿锋机械 有限公司	衢州市航头街 61 号 13 幢	640	厂房	2016/12/31- 2018/12/31	87,000 元/年	出让建设用地	工业用房
17	孟加拉天 野	Bangladesh Export Processing Zones Authority	SFB-3, Ishwardi EPZ, Paksey, Ishurdi, Pabna	6,270	厂房	2015/08/02- 2017/08/01	120,384 美元/ 年	-	-
18	孟加拉天 野	Bangladesh Export Processing Zones Authority	The west side of SFB#3, Ishwardi EPZ, Paksey, Ishurdi, Pabna (注: 土地 租赁)	23.42	机房	2015/12/09- 2045/12/08	29.28 美元/年	-	-
19	孟加拉天 野	Bangladesh Export Processing Zones Authority	the roof top of SFB#3, Ishwardi EPZ, Paksey, Ishurdi, Pabna	300	餐厅	2016/01/24- 2018/01/23	5,760 美元/年	-	-
20	常山天野	浙江华杰木业 有限公司	常山县招贤镇 汪家淤村	1,300	厂房	2016/10/01- 2019/10/01	第一年: 88,800 元, 第二、三年: 90,000 元	出让建设用地	工业厂房
21	龙游勤达	下宅村经济 合作社	龙游县横山 镇下宅村	450	厂房	2015/07/15- 2018/07/14	30,000 元/年	自有集体用地	村办公用 房
22	龙游勤达	脉元村委会	龙游县横山 镇脉元村	496	厂房	2015/07/15- 2017/04/30	9,717 元	自有集体用地	村公共用 房
23	龙游勤达	西方坞村经 济合作社	龙游县横山 镇西方坞村	495	厂房	2015/07/14- 2017/05/10	5,000 元/年	自有集体用地	村公共用 房
24	龙游勤达	龚卸明	龙游县横山 镇脉元村	32	餐厅	2016/09/30- 2017/09/30	1,500 元/年	自用集体用地	出租人自 有农村住 宅

序号	承租方	出租方	坐落	面积 (m ²)	租赁 用途	租期	租金	土地使用权取 得方式	房屋用途
25	龙游勤达	张青义	龙游县詹家 镇十都村	257.5	厂房	2015/07/15- 2017/04/30	17,917 元	自用集体用地	出租人自 有农村住 宅
26	龙游勤达	吕木松	龙游县詹家 镇十都村	45	仓库	2016/02/24- 2017/02/23	3,600 元/年	自用集体用地	出租人自 有农村住 宅
27	龙游勤达	龙游县粮食 批发交易市 场	龙游县塔石 镇塔石村塔 石粮库	920	厂房	2015/06/30- 2017/07/01	第一年 52,092 元, 第二年 54,696 元	划拨建设用地	仓库
28	龙游勤达	吕玉华	龙游县詹家 镇十都村	420	厂房	2015/08/15- 2018/08/14	30,000 元/年	自用集体用地	出租人自 建

(二) 无形资产

公司的无形资产主要是土地使用权、软件、商标。截至 2016 年 12 月 31 日，公司无形资产净值为 1,234.43 万元，具体情况如下所示：

项目	金额（万元）	占无形资产净值的比例（%）
土地使用权	1,060.79	85.93
软件	139.35	11.29
商标权	34.28	2.78
合计	1,234.43	100.00

1、土地使用权

截至本招股说明书摘要签署日，牧高笛拥有以下土地使用权：

序号	使用 权人	土地证号	位置	用途	面积 (平方米)	终止日 期	他项 权利
1	发行 人	衢州国用(2014)第 08319 号	衢州市世纪大 道 895 号	工业	30,519.00	2054.8.9	抵押
2	发行 人	衢州国用(2014)第 09833 号	衢州市凯旋西 路 23 号	工业	31,842.00	2057.6.20	抵押
3	发行 人	龙游国用(2014)第 01873 号	龙游县龙洲街 道灵江工业区	工业	13,251.48	2052.4.23	抵押

2、商标

截至本招股说明书摘要签署日，公司及其子公司共拥有商标 168 个，其中中国大陆境内注册商标 149 个，国际注册商标 19 个。公司拥有的商标主要用于维护知识产权、拓展产品范围和商标防御。

(1) 牧高笛及其子公司在中国大陆境内拥有以下商标

序号	注册人	商标	注册号	核定使用类别	注册有效期
1	发行人	 Mobí Garden	7143670	第 9 类	2010/10/21-2020/10/20
2	发行人	 Mobí Garden	7143669	第 11 类	2010/10/21-2020/10/20
3	发行人	 Mobí Garden	7143668	第 18 类	2010/11/14-2020/11/13
4	发行人	 Mobí Garden	7143667	第 20 类	2012/02/14-2022/02/13
5	发行人	 Mobí Garden	7143666	第 21 类	2012/01/14-2022/01/13
6	发行人	 Mobí Garden	7143665	第 22 类	2010/11/14-2020/11/13
7	发行人	 Mobí Garden	7143664	第 25 类	2011/01/07-2021/01/06
8	发行人	 Mobí Garden	9744560	第 25 类	2012/10/14-2022/10/13
9	发行人	 Mobí Garden	4964452	第 9 类	2008/09/21-2018/09/20
10	发行人	 Mobí Garden	4481417	第 18 类	2008/11/21-2018/11/20
11	发行人	 Mobí Garden	4481418	第 20 类	2008/09/14-2018/09/13
12	发行人	 Mobí Garden	4481419	第 22 类	2008/11/21-2018/11/20
13	发行人	 Mobí Garden	4481420	第 25 类	2008/11/21-2018/11/20
14	发行人	 牧 高 笛 MOBI GARDEN	8780377	第 9 类	2011/11/21-2021/11/20
15	发行人	 牧 高 笛 MOBI GARDEN	8780400	第 11 类	2012/01/07-2022/01/06
16	发行人	 牧 高 笛 MOBI GARDEN	3423259	第 18 类	2015/02/14-2025/02/13
17	发行人	 牧 高 笛 MOBI GARDEN	3423257	第 20 类	2015/02/14-2025/02/13
18	发行人	 牧 高 笛 MOBI GARDEN	3423255	第 21 类	2014/11/14-2024/11/13

序号	注册人	商标	注册号	核定使用类别	注册有效期
19	发行人		3423271	第 22 类	2014/06/14-2024/06/13
20	发行人		3423267	第 25 类	2015/05/21-2025/05/20
21	发行人		8476679	第 25 类	2011/08/21-2021/08/20
22	发行人		9793053	第 25 类	2012/12/07-2022/12/06
23	发行人		9459835	第 25 类	2013/05/21-2023/05/20
24	发行人	牧 高 笛	4602766	第 18 类	2009/01/21-2019/01/20
25	发行人	MOBI GARDEN	4602801	第 18 类	2009/01/21-2019/01/20
26	发行人	MOBI GARDEN	4602799	第 20 类	2008/08/28-2018/08/27
27	发行人	MOBI GARDEN	4602798	第 25 类	2009/01/21-2019/01/20
28	发行人		7011646	第 9 类	2010/09/28-2020/09/27
29	发行人		7011642	第 18 类	2010/08/28-2020/08/27
30	发行人		7011641	第 20 类	2010/06/07-2020/06/06
31	发行人		7011640	第 21 类	2010/06/14-2020/06/13
32	发行人		7011639	第 22 类	2010/08/28-2020/08/27
33	发行人		7011645	第 25 类	2010/09/07-2020/09/06
34	发行人		3423270	第 22 类	2014/06/14-2024/06/13
35	发行人	Dr. Mountain	4964451	第 9 类	2008/09/21-2018/09/20
36	发行人	Dr. Mountain	4481433	第 18 类	2008/11/21-2018/11/20
37	发行人	Dr. Mountain	4481434	第 20 类	2008/09/14-2018/09/13

序号	注册人	商标	注册号	核定使用类别	注册有效期
38	发行人	Dr. Mountain	4481435	第 22 类	2008/11/07-2018/11/06
39	发行人	Dr. Mountain	4481436	第 25 类	2008/11/07-2018/11/06
40	发行人	CAMTHLON	4602795	第 18 类	2009/01/21-2019/01/20
41	发行人	CAMTHLON	4602814	第 20 类	2008/08/28-2018/08/27
42	发行人	CAMTHLON	4602813	第 22 类	2009/03/21-2019/03/20
43	发行人	CAMTHLON	4602796	第 25 类	2009/03/21-2019/03/20
44	发行人	XOPT	9710193	第 18 类	2013/02/21-2023/02/20
45	发行人	XOPT	9784947	第 20 类	2013/01/21-2023/01/20
46	发行人	XOPT	9710240	第 22 类	2012/12/07-2022/12/06
47	发行人	XOPTTech	9615852	第 24 类	2012/08/07-2022/08/06
48	发行人	XOPTTherma	9615713	第 24 类	2012/07/14-2022/07/13
49	发行人	XOPTStretch	9615739	第 24 类	2012/07/14-2022/07/13
50	发行人	XOPTWarm	9615753	第 24 类	2012/07/14-2022/07/13
51	发行人	XOPTCoolplus	9615766	第 24 类	2012/07/14-2022/07/13
52	发行人	XOPTDry	9615788	第 24 类	2012/07/14-2022/07/13
53	发行人	XOPTLite	9615809	第 24 类	2012/07/14-2022/07/13
54	发行人	OPTTech	9553975	第 25 类	2012/06/28-2022/06/27
55	发行人	OPTGrip	9553947	第 25 类	2012/06/28-2022/06/27
56	发行人	OPTClimaTech	9609881	第 22 类	2012/07/21-2022/07/20

序号	注册人	商标	注册号	核定使用类别	注册有效期
57	发行人	OPTVenTech	9609904	第 22 类	2012/07/14-2022/07/13
58	发行人	Innolite	9553915	第 25 类	2012/07/14-2022/07/13
59	发行人	SmartFit	9553813	第 25 类	2012/06/28-2022/06/27
60	发行人	StrenTex	9553765	第 18 类	2012/07/21-2022/07/20
61	发行人	StrenTex	9553642	第 22 类	2012/07/21-2022/07/20
62	发行人		9785009	第 22 类	2013/05/14-2023/05/13
63	发行人		9785016	第 22 类	2013/02/07-2023/02/06
64	发行人	冷 山	11380119	第 22 类	2014/01/21-2024/01/20
65	发行人		11856182	第 11 类	2014/05/21-2024/05/20
66	发行人		11856221	第 18 类	2014/05/21-2024/05/20
67	发行人		11856267	第 20 类	2014/05/21-2024/05/20
68	发行人		11869727	第 21 类	2014/05/21-2024/05/20
69	发行人		11870041	第 22 类	2014/05/21-2024/05/20
70	发行人		11870117	第 25 类	2014/05/21-2024/05/20
71	发行人		11869685	第 21 类	2014/05/21-2024/05/20
72	发行人	牧高笛	12638473	第 25 类	2014/10/14-2024/10/13
73	发行人		13599129	第 25 类	2015/02/14-2025/02/13
74	发行人	阳光蜻蜓	13599130	第 24 类	2015/02/07-2025/02/06
75	发行人	南极冰	13599131	第 24 类	2015/02/07-2025/02/06

序号	注册人	商标	注册号	核定使用类别	注册有效期
76	发行人	彩 笛	13687128	第 22 类	2015/03/07-2025/03/06
77	发行人	冷 山	13687129	第 24 类	2015/03/07-2025/03/06
78	发行人	沐 雪	13687130	第 24 类	2015/02/07-2025/02/06
79	发行人	沐 雪	13687131	第 22 类	2015/02/07-2025/02/06
80	发行人	采 风	13687133	第 22 类	2015/02/07-2025/02/06
81	发行人		13987258	第 18 类	2015/04/21-2025/04/20
82	发行人		13987259	第 20 类	2015/04/21-2025/04/20
83	发行人		13987260	第 22 类	2015/04/21-2025/04/20
84	发行人		13987261	第 24 类	2015/04/21-2025/04/20
85	发行人	 Mobí Garden	13987262	第 6 类	2015/04/21-2025/04/20
86	发行人	 Mobí Garden	13987263	第 11 类	2015/04/21-2025/04/20
87	发行人	 Mobí Garden	13987264	第 18 类	2015/04/21-2025/04/20
88	发行人	 Mobí Garden	13987265	第 20 类	2015/04/21-2025/04/20
89	发行人	 Mobí Garden	13987266	第 21 类	2015/04/21-2025/04/20
90	发行人	 Mobí Garden	13987267	第 22 类	2015/04/21-2025/04/20
91	发行人	 Mobí Garden	13987268	第 27 类	2015/04/21-2025/04/20
92	发行人		13987270	第 6 类	2015/04/21-2025/04/20
93	发行人		13987274	第 21 类	2015/04/21-2025/04/20
94	发行人		13987275	第 24 类	2015/04/21-2025/04/20

序号	注册人	商标	注册号	核定使用类别	注册有效期
95	发行人		12928643	第 23 类	2014/12/14-2024/12/13
96	发行人		12928691	第 24 类	2014/12/14-2024/12/13
97	发行人		12819988	第 21 类	2014/12/21-2024/12/20
98	发行人		12820097	第 22 类	2014/12/21-2024/12/20
99	发行人		12928490	第 23 类	2014/12/21-2024/12/20
100	发行人	牧高笛	12928617	第 23 类	2014/12/14-2024/12/13
101	发行人	牧高笛	12928727	第 24 类	2014/12/14-2024/12/13
102	发行人		12928701	第 24 类	2014/12/14-2024/12/13
103	发行人		12928829	第 23 类	2014/12/21-2024/12/20
104	发行人		11856177	第 11 类	2014/07/14-2024/07/13
105	发行人		11856214	第 18 类	2014/07/14-2024/07/13
106	发行人		11856259	第 20 类	2014/08/14-2024/08/13
107	发行人		11869921	第 22 类	2014/08/14-2024/08/13
108	发行人	冷山	11792041	第 18 类	2014/08/28-2024/08/17
109	发行人		12613240	第 16 类	2014/10/14-2024/10/13
110	发行人		12613464	第 41 类	2014/10/14-2024/10/13
111	发行人	行无碍	12646825	第 35 类	2014/10/14-2024/10/13
112	发行人	软猬甲	12819421	第 18 类	2014/10/28-2024/10/27
113	发行人	软猬甲	12819498	第 20 类	2014/10/28-2024/10/27

序号	注册人	商标	注册号	核定使用类别	注册有效期
114	发行人		12819560	第 22 类	2014/10/28-2024/10/27
115	发行人		12819358	第 23 类	2014/10/28-2024/10/27
116	发行人		12819321	第 24 类	2014/10/28-2024/10/27
117	发行人		12613260	第 16 类	2015/03/21-2025/03/20
118	发行人		12613386	第 35 类	2015/03/28-2025/03/27
119	发行人		12613490	第 41 类	2015/03/21-2025/03/20
120	发行人		12613341	第 35 类	2015/03/28-2025/03/27
121	发行人		12646917	第 24 类	2015/03/21-2025/03/20
122	浙江牧高笛	周末背包客	14433549	第 18 类	2015/05/28-2025/05/27
123	发行人		9341734	第 18 类	2014/05/07-2024/05/06
124	发行人		13987273	第 20 类	2015/09/07-2025/09/06
125	发行人	MOBI GARDEN	15382525	第 35 类	2016/01/21-2026/01/20
126	发行人		15382563	第 35 类	2016/01/21-2026/01/20
127	发行人		13987269	第 25 类	2016/05/28-2026/05/27
128	发行人		15382679	第 35 类	2016/01/14-2026/01/13
129	发行人	锁热	15964488	第 25 类	2016/02/21-2026/02/20
130	发行人		15968188	第 20 类	2016/02/21-2026/02/20
131	发行人		15968405	第 18 类	2016/02/21-2026/02/20
132	发行人		15967945	第 22 类	2016/04/21-2026/04/20

序号	注册人	商标	注册号	核定使用类别	注册有效期
133	发行人		15967812	第 25 类	2016/05/07-2026/05/06
134	发行人	甲骨鹿	16068876	第 25 类	2016/03/14-2026/03/13
135	发行人	XOPT	13643185	第 24 类	2015/02/14-2025/02/13
136	发行人	XOPT	13643186	第 24 类	2016/02/28-2026/02/27
137	发行人		13987271	第 11 类	2016/03/21-2026/03/20
138	发行人		12819680	第 11 类	2015/08/28-2025/08/27
139	发行人		12819733	第 18 类	2015/08/14-2025/08/13
140	发行人		12819887	第 20 类	2015/08/14-2025/08/13
141	发行人		11792124	第 25 类	2015/08/28-2025/08/27
142	发行人	XOPT	9710290	第 25 类	2013/01/14-2023/01/13
143	发行人		12961671	第 25 类	2015/12/28-2025/12/27
144	发行人	甲骨鹿	16176457	第 18 类	2016/03/28-2026/03/27
145	发行人	甲骨鹿	16176182	第 9 类	2016/03/28-2026/03/27
146	发行人	甲骨鹿	16176237	第 21 类	2016/03/28-2026/03/27
147	发行人	甲骨鹿	16176390	第 22 类	2016/03/28-2026/03/27
148	发行人	甲骨鹿	16176315	第 20 类	2016/03/28-2026/03/27

序号	注册人	商标	注册号	核定使用类别	注册有效期
149	发行人		13987272	第 18 类	2016/08/14-2026/08/23

(2) 牧高笛及其子公司在中国大陆境外拥有以下商标

序号	注册人	商标	注册号	核定使用类别	注册有效期	注册地/授权地
1	发行人		301725633	第 9; 11; 18; 20; 21; 22; 25 类	2010/09/29-2020/09/28	香港
2	发行人		01481019	第 9; 11; 18; 20; 21; 22; 25 类	2011/10/16-2021/10/15	台湾
3	发行人		01490152	第 9; 11; 18; 20; 21; 22; 25 类	2011/12/01-2021/11/30	台湾
4	发行人		301725642	第 9; 11; 18; 20; 21; 22; 25 类	2010/09/29-2020/9/28	香港
5	发行人*		302486494	第 11; 18; 20; 21; 22; 24; 25 类	2013/01/05-2023/01/04	香港
6	发行人*		302453887	第 24 类	2012/12/03-2022/12/02	香港
7	发行人		01593958	第 18 类	2013/08/16-2023/08/15	台湾
8	发行人		01606246	第 11 类	2013/11/01-2023/10/31	台湾
9	发行人		01594016	第 20 类	2013/08/16-2023/08/15	台湾

序号	注册人	商标	注册号	核定使用类别	注册有效期	注册地/授权地
10	发行人		0160649 4	第 21 类	2013/11/01-202 3/10/31	台湾
11	发行人		0159125 9	第 22 类	2013/08/01-202 3/07/31	台湾
12	发行人		0159409 1	第 24 类	2013/08/16-202 3/08/15	台湾
13	发行人		0159419 8	第 25 类	2013/08/16-202 3/08/15	台湾
14	发行人		0156331 4	第 24 类	2013/02/01-202 3/01/31	台湾
15	发行人*		1115015	第 22 类	2012/01/31-202 2/01/31	马德里协定(澳 大利亚、英国、 俄罗斯)
16	发行人*		1116721	第 22 类	2012/01/31-202 2/01/31	马德里协定(澳 大利亚、英国、 俄罗斯)
17	发行人		1037397	第 11; 18; 20; 21; 22; 25 类	2009/05/19-201 9/05/19	马德里协定(俄 罗斯、欧盟)
18	发行人		931572	第 9, 18, 20, 22, 25 类	2007/4/23-2017 /4/23	马德里协定(澳 大利亚、欧盟、 美国)
19	发行人		887219	第 20, 22 类	2016/03/28-202 6/03/28	马德里协定(澳 大利亚、俄罗 斯)

注*：注册人名称仍为“浙江来飞户外用品股份有限公司”，名称变更正在办理过程中。

(3) 正在转让中的商标

2014 年 1 月 10 日，公司与东极青华签署《商标转让协议》，无偿受让东极青华拥有的 4 项国际注册商标，其中注册号为 1037397、931572、887219 的三个国际注册商标转让手续已完成，目前商标所有人已变更为牧高笛户外用品股份有限公司；注册号为 929069 的国际注册商标的转让手续仍在办理中，具体情况如下：

序号	注册人	商标	注册号	核定使用类别	注册有效期	注册地/授权地
----	-----	----	-----	--------	-------	---------

1	东极青华	Dr. Mountain	929069	第 9, 18, 20, 22, 25 类	2007/04/16-20 17/04/16	马德里协定(澳 大利亚、欧盟)
---	------	---------------------	--------	--------------------------------	---------------------------	--------------------

注册号为 929069 的国际注册商标在申请转让时的商标所有人为来飞野营，故需先办理该商标权利人的更名手续，才能办理转让手续。截至本招股说明书摘要签署日，该商标权利人的更名手续已经完成，转让手续仍在办理中。

上述商标为发行人自主品牌“牧高笛”和“Mobi Garden”相关注册商标。发行人自主品牌产品目前以国内销售为主，故上述国际注册商标主要目的为保护公司商标权益，对实际经营未产生实质性作用。

3、专利使用权

截至本招股说明书摘要签署日，牧高笛及子公司拥有专利 115 个，主要应用于公司的露营帐篷产品，具体情况如下：

序号	专利名称	专利权人	专利类型	专利号	专利申请日
1	帐篷（风行 2）	发行人	外观设计	ZL 2012 3 0458604.2	2012/09/24
2	一种沙滩篷	发行人	实用新型	ZL 2012 2 0503400.0	2012/09/27
3	一种可循环的通风系统	发行人	实用新型	ZL 2013 2 0567426.6	2013/09/12
4	帐篷（追梦）	发行人	外观设计	ZL 2013 3 0450762.8	2013/09/22
5	一种网纱篷与遮阳披的组合结构	发行人	实用新型	ZL 2013 2 0589437.4	2013/09/22
6	帐篷（季风）	发行人	外观设计	ZL 2013 3 0438391.1	2013/09/12
7	一种增大空间的帐篷结构	发行人	实用新型	ZL 2013 2 0585847.1	2013/09/22
8	一种带防水窗户的帐篷	发行人	实用新型	ZL 2010 2 0592280.7	2010/11/04
9	一种带防水门的帐篷	发行人	实用新型	ZL 2010 2 0592294.9	2010/11/04
10	一种固定帐篷用的防风绳拉攀	发行人	实用新型	ZL 2011 2 0241745.9	2011/07/11
11	一种顶部具有通风窗的帐篷	发行人、浙江牧高笛	实用新型	ZL 2011 2 0325477.9	2011/09/01
12	帐篷（风锐）	发行人	外观设计	ZL 2014 3 0038948.7	2014/03/03
13	一种八角帐篷	发行人	实用新型	ZL 2012 2 0497553.9	2012/09/27
14	帐篷门拉链处的防水结构	发行人	实用新型	ZL 2011 2 0233476.1	2011/07/02

序号	专利名称	专利权人	专利类型	专利号	专利申请日
15	一种外篷的快速安装结构	发行人	实用新型	ZL 2011 2 0232206.9	2011/07/02
16	一种快撑篷	发行人	实用新型	ZL 2012 2 0497524.2	2012/09/27
17	一种帐篷袋	发行人	实用新型	ZL 2012 2 0503288.0	2012/09/27
18	帐篷（雅致 2）	发行人	外观设计	ZL 2012 3 0459293.1	2012/09/24
19	帐篷（旅俊）	发行人	外观设计	ZL 2014 3 0038949.1	2014/03/03
20	一种具有反光功能的帐篷	发行人	实用新型	ZL 2010 2 0619638.0	2010/11/22
21	一种半披结构的帐篷	发行人	实用新型	ZL 2012 2 0498277.8	2012/09/27
22	一种帐篷上的立体窗	发行人	实用新型	ZL 2011 2 0334443.6	2011/09/07
23	一种多功能便携帐篷外袋	发行人	实用新型	ZL 2011 2 0244076.0	2011/07/11
24	帐篷（旅居）	发行人	外观设计	ZL 2013 3 0450796.7	2013/09/22
25	帐篷（幻影）	发行人	外观设计	ZL 2013 3 0043536.8	2013/02/22
26	一种尖顶帐篷	发行人	实用新型	ZL 2015 2 0393986.3	2015/06/09
27	一种大型户外帐篷	发行人	实用新型	ZL 2015 2 0395377.1	2015/06/09
28	一种带外披的户外帐篷	发行人	实用新型	ZL 2015 2 0399627.9	2015/06/09
29	一种户外双层帐篷	发行人	实用新型	ZL 2015 2 0395376.7	2015/06/09
30	一种尖顶帐篷	发行人	实用新型	ZL 2015 2 0395360.6	2015/06/09
31	一种敞开式户外帐篷	发行人	实用新型	ZL 2015 2 0395050.4	2015/06/09
32	一种小型户外帐篷	发行人	实用新型	ZL 2015 2 0393054.9	2015/06/09
33	帐篷（家庭 2 人帐内篷）	发行人	外观设计	ZL 2015 3 0209158.5	2015/06/23
34	帐篷（Trip-A 塔）	发行人	外观设计	ZL 2015 3 0209243.1	2015/06/23
35	帐篷（苍穹凉亭）	发行人	外观设计	ZL 2015 3 0209352.3	2015/06/23
36	帐篷（家庭 4 人帐内篷）	发行人	外观设计	ZL 2015 3 0209358.0	2015/06/23
37	帐篷（家庭 4 人帐外篷）	发行人	外观设计	ZL 2015 3 0209229.1	2015/06/23
38	帐篷（Pop up 帐外篷）	发行人	外观设计	ZL 2015 3 0209360.8	2015/06/23
39	帐篷（家庭 2 人帐外篷）	发行人	外观设计	ZL 2015 3 0209319.0	2015/06/23
40	帐篷（Pop up 帐内篷）	发行人	外观设计	ZL 2015 3 0209245.0	2015/06/23
41	一种可搭扣帐篷	发行人	实用新型	ZL 2015 2 0504841.6	2015/07/13
42	一种连体组合帐篷	发行人	实用新型	ZL 2015 2 0504374.7	2015/07/13

序号	专利名称	专利权人	专利类型	专利号	专利申请日
43	帐篷（6）	衢州天野*	外观设计	ZL 2011 3 0490084.9	2011/12/20
44	帐篷（2）	衢州天野*	外观设计	ZL 2011 3 0490052.9	2011/12/20
45	帐篷（10）	衢州天野*	外观设计	ZL 2011 3 0490112.7	2011/12/20
46	一种组合快撑帐篷	衢州天野	实用新型	ZL 2012 2 0498126.2	2012/09/27
47	一种超轻便帐篷	衢州天野	实用新型	ZL 2011 2 0242872.0	2011/07/11
48	一种隧道帐篷的连接结构	衢州天野	实用新型	ZL 2013 2 0272900.2	2013/05/16
49	一种可互拼的帐篷	衢州天野	实用新型	ZL 2012 2 0070247.7	2012/02/29
50	一种快撑篷	衢州天野	实用新型	ZL 2012 2 0497898.4	2012/09/27
51	通风效果好的帐篷	衢州天野、浙江牧高笛	实用新型	ZL 2011 2 0244137.3	2011/07/11
52	一种无拼缝帐篷底角	衢州天野	实用新型	ZL 2012 2 0070345.0	2012/02/29
53	一种内撑帐篷	衢州天野	实用新型	ZL 2012 2 0503179.9	2012/09/27
54	可快速撑开及收合帐篷的方法及骨架	衢州天野	发明	ZL 2011 1 0318227.7	2011/10/19
55	一种帐篷通风帽结构	衢州天野	实用新型	ZL 2012 2 0046590.8	2012/02/14
56	帐篷（5）	衢州天野*	外观设计	ZL 2011 3 0490074.5	2011/12/20
57	一种固定在铁架篷上的帐篷	衢州天野	实用新型	ZL 2012 2 0504047.8	2012/09/27
58	一种双层篷	衢州天野	实用新型	ZL 2012 2 0498276.3	2012/09/27
59	用于帐篷的支架结构	衢州天野	实用新型	ZL 2014 2 0092241.9	2014/03/03
60	一种可快速收搭的一体式帐篷	衢州天野	实用新型	ZL 2012 2 0025920.5	2012/01/19
61	帐篷（徒步 002）	衢州天野	外观设计	ZL 2012 3 0016070.8	2012/01/19
62	一种房车帐篷	衢州天野	实用新型	ZL 2012 2 0497984.5	2012/09/27
63	帐篷（飞翼）	衢州天野	外观设计	ZL 2012 3 0303223.7	2012/07/09
64	帐篷（CF005）	衢州天野	外观设计	ZL 2012 3 0458533.6	2012/09/24
65	帐篷（CF001）	衢州天野	外观设计	ZL 2012 3 0458552.9	2012/09/24
66	帐篷（CF003）	衢州天野	外观设计	ZL 2012 3 0458578.3	2012/09/24
67	一种方便撑起和拆卸的帐篷	衢州天野*	实用新型	ZL 2010 2 0531844.6	2010/09/16
68	蹦床充气式围栏的支撑结构	发行人	实用新型	ZL 2015 2 0810759.6	2015/10/19
69	帐篷（徒步 001）	衢州天野	外观设计	ZL 2012 3 0016072.7	2012/01/19

序号	专利名称	专利权人	专利类型	专利号	专利申请日
70	可快速撑开及收合帐篷骨架	衢州天野、浙江牧高笛	实用新型	ZL 2011 2 0398600.X	2011/10/19
71	帐篷（三杆分开）	衢州天野	外观设计	ZL 2012 3 0016075.0	2012/01/19
72	一种单层帐篷	衢州天野	实用新型	ZL 2012 2 0497971.8	2012/09/27
73	一种帐篷外披	衢州天野	实用新型	ZL 2012 2 0503461.7	2012/09/27
74	一种顶部带储物袋的帐篷	衢州天野*	实用新型	ZL 2010 2 0550021.8	2010/09/29
75	一种帐篷的防水底角结构	衢州天野、浙江牧高笛	实用新型	ZL 2010 2 0550117.4	2010/09/30
76	帐篷（三杆圆顶）	衢州天野	外观设计	ZL 2012 3 0016073.1	2012/01/19
77	一种帐篷通风窗结构	衢州天野	实用新型	ZL 2012 2 0070003.9	2012/02/29
78	帐篷（三杆一点）	衢州天野	外观设计	ZL 2012 3 0016077.X	2012/01/19
79	帐篷（徒步 003）	衢州天野	外观设计	ZL 2012 3 0438235.0	2012/09/14
80	一种内撑的帐篷	衢州天野	实用新型	ZL 2012 2 0046596.5	2012/02/14
81	一种带单面透视窗户的帐篷	衢州天野	实用新型	ZL 2012 2 0046610.1	2012/02/14
82	帐篷（徒步 004）	衢州天野	外观设计	ZL 2012 3 0016068.0	2012/01/19
83	双篷帐篷的连接结构	衢州天野	实用新型	ZL 2013 2 0260196.9	2013/05/13
84	帐篷（8）	衢州天野*	外观设计	ZL 2011 3 0490114.6	2011/12/20
85	帐篷（超轻新）	衢州天野	外观设计	ZL 2012 3 0016074.6	2012/01/19
86	一种可全开的帐篷门结构	衢州天野	实用新型	ZL 2012 2 0070343.1	2012/02/29
87	一种帐篷用的捆扎带	衢州天野、浙江牧高笛	实用新型	ZL 2010 2 0678766.2	2010/12/24
88	一种用于帐篷的新型挂钩	衢州天野	实用新型	ZL 2012 2 0446451.4	2012/09/04
89	一种单双层相结合的帐篷	衢州天野	实用新型	ZL 2012 2 0446970.0	2012/09/04
90	一种用于帐篷上交叉杆的四通结构	衢州天野	实用新型	ZL 2012 2 0447079.9	2012/09/04
91	一种帐篷外袋	衢州天野	实用新型	ZL 2012 2 0447516.7	2012/09/04
92	一种新型快撑帐篷骨架	衢州天野	实用新型	ZL 2012 2 0446312.1	2012/09/04
93	一种快撑帐篷骨架	衢州天野	实用新型	ZL 2012 2 0296243.0	2012/06/25
94	帐篷（CF002）	衢州天野	外观设计	ZL 2012 3 0458547.8	2012/09/24
95	帐篷（CF004）	衢州天野	外观设计	ZL 2012 3 0459423.1	2012/09/24

序号	专利名称	专利权人	专利类型	专利号	专利申请日
96	一种通过登山杖固定的帐篷结构	衢州天野	实用新型	ZL 2014 2 0251144.X	2014/05/15
97	帐篷(轻骑超轻 1)	衢州天野	外观设计	ZL 2014 3 0133554.X	2014/05/15
98	一种缝纫工艺模具	衢州天野	实用新型	ZL 2014 2 0546100.X	2014/09/22
99	一种缝纫机压脚	衢州天野	实用新型	ZL 2014 2 0546535.4	2014/09/22
100	一种粘取线头的拍子	衢州天野	实用新型	ZL 2014 2 0546561.7	2014/09/22
101	凉爽吸热型速干面料	浙江牧高笛	实用新型	ZL 2014 2 0119833.5	2014/03/18
102	冲锋衣(软猬甲)	浙江牧高笛	外观设计	ZL 2013 3 0404730.4	2013/08/23
103	鞋底(甲骨赤足多功能)	浙江牧高笛	外观设计	ZL 2014 3 0259385.4	2014/07/28
104	鞋底(甲骨徒步)	浙江牧高笛	外观设计	ZL 2014 3 0258988.2	2014/07/28
105	鞋底(甲骨越野跑)	浙江牧高笛	外观设计	ZL 2014 3 0258533.0	2014/07/28
106	锁热结构	浙江牧高笛	实用新型	ZL 2015 2 0091467.1	2015/02/10
107	鞋底(甲骨多功能)	浙江牧高笛	外观设计	ZL 2015 3 0070617.6	2015/03/23
108	具有充气式围栏的蹦床组件	发行人	实用新型	ZL 2015 2 0810788.2	2015/10/19
109	蹦床组件的充气式围栏	发行人	实用新型	ZL 2015 2 0812466.1	2015/10/19
110	一种尖顶帐篷	发行人	实用新型	ZL 2015 2 0811218.5	2015/10/19
111	一种单人帐篷	发行人	实用新型	ZL 2015 2 0811277.2	2015/10/19
112	一种户外帐篷	发行人	实用新型	ZL 2015 2 0811370.3	2015/10/19
113	一种可快速收搭帐篷的方法及一体式帐篷	衢州天野	发明	ZL 2012 1 0017621.1	2012/01/19
114	遮阳披及带遮阳披的帐篷	发行人	实用新型	ZL2016 20133308.8	2016/02/22
115	用于收纳羽绒服的便携式压缩袋	发行人	实用新型	ZL2016 20226071.8	2016/03/22

注*: 专利权人名称仍为“衢州天野旅游帐篷有限公司”, 名称变更正在办理过程中。

六、同业竞争与关联交易

(一) 同业竞争

1、公司与控股股东及其控制的其他企业的同业竞争情况

本公司控股股东为东极青华，经营范围为实业投资。截至本招股说明书摘要签署日，东极青华除持有公司 70.88%的股权外，无直接或间接控制其他企业。本公司与控股股东之间不存在同业竞争。

2、公司与实际控制人及其控制的其他企业的同业竞争情况

截至本招股说明书摘要签署日，本公司实际控制人为陆瞰华、陆瞰峰两位自然人，二人未在本公司以外从事与本公司主营业务相同或相似的业务，与本公司不存在同业竞争。

本公司实际控制人中陆瞰华直接控制东极青华，陆瞰峰直接控制宁波嘉拓。东极青华经营范围为实业投资；宁波嘉拓经营范围为办公设备、日用百货、五金交电、工艺品、文件用品的批发、零售；办公设备、工艺品、文具用品的设计、制造、加工（限分支机构经营）；风景园林工程的设计、施工；商用车及九座以上乘用车的销售、租赁；展览展示服务；文化艺术交流活动策划；企业管理咨询；自营和代理货物和技术的进出口等。上述公司均不从事与本公司主营业务相同或相似的业务，与本公司不存在同业竞争。

陆瞰峰曾对外投资设立冷山户外和瞰峰服饰店。冷山户外和瞰峰服饰店分别经营一家商场店，主要从事发行人的产品零售业务，已分别于 2014 年 7 月和 2012 年 10 月注销。

3、避免同业竞争的承诺

本公司实际控制人陆瞰华及其控制的东极青华、陆瞰峰及其控制的宁波嘉拓分别出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，主要内容为：

“1、本人/本公司直接或间接控制的除发行人及其子公司以外的企业目前不存在自营、与他人共同经营、为他人经营或以其他任何方式直接或间接从事与发行人及其子公司相同、相似或构成实质竞争业务的情形；

2、在持有发行人股份期间，本人/本公司将不会采取参股、控股、自营、联营、合营、合作或者其他任何方式直接或间接从事与发行人及其子公司现在和将来业务范围相同、相似或构成实质竞争的业务，也不会协助、促使或代表任何第

三方以任何方式直接或间接从事与发行人及其子公司现在和将来业务范围相同、相似或构成实质竞争的业务；

3、在持有发行人股份期间，对于本人/本公司直接或间接控制的其他企业，本人/本公司将通过派出机构和人员（包括但不限于董事、高级管理人员等）以及本人/本公司在该等企业中的控制地位，保证该等企业比照前款规定履行与本人/本公司相同的不竞争义务；

4、如因国家政策调整等不可抗力原因导致本人/本公司或本人/本公司直接或间接控制的其他企业将来从事的业务与发行人及其子公司现在或将来业务之间的同业竞争可能构成或不可避免时，则本人/本公司将在发行人及其子公司提出异议后及时转让或终止该等业务或促使本人/本公司直接或间接控制的其他企业及时转让或终止该等业务；如发行人及其子公司进一步要求，发行人及其子公司享有该等业务在同等条件下的优先受让权；

5、如从第三方获得任何与发行人经营的业务存在竞争或潜在竞争的商业机会，本人/本公司及本人/本公司直接或间接控制的其他企业将立即通知发行人，并尽力将该商业机会让与发行人及其子公司；

6、如本人/本公司违反上述承诺，发行人及其子公司、发行人及其子公司的其他股东有权根据本承诺函依法申请强制本人/本公司履行上述承诺，并赔偿发行人及其子公司、发行人及其子公司的其他股东因此遭受的全部损失；同时本人/本公司因违反上述承诺所取得的利益归发行人所有。”

（二）关联交易

1、关联方

根据《公司法》、《企业会计准则》等相关法律法规的有关规定，截至本招股说明书摘要签署日，本公司主要关联方包括：

（1）存在控制关系的关联方

公司控股股东及实际控制人：

关联方名称	与本公司的关系
-------	---------

东极青华	控股股东
陆瞰华	实际控制人之一
陆瞰峰	实际控制人之一

公司的子公司：

关联方名称	与本公司的关系
龙游勤达	全资子公司
衢州天野	全资子公司
宁波牧高笛	全资子公司
浙江牧高笛	全资子公司
香港来飞	全资子公司
孟加拉天野	全资子公司
衢州牧高笛	全资子公司
鄱阳天野	全资子公司
常山天野	全资子公司
无锡牧高笛	全资子公司

注：孟加拉天野为公司与衢州天野共同全资控股的子公司，衢州牧高笛、无锡牧高笛为浙江牧高笛全资控股的子公司，鄱阳天野、常山天野为衢州天野全资控股的子公司。

截至本招股说明书摘要签署日，本公司共拥有 10 家子公司。

（2）不存在控制关系的关联方

①其他持有公司 5%以上股份的主要股东

关联方名称	与本公司的关系
宁波嘉拓	持股 5%以上股东、实际控制人控制的企业
深创投	持股 5%以上股东

②公司控股股东、实际控制人控制的其他企业

截至本招股说明书摘要签署日，实际控制人中陆瞰华直接控制东极青华；陆瞰峰直接控制宁波嘉拓，陆瞰华与陆瞰峰共同控制本公司，除此控制关系外，本公司控股股东和实际控制人无直接或间接控制其他企业。

（3）关联自然人

本公司的关联自然人主要包括：公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员；公司控股股东东极青华董事、监事及高级管理人员。其中，关系密切的家庭成员，主要包括配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、父母及配偶的

父母、兄弟姐妹及其配偶、配偶的兄弟姐妹、子女配偶的父母等。

本公司控股股东东极青华现任执行董事为陆瞰华，系公司实际控制人之一；东极青华现任监事为黄赛，系公司现任董事，与公司原董事黄芳系姐妹关系；东极青华现任高级管理人员为黄芳，系公司原董事且与公司实际控制人陆瞰华为夫妻关系。

（4）其他关联法人

报告期内，本公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员直接或间接控制的，或者担任董事、高级管理人员的除本公司及控股子公司以外的其他企业；以及根据实质重于形式原则认定的其他与本公司有特殊关系，可能导致公司利益对其倾斜的企业为本公司的其他关联法人，具体包括：

关联方名称	与本公司的关系
华安机械	实际控制人投资并具有重大影响的企业（2013年8月已注销）
龙游亮星	实际控制人关系密切的家庭成员控制的企业
龙游宝亮	实际控制人关系密切的家庭成员控制的企业
龙游宝源	实际控制人关系密切的家庭成员 投资并具有重大影响的企业
浙江百汇	实际控制人关系密切的家庭成员控制的企业
浙江宝聚来	实际控制人关系密切的家庭成员控制的企业
瞰峰服饰店	实际控制人控制的企业（2012年10月已注销）
冷山户外	实际控制人控制的企业（2014年7月已注销）
林峰帐篷	实际控制人关系密切的家庭成员控制的企业，2014年10月鄱阳天野收购了其主要经营性资产（2015年10月已注销）
拓金帐篷	实际控制人关系密切的家庭成员控制的企业，2015年7月常山天野收购了其主要经营性资产（2016年4月已注销）
泰来帐篷	实际控制人关系密切的家庭成员控制的企业，2015年7月龙游勤达收购了其主要经营性资产（2016年1月已注销）
惠君帐篷	实际控制人关系密切的家庭成员控制的企业，2015年7月龙游勤达收购了其主要经营性资产（2016年2月已注销）
华鑫投资	实际控制人关系密切的家庭成员控制的企业
衢州阿曼达家居有限公司	董事黄赛原参股的企业（已于2015年2月转让全部股份）
深圳市斯迈尔国际展览有限公司	董事陈外华关系密切的家庭成员控制的企业
北京荣峰时代科技有限责任公司	独立董事韩云钢关系密切的家庭成员控制的企业
威盛电子	原董事黄芳担任董事的企业，已注销
衢州华森	实际控制人关系密切的家庭成员控制的企业 （2011年7月已注销）
宁波市鄞州丰裕餐饮有限公司	监事会主席郑百英兄弟郑百丰控制的企业

衢州市柯城罗蒂面包房	财务总监杜素珍配偶邵建林开办的个体工商户
浙江中露联投资管理股份有限公司	实际控制人陆墩峰配偶陈敏华控股的企业
龙游峰歌	原董事黄芳、现董事黄赛远房亲属吴赛君开设的个人独资企业
衢州市衢江区罗蒂面包房	财务总监杜素珍配偶邵建林开办的个体工商户
浙江中体拓投资管理股份有限公司	公司实际控制人陆墩峰配偶陈敏华控股的企业

2、经常性关联交易

(1) 采购商品或接受劳务

方联关	内容	定价方式	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
			金额 (万元)	占同类 交易比 例	金额 (万元)	占同类 交易比 例	额金 (万元)	占同类 交易比 例
龙游宝亮	采购地钩等金属制品	协商定价	-	-	-	-	27.62	0.09%
龙游亮星	采购丝印	协商定价	89.87	0.32%	149.64	0.49%	172.09	0.58%
林峰帐篷	帐篷外协加工	协商定价	-	-	-	-	1,268.31	4.25%
拓金帐篷	帐篷外协加工	协商定价	-	-	92.13	0.30%	169.34	0.57%
泰来帐篷	帐篷外协加工	协商定价	-	-	178.14	0.59%	385.01	1.29%
惠君帐篷	帐篷外协加工	协商定价	-	-	99.49	0.33%	256.07	0.86%
龙游峰歌	采购地钩等金属制品	协商定价	19.73	0.07%	-	-	-	-
合计	-	-	109.61	0.39%	519.40	1.71%	2,278.44	7.64%

(2) 销售商品或提供劳务

报告期内，公司不存在向关联方销售商品或提供劳务的情形。为减少公司未来与林峰帐篷之间的关联交易，公司的子公司鄱阳天野于 2014 年 10 月从林峰帐篷购买了其全部与户外帐篷生产相关的机器设备等固定资产，林峰帐篷于 2015 年 10 月完成清算注销，本公司已不再与其产生关联交易。为减少公司未来与拓金帐篷、泰来帐篷和惠君帐篷之间的关联交易，2015 年 7 月，公司的子公司常山天野从拓金帐篷、子公司龙游勤达从泰来帐篷和惠君帐篷分别购买了其全部与户外帐篷生产相关的主要经营性资产。截至本招股说明书摘要签署日，泰来帐篷、

惠君帐篷和拓金帐篷已完成清算注销，本公司与上述四家公司不再产生关联交易。

3、偶发性关联交易

(1) 其他资产转让

交易时间	转让方	受让方	交易标的	交易金额(万元)
2014年1月10日*	东极青华	发行人	4项国际注册商标	无偿受让
2014年10月8日	林峰帐篷	鄞阳天野	机器设备	43.87
2015年7月17日	拓金帐篷	常山天野	机器设备	30.06
2015年7月14日	泰来帐篷	龙游勤达	机器设备	44.55
2015年7月14日	惠君帐篷	龙游勤达	机器设备	18.38

注*：2014年1月10日，公司与东极青华签署《商标转让协议》，无偿受让东极青华拥有的4项国际注册商标。截至本招股说明书摘要签署日，商标号为887219、931572、1037397的国际注册商标已完成变更，商标号为929069的国际注册商标的转让手续正在办理过程中。

(2) 关联租赁

出租方	承租方	租赁资产	当期确认租赁费(万元)		
			2016年度	2015年度	2014年度
东极青华	宁波牧高笛、浙江牧高笛 ^注	办公楼	20.16	20.16	20.16
东极青华	浙江牧高笛	宿舍	-	3.60	3.60

注：2015年1-5月，办公楼由宁波牧高笛租赁，2015年6月1日之后由浙江牧高笛租赁

(3) 关联担保

报告期内，本公司无除对其子公司以外的关联担保事项。

(4) 非经营性关联方资金往来情况

报告期内，发行人不存在与关联方之间的非经营性资金往来。

4、应收应付款余额

报告期内，本公司与关联方之间应收、应付往来款账面余额情况如下：

单位：万元

项目	关联方	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
其他应收款	马其刚	0.69	-	-
	俞静	1.23	-	-

	常山拓金	-	-	8.56
应付账款	龙游宝亮	-	3.20	3.20
	龙游亮星	21.90	16.15	21.67
	龙游峰歌	0.06	-	-

（三）独立董事对关联交易出具的意见

独立董事对发行人报告期内关联交易履行的审议程序的合法性和交易的公允性发表了无保留意见。公司独立董事李进一、韩云钢、胡奕明认为：“发行人报告期内的重大关联交易定价公允，未损害公司及其他股东利益的情况”。

（四）关联交易对发行人财务状况和经营成果的影响

本公司具有独立的采购、生产和销售体系，不存在日常生产经营严重依赖关联方的情况。报告期内，本公司的关联交易过程合法、价格公允。因此，关联交易未损害公司及其他非关联股东的利益，对本公司的财务状况和经营成果未产生重大影响。

七、董事、监事及高级管理人员

（一）本公司董事、监事及高级管理人员的基本情况

1、董事基本情况

序号	姓名	性别	国籍	职位	提名人	任期
1	陆瞰华	男	中国	董事长	董事会	2015.10.18-2018.10.17
2	陆瞰峰	男	中国	副董事长	董事会	2015.10.18-2018.10.17
3	黄 赛	女	中国	董事	董事会	2015.10.18-2018.10.17
4	徐 静	女	中国	董事	董事会	2015.10.18-2018.10.17
5	周 艳	女	中国	董事	董事会	2015.10.18-2018.10.17
6	陈外华	男	中国	董事	董事会	2015.10.18-2018.10.17
7	李进一	男	中国	独立董事	董事会	2015.10.18-2018.10.17
8	韩云钢	男	中国	独立董事	董事会	2015.10.18-2018.10.17
9	胡奕明	女	中国	独立董事	董事会	2015.10.18-2018.10.17

2、监事基本情况

序号	姓名	性别	国籍	职位	提名人	任期
----	----	----	----	----	-----	----

1	郑百英	女	中国	监事会主席	职工代表大会	2015.10.18-2018.10.17
2	邹冠玉	女	中国	监事	监事会	2015.10.18-2018.10.17
3	俞 静	女	中国	监事	监事会	2015.10.18-2018.10.17

3、高级管理人员情况

序号	姓名	性别	国籍	职位	任期
1	陆瞰华	男	中国	总经理	2015.10.26-2018.10.17
2	陆瞰峰	男	中国	副总经理	2015.10.26-2018.10.17
3	顾嘉琪	女	中国	副总经理、董事会秘书	2015.10.26-2018.10.17
4	杜素珍	女	中国	财务总监	2015.10.26-2018.10.17
5	徐 静	女	中国	外销业务总监	2015.10.26-2018.10.17
6	周 艳	女	中国	内销产品总监	2015.10.26-2018.10.17
7	马其刚	男	中国	制造总监	2015.10.26-2018.10.17

(二) 董事、监事及高级管理人员的兼职情况

序号	姓名	公司职务	在公司及控股子公司以外的其他单位兼职情况	兼职单位 与公司关系
1	陆瞰华	董事长 总经理	东极青华执行董事	控股股东
2	黄 赛	董事	东极青华监事	控股股东
3	陆瞰峰	副董事长 副总经理	宁波嘉拓执行董事	股东
4	陈外华	董事	1、深创投法律主管； 2、深圳市罗湖红土创业投资有限公司监事； 3、深圳市创新共惠创业投资管理顾问有限公司监事	股东
5	李进一	独立董事	1、暨南大学管理学院企业管理系副教授； 2、成都东骏激光股份有限公司独立董事； 3、广州海格通信集团股份有限公司独立董事； 4、松德智慧装备股份有限公司独立董事； 5、广东奥飞数据股份有限公司独立董事； 6、广东信德盛律师事务所律师	无
6	韩云钢	独立董事	1、中国纺织品商业协会副会长兼行业三部主任 2、户外用品分会会长	无
7	胡奕明	独立董事	1、上海交通大学安泰经济与管理学院会计系教授、博士生导师； 2、巨星国际控股有限公司独立董事； 3、上海建工集团股份有限公司独立董事	无
8	邹冠玉	监事	杭州红土副总经理	股东

（三）董事、监事及高级管理人员的薪酬情况

公司董事（包括独立董事）、监事、高级管理人员和核心技术人员 2016 年从公司领取的薪酬具体情况如下：

序号	姓名	职务	薪酬情况（万元）	备注
1	陆瞰华	董事长、总经理	46.55	-
2	陆瞰峰	副董事长、副总经理	66.09	-
3	黄赛	2015年6月起担任董事	-	未在公司领薪
4	徐静	董事、外销业务总监	105.78	-
5	陈外华	董事	-	未在公司领薪
6	周艳	董事、内销产品总监	44.24	-
7	李进一	独立董事	6.00	-
8	韩云钢	独立董事	6.00	-
9	胡奕明	独立董事	6.00	-
10	郑百英	监事会主席	18.46	-
11	邹冠玉	监事	-	未在公司领薪
12	俞静	监事	19.24	-
13	顾嘉琪	副总经理、董事会秘书	41.58	-
14	杜素珍	财务总监	33.08	-
15	马其刚	制造总监	65.02	-
16	蓝雅芳	外销产品开发部部长	12.69	-

注：薪酬包括税前工资、奖金、补贴、社保、公积金、福利、退休金计划和其他待遇。

除以上薪酬以外，公司的董事、监事及高级管理人员未享受其他特殊待遇。

（四）董事、监事及高级管理人员的持股情况

截至本招股说明书摘要签署日，公司现任董事、监事、高级管理人员及其近亲属直接持有公司股份的情况如下表：

序号	股东名称	职务/关联关系	持股数(股)	持股比例%
1	徐 静	董事 外销业务总监	228,160.00	0.46

序号	股东名称	职务/关联关系	持股数(股)	持股比例%
2	周 艳	董事 内销产品总监	152,107.00	0.30
3	马其刚	制造总监	152,107.00	0.30
4	郑百英	监事会主席	76,053.00	0.15
5	俞 静	监事	30,421.00	0.06
6	杜素珍	财务总监	76,053.00	0.15
7	周新伟	生产经理 蓝雅芳配偶	76,053.00	0.15

截至本招股说明书摘要签署日，公司现任董事、监事、高级管理人员及其近亲属间接持有公司的股份情况如下表：

序号	股东名称	职务/关联关系	间接持股单位	持股数(股)	持股比例%
1	陆瞰华	董事长 总经理	东极青华	35,440,853.00	70.88
2	陆瞰峰	副董事长 副总经理	宁波嘉拓	8,199,842.00	16.40
3	陈敏华	陆瞰峰配偶	宁波嘉拓	8,199,842.00	16.40

八、公司控股股东及其实际控制人的简要情况

（一）控股股东

本公司控股股东为东极青华，目前持有公司 70.88%的股份，其基本情况如下：

项目	基本情况
公司名称	杭州东极青华投资有限公司
注册资本	8,080,000 元
实收资本	8,080,000 元
法定代表人	陆瞰华
设立日期	2001 年 1 月 16 日
住所	杭州市江干区宏程国际大厦 802 室 A
股东构成	陆瞰华持有 100%股权
经营范围	实业投资（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）
	主要财务数据（母公司数据，单位：元）
期间	2016 年 12 月 31 日/2016 年 1-12 月（已经衢州中瑞华会计师事务所有限公司审计）
总资产	77,880,852.05

净资产	77,130,131.07
营业收入	201,600.00
净利润	15,068,734.11

东极青华主要从事实业投资，除持有公司 70.88%的股权外，不存在其他对外股权投资。

（二）实际控制人

公司原实际控制人为陆瞰华、黄芳和陆瞰峰。其中，陆瞰华持有公司控股股东东极青华 54.39%的股权，黄芳持有东极青华 45.61%的股权，陆瞰华和黄芳系夫妻关系；陆瞰峰持有公司第二大股东宁波嘉拓 51%的股权。报告期内，公司经营方针、决策、经营管理层的任免以及组织机构运作及业务运营主要由陆瞰华和陆瞰峰共同决定或实施实质影响。

黄芳女士：中国国籍，1973 年出生，拥有加拿大永久居留权，EMBA。黄芳女士曾任华鑫集团国际贸易中心业务经理，来飞野营副总经理、监事，东极青华总经理、威盛电子董事、本公司董事、龙游勤达监事。2015 年 4 月，黄芳不再担任公司的董事。

2014 年 8 月 18 日，黄芳与陆瞰华签署《股权转让协议》将其所持东极青华全部股权转让给陆瞰华，不再间接持有或支配公司股权，2015 年 4 月，黄芳不再担任公司董事，已不满足被认定为实际控制人的条件，公司实际控制人认定为陆瞰华和陆瞰峰。本次认定未导致最近三年内持有、实际支配公司股份表决权比例最高的人发生变化，未导致公司控制权发生变更，符合《〈首次公开发行股票并上市管理办法〉第十二条“实际控制人没有发生变更”的理解和适用——证券期货法律适用意见第 1 号》的相关规定。因此，公司符合《首次公开发行股票并上市管理办法》第十二条“发行人最近 3 年内主营业务和董事、高级管理人员没有发生重大变化，实际控制人没有发生变更”的相关规定。

根据公司实际控制人陆瞰华、陆瞰峰出具的承诺，自发行人首次公开发行股票并上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购其直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。同时，由于陆瞰华担任公司董事长兼

总经理，陆瞰峰担任公司的副董事长兼副总经理，前述锁定期满后，陆瞰华、陆瞰峰担任发行人董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过其直接或间接持有的发行人的股份总数的百分之二十五，离职后半年内，不转让其直接或间接持有的发行人的股份。为进一步保持公司控制权的稳定，2014年12月2日，陆瞰华与陆瞰峰签订《一致行动协议》，约定自协议签署生效日起，双方确保在公司股东大会、董事会行使表决权时保持一致。

九、简要财务会计信息和管理层讨论与分析

（一）财务会计信息

1、合并资产负债表

单位：元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动资产：			
货币资金	50,246,454.19	39,930,721.35	29,325,213.90
结算备付金			
拆出资金			
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产			
应收票据			260,000.00
应收账款	25,577,242.86	35,579,308.67	55,894,126.44
预付款项	9,348,722.06	7,142,713.80	8,054,222.78
应收保费			
应收分保账款			
应收分保合同准备金			
应收利息	54,825.36	27,953.50	43,424.46
应收股利			
其他应收款	9,732,101.97	13,778,118.12	13,584,941.96
买入返售金融资产			
存货	203,558,112.99	158,688,788.34	176,170,986.12
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产	9,268,926.36	2,539,166.91	3,448,634.15
流动资产合计	307,786,385.79	257,686,770.69	286,781,549.81
非流动资产：			
发放委托贷款及垫款			
可供出售金融资产			
持有至到期投资			
长期应收款			
长期股权投资			
投资性房地产			
固定资产	30,267,145.80	32,418,724.73	32,431,354.55
在建工程	358,974.36		
工程物资			
固定资产清理			
生产性生物资产			
油气资产			

无形资产	12,344,277.02	11,587,742.23	11,923,018.13
开发支出			
商誉			
长期待摊费用	3,672,055.90	3,087,487.28	502,971.44
递延所得税资产	7,684,369.09	4,561,886.12	3,621,300.54
其他非流动资产			
非流动资产合计	54,326,822.17	51,655,840.36	48,478,644.66
资产总计	362,113,207.96	309,342,611.05	335,260,194.47
流动负债：			
短期借款			34,000,000.00
向中央银行借款			
吸收存款及同业存放			
拆入资金			
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	4,973,474.60	1,610,557.42	71,350.06
应付票据	43,500,000.00	49,200,000.00	57,332,400.00
应付账款	87,931,286.35	58,350,724.25	72,983,309.58
预收款项	5,830,381.88	3,765,824.84	5,447,917.31
卖出回购金融资产款			
应付手续费及佣金			
应付职工薪酬	15,110,926.39	14,329,052.42	10,758,404.84
应交税费	4,498,518.31	4,431,896.08	5,361,281.26
应付利息			71,676.11
应付股利			
其他应付款	6,418,192.09	6,279,569.50	7,613,365.50
应付分保账款			
保险合同准备金			
代理买卖证券款			
代理承销证券款			
一年内到期的非流动负债			
其他流动负债			
流动负债合计	168,262,779.62	137,967,624.51	193,639,704.66
非流动负债：			
长期借款			
应付债券			
长期应付款			
专项应付款			
递延收益		11,450.00	
递延所得税负债			
其他非流动负债			
非流动负债合计		11,450.00	
负债合计	168,262,779.62	137,979,074.51	193,639,704.66
所有者权益（或股东权益）：			
实收资本（或股本）	50,000,000.00	50,000,000.00	50,000,000.00
资本公积	17,831,458.05	17,831,458.05	17,831,458.05
减：库存股			
专项储备			
盈余公积	22,686,993.72	19,931,504.07	16,629,613.09
一般风险准备			
未分配利润	103,331,976.57	83,600,574.42	57,159,418.67
外币报表折算差额			
归属于母公司所有者权益合计	193,850,428.34	171,363,536.54	141,620,489.81
少数股东权益			
股东权益合计	193,850,428.34	171,363,536.54	141,620,489.81
负债和股东权益总计	362,113,207.96	309,342,611.05	335,260,194.47

2、合并利润表

单位：元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、营业总收入	430,748,389.21	454,972,294.31	431,978,003.93
其中：营业收入	430,748,389.21	454,972,294.31	431,978,003.93
利息收入			
已赚保费			
手续费及佣金收入			
二、营业总成本	365,093,044.84	385,397,488.53	383,447,583.10
其中：营业成本	282,424,425.04	304,410,499.57	298,220,761.85
利息支出			
手续费及佣金支出			
退保金			
赔付支出净额			
提取保险合同准备金净额			
保单红利支出			
分保费用			
税金及附加	3,439,275.01	2,733,211.95	1,469,036.74
销售费用	38,825,554.59	34,902,905.06	37,857,900.87
管理费用	36,308,697.76	37,479,730.66	38,826,600.41
财务费用	-4,791,537.65	-1,832,905.52	1,982,561.18
资产减值损失	8,886,630.09	7,704,046.81	5,090,722.05
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-3,362,917.18	-1,539,207.36	-2,638,574.16
投资收益（损失以“-”号填列）	-2,577,572.00	4,057,046.80	741,402.26
其中：对联营企业和合营企业的投资收益			
汇兑收益（损失以“-”号填列）			
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	59,714,855.19	72,092,645.22	46,633,248.93
加：营业外收入	3,283,915.87	2,857,057.94	3,772,085.44
其中：非流动资产处置利得	74,682.27	29,274.85	50,012.02
减：营业外支出	1,376,963.06	1,850,518.80	1,527,897.73
其中：非流动资产处置损失	81,323.67	18,942.99	56,178.90
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	61,621,808.00	73,099,184.36	48,877,436.64
减：所得税费用	14,134,916.20	18,856,137.63	13,814,050.91
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	47,486,891.80	54,243,046.73	35,063,385.73
其中：被合并方在合并前实现的净利润			
归属于母公司所有者的净利润	47,486,891.80	54,243,046.73	35,063,385.73
少数股东损益			
六、每股收益：			
（一）基本每股收益	0.95	1.08	0.70
（二）稀释每股收益	0.95	1.08	0.70
七、其他综合收益			
八、综合收益总额	47,486,891.80	54,243,046.73	35,063,385.73
归属于母公司所有者的综合收益总额	47,486,891.80	54,243,046.73	35,063,385.73
归属于少数股东的综合收益总额			

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 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	471,904,176.65	499,374,307.08	431,082,705.51
客户存款和同业存放款项净增加额			
向中央银行借款净增加额			
向其他金融机构拆入资金净增加额			
收到原保险合同保费取得的现金			
收到再保险业务现金净额			
保户储金及投资款净增加额			
处置交易性金融资产净增加额			
收取利息、手续费及佣金的现金			
拆入资金净增加额			
回购业务资金净增加额			
收到的税费返还	35,907,736.14	40,806,916.30	30,158,930.60
收到其他与经营活动有关的现金	7,650,690.38	7,943,344.28	9,673,804.95
经营活动现金流入小计	515,462,603.17	548,124,567.66	470,915,441.06
购买商品、接受劳务支付的现金	310,393,144.36	311,298,499.15	329,323,215.71
客户贷款及垫款净增加额			
存放中央银行和同业款项净增加额			
支付原保险合同赔付款项的现金			
支付利息、手续费及佣金的现金			
支付保单红利的现金			
支付给职工以及为职工支付的现金	79,336,278.69	70,879,944.88	55,778,233.48
支付的各项税费	42,617,488.40	48,693,306.19	30,710,166.26
支付其他与经营活动有关的现金	41,595,143.87	42,885,610.23	44,883,983.59
经营活动现金流出小计	473,942,055.32	473,757,360.45	460,695,599.04
经营活动产生的现金流量净额	41,520,547.85	74,367,207.21	10,219,842.02
二、投资活动产生的现金流量			
收回投资收到的现金		4,667,046.80	4,041,396.85
取得投资收益所收到的现金			
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	67,591.58	139,031.77	509,246.96
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额			
收到其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流入小计	67,591.58	4,806,078.57	4,550,643.81
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	4,543,019.90	6,739,715.92	4,760,351.67
投资支付的现金	2,577,572.00		2,810,000.00
质押贷款净增加额			
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额			
支付其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流出小计	7,120,591.90	6,739,715.92	7,570,351.67
投资活动产生的现金流量净额	-7,053,000.32	-1,933,637.35	-3,019,707.86
三、筹资活动产生的现金流量			
吸收投资收到的现金			
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金			
取得借款收到的现金		42,277,344.00	132,732,530.78
发行债券收到的现金			

收到其他与筹资活动有关的现金	10,278,575.00	13,705,720.00	14,375,700.00
筹资活动现金流入小计	10,278,575.00	55,983,064.00	147,108,230.78
偿还债务支付的现金		76,297,619.00	115,862,754.74
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	25,000,000.00	26,032,081.44	26,570,813.85
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润			
支付其他与筹资活动有关的现金	8,611,943.79	13,278,575.00	15,505,720.00
筹资活动现金流出小计	33,611,943.79	115,608,275.44	157,939,288.59
筹资活动产生的现金流量净额	-23,333,368.79	-59,625,211.44	-10,831,057.81
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	2,208,525.31	1,834,294.03	74,991.73
五、现金及现金等价物净增加额	13,342,704.05	14,642,652.45	-3,555,931.92
加：期初现金及现金等价物余额	29,652,146.35	15,009,493.90	18,565,425.82
六、期末现金及现金等价物余额	42,994,850.40	29,652,146.35	15,009,493.90

4、非经常性损益明细表

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益（2008）》（中国证券监督管理委员会公告[2008]43号），本公司非经常性损益如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
非流动资产处置损益	-0.66	1.03	-0.62
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	303.44	255.20	344.19
企业取得子公司、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	-	-	-
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	-594.05	251.78	-190.28
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	2.15	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-64.14	-79.01	-44.64
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	0.57

所得税影响额	85.45	-114.16	-31.22
少数股东权益影响额	-	-	-
合计	-267.81	314.85	78.00

5、主要财务指标

主要财务指标	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动比率	1.83	1.87	1.48
速动比率	0.62	0.72	0.57
资产负债率（母公司，%）	32.54	31.37	46.03
资产负债率（合并，%）	46.47	44.60	57.76
主要财务指标	2016 年度	2015 年度	2014 年度
应收账款周转率（次/年）	11.67	9.26	8.06
存货周转率（次）	1.49	1.76	1.86
息税折旧摊销前利润（万元）	6,826.34	8,047.07	5,555.76
利息保障倍数（倍）	-	55.10	26.30
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	0.83	1.49	0.20
每股净现金流量（元/股）	0.27	0.29	-0.07
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例（%）	0.90	0.41	0.54

6、净资产收益率和每股收益

报告期利润	2016 年度		
	加权平均 净资产收益率（%）	每股收益（元）	
		基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	26.00	0.95	0.95
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	27.47	1.00	1.00
报告期利润	2015 年度		
	加权平均 净资产收益率（%）	每股收益（元）	
		基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	34.66	1.08	1.08
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	32.65	1.02	1.02

净利润			
报告期利润	2014 年度		
	加权平均 净资产收益率（%）	每股收益（元）	
		基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	25.72	0.70	0.70
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	25.15	0.69	0.69

净资产收益率和每股收益计算方法如下：

（1）加权平均净资产收益率

$$\text{加权平均净资产收益率} = P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$$

其中： P_0 为报告期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； 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 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数； M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数； E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动； M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

（2）基本每股收益

$$\text{基本每股收益} = P_0 \div S$$

$$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$$

其中： P_0 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 为报告期月份数； M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数； M_j 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

(3) 稀释每股收益

稀释每股收益= $P_1 / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中，P1 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，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。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对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和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

(二) 管理层讨论与分析

1、资产质量分析

(1) 资产构成及变动分析

截至 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 12 月 31 日，本公司的总资产分别为 33,526.02 万元、30,934.26 万元和 36,211.32 万元。

报告期各期末，本公司资产结构如下表所示：

项目	2016-12-31		2015-12-31		2014-12-31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
货币资金	5,024.65	13.88	3,993.07	12.91	2,932.52	8.75
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-	-	-
应收票据	-	-	-	-	26.00	0.08
应收账款	2,557.72	7.06	3,557.93	11.50	5,589.41	16.67
预付款项	934.87	2.58	714.27	2.31	805.42	2.40
应收利息	5.48	0.02	2.80	0.01	4.34	0.01
其他应收款	973.21	2.69	1,377.81	4.45	1,358.49	4.05
存货	20,355.81	56.21	15,868.88	51.30	17,617.10	52.55
其他流动资产	926.89	2.56	253.92	0.82	344.86	1.03

流动资产合计	30,778.64	85.00	25,768.68	83.30	28,678.15	85.54
固定资产	3,026.71	8.36	3,241.87	10.48	3,243.14	9.67
在建工程	35.90	0.10	-	-	-	-
无形资产	1,234.43	3.41	1,158.77	3.75	1,192.30	3.56
长期待摊费用	367.21	1.01	308.75	1.00	50.30	0.15
递延所得税资产	768.44	2.12	456.19	1.47	362.13	1.08
非流动资产合计	5,432.68	15.00	5,165.58	16.70	4,847.86	14.46
资产总计	36,211.32	100.00	30,934.26	100.00	33,526.02	100.00

截至 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 12 月 31 日，本公司流动资产占总资产的比例分别为 85.54%、83.30%和 85.00%。本公司流动资产占比较高、非流动资产占比较低的原因是：A、本公司除帐篷产品自主生产外，服装、鞋子、装备等产品全部采用外包生产方式，不需对生产环节的非流动性资产进行大量投资；B、本公司帐篷产品生产工艺相对简单，生产设备等固定资产投资金额较低；C、本公司正积极开拓自主品牌和国内市场，这对产品的季节性和及时性要求较高，产品产销周期较短，要求本公司资产保持较高的流动性；D、本公司自主品牌业务主要采用经销商和专业户外店模式进行产品销售，截至 2016 年 12 月 31 日，公司拥有 18 家直营店，其中 3 家为租赁，门店的固定资产投入金额较低。

（2）负债构成及变动分析

截至 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 12 月 31 日，本公司负债总额分别为 19,363.97 万元、13,797.91 万元和 16,826.28 万元。报告期内各期末，本公司的负债结构如下：

项目	2016-12-31		2015-12-31		2014-12-31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
短期借款	-	-	-	-	3,400.00	17.56
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	497.35	2.96	161.06	1.17	7.14	0.04
应付票据	4,350.00	25.85	4,920.00	35.66	5,733.24	29.61
应付账款	8,793.13	52.26	5,835.07	42.29	7,298.33	37.69

预收款项	583.04	3.47	376.58	2.73	544.79	2.81
应付职工薪酬	1,511.09	8.98	1,432.91	10.38	1,075.84	5.56
应交税费	449.85	2.67	443.19	3.21	536.13	2.77
应付利息	-	-	-	-	7.17	0.04
应付股利	-	-	-	-	-	-
其他应付款	641.82	3.81	627.96	4.55	761.34	3.93
流动负债合计	16,826.28	100.00	13,796.76	99.99	19,363.97	100.00
递延收益	-	-	1.15	0.01	-	-
递延所得税负债	-	-	-	-	-	-
非流动负债合计	-	-	1.15	0.01	-	-
负债合计	16,826.28	100.00	13,797.91	100.00	19,363.97	100.00

报告期内，流动负债占本公司负债总额的比例均超过 99%。公司流动负债主要由应付票据、应付账款和短期借款组成。2014 年末、2015 年末和 2016 年末，应付票据和应付账款余额合计分别为 13,031.57 万元、10,755.07 万元和 13,143.13 万元，占当期负债总额的 67.30%、77.95%和 78.11%，占比较高，主要是因为：

A、2014 年，随着本公司营业收入增长，原材料采购、在产品生产和服装成品采购规模相应扩大；2015 年末，虽然公司应付票据和应付账款有所降低，但由于公司经营活动现金净流入大幅增加，公司偿还了银行借款，负债总额降低，导致应付票据和应付账款余额占比较高；B、本公司采用了积极的供应链管理方式，通过银行承兑汇票、合理的供应商信用制度等混合方式进行货款支付。本公司的短期借款主要是为了满足日常经营对流动资金的需求而产生的银行贷款；以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债为公司为规避汇率波动风险而持有的远期头寸的期末公允价值；应付职工薪酬主要为已计提未支付的员工工资、福利费等薪酬；应交税费主要为公司已计提未缴纳的企业所得税、增值税等税费；其他应付款主要为公司经销商缴纳的订货保证金和开店保证金等履约保证金。

2、盈利能力分析

报告期内，本公司营业收入具体情况如下：

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)

主营业务收入	42,921.56	99.64	45,489.65	99.98	43,195.43	99.99
其它业务收入	153.28	0.36	7.58	0.02	2.37	0.01
合计	43,074.84	100.00	45,497.23	100.00	43,197.80	100.00

从收入结构来看，本公司主营业务突出，报告期内各年度主营业务收入占营业收入的比重均超过 99%。

本公司主营业务收入主要包括 OEM/ODM 业务收入和自主品牌业务收入，其中自主品牌业务根据不同的业务模式，核算方式有所不同。本公司的收入确认方式如下：

OEM/ODM 业务收入：货物报关出口后确认收入。

经销/专业户外渠道业务收入：货物发出并经客户签收后确认收入。

直营店业务收入：货物交付给零售客户，并开具销售发票，并收讫货款后确认收入。

电子商务收入：货物交付给电商客户并收讫货款后确认收入。

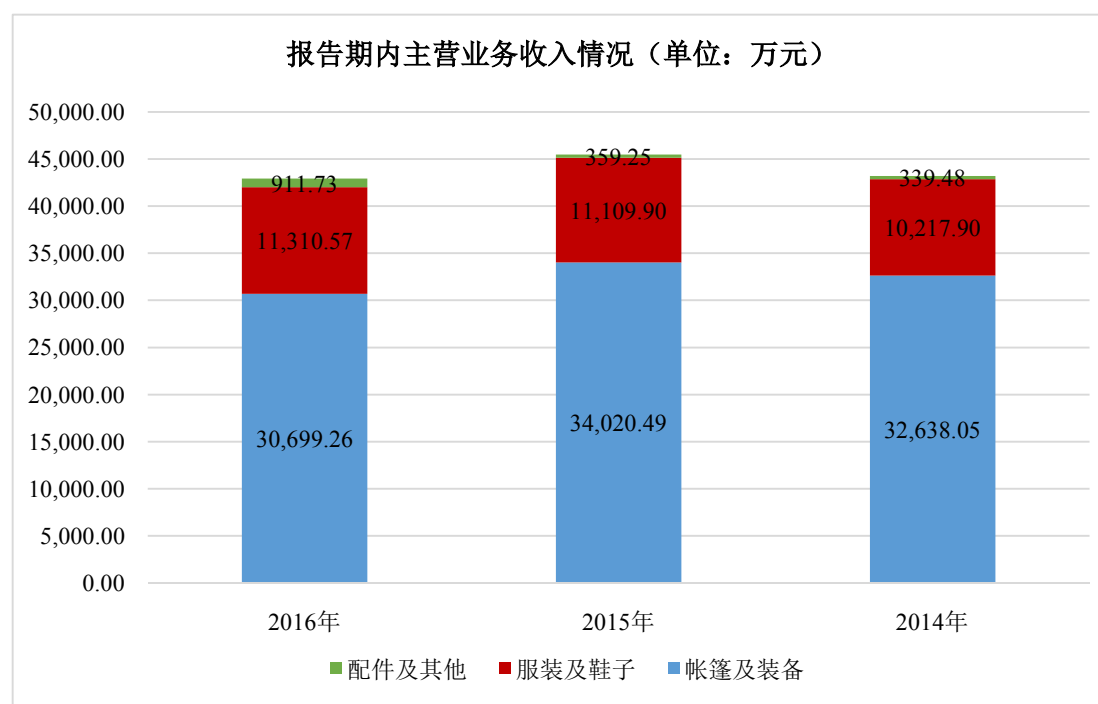
团购业务收入：货物交付给团购客户后确认收入。

（1）公司主营业务收入的业务构成

报告期内，本公司主营业务收入按产品分类构成如下：

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
帐篷及装备	30,699.26	71.52	34,020.49	74.79	32,638.05	75.56
服装及鞋子	11,310.57	26.35	11,109.90	24.42	10,217.90	23.66
配件及其他	911.73	2.12	359.25	0.79	339.48	0.79
合计	42,921.56	100.00	45,489.65	100.00	43,195.43	100.00

报告期内，本公司主营业务收入结构较为稳定，帐篷及装备产品销售收入占主营业务收入的比重均高于 70%。



报告期内，本公司主要以 OEM/ODM 方式经营帐篷产品，同时依托自主品牌销售户外服装、鞋、装备等产品，主营业务收入按业务分类构成情况如下：

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
	(万元)	(%)	(万元)	(%)	(万元)	(%)
OEM/ODM 业务	26,467.38	61.66	28,443.37	62.53	26,222.56	60.71
自主品牌业务	16,454.18	38.34	17,046.28	37.47	16,972.88	39.29
合计	42,921.56	100.00	45,489.65	100.00	43,195.43	100.00

报告期内，本公司 OEM/ODM 业务收入占主营业务收入比例分别为 60.71%、62.53%和 61.66%，自主品牌业务收入占主营业务收入比例分别为 39.29%、37.47%和 38.34%。2014 年以来，为防止自主品牌业务迅速扩张带来的经营风险，本公司积极优化销售渠道、调整信用政策，自主品牌业务保持稳定；同期，由于境外市场需求波动，本公司 OEM/ODM 业务收入呈现小幅波动。

总体来看，报告期内，本公司 OEM/ODM 业务收入、自主品牌业务收入保持稳定，其中每年 OEM/ODM 业务收入占比在 60%左右，自主品牌业务收入占比在 40%左右。本公司注重自主品牌建设，未来募投项目的实施有助于自主品牌业务更快的发展，自主品牌业务收入占比将进一步提高。

(2) 公司主营业务收入的地区构成

报告期内，本公司主营业务收入分地区构成如下：

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
国内	16,454.18	38.34	17,046.28	37.47	16,972.88	39.29
国外	26,467.38	61.66	28,443.37	62.53	26,222.56	60.71
合计	42,921.56	100.00	45,489.65	100.00	43,195.43	100.00

从主营业务收入分布来看，国外是本公司主要的销售区域，其中欧洲地区是本公司产品的主要市场，近几年本公司也加强了全球其他市场的开拓，尤其是非欧元区，例如北美洲、大洋洲等区域。国内市场方面，我国东北、华北、西北等地区户外运动较为多样，表现出了较好的户外用品消费环境和意愿。本公司未来将在稳步拓展上述区域市场的同时，加大其他区域市场的开拓力度，进一步扩大本公司产品在全国范围的覆盖面和渗透力。

(3) 公司主营业务收入的季节性变动分析

季度	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
第一季度	12,629.17	29.42	13,971.84	30.71	11,567.73	26.78
第二季度	13,910.47	32.41	13,915.75	30.59	11,853.78	27.44
第三季度	8,402.96	19.58	8,395.34	18.46	9,349.03	21.64
第四季度	7,978.96	18.59	9,206.72	20.24	10,424.90	24.13
合计	42,921.56	100.00	45,489.65	100.00	43,195.43	100.00

报告期内，本公司的经营模式从以 OEM/ODM 业务为主、自主品牌业务为辅，逐步发展为两大业务共同发展的经营模式。

本公司 OEM/ODM 业务销售全部为帐篷及装备类产品，受到北半球和南半球季节性波动的影响，每年一、二季度是针对北半球客户的销售旺季，每年三、四季度是针对南半球客户的销售旺季，主要原因系一、二季度是北半球的春夏，是户外运动和户外露营等活动的黄金期，而南半球与此相反。本公司 OEM/ODM 业务客户以北半球为主，因此每年上半年为本公司 OEM/ODM 业务的销售旺季。

本公司自主品牌业务销售以服装与鞋子为主，每年一、二季度为国内春夏款销售旺季，三、四季度主要为国内秋冬款销售旺季。本公司自主品牌业务秋冬季销售收入通常高于春夏季，主要原因是秋冬服装与鞋子产品的单价普遍高于春夏产品。

报告期内，本公司一、二季度实现的销售收入占全年收入的 54.22%、61.31% 和 61.83%。由于 2015 年上半年海外市场需求旺盛，公司主要客户订单增加，导致当年一、二季度销售收入占比提高。

（4）公司利润情况分析

本公司主营业务突出，营业利润是本公司利润的主要来源，主营业务盈利能力良好。最近三年，本公司营业利润占利润总额的比重分别为 97.73%、95.41% 和 98.62%。报告期内，本公司的利润构成情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占利润总额比	金额	占利润总额比	金额	占利润总额比
营业利润	5,971.49	96.91%	7,209.26	98.62%	4,663.32	95.41%
营业外收支净额	190.69	3.09%	100.65	1.38%	224.42	4.59%
利润总额	6,162.18	100.00%	7,309.92	100.00%	4,887.74	100.00%
净利润	4,748.69	77.06%	5,424.30	74.20%	3,506.34	71.74%
归属于母公司所有者的净利润	4,748.69	77.06%	5,424.30	74.20%	3,506.34	71.74%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	5,016.50	81.41%	5,109.46	69.90%	3,428.33	70.14%

报告期内，本公司盈利能力有所波动，2014 年度营业利润、净利润较 2013 年度有所下滑，2015 年营业利润、净利润均实现大幅增长。

2015 年度，本公司营业收入增长、净利润大幅度增长的主要原因为：

A、由于境外市场持续增长、孟加拉天野产能释放等原因，本公司 OEM/ODM 业务保持增长，OEM/ODM 业务营业收入较上年同期增长了 2,220.82 万元，同比增长 8.47%；

B、本公司综合毛利率水平有所提升，从 2014 年度 30.96% 上涨至 33.09%。其中，OEM/ODM 业务受益于出口退税政策的变化、外汇市场波动及原材料价格下降，毛利率上升较大；自主品牌业务由于品牌知名度的提高、与客户议价能力增强等因素毛利率水平也有所提升；

C、本公司提高运营效率，在营业收入增长的情况下，营业成本同比基本持平，期间费用同比下降 10.32%。

2016 年营业利润、净利润均小幅下降，主要原因为：

A、受俄罗斯经济下行压力不断加大的影响，公司的俄罗斯客户订单量大幅下降，同时公司个别海外客户自身经营策略调整导致订单量较上年同期下降，导致 2016 年度，公司 OEM/ODM 业务收入较去年同期下降 6.95%。

B、2016 年度，公司投资收益-257.76 万元，公允价值变动损益-336.29 万元，合计同比减少 845.83 万元，主要原因为 2015 年下半年以来，人民币兑美元持续贬值，公司持有的远期合约产生亏损。

目前，影响发行人盈利能力连续性、稳定性的主要因素如下：

①宏观经济

本公司所销售的户外用品属于消费品行业，一定程度上受到宏观经济影响。在当前世界经济处于弱势复苏，我国宏观经济增速放缓的背景下，居民收入水平和消费者购买力的增长存在一定的不确定性。面对经济增速和行业增速可能出现的下滑，一方面，本公司将通过提高品牌知名度和完善营销网络，促进产品的销售；另一方面，本公司将通过控制成本等方式保持本公司的净利润率水平。

②市场竞争

本公司主要从事户外用品的生产经营，该行业的竞争主要表现在品牌、销售网络、研发等方面。面对行业竞争加剧，本公司将努力把握市场发展机遇，准确捕捉市场潮流，打造出独特的品牌形象和产品风格，与其他知名品牌形成差异化竞争，并积极扩大目标消费群体，进一步巩固在露营帐篷产品细分市场的优势地位，进一步开拓海外市场。

3、现金流量分析

报告期内，本公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
经营活动产生的现金流量净额	4,152.05	7,436.72	1,021.98
投资活动产生的现金流量净额	-705.30	-193.36	-301.97
筹资活动产生的现金流量净额	-2,333.34	-5,962.52	-1,083.11
汇率变动对现金流量的影响额	220.85	183.43	7.50
现金及现金等价物净增加额	1,334.27	1,464.27	-355.59

(1) 经营性现金净流量

报告期内，本公司经营活动产生的现金流量净额与净利润相比如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
经营活动产生的现金流量净额①	4,152.05	7,436.72	1,021.98
净利润②	4,748.69	5,424.30	3,506.34
① / ②	87.44%	137.10%	29.15%

2015 年，本公司经营活动现金流量净额为 7,436.72 万元，较 2014 年大幅增长 6,414.74 万元，占当年度实现的净利润比例上升至 137.10%，主要原因为：A、因 2014 年度客户要求提早发货，2015 年度陆续收到货款，同时 2015 年销售额同比增长 2,299.43 万元，公司 2015 年当年销售商品、提供劳务收到的现金同比增加 6,829.16 万元；B、OEM/ODM 业务的增长，收到的税费返还同比增加 1,064.80 万元。

2016 年度，本公司经营活动现金流量净额为 4,152.05 万元，较上年下降 3,284.67 万元，主要原因为 A、OEM/ODM 业务销售额减少，销售商品、提供劳务收到的现金同比减少 2,747.01 万元；B、公司支付给职工以及为职工支付的现金同比增长 845.63 万元。

(2) 投资活动产生的现金流量

报告期内，本公司投资活动产生的现金流量净额分别为-301.97 万元、-193.36 万元和-705.30 万元，报告期内变动幅度较小。

2015 年度，本公司投资支付的现金减少，投资活动产生的现金流量净额相应增加。

2016 年度，本公司投资收到的现金同比大幅减少，投资活动产生的现金流量净额同比下降。

（3）筹资活动产生的现金流量

报告期内，本公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-1,083.11 万元、-5,962.52 万元和-2,333.34 万元。

2015 年度，本公司筹资活动产生的现金流量净额较上年度减少 4,879.42 万元，主要原因为公司取得借款收到的现金较上年大幅减少，同时公司当期经营性现金流较为充裕，偿还了全部短期借款。

2016 年度，本公司筹资活动产生的现金流出主要为支付 2015 年度现金股利。

（三）股利分配政策

1、报告期内股利分配政策

公司实行同股同利的股利分配政策，股东依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配。

根据《公司法》及现行《公司章程》的规定，公司的税后利润按下列顺序进行分配：

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。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

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。

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，但公司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%。

公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报，保持连续性和稳定性，并兼顾公司持续经营能力，利润分配不得超过累计可分配利润的范围。

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。

2、报告期内股利分配情况

报告期内，公司股利分配情况如下：

会议时间	会议届次	股利分配情况
2014.6.20	2013年度股东大会	分配2013年度股利24,500,000.00元
2015.6.12	2014年度股东大会	分配2014年度股利24,500,000.00元
2016.6.21	2015年度股东大会	分配2015年度股利25,000,000.00元

3、本次发行后股利分配政策

本次发行后，公司将根据《公司法》和《公司章程（草案）》等规定进行股利分配，根据《公司章程（草案）》，公司的具体股利分配政策为：

（1）利润分配原则

公司利润分配应保持连续性和稳定性，实行持续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报，但不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。若外部经营环境或者公司自身经营状况发生较大变化，公司可充分考虑自身生产经营、投资规划和长期发展等需要根据公司章程规定的决策程序调整利润分配政策，调整后的利润分配政策不得违反中国证监

会和上海证券交易所的有关规定。

（2）利润分配条件

在满足下列条件时，公司可以进行利润分配：

①公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值；

②审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告。

（3）利润分配形式

公司可以采取现金、股票、现金与股票相结合或者法律法规允许的其他方式分配利润，公司应当优先采用现金分红的方式分配利润。

在公司经营情况良好，并且董事会认为发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在确保足额现金利润分配的前提下，提出股票股利分配预案。采用股票方式进行利润分配的，应当以股东合理现金分红回报和维持适当股本规模为前提，并综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

（4）现金分红比例

公司每年以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可供分配利润的 20%。公司在实施上述现金分红的同时，可以派发股票股利。

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，并按照公司章程规定的程序，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，可以按照前项规定处理。

重大投资计划或重大现金支出是指：公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备、建筑物的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产的 20%，且绝对值达到 5,000 万元。

公司目前处于成长期且未来有重大资金支出安排的发展阶段，因此现阶段进行利润分配时，现金方式分配的利润在每次利润分配中所占比例最低应达到 20%。随着公司的不断发展，公司董事会认为公司的发展阶段属于成熟期的，则根据公司有无重大资金支出安排计划，由董事会按照公司章程规定的利润分配政策调整的程序提请股东大会决议提高现金方式分配的利润在每次利润分配中的最低比例。

在满足现金分红条件、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司原则上每年年度股东大会召开后进行一次现金分红，公司可以根据公司的盈利状况及资金需求状况进行中期现金分红。

董事会应当认真研究和论证公司现金和股票股利分配的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、发展资金需求、融资成本、外部融资环境等因素科学地制定利润分配方案，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。股东大会对利润分配方案进行审议前，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。监事会应对董事会制定公司利润分配方案的情况及决策程序进行监督。

股东大会对利润分配方案作出决议后，董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成现金或股票股利的派发事项。

（5）利润分配政策的调整程序：

公司应当根据自身实际情况，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事的意见制定或修改利润分配政策。但公司保证现行及未来的利润分配政策不得违反以下原则：即在公司当年盈利且满足现金分红条件的情况下，公司应当采取现金方式分配股利，以现金方式分配的利润不少于当次分配利润的 20%。

如因外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化而需要调整利润分配政策的，董事会将以股东权益保护为出发点，在股东大会提案中详细论证和说明原因。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；有关调整利润分配政策的议案，须经董事会、监事会审议通过后提交股东大会批准，独立董事应当对该议案发表独立意见。董事会审议制定或修改利润分配相关政策时，须经全体董事过半数表决通过方可提交股东大会审议。股东大会审议制定或修改利润分配相关政策时，须经出席股东大会会议的股东所持表决权的三分之二以上表决通过。

（四）上市后三年公司分红回报规划

本公司制定了《牧高笛户外用品股份有限公司未来三年股东分红回报规划（2015-2017 年度）》，对未来三年的股利分配作出了进一步安排：

1、公司应实行持续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展。

2、公司可采取现金或者股票方式或者现金与股票相结合的方式或者法律法规允许的其他方式分配利润，利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。在符合现金分红的条件下，公司应当优先采取现金分红的方式进行利润分配。

在满足《公司章程》规定的现金分红条件情况下，公司应当采取现金方式分配利润，原则上每年度进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司盈利及资金需求情况提议公司进行中期现金分红。

公司应保持利润分配政策的连续性与稳定性，每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 20%。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，并按照《公司章程》规定的程序，提出差异化的现金分红政策。

3、利润分配规划的调整及相关决策机制

（1）公司至少每三年对已实施的股东分红回报规划的执行情况进行一次评估。

根据有关法律法规以及公司经营状况、股东（特别是中小投资者）、独立董事的意见，必要时对公司实施中的利润分配政策作出相应的修改，并调整制定新的股东分红回报规划。股东分红回报规划调整后，需经股东大会审议表决通过。

（2）公司董事会应根据经营发展需要，充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、发展资金需求、融资成本、外部融资环境等因素科学地制定年度分配预案或中期利润分配预案，经公司股东大会表决通过后实施。

（五）公司控股子公司、分公司情况

公司控股子公司、分公司的基本情况如下：

1、控股子公司情况

（1）衢州天野户外用品有限公司

衢州天野主要负责公司自主品牌帐篷产品的生产、OEM 帐篷的生产及 ODM 帐篷产品的研发、设计和生产，衢州天野的基本情况和主要财务数据如下：

项目	基本情况
公司名称	衢州天野户外用品有限公司
注册资本	3,500,000 元
实收资本	3,500,000 元
法定代表人	马其刚
设立日期	2007 年 12 月 27 日
住所	衢州市世纪大道 895 号 3 幢
股东构成	公司持有 100% 股权
经营范围	旅游帐篷、皮箱、包袋、纺织服装、鞋帽生产、研发、销售；眼镜（不含隐形眼镜）、钟表、睡袋、体育用品、棉及化纤制品销售；货物进出口（法律、法规限制的除外，应当取得许可证的凭许可证经营）；道路货物运输（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）
主要财务数据（单位：元）	
期间	2016 年 12 月 31 日/2016 年 1-12 月（已经立信审计）
总资产	121,704,383.52
净资产	22,142,000.27
营业收入	228,139,704.16
净利润	3,816,412.07

（2）龙游勤达旅游帐篷有限公司

龙游勤达主要负责公司自主品牌帐篷产品的生产、OEM 帐篷的生产及 ODM

帐篷产品的研发、设计和生产，龙游勤达的基本情况和主要财务数据如下：

项目	基本情况
公司名称	龙游勤达旅游帐篷有限公司
注册资本	500,000 元
实收资本	500,000 元
法定代表人	余立平
设立日期	2004 年 12 月 10 日
住所	龙游县龙洲街道灵江工业园区
股东构成	公司持有 100%股权
经营范围	旅游帐篷、睡袋、拉链、服装、箱包、旅游休闲用品制造、销售，经营来料加工和“三来一补”业务。（涉及许可证的凭许可证经营）（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）
主要财务数据（单位：元）	
期间	2016 年 12 月 31 日/2016 年 1-12 月（已经立信审计）
总资产	7,757,147.29
净资产	3,259,294.10
营业收入	21,256,992.69
净利润	323,731.05

（3）宁波市江北牧高笛户外用品有限公司

宁波牧高笛主要负责公司自主品牌帐篷、服装、鞋子等户外产品的研发、设计、采购和销售，宁波牧高笛的基本情况和主要财务数据如下：

项目	基本情况
公司名称	宁波市江北牧高笛户外用品有限公司
注册资本	500,000 元
实收资本	500,000 元
法定代表人	陆墩峰
设立日期	2003 年 3 月 7 日
住所	江北区人民路 132 号（24-1）室
股东构成	公司持有 100%股权
经营范围	旅游露营用品、百货、办公设备、机电设备、五金、交电、金属制品、建筑材料的批发、零售、代购代销；旅游露营用品、文体用品的制造、加工（另设分支机构经营）。
主要财务数据（单位：元）	
期间	2016 年 12 月 31 日/2016 年 1-12 月（已经立信审计）
总资产	26,174,074.19
净资产	24,332,355.33
营业收入	27,818,461.96

净利润	-1,437,284.66
-----	---------------

(4) 浙江牧高笛户外用品有限公司

浙江牧高笛主要负责公司自主品牌帐篷、服装、鞋子等户外产品的研发、设计、采购和销售，浙江牧高笛的基本情况和主要财务数据如下：

项目	基本情况
公司名称	浙江牧高笛户外用品有限公司
注册资本	12,000,000 元
实收资本	12,000,000 元
法定代表人	陆瞰华
成立日期	2010 年 2 月 3 日
住所	宁波大榭开发区海光楼 404-1
股东构成	公司持有 100% 股权
经营范围	户外休闲用品、体育用品、办公用品、日用品、服装、鞋帽、眼镜、饰品、五金交电、工艺礼品（除金银）、文具用品的研发、设计、样品制作、批发、零售、委托加工；商品、技术、企业管理信息咨询；自营和代理商品和技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
	主要财务数据（单位：元）
期间	2016 年 12 月 31 日/2016 年 1-12 月（已经立信审计）
总资产	114,102,914.12
净资产	34,206,248.42
营业收入	142,099,934.35
净利润	11,520,345.01

(5) 香港来飞贸易有限公司

2013 年 6 月 18 日，公司取得了商务部颁发的商境外投资证第 3300201300208 号《企业境外投资证书》，经核准以 1 万美元投资设立香港来飞。

香港来飞主要负责孟加拉天野的进出口业务。

根据香港卢王徐律师事务所 2017 年 1 月 19 日出具的《法律意见书》，香港来飞的基本情况如下：

项目	基本情况
公司名称	香港来飞贸易有限公司
注册编号	香港特别行政区公司注册处颁发的 1929895 号《公司注册证书》
股本总额	10,000 股

每股面值	1 美元
董事	陆瞰华
设立日期	2013 年 6 月 28 日
住所	MHZ2309,Rm1007,10/F,Ho King Center,No.2-16 Fa Yuen Street,Mongkok,Kowloon,Hong Kong
股东构成	公司持有 100%股权
经营范围	经营范围不受限制
主要财务数据（单位：元）	
期间	2016 年 12 月 31 日/2016 年 1-12 月（已经立信审计）
总资产	21,895,681.37
净资产	10,586,256.97
营业收入	38,524,718.62
净利润	8,146,014.73

（6）天野户外（孟加拉）有限公司

2013 年 8 月 5 日，公司经核准以 500 万美元投资设立孟加拉天野，并取得境外投资证第 3300201300267 号《企业境外投资证书》。2014 年 12 月 25 日，公司将孟加拉天野 10%股权转让给子公司衢州天野，并取得境外投资证第 83300201400157 号《企业境外投资证书》。

孟加拉天野主要负责公司帐篷产品的海外生产。

根据孟加拉 A.S&Associates 律师事务所 2017 年 1 月 4 日出具的《法律意见书》，孟加拉天野的基本情况如下：

项目	基本情况
公司名称	天野户外（孟加拉）有限公司
注册编号	孟加拉公司注册处颁发的 C109581/13 号《公司注册证书》
股本总额	3,800 股
每股面值	100 塔卡
董事	陆瞰华、马其刚
设立日期	2013 年 6 月 9 日
住所	SFB-3,Ishwardi EPZ,Paksey,Ishurdi,Pabna
股东构成	公司持有 3,420 股，占比 90%，衢州天野持有 380 股，占比 10%
经营范围	主要从事生产帐篷、背包、手袋、钢杆、玻璃杆、睡袋、皮箱、各种野营装备和用具以及其他旅行包等用于出口和销售，并生产用于出口和销售的户外装备、瞭望台、屏风别墅、简易床、宠物笼和设备等
主要财务数据（单位：元）	
期间	2016 年 12 月 31 日/2016 年 1-12 月（已经立信审计）

总资产	8,009,235.45
净资产	7,439,558.52
营业收入	7,774,509.47
净利润	-923,598.61

(7) 鄱阳天野

鄱阳天野主要负责公司帐篷产品的生产，鄱阳天野的基本情况和主要财务数据如下：

项目	基本情况
公司名称	鄱阳县天野户外用品有限公司
注册资本	150,000 元
法定代表人	周新伟
成立日期	2014 年 9 月 2 日
住所	江西省上饶市鄱阳县工业园区芦田轻工产业基地
股东构成	衢州天野持有 100% 股权
经营范围	旅游帐篷、皮箱、包袋、纺织服装、鞋帽生产、销售；眼镜、钟表、睡袋、体育用品、棉制品及化纤制品销售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
	主要财务数据（单位：元）
期间	2016 年 12 月 31 日/2016 年 1-12 月（已经立信审计）
总资产	1,431,766.91
净资产	152,313.98
营业收入	2,433,960.12
净利润	112,646.62

(8) 衢州牧高笛

衢州牧高笛主要负责公司衢州地区直营店的经营管理，衢州牧高笛的基本情况和主要财务数据如下：

项目	基本情况
公司名称	衢州市牧高笛户外用品有限公司
注册资本	100,000 元
法定代表人	李继勤
成立日期	2014 年 8 月 14 日
住所	衢州市世纪大道 895 号 1 幢 101 室
股东构成	浙江牧高笛持有 100% 股权
经营范围	户外用品、体育用品、服装及饰品、鞋帽、五金交电、工艺品、文具用品、劳保用品、日用品、办公用品、眼镜（不含隐形眼镜）销售。

	主要财务数据（单位：元）
期间	2016年12月31日/2016年1-12月（已经立信审计）
总资产	1,281,621.62
净资产	-3,368,087.33
营业收入	3,686,883.12
净利润	-1,417,542.35

（9）常山天野

常山天野主要负责公司帐篷产品的生产，常山天野的基本情况和主要财务数据如下：

项目	基本情况
公司名称	常山天野户外用品有限公司
注册资本	150,000 元
法定代表人	郑建均
成立日期	2015年7月10日
住所	常山县招贤镇兴贤路20号
股东构成	衢州天野持有100%股权
经营范围	旅游帐篷生产、销售；眼镜、钟表、睡袋、体育用品、棉制品及化纤制品销售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
	主要财务数据（单位：元）
期间	2016年12月31日/2016年1-12月（已经立信审计）
总资产	448,941.40
净资产	212,982.73
营业收入	1,436,689.96
净利润	40,163.71

（10）无锡牧高笛

无锡牧高笛主要负责公司无锡直营店的经营管理，无锡牧高笛的基本情况如下：

项目	基本情况
公司名称	无锡市牧高笛户外用品有限公司
注册资本	100,000 元
法定代表人	胡凉伟
成立日期	2016年11月7日
住所	无锡市滨湖区海岸城53-121-126商铺
股东构成	浙江牧高笛持有100%股权
经营范围	纺织、服装及家庭用品、体育用品（不含射击、射箭类器材）、工艺品、办

	公用品的销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
	主要财务数据（单位：元）
期间	2016年12月31日/2016年1-12月（已经立信审计）
总资产	562,808.33
净资产	-157,274.37
营业收入	18,125.64
净利润	-157,274.37

2、分公司情况

（1）浙江牧高笛江北分公司

浙江牧高笛江北分公司主要负责公司直营店宁波外滩新店的经营管理，浙江牧高笛江北分公司的基本情况如下：

项目	基本情况
公司名称	浙江牧高笛户外用品有限公司宁波江北分公司
负责人	陆瞰华
设立日期	2014年4月3日
营业场所	江北区人民路132号17-1室
经营范围	户外休闲用品、体育用品、服装、鞋帽、眼镜、饰品、办公设备、日用百货、五金交电、工艺礼品（除金银）、文具用品的批发、零售；商业、技术、企业管理咨询；自营和代理商品和技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外

（2）浙江牧高笛北仑分公司

浙江牧高笛北仑分公司主要负责公司宁波北仑家乐福店的经营管理，浙江牧高笛北仑分公司的基本情况如下：

项目	基本情况
公司名称	浙江牧高笛户外用品有限公司北仑分公司
负责人	胡凉伟
设立日期	2016年7月7日
营业场所	北仑区新碶黄山路857号3幢191室106号
经营范围	户外休闲用品、体育用品、服装、鞋帽、眼镜、饰品、办公设备、日用品、五金交电、工艺礼品（除金银）、文具用品的研发、设计、样品制作、批发、零售、委托加工；商品、技术、企业管理咨询；自营和代理各类货物和技术的进出口业务（除国家限定公司经营或禁止进出口的货物及技术）。

（3）浙江牧高笛宁波江东分公司

浙江牧高笛江东分公司主要负责和丰广场店的经营管理，浙江牧高笛宁波江东分公司的基本情况如下：

项目	基本情况
公司名称	浙江牧高笛户外用品有限公司宁波江东分公司
负责人	胡凉伟
设立日期	2016年9月28日
营业场所	宁波市江东北路395号006幢宁波和丰创意广场21号（1-4）
经营范围	户外休闲用品、体育用品、办公用品、日用品、服装、鞋帽、眼镜、饰品、五金交电、工艺礼品（除金银）、文具用品的研发、设计、样品制作、批发、零售、委托加工；商品、技术、企业管理信息咨询；自营和代理商品和技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

（4）浙江牧高笛宁海分公司

浙江牧高笛宁海分公司主要负责宁海直营店的经营管理，浙江牧高笛宁海分公司的基本情况如下：

项目	基本情况
公司名称	浙江牧高笛户外用品有限公司宁海分公司
负责人	胡凉伟
设立日期	2016年9月26日
营业场所	宁海县跃龙街道桃源中路168号西子国际广场2F-34
经营范围	户外休闲用品、体育用品、服装及饰品、鞋帽、五金交电、工艺礼品（除金银）、文具用品、日用品、办公用品、眼镜（不含隐形眼镜）批发、零售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

第四节 募集资金运用

一、募集资金运用情况

经公司 2014 年度第三次临时股东大会批准，公司拟将本次发行所募集资金扣除发行费用后，分别投入以下项目，项目总投资为 38,352.45 万元，计划使用募集资金 22,814.53 万元。

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	建设资金	流动资金	计划利用募集资金额	项目核准文号
1	牧高笛“一站式”营销渠道建设项目	28,693.84	21,788.37	6,905.47	14,505.92	甬榭经备(2016)19号/
2	牧高笛 O2O 管理系统及信息化建设项目	2,380.98	2,380.98	-	1,880.98	甬榭经备(2016)18号
3	牧高笛仓储中心及产品展示厅项目	4,000.10	3,270.10	730.00	3,150.10	衢发改集投(2016)8号/衢集环建(2014)31号
4	补充流动资金项目	3,277.53	-	3,277.53	3,277.53	-
合计		38,352.45	27,439.45	10,913.00	22,814.53	-

二、项目发展前景分析

(一)“一站式”营销渠道建设项目

1、项目概况

本项目拟投资 28,693.84 万元用于公司营销渠道的建设。项目主要内容为在 13 个城市建设 16 家“一站式”户外体验店，其中浙江省 6 家，江苏省 5 家，上海市、北京市、湖北省、四川省、安徽省各 1 家。

本项目的实施将拓展公司营销网络，提升公司零售终端在区域内的覆盖广度和深度，增强公司品牌的知名度和影响力，提升公司整体竞争力。

公司已使用自有资金 303.43 万元投资于该项目，14,505.92 万元拟通过首次

公开发行股票募集资金予以解决。

2、项目建设的必要性

（1）本项目建设是户外用品企业获取竞争优势的必然选择

终端营销网络作为户外用品企业获取竞争优势的核心要素，其市场覆盖程度及各个零售网点的营销能力直接决定其销售业绩。同时，营销网络的增加和布局的完善将有效提升公司对销售渠道的掌控。

通过本项目建设，公司营销网络分布将更为广泛，有利于提升公司对零售终端市场的判断力，从而帮助公司更好的在竞争中取得优势，占据市场的主导地位。

（2）本项目建设是品牌推广的需要

提升品牌知名度是户外用品行业竞争的主要手段。“一站式”户外体验店通过精美的店铺装修、丰富的产品陈列和优质的销售服务，给顾客良好的购物体验，树立良好的品牌形象，有效促进品牌知名度和销售业绩的提高。

（3）本项目建设是公司优化营销网络体系的需要

通过本项目建设，公司加强了对零售终端的控制，能够更快速、准确地掌握终端市场的流行趋势和销售动态，有利于公司优化销售渠道结构。

（4）本项目建设是行业发展的需要

“一站式”户外体验店能够实现消费者在一家体验店内即可获得全面的商品选择和搭配服务，目前已成为国外户外用品行业一种成熟的自营零售模式，全球最大的体育用品零售商之一迪卡侬已在全球积极推行该种零售模式。

公司现有产品种类丰富，拥有为消费者提供户外用品全品类选择、一站式服务的先天优势。通过本项目建设，公司将建成 16 家“一站式”户外体验店，充分利用自身产品种类优势满足消费者多样需求。

（5）本项目建设是线上线下协同发展的需要

中国户外用品行业电子商务渠道发展迅速，户外用品网络销售规模增长较快。本项目中线上渠道的建设，符合行业渠道发展的需求，也有利于公司线上线

下业务协同发展。

（二）O2O 管理系统及信息化建设项目

1、项目概况

公司拟投资 2,380.98 万元，用于公司 O2O 管理系统及信息化建设，所需资金全部通过首次公开发行股票筹集资金予以解决。

公司 O2O 管理系统及信息化建设包括前端营销业务系统和后端业务管理系统建设，前端营销系统为 O2O 管理系统，后端业务管理系统将引入金蝶 EAS 整体方案，内容包括：战略管理、财务管理、企业门户、供应链、零售终端、订货会、POS 收银、成本管理、质量管理、资产管理、人力资源、BOS 流程管理、协同办公、BOS 集成等，最终形成统一集成、灵活、高效、协同、具有多维分析能力的综合信息管理系统平台，成为公司重要的经营决策和管理工具。

2、项目建设的必要性

（1）信息化系统建设有利于提高信息沟通和协作效率

目前，公司的信息系统只针对企业全业务流程中各相对独立环节，实行分块管理，各功能模块间存在交流壁垒和信息孤立的现象，制约了企业信息化应用的效率。本项目通过构建集中式的一体化信息管理平台，实现业务与财务一体化，提高部门之间信息沟通和协作效率。

（2）信息化系统建设有利于提高公司对客户的服务能力

信息化系统将公司前端营销与后端管理联系起来，保障线上线下通畅对接。线上营销推广及收集的消费者信息可以及时传到线下实体店，线下实体店通过数据分析可以更好的为客户提供满意的服务，同时增强线上营销推广的影响力，形成良性循环，有助于提高公司对客户的服务能力。

（3）信息化系统建设项目有利于提高企业销售渠道管控能力

公司销售网络的纵深扩展对分销系统在功能扩展、数据汇总分析、智能决策等模块的集成方面提出了更高的需求。本项目建成后，有助于公司对全国零售终端进行实时跟踪，提高公司对销售渠道的管控能力。

（4）信息化系统建设有利于支持公司线上线下业务整合

公司“一站式”户外体验店营销网络是公司未来品牌推广的重要支撑。信息化系统的建设有利于实现客户线上线下同时比价、线下体验线上购物等一系列的服务。

（5）信息化系统建设有利于提高公司供应链管理水平

公司利用信息化系统，能够及时获取顾客需求信息，缩短从需求到供应的响应时间，在保持企业供应链体系顺畅运行的前提下，降低商品的消耗和库存积压，提高运营效率，降低库存风险及供应链成本。另一方面，公司可以将供应商引入信息平台，通过信息分享和透明化管理，协调供应商的生产与供货，发挥供应商与公司的协同效应，提高供应链执行效率。

（三）牧高笛仓储中心及产品展示厅项目

1、项目概况

本项目所建仓储中心主要负责储存、调配公司的原材料、配件、辅料、半成品及产成品，满足公司发展对物流的新增需求，支持公司营销渠道建设和扩展。为满足客户直观了解和体验公司产品的需求，公司拟在仓储中心内设置 2,000 平方米的展示厅，利用仓储中心丰富的产品资源，充分展示公司产品的形象与功能。

本项目拟利用公司现有的位于凯旋西路 D-10 地块的预留土地，新建仓储中心及产品展示厅，购置货物装卸设备、仓储设备、展示厅陈列设备、信息系统等配套设备。项目建成投入运营后，预计年货物仓储量达到约 150 万件。

本项目总投资额为 4,000.10 万元，公司已使用自有资金投入 350 万元，3,150.10 万元拟通过公司首次公开发行股票募集资金予以解决。

2、项目建设的必要性

（1）本项目建设满足公司业务快速发展的需要

公司产品由于其质量优良、设计新颖以及功能全面，迎合了目前户外用品市场的主流需求，符合消费流行趋势，具有良好的市场前景，未来公司将面临更大的发展机遇。本项目的建设将能满足公司业务未来发展对公司物流能力的更高需

求。

（2）本项目建设满足公司营销渠道建设项目的需要

公司计划在全国 13 个城市建设 16 家“一站式”户外体验店，进一步增强公司对营销实体渠道的掌控力。同时公司也将大力发展网络营销渠道。新增的线下与线上营销网络建设均需要仓储中心的支持。本项目的建设将有力配合公司营销渠道的建设，为其顺利实施提供保障。

（3）本项目建设满足公司孟加拉生产基地扩产的需要

公司孟加拉生产基地已经正式投入运营，公司产能进一步扩大。由于孟加拉生产基地所需原材料由国内采购，因此需要国内的仓储中心有足够的吞吐量和快速的响应能力。本项目的建设将能满足孟加拉生产基地对仓储中心的需求。

（四）补充流动资金项目

1、项目概况

随着公司经营规模的不断扩大，采购、仓储、应收账款以及存货占用的流动资金越来越大，单纯依赖公司的内部积累难以满足持续、快速的业务增长。虽然公司可以通过银行贷款等间接融资方式暂时解决资金紧张的问题，但公司的资产负债率也会相应提高。为了缓解公司发展过程中的资金压力，公司拟使用本次募集资金 3,277.53 万元用于补充流动资金。

2、项目建设的必要性

（1）应收账款和存货占用公司大量资金

报告期内，随着公司业务的不扩张，公司应收账款和存货规模逐年增加，虽然公司已加强对应收账款的管理，通过提升供应链管理控制存货规模，但短期内仍无法解决应收账款和存货对公司资金的占用。

（2）公司营销推广需要资金支持

为了继续扩大“牧高笛（Mobi Garden）”品牌的知名度，公司未来将通过在专业媒体投放广告、参加国内外大型推广活动等方式，持续提高“牧高笛（Mobi Garden）”品牌的市场影响力。公司未来的营销推广活动需要大量资金予以支持。

3、管理运营安排

公司将根据《募集资金管理制度》，对用于补充流动资金的募集资金进行运营管理。募集资金存放于董事会决定的专项账户。公司董事会负责建立健全公司募集资金管理制度，并确保该制度的有效实施。专户不得存放非募集资金或用作其他用途。公司将与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议，并严格执行中国证监会及上交所有关募集资金使用的规定。

公司将严格履行募集资金的申请和审批手续，努力提高资金的使用效率，完善并强化投资决策程序，全面有效地控制公司经营风险，合理防范募集资金使用风险，提升经营效率和盈利能力。

4、补充流动资金对公司财务状况及经营成果的影响和对提升公司核心竞争力的作用

（1）对财务状况及经营成果的影响

本次募集资金到位后，将增加公司资本规模，公司的资产负债率水平将有所下降，有利于降低财务风险，提高公司的间接融资能力。通过补充流动资金，可以有效缓解公司流动资金的压力，有助于公司加大业务开拓力度，公司对客户和供应商的信用政策将具有更大的空间和灵活性，将有力推动公司的营业收入和净利润的持续增长。

（2）对提升核心竞争力的作用

通过补充流动资金，公司资金实力将明显增强，为公司经营规模扩张奠定良好基础，可进一步加大对公司现有业务模式的支持，在一定程度上加强公司的客户获取能力，提升公司整体竞争力。

第五节 风险因素和其他重要事项

一、风险因素

投资者在评价本公司本次发行的股票时，除本招股说明书摘要提供的各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险按照便于投资者阅读和理解的原则排序，并不代表风险程度的高低，也不表示风险因素会依次发生。

（一）市场风险

1、国内外市场环境风险

报告期内，国外主要国家实体经济复苏，新兴市场经济稳定发展。根据同花顺²数据统计，2014年、2015年和2016年，我国出口商品总额分别为23,422.93亿美元、22,749.50亿美元和20,974.44亿美元。虽然我国出口商品总额仍然较大，但是由于全球经济发展的不平衡现象依然存在，较大规模的经济危机仍然有可能发生，这对本公司的出口业务将会产生较大的不利影响。

目前，国内经济的增速回落比较明显，2013年我国GDP增长率为7.7%，2014年增长率为7.4%，2015年增长率为6.9%，我国经济进入结构改善、质量提高的中速增长阶段。宏观经济环境的改变对于消费零售市场的负面影响，主要体现在消费者信心不足、购买意愿下降等方面，公司内销业务面临一定的国内市场环境压力。

2、市场竞争风险

随着国内户外用品市场的快速发展，国外户外用品生产、销售企业加大了对中国市场的开发与投入，同时国内户外用品生产企业在发展过程中，利用自身优势积极开拓国际市场，使公司在国内外面临较为激烈的市场竞争，如果公司不能做出适时的经营调整，有可能出现盈利能力下滑、市场占有率下降的风险。

3、消费时尚变化风险

户外产品兼具功能性和时尚性，公司需要及时跟踪行业的时尚变化，预测、评估和响应消费者的心理需求，并体现在新产品开发中。公司多年来从事户外用

²同花顺：浙江核新同花顺网络信息股份有限公司，是一家金融信息和金融数据提供商，下同。

品的自主设计、研发、生产和销售，能较为准确地把握最新的时尚趋势。但随着近年来时尚变化速度的加快以及行业竞争的加剧，如本公司不能及时设计开发出符合消费者需求的产品，将可能导致消费者对本公司品牌认可度的降低，从而对公司的产品销售和经营业绩带来不利影响。

4、品牌维护风险

公司自设立以来专注“牧高笛（Mobi Garden）”品牌的创立和培育，形成了独特的品牌风格。公司紧贴消费者需求，有效把握了不同时期的消费者的偏好变化，将功能性、时尚性与牧高笛品牌相融合，满足消费者的功能需求和情感需求，树立了良好的市场品牌形象。如果公司未来不能成功维护或持续扩大牧高笛品牌的影响力，或者公司品牌被未经授权的使用，公司的业务发展和品牌声誉将会受到不利影响。

（二）业务经营风险

1、主要销售国的政治经济形势变化、贸易政策变化风险

公司境外客户分布在六大洲的 20 余个国家及地区，其中部分国家及地区存在政治、经济动荡或一定程度的外汇管制，若这些国家及地区政治或经济动荡进一步加剧，或外汇管理等金融政策进一步发生不利变化，亦或与公司产品相关的产业政策、贸易政策发生不利变化，将影响公司产品的出口，从而给公司经营业绩带来较大影响。

2、经销商销售模式风险

通过经销商销售是公司自主品牌业务的重要销售模式。经销商模式有助于公司在全国范围内的快速扩张，但会导致公司产品的最终销售依赖于各区域经销商所发展的销售网络。如果经销商不能有效维护和发展其所在区域的销售网络，将会影响公司产品在该区域的销售。同时，公司在对经销商渠道进行调整优化时，如不能及时开发新的优质经销商，或新引进的经销商盈利能力不能及时体现，将会对公司的经营业绩产生一定的风险。

3、直营销销售渠道经营未达预期需要调整的风险

直营销销售渠道是公司自主品牌业务未来的主要业务模式。直营销销售渠道经营

情况受多方面因素的影响，产品是否适合当地的消费需求、价格是否符合当地的消费水平、销售政策是否满足当地的消费习惯、门店的选址是否恰当、日常运营的费用是否有效控制、新商业模式的兴起是否带来冲击等各种因素均会对门店经营情况产生影响。如上述不利情况出现后公司未能及时作出调整和改善，造成门店经营情况未达预期，有可能出现公司大范围进行直营门店调整的风险。

4、户外用品连锁零售模式的主要风险

目前，连锁零售模式是国内外户外用品企业普遍采用的商业模式，如迪卡侬、探路者等典型的户外用品企业均采用该种模式扩大自身营销网络，提升品牌知名度。但连锁零售模式也存在以下经营风险：

（1）企业运营管理能力无法匹配连锁零售模式下营销网络扩大的风险

连锁零售模式下，户外用品企业通过门店数量的增长以拓展营销网络并且展示企业自身的品牌形象。随着企业销售区域的扩大和门店数量的增长，连锁零售模式对企业的门店选址、物流配送、财务管理、营销策略和人力资源管理等综合管理能力提出更高的要求，如果企业自身管理能力的发展滞后于快速发展的营销网络，那么将可能影响户外用品连锁零售模式的有效发展以及企业的经营业绩。

（2）资金需求无法满足的风险

连锁零售模式下，随着企业的零售网络、经营规模和门店数量会不断增长，与其配套的供应链管理、信息系统建设以及人才培养等都需要大量的资金支持；同时企业对运营资金的需求也日益扩大；此外商业、物业价格不断攀升，流通环节的成本也在不断增加。如果企业不能及时解决营销网络扩大带来的资金问题，那么将会阻碍连锁零售商业模式的有效运行，对企业的后续发展带来风险。

（3）经验丰富的专业人才短缺的风险

随着连锁零售模式下企业经营规模的不断发展，企业对运营、营销、物流和信息等各方面人员的专业素质、服务水平等方面提出了更高的要求，对高层次的综合性管理人才的需求将不断增加。目前，户外用品零售行业处于稳定发展阶段，但行业相关人才的成长仍处于萌芽阶段，与行业发展之间存在较大的人才缺口。当前大部分行业人才来自体育用品、服装行业或户外用品代加工企业，不能完全符合户外用品连锁零售的人才要求，如果这种形式长期无法改变，那么将对户外

用品企业的健康发展带来不利影响。

（4）电子商务模式冲击的风险

近年来，电子商务的爆发式增长已经对消费者的消费习惯产生了潜移默化的影响，越来越多的消费者选择通过电子商务进行购物。实体连锁零售模式正在受到效率更高、选择更广、传播更快的电子商务模式的冲击，加之线上线下零售渠道的激烈竞争，将会影响连锁零售模式下户外用品企业业务的发展。

（5）连锁门店租金水平上涨风险

户外用品连锁零售企业多通过租赁模式开设店铺，租金是企业主要承担的经营成本之一。随着一、二线城市中心的商圈的稀缺性进一步加大以及相关费用的增加，近年来商业物业的租金也呈现上涨趋势。较高的租金费用不利于户外用品企业的连锁零售网络快速扩张，从而影响企业的健康、稳定、长久的发展。

（6）门店选址失当的风险

连锁零售模式下门店的选择需要考虑的状况包括城市地理位置、经济地位、城市化水平与发展规划、交通状况、人口结构、消费者购买习惯和购买力、公司在当地的影响力和知名度、行业未来的发展趋势等因素。然而，随着这些因素的动态变化，将可能导致商圈的迁移，从而影响门店的经营效益。门店选址一旦失当，将会给公司带来经营上的风险，直接影响公司战略布局的合理性和经营效益。

5、电子商务渠道开展不当的风险

电子商务渠道是公司自主品牌业务高速发展的业务模式。近年来电子商务得到了迅猛发展，网络销售在消费品零售总额中占比逐年提高，对传统的零售行业产生了巨大的冲击。公司已充分认识到电子商务对公司发展的重要性，成立电子商务部，在主要电子商务平台开设了网络旗舰店。但目前公司的销售主要依赖于实体渠道，网络销售额占公司销售总额的比例不高。如果公司未来不能有效的利用电子商务渠道，或者不能有效协调发展电子商务渠道和实体渠道，公司将在激烈的市场竞争中受到不利影响。

6、因行业竞争不断加剧所导致的市场份额下降风险

户外用品行业的竞争建立在多项因素的基础上，其中包括品牌知名度及美誉

度、产品质量以及营销渠道等。公司的主要竞争对手是国内领先的其他户外用品公司。随着我国参与户外运动的消费者越来越多，我国市场已成为国内外知名户外运动品牌竞相争夺的重点市场，大批优质品牌和国际大牌通过在国内布点零售网络，抢占市场份额，户外用品行业的竞争日益加剧。公司凭借在户外用品行业的多年经营，积累了丰富的人才资源，树立了自身的品牌形象和行业口碑，具备较高的市场地位。然而，如果公司在激烈的市场竞争中不能维持品牌的美誉度、及时提高产品质量或者有效拓展营销渠道，公司将面临由市场竞争不断加剧而导致的市场份额下降的风险，从而进一步影响公司未来的营销网络的战略布局。

7、研发设计能力无法满足消费者多样化的需求变化的风险

随着户外用品行业消费者数量的不断增加，消费者对户外运动的专业化认知水平的不断加深，从而导致其需求更加多元化、个性化以及复杂化。公司需要不断创新并且设计出新的产品以应对消费者不断变化的需求。尽管公司拥有较多富有经验的设计师以及技术开发人员，然而，如果公司技术研发能力无法满足消费者多样化的需求变化，这将对公司营销模式的顺利开展产生不利影响。

8、除帐篷产品外其他产品依赖外包的风险

本公司除帐篷产品外其他产品采用外包的方式生产。本公司已就供应商的筛选和评判形成了一套标准，在以往的合作过程中供应商的生产能力、质量控制和管理水平基本能满足公司现有规模的需要。随着今后公司总体销售规模的扩大，如果公司的供应商开发能力和供应商管控能力不能得到相应提升，公司在产品交货期和产品品质上可能会面临一定风险。

9、用工短缺和国内劳动力成本上升风险

本公司大部分帐篷类产品由公司自有工厂组织生产，帐篷及装备类产品的规模化生产环节具有劳动密集型特点，劳动力成本是构成公司帐篷及装备类产品的主要成本之一。近年来，随着我国经济的发展，国内企业对劳动用工的需求不断提高，劳动力短缺导致用工成本持续上升已成为中国经济发展的重要趋势，尤其在制造业发达地区如浙江等省份较为明显。报告期内，公司直接人工成本逐年上升。劳动力成本上升将增加公司产品成本进而降低国外市场的竞争力，对公司盈利能力造成一定影响。

10、出口退税政策变动风险

公司出口产品享受增值税“免、抵、退”相关政策，虽然近年来公司相关外销产品的出口退税率保持稳定，但随着未来我国国际贸易规模的波动、外汇储备的变化，不排除出口退税率调整的可能性。如果公司相关外销产品的出口退税率出现下调趋势，将对公司的外销业务产生一定影响。

11、租赁房屋不能续租的风险

本公司有部分生产用房系租赁所得，出租人未提供相关房产所有权证或其他能够证明其拥有该租赁房产所有权或处分权的相关证明。公司若因上述租赁的产权瑕疵问题而不能合法续租，公司将不得不租赁新生产用房，从而承受相应成本，给公司的业务经营造成一定的影响。

（三）管理风险

1、控股股东、实际控制人不当控制的风险

本次发行前，公司实际控制人陆瞰华、陆瞰峰合计控制公司 87.28%的股权，本次发行后，仍然处于绝对控股地位。尽管公司已建立了规范的法人治理结构，完善了独立董事制度和关联交易决策制度等内控制度，力求在制度安排上防范控股股东、实际控制人不当干预公司现象的发生，但不能排除在本次发行后，控股股东、实际控制人通过行使表决权对公司的重大经营、财务和人事决策等进行不当控制，存在损害公司或其他股东利益的可能性。

2、组织模式和管理制度滞后于公司发展的风险

公司自成立以来持续快速发展。本次发行后，随着募集资金投资项目的建设 and 投入运营，公司的经营规模和业务总量将逐步提升，同时人员构成和管理体系也将日趋复杂。如果公司不能及时提升自身的管理能力，并根据业务发展需要及时优化现有的组织模式和管理制度，将影响公司业务的进一步发展。

（四）募集资金投向的风险

1、募投项目不能达到预期收益的风险

本次募集资金投资项目的可行性分析是基于当前宏观经济形势、市场环境、行业发展趋势及公司实际经营状况做出的，尽管公司已经对募集资金投资项目的

经济效益进行了审慎测算，认为本次募投项目的收益良好，项目可行，但由于宏观经济形势具有不确定性，如果募集资金不能及时到位，市场环境发生较大变化，将会对项目的实施进度、投资回报和公司的预期收益产生不利影响。

2、“一站式”户外体验店模式的风险

自有品牌“一站式”户外体验店是国外户外用品行业一种成熟的自营零售模式，未来可能会成为国内户外用品行业零售模式的发展趋势。截至目前，公司拥有两家“一站式”户外体验店，店内产品种类齐全，可以满足目标消费者的“一站式”购物需求，目前已获得预期的市场反映和消费者的认可。

与直营店相比，“一站式”户外体验店对店内人员素质的要求更高，包括店铺的运营维护、人员的绩效管理和激励、服务的推进优化等在内的管理系统更为复杂。正是因为“一站式”户外体验店以上的特点，其对公司品牌的综合运营管理能力提出了更多的要求。尽管公司营销经营网络的扩张及升级具备较好的品牌、市场及渠道管理基础，然而在“一站式”户外体验店的扩张过程中如果出现营销人员没有到位、物流仓储体系没有跟上公司发展的情况，则势必减缓营销网络扩张的速度。另一方面，发行人主要竞争对手近年来也逐渐加强了终端拓展的力度，发行人终端市场的争夺和竞争将更为激烈。基于以上因素，若本次“一站式”户外体验店营销渠道建设项目未能如期开展，公司将会面临一定的营销及开拓风险。

本次募投项目之一的营销网络建设项目在全国 13 个城市拟开设 16 家“一站式”户外体验店。由于不同地区市场环境和消费习惯的差异，部分地区门店收益有可能存在达不到预期的风险。

同时，“一站式”营销渠道建设项目中，大部分门店采用租赁方式取得。如公司无法按计划租赁目标门店，或租赁期满后因各种原因无法续租或租金持续上涨，将给本项目的顺利实施带来一定的风险。

3、净资产收益率下降的风险

本次发行完成后，公司净资产将有较大幅度的增长，而募集资金投资项目的全部建成投产并产生效益需要一定时间，预计本次发行后，公司净资产收益率与此前年度相比将出现下降的情况。因此，短期内本公司存在因净资产增长较快而

导致净资产收益率下降的风险。

（五）财务风险

1、发行人业绩波动的风险

报告期内，公司营业收入和净利润情况如下表所示：

单位：元

项目	2016 年	2015 年	2014 年
营业收入	430,748,389.21	454,972,294.31	431,978,003.93
净利润	47,486,891.80	54,243,046.73	35,063,385.73
归属于母公司所有者的净利润	47,486,891.80	54,243,046.73	35,063,385.73

公司经营业绩主要受宏观经济和零售行业增长情况、市场竞争情况、公司内外销业务市场开拓情况、主要产品毛利率变化情况以及期间费用控制情况等因素影响。报告期内，公司营业收入基本保持稳定，净利润存在一定的波动。随着未来整体宏观经济增速和零售行业增长趋缓，国内外户外用品市场的竞争日趋激烈，消费者需求也在持续变化，本公司将面临更为严峻的挑战。因此本公司未来整体业绩仍可能存在一定的下滑风险。

2、存货余额较大导致的风险

截至 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 12 月 31 日，公司存货账面值为 17,617.10 万元、15,868.88 万元和 20,355.81 万元，占当期总资产的比重为 52.55%、51.30%和 56.21%，占比较高。公司外销存货规模主要受 OEM/ODM 业务订单情况、公司产能利用情况、境外生产基地运输物流及生产周期等因素影响，而内销存货规模主要受自主品牌业务订货情况以及公司促销活动等因素的影响。随着未来公司业务规模的持续扩大，存货的规模很可能随之扩大，如果宏观经济环境、客户经营状况等因素发生重大变化，公司存货可能发生滞销情况，存货跌价的风险也可能相应增加，将对公司资产质量、财务状况和经营现金流产生不利影响。

3、应收账款余额较大导致的风险

截至 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 12 月 31 日，公司应收账款账面值分别为 5,589.41 万元、3,557.93 万元和 2,557.72 万元，占当期总

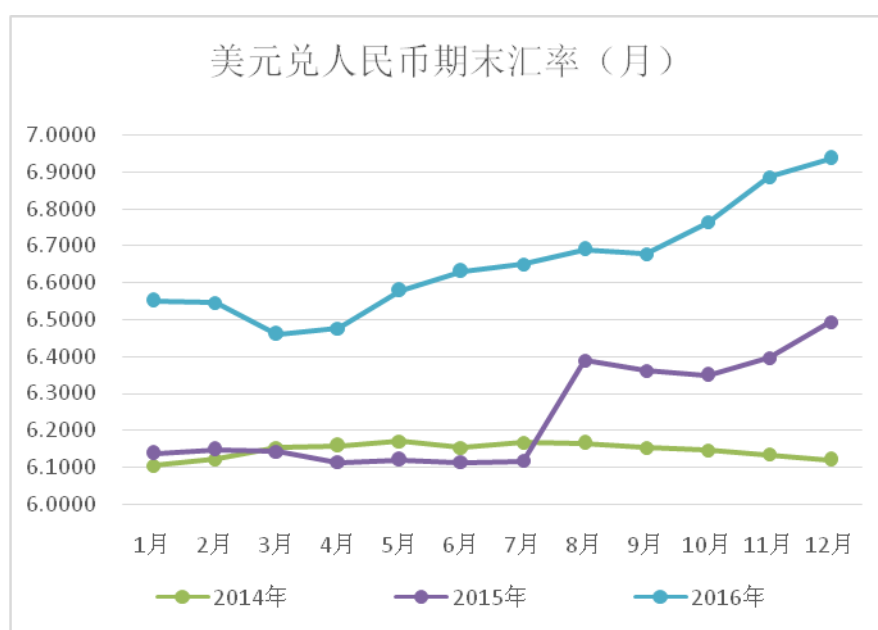
资产的比重为 16.67%、11.50%和 7.06%。公司外销业务形成的应收账款规模主要受 OEM/ODM 业务发展规模、客户要求的发货时间以及公司给予外销客户的账期等因素影响,而内销业务形成的应收账款规模主要受公司自主品牌业务规模以及公司给予内销客户的信用政策等因素影响。随着未来公司业务规模的持续扩大以及对客户信用政策的可能调整,应收账款的规模可能也会随之扩大,如宏观经济环境、公司与客户的合作关系等因素发生重大变化,坏账的风险也可能相应增加,将对公司资产质量、财务状况和经营现金流产生不利影响。

4、主要原材料供应和价格波动的风险

截至目前,公司自主生产的帐篷产品的主要原材料为涤纶等,作为石油的下游衍生品,公司生产成本与油价之间存在一定的相关性,若未来与石油相关的化工材料价格随油价上涨,将会增加本公司产品的生产成本;如果公司不能通过调整产品结构、上调产品售价和加强成本控制来降低原材料价格上涨的影响,将会对本公司的经营业绩产生不利影响。

5、人民币汇率升值风险

报告期内公司 OEM/ODM 业务销售收入主要以境外销售为主,并多以美元结算。此外,公司产品自签订订单至收汇周期较长,通常在 6-9 个月之间,汇率变动对公司出口业务影响较大。报告期内,美元兑人民币汇率波动如下:



数据来源：同花顺 iFind

报告期内,公司 60%左右的销售收入来自境外,且多以美元计价结算。如果

人民币出现升值，对公司业务的影响较大。主要体现为：自签订境外销售订单至该订单款项收汇之日，期间人民币升值导致营业收入、利润总额及净利润的减少。其中自签订境外销售订单至确认收入期间，因人民币升值而减少收入；自确认销售收入形成应收账款至收汇期间，则因人民币升值而增加汇兑损失。此外，因人民币升值，在公司出口产品美元销售价格不变的情况下，以人民币折算的销售收入减少，最终将造成产品毛利率下降。如果不能采取有效措施规避人民币升值风险，公司可能面临盈利能力受汇率波动影响的风险。

6、股东即期回报被摊薄风险

2014年、2015年和2016年，公司扣除非经常性损益后的基本每股收益分别为0.69元/股、1.02元/股和1.00元/股。本次发行募集资金到位后，公司的总股本和净资产将会相应增加。由于募集资金投资需要一段时间的投入期和市场培育期，难以在短时期内取得效益，募集资金到位后的短期内，公司的每股收益等指标将出现一定幅度的下降，股东即期回报存在被摊薄的风险。

（六）股票价格波动的风险

股票市场价格波动较大，投资的收益与风险共存。公司的业绩水平、股市的供求关系及宏观经济形势的变化、国家重大经济政策的调整、投资者心理的变化等因素均会对公司股票的价格产生影响，从而影响公司股票投资者的投资收益，投资者应对股票市场价格的波动具有充分的了解。

二、其他重要事项

本公司将按照《公司法》、《证券法》、《上海证券交易所股票上市规则》等有关法律法规的要求建立严格的信息披露制度，及时披露所有对上市公司股票价格可能产生重大影响或者证券监管机构要求披露的属于公司或者与公司有关的情况或事项的信息，并确保信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，为投资人提供及时、准确的服务。

（一）信息披露媒体

公司公开披露信息指定的媒体是中国证监会法定信息披露媒体，在其他公共传媒披露的信息不得早于该指定的媒体。

（二）信息披露的部门与人员

本公司的信息披露工作由董事会统一领导和管理，具体负责信息披露的责任部门为公司董事会办公室，责任人为董事会秘书顾嘉琪，其联系方式如下：

联系人： 顾嘉琪

地址： 宁波市江东北路 475 号 004 幢宁波和丰创意广场意庭楼 14 楼

邮政编码： 315000

联系电话： 0574-27718107

传真号码： 0574-87679566

电子信箱： IR@mobigarden.com.cn

（三）重大合同

本公司重大合同指公司及子公司目前正在履行的合同金额在 500 万元以上，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 6 月 30 日，本公司正在履行或将要履行的重大合同主要包括：承兑协议 8 份、最高额抵押合同 3 份、最高额保证合同 2 份、经销合同 3 份、采购合同 10 份。

（四）重大诉讼或仲裁

截至本招股说明书摘要签署日，公司涉及的尚未了结的重大诉讼事项如下：

1、发行人与浙江金豪环境建设有限公司（以下简称“金豪建设”）建设工程施工合同纠纷一案

2008 年 6 月 23 日，2009 年 6 月 5 日，2009 年 7 月 27 日，发行人分别与金豪建设签署施工合同，将发行人位于衢州市白沙工业园区 D-10 号地块的厂房 1# 钢结构工程、道路和管道工程、附属工程发包给金豪建设施工。

2016 年 3 月 15 日，金豪建设向衢州市柯城区人民法院提起诉讼，要求发行人支付工程尾款 685,850 元及利息。截至本招股说明书摘要签署日，该案尚在一审审理中。

2、浙江牧高笛与苏州市吉普户外用品有限公司（以下简称“苏州吉普”）合同纠纷一案

2014年7月8日，浙江牧高笛向宁波市北仑区人民法院提起诉讼，请求法院判令苏州吉普支付货款1,840,557.32元及违约金267,494.33元。2014年8月10日，苏州吉普提起反诉，请求法院判令浙江牧高笛返还双倍定金60万元及装潢租金损失50万元。2015年2月28日，宁波市北仑区人民法院作出判决并出具了（2014）甬仑榭商初字第125号《民事判决书》，判决苏州吉普须支付浙江牧高笛货款1,840,557.32元、逾期付款利息（以1,480,557.32元为基数从2014年1月1日起均按月息1%计算至实际履行之日止）以及逾期提货违约金85,711.71元，同时驳回苏州吉普的反诉请求。2015年3月16日，苏州吉普向宁波市中级人民法院提出上诉申请。2015年8月24日，宁波市中级人民法院作出终审判决，驳回苏州吉普的上诉，维持原判。在二审宣判后，苏州吉普向浙江省高级人民法院申请再审。经浙江省高级人民法院审查，苏州吉普的再审申请不符合民事诉讼法的规定，于2015年11月30日裁定驳回苏州吉普的再审申请。因苏州吉普未在生效判决确定的履行期间履行判决义务，浙江牧高笛于2015年9月29日向宁波市北仑区人民法院申请强制执行。截至本招股说明书摘要签署日，执行到位255,490元。

3、浙江牧高笛与陕西锋芒商贸有限公司（以下简称“陕西锋芒”）买卖合同纠纷一案

2012年8月19日，浙江牧高笛与陕西锋芒签订《“牧高笛”授权经营合同》和《合作协议》，约定浙江牧高笛授权陕西锋芒为陕西省牧高笛品牌总代理权限。截至2015年6月26日，陕西锋芒向浙江牧高笛订购产品尚余2,892,731.95元未支付。

2015年11月23日，浙江牧高笛向宁波市北仑区人民法院大榭法庭起诉，要求陕西锋芒支付货款2,892,731.95元并支付逾期付款违约金。陕西锋芒在提交答辩状期间对管辖权提出异议。2016年2月1日，宁波市北仑区人民法院驳回被告陕西锋芒对本案管辖权提出的异议。陕西锋芒对该裁定不服，向宁波市中级人民法院提起上诉，2016年4月25日宁波市中级人民法院驳回陕西锋芒的上诉，维持原判。2016年8月29日，宁波市北仑区人民法院作出（2015）甬仑榭商初字第180号《民事判决书》，判决被告陕西锋芒支付原告浙江牧高笛货款2,892,731.95元及相应违约金。

2016年9月8日，陕西锋芒向宁波市中级人民法院提出上诉，请求撤销一审判决中“自2015年7月15日起按照中国人民银行同期同类贷款基准利率的四倍计算至实际履行之日止的逾期付款违约金”。2016年12月9日，宁波市中级人民法院作出（2016）浙02民终3215号《民事判决书》，判决驳回上诉，维持原判，二审案件受理费10,439元由上诉人陕西锋芒承担。截至本招股说明书摘要签署日，浙江牧高笛正在申请强制执行。

4、浙江牧高笛与乌鲁木齐牧歌途商贸有限公司（以下简称“牧歌途”）合同纠纷一案

自2013年4月21日起，浙江牧高笛授权牧歌途为新疆地区牧高笛户外用品总代理。之后牧歌途陆续向浙江牧高笛订购牧高笛产品。截至2014年10月31日双方对账，牧歌途确认尚欠浙江牧高笛货款1,670,889.10元。牧歌途于2015年2月6日还款100,000元，剩余货款1,570,889.10元尚未支付。

2016年6月23日，浙江牧高笛向宁波市北仑区人民法院提起诉讼，请求判令：（1）被告牧歌途支付货款1,570,889.10元；（2）原告浙江牧高笛有权扣除被告牧歌途的押金155,704.5元作为逾期偿还信贷的违约金；（3）被告牧歌途以1,570,889.10元为基数，按银行同期贷款利率为标准向浙江牧高笛支付逾期利息。宁波市北仑区人民法院于2016年7月1日立案受理，并于2016年11月23日公开开庭审理此案。

2016年11月24日，宁波市北仑区人民法院出具（2016）浙0206民初3968号《民事判决书》，判决被告牧歌途支付浙江牧高笛货款1,495,384元并赔偿自2015年2月1日起按照中国人民银行同期同档贷款基准利率计算至实际履行之日止的逾期付款损失。截至本招股说明书摘要签署日，此案已过上诉期限，正在申请强制执行。

5、浙江牧高笛与成都秦英商务有限公司（以下简称“成都秦英”）合同纠纷

浙江牧高笛与成都秦英签订XN130201号《“牧高笛”授权经营合同》和《牧高笛四川代理商附加协议》，随后成都秦英陆续向浙江牧高笛订购牧高笛产品。截至2016年10月17日，成都秦英尚欠浙江牧高笛货款122,317.84元。

2016年10月17日，浙江牧高笛向宁波市北仑区人民法院提起诉讼，请求

判令：（1）被告成都秦英支付货款 122,317.84 元；（2）被告成都秦英以 122,317.84 元为基数，按银行同期同类贷款利率的四倍为标准向浙江牧高笛支付逾期利息（暂算至 2016 年 10 月 12 日为 75,402.15 元）。

截至本招股说明书摘要签署日，宁波市北仑区人民法院已受理该案，目前尚在一审审理过程中。

6、宁波牧高笛与上海大自然一号营电子商务有限公司（以下简称“大自然一号营”）合同纠纷

宁波牧高笛与大自然一号营于 2015 年 1 月 1 日签订《区域经销协议》，授权大自然一号营为“牧高笛”、“MOBIGARDEN”系列户外用品特约经销商。之后宁波牧高笛陆续向大自然一号营提供牧高笛产品。

2016 年 10 月 13 日，宁波牧高笛向宁波市北仑区人民法院提起诉讼，请求判令：（1）被告大自然一号营支付货款 334,367.80 元（注：审计金额与起诉金额差异系起诉时未将一笔金额为 1,305.80 元的退货从应收账款中扣除）；（2）被告大自然一号营以 334,367.80 元为基数，按银行同期同类贷款利率的四倍为标准向宁波牧高笛支付逾期利息（暂算至 2016 年 10 月 12 日为 56,682.74 元）。

截至本招股说明书摘要签署日，宁波市北仑区人民法院已受理该案，目前尚在一审审理过程中。

除上述事项外，截至本招股说明书摘要签署日，本公司及公司控股股东、实际控制人、控股子公司不存在尚未了结的重大诉讼或仲裁情况。

第六节 本次发行各方当事人和发行时间安排

一、本次发行的各方当事人

名称	住所	联系电话	传真	联系人
发行人：牧高笛户外用品股份有限公司	衢州市世纪大道895号1幢	0574-27718107	0574-87679566	顾嘉琪
保荐机构（主承销商）：国泰君安证券股份有限公司	中国（上海）自由贸易试验区商城路618号	021-38676666	021-38676888	施继军、云波
律师事务所：国浩律师（杭州）事务所	浙江省杭州市杨公堤15号国浩律师楼	0571-85775888	0571-85775643	沈田丰、吴钢
会计师事务所：立信会计师事务所（特殊普通合伙）	上海市黄浦区南京东路61号4楼	0571-85800470	0571-56076663	李惠丰、钟建栋、杜娜
股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司上海分公司	上海市浦东新区陆家嘴东路166号中国保险大厦36楼	021-58708888	021-58899400	-
申请上市证券交易所：上海证券交易所	上海市浦东南路528号证券大厦	021-68808888	021-68804868	-

二、本次发行上市的重要日期

（一）刊登发行公告日期：2017年2月22日

（二）申购日期：2017年2月23日

（三）缴款日期：2017年2月27日

（四）股票上市日期：本次股票发行结束后本公司将尽快申请在上海证券交易所挂牌上市

第七节 备查文件

一、备查文件

- (一) 发行保荐书及发行保荐工作报告
- (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(草案)
- (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、查阅地点

投资者可于本次发行期间到本公司及保荐机构（主承销商）办公地查阅，该等文件也在指定网站披露。

（此页无正文，为《牧高笛户外用品股份有限公司首次公开发行股票招股说明书摘要》之签章页）

牧高笛户外用品股份有限公司



2017年2月21日