

日播时尚集团股份有限公司

（上海市松江区中山街道茸阳路 98 号）

首次公开发行股票 招股意向书摘要

保荐机构（主承销商）



（上海市广东路 689 号）

发行人声明

本招股意向书摘要的目的仅为向公众提供有关本次发行的简要情况，并不包括招股意向书全文的各部分内容。招股意向书全文同时刊载于上海证券交易所网站。投资者在做出认购决定之前，应仔细阅读招股意向书全文，并以其作为投资决定的依据。

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

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股意向书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对招股意向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意向书及其摘要中财务会计资料真实、完整。

保荐人承诺因其为发行人首次公开发行制作、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，其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。

释 义

在本招股意向书摘要中，除非另有所指，下列词语具有如下含义：

一、一般词语		
发行人、本公司、公司、股份公司、日播时尚	指	日播时尚集团股份有限公司
日播实业	指	上海日播实业有限公司，为发行人的前身
日播服饰	指	上海日播服饰有限公司，为日播实业的前身
日播控股、控股股东	指	上海日播投资控股有限公司，为发行人的控股股东
实际控制人	指	王卫东、曲江亭夫妇
日播至美	指	上海日播至美服饰制造有限公司，为发行人的全资子公司
日播至信	指	上海日播至信服饰有限公司，为发行人的全资子公司
上海云娜	指	上海云娜服饰有限公司，为发行人的全资子公司
艾舍尔	指	上海艾舍尔视觉设计有限公司，为发行人的全资子公司
日播国际	指	日播国际（香港）有限公司，为发行人的全资子公司
广州创美	指	广州日播创美服饰有限公司，为发行人的全资子公司
北京创美	指	日播创美服饰（北京）有限公司，为发行人的全资子公司
广州腾羿	指	广州腾羿服饰有限公司，为发行人的控股子公司
苏州至臻	指	苏州至臻服饰有限公司，为上海云娜的全资子公司
武汉至臻	指	武汉日播至臻服饰有限公司，为上海云娜的全资子公司
天津至美	指	天津日播至美服饰有限公司，为北京创美的全资子公司
日播信息	指	上海日播信息科技有限公司，为发行人的全资子公司
日播禾吉	指	上海日播禾吉服饰有限公司，为发行人的控股子公司
上海尊言	指	上海尊言服饰有限公司，为广州腾羿的全资子公司
Ribo Property	指	Ribo Property LLC，为日播国际注册于纽约的全资子公司
广州尊言	指	广州尊言服饰有限公司，为广州腾羿的全资子公司
上海至杭	指	上海至杭企业管理咨询合伙企业（有限合伙），为日播至美

		控制的合伙企业
共存国际	指	共存国际（香港）有限公司，为日播国际的参股公司
南京至臻	指	南京日播至臻服饰有限公司，曾为上海云娜的全资子公司，已于 2016 年 3 月注销
杭州江亭	指	杭州江亭服饰有限公司，曾为上海云娜的全资子公司，已于 2016 年 3 月注销
上海海芭	指	上海海芭服饰有限公司，于 2012 年 7 月被发行人吸收合并
至和文化	指	北京日播至和文化发展有限公司，为日播控股的全资子公司
北巷文化	指	上海北巷文化投资有限公司，为实际控制人的全资子公司
胜洲咨询	指	上海胜洲企业管理咨询有限公司，为实际控制人的控股子公司
日慈基金会	指	广东省日慈公益基金会，由曲江亭投资设立
一里之城置业	指	上海一里之城置业有限公司，为日播控股的全资子公司
巨敞咨询	指	上海巨敞企业管理咨询有限公司，为日播控股的控股子公司
本次发行	指	公司本次拟公开发行股票数量不超过 6,000 万股，占本次发行后总股本的比例不低于 25%；本次发行全部为公司公开发行新股，不安排公司股东公开发售股份
本招股意向书摘要	指	日播时尚集团股份有限公司首次公开发行股票招股意向书摘要
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《公司章程》	指	《日播时尚集团股份有限公司章程》
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
报告期、近三年	指	2014 年度、2015 年度及 2016 年度
一年	指	2016 年度
报告期各期末	指	2014 年末、2015 年末及 2016 年末
保荐机构、保荐人、主承销商、海通证券	指	海通证券股份有限公司
发行人会计师、众华	指	众华会计师事务所（特殊普通合伙），原名称为“上海众华沪银会计师事务所有限公司”

发行人律师、通力	指	通力律师事务所
元、万元	指	人民币元、人民币万元

二、专业词语

直营	指	公司通过与商场、购物中心等签订联营合同或者租赁合同等方式开设销售终端门店，由公司或委托第三方负责门店的日常经营管理
联销	指	公司与联销商签订联合经营合同，公司统一提供货品并拥有货品的所有权，联销商开设商场专柜或自收银店，由公司与联销商共同负责货品销售及运营，双方按照货品销售额或吊牌价的分成比例结算货款
经销	指	公司与经销商签订特许经营合同，将产品按折扣价格销售给经销商，由经销商通过自行开设商场专柜或自收银店对外销售，并由经销商自行承担相应的运营费用
联营店	指	公司与百货商场签订联营合同，由商场提供场地和收款服务，公司提供产品和销售管理，商场统一向消费者收款后定期与公司进行结算，按照合同约定的比例扣除分成后将销售净额付给公司，公司向其开具发票
自收银店	指	公司租用购物中心、商业街的门店，供应商品，聘用销售人员，向消费者收款并根据消费者要求开具销售发票
自制生产	指	公司在自主设计、自行采购原材料的基础上，自行完成产品的生产
定制生产	指	公司自主设计，向成衣定制厂商提供样板和工艺要求单，由成衣定制厂商自行采购面辅料，指导并监督其严格按照公司要求组织生产，由公司采购成衣、验收合格入库
委托加工	指	公司自主设计，自行采购原材料，将产品设计样板、纸样、产品工艺要求单及面辅料提供给委托加工厂商，指导并监督其严格按照公司要求完成加工，并向其支付委托加工费，由公司验收合格入库
吊牌价	指	标示在产品吊牌上面的价格
大货	指	服饰产品的样板设计研发完成后，确定大批量投入生产的产品
波段	指	每季新品分批上货至门店的频次
梭织/梭织类服装	指	以梭织面料及圆机面料为主加工缝制而成的服装
针织/针织类服装	指	以毛纱为原料为主，由织针串套而成的服装
配饰	指	与服装搭配的饰品的总称，包括帽子、眼镜、皮带、项链、

		包、披肩、手套等
VMI 供应模式	指	VMI（Vendor Managed Inventory 的缩写）供应模式，其核心思想是“按需供应”，采用“小批量、多批次”的供货模式，公司备料备货做到快速反应
SAP	指	Systems Applications and Products in Data Processing 的缩写，是全球企业管理软件与解决方案的供应商。SAP 既是公司名称，也是其产品企业管理解决方案的软件名称
O2O	指	Online To Offline 的缩写，即将线下商务的机会与互联网结合在一起，让互联网成为线下交易的前台
B2C	指	Business to Customer 的缩写，是电子商务的一种模式，指企业通过互联网直接面向消费者销售产品和服务的一种商业零售模式

注：本招股意向书摘要除特别说明外所有数值保留 2 位小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

第一节 重大事项提示

一、相关当事人的承诺事项

(一) 股份锁定的承诺

1、控股股东日播控股承诺

(1) 自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前其持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

(2) 若公司上市后 6 个月内公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者公司上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，其持有公司股票的锁定期将自动延长 6 个月。

前述发行价指公司首次公开发行股票的发行人价格，如果公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照有关规定作除权除息处理。

2、实际控制人王卫东及曲江亭夫妇承诺

(1) 自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前其直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

(2) 若公司上市后 6 个月内公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者公司上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，其持有公司股票的锁定期将自动延长 6 个月。

(3) 王卫东作为公司董事长、总经理还做出承诺：在上述锁定期满后，在其担任公司董事、监事或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公司股份总数的 25%，离职后 6 个月内，不转让其所直接或间接持有的公司股份。

前述发行价指公司首次公开发行股票的发行人价格，如果公司上市后因

派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照有关规定作除权除息处理。

3、担任公司董事、高级管理人员的股东郑征、林亮承诺

(1) 自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前其直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

(2) 若公司上市后 6 个月内公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者公司上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，其持有公司股票的锁定期将自动延长 6 个月。

(3) 在上述锁定期满后，在其担任公司董事、监事或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公司股份总数的 25%，离职后 6 个月内，不转让其所直接或间接持有的公司股份。

前述发行价指公司首次公开发行股票的发价价格，如果公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照有关规定作除权除息处理。

4、股东王陶承诺

自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前其直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

(二) 主要股东减持意向的承诺

1、控股股东及实际控制人承诺

若在所持公司股票锁定期满后 2 年内减持公司股票，股票减持价格不低于发行价，每年减持数量不超过上一年末所持股份数量的 25%，且减持不影响其对公司的控制权。如果公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照有关规定作除权除息处理。

减持公司股票将依据法律、法规的规定，通过上海证券交易所大宗交易、竞价交易或其他方式依法进行，并在减持公司股票前 3 个交易日予以公

告。

若违反上述承诺，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内购回违规卖出的股票，且自购回完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期 3 个月；如果因未履行承诺事项而获得收入的，所得的收入归公司所有，将在获得收入的 5 日内将前述收入支付给公司指定账户；如果因未履行承诺事项给公司或者其他投资者造成损失的，将向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任。

2、担任公司董事、高级管理人员的股东郑征、林亮承诺

若在所持公司股票锁定期满后 2 年内减持公司股票，股票减持价格不低于发行价，在职务变更、离职等情形下仍将忠实履行上述承诺。如果公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照有关规定作除权除息处理。

减持公司股票将依据法律、法规的规定，通过上海证券交易所大宗交易、竞价交易或其他方式依法进行，并在减持公司股票前 3 个交易日予以公告。

若违反上述承诺，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内购回违规卖出的股票，且自购回完成之日起自动延长持有股份的锁定期 3 个月；如果因未履行相关公开承诺事项而获得收入的，所得的收入归公司所有，将在获得收入的 5 日内将前述收入转至公司指定账户；如果因未履行相关公开承诺事项给公司或者其他投资者造成损失的，将向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任。

（三）稳定公司股价的承诺

为维护公司上市后股价稳定，公司制定了《日播时尚集团股份有限公司上市后三年内稳定公司股价的预案》，主要内容如下：

1、启动股价稳定措施的具体条件

公司股票自上市之日起 3 年内，在出现连续 20 个交易日公司股票收盘价均低于公司上一个会计年度末经审计每股净资产的情形时，将启动相关稳定股价的方案。

2、稳定股价的具体措施

在公司满足上述启动条件时，公司将及时采取以下措施稳定公司股价：（1）公司回购股票；（2）控股股东增持公司股票；（3）董事（不含独立董事）、高级管理人员增持公司股票等方式。公司承诺对于未来新聘的董事（不含独立董事）及高级管理人员，将要求其履行公司发行上市时董事、高级管理人员作出的相应承诺要求。

（四）招股意向书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员承诺，若招股意向书及其摘要有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将采取包括但不限于回购、赔偿等措施维护公众投资者的利益。

海通证券股份有限公司承诺：“如因海通证券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。”

众华会计师事务所（特殊普通合伙）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。”

通力律师事务所承诺：“若因本所为日播时尚集团股份有限公司本次发行上市出具的公开法律文件中存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并因此给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者由此造成的损失，有证据证明本所没有过错的情形除外。”

（五）关于公司填补回报措施能够切实履行的承诺

1、全体董事、高级管理人员出具的承诺

公司全体董事、高级管理人员将忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股

东的合法权益，为保证公司填补回报措施能够得到切实履行作出以下承诺：

“（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）承诺如公司未来实施股权激励，该等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。”

2、控股股东、实际控制人出具的承诺

公司的控股股东、实际控制人对公司填补回报措施能够得到切实履行作出承诺：不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

（六）未履行承诺的约束措施的承诺

公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员承诺，将积极采取合法措施履行就本次发行上市所做的所有承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。

三、公司滚存利润安排、利润分配政策及分红回报规划

（一）本次发行前滚存利润的安排

经公司 2015 年第二次临时股东大会审议通过，公司本次发行前滚存的未分配利润，将由发行前公司的老股东和发行完成后公司新增加的社会公众股东共同享有。

（二）本次发行后的利润分配政策

根据公司 2015 年第二次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，公司本次发行上市后的利润分配政策主要内容如下：

1、利润分配形式

公司采取现金或者现金、股票相结合的方式分配股利。在有条件的情况下，公司可以进行中期现金分红。

2、现金分红的条件、比例和期间间隔

公司在弥补亏损(如有)、提取法定公积金、提取任意公积金(如需)后，除特殊情况外，在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，公司每年度至少进行一次利润分配，采取的利润分配方式中必须含有现金分配方式。公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 20%。在当期盈利且累计未分配利润为正的情况下，公司可以进行中期现金分红。

3、发放股票股利的条件

公司在经营情况良好，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，可以在满足上述现金分红的条件下，提出股票股利分配预案，并提交股东大会审议。

4、利润分配的具体政策

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，提出具体现金分红政策：

（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%。

（三）公司上市后三年分红回报规划

根据公司 2015 年第二次临时股东大会审议通过的《关于公司上市后三年分红回报规划的议案》，公司在弥补亏损(如有)、提取法定公积金、提取任意公积金(如需)后，除特殊情况外，在当年盈利且累计未分配利润为正的

情况下，公司每年度至少进行一次利润分配，采取的利润分配方式中必须含有现金分配方式。公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 20%。在当期盈利且累计未分配利润为正的情况下，公司可以进行中期现金分红。

四、特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险

1、宏观经济波动风险

服装产品作为可选消费品，受宏观经济波动影响。由于中高端女装的需求弹性比一般女装更大，因此其波动也更为明显。目前，公司的服装产品主要面向国内市场销售，国内经济增长放缓、物价上涨等经济形势发生的变化可能促使人们减少服装消费，从而导致公司销量下降，进而影响公司经营业绩和财务状况。

2、行业竞争和产品替代风险

一方面，我国服装行业作为传统行业，进入门槛较低，品牌数量较多，行业竞争比较激烈，主要体现在品牌、营销渠道、设计研发等方面的市场竞争。在中高端女装市场，虽然进入门槛较高，但随着国际高端品牌对中国市场日益重视并加强渗透，也使得该领域竞争日趋激烈。

另一方面，消费者在选择服装产品时，通常也会根据品牌知名度、产品风格特性、价格等多种因素综合考虑后作出购买决定。从功能性角度来说，服装产品的可替代性较强。

因此，若公司未来不能进一步提升品牌影响力和市场占有率，可能将面临被其他品牌替代的风险，将对公司品牌实力的提升和盈利能力的持续增长等产生不利影响。

3、网络销售冲击风险

随着近年来互联网平台的快速发展、网上交易环境和支付平台的完善、物流配送体系的逐渐壮大，消费者的购物习惯日渐趋于网络化。以淘宝、京东等为代表的电商平台不仅给消费者提供了更加便捷且多样化的网购选择，更给中小品牌和厂商提供了直接面向消费者的平台。根据统计，我国网络购物市场销售占比最高的为服装鞋帽。服装产品的网购需求较大，如果公司不能及时有效的适应互联

网销售渠道的普及，将会处于不利的竞争位置，从而对经营业绩构成不利影响。

4、品牌维护及单品牌收入占比较高的风险

消费者对品牌的忠诚度来自于对品牌背景和附着文化的认可，通过服装的差异化体现出自我个性，品牌维护对于品牌拥有者来说是至关重要的事项。如果公司不能够保持独特的品牌风格、个性化的创意设计和产品一贯高品质的制造，将会影响公司品牌形象，并可能对公司销售业绩带来不利影响。

报告期内，发行人主要经营的品牌为“broadcast:播”、“PERSONAL POINT”和“CRZ”，其中“broadcast:播”品牌销售收入占发行人主营业务收入平均比例达80%以上。因此，发行人的经营业绩很大程度上取决于“broadcast:播”品牌在市场上的知名度、美誉度和客户忠诚度。如果出现对“broadcast:播”品牌不利影响的负面宣传或纠纷，或竞争品牌市场形象及知名度的上升等情形，将可能会影响“broadcast:播”品牌产品在市场上的影响力和认可度，进而可能影响发行人的经营业绩。

5、存货管理和存货跌价风险

由于服装行业直接面对不同的消费者，每一消费者对服装个性化的要求不同，对花色、款式的审美观点不同，因此门店需保证一定的产品配货，加之企业为下季提前开发产品以及产品过季等因素，造成服装行业普遍存在库存商品较大导致存货较大的现象。截至2014年末、2015年末及2016年末，发行人的存货金额分别为19,816.17万元、21,839.52万元及21,750.75万元，存货周转率分别为1.86、1.65及1.67，存货跌价准备金额分别为3,128.43万元、3,724.92万元及4,184.29万元。存货占用了营运资金，如果存货规模过大，会降低公司运营效率，另一方面产品滞销将产生跌价风险，将会对公司经营业绩产生不利影响。

五、审计截止日后主要经营情况

公司最近一期审计报告的审计截止日为2016年12月31日。本公司2017年第一季度财务报表未经审计，但已经众华审阅，并出具了无保留结论的《审阅报告》（众会字(2017)第4398号）。

截至本招股意向书摘要签署日，公司经营基本与行业趋势保持一致，公司经营模式未发生变化，主要原材料采购规模和采购价格以及主要产品的销售数量和销售价格未发生重大变化，主要客户、供应商稳定，税收政策稳定，也不存在其他可能影响投资者判断的重大事项。

发行人 2017 年 1-3 月累计实现营业收入 23,740.32 万元，较 2016 年 1-3 月同比增长 3.83%；2017 年 1-3 月累计实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润 1,251.56 万元，较 2016 年 1-3 月同比增长 21.79%（2016 年 1-3 月数据未经审计）。

六、关于 2017 年上半年度经营业绩的预计情况说明

根据发行人 2017 年 1-3 月已实现的经营业绩以及在手订单情况，发行人合理预计 2017 年上半年度将实现营业收入 42,351.00 万元左右至 44,367.72 万元左右，较 2016 年上半年度增长 5%左右至 10%左右；实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润 1,735.22 万元左右至 1,821.98 万元左右，较 2016 年上半年度增长 0%左右至 5%左右，经营业绩不存在较上年大幅下滑的风险（前述 2017 年上半年度财务数据不代表公司所做的盈利预测）。

第二节 本次发行概况

股票种类	人民币普通股（A股）
发行股数	不超过 6,000 万股，占本次发行后总股本的比例不低于 25%；本次发行全部为公司公开发行新股，不安排公司股东公开发售股份。
每股面值	1.00 元/股
每股发行价格	【 】元
发行市盈率	【 】倍（每股收益按照【 】年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产	【 】元
发行后预计每股净资产	【 】元
发行市净率	【 】倍（按照发行后预计每股净资产计算）
发行方式	采用网下向询价对象询价配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或中国证监会等监管机关认可的其他发行方式。
发行对象	符合相关资格规定的询价对象和在上海证券交易所开户的境内自然人、法人、证券投资基金及符合法律规定的其他投资者等(中华人民共和国法律或法规禁止购买者除外)，可参与网下配售投资者的具体条件由发行人董事会和主承销商最终依法协商确定并向社会公告。
承销方式	余额包销
预计募集资金总额	【 】万元
预计募集资金净额	【 】万元
发行费用概算（不含税）	4,359.69 万元
其中：承销和保荐费用	3,351.89 万元
审计费用	287.80 万元
律师费用	230.00 万元

用于本次发行的相关 费用	490.00 万元
-----------------	-----------

第三节 发行人基本情况

一、发行人概况

发行人：	日播时尚集团股份有限公司
英文名称：	Ribo Fashion Group Co., Ltd.
注册资本：	18,000 万元
法定代表人：	王卫东
有限公司成立日期：	2002 年 4 月 25 日
整体变更为股份公司日期：	2013 年 6 月 22 日
住所：	上海市松江区中山街道茸阳路 98 号
邮政编码：	201600
电话：	021-57783232
传真：	021-67637913-2698
互联网网址：	www.ribo.cn
电子信箱：	zhengzheng@ribo.com.cn
经营范围：	服装及饰品、家用纺织品、批发零售；服装技术开发、企业营销策划，企业形象策划，企业管理咨询，市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），企业投资管理，自有房屋租赁，仓储（除危险品、食品），从事货物的进出口及技术的进出口业务，以电子商务的方式从事服装、饰品、家用纺织品的销售。（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）

二、发行人历史沿革及改制重组情况

（一）发行人的设立方式

发行人为上海日播实业有限公司整体变更设立的股份有限公司。根据众华出具的沪众会字（2013）第 4624 号《审计报告》，日播实业截至 2013 年 4 月 30 日经审计的净资产为 24,181.04 万元，折为股份公司的股本总额 18,000 万元，其余 6,181.04 万元计入资本公积，由有限公司整体变更为股份公司。2013 年 6 月 22

日，股份公司在上海市工商行政管理局注册登记，并领取了注册号为310227000822773的《企业法人营业执照》。

（二）发起人及其投入的资产内容

公司发起人包括日播控股、王卫东、曲江亭、郑征、林亮、王陶。公司由日播实业整体变更设立，其拥有的全部资产及负债由公司承继，房产、土地使用权、商标等相关资产已变更至公司名下。

三、有关股本情况

（一）发行人总股本、本次发行的股份、股份流通限制和锁定安排

本次发行前公司股份总额为18,000万股，本次拟向社会公众公开发行合计不超过6,000万股。本次发行全部为公开发行新股，不安排股东公开发售股份。

关于本次发行前股东所持股份的流通限制和锁定安排参见本招股意向书摘要“第一节 重大事项提示”部分相关内容。

（二）发起人、股东、自然人股东持股数量及比例

发起人、股东、自然人股东持股情况如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	日播控股	12,960	72.00%
2	王卫东	2,907	16.15%
3	曲江亭	1,593	8.85%
4	郑征	180	1.00%
5	林亮	180	1.00%
6	王陶	180	1.00%
合计		18,000	100%

（三）发行人的发起人、控股股东和主要股东之间的关联关系

公司自然人股东王卫东及曲江亭为夫妻关系，其分别持有公司16.15%股份及8.85%股份，分别持有日播控股60%股权及25%股权。除上述情况外，本次发行前各股东间不存在关联关系。

四、发行人的主营业务情况

（一）主营业务和产品

公司为国内知名的服装品牌运营管理集团，其主营业务为品牌服装的创意设计、工艺技术研发及生产销售，并拥有强大的设计师队伍和专业的管理团队、先进的运作机制以及遍布全国主要城市的销售网络。自成立以来，公司即专注于中高端时尚女装领域。

公司坚持原创设计原则，秉持“设计创新生活”的品牌理念，实施以“创意、设计”为主导的多品牌组合战略，积极、持续地打造品牌形象，为中高端主流消费群体提供精品服装。目前，公司自创品牌为“broadcast:播”、“PERSONAL POINT”和“CRZ”，三大品牌在设计风格、品牌定位和目标客户等方面具有一定差异，实现了互补和延伸，在扩大公司产品市场覆盖面的同时能产生很好的品牌协同效应，有效地提升了公司产品的市场影响力。

2015年9月，公司参股投资共存国际，其负责“Taoray Wang”品牌服饰的开发，该品牌定位于全球高端女装市场；2015年11月，公司设立子公司日播禾吉，其负责开发倡导生活方式概念新品牌；2016年8月，公司设立子公司广州尊言，负责开发新品牌；此外，公司先后在香港、纽约分别设立子公司，负责为公司品牌开拓国际市场。公司将积极推进多品牌发展战略，并谋求海外市场拓展，通过品牌差异化定位，突破品牌相对单一可能面临的发展瓶颈，在降低经营风险的同时为公司创造新的利润增长点，从而实现公司可持续发展。

2016年4月，公司设立子公司日播信息，负责公司“全渠道”网络中B2C平台的建设和运营。公司在推进多品牌发展战略的同时，逐步向以消费者为中心的全渠道销售网络发展，通过设立线下体验店，令消费者身临其境地感受公司品牌文化与款式多样的商品，同时公司将线上与线下资源予以结合，使得消费者能够方便、快捷地完成购物而不受时间地点的限制，从而能够满足消费者全方位、全天候、个性化的专属客服服务需求。

品牌名称	注册商标	品牌定位	产品风格	目标人群
broadcast:播	broadcast: 播	面向女性主流消费群体的知性精品女装	知性、优雅、都市文艺	25-35岁左右的知性女性

PERSONAL POINT		代表年轻新锐创意势力及个人主张的时尚个性女装	原创、个性、时尚	25-35 岁左右的时尚女性
CRZ		高端品质、中等价位的潮牌服饰	活力、自由、本真、乐观、快乐	15-25 岁左右的消费群体、童装

公司主要产品为自主品牌服装（上衣、外套、裤子、裙子等）以及配饰。

自设立以来，公司主营业务未发生变化。

（二）销售模式

公司采用“线下销售为主、线上销售为辅”的销售模式，其中线下销售包括直营、联销和经销模式，联销模式为公司 2016 年开始尝试的一种销售模式。报告期内，公司直营销售比例呈上升趋势。

公司各销售模式的特点如下：

销售模式		店铺/平台	日常经营管理	货品权属	货款结算
直营销售	自收银店	公司租赁门店	公司与商场、购物中心等签署有关协议，供应商品，聘用人员负责门店的日常经营管理或委托第三方负责日常经营管理	公司	公司直接取得销售货款
	联营店	商场提供专柜			销售货款扣除商场扣点后结算给公司
联销销售		联销商自有、租赁或商场提供专柜	联销商与商场、购物中心等签署有关协议，聘用人员，公司供应商品并与联销商共同负责货品销售及运营	公司	按照货品销售额或吊牌价的分成比例结算货款
经销销售		经销商自有、租赁或商场提供专柜	经销商与商场、购物中心等签署有关协议，供应商品，聘用人员，负责日常经营管理	经销商	按照双方经销协议约定的价款结算给公司
网络销售		主要通过天猫、京东、唯品会等电商平台销售	公司与电商平台签署有关协议，供应商品，聘用人员，负责日常经营管理	公司	电商平台扣除平台费用后结款给公司

1、直营模式

直营模式指公司自行开设商场专柜或自收银店，直接向终端消费者销售商品。公司直营店主要分布在上海、北京、天津、广州、成都、沈阳、杭州、苏州等直辖市、省会城市和重点城市，门店选址一般位于核心商圈、主流商业场所内。

截至 2016 年 12 月 31 日，公司直营店数量 179 家，占门店总数的比例为 20.20%。

根据公司是否自收银，直营门店分为自收银店和联营店，具体情况如下：

自收银店指公司租用购物中心（shopping mall）、商业街的门店，供应商品，聘用销售人员，向消费者收款并根据消费者要求开具销售发票。

联营店指公司与百货商场签订联营合同，由商场提供场地和收款服务，公司提供产品和销售管理，商场统一向消费者收款后定期与公司进行结算，按照合同约定的比例扣除分成后将销售净额付给公司，公司向其开具发票。

另外，为了更好地开拓销售市场，充分利用有关托管商丰富的服装销售经验和良好的商业地位，公司在北京、杭州及成都等地的直营门店采用托管方式经营。托管方式下，公司与商场、购物中心等签订联营合同或租赁合同取得门店，公司与托管商签订委托经营协议，由托管商聘请员工对店铺进行日常经营管理，公司仍然负责对外签署协议、商品供应、支付租金、开具发票等工作，并按销售金额的一定比例向托管商支付托管费用。

2、联销模式

公司自 2016 年开始尝试联销销售模式，指公司与联销商签订联合经营合同，公司统一提供货品并拥有货品的所有权，联销商开设商场专柜或自收银店，由公司与联销商共同负责货品销售及运营，双方按照货品销售额或吊牌价的分成比例结算货款，联销商承担门店租金、员工薪酬等相关费用。

公司联销店主要分布在重庆市、贵州省、云南省等西南地区以及东北的吉林省、华东的江苏省。截至 2016 年 12 月 31 日，公司联销店数量 82 家，占门店总数的比例为 9.26%。

3、经销模式

经销模式为服装行业广泛采用的销售模式，经销商是公司产品销售的重要渠道。该模式下，公司将产品按折扣价格销售给经销商，再由经销商通过自行开设商场专柜或自收银店对外销售，并由经销商自行承担相应的运营费用。

公司主要在部分一线城市以及二三线城市、经济较发达的县城引入经销商，

授权其在特许区域内开展经销业务，门店选址一般位于当地核心商圈、主流商业场所内。截至 2016 年 12 月 31 日，公司经销商合计 171 个，经销商下属门店合计 625 家，占门店总数的比例为 70.54%。

4、网络销售

近年来，电子商务行业发展十分迅猛。电子商务对传统服装企业而言，已不只是一种渠道，更是一种发展趋势。公司较早开始从事服装的网络销售业务，2010 年在天猫平台开立“播官方旗舰店”，之后相继开立“personalpoint 旗舰店”和“crz 旗舰店”。公司“broadcast:播”和“PERSONAL POINT”两个品牌女装的网络销售由日播至信负责，“CRZ”品牌服装的网络销售由广州腾羿负责。目前，公司的网络销售主要通过天猫、京东、唯品会等各大电子商务平台进行。

此外，公司还通过微信平台推出各品牌的微信服务号，探索与消费者的线上线下互动的销售方式。2016 年 4 月，公司新设全资子公司日播信息，负责公司 B2C 平台的建设和运营。目前，该平台正在测试中，已能在直营店实现消费者“线上下单、线下提货或配货”以及“线下体验、线上下单”等服务功能。

5、公司“全渠道”销售网络的规划

报告期内，公司逐步建设和发展全渠道销售网络，通过先进的信息化系统建设，将线上与线下两个独立销售渠道的订单、货品库存、物流配送等信息完全打通，形成一套集线下店铺的体验优势和线上交易交流的便捷优势为一体的更加完善的销售网络。在全渠道销售网络中，消费者可以自由、方便、快捷地获得产品信息、各类会员优惠、预约就近线下体验、便捷支付、自提或预约物流配送、专员贴心咨询服务、会员社区交流等各种功能及体验。公司通过打造这种高价值的闭环生态链，在给客户提供极致的服务体验的同时，达到传递公司品牌价值观、增强客户忠诚度、推动公司销售业绩增长、提高公司运营效率的目的。

（三）行业竞争情况以及公司在行业中的竞争地位

1、发行人的行业地位

近几年来，随着对外开放水平和我国消费水平的日渐提高，中高端女装市场的竞争也越为激烈。一方面，国际品牌竞相抢滩中国中高端女装市场；另一方面，

国内中高端女装企业的数量较多，市场集中度总体上仍处于较低水平。

根据中华全国商业信息中心统计，“broadcast:播”女装 2013 年在全国重点大型零售企业女装市场的综合占有率为 0.37%，排名第 44 位。

2、发行人的主要竞争对手

在国内中高端时尚女装市场，公司的主要竞争对手具体情况如下：

（1）杭州江南布衣服饰有限公司

杭州江南布衣服饰有限公司是一家中国设计师品牌时装公司，其品牌组合目前包括五个品牌：JNBY、CROQUIS、jnby by JNBY、less 及 Pomme de terre，这五个品牌各自专注于独特的细分客户及各自拥有基于集团统一品牌理念“自然、自我”的独特设计形象。

（2）地素时尚股份有限公司

地素时尚股份有限公司主要经营的品牌包括独立率性的中高端品牌“DAZZLE”，年轻奢华的半手工定制高端品牌“DIAMOND DAZZLE”，以及奇幻复古混搭潮流中端品牌 d'zzit 等。其风格体现为率性、自由。

（3）广州爱帛服饰有限公司

广州爱帛服饰有限公司主要经营时尚品牌“MO&Co.”，该品牌强调“个性、创新、摩登、中性、混搭”，以创新的态度不断挖掘创意，营造个性化的潮流风格。其摩登法式风格要求内敛的剪裁和独特的细节，使用大胆创新的撞色，营造摩登中性美。

（4）上海素然服饰有限公司

上海素然服饰有限公司主要经营的品牌为“ZUCZUG/”，该品牌从初期个性化的设计师品牌，转型为立足于新生活方式的多元化设计品牌。其风格主张适度设计，产品明朗舒适。

五、发行人主要固定资产及无形资产

（一）主要固定资产

截至 2016 年 12 月 31 日，公司固定资产原值为 18,399.21 万元，账面价值为 11,250.25 万元，成新率 61.15%。固定资产具体情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值	成新率(%)
房屋建筑物	13,895.53	3,814.76	-	10,080.77	72.55%
机器设备	745.62	523.04	-	222.58	29.85%
运输设备	757.74	606.50	-	151.24	19.96%
办公设备	3,000.32	2,204.66	-	795.66	26.52%
合计	18,399.21	7,148.96	-	11,250.25	61.15%

1、房屋建筑物

截至本招股意向书摘要签署日，公司共拥有 3 处房屋建筑物，具体情况如下：

(1) 一处国内房产坐落于松江区中山街道茸阳路 98 号，房产证号为沪房地松字(2013)第 037431 号，面积为 37,406.41 平方米，用途为厂房；

(2) 日播国际现持有一处香港房产具体位置为 UNIT 6 ON 9TH FLOOR OF PACIFIC LINK TOWER SOUTHPARK NO.11 YIP HING STREET HONG KONG，用途为办公；

(3) 日播国际于 2015 年 3 月 9 日与 Silvershore Properties 66, LLC(一家依美国纽约州法律设立的公司，注册 DOS 号为: 4568428)签署《购销合同—办公室、商品和多户型住宅房屋》，约定日播国际自 Silvershore Properties 66, LLC 购买其拥有的位于美国纽约州纽约市霍华德街 19 号的房产，面积为 4,968 平方英尺，用途为办公。日播国际于 2016 年 5 月将上述位于美国纽约州纽约市霍华德街 19 号的房产转让予 Ribo Property。

2、主要生产设备

公司自制生产比例相对较小，公司固定资产中机器设备账面价值占比不高。截至 2016 年 12 月 31 日，公司机器设备账面价值合计为 222.58 万元，主要生产设备包括缝纫机、平缝机、充绒机、绘图机、电子织物强力机、验布机、模板切割机、对丝机、面料预缩机、转角双针机等。

(二) 主要无形资产

公司主要无形资产为土地使用权、软件、商标等。截至 2016 年 12 月 31 日，公司主要无形资产情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计摊销	减值准备	账面价值
土地使用权	8,968.04	858.15	-	8,109.89
软件	2,419.51	859.67	-	1,559.83
商标注册费	28.76	28.66	-	0.10
合计	11,416.31	1,746.48	-	9,669.83

1、土地使用权

截至本招股意向书摘要签署日，公司共持有国有土地使用权 2 宗，具体情况如下：

序号	使用权人	土地使用证号	坐落位置	面积(m ²)	终止日期	取得方式	用途
1	日播时尚	沪房地松字(2013)第 037431 号	松江区中山街道茸阳路 98 号	70,547	2053.09.25	出让	工业
2	日播时尚	沪房地松字(2015)第 011527 号	松江区中山街道 11 街坊 74/2 丘	18,422	2063.01.14	出让	办公楼

2、软件

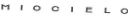
截至 2016 年 12 月 31 日，公司无形资产中软件的账面价值合计为 **1,559.83** 万元，主要为公司使用的 ERP 系统与附加的业务软件。

3、商标

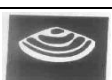
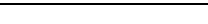
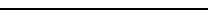
截至本招股意向书摘要签署日，发行人及其子公司已获得注册的商标具体情况如下：

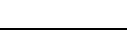
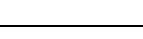
(1) 境内商标

序号	商标图样	注册人	核定使用商品	注册号	专用期限
1.		日播时尚	第 14 类	6063246	2009 年 12 月 28 日至 2019 年 12 月 27 日
2.	BROADCAST:	日播时尚	第 25 类	13856101	2015 年 2 月 28 日至 2025 年 2 月 27 日

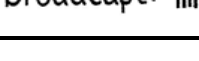
3.	BROADCAST:	日播时尚	第 9 类	13855772	2015 年 6 月 7 日至 2025 年 6 月 6 日
4.	BROADCAST:	日播时尚	第 18 类	13856002	2015 年 4 月 14 日至 2025 年 4 月 13 日
5.	BROADCAST:	日播时尚	第 24 类	13856052	2015 年 2 月 28 日至 2025 年 2 月 27 日
6.	BROADCAST:	日播时尚	第 26 类	13856157	2015 年 3 月 7 日至 2025 年 3 月 6 日
7.	BROADCAST:	日播时尚	第 14 类	13855945	2015 年 3 月 7 日至 2025 年 3 月 6 日
8.		日播时尚	第 20 类	6063251	2010 年 1 月 7 日至 2020 年 1 月 6 日
9.	broadcast:	日播时尚	第 26 类	6297310	2010 年 3 月 28 日至 2020 年 3 月 27 日
10.		日播时尚	第 9 类	10336401	2013 年 2 月 28 日至 2023 年 2 月 27 日
11.		日播时尚	第 25 类	4953627	2009 年 5 月 14 日至 2019 年 5 月 13 日
12.		日播时尚	第 25 类	5956761	2010 年 2 月 28 日至 2020 年 2 月 27 日
13.		日播时尚	第 3 类	6063236	2010 年 3 月 14 日至 2020 年 3 月 13 日
14.		日播时尚	第 28 类	6063238	2010 年 3 月 28 日至 2020 年 3 月 27 日
15.	broadcast:	日播时尚	第 24 类	6297292	2010 年 4 月 7 日至 2020 年 4 月 6 日
16.		日播时尚	第 16 类	10336487	2013 年 2 月 28 日至 2023 年 2 月 27 日
17.		日播时尚	第 35 类	10337065	2013 年 2 月 28 日至 2023 年 2 月 27 日
18.		日播时尚	第 26 类	4244727	2008 年 4 月 21 日至 2018 年 4 月 20 日
19.		日播时尚	第 18 类	4244733	2008 年 4 月 28 日至 2018 年 4 月 27 日
20.		日播时尚	第 16 类	6063245	2010 年 1 月 14 日至 2020 年 1 月 13 日
21.		日播时尚	第 9 类	6063247	2010 年 1 月 21 日至 2020 年 1 月 20 日

22.	broadcast:	日播时尚	第 18 类	6297293	2010 年 4 月 7 日至 2020 年 4 月 6 日
23.		日播时尚	第 14 类	8060866	2011 年 2 月 28 日至 2021 年 2 月 27 日
24.		日播时尚	第 20 类	10336552	2013 年 2 月 28 日至 2023 年 2 月 27 日
25.		日播时尚	第 25 类	10336625	2013 年 2 月 28 日至 2023 年 2 月 27 日
26.	RIBO HOME	日播时尚	第 25 类	11856806	2014 年 5 月 21 日至 2024 年 5 月 20 日
27.		日播时尚	第 21 类	6063249	2010 年 1 月 7 日至 2020 年 1 月 6 日
28.		日播时尚	第 14 类	10336454	2013 年 2 月 28 日至 2023 年 2 月 27 日
29.	RIBO HOUSE	日播时尚	第 24 类	11856804	2014 年 5 月 21 日至 2024 年 5 月 20 日
30.		日播时尚	第 24 类	4244731	2008 年 4 月 28 日至 2018 年 4 月 27 日
31.		日播时尚	第 18 类	4244734	2008 年 4 月 21 日至 2018 年 4 月 20 日
32.	 演示文档	日播时尚	第 18 类	6063244	2010 年 3 月 28 日至 2020 年 3 月 27 日
33.		日播时尚	第 24 类	6063250	2010 年 3 月 21 日至 2020 年 3 月 20 日
34.		日播时尚	第 25 类	3921221	2007 年 4 月 28 日至 2017 年 4 月 27 日
35.	broadcast:	日播时尚	第 25 类	6297311	2010 年 4 月 7 日至 2020 年 4 月 6 日
36.		日播时尚	第 3 类	10336328	2013 年 2 月 28 日至 2023 年 2 月 27 日
37.		日播时尚	第 26 类	4244728	2008 年 6 月 28 日至 2018 年 6 月 27 日
38.		日播时尚	第 24 类	4244732	2008 年 4 月 21 日至 2018 年 4 月 20 日
39.	 演示文档	日播时尚	第 35 类	6063237	2010 年 6 月 21 日至 2020 年 6 月 20 日
40.	 演示文档	日播时尚	第 25 类	6063239	2010 年 3 月 28 日至 2020 年 3 月 27 日

41.		日播时尚	第 18 类	10336524	2013 年 2 月 28 日至 2023 年 2 月 27 日
42.		日播时尚	第 28 类	10336652	2013 年 2 月 28 日至 2023 年 2 月 27 日
43.		日播时尚	第 24 类	11856805	2014 年 5 月 21 日至 2024 年 5 月 20 日
44.		日播时尚	第 25 类	4244729	2008 年 4 月 21 日至 2018 年 4 月 20 日
45.		日播时尚	第 25 类	4244730	2008 年 4 月 28 日至 2018 年 4 月 27 日
46.		日播时尚	第 21 类	6063240	2010 年 1 月 7 日至 2020 年 1 月 6 日
47.		日播时尚	第 20 类	6063241	2010 年 1 月 7 日至 2020 年 1 月 6 日
48.		日播时尚	第 35 类	6063248	2010 年 6 月 21 日至 2020 年 6 月 20 日
49.		日播时尚	第 14 类	8060865	2011 年 2 月 28 日至 2021 年 2 月 27 日
50.		日播时尚	第 21 类	10336572	2013 年 2 月 28 日至 2023 年 2 月 27 日
51.		日播时尚	第 3 类	17210244	2016 年 8 月 7 日至 2026 年 8 月 6 日
52.		日播时尚	第 25 类	1521629	2011 年 2 月 14 日至 2021 年 2 月 13 日
53.		日播时尚	第 35 类	17209893	2016 年 8 月 28 日至 2026 年 8 月 27 日
54.		日播时尚	第 21 类	16839594	2016 年 6 月 28 日至 2026 年 6 月 27 日
55.		日播时尚	第 3 类	17209670	2016 年 8 月 28 日至 2026 年 8 月 27 日
56.		日播时尚	第 20 类	16839401	2016 年 7 月 14 日至 2026 年 7 月 13 日
57.		日播时尚	第 3 类	17210326	2016 年 8 月 28 日至 2026 年 8 月 27 日
58.		日播时尚	第 35 类	17210038	2016 年 8 月 14 日至 2026 年 8 月 13 日
59.		日播时尚	第 25 类	15708258	2016 年 1 月 14 日至 2026 年 1 月 13 日

60.		广州腾羿	第 18 类	7696518	2010 年 12 月 7 日至 2020 年 12 月 6 日
61.		广州腾羿	第 25 类	7466836	2010 年 11 月 21 日至 2020 年 11 月 20 日
62.		广州腾羿	第 25 类	9920207	2012 年 11 月 7 日至 2022 年 11 月 6 日
63.		广州腾羿	第 25 类	6495100	2010 年 6 月 7 日至 2020 年 6 月 6 日
64.		广州腾羿	第 25 类	6786605	2010 年 8 月 14 日至 2020 年 8 月 13 日
65.		广州腾羿	第 25 类	12390111	2014 年 9 月 14 日至 2024 年 9 月 13 日
66.		广州腾羿	第 25 类	12213472	2014 年 8 月 7 日至 2024 年 8 月 6 日
67.		广州腾羿	第 25 类	12213482	2014 年 8 月 7 日至 2024 年 8 月 6 日
68.		广州腾羿	第 18 类	13415667	2015 年 1 月 28 日至 2025 年 1 月 27 日
69.		广州腾羿	第 25 类	13855722	2016 年 8 月 14 日至 2026 年 8 月 13 日
70.		广州腾羿	第 28 类	17978063	2016 年 11 月 7 日至 2026 年 11 月 6 日
71.		广州腾羿	第 25 类	16789963	2016 年 6 月 14 日至 2026 年 6 月 13 日
72.		广州腾羿	第 25 类	17275459	2016 年 8 月 28 日至 2026 年 8 月 27 日
73.		广州腾羿	第 25 类	17724263	2016 年 10 月 7 日至 2026 年 10 月 6 日
74.		广州腾羿	第 25 类	17724142	2016 年 10 月 7 日至 2026 年 10 月 6 日

(2) 境外商标

序号	商标图形	注册 国家	注册号	商品 类别	有效期	商标权人
1		马来西 亚	2010003659	14	2010 年 3 月 3 日至 2020 年 3 月 3 日	日播时尚
2		马来西 亚	2010003660	18	2010 年 3 月 3 日至 2020 年 3 月 3 日	日播时尚

3	broadcast: 播	马来西亚	2010003661	24	2010年3月3日至 2020年3月3日	日播时尚
4	broadcast: 播	马来西亚	2010003662	25	2010年3月3日至 2020年3月3日	日播时尚
5	broadcast: 播	欧盟	008913493	14; 18; 24; 25	2010年2月26日至 2020年2月26日	日播时尚
6	broadcast: 播	加拿大	TMA799,274	无	2011年6月6日至 2026年6月6日	日播时尚
7	broadcast: 播	印度尼西亚	IDM0003158 19	14	2010年3月3日至 2020年3月3日	日播时尚
8	broadcast: 播	印度尼西亚	IDM0003158 17	18	2010年3月3日至 2020年3月3日	日播时尚
9	broadcast: 播	印度尼西亚	IDM0003158 20	24	2010年3月3日至 2020年3月3日	日播时尚
10	broadcast: 播	印度尼西亚	IDM0003158 18	25	2010年3月3日至 2020年3月3日	日播时尚
11	broadcast: 播	日本	5337185	14; 18; 24; 25	2010年7月9日至 2020年7月9日	日播时尚
12	broadcast: 播	澳大利亚	1347732	14	2010年2月26日至 2020年2月26日	日播时尚
13	broadcast: 播	澳大利亚	1347733	18	2010年2月26日至 2020年2月26日	日播时尚
14	broadcast: 播	澳大利亚	1347737	24	2010年2月26日至 2020年2月26日	日播时尚
15	broadcast: 播	澳大利亚	1347743	25	2010年2月26日至 2020年2月26日	日播时尚
16	broadcast: 播	美国	3921053	14; 18; 24	2011年2月15日至 2021年2月15日	日播时尚
17	broadcast: 播	新加坡	T1002369E	14	2010年2月25日至 2020年2月25日	日播时尚
18	broadcast: 播	新加坡	T1002370I	18	2010年2月25日至 2020年2月25日	日播时尚
19	broadcast: 播	新加坡	T1002373C	24	2010年2月25日至 2020年2月25日	日播时尚
20	broadcast: 播	新加坡	T1002376H	25	2010年2月25日至 2020年2月25日	日播时尚
21	broadcast: 播	科威特	104470	14	2011年3月13日至 2021年3月12日	日播时尚
22	broadcast: 播	科威特	104471	18	2011年3月13日至 2021年3月12日	日播时尚
23	broadcast: 播	科威特	104469	25	2011年3月13日至	日播时尚

					2021 年 3 月 12 日	
24	播	欧盟	010758365	14; 18; 24; 25	2012 年 3 月 26 日至 2022 年 3 月 26 日	日播时尚
25	播	土耳其	201357229	14; 18; 24; 25	2013 年 6 月 28 日至 2023 年 6 月 28 日	日播时尚

六、同业竞争与关联交易

（一）同业竞争

公司的主营业务为品牌服装的创意设计、工艺技术研发及生产销售。公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业/法人不从事与发行人相同、相似或构成竞争的业务，因此不存在同业竞争的情况。

（二）关联交易

1、经常性关联交易

（1）关联销售

报告期内，公司向关联经销商洛阳市西工区播牌服装店销售情况如下表：

单位：元

年份	关联交易内容	关联交易数量(件)	关联交易金额	占发行人当期营业收入比例
2016	出售商品	5,885	2,142,652.36	0.23%
2015	出售商品	13,707	4,162,834.55	0.46%
2014	出售商品	10,695	3,203,443.66	0.35%

（2）关联租赁

①日播国际向王卫东租赁房产

2013 年 3 月，王卫东与日播国际签订《标准租约》，王卫东将位于香港黄竹坑惠福道深湾 9 号的物业租赁予日播国际，租赁期限为 2013 年 3 月 1 日至 2015 年 3 月 1 日。2013 年度及 2014 年度，日播国际向王卫东分别支付了租金折合人民币 0.80 万元及 1.10 万元，上述租赁价格参照当地市场价格协商确定。2015 年日播国际未再租赁上述房产。

②日播国际向曲江亭租赁房产

曲江亭与日播国际先后于 2014 年初和 2015 年初签订《房屋租赁合同》，就房屋租赁事宜达成协议，日播国际租用曲江亭所有的位于英国伦敦 Car Park Space 16, Kensington 的房产，房屋租赁期自 2014 年 1 月 1 日起至 2015 年 12 月 31 日。2014 年和 2015 年，日播国际向曲江亭分别支付了租金折合人民币 29.41 万元和 26.87 万元。上述租赁价格参照当地市场价格协商确定。2016 年，日播国际未再租赁上述房产。

（3）关键管理人员薪酬

公司向关键管理人员支付报酬，该交易仍将持续进行。报告期内各期支付金额如下表：

单位：万元

项目	2016 年	2015 年	2014 年
关键管理人员报酬	442.27	299.86	263.26

2、偶发性关联交易

（1）实际控制人及发行人共同为发行人子公司提供借款担保

2013 年 4 月 2 日，日播至美与上海农村商业银行松江支行签订《借款合同》（编号为 07102134010057），上海农村商业银行松江支行向日播至美提供借款 2,000 万元，借款期限从 2013 年 4 月 8 日至 2014 年 4 月 7 日。实际控制人王卫东和公司分别为前述借款向上海农村商业银行松江支行提供了连带责任保证。上述借款已归还。

2013 年 6 月 7 日，日播至美与北京银行股份有限公司上海分行签署了《综合授信合同》（编号为 0165478），北京银行股份有限公司上海分行向日播至美提供 2,000 万元的授信额度，授信期限为 2013 年 6 月 7 日至 2014 年 6 月 5 日。实际控制人王卫东和公司分别为前述借款向北京银行股份有限公司上海分行提供了连带责任保证。上述借款已归还。

（2）控股股东向发行人及子公司提供借款

①控股股东向发行人提供借款

经公司董事会审议通过,2015年3月9日,公司与日播控股签订《借款协议》,约定日播控股向公司提供1,000万元额度以内的借款,借款利率为年固定利率4.5%,于2015年12月底前还款。截至2015年3月9日,日播控股向公司提供借款600.02万元,上述借款已归还。

②控股股东向发行人控股子公司提供借款

2014年3月5日,广州腾羿与日播控股签订《借款协议》,日播控股向广州腾羿提供借款500万元,借款利率为年固定利率4.5%,于2014年9月底前归还。2014年9月1日,广州腾羿与日播控股签订《补充协议》,约定将上述借款期限延期到2014年底,年利率不变。上述借款已归还。

2014年3月5日,广州腾羿与日播控股签订《借款协议》,日播控股向广州腾羿提供借款500万元,借款利率为年固定利率4.5%,于2015年2月底前归还。2015年1月1日,广州腾羿与日播控股签订《补充协议》,约定将其中400万元借款期限延期到2015年12月底,年利率不变。

2015年1月1日,广州腾羿与日播控股签订《借款协议》,约定日播控股向广州腾羿提供借款500万元,借款利率为年固定利率4.5%,于2015年12月底前还款。

2015年6月19日,广州腾羿与日播控股签订《借款协议》,约定日播控股向广州腾羿提供借款300万元,借款利率为4.5%,于2015年12月底前还款。

上述事项已经公司于2013年10月11日召开的第一届董事会第一次临时会议审议通过,日播控股拟向广州腾羿提供总额不超过1,500万元的借款,期限3年,利率不超过同期银行贷款利率。

经公司董事会审议通过,2016年1月1日,广州腾羿与日播控股签订《借款协议》,约定广州腾羿按业务需要向日播控股借款,总金额不超过2,000万元,借款利率为4.0%年利息率,2016年12月底前还款;同日,双方签订《补充协议》,约定将广州腾羿截至2015年12月31日尚未归还予日播控股的700万元借款视为上述《借款协议》额度内的借款。

2017年1月1日,广州腾羿与日播控股已签署《借款协议》,约定将广州腾

羿尚未归还的 1,200 万元借款计入 2017 年度借款余额内。

2016 年 11 月 10 日，日播禾吉与日播控股签订《借款协议》，约定日播禾吉按业务需要向日播控股借款，借款总金额为 100 万元，借款利率为年固定利率 4.0%，2016 年 12 月底前还款。截至 2016 年 12 月 31 日，前述日播控股对日播禾吉的 100 万元借款尚未归还，日播禾吉与日播控股已于 2017 年 1 月 1 日签署《借款协议》，约定将前述 100 万元借款计入 2017 年度借款余额内。

(3) 与关联方共同投资

经公司于 2015 年 5 月 11 日召开的第一届董事会第九次会议审议通过，日播国际与随佑国际有限公司（以下简称“随佑国际”）、卓逸时尚香港有限公司（以下简称“卓逸时尚”）共同投资设立共存国际，其中随佑国际为王陶控制之服装设计公司，卓逸时尚为王卫平（实际控制人王卫东的妹妹）持有的全资子公司，上述交易构成关联交易。共存国际成立于 2015 年 9 月 23 日，股本为 800 万港币，其中日播国际出资 731.87 万港币、持股 55%，随佑国际出资 1.60 万港币、持股 40%，卓逸时尚出资 66.53 万港币、持股 5%。

鉴于“TAORAY WANG”的品牌影响力逐步扩大，为扩大经营，经发行人第二届董事会第五次会议于 2017 年 1 月 3 日审议通过，日播国际拟与随佑国际、卓逸时尚共同对共存国际增资，新增股份 900 万股，增资金额 900 万港币，其中日播国际增资 823.36 万港币，新增 495 万股。

3、关联交易形成的应收、应付款项的余额变化情况

报告期各期末，公司与关联方应收、应付款项余额情况如下：

单位：万元

项目	名称	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
应收账款	洛阳市西工区播牌服装店	13.75	96.46	--
其他应收款	曲江亭	--	5.21	4.91
预收账款	洛阳市西工区播牌服装店	--	--	5.15
其他应付款	洛阳市西工区播牌服装店	12.00	12.00	12.00
其他应付款	日播控股	1,333.03	717.88	424.85

七、董事、监事与高级管理人员

姓名	职务	性别	年龄	任期起止日期	简要经历	兼职情况	2016 年度薪酬情况（万元）	持有公司股份数量	与公司的其他利益关系
王卫东	董事长、总经理	男	49	2016.6-2019.6	历任上海日播服饰有限公司、上海日播实业有限公司及日播时尚服饰股份有限公司董事长、总经理、上海日播禾吉服饰有限公司执行董事。现任日播时尚集团股份有限公司董事长、总经理、品牌创意总监兼“broadcast:播”设计总监、上海日播至美服饰制造有限公司董事长、上海日播至信服饰有限公司执行董事兼总经理、日播创美服饰（北京）有限公司执行董事兼总经理、Ribo Property LLC 首席执行官。	上海日播投资控股有限公司董事长、上海北巷文化投资有限公司、上海一里之城置业有限公司执行董事、北京日播至和文化发展有限公司董事长。	65.24	直接持股 16.15%， 间接持股 43.20%	实际控制人
郑征	董事、副总经理兼董事会秘书	男	48	2016.6-2019.6	历任上海日播服饰有限公司副总经理，上海日播实业有限公司副总经理兼 PPT 品牌事业部总经理，日播时尚服饰股份有限公司副总经理、董事会秘书。现任日播时尚集团股份有限公司董事、副总经理兼“broadcast:播”品牌事业部总经理、董事会秘书，上海云娜服饰有限公司、广州日播创美服饰有限公司、	上海日播投资控股有限公司董事。	67.09	直接持股 1%，间接持股 5.04%	-

					武汉日播至臻服饰有限公司、天津日播至美服饰有限公司的执行董事兼总经理、上海日播至美服饰制造有限公司董事、苏州至臻服饰有限公司的执行董事、上海日播信息科技有限公司执行董事。				
林亮	董事、副总经理	男	47	2016.6-2019.6	历任上海日播服饰有限公司财务总监、上海日播实业有限公司财务总监、上海日播实业有限公司及日播时尚服饰股份有限公司副总经理。现任日播时尚集团股份有限公司董事兼副总经理、上海日播至美服饰制造有限公司董事、上海云娜服饰有限公司监事、广州日播创美服饰有限公司监事、上海至杭企业管理咨询合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人委派代表。	上海日播投资控股有限公司董事、北京日播至和文化发展有限公司监事。	67.48	直接持股1%，间接持股2.88%	-
于川	董事	男	70	2016.6-2019.6	曾于华东理工大学执教法律课程，担任上海六机社（日资）、翔宇工程公司等数十家公司法律顾问，曾任上海市律师代表大会代表。现任日播时尚集团股份有限公司董事。	任职于上海沪一律师事务所。	7.17	-	-
王军	独立董事	男	54	2016.6-2019.6	历任济南军区军医学校排长、副连长、参谋，青岛开发区电视台主持人、山东省服装鞋帽总公司部门经理、中国服装研究所设计中心对外	北京盛世嘉年国际文化发展有限公司董事长兼艺术总监、深圳前海衣桥实业有限公司执行董事、总经理、中国服装论坛秘书长、中国服装协会副秘书长。	7.17	-	-

					交流部项目经理、中国服装集团公司对外经济合作部经理。现任日播时尚集团股份有限公司独立董事。				
吕超	独立董事	男	49	2016.6-2019.6	曾任中国建筑工程总公司会计、上海证券交易所部门副总监、中国证监会创业板 2009 年至 2011 年发审委员会委员、上海赛领资本管理有限公司董事总经理、西部证券股份有限公司独立董事、Petkit Technology Inc. 董事、PETKIT Data Technology Limited 董事、小佩网络科技有限公司（上海）有限公司董事、上海佩奇网络科技有限公司董事、浙江海正药业股份有限公司独立董事。现担任日播时尚集团股份有限公司独立董事。	上海零碳在线投资股份有限公司董事、拉萨经济技术开发区闻天下投资有限公司副总经理、北京车联天下信息技术有限公司董事、中公高科养护科技股份有限公司独立董事、春秋航空股份有限公司独立董事、北京友缘在线网络科技股份有限公司独立董事、上海开开门投资管理有限公司经理、安徽桐城农村商业银行股份有限公司独立董事。	7.17	-	-
闫同柱	独立董事	男	53	2016.6-2019.6	历任中兴通讯股份有限公司投资部总经理，北大纵横管理咨询公司总经理。现担任日播时尚集团股份有限公司独立董事。	世纪纵横（北京）管理咨询有限公司董事长、世纪民信（北京）管理软件技术有限公司执行董事、经理、北京智慧联信息技术有限公司董事长、博科世纵（北京）信息技术有限公司董事长、北京信息化与工业化融合服务联盟理事长。	7.17	-	-
孙进	监事会主席	男	55	2016.6-2019.6	曾任六枝矿务局大用煤矿子弟学校化学教师，水城矿务局那罗寨煤矿子弟学校化学教师，上海日播实业有限公司总经理办公室主任。现任日播时尚集团股份有限公司总经理	上海日播投资控股有限公司监事、上海巨敞企业管理咨询有限公司监事。	32.02	-	-

					办公室主任、监事会主席。				
黄建勋	监事	男	42	2016.6-2019.6	曾任东莞市石碣忠富时装厂服装纸样助理，广东省惠州市超信牛仔时装厂服装纸样，东莞市石碣锦绣时装公司技术部主管，上海日播实业有限公司版师、版房主管。现任日播时尚集团股份有限公司“broadcast:播”技术总监、监事。	-	45.16	-	-
张丽艳	职工监事	女	40	2016.6-2019.6	曾任日播时尚集团股份有限公司跟单员、设计部主管、设计师。现任日播时尚集团股份有限公司“broadcast:播”主设计师、职工监事。	-	27.49	-	-
张玉荣	副总经理	男	47	2016.6-2019.6	曾任江苏省盐城市政府公务员、苏州三星电子有限公司人力资源总监，金螳螂企业集团有限公司集团人力资源中心总经理。现任日播时尚集团股份有限公司副总经理。	-	51.88	-	-
何定佳	财务总监	男	53	2016.6-2019.6	曾任毕马威会计师事务所会计，Gordano Holding Limited 会计，香港联想控股有限公司财务经理，巴斯夫（中国）有限公司财务经理，RS component Company Limited 区域财务与运作经理，大昌洋行（上海）有限公司区域财务经理，路易威登（中国）有限公司财务总监，	-	57.24	-	-

					神创天地影视有限公司首席财务官。现任日播时尚集团股份有限公司财务总监、上海日播禾吉服饰有限公司及上海日播信息科技有限公司监事。				
--	--	--	--	--	---	--	--	--	--

八、发行人控股股东及其实际控制人的简要情况

（一）控股股东

公司的控股股东为日播控股，其直接持有公司 12,960 万股股份，持股比例为 72%。日播控股的基本情况如下：

公司名称	上海日播投资控股有限公司
法定代表人	王卫东
成立时间	2012 年 2 月 24 日
注册资本	3,530 万元
注册地址	上海市松江区茸梅路 518 号 1 幢 653 室
经营范围	实业投资，投资管理，投资咨询，企业形象策划（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）

本次发行前，日播控股的股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
王卫东	2,118.00	60%
曲江亭	882.50	25%
郑征	247.10	7%
林亮	141.20	4%
王陶	141.20	4%
合 计	3,530.00	100%

截至 2016 年 12 月 31 日，日播控股总资产为 28,017.53 万元，净资产为 27,846.51 万元；2016 年实现的净利润为 1,644.82 万元（以上财务数据已经众华审计）。

（二）实际控制人

公司实际控制人为王卫东和曲江亭夫妇，其直接持有公司 25%股份，通过日播控股间接控制公司 72%股份，合计控制公司 97%股份。

王卫东，男，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码130403196802****，住所为上海市松江区。王卫东简历参见本招股意向书摘要“七/（一）董事”。

曲江亭，女，中国国籍，拥有英国永久居留权，身份证号码410381196905****，住所为上海市松江区。曲江亭为公司的创始人之一，曾任上海日播服饰有限公司及上海日播实业有限公司设计部经理、设计总监。现任日

播至信监事、北京创美监事、日播控股董事及总经理、胜洲咨询监事、北巷文化监事、日慈基金会理事长。

九、财务会计信息和管理层讨论分析

（一）合并财务报表

合并资产负债表（资产类）

单位：元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动资产：			
货币资金	86,601,278.55	44,909,445.29	50,304,570.77
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	--	--	--
衍生金融资产	--	--	--
应收票据	--	--	260,698.45
应收账款	67,414,455.14	73,288,599.78	49,815,209.39
预付款项	27,136,349.13	22,934,845.87	16,354,001.73
应收利息	--	--	--
应收股利	--	--	--
其他应收款	32,738,854.13	32,196,471.70	34,404,883.40
存货	217,507,481.85	218,395,173.02	198,161,674.67
划分为持有待售的资产	--	--	--
一年内到期的非流动资产	--	--	633,204.00
其他流动资产	20,000,000.00	22,650,000.00	37,680,000.00
流动资产合计	451,398,418.80	414,374,535.66	387,614,242.41
非流动资产：			
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	3,224,949.25	4,886,325.01	--
投资性房地产	--	--	--
固定资产	112,502,496.74	113,703,554.33	81,267,331.65
在建工程	21,695,389.09	425,489.78	10,636,624.13
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	96,698,261.78	99,677,449.41	87,060,889.51
开发支出	--	--	--
商誉	--	--	--
长期待摊费用	14,061,077.65	19,485,250.55	24,473,496.54

递延所得税资产	28,167,807.69	26,851,063.42	31,329,867.17
其他非流动资产	--	--	--
非流动资产合计	276,349,982.20	265,029,132.50	234,768,209.00
资产总计	727,748,401.00	679,403,668.16	622,382,451.41

合并资产负债表（负债及权益类）

单位：元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动负债：			
短期借款	38,000,000.00	30,000,000.00	--
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	--		
应付票据	--	--	--
衍生金融负债	--		
应付账款	69,212,564.69	93,863,054.77	83,123,419.18
预收款项	6,029,828.80	10,176,351.81	13,563,146.47
应付职工薪酬	68,112.30	22,299.53	22,715.27
应交税费	24,186,432.82	17,999,378.89	7,899,177.29
应付利息	43,594.44	46,566.66	--
应付股利	--	--	--
其他应付款	58,552,952.70	46,978,919.14	47,107,511.43
划分为持有待售的负债	--		
一年内到期的非流动负债	--	--	--
其他流动负债	--	--	--
流动负债合计	196,093,485.75	199,086,570.80	151,715,969.64
非流动负债：			
长期借款	--	--	--
应付债券	--		
长期应付款	--	--	--
长期应付职工薪酬	--	--	--
专项应付款	--	--	--
预计负债	39,569,243.06	35,406,246.56	34,085,883.83
递延收益	--	--	--
递延所得税负债	--	--	--
其他非流动负债	--	--	--
非流动负债合计	39,569,243.06	35,406,246.56	34,085,883.83
负债合计	235,662,728.81	234,492,817.36	185,801,853.47
所有者权益：			
股本	180,000,000.00	180,000,000.00	180,000,000.00
其他权益工具	--	--	--
资本公积	61,930,402.71	61,809,933.30	61,809,933.30
减：库存股	--	--	--
其他综合收益	8,094,603.93	2,649,955.84	-416,214.85
专项储备	--	--	--
盈余公积	34,079,027.46	29,067,226.10	23,156,674.99
未分配利润	199,387,642.79	166,274,861.15	167,066,453.65
归属于公司所有者权益合计	483,491,676.89	439,801,976.39	431,616,847.09

少数股东权益	8,593,995.30	5,108,874.41	4,963,750.85
所有者权益合计	492,085,672.19	444,910,850.80	436,580,597.94
负债和所有者权益总计	727,748,401.00	679,403,668.16	622,382,451.41

合并利润表

单位：元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、营业收入	948,930,793.96	897,701,465.52	911,075,733.94
减：营业成本	363,027,890.66	343,522,575.01	375,034,616.07
税金及附加	10,468,336.83	8,707,637.10	7,665,736.60
销售费用	306,627,001.05	288,145,164.26	278,577,299.92
管理费用	123,704,121.67	118,585,153.27	102,283,481.14
财务费用	4,885,987.55	4,444,343.76	2,732,599.36
资产减值损失	40,259,761.07	35,234,360.51	28,827,010.01
加：公允价值变动收益	--	--	--
投资收益	-107,242.96	72,986.45	507,662.83
二、营业利润	99,850,452.17	99,135,218.06	116,462,653.67
加：营业外收入	3,209,762.31	4,164,810.57	5,850,586.71
其中：非流动资产处置利得	634.71	2,819,211.27	99,659.53
减：营业外支出	860,821.18	688,930.28	1,042,947.75
其中：非流动资产处置损失	21,190.74	28,328.60	186,221.45
三、利润总额	102,199,393.30	102,611,098.35	121,270,292.63
减：所得税费用	24,849,220.00	27,347,016.18	36,900,021.21
四、净利润	77,350,173.30	75,264,082.17	84,370,271.42
归属于公司所有者的净利润	75,624,583.00	75,118,958.61	82,473,387.98
少数股东损益	1,725,590.30	145,123.56	1,896,883.44
五、其他综合收益的税后净额	5,444,648.09	3,066,170.69	19,329.19
归属于公司所有者的其他综合收益 税后净额	5,444,648.09	3,066,170.69	19,329.19
（一）以后不能重分类进损益的其他 综合收益	--	--	--
（二）以后将重分类进损益的其他综 合收益	5,444,648.09	3,066,170.69	19,329.19
1.权益法下在被投资单位以后将重分 类进损益的其他综合收益中享有的 份额	107,581.00	--	--
2.外币财务报表折算差额	5,337,067.09	3,066,170.69	19,329.19
3.其他	--	--	--
归属于少数股东的其他综合收益的 税后净额	--	--	--
六、综合收益总额	82,794,821.39	78,330,252.86	84,389,600.61
归属于公司所有者的综合收益总额	81,069,231.09	78,185,129.30	82,492,717.17
归属于少数股东的综合收益总额	1,725,590.30	145,123.56	1,896,883.44
七、每股收益(基于归属于公司普通 股股东合并净利润)			
（一）基本每股收益	0.4201	0.4173	0.4582

（二）稀释每股收益	0.4201	0.4173	0.4582
-----------	--------	--------	--------

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	1,160,783,121.92	1,052,496,343.51	1,111,594,453.52
收到的税费返还	222,394.00	--	1,001,147.00
收到其他与经营活动有关的现金	32,198,901.86	27,095,633.34	43,899,521.92
经营活动现金流入小计	1,193,204,417.78	1,079,591,976.85	1,156,495,122.44
购买商品、接受劳务支付的现金	532,535,443.16	459,867,450.81	486,055,946.91
支付给职工以及为职工支付的现金	174,297,777.48	155,481,912.28	139,633,990.80
支付的各项税费	111,898,722.22	109,001,537.59	142,445,965.15
支付其他与经营活动有关的现金	268,723,277.41	279,785,662.62	267,149,200.70
经营活动现金流出小计	1,087,455,220.27	1,004,136,563.30	1,035,285,103.56
经营活动产生的现金流量净额	105,749,197.51	75,455,413.55	121,210,018.88
二、投资活动产生的现金流量			
收回投资收到的现金	254,180,000.00	219,553,204.00	87,606,796.00
取得投资收益所收到的现金	1,661,713.80	1,318,138.68	507,662.83
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	10,836.51	28,133,201.08	155,835.70
收到其他与投资活动有关的现金	--	--	--
投资活动现金流入小计	255,852,550.31	249,004,543.76	88,270,294.53
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	39,543,608.32	83,124,805.54	33,243,212.42
投资支付的现金	251,530,000.00	207,757,564.09	123,920,000.00
投资活动现金流出小计	291,073,608.32	290,882,369.63	157,163,212.42
投资活动产生的现金流量净额	-35,221,058.01	-41,877,825.87	-68,892,917.89
三、筹资活动产生的现金流量			
吸收投资收到的现金	1,880,000.00	--	--
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	58,000,000.00	110,000,000.00	60,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	--	--	--
筹资活动现金流入小计	59,880,000.00	110,000,000.00	60,000,000.00
偿还债务支付的现金	50,000,000.00	80,000,000.00	110,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	39,476,417.59	72,183,305.35	17,850,747.23
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	--	--	--
筹资活动现金流出小计	89,476,417.59	152,183,305.35	127,850,747.23
筹资活动产生的现金流量净额	-29,596,417.59	-42,183,305.35	-67,850,747.23
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	760,111.35	3,210,592.19	17,565.33
五、现金及现金等价物净增加额	41,691,833.26	-5,395,125.48	-15,516,080.91

加：年初现金及现金等价物余额	44,909,445.29	50,304,570.77	65,820,651.68
六、年末现金及现金等价物余额	86,601,278.55	44,909,445.29	50,304,570.77

(二) 非经常性损益明细表

单位：元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-20,556.03	2,790,882.67	-86,561.92
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	222,394.00	--	1,001,147.00
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	2,357,700.00	746,900.00	4,075,100.00
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	--	--	--
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	--	--	--
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-210,596.84	-61,902.38	-182,046.12
所得税影响额	-630,028.06	-164,167.25	-1,207,085.16
少数股东权益影响额（税后）	-14,049.77	29,824.36	-11,189.57
合计	1,704,863.30	3,341,537.40	3,589,364.23

(三) 主要财务指标

指标	2016 年度/ 年末	2015 年度/ 年末	2014 年度/ 年末
流动比率（倍）	2.30	2.08	2.55
速动比率（倍）	1.19	0.98	1.25
资产负债率（母公司）	25.10%	29.22%	26.80%
资产负债率（合并）	32.38%	34.51%	29.85%
应收账款周转率	13.49	14.58	18.14
存货周转率	1.67	1.65	1.86
息税折旧摊销前利润（万元）	13,182.37	13,239.87	14,780.64
利息保障倍数（倍）	52.65	48.50	121.99
每股经营活动产生现金流量（元）	0.59	0.42	0.67
每股净现金流量（元）	0.23	-0.03	-0.09
每股净资产（元）	2.69	2.44	2.40
基本每股收益 （扣除非经常性损益前）（元）	0.4201	0.4173	0.4582
基本每股收益	0.4107	0.3988	0.4382

(扣除非经常性损益后)(元)			
稀释每股收益 (扣除非经常性损益前)(元)	0.4201	0.4173	0.4582
稀释每股收益 (扣除非经常性损益后)(元)	0.4107	0.3988	0.4382
净资产收益率 (扣除非经常性损益前)	16.49%	17.47%	20.60%
净资产收益率 (扣除非经常性损益后)	16.12%	16.70%	19.71%
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	3.17%	3.77%	0.54%

(四) 管理层讨论与分析

1、资产情况分析

报告期内，公司资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	45,139.84	62.03%	41,437.45	60.99%	38,761.42	62.28%
非流动资产	27,635.00	37.97%	26,502.91	39.01%	23,476.82	37.72%
资产合计	72,774.84	100.00%	67,940.37	100.00%	62,238.25	100.00%

报告期内，公司流动资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	8,660.13	19.19%	4,490.94	10.84%	5,030.46	12.98%
应收票据	--	--	--	--	26.07	0.07%
应收账款	6,741.45	14.93%	7,328.86	17.69%	4,981.52	12.85%
预付款项	2,713.63	6.01%	2,293.48	5.53%	1,635.40	4.22%
其他应收款	3,273.89	7.25%	3,219.65	7.77%	3,440.49	8.88%
存货	21,750.75	48.19%	21,839.52	52.70%	19,816.17	51.12%
一年内到期的 非流动资产	--	--	--	--	63.32	0.16%
其他流动资产	2,000.00	4.43%	2,265.00	5.47%	3,768.00	9.72%
流动资产合计	45,139.84	100.00%	41,437.45	100.00%	38,761.42	100.00%

报告期内，公司非流动资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
持有至到期投资	--	--	--	--	--	--
长期股权投资	322.49	1.17%	488.63	1.84%	--	--
固定资产	11,250.25	40.71%	11,370.36	42.90%	8,126.73	34.62%
在建工程	2,169.54	7.85%	42.55	0.16%	1,063.66	4.53%
无形资产	9,669.83	34.99%	9,967.74	37.61%	8,706.09	37.08%
长期待摊费用	1,406.11	5.09%	1,948.53	7.35%	2,447.35	10.42%
递延所得税资产	2,816.78	10.19%	2,685.11	10.13%	3,132.99	13.35%
非流动资产合计	27,635.00	100.00%	26,502.91	100.00%	23,476.82	100.00%

公司各报告期末的资产构成及其变化呈现了以下特点：

（1）公司的资产总额总体呈上升趋势

截至 2014 年末、2015 年末及 2016 年末，公司的资产总额分别为 62,238.25 万元、67,940.37 万元和 72,774.84 万元，近三年公司的资产规模总体呈现增长态势。

公司的资产总额上升的主要原因包括：

①近三年，公司的盈利水平相对较高，为公司提供了稳定的资产积累来源，公司在派完股息且未扩大负债规模的条件下，总资产保持良好的增长态势。

②近三年，为了多品牌发展战略的实现和全渠道销售网络的建设，同时也为了支持公司不断扩大的业务规模，公司加大各项资产的投入，购置房屋、土地、信息化系统软硬件等各项资产，扩建物流仓库、实施 B2C 在线商城项目以及研发设计中心所属新建办公楼项目，从而固定资产、在建工程、无形资产等非流动资产在近三年增长相对较大，同时公司通过增加自有物业也提高了资产价值质量。

（2）公司的资产构成中流动资产占比相对较高

公司的资产构成中，流动资产保持较高占比，截至 2014 年末、2015 年末和 2016 年末，流动资产占比依次为 62.28%、60.99%和 62.03%，这与服装行业的资产结构和经营特点相适应。公司的流动资产主要为货币资金、存货和应收账款，具有较强的流动性。

（3）公司非流动资产规模呈上升趋势

公司不断增加对非流动资产的投入，非流动资产规模呈上升趋势，具体情况如下：

①2013 年初，子公司日播国际在香港购置房产拟用于海外市场发展，购置房产共支付 3,631.15 万港币，相应 2013 年末房屋建筑物原值较 2012 年末增加 2,889.63 万元。

②2013 年 5 月，公司购置位于上海市松江区中山街道 11 街坊的地块，面积为 18,422 平方米，拟用于研发设计中心项目建设，初始入账价值为 7,931 万元。

③报告期内，公司持续进行信息化建设项目，采购信息化系统软件，并购置配套的硬件设施，固定资产和无形资产原值相应增加。公司在信息系统建设方面，未来仍计划进一步加大投入，预计随着各功能模块的不断完善，无形资产的账面金额仍将进一步提高。

④2015 年 7 月，子公司日播国际在美国纽约购置房产拟用于海外市场发展，共支付 960 万美元，并处置了部分香港房产，相应 2015 年末房屋建筑物原值较 2014 年末增加 3,896.31 万元。

⑤2016 年，由于公司扩建物流仓库，并且 B2C 在线商城项目和募集资金投资项目中的研发设计中心所属新建办公楼项目开发尚未完工，导致在建工程 2016 年末比 2015 年末增加 2,126.99 万元。

2、负债情况分析

报告期内，公司负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	19,609.35	83.21%	19,908.66	84.90%	15,171.60	81.65%
非流动负债	3,956.92	16.79%	3,540.62	15.10%	3,408.59	18.35%
负债合计	23,566.27	100.00%	23,449.28	100.00%	18,580.19	100.00%

报告期内，公司流动负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例

短期借款	3,800.00	19.38%	3,000.00	15.07%	--	--
应付账款	6,921.26	35.30%	9,386.31	47.15%	8,312.34	54.79%
预收款项	602.98	3.07%	1,017.64	5.11%	1,356.31	8.94%
应付职工薪酬	6.81	0.03%	2.23	0.01%	2.27	0.01%
应交税费	2,418.64	12.33%	1,799.94	9.04%	789.92	5.21%
应付利息	4.36	0.02%	4.66	0.02%	--	--
其他应付款	5,855.30	29.86%	4,697.89	23.60%	4,710.75	31.05%
流动负债合计	19,609.35	100.00%	19,908.66	100.00%	15,171.60	100.00%

报告期内，公司非流动负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
预计负债	3,956.92	3,540.62	3,408.59

从负债结构上看，公司的负债主要为流动负债，报告期内流动负债的平均占比为 83.25%。这一特点符合公司所处服装行业的运营特点，同时与公司流动资产占比较高的资产结构相匹配，占比较高的流动负债在可以满足公司日常经营的资金需求的前提下，同时有助于减少财务费用。

2015 年末，公司的负债总额较 2014 年末有所上升，主要系公司短期借款余额增加 3,000 万元。2016 年末，公司的负债总额较 2015 年末变化不大。

3、盈利能力分析

最近三年，公司营业收入及利润变动趋势如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
营业收入	94,893.08	89,770.15	91,107.57
营业成本	36,302.79	34,352.26	37,503.46
营业毛利	58,590.29	55,417.89	53,604.11
综合毛利率	61.74%	61.73%	58.84%
营业利润	9,985.05	9,913.52	11,646.27
利润总额	10,219.94	10,261.11	12,127.03
净利润	7,735.02	7,526.41	8,437.03
归属于母公司所有者的净利润	7,562.46	7,511.90	8,247.34
销售净利率	8.15%	8.38%	9.26%

(1) 营业收入分析

报告期内，公司营业收入变动情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
主营业务收入	93,283.71	88,276.45	88,334.99
其他业务收入	1,609.37	1,493.69	2,772.58
营业收入合计	94,893.08	89,770.15	91,107.57

报告期内，公司的营业收入总体保持平稳，近三年的营业收入平均值为 91,923.60 万元。

（2）公司毛利情况分析

报告期内，公司的综合毛利率水平如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
综合毛利率	61.74%	61.73%	58.84%

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司的综合毛利率分别为 58.84%、61.73% 和 61.74%，维持在相对较高水平。公司的综合毛利率水平主要受商品倍率、各销售渠道销售折扣以及销售渠道分布情况的影响。报告期内，公司综合毛利率保持小幅上升趋势，主要原因如下：①直营收入占比提高；②“CRZ”品牌的收入占比及毛利率水平均提高；

（3）公司期间费用分析

报告期内，公司的销售费用、管理费用和财务费用情况如下表所示：

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重
销售费用	30,662.70	32.31%	28,814.52	32.10%	27,857.73	30.58%
管理费用	12,370.41	13.04%	11,858.52	13.21%	10,228.35	11.23%
财务费用	488.60	0.51%	444.43	0.50%	273.26	0.30%
合计	43,521.71	45.86%	41,117.47	45.80%	38,359.34	42.10%

近三年，公司的期间费用总体有所上升，期间费用率相应有所提高，主要系劳动力成本上升导致职工薪酬增加、直营收入增加导致相应的运营费用如商场渠道费用等增加、新增房产和信息系统的上线使用导致相应的折旧与摊销费用增加。

4、现金流量分析

报告期内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	10,574.92	7,545.54	12,121.00
投资活动产生的现金流量净额	-3,522.11	-4,187.78	-6,889.29
筹资活动产生的现金流量净额	-2,959.64	-4,218.33	-6,785.07
汇率变动对现金及现金等价物的影响	76.01	321.06	1.76
现金及现金等价物净增加额	4,169.18	-539.51	-1,551.61

（五）股利分配情况

1、最近三年股利分配政策

根据《公司章程》的规定，公司股利分配政策如下：

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。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%。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利(或股份)的派发事项。

公司利润分配采取现金或股票方式。

2、最近三年股利分配情况

（1）2014 年度分红

经 2015 年 5 月 22 日召开的 2014 年度股东大会审议通过，公司对截至 2014 年末累计未分配利润进行分配，分配金额为 7,000 万元（含税），已实施完毕。

（2）2015 年度分红

经 2016 年 4 月 25 日召开的 2015 年度股东大会审议通过，公司对截至 2015 年末累计未分配利润进行分配，分配金额为 3,750 万元（含税），已实施完毕。

（3）2016 年度分红

经 2017 年 4 月 13 日召开的 2016 年度股东大会审议通过，公司对截至 2016 年末累计未分配利润进行分配，分配金额为 1,000 万元（含税），已实施完毕。

3、本次发行前滚存利润的安排

经公司 2015 年第二次临时股东大会审议通过，公司本次发行前滚存的未分配利润，将由发行前公司的老股东和发行完成后公司新增加的社会公众股东共同享有。

4、本次发行后的利润分配政策

根据公司 2015 年第二次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，公司本次发行上市后的利润分配政策如下：

（1）利润分配的原则

公司充分考虑投资者的回报，每年按当年实现的可分配利润的一定比例向股东分配现金股利，在有关决策和论证过程中应当充分考虑独立董事、外部监事（不在公司担任职务的监事）和公众投资者的意见。

公司董事会根据以下原则制定利润分配的具体规划和计划安排：

- ① 应重视对投资者的合理投资回报，不损害投资者的合法权益；
- ② 保持利润分配政策的连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远和可持续发展；

- ③ 优先采用现金分红的利润分配方式；
- ④ 充分听取和考虑中小股东的要求；
- ⑤ 充分考虑货币政策环境。

（2）利润分配形式

公司采取现金或者现金、股票相结合的方式分配股利。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。在有条件的情况下，公司可以进行中期现金分红。

（3）现金分红的条件、比例和期间间隔

公司在弥补亏损(如有)、提取法定公积金、提取任意公积金(如需)后，除特殊情况外，在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，公司每年度至少进行一次利润分配，采取的利润分配方式中必须含有现金分配方式。公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 20%。在当期盈利且累计未分配利润为正的情况下，公司可以进行中期现金分红。

上述“特殊情况”是指下列情况之一：

- ① 公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 20%，且超过 5,000 万元（募集资金投资的项目除外）；
- ② 公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 10%（募集资金投资的项目除外）；
- ③ 分红年度净现金流量为负数，且年底货币资金余额不足以支付现金分红金额的。

（4）发放股票股利的条件

公司在经营情况良好，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，可以在满足上述现金分红的条件下，提出股票股利分配

预案，并提交股东大会审议。

（5）利润分配的具体政策

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，提出具体现金分红政策：

- 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%。

上述“重大资金支出安排”是指公司在一年内购买资产以及对外投资等交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产 30%以上（包括 30%）的事项。根据公司章程（草案）规定，重大资金支出安排应经董事会审议后，提交股东大会表决通过。

（6）利润分配的审议程序

- ① 董事会审议利润分配需履行的程序和要求：公司在进行利润分配时，公司董事会应当制定利润分配预案。董事会审议现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件、决策程序等事宜，独立董事应当发表明确意见。利润分配预案经董事会过半数以上表决通过，方可提交股东大会审议。

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。

- ② 监事会审议利润分配需履行的程序和要求：公司监事会应当对公司利润分配预案进行审议，并经半数以上监事表决通过。

- ③ 股东大会审议利润分配方案需履行的程序和要求：董事会及监事会通过利润分配预案后，利润分配预案需提交公司股东大会审议，并由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的过半数通过。股东大会对现金分红具体方案进行审议时，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（包括但不限于提供网络投票表决、邀请中小股东参会等方式），充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

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。

（7）利润分配政策的调整

公司的利润分配政策不得随意改变，如现行政策与公司生产经营情况、投资规划和长期发展的需要确实发生冲突的，可调整利润分配政策。调整利润分配政策议案中如减少每年现金分红比例的，或调整利润分配政策、具体规划和计划，及公司制定利润分配方案时，应充分听取独立董事、外部监事和公众投资者意见。调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和公司股票上市的证券交易所的有关规定。

利润分配政策的调整方案由董事会拟定，并经公司二分之一以上独立董事同意，可提交公司股东大会审议。监事会应当对董事会拟订的利润分配政策调整方案出具书面审核报告，与董事会拟订的利润分配政策一并提交股东大会批准。利润分配调整方案应经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过，公司应安排通过证券交易所交易系统、互联网投票系统等网络投票方式为社会公众股东参加股东大会提供便利，公司独立董事可在股东大会召开前向公司社会公众股股东征集其在股东大会上的投票权。

（六）发行人的控股和参股公司情况

1、子公司及参股公司基本情况

截至本招股意向书签署日，发行人共有 17 家子公司以及 1 家参股公司，其中子公司包括 10 家一级子公司及 7 家二级子公司。除发行人持有广州腾羿

51.15%股权、日播禾吉 70%股权，广州腾羿持有上海尊言 100%股权、广州尊言 100%股权，日播至美持有上海至杭 67.5%财产份额以及参股公司外，其余公司均为发行人的全资子公司。发行人的控股和参股公司基本情况如下表：

序号	公司名称	类型	成立时间	注册资本	主营业务
1	日播至美	全资子公司	2005.8.18	60 万美元	生产及物流业务
2	日播至信	全资子公司	2006.12.28	200 万元	电子商务业务
3	上海云娜	全资子公司	2005.1.26	600 万元	直营业务及华东地区经销业务
4	北京创美	全资子公司	2006.12.8	50 万元	直营业务
5	广州创美	全资子公司	2010.3.29	100 万元	直营业务及华南地区经销业务
6	广州腾羿	控股子公司	2007.12.20	752.689 万元	“CRZ”品牌服饰的设计研发、生产及销售业务
7	日播国际	全资子公司	2012.2.9	250 万美元	海外市场业务
8	艾舍尔	全资子公司	2008.5.7	30 万元	终端门店形象设计及装修方案设计业务
9	苏州至臻	全资子公司	2012.5.28	100 万元	直营业务
10	武汉至臻	全资子公司	2012.7.13	50 万元	直营业务
11	天津至美	全资子公司	2013.1.14	50 万元	直营业务
12	日播禾吉	控股子公司	2015.11.23	200 万元	新品牌业务
13	日播信息	全资子公司	2016.4.7	200 万元	B2C 平台的建设和运营
14	上海尊言	控股子公司	2016.5.6	50 万元	“CRZ”品牌服饰在华东地区的销售业务
15	Ribo Property	全资子公司	2016.4.26	20 万美元	海外市场业务
16	广州尊言	控股子公司	2016.8.11	500 万元	新品牌业务
17	上海至杭	控制的合伙企业	2017.2.24	400 万元	企业管理咨询
18	共存国际	参股公司	2015.9.23	800 万港币	“Taoray Wang”品牌服饰的设计研发、生产及销售业务

2、子公司及参股公司最近一年的财务情况

单位：万元

序号	公司名称	2016 年度财务数据		
		总资产	净资产	净利润
1	日播至美	3,229.54	1,651.55	221.12
2	日播至信	923.20	1,001.19	529.93
3	上海云娜	5,365.21	1,156.79	1,053.67
4	北京创美	3,542.78	920.41	751.49
5	广州创美	2,516.41	533.23	975.18
6	广州腾羿	6,911.42	1,773.79	540.48
7	日播国际	9,131.97	3,456.15	-328.22
8	艾舍尔	139.99	134.07	16.83
9	苏州至臻	764.75	229.62	170.99
10	武汉至臻	605.48	521.90	245.20
11	天津至美	729.80	-120.83	31.49

12	日播禾吉	113.18	11.83	-188.17
13	日播信息	168.01	167.55	-32.45
14	上海尊言	291.04	22.96	-27.04
15	Ribo Property	6,688.37	93.61	-47.62
16	广州尊言	212.27	211.56	-28.44
17	上海至杭	-	-	-
18	共存国际	192.55	141.76	-321.63

注：上海至杭为 2017 年 2 月成立。

第四节 募集资金运用

一、本次募集资金用途及备案情况

1、募集资金投资项目简介

经公司2015年第二次临时股东大会、2016年第三次临时股东大会及2017年第一次临时股东大会审议通过，本次公开发行股票募集资金拟投资于如下项目：

单位：万元

序号	项目名称	总投资额	募集资金拟投资额	项目备案情况
1	营销网络建设项目	34,661.43	23,937.85	松发改产备[2015]029号
2	研发设计中心项目	12,205.85	8,429.60	松发改备[2016]067号
3	信息化系统升级项目	8,330.00	5,752.86	松发改产备[2015]030号
合计		55,197.28	38,120.31	-

若本次实际募集资金不能满足项目的资金需求，资金缺口由公司通过自筹方式予以解决。本次募集资金到位前，公司将根据实际需要通过自筹方式进行先期投入，待募集资金到位后将以募集资金置换预先已投入资金。

2、募集资金专户存储安排

公司已就募集资金的管理与使用制定了《募集资金管理办法》，对募集资金的存放、使用、使用情况监督与信息披露等进行了规定。对于募集资金专户存储安排，该存储制度明确规定：“公司募集资金应当存放于经董事会批准设立的专项账户(以下简称“募集资金专户”)集中管理。募集资金专户不得存放非募集资金或用作其它用途。公司应当在募集资金到账后一个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订募集资金专户存储三方监管协议。”

3、保荐机构及发行人律师对募集资金投资项目的意见

保荐机构及发行人律师认为：发行人本次募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定。

4、募集资金投资项目实施后产生同业竞争或对公司独立性的影响情况

发行人本次募集资金投资项目实施后不产生同业竞争，不会对公司的独立性产生不利影响。

5、公司董事会对募集资金投资项目的意见

公司董事会认为，本次募集资金投资项目切实可行，募集资金数额和投资项目能够与企业现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应。

二、募集资金运用对财务状况及经营成果的影响

（一）对公司经营成果的影响

1、提高公司竞争能力

公司本次募集资金的运用全部围绕现有主营业务来进行。从长远发展来看，募集资金到位后，将从研发设计、销售和信息管理等方面全方位提升公司的综合实力。随着各项项目的成功实施，公司的营业收入与利润水平将大幅增长，未来盈利能力将大幅提高，有利于提高公司在国内中高端时尚女装行业的地位，全方位提高公司的抗风险能力和综合竞争能力，竞争优势将进一步得到增强。

2、改善公司业务结构

目前，公司直营收入占比相对较小。本次募集资金超过一半用于营销网络建设，可以优化公司直营店和经销店的结构。本次营销网络建设项目将开设旗舰店、形象店、会所店及标准店四种店铺，以旗舰店、标准店带动公司营业收入，以形象店、会所店提升公司品牌形象，从而形成一个有效的互助式终端销售网络，实施公司全渠道经营的业务发展目标，进一步巩固和扩大公司的市场占有率和影响力。

（二）对公司财务状况的影响

1、资产规模将大幅提高

本次募集资金到位后，将会对公司资产结构产生较大幅度的影响。公司资产规模、净资产及每股净资产都将大幅提高，直接增强公司运营稳定性和抗风险能

力，有利于进一步推进公司主营业务的发展，改善公司资产质量，公司整体实力进一步提高。

2、净资产收益率短期内有所下降

由于募集资金投资项目从投入到效益产出需要一定的周期，公司的净资产收益率会在项目投入初期面临下降的风险，但随着新开店铺不断投入营运，公司的盈利能力将大幅提升。

3、新增资产的折旧和摊销将大幅增加

本次募集资金项目建成后，公司固定资产、无形资产及长期待摊费用将大幅增加，该部分资产的折旧和摊销费用亦随之大幅增加，而店铺新设初期需经历1-2年的培育期，因此新增资产的折旧和摊销会对公司业绩造成一定影响，但就公司目前稳定的盈利规模来说，影响程度相对较小。

第五节 风险因素和其他重要事项

一、风险因素

（一）市场风险

1、宏观经济波动风险

服装产品作为可选消费品，受宏观经济波动影响。由于中高端女装的需求弹性比一般女装更大，因此其波动也更为明显。目前，公司的服装产品主要面向国内市场销售，国内经济增长放缓、物价上涨等经济形势发生的变化可能促使人们减少服装消费，从而导致公司销量下降，进而影响公司经营业绩和财务状况。

2、行业竞争和产品替代风险

一方面，我国服装行业作为传统行业，进入门槛较低，品牌数量较多，行业竞争比较激烈，主要体现在品牌、营销渠道、设计研发等方面的市场竞争。在中高端女装市场，虽然进入门槛较高，但随着国际高端品牌对中国市场日益重视并加强渗透，也使得该领域竞争日趋激烈。

另一方面，消费者在选择服装产品时，通常也会根据品牌知名度、产品风格特性、价格等多种因素综合考虑后作出购买决定。从功能性角度来说，服装产品的可替代性较强。

因此，若公司未来不能进一步提升品牌影响力和市场占有率，可能将面临被其他品牌替代的风险，将对公司品牌实力的提升和盈利能力的持续增长等产生不利影响。

3、服装行业增速下降的风险

根据国家统计局数据，2010-2016 年我国社会消费品服装类零售总额由 5,874 亿元增长到 14,433 亿元，复合增长率为 16.16%；增长率由 2011 年的 35.43% 下降到 2016 年的 7.04%。虽然目前服装行业规模依旧处于上升阶段，但增速较往

年逐步放缓。根据现有行业增速变动情况，不能排除未来服装行业出现转折性变化即行业规模下降的可能性。如果服装行业总体规模出现下降即经营环境出现不利变化，将加大发行人的经营难度，从而直接影响到发行人的经营业绩。因此，发行人可能面临服装行业增速下降的风险。

4、不能准确把握市场流行趋势的风险

随着女装市场流行趋势变化速度加快，以及国内外不同区域消费市场的差异，可能存在公司不能全面、及时、准确把握女装流行趋势，不能及时引导时尚潮流、推出迎合时尚趋势的产品，从而不能全面满足不同层面消费者需求，导致消费者对公司品牌认同度降低，对公司经营业绩产生不利影响。

（二）经营风险

1、网络销售冲击风险

随着近年来互联网平台的快速发展、网上交易环境和支付平台的完善、物流配送体系的逐渐壮大，消费者的购物习惯日渐趋于网络化。以淘宝、京东等为代表的电商平台不仅给消费者提供了更加便捷且多样化的网购选择，更给中小品牌和厂商提供了直接面向消费者的平台。根据统计，我国网络购物市场销售占比最高的为服装鞋帽。服装产品的网购需求较大，如果公司不能及时有效的适应互联网销售渠道的普及，将会处于不利的竞争位置，从而对经营业绩构成不利影响。

2、经销商管理和维护风险

报告期内，公司的经销收入占主营业务收入比例相对较高，分别为 60.72%、60.32%和 50.66%。截至 2016 年 12 月 31 日，公司引进 171 家特许经销商，在全国 30 个省、自治区、直辖市共设立了 625 家经销店。公司分别与各经销商签订特许经营合同，对其特许区域、保证金、供货折扣、退换货、店铺形象、价格等方面做出规定，但经销商的人、财、物均独立于公司，经营计划也根据其业务目标和对风险的偏好确定。若公司管理水平的提升无法满足不断增加的部分经销商需求，或部分经销商的经营活动有悖于公司的品牌经营宗旨，将对公司的品牌形象和未来发展造成不利影响。

3、营销网络扩张的风险

公司线下营销网络已覆盖全国 30 个省、自治区和直辖市，截至 2016 年 12 月 31 日，公司共设立 886 家销售终端门店。公司的募集资金投资项目拟以上海为中心辐射全国，在 32 个一二线城市新建直营店 209 家，包括 10 家旗舰店、46 家形象店、15 家会所店以及 138 家标准店。募投项目实施完毕后，公司将建成现代化、多层次、全方位的营销网络。

公司的线下门店覆盖区域广、涉及商业业态多样，随着销售规模增长和募集资金投资项目的陆续实施，公司仍将进一步增加门店数量、扩大覆盖区域。如果公司不能对线下门店的区域布局、门店选址、货品规划和库存调配进行有效管理，对直营、经销、联销店管理和销售人员进行有效培训，则可能在门店数量扩张过程中面临新增门店销售不达预期的风险。如果营运管理能力无法跟上公司规模快速发展的需求，可能导致投资项目投资回报率低于预期、影响公司盈利能力。

4、委托加工和定制生产模式带来的风险

目前，公司的生产以委托加工和定制生产模式为主，自制生产的比例相对较小。在委托加工模式下，公司向生产商提供产品设计样板、工艺单以及面辅料，生产商按照公司要求进行生产；在定制生产模式下，生产商按公司提供的产品设计样板和工艺单，自行购买面辅料，按照公司的订单要求生产。在生产过程中，可能存在部分生产商未能准确理解公司产品设计样本，因产品达不到公司标准造成延迟供货，或由于生产能力不足导致没能在规定交货期内交货等情形，从而影响公司正常的产品推广和销售。此外，在委托加工和定制生产模式下，发行人已建立了必要的质量控制制度，发行人根据企业质量控制制度及国家质量标准对外协成衣进行抽检，抽检合格后入库，但因抽检比例有限，可能出现不同批次产品质量不稳定，部分产品存在质量瑕疵的风险。

5、设计总监变更风险

经过十多年的发展，公司主力品牌“broadcast:播”已进入稳定发展期，形成了精准的市场定位、明确的设计理念和鲜明的产品风格，且拥有一支较为稳定的设计师团队。2015年5月，王陶女士因个人原因辞去“broadcast:播”设计总监职务，

作为过渡安排，公司聘任王陶女士作为“broadcast:播”设计顾问，并由公司实际控制人、品牌创始人王卫东先生担任“broadcast:播”设计总监。品牌设计总监的变更可能对公司品牌未来发展产生不利影响。

6、品牌维护及单品牌收入占比较高的风险

消费者对品牌的忠诚度来自于对品牌背景和附着文化的认可，通过服装的差异化体现出自我个性，品牌维护对于品牌拥有者来说是至关重要的事项。如果公司不能够保持独特的品牌风格、个性化的创意设计和产品一贯高品质的制造，将会影响公司品牌形象，并可能对公司销售业绩带来不利影响。

报告期内，发行人主要经营的品牌为“broadcast:播”、“PERSONAL POINT”和“CRZ”，其中“broadcast:播”品牌销售收入占发行人主营业务收入平均比例达80%以上。因此，发行人的经营业绩很大程度上取决于“broadcast:播”品牌在市场上的知名度、美誉度和客户忠诚度。如果出现对“broadcast:播”品牌不利影响的负面宣传或纠纷，或竞争品牌市场形象及知名度的上升等情形，将可能会影响“broadcast:播”品牌产品在市场上的影响力和认可度，进而可能影响发行人的经营业绩。

7、品牌商标可能被仿冒、侵犯以及注册风险

公司一贯重视对自有品牌的保护，积极采取包括对线下门店销售渠道和线上电商平台进行巡查与监测等方式，对仿冒品牌的不法行为进行制止，并通过法律手段维护自身品牌形象。随着公司各品牌知名度进一步提高，仍可能出现品牌商标被仿冒、侵犯以及注册风险，从而对公司的品牌声誉构成不利影响。

8、销售门店合同到期未能续约的风险

公司和经销商的终端销售门店主要分布于国内大中城市，选址主要位于大型商场和购物中心。若销售门店的租赁期限届满，公司或经销商未能与商场、购物中心续约，将会导致该类门店的关闭，从而影响公司整体营销网络布局和销售业绩。

9、产品仓储及运输的风险

公司货品主要存放于公司自有或租赁的仓库及直营门店，若发生重大自然灾害等不可抗力事项或者仓储管理不善，产品可能面临火灾、破损、丢失等风险，从而影响公司正常的产品配送和销售。

公司主要采用第三方物流运输方式，如果因运输公司管理操作或管理失误，或其他不可控因素导致货物损坏、错误配送、交通事故、自然灾害等情况发生，造成产品运输的重大延误或遗失，公司的经营业绩可能受到不利影响。

（三）财务风险

1、存货管理和存货跌价风险

由于服装行业直接面对不同的消费者，每一消费者对服装个性化的要求不同，对花色、款式的审美观点不同，因此门店需保证一定的产品配货，加之企业为下季提前开发产品以及产品过季等因素，造成服装行业普遍存在库存商品较大导致存货较大的现象。截至 2014 年末、2015 年末及 2016 年末，发行人的存货金额分别为 19,816.17 万元、21,839.52 万元及 21,750.75 万元，存货周转率分别为 1.86、1.65 及 1.67，存货跌价准备金额分别为 3,128.43 万元、3,724.92 万元及 4,184.29 万元。存货占用了营运资金，如果存货规模过大，会降低公司运营效率，另一方面产品滞销将产生跌价风险，将会对公司经营业绩产生不利影响。

2、成本上升风险

报告期内，公司的采购及生产成本呈上升趋势，将可能直接影响公司的营业业绩。首先，公司产品受棉花、石油等价格的波动影响，面辅料价格呈现波动走势。其次，随着国内经济水平提升，劳动力价格呈现上涨趋势。

3、季节性风险

季节性是服装行业非常明显的特征。从季节对销售影响来看，冬装由于面料质地的原因，单位成本和售价都较高，因此冬季销售额普遍较高，导致服装行业上半年的销售额通常低于下半年。近三年，公司上半年实现的主营业务收入占当年主营业务收入的比重分别为46.03%、42.75%和42.58%¹，存在一定的季节性风

¹ 注：2014 年上半年及 2015 年上半年数据未经审计，2016 年上半年数据已经众华审计。

险。

（四）实际控制人控制的风险

公司的实际控制人为王卫东、曲江亭夫妇，本次发行前，其直接持有公司25%股份，通过日播控股间接控制公司72%股份，合计控制公司97%股份。公司可能存在实际控制人通过行使表决权或其他方式对公司重大生产经营决策、人事任免、财务决策和利润分配等方面进行控制的风险。

（五）募集资金投资项目风险

1、募投项目实施风险

公司本次募集资金用于“营销网络建设项目”、“研发设计中心项目”及“信息化系统升级项目”，以上项目能否顺利实施将对公司未来的利润增长和战略发展规划的实现构成很大影响。在募集资金投资项目实施过程中，可能会遇到诸如国家政策、宏观经济形势、技术、资金等发生变化，从而导致各项目实施所依赖的基本条件发生变化，同时也会受公司自身管理水平等内在因素的影响，导致项目不能如期完成或不能实现预期收益，从而影响公司的经营业绩。

2、管理人才储备不足的风险

作为一家时尚服装企业，人才是公司实现跨越式发展的立足之本，而管理人才更是重中之重。公司此次营销网络建设项目将在32个城市新建209家直营店。随着销售网络建设的提速，将对公司设计研发管理能力、生产管理能力、信息化管理能力、终端销售渠道管理能力提出了更高的要求，公司将需要更多的复合型和专业型管理人才来应对销售网络建设及销售规模扩张。若公司管理人才储备不足，则面临着销售渠道建设不能够充分提升公司的市场竞争力，从而影响公司快速发展的风险。

（六）本次发行摊薄即期回报的风险

本次发行完成后，公司的净资产将获得大幅提升，长期来看随着公司业务的扩张，公司的盈利能力将进一步增强，每股收益也将随之增加。但由于公司业务的发展需要一定时间，本次发行完成后每股收益和净资产收益率等指标存在短期

内下降的风险，特此提醒投资者关注本次发行可能摊薄即期回报的风险。

二、重要合同

截至本招股意向书摘要签署日，发行人正在履行的交易金额在 1,000 万元以上或者虽未达到前述标准但对公司经营活动、未来发展或财务状况具有重大影响的有关合同如下：

（一）银行授信合同

2016 年 5 月 19 日，发行人与中国建设银行股份有限公司上海松江支行签订《人民币额度借款合同》，约定贷款银行向发行人提供的借款额度为人民币伍仟万元，期间自 2016 年 5 月 19 日至 2017 年 3 月 23 日。

（二）销售合同

截至本招股意向书摘要签署日，发行人及其子公司正在履行的 2017 年度重大销售合同情况如下：

单位：万元

序号	合同甲方	合同乙方	合同总价
1	日播时尚	郑州满江红服饰有限公司	2,100.00
2	日播时尚	南宁乐上服装有限公司	1,860.00
3	日播时尚	太原嘉腾贸易有限公司	1,800.00
4	广州腾羿	太原嘉腾贸易有限公司	1,100.00
5	广州腾羿	湖南奕霖睿丽商贸有限公司	1,000.00
6	广州腾羿	郑州满江红服饰有限公司	1,000.00

（三）承销协议与保荐协议

2015 年 8 月，发行人与海通证券股份有限公司签订了《承销协议》与《保荐协议》，聘请海通证券股份有限公司作为本次股票发行的主承销商及保荐机构。

（四）其他重要合同

2016 年 6 月 13 日，发行人与中国建设银行股份有限公司上海松江支行签订《银企合作协议》，约定贷款银行在符合法律、法规和金融政策以及贷款银行业务制度的前提下，意向性承诺给予发行人金额不超过人民币一亿伍仟万元整的授信额度，具体授信业务以双方签署的相关业务合同为准。

三、对外担保情况

截至本招股意向书摘要签署日，发行人除为子公司提供借款担保外，不存在其他对外担保情况。

四、重大诉讼或仲裁事项

截至本招股意向书摘要签署日，发行人不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的重大诉讼或仲裁事项。

截至本招股意向书摘要签署日，不存在公司控股股东、实际控制人、控股子公司，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员未有涉及刑事诉讼事项，发行人的控股股东、实际控制人报告期内不存在重大违法行为。

第六节 本次发行各方当事人和发行时间安排

一、本次发行的有关当事人

名称	住所	联系电话	传真	联系人
发行人：日播时尚集团股份有限公司	上海市松江区中山街道茸阳路 98 号	021-57783232	021-67637913-2698	郑征
保荐机构（主承销商）：海通证券股份有限公司	上海市广东路 689 号	021-2321 9000	021-6341 1627	张铁栓
发行人律师：通力律师事务所	上海市浦东新区银城中路 68 号时代金融中心 19 楼	021-3135 8666	021-3135 8600	陈臻、夏慧君
会计师事务所：众华会计师事务所（特殊普通合伙）	上海市嘉定工业区叶城路 1630 号 5 幢 1088 室	021-6352 5500	021-6352 5566	周敏、何亮亮
资产评估师机构：上海立信资产评估有限公司	上海市徐汇区肇嘉浜路 301 号 23 楼	021-6887 7288	021-6887 7020	赵吟时、谢岭
资产评估师机构：银信资产评估有限公司	上海市嘉定工业区叶城路 1630 号 4 幢 1477 室	021-6329 3886	021-6329 3566	赵莹
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	021-5870 8888	021-5889 9400	
拟上市的证券交易所：上海证券交易所	上海市浦东南路 528 号证券大厦	021-6880 8888	021-6880 4868	
收款银行：				

二、有关本次发行上市的重要日期

询价推介时间	2017 年 5 月 11 日—2017 年 5 月 12 日
定价公告刊登日期	2017 年 5 月 16 日
申购日期和缴款日期	2017 年 5 月 17 日和 2017 年 5 月 19 日
股票上市日期	预计 2017 年 5 月 31 日

第七节 备查文件

一、备查文件

- （一）发行保荐书；
- （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、查阅时间和查阅地点

查阅时间：工作日的上午 9:30—11:30，下午 1:00—3:00

查阅地点：公司及保荐机构（主承销商）的住所

除以上查阅地点外，投资者可以登录证券交易所指定网站，查阅《招股意向书》正文及相关附录。

（此页无正文，为《日播时尚集团股份有限公司首次公开发行股票招股说明书摘要》之盖章页）

