



海澜之家股份有限公司

公开发行可转换公司债券募集资金项目

可行性分析报告

二〇一七年十一月

一、本次发行募集资金的运用概况

本次公开发行可转换公司债券的募集资金总额不超过 300,000 万元（含 300,000 万元），扣除发行费用后，募集资金将投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	募集资金拟投入金额
1	产业链信息化升级项目	70,899.71	62,000.00
2	物流园区建设项目	211,367.70	195,000.00
3	爱居兔研发办公大楼建设项目	46,952.30	43,000.00
合计		329,219.71	300,000.00

若本次扣除发行费用后的实际募集资金少于上述项目募集资金拟投入金额，在不改变本次募投项目的前提下，公司董事会可根据项目的实际需求，对上述项目的募集资金投入顺序和金额进行适当调整，募集资金不足部分由公司自筹解决。在本次发行募集资金到位之前，公司将根据募集资金投资项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后予以置换。

本次募投项目由全资子公司海澜之家品牌管理有限公司负责实施，募集资金将以增资方式投入子公司。

二、本次募投资金投资项目的实施背景

1、服装行业作为国民经济的基础消费行业，规模巨大，市场前景向好

目前，我国已成为全球最大的服装生产国、消费国和出口国。根据万得数据库数据，2016 年度我国限额以上服装批发零售业零售额达到了 10,217.60 亿元，同比增长 6.57%。

2001 年至 2016 年，我国限额以上服装批发零售业零售额的年复合增长率达到 19.90% 的高速增长。随着人民生活水平的改善与人均收入的提高，我国居民用于衣着类消费的支出总体保持稳定增长。万得数据库数据显示，全国城镇居民人均衣着类支出水平由 2013 年的 1,553.66 元增长到 2016 年的 1,739.00 元；同期，农村居民人均衣着类支出水平由 2013 年的 453.84 元增长到 2016 年的 575.00 元。城镇化建设的推进与农村居民收入的提升，将从城镇与农村两个方面为服装行业带来更多的消费需求。同时，农村市场人均衣着类支出水平较低，未来存在进一

步提升的空间。

未来，随着国民经济与居民收入的持续增长，以及扩大内需与城镇化建设政策的稳步推进，我国居民消费规模将继续保持长期、稳步的增长，服装行业也将迎来更加广阔的发展前景。

2、国家大力推进信息化发展战略和供应链创新与应用

近年来，信息技术的创新日新月异，以数字化、网络化、智能化为代表的信息浪潮蓬勃发展。随着信息技术的发展，供应链也发展到与互联网、物联网等信息技术深度融合的智慧供应链新阶段。国家陆续出台了多项政策，鼓励通过信息化技术和供应链创新的运用促进传统行业的转型升级。

2017 年，国务院在《关于积极推进供应链创新与应用的指导意见》中指出不仅要推进供应链协同制造，全面推动制造企业应用精益供应链等管理技术，完善从研发设计、生产制造到售后服务的全链条供应链体系，而且，各大企业要推动流通创新转型，应用供应链理念和信息化技术，大力发展智慧商店、智慧商圈、智慧物流，提升流通供应链智能化水平。国家鼓励企业间加强合作，建设供应链协同平台，准确及时传导需求信息，实现需求、库存和物流信息的实时共享，引导生产端优化配置生产资源，加速技术和产品创新，按需组织生产，合理安排库存。

3、消费结构和消费方式的转变促使服装企业加快产业链信息化建设步伐

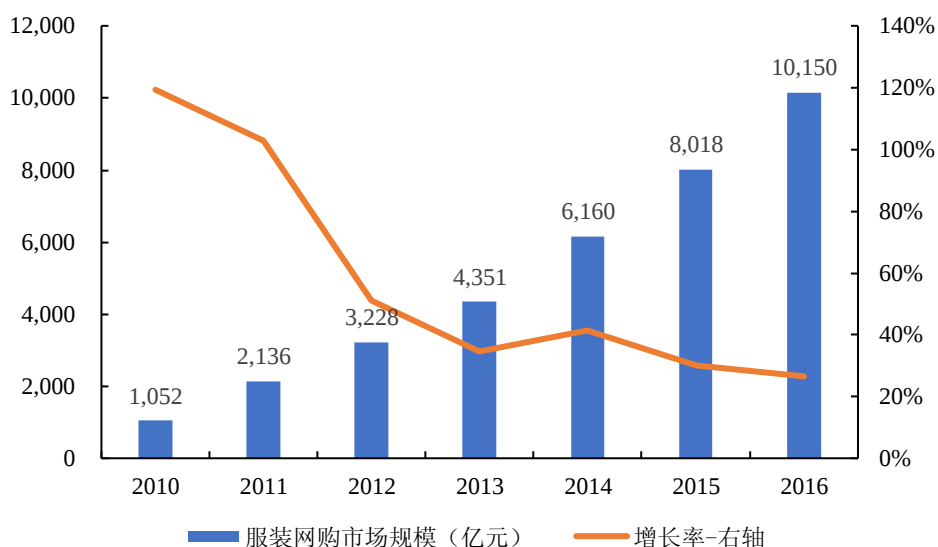
近年来，纺织服装业的消费结构和消费方式发生巨大改变。一方面，随着人们的生活水平提高，社会观念的进步，消费者的服装需求逐渐改变。人们不再只是单纯地看重服装的质量、面料、价格等基础元素，更多的考虑着服装对自己个性化品味、品质追求的体现。服装消费从物质消费转变为品味消费、理念消费和生活方式消费，人们逐渐从以往的大众时尚化盲目追求向追求个性化和潮流化转变，并更加注重购物体验。服装品牌行业的消费升级对传统品牌制造商造成较大压力，对企业设计、物流、生产、营销方式、销售服务等带来较大挑战。

基于此，为了保持自己的持久竞争优势，各大企业在保证产品质量的基础上，通过借助大数据、物联网等新一代信息技术加强供应链体系建设，缩短各部门反应时间并减少各流程中资源的消耗，最大限度地提升经营效率，提高自

己的竞争力。完善的供应链体系可有效提升企业小批量、多品种供货能力和快速反应的能力，以满足客户新兴消费需求。

4、服装行业渠道变革，电商渠道重要性凸显

随着互联网以及移动互联网的普及，网上购物打破了时间和地域的限制，极大地提升了网络购物的便利性，网络购物以品类繁多、价格亲民等鲜明特色逐渐成为主流消费方式之一。



数据来源：万得数据库

2010 年以来我国服装网购市场保持了持续的快速增长，从 1,052.40 亿元的市场规模增长到 2016 年的 10,150.00 亿元，年复合增长率达到 45.90%。根据中国电子商务研究中心的报告，2016 年我国服装网购的渗透率达到 36.9%。随着网络购物市场规模的快速增长，各大服装企业也越来越重视网络购物市场，纷纷加大了互联网销售业务的投入。

5、女装行业的特点决定企业需要较强的研发设计能力

目前，国家正在大力推进各行业的供给侧改革，从提高供给质量出发，扩大有效供给，提高全要素生产率，满足广大人民群众美好生活需求。服装行业供给侧改革是应有之义。《纺织工业发展规划（2016—2020 年）》进一步明确提出要优化产品供给结构，充分挖掘消费热点和需求盲点，扩大中高端纺织服装产品供给。注重设计创新，融合传统文化和现代时尚，加强产品形态、产品功能、生产流程及消费体验等各环节创意设计，开发时尚化、个性化产品。

女装具有新颖性要求高、时效性强、周期短、变化快等特点，要求女装企业具有很强的设计能力和应变市场的能力。

二、本次募集资金投资项目的的基本情况

（一）产业链信息化升级项目

1、项目概况

海澜之家股份有限公司（以下简称“海澜之家”）一直高度重视信息化建设，经过多年投入，海澜之家已经初步建立起一套有效的信息收集和流程处理系统，整体信息化水平较为领先。公司现有的信息系统涵盖了产品入库、出库、门店入库和售出等环节，总部能够随时掌握 5,000 余家门店的销售情况，能够利用信息系统对仓储及物流情况进行管理。为了进一步加强全产业链的信息化管理，提高公司整体运营效率，实现总部、门店、供应商全产业链的信息化沟通，公司拟投资建设产业链信息化升级项目。

本次公司投资建设的产业链信息化升级项目包括门店信息化升级改造、供应商一体化信息平台建设、TM（Transportation Management）系统升级三大板块，涵盖了公司与门店之间、公司与供应商之间、公司与物流服务提供商之间的信息系统升级改造。项目的建设能够提升公司全产业链的信息化水平，打造“智慧门店”，推动“精准营销”，快速响应客户需求，充分发挥公司产业链协同效应，缩短产品生产周期和新品上市时间，进一步优化产品结构和库存，提升公司整体运营效率。



具体项目投资情况如下：

单位：万元

募投项目名称	子项目名称	项目投资总额	募集资金拟投入金额
产业链信息化升级项目	门店信息化升级改造项目	54,095.27	46,300.00
	供应商一体化信息平台建设项目	13,898.42	13,000.00
	TM 系统升级项目	2,906.03	2,700.00
合计		70,899.71	62,000.00

2、项目建设内容

(1) 门店信息化升级改造项目

通过门店信息化升级改造项目，公司将对现有门店进行全面的信息化、智能化升级改造。一方面，公司将打造覆盖 5,500 家门店的“智慧服务系统”，通过 RFID（Radio Frequency Identification）读写设备、智能平板收银机等智能化设备，实现快速收银、无人收银功能，在提升门店经营效率、降低管理成本的同时，为客户提供更快速便捷的购物体验；另一方面，公司将选择包括省会城市门店和零售规模较大门店在内的 1,000 家门店开展“精准营销系统”建设，通过引入智能识别系统、智能展示平台、智能试衣间与 O2O 配套设施等硬件系统，打造智慧门店，为客户提供全新的消费体验。

门店信息化升级改造项目具体投资构成情况如下：

单位：万元

序号	投资内容	投资金额	投资比例
一	建设投资	50,651.00	93.63%
1	硬件设备及改造	37,646.00	69.59%
2	软件购置	11,230.00	20.76%
3	软件开发及实施	1,775.00	3.28%
二	工程建设其他费用	911.72	1.69%
三	基本预备费	2,532.55	4.68%
四	项目总投资	54,095.27	100.00%

(2) 供应商一体化信息平台建设项目

供应商一体化信息平台建设项目主要包括核心供应商业务平台和总部与核心供应商对接平台两大业务板块。其中，核心供应商业务平台是由公司投资，辅助核心供应商建设的提升生产管理效率的平台，该平台包括核心供应商ERP(Enterprise Resource Planning)系统和核心供应商生产制造现场MES(Manufacturing Execution System)系统两部分；总部与核心供应商对接平台是打通海澜之家总部SAP与核心供应商业务平台之间一体化的协同工作平台，有助于实现海澜之家总部与各核心供应商信息互通、高效协作。

供应商一体化信息平台建设项目具体投资构成情况如下：

单位：万元

序号	投资内容	投资金额	投资比例
一	建筑工程费	13,013.50	93.63%
1	机房建设	4,922.50	35.42%
2	硬件设备	456.00	3.28%
3	软件设备	910.00	6.55%
4	软件开发及实施	6,725.00	48.39%
二	工程建设其他费用	234.24	1.69%
三	基本预备费	650.68	4.68%
四	项目总投资	13,898.42	100.00%

(3) TM 系统升级项目

TM 系统升级主要包括大数据物流计划系统和运输协同系统两个方面。在现

有物流系统的基础上,通过在运输车辆上安装定位系统,并升级和完善相应的软、硬件系统,通过对 TM 系统硬件扩容和引入 TM 智能物流系统,实现智能仓储、智慧物流,以适应公司业务从职能型向服务型转变。

TM 系统升级项目具体投资构成情况如下:

单位:万元

序号	投资内容	投资金额	投资比例
一	建筑工程费	2,721.00	93.63%
1	硬件设备	586.00	20.16%
2	软件设备	330.00	11.36%
3	软件开发及实施	1,805.00	62.11%
二	工程建设其他费用	48.98	1.69%
三	基本预备费	136.05	4.68%
四	项目总投资	2,906.03	100.00%

3、项目实施的必要性

(1) 项目建设有助于整合产业链资源,实现资源优化配置,提升公司经营效率

随着信息技术的不断发展,公司需要不断扩大信息化技术的运用的广度和深度,建立起一套以消费者需求为导向,覆盖供应商管理、物流管理等全面、高效、准确的业务协调机制,实现资源优化配置。

在门店管理方面,通过打造智慧门店,能够及时了解客户消费倾向、消费习惯,为公司研发及营销决策提供支持;通过门店的智能化改造,为消费者提供更好的购物体验。

在供应商管理方面,公司通过信息化系统的建设,可以提升产业链管理水平,有效优化资源配置,加强对供应商的信息流和物流的管理,打造产业链信息化协作平台。

在物流管理方面,通过对现有的物流管理系统进行升级,提升系统的多品牌运作能力、计划预测能力,提高物流服务的计划性、及时性和准确性,满足公司业务规模不断扩大的需求,推动公司多品牌战略向纵深发展。

(2) 项目建设有助于业务信息的及时传递,为公司商品计划和精准营销提供数据支持,增加门店的销售收入,提高盈利能力

本项目通过门店信息化升级改造、建设供应商一体化信息平台 and TM 系统升级来提升公司整体信息化水平，加强产业链各部分之间的联系，强化公司各部门一体化协同作战的能力。项目建成后将打通公司上下、内外的信息流、资金流、物流、工作流的传递，形成覆盖公司各领域并被有机整合的信息资源库，使公司能够全面及时了解公司的运营状况和市场趋势，为公司制定商品计划及精准营销提供数据支撑，增加客户粘性，也将吸引新客户进店消费，增加门店收入，提高盈利能力。

(3) 项目建设有利于提升公司品牌形象和影响力，提高市场竞争力

渠道是品牌推广最有效的手段之一，门店作为渠道销售的终端，承担着流量入口、产品销售、信息收集以及客户服务等重要职能，对公司品牌的建立和推广意义重大。随着市场竞争的愈加激烈，各大服装零售企业也愈加重视与客户的互动，不断通过门店的信息化建设提升服务水平，以提高客户满意度。本项目的实施将对公司门店进行信息化、智能化、数字化升级改造，将为客户提供更加人性化、便捷化、科技化的购物体验，有利于增强品牌的影响力并提高客户对品牌的认可度，提高市场竞争力。

4、项目实施的可行性

(1) 项目建设符合我国信息化发展战略的政策导向

2016 年 9 月 20 日，工信部编制并发布了《纺织工业发展规划（2016—2020 年）》，规划提出推动信息化技术在纺织生产、研发、管理、仓储、物流等环节广泛运用。企业要充分利用大数据、互联网+、3D 模拟等先进技术，加强 RFID 设备应用，建立包含测体、设计、试衣、加工的自动化生产流程及检验、储运、信息追溯、门店管理等在内的信息化集成管理体系。

本项目的建设将有效改善公司的产业链信息系统，促进公司转型升级，符合国家产业政策的导向。

(2) 现代信息技术的发展和供应链的创新为项目建设提供技术保障

经过多年的发展，计算机和通信技术已逐步渗透到社会的各个角落，成为人民日常生活的一部分。近年来，以大数据、人工智能、云计算为代表的新一代信息技术逐渐成熟，信息技术的应用领域进一步拓宽，广泛应用于金融、教

育、交通、医疗等领域，并取得了良好的效果。随着信息技术的愈发成熟，信息化理念逐渐深入到各行各业，各大企业纷纷通过信息化的建设来提升管理效率，降低经营成本。

同时，得益于互联网、物联网等信息技术的高速发展，供应链管理方兴未艾，创新步伐不断加快，传统供应链加速向具有高度智能化、可视化和服务化的智慧供应链转变。新型供应链可以有效整合产业链上设计、生产、仓储、物流、销售等环节的资源，做到各环节高效高质协同运转，提升整个价值链的效率。信息技术的发展为公司该项目的建设提供了充分的技术保障。

(3) 公司丰富的信息化建设、运用经验及人才储备能够保证该项目的顺利实施

经过多年的信息化建设运用，公司管理层在发展过程中充分认识到信息化平台对公司的经营管理所起到的巨大作用。鉴于此，公司不断加大投入，提高内部信息化水平，不断增强平台的功能，将其应用领域拓展至公司的各个业务板块和各个部门。目前，公司整体的信息化构建已经初具规模，建立了以公司 SAP 系统为核心，以会员管理系统、门店管理系统、供应商门户等为辅助的多元化信息系统。现有的系统架构为公司业务的正常开展以及效率提升提供重要支持，同时这些条件也将为公司后续信息系统的建设提供宝贵的经验。

在长期的信息化项目的建设和探索过程中，公司不但积累了丰富的信息化项目管理经验，还造就了一批经验丰富的信息化人才，形成了强有力的执行团队。以往的项目建设和运营维护工作很好地锻炼了团队项目管理能力、沟通协调能力并有效地提升了团队的专业技术水平。在后续产业链信息化升级项目建设中，团队能够凭借自身过硬的专业素质、丰富的经验储备积极参与到系统的构建、工作实施，进而为信息化系统的建设提供人才保障。

5、项目实施主体

本项目由公司全资子公司海澜之家品牌管理有限公司负责实施。

6、项目备案及环评情况

本项目的备案、环评工作正在进行中。

7、项目效益测算

本项目建设期为 2 年。本项目投入运行后不直接产生经济效益，但本项目实施后产生的间接效益将在公司的经营中体现。

（二）物流园区建设项目

1、项目概况

近年来，公司电商业务快速增长，线上销售营业收入由 2014 年的 2.72 亿元大幅增加至 2016 年的 8.54 亿元，预计未来几年仍将保持快速增长。女装爱居兔品牌从 2015 年进入快速扩张阶段，2015 年末、2016 年末及 2017 年 9 月末，爱居兔门店分别为 306 家、630 家及 921 家。预计 2017 年爱居兔品牌终端零售额将同比增长 80%左右，2020 年销售额将在 2017 年基础上翻番。

为适应公司业务快速发展、尤其是电商业务和女装业务高速成长的需要，提升公司物流仓储能力及仓库运营效率，公司本次拟建设九栋仓库，其中一栋用于电商业务，四栋用于女装爱居兔业务，四栋作为海澜之家物流园南区辅助配套仓库，用于商品的周转、暂存等，进一步提高物流效率，实现整个业务链的畅通运转。

项目建成后，预计能够进一步提升电商的物流处理能力并与公司电商业务发展相匹配，支持未来三年爱居兔业务快速增长对物流仓储的需求，同时解决退货过程中剪标、换标、临时周转等辅助性工作对仓库的需求，提升现有仓储系统的使用效率。

2、项目建设内容

本项目位于海澜服装工业城及顾山物流园区，总建筑面积 37.65 万平方米；购置货架、托盘、输送机等各类物流设备共 1,452 台（套）及信息系统设备 724 台（套）；同时建设项目范围内的管线及道路、停车场、绿化等配套工程。

本项目预计总投资 211,367.70 万元，具体投资构成如下：

单位：万元

序号	投资内容	投资金额	投资比例
一	工程费用	187,275.10	88.60%

1	建筑工程费用	103,229.80	48.84%
2	设备购置安装费用	84,045.30	39.76%
二	工程建设其它费用	14,331.30	6.78%
三	预备费	9,761.20	4.62%
四	项目总投资	211,367.70	100.00%

3、项目实施的必要性

(1) 配合公司全渠道发展规划，加快电商业务发展的需要

公司快速发展线下业态的同时，进一步完善线上线下销售结合的互补机制，开拓网络销售新渠道，培育新的业务增长点。公司成立了江阴海澜之家电子商务有限公司，围绕“平台”和“产品”开展工作，实现多网络销售平台的布局。2016年以来海澜之家电商开始聚焦个性化需求，布局更加便捷化、碎片化、个性化、智能化的移动端，将品牌优势与互联网思维相结合，通过多维度数据的分析，向消费者推送更为精准的产品选择。公司在电商业务上持续加大投入，未来几年公司电商业务将处于快速增长期。

电商订单的批次多、单个订单商品数量少、发货速度要求高的特点与公司线下门店的配送要求具有显著区别，对仓库及物流的要求差异较大。在电商业务发展初期，主要采用各仓库配合电商发货的方式处理，目前的仓储系统已无法满足公司电商业务快速增长的需求，公司此次物流园区建设项目中将包含一栋电商专用仓库以满足公司电商业务快速发展的需要。本次拟建设电商仓库 12.64 万平米，预计能够支撑 50 亿元左右的电商销售规模。

(2) 爱居兔收入快速增长，需要新建仓库满足其未来业务发展需求

公司当前有四栋仓库主要用于爱居兔品牌服装仓储物流，该四栋仓库按照规划标准，能够支撑爱居兔品牌 20 亿元左右的终端市场零售额。随着爱居兔品牌零售额的快速增长，爱居兔的四栋仓库从 2017 年开始已经逐步进入满负荷运转的状态。根据公司的规划，预计到 2020 年，爱居兔销售额将在 2017 年基础上翻番，为与爱居兔未来三年业务发展需要相匹配，本次拟新建四栋仓库，面积为 15.34 万平方米。

(3) 满足仓储辅助配套功能需求，提升仓库整体运营效率

公司的仓储日常管理中，因集中退货、收货、产品待检等原因会出现对周转场地和临时性存储的需求，如换季时上季商品集中在一段时间从门店退回公司，未能及时入库的商品需要临时存储。随着海澜之家物流园南区的整体投入使用，公司对周转场地和临时性存储的需求增加。本次拟新建四栋用于周转及临时性存储的仓库，建成后能够缓解公司对辅助仓库的需求。本次拟新建四栋仓库，面积为 9.67 万平方米。

4、项目实施的可行性

(1) 公司具有仓储物流管理经验和相应的人才储备

公司在江阴建设了大型储运中心作为全国物流中心，数量庞大的商品从供应商运往该中心，再配送至零售门店。公司 2013 年启用了智能高架立体仓库项目，世界著名的物流设备集成商德玛泰克协助公司规划该中心，公司引入了 SAP-WMS 物流管理系统对仓储物流进行管理，贯穿包括入库、库存、分拣、配送直至退货整个物流过程，减少人工存储和拣选的成本并降低出错率。在过往的发展过程中，公司在现有仓储物流条件下完成了对下属门店的服装物流仓储配送工作，积累了较为丰富的仓储物流管理经验，同时在物流供应链领域完成了相应的人才储备。本项目系新建仓库，扩大公司的仓储物流能力。因此，原有的仓储物流管理经验和人才储备能够保证该项目的顺利推进。

(2) 公司的前期规划为项目奠定了良好的实施基础

在项目筹划阶段，公司已经对本次物流园区建设项目进行了全面调研，对仓储营运设施、自动化配套设备、信息化系统和营运平台及供应链系统接入进行了规划，完成了实施地点的选址工作，公司的前期准备工作为项目的实施奠定了坚实的基础。

5、项目实施主体

本项目由公司全资子公司海澜之家品牌管理有限公司负责实施。

6、项目备案及环评情况

本项目的备案、环评工作正在进行中。

7、项目效益测算

本项目建设期为 3 年。本项目投入运行后不直接产生经济效益，但本项目实施后产生的间接效益将在公司的经营中体现。

（三）爱居兔研发办公大楼建设项目

1、项目基本概况

为适应爱居兔快速增长的业务需求，增强爱居兔的研发设计能力，打造爱居兔国内领先的都市时尚休闲女装品牌地位，本项目拟建设爱居兔研发办公大楼，作为爱居兔及部分新品牌的研发办公业务基地，完成产品的研发设计，并支撑爱居兔公司的日常运营。本项目建成后，主要实现设计、展示、培训、办公及其他配套功能。本项目在公司现有时装设计研发能力的基础上，通过进一步引入高端设计人才、添置高端设备和改善办公环境，打造全国领先的研发设计中心。同时本项目的建设将通过为高端人才提供一流的工作环境，提升对全国乃至世界优秀研发人才的吸引力，增强公司的人才储备，提高公司的整体设计水平。

2、项目建设内容

本项目位于江阴市海澜之家服装工业城内，具体位于新华公路以北，服装工业城北区综合大楼以东，爱居兔研发办公大楼总建筑面积 114,598 平方米，其中地上建筑面积 86,944 平方米（含避难层建筑面积 5,434 平方米），地下建筑面积 27,654 平方米，拟配置专业打样设备 269 台（套），摄影设备 90 台（套），同时，建设区域内的道路、绿化等配套工程及供配电、给排水等公用工程。

本项目预计总投资 46,952.30 万元，具体投资构成如下：

单位：万元

序号	投资内容	投资金额	投资比例
一	工程费用	41,875.90	89.19%
1	建筑工程费用	39,763.40	84.69%
2	设备购置安装费用	2,112.50	4.50%
二	工程建设其它费用	2,905.30	6.19%
三	预备费	2,171.10	4.62%
四	项目总投资	46,952.30	100.00%

3、项目实施的必要性

（1）项目建设是爱居兔业务规模快速扩大的需要

女装具有新颖性要求高、时效性强、周期短、变化快等特点，为适应快速变化的市场流行趋势，满足女性消费者不断变化的消费偏好，女装品牌企业多数采取自主开发的方式，注重提升产品研发设计能力和应变市场的能力。爱居兔作为公司旗下的女装品牌，近些年发展势头良好，2016 年营业收入达到 5.10 亿元，同比增长 67.17%，2017 年 1-9 月营业收入同比增长 76.96%，预计未来几年爱居兔仍处于快速增长阶段。业务规模的扩大对产品设计能力提出了更高的要求，公司需要通过本项目的建设，扩充研发设计团队，增强研发设计实力，满足公司业务快速扩张的需要。

（2）项目建设是打造新品牌的现实需求

对于大型的服装企业集团，通过打造多品牌对细分市场进行覆盖，形成立体的品牌结构已经成为行业内的共识。按照公司的经营规划，公司未来将进一步挖掘现有品牌运营的能力和經驗，延伸产品线与品牌线，扩充童装品牌、轻奢品牌等。新服装品牌上线时，销量虽然较少，但是 SKU 数量需要达到基本的门槛，之后产品销量与 SKU 呈现阶梯式的匹配关系，因此，在新品牌上线前，需要提前配备大量的研发设计人员。根据公司的规划，未来将有多个细分市场的新品牌上线，公司需要相应的增强研发力量。

（3）项目建设有利于汇集专业研发设计人才，提升公司研发设计能力

高素质的研发设计团队是提升公司研发设计能力的保障，是提高公司品牌竞争力的必要条件。面对来自国内外品牌女装的竞争，以及消费者进一步提高的服装个性化需求，公司必须建设一支专业化的研发设计团队，以根据市场、技术和消费者需求等因素的不断变化进行研发和创新，确保公司的设计优势。通过建设爱居兔研发办公大楼，有利于改善研发人员的工作环境，提升公司对研发人员的吸引力。通过对国内高素质设计师和制版师等设计人才的引进，将有效提高公司设计人员整体专业素质，增强公司研发设计实力，提升爱居兔的竞争能力。

4、项目实施的可行性

（1）加强研发能力符合国家宏观政策与行业发展趋势

《国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》中提出的五项基本要求之一是“坚持把科技进步和创新作为加快转变经济发展方式的重要支撑”。在“改造

提升制造业”中提出“鼓励企业增强新产品开发能力，提高产品技术含量和附加值，加快产品升级换代”。国家政策鼓励企业建立设计研发中心，提高产品附加值和内涵，增加智力劳动的价值，变“中国制造”为“中国创造”。近年来，随着传统服装行业的转型升级，国内众多品牌服装企业在成立设计研发中心、招募优秀设计人才、加强产学研合作、引进先进研发设备和软件等方面不断加大投入，并已成为服装行业重要的发展趋势与竞争基础。

本项目旨在通过研发办公大楼的建设，引入高素质的研发设计人员，进一步提高公司的自主创新能力，提升品牌竞争力，提高产品附加值，符合国家政策导向，符合行业发展的趋势。

（2）公司所在地区拥有丰富的研发人才储备

公司总部所在的长三角地区是中国服装行业最大的产业集群之一，诞生了众多知名的服装企业，培养了一大批服装研发设计人才。此外，长三角地区开设服装设计专业的高等院校众多，可以为公司源源不断的输送研发人才。公司是目前国内收入规模最大的服装企业之一，门店遍布全国，市场知名度较高，能够为研发设计人才提供充分发挥才能的平台，对研发设计人才具有较强的吸引力。

5、项目实施主体

本项目由公司全资子公司海澜之家品牌管理有限公司负责实施。

6、项目备案及环评情况

公司已就该项目进行了固定资产投资项目备案，并取得江阴市发改委出具的江阴发改备[2017]318号项目备案证。项目的环评正在进行中。

7、项目效益测算

本项目建设期为2年。本项目投入运行后不直接产生经济效益，但本项目实施后产生的间接效益将在公司的经营中体现。

三、本次公开发行可转债对公司的影响分析

（一）本次发行对公司经营管理的影响

本次公开发行可转换公司债券（简称“可转债”）后，公司的主营业务没有发生变化，公司的业务收入结构也不会发生重大变化。本次募投项目实施后，能

够提高产业链的整体信息化、智能化水平，提升公司的销售能力及市场竞争力；能够提升公司的仓储物流服务能力及运营效率，为公司未来的业务发展提供支撑；能够提升公司的研发、设计能力，提高产品研发的精准度，提升产品的畅销度。综上，本次募投项目能够不断提高公司核心竞争力和盈利能力，符合公司长期发展需求及全体股东的利益。

（二）本次可转债发行对公司财务状况的影响

本次可转债的发行将进一步扩大公司的资产规模，随着可转债逐渐实现转股，公司净资产规模得以增加，资本实力得以提升；公司的财务结构将进一步优化，抵御财务风险的能力得以增强。募集资金到位后，募投项目产生的经营效益需要一定时间才能体现，因此短期内可能会导致净资产收益率等财务指标出现一定幅度的下降，但随着本次募投项目效益的实现，公司未来的长期盈利能力将得到有效增强，经营业绩预计会有一定程度的提升。

四、结论

综上，经过审慎分析论证，公司董事会认为本次募集资金投资项目符合国家相关产业政策和法律法规以及公司战略发展的需要，具有良好的市场前景和经济效益。本次发行可转债完成后，公司的资本结构将得到优化，资金实力和抗风险能力将进一步提升。随着募投项目的实施，信息化管理水平、物流仓储服务能力及研发设计能力将得到提升，公司的核心竞争力得以有效巩固，从长远来看有助于提高公司的创收能力及持续盈利能力，为公司的可持续发展奠定坚实基础，符合公司及全体股东的利益。

海澜之家股份有限公司董事会

2017年11月9日