

北京三夫户外用品股份有限公司 非公开发行股票募集资金使用的 可行性分析报告 (修订稿)



本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

二〇一七年三月

一、本次非公开发行股票募集资金使用计划

本次非公开发行股票募集资金总额（含发行费用）不超过 56,078.34 万元，扣除发行费用后，募集资金净额拟投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	拟使用募集资金
1	三夫户外活动赛事、营地+培训、零售+体验综合运营中心建设项目	41,851.82	35,921.42
2	三夫总部办公及研发中心建设项目	20,156.92	20,156.92
合计		62,008.74	56,078.34

若本次非公开发行实际募集资金净额少于上述项目拟投入募集资金金额，公司将根据实际募集资金净额，按照项目的轻重缓急等情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目、优先顺序及各项目的具体投资额，募集资金不足部分由公司以自筹资金方式解决。

在本次非公开发行 A 股股票募集资金到位之前，公司将根据项目进度的实际需要以自筹资金先行投入，并在募集资金到位之后按照相关法规规定的程序予以置换。

二、本次募集资金投资项目情况

（一）三夫户外活动赛事、营地+培训、零售+体验综合运营中心建设项目

本项目围绕户外运动爱好者全方位需求，构建户外运动服务一体化产业链，公司拟在苏州、北京、上海、深圳、杭州、广州、长沙 7 个城市建设户外运动综合运营中心，涵盖“户外赛事组织、户外营地运营+户外技能培训、直营旗舰店+体验中心”等服务内容。

1、项目建设的必要性

（1）户外运动服务产业正值发展初期，项目建设有利于把握市场先机

在我国，露营地作为一个新型产业才刚刚开始，主要集中在环渤海经济圈、长江三角洲经济圈、珠江三角洲经济圈和新疆、西藏两条精品线上。我国的户外营地主要针对

休闲娱乐市场，依托所处景区或附近景区经营，仅能为游客提供简单的服务，还远不能满足蓬勃发展的户外运动与旅游营地的市场需求，且配套设施非常不完善，营地建设相当滞后，还达不到国际标准。

在我国目前的户外技能培训市场中，绝大部分为专业的户外拓展公司进行的主要面向成人的户外拓展培训，尚未有专门针对青少年群体的户外技能培训机构。在私立学校和一些优质的公立学校，由于缺少标准化的设施齐备的专业户外营地，学生的户外技能培训课程只能在一些小型的室内场馆和野外进行，且严重缺乏专业的培训师资，因此，国内青少年营地教育的发展受到了严重的制约。2016年，国家体育总局编制了《青少年体育活动促进计划》，大力呼吁并扶持开展青少年营地教育，鼓励社会资本兴建营地设施，同时，青少年营地教育也已从官方角度纳入青少年教育体系。

综上，我国露营地产业无论在建设数量还是建设标准上，与国际标准都存在相当大的差距，青少年户外技能培训领域也缺乏系统性发展体系，市场需求非常旺盛且不断增长，正是进入该市场的有利时机。公司把握该市场契机，进入户外营地与青少年户外技能培训市场，抢占先机，迅速扩大市场份额。

（2）有利于丰富公司业务结构、增加收入来源

公司凭借多年来在赛事活动领域积累的丰富经验和专业技术、庞大的会员群体，以及专业的服务团队等优势，在休闲性、趣味性大众户外休闲运动细分领域精耕细作，户外赛事活动已成为公司稳定的盈利来源，为公司带来了可观的经济收益。

户外体验式教育是青少年成长过程中素质培养的重要内容，在现代社会尤其是发达国家已经得到广泛认同和实践。随着国家的重视和大力支持，我国青少年户外教育也正在蓬勃发展，急需大量的基础设施和创新服务。对于公司而言，青少年户外营地教育体系既是三夫户外零售体系和户外运动体系的有效延伸，也是针对未来中国户外运动产业大发展的战略选择，也将为公司带来良好的经济效益。

（3）有利于提升公司品牌价值

本项目计划在7个目标城市建设户外运动综合运营中心，包括户外赛事活动、户外营地运营+户外技能培训、直营旗舰店+户外体验中心三大类业务，无论是原有业务的深化，还是新增业务的扩展，都将大大提升公司品牌的内涵价值。

户外运动在我国的发展历史只有短短十几年，群众基础远没有达到国际水平，近年来，随着人们可支配收入的增加以及对健康生活理念的追求，户外运动爱好者逐渐增多。三夫自成立至今，一直秉承着“运动、快乐、梦想”的经营宗旨，倡导“亲近自然、健康生活”理念，并且坚持不懈地聚集着户外运动爱好者，带领着他们不断地践行着丰富多彩的户外运动生活，三夫不只为广大会员朋友提供户外用品装备，更是凝聚着户外运动理念的灵魂中心，包含着热爱自然、勇于探索、关注公益等正面价值观，打造一种积极向上的生活方式。通过本项目的建设，将在目标城市建成包括高标准的专业户外营地、规模化并配有体验中心的直营旗舰店在内的综合运营中心，并在当地深入开展户外赛事活动与户外技能培训，将公司的核心品牌内涵广泛地传播出去，将能够凝聚起更为庞大的会员群体、培养更多的户外运动爱好者，塑造具有社会责任感的品牌形象，使之更具有感召力与凝聚力，丰富品牌内涵、提升品牌价值。

2、项目建设的可行性

（1）项目建设符合国家政策导向

体育产业已成为我国经济发展的一个新亮点，2014年10月，国家发布了《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》，将体育产业作为绿色产业、朝阳产业进行培育扶持，破除行业壁垒、扫清政策障碍，制定发展目标为：到2025年，体育产业总规模将超过5万亿元，成为推动经济社会持续发展的重要力量。

国家旅游局近年来致力于露营旅游发展与营地建设，制定发布了《露营地建设标准》，并组建了协会，每年召开1~2个论坛或研讨会，积极协调推进相关政策落实，引导成为投资重点，明确十三五期间实现建设1,000个营地目标。

户外运动服务产业作为体育产业、旅游产业的关联产业，在国家政策的大力支持下，拥有广阔的发展前景。

（2）公司的专业团队资源为项目建设提供可靠保障

自2001年成立以来，经过十多年的发展，公司已建立起一支优秀的服务团队，对行业现状及发展趋势具有敏锐的洞察力和把握能力，在公司发展过程中能够快速、准确地把握市场趋势，并能充分发挥出高效的经营决策水平，使得公司整体经营能力得到不断提升。同时，公司根据业务发展规划，不断优化人员结构，吸引了大量的各类技术研

发人才及经营管理人才，不断推动着公司快速向前发展。

经过长期的俱乐部运营，以及定期开展的大讲堂活动，面向会员进行户外知识与户外技能培训，公司已打造出一支专业的户外运动服务团队。三夫俱乐部现在北京、上海、南京、青岛、成都、沈阳等数个城市设有分部，拥有专职工作人员 30 多人，兼职领队 150 多人，有中登协颁发初级指导员证书的技术人员 40 余人，有中级证书的约 10 人，数十名人员接受过“中法探洞协会”培训认证的初级探洞资质证书。专兼职领队全部通过 120 急救中心培训核发的初级急救证书，其中 38 人获得中级急救证书。

目前，公司正在整合内部各方面优势资源，组建高水平的户外营地设计运营团队，结合以往户外运动服务以及培训经验，有能力在短期内迅速建立起科学有效的营地设计建设运营和户外技能培训体系。

（3）公司成熟的户外赛事运营经验为项目建设奠定坚实基础

运动管理公司的前身是三夫俱乐部，十多年来一直专注于专业户外运动的推广和普及，得到了会员、消费者的充分认可，公司会员具有稳定性强、忠诚度高等特点，平均每年有数万人次的户外爱好者参与俱乐部组织的户外活动。各类户外活动及赛事从组织策划、路线勘测到保障实施全链条同步发展，并全力打造国内领先的体育旅游和全民健身品牌赛事体系。目前已成为国内规模较大、技术实力较强的专业赛事运营机构，拥有香山超能量，量山好汉、荧光夜跑等一系列独立自主 IP 赛事，具有良好的品牌影响力。

俱乐部旗下的品牌赛事“三夫户外三项赛”，2000-2015 年连续举办十六届，总举办 25 次，累计参与人数约 11000 人次；“三夫户外量山好汉”、“紫金山荧光跑”项目，自 2013、2014、2015 年连续举办 3 次，累计参与人数约 5000 人次；三夫户外香山超能量山地马拉松项目，2015 年累计参与人数 1000 人次。

公司已积累了较为成熟的赛事组织与运营经验，拥有专业的赛事服务团队，有能力进行自行开发、组织与运营，并支持技术输出，能够维持稳定的赛事盈利能力。

3、项目实施主体

该项目的实施主体为公司的全资子公司或控股子公司。

4、项目建设内容

公司此次募投项目是建设户外运动综合运营中心，功能模块包括户外赛事组织、户外营地运营+户外技能培训、直营旗舰店+体验中心，具体描述如下：

类型	功能介绍及特点
户外赛事组织	组织马拉松、越野跑、定向赛、铁人三项赛、皮划艇赛事、自行车赛事以及户外多项赛等户外赛事和户外活动。
户外营地运营+ 户外技能培训	开展户外营地教育，包括露营地和木屋建设、室内外培训区和公共服务区，开展营地户外体验项目，包含山地车公园、越野徒步区、水上运动、高空绳索、情景模拟探险和极限蹦床等。
	面向青少年学生或企业员工开展户外技能培训，包括野外生存、拓展训练、攀岩运动、登山运动等；面向行业培训师进行师资培训。
直营旗舰店+ 体验中心	面积为 1000 m²旗舰店，涵盖全品类货品，一站式购物。
	面积为 800 m²体验中心，具有户外运动项目基本设施，供消费者体验交流。

（1）户外赛事组织

本项目的实施主体为运动管理公司，拟将户外赛事活动从全国统一运营下沉到苏州、北京、上海、深圳、杭州、广州、长沙 7 个地区进行专注运营，将品牌赛事活动复制到各地，在当地建立稳定的户外赛事活动体系，并通过其广泛的影响力聚拢人气，营造户外运动文化氛围，培育户外运动群体，带动准客户的户外运动服务性消费。

（2）户外营地运营+户外技能培训

本项目计划由运动技能培训公司在苏州、北京、上海、深圳、杭州、广州、长沙 7 个城市与当地具有户外营地资源的企事业单位或者团体进行合作，设立专门全资子公司或控股子公司负责户外营地装修改造并开展营地运营、户外技能培训。

（3）直营旗舰店+体验中心

本项目拟由当地全资子公司或新设全资子公司进行实施，计划在深圳、杭州、广州、长沙 4 个城市陆续建设 4 个面积达到 1000 m²的旗舰店，配套建设不低于 800 m²的体验中心，实现全品类、一站式、体验式购物，满足客户各类户外用品需求。

5、项目建设概况

项目总投资为 41,851.82 万元，主要用于房屋购置、场地租赁、装修、设备配置、营地和体验中心建设、旗舰店铺货与开办费。

序号	类别	投资金额	投资比例
1	房屋购置（万元）	23,400.00	55.91%
2	装修工程（万元）	1,663.00	3.97%
3	电脑设备（万元）	26.80	0.06%
4	办公设备（万元）	106.02	0.25%
5	体验中心设施（万元）	348.00	0.83%
6	营地设施（万元）	10,377.60	24.80%
7	场地租金（万元）	1,834.08	4.38%
8	开办费用（万元）	200.00	0.48%
9	购买存货（万元）	3,896.32	9.31%
总投资额（万元）		41,851.82	100.00%

6、项目涉及的审批情况

该项目已获得北京市西城区发展和改革委员会项目备案通知书（京西城发改（备）【2016】75号）。

7、项目建设进度

项目建设期预计为3年，第一年投入14,149.09万元，第二年投入18,562.43万元，第三年投入9,140.30万元。

8、项目投资收益测算

项目达成后运营期年均营业收入为41,431.36万元，年均净利润6,670.94万元，税后内部收益率为13.78%，税后投资回收期（含建设期）7.47年。

（二）三夫总部办公及研发中心建设项目

1、项目建设的必要性

（1）提升公司形象、吸引优秀人才，推动公司长远发展

公司北京总部现有运营部、大客户部等15个职能部门以及运动管理公司、梦想旅行社、旅行鼠公司、运动技能培训公司等多家子公司，分别分布在马甸南村、泰斯特大厦、金澳国际公寓、商厦等地，不利于部门之间的协调与沟通。公司计划通过购置办公房产，将目前北京总部的所有部门和子公司统一集合到新办公场地内，加强公司内

部各部门之间的沟通，提升公司的运营效率，降低管理成本。此外，公司计划未来财务部、产品部、梦想旅行社搬到新办公场地后，将其原有的西城区马甸南村 4 号楼一层办公室装修为零售店面，有助于提升店铺销售业绩。

公司各部门和子公司办公地址

序号	部门	租赁地址
1	审计部、证券部、事业发展部	北京市西城区北三环中路 27 号商房大厦 601 室
2	运营部	北京市海淀区马甸东路 19 号金澳 26 层 3010 室
3	物流部	北京市昌平区小沙河村西永丰伟业（搅拌站）往北 300 米海洋超市对面左手第二个库房
4	电子商务部、信息技术部	北京市西城区马甸南村 2 号楼 604 室
		北京市西城区马甸南村甲 12 号楼 2 层
		北京市西城马甸南村 4 号楼西段一门负一层
5	财务部	北京市西城区马甸南村 4 号楼一层
6	微运营部、数据部	北京市西城区德外马甸南村 2 号楼-3
7	人力资源部	北京市海淀区马甸东路 19 号金澳国际公寓 2820 室
8	产品部	北京市西城区马甸南村 4 号楼一层
9	大客户部	北京市西城区北三环中路 27 号商房大厦 622 室
10	市场部	北京市西城区马甸南村 4 号楼一层
11	产品开发（童装部）	北京市海淀区马甸南村 22 号楼 1708
	产品开发（阿尼玛卿）	北京市海淀区北三环中路 31 号泰斯特大厦 A 座 1101 室
12	旅行鼠公司	北京市海淀区北三环中路 31 号泰斯特大厦 809 室
13	运动管理公司、运动技能培训公司	北京市西城区北三环中路 27 号商房大厦 619 室
14	梦想旅行社	北京市西城区马甸南村 4 号楼一层

目前公司的办公场所均以租赁方式取得，合计达到 1470 平方米，年租金 300 余万元，未来随着办公面积增加，北京写字楼租金价格逐年上涨，将会为公司带来较大的财务压力。公司通过购置办公房产，长期摊销，能够有效控制公司的物业支出。另一方面，拥有稳定的经营场所，能够使公司增加对必要设施和设备投资。

随着公司业务规模不断扩大，公司对于人才的需求日益迫切，项目实施能够营造稳定的办公环境，吸引更多优秀的人才加入公司，为公司持续发展提供充足的人才保障。通过购置办公房产也有助于提升公司形象，增强客户对公司的认可度，进而有利于公司各项业务顺利开展。

（2）完善电商 ERP 系统，建设全渠道运营平台，推动公司业务发展

销售渠道方面，公司在线上拥有公司官网、天猫、京东商城、亚马逊、手机端微商

城等多个电商平台。2015 年线上销售额为 0.45 亿元，在营业收入中的占比仅为 13.59%。随着我国户外用品的快速发展，电商渠道市场竞争也日趋激烈。此外，现代信息技术与电子商务技术的发展使信息渠道和购物渠道一体化成为可能，促进了全渠道消费者群体的崛起。全渠道消费者希望在早上、下午或晚间等任何时间，商业街、家中、办公室等任何地点，以电脑、手机、IPAD 等任何方式购买到自己想要的商品或服务，这就对零售行业的销售模式提出了更高的要求。

因此，公司有必要完善自身的电商 ERP 系统，实现线上订单管理、商品管理、退换货管理、库存管理、线上平台管理、发货管理、报表管理、线上会员管理等一系列功能，提高公司线上平台的运营效率，改善买家购物体验，促进线上业务的发展；根据自身情况，建设全渠道运营平台，实现线上订单门店自提、线上订单门店退货、门店无货但顾客可在门店下单，通过全渠道运营平台安排适合门店配送等场景，满足消费者在任何时间、任何地点、任何方式对户外用品的购买需求，提供给顾客无差别的购买体验，推动公司业务的发展。

（3）建立科学的数据分析体系，提高决策能力

公司的线下俱乐部、门店以及线上购物平台已经积累了大量的会员、品牌、经销商、代理商、门店、库存、销售、退换货、商品等数据，核心数据是会员数据、销售数据、库存数据和商品数据。

公司计划通过会员通系统建设，完成线上和线下核心数据的整合，实现数据统一管理，构建会员积分和消费一体化体系。通过科学的数据分析体系，深度挖掘客户需求，为公司客户管理与维护、营销策略制订、市场开发、自有品牌产品设计等提供依据。

（4）加强自有品牌研发能力、推动自有品牌业务发展

公司现已经建立了完整的研发流程，拥有了三夫（SANFO）和阿尼玛卿（ANEMAQEN）两个自有品牌，但是尚缺乏打样室，在研发的过程中需要租用其他公司的打样室完成样品的制作，延误了研发进度，也不利于成本控制。

公司计划建设打样室、购置研发设备，有利于增强公司自主品牌产品的研发能力，缩短研发周期，提高研发效率，也有助于公司及时将新理念、新技术、新工艺应用于公司的自有产品，抢占市场先机，促进公司自有品牌产品的销售。

（5）增强公司赛事业务能力，推动户外赛事业务发展

公司在销售户外用品的同时组织户外活动和户外赛事，现已发展成为一家专业的户外运动服务公司和户外赛事公司。2015 年公司在全国范围内组织各类户外活动近千次，参加人数超过 5 万人次。公司目前尚缺乏专门的赛事报名系统，赛事报名需要依靠公司官网、微信和其他户外运动网站来共同完成；公司在比赛过程中需要采用其他公司的赛事计时系统，并购买其相关服务，在比赛结束后，从其系统中取得相关赛事数据，这些都限制了户外赛事运营组织能力的进一步提升。

公司通过建设赛事研发中心，购置赛事相关软硬件系统，能够使公司拥有专业的户外赛事报名系统，具备独立的赛事数据采集能力，并能对数据进行分析汇总，为公司未来户外赛事的开展提供参考，从而进一步提升户外赛事的组织运营效率，增强户外赛事业务的竞争力，推动户外赛事业务的发展。

2、项目建设的可行性

（1）项目建设符合国家产业政策

2015 年 5 月，国务院发布了《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》，鼓励有条件的大型零售企业开办网上商城，积极利用移动互联网、地理位置服务、大数据等信息技术提升流通效率和服务质量。支持中小零售企业与电子商务平台优势互补，加强服务资源整合，促进线上交易与线下交易融合互动。

公司作为国内规模较大全国布点的专业户外用品直营连锁零售商，积极推进会员通、电商 ERP、全渠道运营平台以及智能物流和仓库管理系统的建设，符合国家产业政策。

（2）公司积累了丰富的信息系统运营经验

目前公司已经采购了道训 ERP 软件、用友 U8 财务和人力资源系统、OA 系统，以自行开发的形式拥有了公司官方网站、三夫鸿鹄系统、代发货业务管理系统、箱单业务管理系统，基本形成了较为完善覆盖财务、人力、仓储、门店销售和电商业务处理的信息化管理体系，积累了丰富的信息系统运营和维护经验，这些信息系统的运营管理经验为公司未来信息系统的实施提供了借鉴经验和有效支持。

（3）公司积累了丰富的产品研发经验

目前公司已经拥有了“三夫”和“阿尼玛卿”两个自有品牌，作为对公司产品线的辅助和补充，产品涵盖服装、帐篷、睡袋、防潮垫、背包等多种户外攀登旅行用品，形成了从产品设计、产品打样到最终发货的完整研发和生产流程，建立了一套完善的质量控制标准，拥有了“一种拼接式速干上衣”等 4 项实用新型和 9 项外观设计专利，以及一批具有丰富经验的研发人才，现有产品研发部门所积累起来的研发经验和人才为公司未来产品研发中心的建立奠定了坚实的基础。

（4）现有赛事活动的运营已经具备一定的市场知名度

公司下设了运动管理公司，作为专业的户外运动服务公司和户外赛事公司。2014 年，公司仅在北京、上海共组织各项户外活动近 350 次，12,100 余人次参与。2015 年公司在全国范围内组织各类户外活动近千次，参加人数超过 5 万人次，其中组织山地越野跑、公路马拉松及铁人三项赛和各类户外赛事 26 场，参加人数约 3 万人次。公司开发的北京、上海等地区的区域初级越野品牌赛事，现已成为培养越野跑爱好者的有效渠道平台。

公司先后与内蒙阿尔山市政府、黑龙江大庆市、江苏宿迁市达成战略合作协议，发挥地方的文化体育旅游资源优势，携手推动当地户外运动产业的发展。2016 年 8 月，公司和宿迁市政府联合举办了“2016 首届宿迁荧光半程马拉松”，涵盖 21KM 半程马拉松男子组、21KM 半程马拉松女子组、10KM 男子组、10KM 女子组、5KM 组 5 个项目，参赛人数达到 3030 人。2016 年 9 月，公司和阿尔山矿泉、阿尔山市政府合作的“2016 阿尔山矿泉杯 ARSF100 国际山地越野赛”成功举办，赛事的国际化、专业化水平受到参赛者的一致好评。

公司在各地户外活动和户外赛事运营过程中积累的市场知名度，为公司未来户外赛事的研发奠定了坚实的基础。

3、项目实施主体

该项目的实施主体为三夫户外。

4、项目建设内容

公司拟在北京东三环至东五环外，北三环至北五环外区域范围内购买办公房产作为公司的总部，将现有分布在北京各地的部门以及子公司集中到新办公场地内办公，提升办公效率；在新办公场地内建设公司的产品研发中心和信息系统，将仓库管理系统升级

为智能物流和仓库管理系统，采购赛事软硬件系统，及时购置必要的设备、招聘相应人才，开展产品研发工作。产品研发中心建设完成后将会提升公司对自有品牌的研发；赛事研发中心能够增强公司的赛事组织能力，推动公司赛事业务的发展。建设信息系统，将会为公司未来发展战略的实现提供信息化支持。

（1）办公场地建设方案

序号	功能区/部门		功能说明	所需面积（平方米）
1	办公区域	总经理办公室	工作人员日常办公	30
2		证券部		40
3		人力资源部		100
4		审计部		30
5		财务部		100
6		数据部		30
7		产品部		100
8		市场部		20
9		事业发展部		20
10		运营部		100
11		物流部		10
12		电子商务部		600
13		微运营部		20
14		大客户部		100
15		旅行鼠公司		60
16		运动管理公司		400
17		梦想旅行社		20
18	办公区域面积合计			1780
19	研发中心	信息技术部	信息系统开发	400
20		产品开发部	自由品牌产品研发	800
21			研发产品展示区	100
22	接待、会议室共计 5 个		接待来宾，组织召开大小不同的会议、培训	200
23	茶水间、休息室		员工休息使用	30
24	活动区		攀岩、乒乓球、羽毛球、健身器械	70
25	员工食堂		满足员工午餐和晚餐	170
26	重要文件存放区		公司重要文件的存放、借阅管理	100
27	代理品牌产品展示区		旅行鼠公司所代理品牌的集中展示区	100

序号	功能区/部门	功能说明	所需面积（平方米）
28	俱乐部库房	存放赛事活动用设施、物资	100
29	其他库房、杂物间	存放其他部门的杂物、货品等	150

（2）信息系统建设

信息系统建设包含：会员通、电商 ERP、全渠道运营平台、智能物流和仓库管理系统。

项目名称		主要业务模块/功能/场景
会员通	会员通项目解决方案（一期）	线上客户档案归集
		门店客户档案归集
		赛事活动客户档案归集
		客户档案整合管理
	会员通项目解决方案（二期）	会员积分管理
		会员消费查询
		顾客回访管理
		积分商城
		会员专享
		优惠券管理
		促销信息推送
电商 ERP		订单管理：订单查询、订单审核、财务审核、预约单管理、手工建单、订单明细、订单归档、发货单管理等。
		商品管理：商品分类、商品资料、商品条码、组合商品等。
		库存管理：出库、入库、库存调整、盘点、包裹分拣等。
		退换货管理：包括退款单、退换货单、售后订单、售后维修单管理等。
		策略管理：选仓策略、物流策略、赠品策略、订单合并策略、订单拆分策略、库存锁定策略、包装策略、库存警戒策略等。
		电子面单管理
		平台管理：包括线上平台的创建、授权管理、平台商品铺货等。
		发货管理
		报表管理
		会员管理
全渠道运营平台	全渠道运营平台一期	门店基本信息管理
		商品通，门店库存与线上库存同步，商品信息共享

项目名称		主要业务模块/功能/场景
		线上订单门店发货
		订单全链路回传
	全渠道运营平台二期-业务场景实现	实现线上订单门店自提的场景
		实现线上订单门店退货的场景
		门店无货但是顾客可在门店下单，通过全渠道运营平台安排适合门店配送的场景
		其他业务场景
智能物流和仓库管理系统	智能物流和仓库管理系统（软件部分）	货品管理：货品分类、货品属性、货品品牌、货品档案、条形码、组合装、货品称重等管理。
		采购管理：采购开单、采购单管理、库存预警、采购退货、采购退货单管理等。
		库存管理：销售出库、入库管理、货品盘点、货品调拨、装箱管理、库位管理、序列号管理、保修处理等。
		结算管理：往来管理、现金管理、单据结算等。
		统计模块：采购、销售、绩效统计、发货、货品等相关汇总和明细统计。
	智能物流和仓库管理系统（硬件部分）	主要用于仓库：PDA 手持终端管理（硬件）（通过 PDA 等智能设备可直接在仓库完成货品分拣、发货等业务场景）

（3）研发中心建设

1）产品研发中心

公司自主品牌产品的研发会在自主研发科技面料的基础上，加强新兴技术和公司产品的结合：全球定位的产品，如：户外穿戴类定位系统产品，可以用于服装上、背包上等；研发太阳能自驾类产品，满足户外爱好者更多生活体验。

2）赛事研发中心

公司赛事研发中心的主要内容为：采购赛事计时系统、报名系统的相关软硬件。

项目		主要模块	应用
计时系统	地毯式计时系统	计时地毯/感应线圈模块	马拉松、登山、自行车、摩托车、轮滑、竞走等众多群众性户外体育赛事项目计时。
		GPS 定位模块	
		无线数据回传模块	
		成统中心模块	
		高速起终点摄像计时模块	
	中长距离无线	超高频 2.4G/5.8G 计时模块（有源）	山地越野跑、定向越野、全能定向、

项目		主要模块	应用
	感应计时系统	主分站控制模块	铁人三项、越野接力赛、游泳、自行车、摩托车、越野滑雪等众多高端户外体育专业性赛事项目专业计时。
		GPS 定位模块	
		无线数据回传模块	
		成统中心模块	
		高速起终点摄像计时模块	
	近距离无线感应计时系统	计时模块（无源）	山地越野跑、定向越野、山地马拉松、登山、铁人三项、越野接力赛等众多一般级别户外体育赛事专业计时项目。
		主分站控制模块	
		GPS 定位模块	
		无线数据回传模块	
		成统中心模块	
报名系统	报名系统	后台管理系统	向各类户外运动赛事提供多平台的赛事报名服务。
		微信报名平台	
		APP 报名平台	
		网站报名平台	
	成绩查询发布系统	后台管理系统	向各类户外运动赛事提供多平台的赛事成绩查询服务。
		微信查询发布平台	
		APP 查询发布平台	
		网站查询发布平台	
	现场直播系统	GPS 实时轨迹跟踪发布模块	向各类户外运动赛事提供多平台的现场直播服务，可进行实时轨迹、3D 场景、多媒体播报服务
		实时 3D 场景播放模块	
		多媒体直播解说模块	

5、项目建设概况

本项目计划投资 20,156.92 万元，项目拟通过购置方式获取办公房产，预计总支出为 16,000 万元，装修投入为 500 万元。设备购置包含办公设备、研发设备、信息系统硬件设备。具体如下：

单位：万元

序号	投资项目	第一年	第二年	合计
1	购置办公房产	16,000.00	—	16,000.00
2	装修费用	500.00	—	500.00
3	硬件设备购置	512.04	1,025.37	1,537.41
4	软件及服务	779.42	753.00	1,532.42
5	预备费	533.74	53.35	587.09
6	总计	18,325.20	1,831.72	20,156.92

6、项目涉及的审批情况

该项目已获得北京市西城区发展和改革委员会项目备案通知书（京西城发改（备）【2016】76 号）。

7、项目建设进度

项目建设期预计为 2 年，第一年投入 18,325.20 万元，第二年投入 1,831.72 万元。

8、项目投资收益测算

本项目不涉及投资收益测算。本项目实施后有利于提升公司形象，提升公司总部各部门之间的协同工作效率，有利于吸引优秀人才；增强公司对自有品牌产品的研发能力，提升户外赛事的运营组织水平；在公司现有信息系统的基础上完成会员通、电商 ERP、全渠道运营平台、智能物流和仓库管理系统的建设，满足公司未来发展对信息系统的要求。

三、本次募集资金对公司经营管理和财务状况的影响

（一）本次非公开发行对公司经营管理的影响

本次非公开发行是公司适应户外运动产业的发展趋势、推动户外运动这一健康生活方式进一步普及和发展的重要举措，将丰富公司的业务结构和收入来源，构建户外运动服务一体化产业链，最终实现户外运动服务的产业化经营。

（二）本次非公开发行对公司财务状况的影响

本次非公开发行募集资金到位后，公司的净资产将进一步增加，营运资金更加充分，公司资本结构更加稳健，有利于增强公司的盈利能力。

北京三夫户外用品股份有限公司董事会

2017 年 3 月 1 日