

证券代码：603557

证券简称：起步股份

起步股份有限公司  
关于公开发行 A 股可转换公司债券募集  
资金运用的可行性分析报告



二〇一九年七月

## 一、本次募集资金使用计划

本次公开发行可转换公司债券拟募集资金不超过 52,000.00 万元(含 52,000.00 万元)，募集资金扣除发行费用后拟用于以下项目：

单位：万元

| 序号 | 项目名称          | 项目投资额     | 募集资金拟投入额  |
|----|---------------|-----------|-----------|
| 1  | 智慧信息化系统升级改造项目 | 20,674.13 | 17,000.00 |
| 2  | 婴童用品销售网络建设项目  | 35,072.09 | 20,000.00 |
| 3  | 补充流动资金        | 15,000.00 | 15,000.00 |
| 合计 |               | 70,746.22 | 52,000.00 |

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自筹资金先行投入，募集资金到位后予以置换。若本次募集资金净额少于募投项目实际资金需求量，不足部分将由公司自筹资金解决。

## 二、本次募集资金投资项目的的基本情况

### （一）智慧信息化系统升级改造项目

#### 1、项目基本情况

本项目投资总额为人民币 20,674.13 万元，拟使用募集资金 17,000.00 万元。

本项目将根据公司业务发展的需要，打造公司智慧设计、智慧制造、智慧供应链、智慧零售、智慧管理综合智慧信息管理平台。通过信息化升级完善供应商、公司及客户整体上下游链条集中统一的信息化管理，实现采购、物流、销售之间的快速反应，全面提升公司对主营业务数据的集成、处理及分析能力，并提供基于系统大数据分析结果的智能化决策。

#### 2、项目的必要性分析

##### （1）提升产品设计能力，增强品牌影响力

随着儿童消费群体对时尚型、个性化的需求日益强烈，儿童服饰市场竞争已

经从传统的价格转变为设计创新能力及对市场响应速度的竞争。智能及信息化技术可实现对设计研发环节的柔性化改造，对群体消费习惯与服装流行趋势进行预测与分析，把握市场方向，提前进行公司产品的创新与设计并生产，以及时满足市场的需求。

本项目中的智慧设计系统的建设，一方面，通过与市场消费终端数据的高效连接，集成应用并反馈于设计，使企业产品设计扁平化；另一方面，通过大数据挖掘，快速获取、处理、分析市场数据、产业链数据和其他外部数据，对产品设计的款式、面料、功能性等需求提供全程的数据支持，从而完善公司产品定位模型，促进公司服饰产品设计的个性化及柔性化，增强公司的品牌影响力。

### （2）优化产品生产流程，提升公司生产效率

随着儿童消费群体对鞋服产品的安全性、舒适性要求逐步提高，公司需要不断加强生产制造环节的监督与把控，优化生产过程，以订单驱动整个生产链的运转，实时跟踪，有效监控，才能避免产品过度设计及过度生产而产生的资源浪费。

通过本项目中智慧制造系统的建设，一方面，面向儿童服饰产品生产进行物质资源、资金资源和信息资源集成一体化管理的企业信息管理系统，实现集成一体化的生产计划管理；另一方面，公司可以根据各生产环节收集到的数据，及时发现问题，进行针对性解决，实现质量追溯，对整个生产过程进行优化管理，提升良品率。

### （3）增强产业链协同，加大上下游把控能力

儿童服饰行业产业链条较长，把信息化战略扩展到其上游的供应商及其下游的营销网络终端，从原料采购、生产加工、成品入库、批发销售、物流配送等环节通过系统进行管理，有效地匹配上游供应商和下游销售渠道是行业企业的核心竞争力之一。

通过本项目中智能供应链系统的建设，公司能够实现供应链信息共享、对市场需求快速反应、降低成本、按需采购、生产、减少库存，实现供应链的优化，

并在总部信息系统指导下进行线上及线下门店间货品之间的快速调配，以加速货物周转，降低库存风险，从而实现公司产品供应链管理的科学有效性。

#### （4）提升公司服务水平，优化公司销售体系

公司目前零售终端数量已经突破 2,300 余家，随着公司业务量的增加，准确及时地掌握公司日常运营中的即时信息变得愈加困难。未来服装行业的发展是线下与线上的融合，渠道零售端的融合将倒逼行业销售模式进行互联网改造，低库存、小批量、多样式的订单需求促使服装制造供应链向柔性生产销售发展。

通过智慧零售系统的建设，建立以智能制造和“互联网+”为核心的智慧零售创新体系，一方面，有利于收集大数据样本，以快速响应客户需求，为客户进行精准推送；另一方面，可以充分发挥公司产业链协同效应，缩短产品设计、供给周期和新品上市时间，提升运营效率，进一步优化产品结构和库存，从而提升公司整体运营效率，增强公司的核心竞争实力。

#### （5）提升经营管理水平，增强综合竞争力

公司首发并上市后，随着业务规模迅速扩张，产品数据、业务数据、公司经营数据也大幅度增加，需要管理者从全局出发去做出决策，从战略层面对信息管理系统提出了更高的要求。

本次项目中的智慧管理系统，建成后具备强大的数据分析和处理能力，可对企业各类数据进行收集、分析、处理，通过将企业的现有业务转换为数据的过程，发掘业务的数据逻辑关系，让管理层更全面、更清晰、更直观的了解企业的各类信息数据，帮助企业管理者在市场、客户、产品、战略等各方面获取科学系统的分析数据，从而帮助企业管理者做出最优决策，提升公司的经营管理水平，增强公司的综合竞争力。

### 3、项目的可行性分析

#### （1）符合国家相关产业政策发展导向

近年来，我国政府有关部门研究制定了一系列有利于企业实施信息化战略的

政策和宏观调控措施，对服饰企业的信息化建设进行有效引导。例如，《中国制造 2025》、《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》、《国务院关于深化制造业与互联网融合发展的指导意见》、《“十三五”国家信息化规划》、《中国服装制造 2020 推进计划》等相关产业政策均明确推动企业的信息化建设，为公司的智慧信息化系统升级改造项目建设创造了合理有序的市场环境。

本项目的建设将有效改善公司整体信息化管理水平，促进公司转型升级，符合国家产业政策的导向。

### （2）信息技术产业发展日益成熟为项目建设提供有力条件

近年来，以云计算、移动互联网、大数据分析技术为特征的新兴技术的出现，特别是基于互联网的信息技术服务业的发展，为我国儿童服饰产业更大范围、更高效能、更多手段地整合产业创新资源，扩大产业价值增长空间创造了有利条件。

同时，得益于企业业务环节信息化应用技术基本完善，产业个性化定制技术逐渐成熟，电子商务技术促进实体商业与网络的融合，信息技术已经基本覆盖产业研发、设计、生产、物流、营销等各个环节。互联网技术的创新，更是支撑起服装企业信息化应用突破企业边界、形成与社会资源相结合的发展趋势。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

公司目前的信息体系以协同办公系统（OA）、财务金蝶系统、人力资源管理系统（HR）、商务智能系统（BI）、供应链管理系统（SCM）、车间制造执行系统（MES）、门店 POS 系统、客户关系管理系统（CRM）等系统为基础，涵盖了生产管理、库存管理、物流管理、订单管理、零售管理、客户管理、财务管理、人力资源管理、行政后勤管理、办公自动化管理等环节，还自主开发了网上销售平台、报表系统等。

公司的信息系统随着公司业务需求的发展壮大而不断地完善。通过上述信

息系统的运用，公司已经实现了部分业务无纸化办公及多项信息数据的共享，有效地提升了信息流转的速度，提高了财务管理、行政管理、人力资源管理、以及业务流程管理的规范程度和效率，为本次信息化建设项目的实施，积累了一定的经验基础。

#### **4、项目投资概算**

本项目总投资估算为人民币 20,674.13 万元，拟使用募集资金 17,000.00 万元。本项目投资内容包括工程费用、工程建设其他费用和预备费组成，其中工程费用估算范围包括项目的机房建设费、硬件设备购置费以及软件购置费等内容。

#### **5、项目建设期**

项目建设期为 3 年。

### **（二）婴童用品销售网络建设项目**

#### **1、项目概况**

本项目总投资额为 35,072.09 万元，拟使用募集资金 20,000.00 万元。

根据公司业务发展战略，依托公司在童装、童鞋产品领域积累的市场优势，通过本项目的实施，公司将在优势区域构建基于婴童用品专卖店、旗舰店及生活馆的营销网络，实现对国内重点市场婴童用品的深度覆盖，延伸公司销售目标群体至婴童服饰及用品消费者，最终实现上市公司目标客户群体向 0-3 岁婴童领域的战略扩张。

#### **2、项目的必要性分析**

##### **（1）提升公司经济效益，增加新的利润增长点**

我国婴童用品市场增长迅速，根据艾瑞咨询研究数据显示，在“二胎政策”的人口红利,以及 80 后、90 后新生代父母对婴童商品消费意愿加强等因素的驱动下，2018 年我国婴童商品市场的交易规模达到 2.5 万亿元，按近年复合的增长率水平保守估计，我国婴童商品市场将在 2023 年达到 3.8 万亿元

规模，到 2024 年市场交易规模将突破 4 万亿元。

通过本次募投项目投资，公司将大力推动婴童服饰及用品在国内市场的布局与推广，公司目标客户将延伸至 0-3 岁的婴童群体。公司将充分把握婴童服饰及用品市场快速发展的巨大商机，在核心城市构建以旗舰店、生活馆及专卖店为主的差异化营销网络，为客户提供更好的服务和购物体验，为公司的整体经营增加新的利润增长点，提升公司的经济效益。

## （2）丰富公司产品结构，完善公司产业链布局

公司成立一直以来专注于儿童服饰的研发、设计、生产、销售，经营区域覆盖全国主要省市和地区，在国内儿童服装服饰市场中具有较强的竞争优势，但公司目前主要目标群体为 3 岁以上儿童，3 岁及以下年龄段的婴童服饰及产品业务极少。

通过本次募投项目的实施，公司将全面进入婴童领域，将公司产品范围扩大到全年龄段的婴幼儿童服饰用品，延伸婴童服饰产业链。同时，婴童用品未来竞争将是品牌影响力的竞争，通过本次婴童用品销售网络的建设构建婴童产品多样化的销售渠道，扩展丰富公司产品结构，提高公司的市场占有率及品牌影响力，完善公司的产业链布局。

## （3）扩大潜在目标客户群体，促进公司现有主营业务的不断增长

婴童用品市场空间巨大，且客户群体对产品质量和时尚个性化要求、品牌忠诚度等逐步增加，价格敏感性逐步降低。公司现有主营业务的重心是 3-14 岁儿童鞋服，所有 3 岁以下的婴童及其父母，都是公司未来的潜在客户群体。延伸对目标客户的服务周期，增加客户对品牌的粘性有利于公司各年龄段产品相互促进，协同增长。

通过本次项目的建设，一方面，公司可以通过营销引导 3 岁以下婴童父母在未来购买 ABC KIDS 的鞋服产品，成为公司现有经营业务的客户；另一方面，通过营销网点的数据收集，掌握 3 岁以下婴童父母的用户特征、消费习惯、消费趋

势等重要数据资料，根据数据分析，对这一批父母的消费观、审美观等重要因素做出提前预测，对公司的儿童鞋服业务做出提前规划，从而促进公司现有主营业务的不断增长。

#### （4）实现公司长期发展战略目标的需要

目前，公司童鞋与童装业务协同发展，丰富的产品线可满足 3-13 岁消费者对品牌儿童服饰一站式购物体验、全品类购物需求。作为公司的长期可持续发展战略，公司将在未来进行多年龄段多品牌分层次运营战略，全方位提高公司的市场竞争力，为我国全年龄段儿童提供服饰全面的采购服务。

本次募投项目的建设，是公司实现长期发展战略目标的必经之路，是公司儿童服饰业务发展成熟后的自然延伸，有助于公司进行多品牌运营方面的经验积累，与现有主营业务相互借鉴、取长补短，提升市场竞争综合能力，为公司实现长期发展战略目标奠定基础。

### 3、项目的可行性分析

#### （1）符合国家相关的产业政策导向

国务院发布的《中国儿童发展纲要（2011-2020 年）》明确提出“保障儿童用品安全，完善婴幼儿用品的国家标准、检测标准和质量认证体系，强化生产经营企业的质量意识”；《纺织工业“十二五”发展规划》对我国纺织工业提出“加强营销创新”的要求，要求“推进规模化、品牌化、网络化经营”，“加强销售网络建设，科学设计规划销售渠道，大力发展品牌连锁店、专卖店、专业店、电子商务等符合现代流通发展趋势的新型终端模式，建立多层次的品牌销售渠道”。

本项目以建设公司自有及代理品牌的婴童用品销售网络为核心，将进一步拓展并延伸公司在儿童服饰营销网络上的竞争优势，全方位提供优质婴童服饰用品及服务，进一步提升品牌的号召力和竞争力，符合国家的产业政策导向。

#### （2）我国婴童商品发展前景为项目的实施创造了有利的市场条件

2015 年 10 月，十八届五中全会决定全面放开二胎政策，政策的出台所激发

的二孩婴儿潮将改变中国人口的年龄结构。同时，随着 80 后、90 后人群逐渐步入婚育阶段，在二胎政策的刺激下，有利于促进新一轮人口红利的形成和中国潜在经济增速。目前国内婴童市场处于快速发展阶段，但是相对分散，集中度较低，随着 80 后、90 后群体逐渐成为婴童服饰及用品的消费主力，优质品牌的婴童产品将受到市场追捧，市场集中度将趋于集中。

借助全面二孩政策，婴幼儿人口的快速增长，必将带来巨大的婴童用品需求市场，婴童服装和用品的消费需求将会得到快速提升；同时，随着居民消费对品质要求的逐渐提升，在产品的质量与功能有保障的情况下，消费者更注重品牌体验，优质婴童服装用品的市场巨大。婴童服装用品市场的蓬勃发展以及居民消费结构升级为本项目的实施提供了广阔的市场空间。

### （3）公司积累了丰富的终端建设和运营管理经验

公司经营的 ABC KIDS 品牌，在全国已经有超过 2,300 家门店，形成了庞大的营销网络。在主营业务经营规模的发展扩张过程中，公司积累了丰富的门店拓展经验，形成了一套较为完善的门店拓展流程和制度，包括市场调研、选址考察、门店装修等内容。同时，在门店管理方面，已建立了一套完善、成熟的门店管理制度，如人员培训、货品管理、商品陈列、财务结算等，确保公司终端管理的规范化、统一化。

同时，公司现有儿童服饰业务积累了大量优质的线下销售终端渠道，作为公司的核心竞争力，具有进一步引导和挖掘的空间。公司还拥有一支在儿童服饰行业经验丰富、对潮流时尚嗅觉敏锐的营销管理团队，对时尚品牌和潮流趋势的把握具有高度的敏感性和专业性，对公司在婴童用品领域的业务拓展具有积极作用。

公司成熟丰富的门店拓展和运营管理经验为本项目的顺利实施提供了有力保证，为公司在婴童服装用品领域构建营销网络奠定了良好的基础。

## 4、项目投资概算及效益

本项目总投资额为 35,072.09 万元，拟使用募集资金 20,000.00 万元。本项目投资的主要内容包括自购门店费用，新开门店场地装修及设备费用、店铺租赁费用以及铺底流动资金等。

项目建成后，项目预计税前内部收益率为 22.82%，动态投资回收期为 6.74 年（含建设期）。

## **5、项目建设期**

项目建设期为 3 年。

### **（三）补充流动资金**

#### **1、项目概况**

公司拟使用本次募集资金 15,000.00 万元用于补充流动资金，促进业务可持续发展和公司长期战略的实施。

#### **2、项目必要性及可行性分析**

自 2017 年公司完成首次公开发行并上市，主营业务进入快速扩张阶段。随着主营业务的快速发展，公司对营运资金的需求也随之扩大。公司通过本次公开发行可转换债券募集资金补充相应流动资金，可以有效缓解公司当前主营业务快速发展所面临的流动资金压力，更好的满足公司业务迅速发展所带来的资金需求，为公司未来经营发展提供充足的资金支持，将有利于公司扩大业务规模，优化财务结构，从而进一步提升公司的综合竞争力，为公司健康稳定的可持续发展夯实基础。

本次募集资金补充流动资金的规模综合考虑了公司现有的资金情况、实际营运资金需求缺口以及公司未来战略发展，整体规模适当。

## **三、本次发行可转债对公司经营管理和财务状况的影响**

### **（一）对公司经营管理的影响**

本次可转债发行完成后，随着募投项目的实施，公司信息化管理水平以及运营效率将得到提高，有利于提升公司的品牌形象和市场竞争力。同时，随着公司完成婴童用品销售网络渠道的布局，公司在品牌、销售渠道和目标客户群体等方面的协同效应将进一步得到加强，从而全面提升公司价值。

## **（二）对财务状况的影响**

本次可转债发行将进一步扩大公司的资产和业务规模。本次可转债发行完成募集资金到位后，公司的总资产和总负债规模均有所增长。随着未来可转换公司债券持有人陆续完成转股，公司的资产负债率将逐步降低。本次发行是公司保持可持续发展、巩固行业领先地位的重要战略措施，通过募投项目的顺利实施，募集资金将得到有效使用，为公司和投资者带来较好的投资回报，促进公司健康发展。

## **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。随着募投项目的实施，将进一步扩大公司业务规模，优化公司资本结构，增强公司竞争力，有利于公司可持续发展，符合全体股东的利益。因此，本次募集资金投资项目是必要可行的。

起步股份有限公司董事会

二〇一九年七月三十一日