

股票简称：比音勒芬

股票代码：002832



比音勒芬服饰股份有限公司

BIEM L.FDLKK GARMENT CO., LTD.

(广州市番禺区南村镇兴业大道东 608 号)

公开发行可转换公司债券募集说明书摘要

保荐机构（主承销商）



(中国（上海）自由贸易试验区商城路 618 号)

二〇二〇年六月

声 明

本募集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。投资者在做出认购决定之前，应仔细阅读募集说明书全文，并以其作为投资决定的依据。募集说明书全文同时刊载于深圳证券交易所网站。

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺募集说明书及其摘要不存在任何虚假、误导性陈述或重大遗漏，并保证所披露信息的真实、准确、完整。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人（会计主管人员）保证募集说明书及其摘要中财务会计报告真实、完整。

证券监督管理机构及其他政府部门对本次发行所作的任何决定，均不表明其对发行人所发行证券的价值或者投资人的收益作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。

根据《证券法》的规定，证券依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

重大事项提示

投资者在评价公司本次发行的可转换公司债券时，应特别关注下列重大事项并仔细阅读本募集说明书中有关风险因素的章节。

一、关于本次可转债发行符合发行条件的说明

根据《证券法》、《上市公司证券发行管理办法》等相关法规规定，公司本次公开发行可转换公司债券符合法定的发行条件。

二、关于本次发行的可转换公司债券的信用评级

本次可转换公司债券经中证鹏元资信评估股份有限公司评级，根据中证鹏元出具的《比音勒芬服饰股份有限公司 2020 年公开发行可转换公司债券信用评级报告》（中鹏信评【2020】第 Z【322】号），比音勒芬主体长期信用等级为 AA，本次可转换公司债券信用等级为 AA，评级展望为稳定。

在本次评级的信用等级有效期内（自评级报告出具之日起至本次债券本息的到期兑付日止），中证鹏元将每年至少进行一次跟踪评级。如果由于外部经营环境、本公司自身情况或评级标准变化等因素，导致本可转债的信用评级降低，将会增大投资者的投资风险，对投资者的利益产生一定影响。

三、公司的股利分配政策和决策程序

公司重视对投资者的合理回报。为建立对投资者持续、稳定的回报规划与机制，保证公司利润分配政策的连续性和稳定性，《公司章程》对股利分配政策的相关规定如下：

“（一）利润分配的原则

公司应当重视对投资者特别是中小投资者的合理投资回报，在满足正常生产经营所需资金的前提下，制定股东回报规划，实行持续、稳定的利润分配政策。公司利润分配制度应符合法律、法规的相关规定，不得超过累计可供分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

（二）利润分配形式

公司可以采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式向投资者分配股利。在保证公司正常经营的前提下，优先采用现金分红的利润分配方式。在具备现金分红的条件下，公司应当采用现金分红方式进行利润分配。采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等因素。

（三）利润分配条件和比例

1、现金分配的条件和比例：在公司当年盈利、累计未分配利润为正数且保证公司能够持续经营和长期发展的前提下，如公司无重大投资计划或重大现金支出安排，公司应当采取现金方式分配股利，且公司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%。具体每个年度的分红比例由董事会根据公司经营情况和有关规定拟定，提交股东大会审议决定。

重大投资计划、重大现金支出是指公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出超过公司最近一期经审计净资产的百分之三十，募集资金投资项目除外。

2、股票股利分配的条件：在确保最低现金分红比例的前提下，公司在经营状况良好，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，可以在确保最低现金分红比例的前提下，提出股票股利分配预案。

（四）差异化的现金分红政策

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，并按照章程规定的程序，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。

（五）利润分配的期间间隔

在满足利润分配的条件下，公司每年度进行一次利润分配，公司可以根据盈利情况和资金需求状况进行中期分红，具体形式和分配比例由董事会根据公司经营情况和有关规定拟定，提交股东大会审议决定。

（六）利润分配方案的决策程序如下：

1、公司董事会在利润分配方案论证过程中，需与独立董事、监事充分讨论，根据公司的盈利情况、资金需求和股东回报规划并结合公司章程的有关规定，在考虑对全体股东持续、稳定、科学的回报基础上提出、拟定公司的利润分配预案。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。

公司董事会审议通过利润分配预案后，利润分配事项方能提交股东大会审议。董事会审议利润分配预案需经全体董事过半数同意，独立董事应当对利润分配具体方案发表独立意见。

2、监事会应当对董事会拟定的利润分配具体方案进行审议，并经监事会全体监事过半数表决通过。监事会同时应对董事会和管理层执行公司分红政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督。

3、股东大会对现金分红具体方案进行审议前，应当通过多种渠道（电话、传真、电子邮件、投资者关系互动平台），充分听取中小股东的意见和诉求，并即时答复中小股东关心的问题。董事会、独立董事和符合一定条件的股东可以向公司股东征集其在股东大会上的投票权。

4、公司利润分配政策的制订提交股东大会审议时，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过。公司股东大会审议利润分配政策事项时，应当安排通过网络投票系统等方式为中小股东参加股东大会提供便利。

5、在当年满足现金分红条件情况下，董事会未提出以现金方式进行利润分

配预案的，应在定期报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见。同时在召开股东大会时，公司应当提供股东大会网络投票方式以方便中小股东参与股东大会表决。

（七）利润分配政策的调整条件和程序

公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要调整利润分配政策的，调整利润分配政策的提案中应详细论证并说明原因，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经全体董事过半数同意，独立董事应对利润分配政策的调整或变更发表独立意见。

有关调整利润分配政策的议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，该次股东大会应同时采用网络投票方式召开。

（八）公司将严格按照有关规定在年度报告中详细披露现金分红政策的制定和执行情况。年度盈利但未提出现金分红预案或分红水平较低的，在定期报告中披露未进行现金分红或现金分红水平较低的原因、未用于分红的资金留存公司的用途和使用计划。独立董事对未进行现金分红或现金分红水平较低的合理性发表独立意见。

（九）存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。”

四、本公司最近三年现金分红情况

公司最近三年以现金方式累计分配的利润共计35,147.77万元，占最近三年实现的年均可分配利润29,302.95万元的119.95%，超过30%，公司的利润分配符合中国证监会的相关规定。具体分红情况如下：

年份	现金分红金额 (万元)	合并报表下 归属于母公司净利润 (万元)	占比
2017年	10,667.00	18,022.40	59.19%
2018年	9,066.95	29,225.74	31.02%
2019年	15,413.82	40,660.70	37.91%

最近三年累计现金分红金额（万元）	35,147.77
最近三年年均可分配利润（万元）	29,302.95
最近三年累计现金分红金额占最近三年年均可分配利润的比例	119.95%

2018年5月14日，公司召开2017年度股东大会，审议通过了《关于公司2017年度利润分配及公积金转增股本方案的议案》，公司向股东分配现金股利10,667.00万元，同时以资本公积金向全体股东每10股转增7股。

2019年5月10日，公司召开2018年度股东大会，审议通过了《关于2018年度利润分配及公积金转增股本预案的议案》，向公司全体股东分配现金股利9,066.95万元，同时以资本公积金向全体股东每10股转增7股。

2020年5月13日，公司召开2019年度股东大会，审议通过了《关于2019年度利润分配及公积金转增股本预案的议案》，向公司全体股东分配现金股利15,413.82万元，同时以资本公积金向全体股东每10股转增7股。

五、本次公开发行可转换公司债券不设担保

根据《上市公司证券发行管理办法》第二十条规定：“公开发行可转换公司债券，应当提供担保，但最近一期未经审计的净资产不低于人民币十五亿元的公司除外”。截至2019年12月31日，公司经审计的归属于母公司股东的净资产为19.57亿元，符合不设担保的条件，因此本次发行的可转债未设担保。

六、公司的相关风险

本公司提请投资者仔细阅读本募集说明书“风险因素”全文，并特别注意以下风险：

（一）可转债本身相关的风险

1、可转债转股后每股收益、净资产收益率摊薄风险

投资者持有的可转换公司债券部分或全部转股后，公司总股本和净资产会有一定幅度的增加，而募集资金投资项目从建设至产生效益需要一定时间周期，因此短期内可能导致公司每股收益和加权平均净资产收益率等指标出现一定幅度的下降。另外，本次可转债设有转股价格向下修正条款，在该条款被触发时，本

公司可能申请向下修正转股价格，导致因本次可转债转股而新增的股本总额增加，从而扩大本次可转债转股对本公司原普通股股东的潜在摊薄作用。

2、可转债在转股期内不能转股的风险

尽管在本次发行的可转债存续期间，当公司股票在任意连续三十个交易日中至少有十五个交易日的收盘价低于当期转股价格的 85% 时，公司董事会会有权提出转股价格向下修正方案并提交公司股东大会审议表决。但修正后的转股价格不低于该次股东大会召开日前二十个交易日公司股票交易均价和前一个交易日公司股票交易均价，同时，修正后的转股价格不得低于最近一期经审计的每股净资产值和股票面值。如果公司股票在可转债发行后价格持续下跌，则存在公司未能及时向下修正转股价格或即使公司持续向下修正转股价格，但公司股票价格仍低于转股价格，导致本次发行的可转债转股价值发生重大不利变化，并进而可能导致出现可转债在转股期内回售或持有到期不能转股的风险。

3、评级风险

发行人聘请中证鹏元资信评估股份有限公司为本次发行的可转债进行了信用评级，比音勒芬主体信用级别为 AA，本次可转债信用级别为 AA。在本期债券存续期限内，中证鹏元将持续关注公司经营环境的变化、经营和财务状况的重大变化事项等因素，出具跟踪评级报告。如果由于公司外部经营环境、公司自身状况或评级标准变化等因素，导致本期可转债的信用级别发生不利变化，将会增大投资者的风险，对投资人的利益产生一定影响。

4、利率风险

在债券存续期内，当市场利率上升时，可转债的价值可能会相应降低，从而使投资者遭受损失。公司提醒投资者充分考虑市场利率波动可能引起的风险，以避免和减少损失。

5、本息兑付风险

在可转债的存续期限内，公司需按可转债的发行条款就可转债未转股的部分每年偿付利息及到期兑付本金，并承兑投资者可能提出的回售要求。受国家政策、法规、行业和市场等不可控因素的影响，公司的经营活动可能没有带来预期

的回报，进而使公司不能从预期的还款来源获得足够的资金，可能影响公司对可转债本息的按时足额兑付，以及对投资者回售要求的承兑能力。

6、可转债价格波动的风险

与普通的公司债券不同，可转债持有者有权利在转股期内按照事先约定的价格将可转债转换为公司股票。因可转债特有的转股权利，多数情况下可转债的发行利率比类似期限类似评级的可比公司债券的利率更低。另一方面，可转债的交易价格也受到公司股价波动的影响。公司可转债的转股价格为事先约定的价格，不随着市场股价的波动而波动，有可能公司可转债的转股价格会高于公司股票的市场价格。因此，如果公司股票的交易价格出现不利波动，同时可转债本身的利率较低，公司可转债交易价格也会随之出现波动并甚至可能低于面值。

公司提醒投资者必须充分认识到债券市场和股票市场中可能遇到的风险，以便作出正确的投资决策。

7、可转债在存续期内转股价格向下修正条款不实施及向下修正幅度存在不确定性的风险

本次发行设置了转股价格向下修正条款。在本次发行的可转换公司债券存续期间，当公司股票在任意连续三十个交易日中至少有十五个交易日的收盘价低于当期转股价格的 85% 时，公司董事会会有权提出转股价格向下修正方案并提交公司股东大会审议表决。但修正后的转股价格不低于该次股东大会召开日前二十个交易日公司股票交易均价和前一个交易日公司股票交易均价，同时，修正后的转股价格不得低于最近一期经审计的每股净资产值和股票面值。上述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方可实施。股东大会进行表决时，持有公司本次发行的可转换公司债券的股东应当回避。

公司董事会将在本次可转债触及转股价格向下修正条件时，结合当时的股票市场、公司经营情况、财务状况等因素，综合分析并决定是否提出转股价格向下修正方案，公司董事会并不必然在可转债触及转股价格向下修正条件时提出修正方案。因此，未来在触及转股价格向下修正条件时，本次可转债的投资者可能面临公司董事会不提出转股价格向下修正方案，或董事会虽提出转股价格向下调整方案但方案未能通过股东大会表决的风险。

此外，在满足转股价向下修正条件的情况下，发行人董事会有权提出转股价向下修正的幅度，股东大会有权审议决定转股价格向下修正的幅度。因此，转股价格向下修正的幅度也存在不确定性。提请投资者关注相关风险。

（二）经营模式风险

1、生产环节外包的风险

公司主要采用品牌经营模式，致力于附加值较高的业务链上游的设计、研发和业务链下游的品牌运营和销售渠道建设，而将产品生产环节外包。产品生产环节外包使得公司在提升核心竞争力的同时能够有效降低运营成本。目前国内服装产业链优势明显，可供选择的具备较高制造水平的成衣厂较多。同时，对于一些有特殊要求的产品，公司会选择境外（如韩国）的一些成衣厂来进行生产，以确保公司产品的品质。通过采取建立成衣厂甄选考察评估体系、向成衣厂派驻质量专员、入库检验、委托第三方机构进行专项检测等措施，公司一直在加强和提高产品品质，但仍可能存在成衣厂的生产工艺不能满足公司产品品质要求，或者生产安排不能满足公司交货时间而致使延迟供货，从而影响公司产品的推广和销售。

2、营销网络拓展带来的管理风险

公司产品通过直营店和加盟店进行销售。营销网络拓展是公司扩大市场份额、提高经营业绩的重要实现方式。近年来，公司业务发展情况良好，门店拓展一直保持较快的增长速度。虽然公司积累了较强的渠道拓展和管理经验、拥有了一定的优质渠道资源，建立了完善的人才培养机制，具备较强的门店复制能力，但随着本次发行募集资金的到位和投资项目的实施，公司规模将迅速扩大，营销网络也将得到进一步扩张，店铺数量的快速增长对公司的管理运营提出了更高的要求。如果公司在人才储备和人力资源管理、选择合适的新开门店地址、绩效管理等方面不能满足公司发展的需要，将对公司未来的盈利能力造成一定的影响。

3、存货规模较大的风险

截至2019年12月31日，公司存货账面价值为67,433.25万元，占资产总额的26.71%，存货规模较大。公司存货占资产总额比重较高且存货周转率偏低，与高

端品牌服装企业的经营模式相适应。虽然公司存货一直保持在正常生产经营所需合理水平，且库龄集中在2年以内，但若在未来的经营年度中因市场环境发生变化或竞争加剧导致存货积压和减值，将对公司经营造成不利影响。

4、管理能力提升不能支持持续成长的风险

随着比音勒芬业务规模的不断扩大，门店数量的不断增长，营销网络的扩大、存货规模的增加，门店管理、供应链管理、品牌管理都将面临新的挑战。如果管理水平的提升、管理体系的完善不能支持持续发展的速度，则可能引发一系列风险，进而对上市公司的品牌形象和经营业绩造成不利影响。

（三）新品牌开拓所面临的风险

2018年8月，公司在广州举行了盛大的品牌发布会，正式推出威尼斯狂欢节新品牌，开启双品牌运营模式，提前布局度假旅游服饰市场，以“功能性、时尚度、拍照效果、家庭出行（亲子、情侣）”为特点进行切入。新品牌培育时间一般需要3-5年，且前期推广费用较大，威尼斯狂欢节品牌后续发展仍然需要持续的资金投入，新品牌能否培育成功具有一定的不确定性。

（四）新冠肺炎疫情影响风险

2020年1月至今，受全国突发性新型冠状病毒肺炎疫情的影响，公司终端门店复工延迟，同时由于疫情期间各地实行较为严格的出行管制，公司单店日均客流量明显下降。虽然本次新冠肺炎疫情未对公司长期持续经营基础产生重大不利影响，但短期内对公司复工时间、客户订单及部分物流都造成了负面影响，对公司2020年一季度经营业绩产生不利影响。2020年一季度，公司营业收入、归属于上市公司股东净利润分别较上年同期下降22.34%和25.27%。如本次新冠肺炎疫情的影响短期内无法控制和消除，可能会对公司全年生产经营和财务状况造成不利影响，募投项目建设也将面临工期延长的风险。

目 录

声 明	1
重大事项提示	2
一、关于本次可转债发行符合发行条件的说明	2
二、关于本次发行的可转换公司债券的信用评级	2
三、公司的股利分配政策和决策程序	2
四、本公司最近三年现金分红情况	5
五、本次公开发行可转换公司债券不设担保	6
六、公司的相关风险	6
目 录	11
第一节 释义	12
第二节 本次发行概况	14
一、公司概况	14
二、本次发行概况	15
三、承销方式及承销期	29
四、发行费用	29
五、与本次发行有关的时间安排	30
六、本次发行证券的上市流通	30
七、本次发行的有关机构	30
第三节 主要股东情况	33
一、公司的股本结构	33
二、公司前十名股东的持股情况	33
第四节 财务会计信息	34
一、已公告财务数据	34
二、审计意见	51
三、财务报表的编制基础、合并财务报表的范围及变化情况	51
四、最近三年的财务指标	52
五、非经常性损益明细表	53
第五节 管理层讨论与分析	56
一、财务状况分析	56
二、盈利能力分析	83
三、现金流量分析	92
第六节 本次募集资金运用	94
一、本次募集资金运用计划及概况	94
二、本次募集资金投资项目的具体情况	95
三、董事会前募投项目投入情况	133
四、本次发行对公司经营管理、财务状况的影响	133
五、募集资金投资项目可行性结论	134
第七节 备查文件	135

第一节 释义

在本募集说明书摘要中，除非文中另有所指，下列词语具有如下涵义：

一、普通术语		
本公司、公司、发行人、股份公司、比音勒芬	指	比音勒芬服饰股份有限公司
比音勒芬有限	指	广东比音勒芬服饰有限公司，系本公司前身
控股股东、实际控制人	指	谢秉政、冯玲玲夫妇二人
一致行动人	指	谢秉政、冯玲玲、谢挺
广州供应链	指	广州市比音勒芬供应链管理有限公司，发行人全资子公司
比音商务	指	广州市比音勒芬商务咨询有限公司，发行人全资子公司
宁波供应链	指	宁波市比音勒芬供应链管理有限公司，发行人全资子公司
易简投资	指	广州比音勒芬易简股权投资合伙企业（有限合伙），发行人控股子公司
暨南投资	指	广州暨南投资有限公司，系公司发起人
真茹投资	指	广州真茹投资有限公司，由暨南投资名称变更而来
通盈创投	指	广东通盈创业投资有限公司，系公司发起人
世纪都商贸	指	浙江世纪都商贸有限公司，系公司实际控制人冯玲玲持股 80%的企业
新都贸易	指	红河州新都贸易有限公司，系公司实际控制人冯玲玲之亲属控制的企业
一享服装	指	广州一享服装有限公司，系公司实际控制人冯玲玲之亲属控制的企业
公司章程	指	比音勒芬服饰股份有限公司公司章程
本次发行	指	公司本次向社会公开发行可转换公司债券的行为
可转债	指	可转换公司债券
近三年、报告期	指	2017 年、2018 年和 2019 年
近三年年末、报告期各期末	指	2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日
《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》
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
保荐机构、主承销商、国泰君安	指	国泰君安证券股份有限公司
发行人律师、国枫	指	北京国枫律师事务所
申报会计师、中兴华	指	中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）

服饰	指	装饰人体的物品总称，包括：服装、鞋、帽、袜子、手套、围巾、领带、提包等
直营	指	由公司开设直营零售终端，公司负责终端门店的管理工作并承担所有的渠道费用
加盟	指	由公司与符合一定资质的企业或个人签订特许经营合同，授予其在一定时间和地点内通过开设加盟店经营公司品牌服装的权利，公司给予相应的指导和支持。加盟商负责终端门店的管理运营，承担相应的渠道费用
联营	指	公司与联营方（包括商场、机场、高尔夫球会）签署协议，由联营方提供经营场所，由联营方负责向消费者收款和开具发票，并按照销售收入的一定比例扣款后和公司结算。这种形式在行业内也被称为“店中店”，联营方允许品牌按照自己的装修、陈列风格来宣传品牌形象
成衣厂	指	将面料、辅料加工为成衣的生产企业
供应商	指	面料供应商、辅料供应商和成衣厂的统称
ODM	指	具有设计、改良以及制造能力的制造商依据客户对某项产品的需求，负责从产品的原型设计、规格制定到生产制造的一种代工模式
OEM	指	产品的原型设计、规格的指定等都由客户提供，客户委托有量产设备及能力的制造商生产或者组装产品的一种代工模式，也是目前使用最普遍的代工模式
一线城市	指	北京、上海、广州、深圳
新一线城市	指	成都、杭州、重庆、武汉、西安、苏州、天津、南京、长沙、郑州、东莞、青岛、沈阳、宁波、昆明
二线城市	指	无锡、佛山、合肥、大连、福州、厦门、哈尔滨、济南、温州、南宁、长春、泉州、石家庄、贵阳、南昌、金华、常州、南通、嘉兴、太原、徐州、惠州、珠海、中心、台州、烟台、兰州、绍兴、海口、扬州
三线城市	指	根据《第一财经》发布的《2019 城市商业魅力排行榜》中的 70 座城市
新冠肺炎	指	新型冠状病毒肺炎（Corona Virus Disease 2019，COVID-19）
元、万元	指	人民币元、人民币万元

本募集说明书摘要中部分合计数若与各数直接相加之和在尾数上有差异，均为四舍五入所致。

第二节 本次发行概况

一、公司概况

中文名称：比音勒芬服饰股份有限公司

英文名称：BIEM.L.FDLKK GARMENT CO.,LTD.

注册地址：广州市番禺区南村镇兴业大道东 608 号

办公地址：广州市番禺区南村镇兴业大道东 608 号

法定代表人：谢秉政

注册资本：524,069,710.00 元人民币

成立时间：2003 年 1 月

股票简称：比音勒芬

股票代码：002832

股票上市地：深圳证券交易所

主要经营项目：自有品牌服饰的研发设计、品牌推广、营销网络建设及供应链管理

经营范围：日用器皿及日用杂货批发;服饰制造;皮革服装制造;皮手套及皮装饰制品制造;毛皮服装加工;皮鞋制造;其他制鞋业;其他皮革制品制造;服装批发;皮箱、包(袋)制造;服装零售;日用杂品综合零售;金属日用杂品制造;机织服装制造;其他毛皮制品加工;羽毛(绒)加工;羽毛(绒)制品加工;针织或钩针编织服装制造;其他体育用品制造;体育用品及器材批发;服装辅料批发;服装辅料零售;皮革及皮革制品批发;木制、塑料、皮革日用品零售;鞋批发;体育用品及器材零售;货物进出口(专营专控商品除外);技术进出口;其他仓储业(不含原油、成品油仓储、燃气仓储、危险品仓储);物业管理;房屋租赁;企业管理服务(涉及许可经营项目的除外);家具批发;家居饰品批发;室内装饰设计服务;代收代缴水电费;箱、包批发;鞋零售;塑料鞋制造;橡胶鞋制造;纺织面料鞋制造;箱、包零售;非许可类医疗器械经

营;医疗用品及器材零售(不含药品及医疗器械);医疗卫生用塑料制品制造;日用及医用橡胶制品制造;医疗诊断、监护及治疗设备制造;医疗诊断、监护及治疗设备批发;医疗诊断、监护及治疗设备零售;卫生材料及医药用品制造;许可类医疗器械经营。

二、本次发行概况

(一) 本次发行的审批及核准情况

本次可转债发行方案于2019年9月10日经公司第三届董事会第十六次会议审议通过,于2019年9月27日经公司2019年第三次临时股东大会审议通过。2020年4月21日,公司收到中国证监会出具的《关于核准比音勒芬服饰股份有限公司公开发行可转换公司债券的批复》(证监许可〔2020〕638号),核准公司向社会公开发行面值总额68,900万元可转换公司债券,期限6年。

(二) 本次可转债基本发行条款

1、发行证券的种类

本次发行证券的种类为可转换为公司股票的可转换公司债券。该可转债及未来转换的股票将在深圳证券交易所上市。

2、发行规模

本次拟发行可转换公司债券募集资金总额为人民币68,900万元。

3、票面金额和发行价格

本次发行的可转换公司债券每张面值为人民币100元,按面值发行。

4、债券期限

本次发行的可转换公司债券的期限为自发行之日起6年,即2020年6月15日至2026年6月14日。

5、债券利率

第一年为0.4%,第二年为0.6%,第三年为1.0%,第四年为1.5%,第五年

为 1.8%，第六年为 2.0%。

6、付息的期限和方式

本次发行的可转换公司债券采用每年付息一次的付息方式，到期归还本金和最后一年利息。

(1) 年利息计算

计息年度的利息（以下简称“年利息”）指可转换公司债券持有人按持有的可转换公司债券票面总金额自可转换公司债券发行首日起每满一年可享受的当期利息。

年利息的计算公式为： $I=B \times i$

I：指年利息额；

B：指本次发行的可转换公司债券持有人在计息年度（以下简称“当年”或“每年”）付息债权登记日持有的可转换公司债券票面总金额；

i：指可转换公司债券的当年票面利率。

(2) 付息方式

1) 本次发行的可转换公司债券采用每年付息一次的付息方式，计息起始日为可转债发行首日，即 2020 年 6 月 15 日（T 日）。

2) 付息日：每年的付息日为本次发行的可转换公司债券发行首日（2020 年 6 月 15 日）起每满一年的当日。如该日为法定节假日或休息日，则顺延至下一个交易日，顺延期间不另付息。每相邻的两个付息日之间为一个计息年度。

3) 付息债权登记日：每年的付息债权登记日为每年付息日的前一交易日，公司将在每年付息日之后的五个交易日内支付当年利息。在付息债权登记日前（包括付息债权登记日）申请转换成公司股票的可转债，公司不再向其持有人支付本计息年度及以后计息年度的利息。

4) 可转换公司债券持有人所获得利息收入的应付税项由持有人承担。

7、转股期限

本次发行的可转换公司债券转股期限自发行结束之日（2020年6月19日）起满六个月后的第一个交易日起至可转换公司债券到期日止，即2020年12月21日至2026年6月14日。

8、转股价格的确定及其调整

（1）初始转股价格的确定依据

本次发行的可转换公司债券初始转股价格为14.90元/股，不低于募集说明书公告日前20个交易日公司股票交易均价（若在该20个交易日内发生过因除权、除息引起股价调整的情形，则对调整前交易日的交易均价按经过相应除权、除息调整后的价格计算）和前一交易日公司股票交易均价。

前20个交易日公司股票交易均价=前20个交易日公司股票交易总额/该20个交易日公司股票交易总量；前一交易日公司股票交易均价=前一交易日公司股票交易额/该日公司股票交易量。

（2）转股价格的调整方法及计算公式

在本次发行之后，若公司发生派送红股、转增股本、增发新股（不包括因本次发行的可转换公司债券转股而增加的股本）、配股以及派发现金股利等情况，将按下述公式进行转股价格的调整（保留小数点后两位，最后一位四舍五入）：

派送红股或转增股本： $P_1 = P_0 / (1+n)$ ；

增发新股或配股： $P_1 = (P_0 + A \times k) / (1+k)$ ；

上述两项同时进行： $P_1 = (P_0 + A \times k) / (1+n+k)$ ；

派送现金股利： $P_1 = P_0 - D$ ；

上述三项同时进行： $P_1 = (P_0 - D + A \times k) / (1+n+k)$ 。

其中： P_1 为调整后转股价， P_0 为调整前转股价， n 为送股或转增股本率， A 为增发新股价或配股价， k 为增发新股或配股率， D 为每股派送现金股利。

当公司出现上述股份和/或所有者权益变化情况时，将依次进行转股价格调整，并在深圳证券交易所网站和中国证监会指定的上市公司信息披露媒体上刊登

董事会决议公告,并于公告中载明转股价格调整日、调整办法及暂停转股期间(如需)。当转股价格调整日为本次发行的可转换公司债券持有人转股申请日或之后,转换股份登记日之前,则该持有人的转股申请按本公司调整后的转股价格执行。

当公司可能发生股份回购、合并、分立或任何其他情形使本公司股份类别、数量和/或所有者权益发生变化从而可能影响本次发行的可转换公司债券持有人的债权利益或转股衍生权益时,本公司将视具体情况按照公平、公正、公允的原则以及充分保护本次发行的可转换公司债券持有人权益的原则调整转股价格。有关转股价格调整内容及操作办法将依据当时国家有关法律法规及证券监管部门的相关规定来制订。

9、转股价格向下修正条款

(1) 修正权限与修正幅度

在本次发行的可转换公司债券存续期间,当公司股票在任意连续 30 个交易日中至少有 15 个交易日的收盘价低于当期转股价格的 85%时,公司董事会有权提出转股价格向下修正方案并提交公司股东大会审议表决。

上述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方可实施。股东大会进行表决时,持有公司本次发行的可转换公司债券的股东应当回避。修正后的转股价格应不低于该次股东大会召开日前 20 个交易日公司股票交易均价和前一交易日公司股票交易均价之间的较高者,同时,修正后的转股价格不得低于最近一期经审计的每股净资产值和股票面值。

若在前述 30 个交易日内发生过转股价格调整的情形,则在转股价格调整日前的交易日按调整前的转股价格和收盘价格计算,在转股价格调整日及之后交易日按调整后的转股价格和收盘价格计算。

(2) 修正程序

如公司决定向下修正转股价格,公司将在深圳证券交易所和中国证监会指定的上市公司信息披露媒体上刊登股东大会决议公告,公告修正幅度、股权登记日及暂停转股期间(如需)等。从股权登记日后的第一个交易日(即转股价格修正日)开始恢复转股申请并执行修正后的转股价格。

若转股价格修正日为转股申请日或之后，转换股份登记日之前，该类转股申请应按修正后的转股价格执行。

10、转股股数确定方式以及转股时不足一股金额的处理办法

本次发行的可转换公司债券持有人在转股期内申请转股时，转股数量=可转换公司债券持有人申请转股的可转换公司债券票面总金额/申请转股当日有效的转股价格，并以去尾法取一股的整数倍。

转股时不足转换为一股的可转换公司债券余额，公司将按照深圳证券交易所等部门的有关规定，在可转换公司债券持有人转股当日后的五个交易日内以现金兑付该可转换公司债券余额及该余额所对应的当期应计利息。

11、赎回条款

（1）到期赎回条款

在本次发行的可转换公司债券期满后 5 个交易日内，公司将以本次可转换公司债券票面面值的 112%（含最后一期年度利息）的价格向本次可转换公司债券持有人赎回全部未转股的本次可转换公司债券。

（2）有条件赎回条款

在本次发行的可转换公司债券转股期内，当下述两种情形的任意一种出现时，公司董事会有权决定按照债券面值加当期应计利息的价格赎回全部或部分未转股的可转换公司债券：

1) 在本次发行的可转换公司债券转股期内，如果公司股票连续 30 个交易日中至少有 15 个交易日的收盘价格不低于当期转股价格的 130%（含 130%）。

2) 当本次发行的可转换公司债券未转股余额不足 3,000 万元时。

当期应计利息的计算公式为： $IA=B \times i \times t/365$ ，其中：

IA：指当期应计利息；

B：指本次发行的可转换公司债券持有人持有的可转换公司债券票面总金额；

i: 指可转换公司债券当年票面利率;

t: 指计息天数, 即从上一个付息日起至本计息年度赎回日止的实际日历天数(算头不算尾)。

若在前述 30 个交易日内发生过转股价格调整的情形, 则在转股价格调整前的交易日按调整前的转股价格和收盘价格计算, 转股价格调整后的交易日按调整后的转股价格和收盘价格计算。

12、回售条款

(1) 有条件回售条款

本次发行的可转换公司债券最后 2 个计息年度, 如果公司股票在任何连续 30 交易日的收盘价格低于当期转股价格的 70% 时, 可转换公司债券持有人有权将其持有的全部或部分可转换公司债券按债券面值加上当期应计利息的价格回售给公司。

若在上述交易日内发生过转股价格因发生送股票股利、转增股本、增发新股(不包括因本次发行的可转换公司债券转股而增加的股本)、配股以及派发现金股利等情况而调整的情形, 则在调整前的交易日按调整前的转股价格和收盘价格计算, 在调整后的交易日按调整后的转股价格和收盘价格计算。如果出现转股价格向下修正的情况, 则上述连续 30 个交易日须从转股价格调整之后的第一个交易日起重新计算。

本次发行的可转换公司债券最后 2 个计息年度, 可转换公司债券持有人在每年回售条件首次满足后可按上述约定条件行使回售权一次, 若在首次满足回售条件而可转换公司债券持有人未在公司届时公告的回售申报期内申报并实施回售的, 该计息年度不能再行使回售权, 可转换公司债券持有人不能多次行使部分回售权。

(2) 附加回售条款

若本次发行可转换公司债券募集资金运用的实施情况与公司在募集说明书中的承诺情况相比出现重大变化, 且该变化被中国证监会认定为改变募集资金用

途的，债券持有人享有一次以面值加上当期应计利息的价格向公司回售其持有的全部或部分可转换公司债券的权利。在上述情形下，债券持有人可以在回售申报期内进行回售，在回售申报期内不实施回售的，自动丧失该回售权（当期应计利息的计算方式参见第十一条赎回条款的相关内容）。

13、转股年度有关股利的归属

因本次发行的可转换公司债券转股而增加的公司股票享有与原股票同等的权益，在股利发放的股权登记日当日登记在册的所有普通股股东（含因可转换公司债券转股形成的股东）均参与当期股利分配，享有同等权益。

14、发行方式及发行对象

（1）发行方式

本次发行的比音转债向发行人在股权登记日（2020年6月12日，T-1日）收市后中国结算深圳分公司登记在册的原股东优先配售，优先配售后余额部分（含原股东放弃优先配售部分）采用网上向社会公众投资者通过深交所交易系统发售的方式进行，余额由国泰君安包销。

（2）发行对象

1) 向发行人原股东优先配售：发行公告公布的股权登记日（即2020年6月12日，T-1日）收市后登记在册的发行人所有股东。

2) 网上发行：持有中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司证券账户的自然人、法人、证券投资基金、符合法律规定的其他投资者等（国家法律、法规禁止者除外）。

3) 本次发行的承销团成员的自营账户不得参与申购。

15、向原股东配售的安排

本次公开发行的可转换公司债券将向发行人在股权登记日（2020年6月12日，T-1日）收市后登记在册的原股东优先配售，优先配售后余额部分（含原股东放弃优先配售部分）采用网上向社会公众投资者通过深交所交易系统发售的方式进行。本次发行认购金额不足6.89亿元的部分由国泰君安进行包销。

16、债券持有人会议相关事项

(1) 可转换公司债券持有人的权利与义务

1) 可转换公司债券持有人的权利

- ①依照其所持有的可转换公司债券数额享有约定利息；
- ②根据可转换公司债券募集说明书约定条件将所持有的可转换公司债券转为公司股份；
- ③根据可转换公司债券募集说明书约定的条件行使回售权；
- ④依照法律、行政法规及公司章程的规定转让、赠与或质押其所持有的本期可转换公司债券；
- ⑤依照法律、公司章程的规定获得有关信息；
- ⑥按可转换公司债券募集说明书约定的期限和方式要求公司偿付本期可转换公司债券本息；
- ⑦依照法律、行政法规等相关规定参与或委托代理人参与债券持有人会议并行使表决权；
- ⑧法律、行政法规及公司章程所赋予的其作为公司债权人的其他权利。

2) 可转换公司债券持有人的义务

- ①遵守公司发行可转换公司债券条款的相关规定；
- ②依其所认购的可转换公司债券数额缴纳认购资金；
- ③遵守债券持有人会议形成的有效决议；
- ④除法律、法规规定及可转换公司债券募集说明书约定之外，不得要求公司提前偿付可转换公司债券的本金和利息；
- ⑤法律、行政法规及公司章程规定应当由可转换公司债券持有人承担的其他义务。

(2) 召集债券持有人会议的情形

在本次发行的可转换公司债券存续期内，发生下列情形之一的，公司董事会应召集债券持有人会议：

- 1) 公司拟变更可转换公司债券募集说明书的约定；
- 2) 公司不能按期支付本期可转换公司债券本息；
- 3) 公司发生减资（因股权激励回购股份导致的减资除外）、合并、分立、解散或者申请破产；
- 4) 修订可转换公司债券持有人会议规则；
- 5) 发生其他对债券持有人权益有重大实质影响的事项；
- 6) 根据法律、行政法规、中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所及本次可转债债券持有人会议规则的规定，应当由债券持有人会议审议并决定的其他事项。

下列机构或人士可以提议召开债券持有人会议：

- 1) 公司董事会提议；
- 2) 单独或合计持有本次可转换公司债券未偿还债券面值总额 10% 以上的债券持有人书面提议；
- 3) 法律、法规、中国证监会规定的其他机构或人士。

公司将在募集说明书中约定保护债券持有人权利的办法，以及债券持有人会议的权利、程序和决议生效条件。

17、本次募集资金用途

本次公开发行可转换公司债券募集资金总额预计不超过 68,900 万元（含本数），扣除发行费用后的募集资金净额拟投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资额	拟投入募集资金金额
1	营销网络建设升级项目	35,655.10	32,000.00
2	供应链园区项目	14,960.72	14,000.00

3	研发设计中心项目	4,527.32	4,000.00
4	补充流动资金	18,900.00	18,900.00
合 计		74,043.14	68,900.00

项目总投资金额高于本次拟投入募集资金金额部分由公司自筹解决；同时，若本次发行扣除发行费用后的实际募集资金净额低于本次募集资金投资项目使用金额，公司将按照项目的轻重缓急投入募集资金投资项目，不足部分由公司自筹解决。

在不改变募集资金投资项目的前提下，公司董事会将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调整。在本次公开发行可转债募集资金到位之前，公司将根据项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位之后予以置换。

18、募集资金存管

公司已经制定《募集资金管理制度》。本次发行的募集资金将存放于公司董事会决定的专项账户中，具体开户事宜在发行前由公司董事会确定。

19、担保事项

本次发行的可转换公司债券不提供担保。

20、本次发行可转换公司债券方案的有效期限

公司本次公开发行可转换公司债券方案的有效期限为十二个月，自发行方案经股东大会审议通过之日起计算。

（三）债券评级情况

本次可转换公司债券经中证鹏元资信评估股份有限公司评级，根据中证鹏元出具的《比音勒芬服饰股份有限公司 2020 年公开发行可转换公司债券信用评级报告》（中鹏信评【2020】第 Z【322】号），比音勒芬主体信用等级为 AA，本次可转换公司债券信用等级为 AA，评级展望为稳定。

在本次评级的信用等级有效期内（自评级报告出具之日起至本次债券本息的到期兑付日止），中证鹏元将每年至少进行一次跟踪评级。

（四）募集资金存放专户

公司已经制订了募集资金管理相关制度，本次发行可转换公司债券的募集资金将存放于公司董事会指定的募集资金专项账户中。

（五）债券持有人会议

为充分保护债券持有人的合法权益，本次可转债设立债券持有人会议。债券持有人会议的主要内容如下：

1、可转换公司债券持有人的权利与义务

（1）可转换公司债券持有人的权利

- ①依照其所持有的可转换公司债券数额享有约定利息；
- ②根据可转换公司债券募集说明书约定条件将所持有的可转换公司债券转为公司股份；
- ③根据可转换公司债券募集说明书约定的条件行使回售权；
- ④依照法律、行政法规及公司章程的规定转让、赠与或质押其所持有的本期可转换公司债券；
- ⑤依照法律、公司章程的规定获得有关信息；
- ⑥按可转换公司债券募集说明书约定的期限和方式要求公司偿付本期可转换公司债券本息；
- ⑦依照法律、行政法规等相关规定参与或委托代理人参与债券持有人会议并行使表决权；
- ⑧法律、行政法规及公司章程所赋予的其作为公司债权人的其他权利。

（2）可转换公司债券持有人的义务

- ①遵守公司发行可转换公司债券条款的相关规定；
- ②依其所认购的可转换公司债券数额缴纳认购资金；
- ③遵守债券持有人会议形成的有效决议；

④除法律、法规规定及可转换公司债券募集说明书约定之外，不得要求公司提前偿付可转换公司债券的本金和利息；

⑤法律、行政法规及公司章程规定应当由可转换公司债券持有人承担的其他义务。

2、债券持有人会议的权限范围

债券持有人会议的权限范围如下：

(1) 当公司提出变更可转换公司债券募集说明书约定的方案时，对是否同意公司的建议作出决议，但债券持有人会议不得作出决议同意公司不支付本期可转换公司债券本息、变更本期债券利率和期限、取消可转换公司债券募集说明书中的赎回或回售条款等；

(2) 当公司未能按期支付可转换公司债券本息时，对是否同意相关解决方案作出决议，对是否通过诉讼等程序强制公司和担保人偿还债券本息作出决议，对是否参与公司的整顿、和解、重组或者破产的法律程序作出决议；

(3) 当公司减资（因股权激励回购股份导致的减资除外）、合并、分立、解散或者申请破产时，对是否接受公司提出的建议，以及行使债券持有人依法享有的权利方案作出决议；

(4) 当担保人（如有）发生重大不利变化时，对行使债券持有人依法享有权利的的方案作出决议；

(5) 当发生对债券持有人权益有重大影响的事项时，对行使债券持有人依法享有权利的方案作出决议；

(6) 在法律规定许可的范围内对本规则的修改作出决议；

(7) 法律、行政法规和规范性文件规定应当由债券持有人会议作出决议的其他情形。

3、债券持有人会议的召集

(1) 债券持有人会议由公司董事会负责召集。公司董事会应在提出或收到召开债券持有人会议的提议之日起 30 日内召开债券持有人会议。会议通知应在会议召开 15 日前向全体债券持有人及有关出席对象发出。

(2) 在本期可转换公司债券存续期间内，当出现以下情形之一时，公司董事会应当召集债券持有人会议：

①公司拟变更可转换公司债券募集说明书的约定；

②公司未能按期支付本期可转换公司债券本息；

③公司发生减资（因股权激励回购股份导致的减资除外）、合并、分立、解散或者申请破产；

④修订可转换公司债券持有人会议规则；

⑤发生其他对债券持有人权益有重大实质影响的事项；

⑥根据法律、行政法规、中国证监会、深圳证券交易所及本规则的规定，应当由债券持有人会议审议并决定的其他事项。

下列机构或人士可以提议召开债券持有人会议：

(1) 公司董事会提议；

(2) 单独或合计持有本期可转换公司债券未偿还债券面值总额 10% 以上的债券持有人书面提议；

(3) 法律、法规、中国证监会规定的其他机构或人士。

4、债券持有人会议的议案、出席人员及其权利

(1) 提交债券持有人会议审议的议案由召集人负责起草。议案内容应符合法律、法规的规定，在债券持有人会议的权限范围内，并有明确的议题和具体决议事项。

(2) 债券持有人可以亲自出席债券持有人会议并表决，也可以委托代理人代为出席并表决。

债券持有人及其代理人出席债券持有人会议的差旅费用、食宿费用等，均由债券持有人自行承担。若债券持有人为持有公司 5%以上股份的股东，或上述股东、公司的关联方，则该等债券持有人在债券持有人会议上可发表意见，但无表决权，并且其代表的本期可转换公司债券的张数在计算债券持有人会议决议是否获得通过时不计入有表决权的本期可转换公司债券张数。确定上述公司股东的股权登记日为债权登记日当日。

5、债券持有人会议的召开

(1) 债券持有人会议采取现场方式召开，也可以采取通讯等方式召开。

(2) 债券持有人会议应由公司董事会委派出席会议的授权代表担任会议主席并主持。在公司董事长未能主持会议的情况下，由董事长授权董事担任会议主席并主持；如果公司董事长和董事长授权董事均未能主持会议，则由出席会议的债券持有人以所代表的债券面值总额 50%以上多数（不含 50%）选举产生一名债券持有人担任该次债券持有人会议的会议主席并主持。

(3) 应单独或合并持有本次债券表决权总数 10%以上的债券持有人的要求，公司应委派一名董事或高级管理人员列席债券持有人会议。除涉及公司商业秘密或受适用法律和上市公司信息披露规定的限制外，列席会议的公司董事或高级管理人员应当对债券持有人的质询和建议作出答复或说明。

(4) 公司董事、监事和高级管理人员可以列席债券持有人会议。

6、债券持有人会议的表决、决议及会议记录

(1) 向会议提交的每一议案应由与会的有权出席债券持有人会议的债券持有人或其正式委托的代理人投票表决。每一张未偿还的债券（面值为人民币 100 元）拥有一票表决权。

(2) 公告的会议通知载明的各项拟审议事项或同一拟审议事项内并列的各项议题应当逐项分开审议、表决。除因不可抗力等特殊原因导致会议中止或不能作出决议外，会议不得对会议通知载明的拟审议事项进行搁置或不予表决。会议对同一事项有不同提案的，应以提案提出的时间顺序进行表决，并作出决议。

债券持有人会议不得就未经公告的事项进行表决。债券持有人会议审议拟审议事项时，不得对拟审议事项进行变更，任何对拟审议事项的变更应被视为一个新的拟审议事项，不得在本次会议上进行表决。

(3) 债券持有人会议采取记名方式投票表决。

(4) 债券持有人会议作出的决议，须经出席会议的代表二分之一以上有表决权的未偿还债券面值的债券持有人（或债券持有人代理人）同意方为有效。

(5) 债券持有人会议决议自表决通过之日起生效，但其中需经有权机构批准的，经有权机构批准后方能生效。依照有关法律、法规、可转换公司债券募集说明书和本规则的规定，经表决通过的债券持有人会议决议对本期可转换公司债券全体债券持有人（包括未参加会议或明示不同意见的债券持有人）具有法律约束力。

(6) 债券持有人会议召集人应在债券持有人会议作出决议之日后二个交易日内将决议于监管部门指定的媒体上公告。公告中应列明会议召开的日期、时间、地点、方式、召集人和主持人，出席会议的债券持有人和代理人人数、出席会议的债券持有人和代理人所代表表决权的本期可转换公司债券张数及占本期可转换公司债券总张数的比例、每项拟审议事项的表决结果和通过的各项决议的内容。

三、承销方式及承销期

(一) 承销方式

本次可转债发行由国泰君安以余额包销方式承销。

(二) 承销期

本次可转债发行的承销期为：自 2020 年 6 月 11 日至 2020 年 6 月 19 日。

四、发行费用

序号	项目	金额（万元，不含税）
1	承销及保荐费用	780.00

2	律师费用	75.47
3	审计及验资费用	80.19
4	资信评级费用	28.30
5	信息披露及发行手续费等费用	63.10
合 计		1,027.07

上述费用为预计费用，视本次发行的实际情况可能会有增减，费用总额将在发行结束后确定。

五、与本次发行有关的时间安排

本次发行期间的主要日程与停、复牌安排如下（如遇不可抗力则顺延）：

日期	交易日	发行安排
2020年6月11日	T-2	刊登《募集说明书》及其摘要、《发行公告》、《网上路演公告》
2020年6月12日	T-1	网上路演 原股东优先配售股权登记日
2020年6月15日	T	刊登《发行提示性公告》 原股东优先配售日（缴付足额资金） 网上申购日（无需缴付申购资金）
2020年6月16日	T+1	刊登《网上中签率及优先配售结果公告》 网上申购摇号抽签
2020年6月17日	T+2	刊登《网上中签结果公告》 网上投资者根据中签号码确认认购数量并缴纳认购款（投资者确保资金账户在T+2日日终有足额的转债认购资金）
2020年6月18日	T+3	国泰君安根据网上资金到账情况确定最终配售结果和包销金额
2020年6月19日	T+4	刊登《发行结果公告》

注：上述日期为交易日。如相关监管部门要求对上述日程安排进行调整或遇重大突发事件影响发行，公司将与保荐机构（主承销商）协商后修改发行日程并及时公告。

六、本次发行证券的上市流通

本次发行的证券无持有期限限制。发行结束后，本公司将尽快向深圳证券交易所申请上市交易，具体上市时间将另行公告。

七、本次发行的有关机构

（一）发行人

发行人：	比音勒芬服饰股份有限公司
------	--------------

法定代表人:	谢秉政
住所:	广州市番禺区南村镇兴业大道东608号
联系电话:	020-39952666
传真:	020-39958289
董事会秘书:	陈阳
联系人	陈阳、湛海花

(二) 保荐机构（主承销商）

名称:	国泰君安证券股份有限公司
法定代表人:	贺青
住所:	中国（上海）自由贸易试验区商城路618号
联系电话:	021-38676888
传真:	021-68876330
保荐代表人:	房子龙、刘祥茂
项目协办人:	钱文亮
项目经办人:	王安定、徐振宇、张贵阳、魏紫洁

(三) 发行人律师

名称:	北京国枫律师事务所
负责人:	张利国
住所:	北京市东城区建国门大街26号新闻大厦7层
联系电话:	010-66090088
传真:	010-66090016
经办律师:	桑健、温定雄

(四) 会计师事务所

名称:	中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）
负责人:	李尊农
住所:	北京市西城区阜外大街1号四川大厦东座15层
联系电话:	010-68364878
传真:	010-68364875
经办注册会计师:	戈三平、邓高峰

(五) 资信评级机构

名称:	中证鹏元资信评估股份有限公司
法定代表人:	张剑文
住所:	深圳市福田区深南大道7008号阳光高尔夫大厦3楼
联系电话:	0755-82872897
传真:	0755-82872090
经办评级人员:	王哲、王强

(六) 申请上市的证券交易所

名称:	深圳证券交易所
住所:	深圳市福田区深南大道2012号
联系电话:	0755-88668888
传真:	0755-82083104

(七) 股份登记机构

名称:	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
住所:	深圳市福田区莲花街道深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 22-28 楼
联系电话:	0755-21899999
传真:	0755-21899000

第三节 主要股东情况

一、公司的股本结构

截至 2019 年 12 月 31 日，公司股本总额为 308,276,300 股，公司的股本结构如下：

股份类型	持股数量（股）	持股比例（%）
一、有限售条件股份	107,508,000	34.87
其中：境内法人持股	-	-
境内自然人持股	107,508,000	34.87
二、无限售条件股份	200,768,300	65.13
三、股份总数	308,276,300	100.00

二、公司前十名股东的持股情况

截至 2019 年 12 月 31 日，公司前十名股东及其持股情况如下：

序号	股东名称	股东性质	持股数量（股）	持股比例（%）	持有有限售条件股份数量（股）
1	谢秉政	境内自然人	127,160,000	41.25	95,370,000
2	谢挺	境内自然人	23,120,000	7.50	-
3	谢炳鑫	境内自然人	15,028,000	4.87	-
4	李惠强	境内自然人	15,028,000	4.87	-
5	申金冬	境内自然人	11,560,000	3.75	8,670,000
6	冯玲玲	境内自然人	11,560,000	3.75	-
7	香港中央结算有限公司	境外法人	8,504,911	2.76	-
8	唐新乔	境内自然人	4,624,000	1.50	3,468,000
9	广东通盈创业投资有限公司	境内非国有法人	4,624,000	1.50	-
10	刘艳辉	境内自然人	4,257,863	1.38	-
合计			225,466,774	73.13	107,508,000

注：发行人上述主要股东中，谢秉政和冯玲玲系夫妻关系；谢挺和谢秉政系兄弟关系；谢秉政、冯玲玲、谢挺构成一致行动人。

第四节 财务会计信息

受公司委托，中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2017 年度、2018 年度和 2019 年度财务报告进行了审计，出具了“中兴华审字（2019）410108 号”和“中兴华审字（2020）第 410044 号”标准无保留意见的审计报告。除非特别说明，本节财务数据摘自公司 2017 年度、2018 年度和 2019 年度财务报告。

此外，公司于 2020 年 4 月 30 日披露了 2020 年第一季度报告，请投资者参阅公司指定信息披露网站（<http://www.cninfo.com.cn>）。

一、已公告财务数据

（一）合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

项 目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动资产：			
货币资金	475,429,704.37	543,358,235.48	694,146,796.37
交易性金融资产	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	59,719,887.29	-
应收票据	-	-	-
应收账款	140,836,227.57	104,377,363.40	53,711,658.96
预付款项	84,183,322.54	99,119,535.35	98,159,600.65
其他应收款	49,735,773.91	33,992,532.87	26,878,343.78
其中：应收利息	-	387,156.15	349,083.33
存货	674,332,467.05	622,374,869.92	348,853,518.77
其他流动资产	473,993,854.99	349,612,770.36	283,357,148.36
流动资产合计	1,898,511,350.43	1,812,555,194.67	1,505,107,066.89
非流动资产：			
可供出售金融资产	-	10,000,000.00	-
长期股权投资	-	-	-
其他权益工具投资	99,398,570.37	-	-
固定资产	219,019,117.08	9,057,710.93	5,471,479.80

项 目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
在建工程	18,248,222.38	102,193,203.67	66,384,010.68
无形资产	113,572,665.56	111,578,899.48	108,443,111.87
商誉	-	-	-
长期待摊费用	106,824,984.11	57,878,040.33	34,704,203.61
递延所得税资产	41,937,993.32	14,367,304.39	11,580,632.53
其他非流动资产	26,851,681.03	1,807,655.63	-
非流动资产合计	625,853,233.85	306,882,814.43	226,583,438.49
资产总计	2,524,364,584.28	2,119,438,009.10	1,731,690,505.38
流动负债:			
短期借款			
应付票据	68,034,125.38	95,533,884.74	9,242,554.55
应付账款	86,737,494.41	62,766,791.20	29,683,917.43
预收款项	155,481,996.63	181,439,446.72	155,832,759.52
应付职工薪酬	40,909,188.60	34,890,409.00	29,316,364.90
应交税费	57,555,132.65	23,341,754.18	19,787,884.33
其他应付款	36,554,464.01	30,804,930.01	23,466,692.89
其他流动负债	89,321,849.81	50,579,784.23	21,709,869.30
流动负债合计	534,594,251.49	479,357,000.08	289,040,042.92
非流动负债:			
递延收益	30,000,000.00	10,000,000.00	-
递延所得税负债	1,394,903.51	841,777.53	-
非流动负债合计	31,394,903.51	10,841,777.53	-
负债合计	565,989,155.00	490,198,777.61	289,040,042.92
所有者权益:			
股本	308,276,300.00	181,339,000.00	106,670,000.00
资本公积	442,647,168.74	556,267,568.58	630,936,568.58
其他综合收益	298,570.37	-	-
盈余公积	133,177,418.18	83,766,738.60	54,615,393.93
未分配利润	1,072,977,728.32	806,864,572.78	650,428,499.95
归属于母公司所有者权益合计	1,957,377,185.61	1,628,237,879.96	1,442,650,462.46
少数股东权益	998,243.67	1,001,351.53	-
所有者权益合计	1,958,375,429.28	1,629,239,231.49	1,442,650,462.46

项 目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
负债和所有者权益总计	2,524,364,584.28	2,119,438,009.10	1,731,690,505.38

2、合并利润表

单位：元

项 目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、营业总收入	1,825,516,844.69	1,475,747,148.70	1,054,428,156.48
其中：营业收入	1,825,516,844.69	1,475,747,148.70	1,054,428,156.48
二、营业总成本	1,341,695,560.74	1,141,407,619.53	828,402,487.25
其中：营业成本	588,244,701.71	541,948,611.28	364,785,428.99
税金及附加	16,568,332.07	14,638,430.10	11,488,107.40
销售费用	547,542,781.55	437,890,463.30	343,576,535.33
管理费用	135,819,476.13	107,881,138.25	90,498,594.42
研发费用	59,105,930.21	46,325,370.63	27,949,973.99
财务费用	-5,585,660.93	-7,276,394.03	-9,896,152.88
其中：利息费用			
利息收入	6,226,592.91	7,930,588.52	10,269,113.93
加：其他收益	5,198,362.00	3,140,954.97	3,033,069.35
投资收益	16,863,429.42	13,979,750.29	5,267,151.49
公允价值变动收益	-	115,890.42	-
信用减值损失	-4,105,157.52	-	-
资产减值损失	-29,115,118.42	-14,255,859.77	-5,167,013.58
资产处置收益	-	-	232,342.27
三、营业利润	472,662,799.43	337,320,265.08	229,391,218.76
加：营业外收入	1,624,512.67	6,704,929.95	4,351,432.30
减：营业外支出	2,747,926.45	382,848.85	1,511,493.53
四、利润总额	471,539,385.65	343,642,346.18	232,231,157.53
减：所得税费用	64,935,495.50	51,383,577.15	52,007,202.96
五、净利润	406,603,890.15	292,258,769.03	180,223,954.57
归属于母公司所有者的净利润	406,606,998.01	292,257,417.50	180,223,954.57
少数股东损益	-3,107.86	1,351.53	-
六、其他综合收益的税后净额	-	-	-
七、综合收益总额	406,603,890.15	292,258,769.03	180,223,954.57

项 目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
归属于母公司股东的综合收益总额	406,606,998.01	292,257,417.50	180,223,954.57
归属于少数股东的综合收益总额	-3,107.86	1,351.53	-
八、每股收益:			
(一)基本每股收益	1.32	0.95	0.58
(二)稀释每股收益	1.32	0.95	0.58

3、合并现金流量表

单位：元

项 目	2019 年度	2018 年度	2017 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	2,042,870,846.60	1,695,433,743.96	1,279,029,574.59
收到其他与经营活动有关的现金	36,664,403.84	29,729,127.45	17,578,699.25
经营活动现金流入小计	2,079,535,250.44	1,725,162,871.41	1,296,608,273.84
购买商品、接受劳务支付的现金	912,703,835.23	874,098,528.62	620,873,078.08
支付给职工以及为职工支付的现金	328,290,644.41	266,090,020.93	197,173,104.61
支付的各项税费	194,313,570.90	196,378,867.24	158,690,762.60
支付其他与经营活动有关的现金	310,758,086.25	217,781,619.57	193,373,022.12
经营活动现金流出小计	1,746,066,136.79	1,554,349,036.36	1,170,109,967.41
经营活动产生的现金流量净额	333,469,113.65	170,813,835.05	126,498,306.43
二、投资活动产生的现金流量:			
取得投资收益所收到的现金	19,044,283.96	10,477,319.25	4,365,308.22
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	10,000.00	900.00	356,932.03
收到其他与投资活动有关的现金	1,439,000,000.00	560,000,000.00	280,000,000.00
投资活动现金流入小计	1,458,054,283.96	570,478,219.25	284,722,240.25
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	226,365,643.42	105,390,615.19	147,259,813.56
投资支付的现金	89,100,000.00	10,000,000.00	-

项 目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
支付其他与投资活动有关的现金	1,452,020,000.00	671,020,000.00	510,000,000.00
投资活动现金流出小计	1,767,485,643.42	786,410,615.19	657,259,813.56
投资活动产生的现金流量净额	-309,431,359.46	-215,932,395.94	-372,537,573.31
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	1,000,000.00	-
收到其他与筹资活动有关的现金	198,902,834.98	-	-
筹资活动现金流入小计	198,902,834.98	1,000,000.00	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	90,669,500.00	106,670,000.00	21,334,000.00
支付其他与筹资活动有关的现金	190,574,704.41	30,161,112.18	7,047,815.09
筹资活动现金流出小计	281,244,204.41	136,831,112.18	28,381,815.09
筹资活动产生的现金流量净额	-82,341,369.43	-135,831,112.18	-28,381,815.09
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加(减少)额	-58,303,615.24	-180,949,673.07	-274,421,081.97
加：期/年初现金及现金等价物余额	509,921,375.70	690,871,048.77	965,292,130.74
六、期/年末现金及现金等价物余额	451,617,760.46	509,921,375.70	690,871,048.77

4、合并所有者权益变动表

(1) 2019 年度合并股东权益变动表

单位：元

项 目	股本	资本公积	其他综合收 益	盈余公积	未分配利润	少数股东权益	所有者权益合计
一、上年年末余额	181,339,000.00	556,267,568.58	-	83,766,738.60	806,864,572.78	1,001,351.53	1,629,239,231.49
加：会计政策变更	-	-	-	-41,366.29	-372,296.60	-	-413,662.89
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	181,339,000.00	556,267,568.58	-	83,725,372.31	806,492,276.18	1,001,351.53	1,628,825,568.60
三、本期增减变动金额	126,937,300.00	-113,620,399.84	298,570.37	49,452,045.87	266,485,452.14	-3,107.86	329,549,860.68
（一）综合收益总额	-	-	-	-	406,606,998.01	-3,107.86	406,603,890.15
（二）所有者投入和减少资本	-	13,316,900.16	-	-	-	-	13,316,900.16
1、所有者投入的普通股	-	-	-	-	-	-	-
2、其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-	-
3、股份支付计入所有者权益的金额	-	13,316,900.16	-	-	-	-	13,316,900.16
（三）利润分配	-	-	-	49,452,045.87	-140,121,545.87	-	-90,669,500.00
1、提取盈余公积	-	-	-	49,452,045.87	-49,452,045.87	-	-

2、对所有者（或股东）的分配	--	-	-	-	-90,669,500.00	-	-90,669,500.00
3、其他	-	-	-	-	-	-	-
（四）所有者权益内部结转	126,937,300.00	-126,937,300.00	-	-	-	-	-
1、资本公积转增资本（或股本）	126,937,300.00	-126,937,300.00	-	-	-	-	-
2、盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-
3、盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-
4、其他	-	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-	-
（六）其他	-	-	298,570.37	-	-	-	298,570.37
四、本期期末余额	308,276,300.00	442,647,168.74	298,570.37	133,177,418.18	1,072,977,728.32	998,243.67	1,958,375,429.28

(2) 2018 年度合并股东权益变动表

单位：元

项 目	股本	资本公积	其他综合收益	盈余公积	未分配利润	少数股东权益	所有者权益合计
一、上年年末余额	106,670,000.00	630,936,568.58	-	54,615,393.93	650,428,499.95		1,442,650,462.46
加：会计政策变更	-	-	-	-	-		-
前期差错更正	-	-	-	-	-		-
其他	-	-	-	-	-		-
二、本年年初余额	106,670,000.00	630,936,568.58	-	54,615,393.93	650,428,499.95		1,442,650,462.46
三、本年增减变动金额	74,669,000.00	-74,669,000.00	-	29,151,344.67	156,436,072.83	1,001,351.53	186,588,769.03

(一) 综合收益总额	-	-	-	-	292,257,417.50	1,351.53	292,258,769.03
(二) 所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	1,000,000.00	1,000,000.00
1、所有者投入的普通股						1,000,000.00	1,000,000.00
(三) 利润分配	-	-	-	29,151,344.67	-135,821,344.67		-106,670,000.00
1、提取盈余公积	-	-	-	29,151,344.67	-29,151,344.67		-
2、对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-106,670,000.00		-106,670,000.00
3、其他	-	-	-	-	-		-
(四) 所有者权益内部结转	74,669,000.00	-74,669,000.00	-	-	-		-
1、资本公积转增资本（或股本）	74,669,000.00	-74,669,000.00	-	-	-		-
2、盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-		-
3、盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-		-
4、其他	-	-	-	-	-		-
(五) 专项储备	-	-	-	-	-		-
(六) 其他	-	-	-	-	-		-
四、本年年末余额	181,339,000.00	556,267,568.58	-	83,766,738.60	806,864,572.78	1,001,351.53	1,629,239,231.49

(3) 2017 年度合并股东权益变动表

单位：元

项 目	股本	资本公积	其他综合收益	盈余公积	未分配利润	少数股东权益	所有者权益合计
一、上年年末余额	106,670,000.00	630,936,568.58	-	54,615,393.93	491,538,545.38		1,283,760,507.89

加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	106,670,000.00	630,936,568.58	-	54,615,393.93	491,538,545.38	1,283,760,507.89
三、本年增减变动金额	-	-	-	-	158,889,954.57	158,889,954.57
（一）综合收益总额	-	-	-	-	180,223,954.57	180,223,954.57
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	-21,334,000.00	-21,334,000.00
1、提取盈余公积	-	-	-	-	-	-
2、对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-21,334,000.00	-21,334,000.00
3、其他	-	-	-	-	-	-
（四）所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-
（六）其他	-	-	-	-	-	-
四、本年年末余额	106,670,000.00	630,936,568.58	-	54,615,393.93	650,428,499.95	1,442,650,462.46

(二) 母公司财务报表

1、母公司资产负债表

单位：元

项 目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动资产：			
货币资金	421,139,876.26	526,432,261.44	694,146,796.37
应收票据			
应收账款	140,836,227.57	104,377,363.40	53,711,658.96
预付款项	143,898,284.72	101,747,724.46	98,159,600.65
其他应收款	67,042,406.22	41,860,056.64	26,878,343.78
其中：应收利息		340,799.99	349,083.33
应收股利			
存货	774,139,994.46	619,492,758.40	348,853,518.77
其他流动资产	405,043,473.00	319,151,152.53	283,357,148.36
流动资产合计	1,952,100,262.23	1,713,061,316.87	1,505,107,066.89
非流动资产：			
长期股权投资	106,000,000.00	106,000,000.00	
固定资产	219,019,117.08	9,057,710.93	5,471,479.80
在建工程	18,248,222.38	102,193,203.67	66,384,010.68
无形资产	113,572,665.56	111,578,899.48	108,443,111.87
长期待摊费用	101,459,418.06	57,878,040.33	34,704,203.61
递延所得税资产	25,418,593.62	14,349,590.40	11,580,632.53
其他非流动资产	26,851,681.03	1,807,655.63	
非流动资产合计	610,569,697.73	402,865,100.44	226,583,438.49
资产总计	2,562,669,959.96	2,115,926,417.31	1,731,690,505.38
流动负债：			
应付票据	68,034,125.38	95,533,884.74	9,242,554.55
应付账款	62,069,630.36	62,766,791.20	29,683,917.43
预收款项	155,481,996.63	181,439,446.72	155,832,759.52
应付职工薪酬	20,062,563.16	34,890,409.00	29,316,364.90
应交税费	55,698,997.32	21,576,485.74	19,787,884.33
其他应付款	36,357,788.67	30,803,929.01	23,466,692.89

项 目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
其他流动负债	89,321,849.81	50,579,784.23	21,709,869.30
流动负债合计	487,026,951.33	477,590,730.64	289,040,042.92
非流动负债:			
递延收益	30,000,000.00	10,000,000.00	
递延所得税负债	1,394,903.51	841,777.53	
非流动负债合计	31,394,903.51	10,841,777.53	
负债合计	518,421,854.84	488,432,508.17	289,040,042.92
所有者权益:			
股本	308,276,300.00	181,339,000.00	106,670,000.00
资本公积	442,647,168.74	556,267,568.58	630,936,568.58
盈余公积	133,177,418.18	83,766,738.60	54,615,393.93
未分配利润	1,160,147,218.20	806,120,601.96	650,428,499.95
所有者权益合计	2,044,248,105.12	1,627,493,909.14	1,442,650,462.46
负债和所有者权益总计	2,562,669,959.96	2,115,926,417.31	1,731,690,505.38

2、母公司利润表

单位：元

项 目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、营业收入	1,825,516,844.69	1,475,747,148.70	1,054,428,156.48
减：营业成本	675,355,413.13	541,948,611.28	364,785,428.99
税金及附加	12,895,116.34	14,139,641.15	11,488,107.40
销售费用	402,256,517.85	446,982,103.01	343,576,535.33
管理费用	87,877,714.06	98,879,172.45	90,498,594.42
研发费用	59,032,709.69	46,325,370.63	27,949,973.99
财务费用	-5,137,372.08	-6,836,142.54	-9,896,152.88
其中：利息费用			
利息收入	5,747,401.55	7,488,261.95	10,269,113.93
加：其他收益	1,305,578.00	3,140,954.97	3,033,069.35
投资收益	15,234,861.12	13,178,493.15	5,267,151.49
信用减值损失	-4,050,517.58		
资产减值损失	-29,115,118.42	-14,250,361.32	-5,167,013.58
资产处置收益			232,342.27

项 目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
二、营业利润	576,611,548.82	336,377,479.52	229,391,218.76
加：营业外收入	1,600,382.57	6,704,929.95	4,351,432.30
减：营业外支出	2,744,385.48	382,848.85	1,511,493.53
三、利润总额	575,467,545.91	342,699,560.62	232,231,157.53
减：所得税费用	80,947,087.20	51,186,113.94	52,007,202.96
四、净利润	494,520,458.71	291,513,446.68	180,223,954.57
五、其他综合收益的税后净额			
六、综合收益总额	494,520,458.71	291,513,446.68	180,223,954.57

3、母公司现金流量表

单位：元

项 目	2019 年度	2018 年度	2017 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	2,035,801,995.09	1,695,432,393.96	1,279,029,574.59
收到其他与经营活动有关的现金	32,268,298.38	29,332,156.04	17,578,699.25
经营活动现金流入小计	2,068,070,293.47	1,724,764,550.00	1,296,608,273.84
购买商品、接受劳务支付的现金	1,137,798,858.60	878,227,438.87	620,873,078.08
支付给职工以及为职工支付的现金	104,335,754.69	267,378,874.84	197,173,104.61
支付的各项税费	160,364,368.18	193,133,069.78	158,690,762.60
支付其他与经营活动有关的现金	358,760,922.24	217,941,694.81	193,373,022.12
经营活动现金流出小计	1,761,259,903.71	1,556,681,078.30	1,170,109,967.41
经营活动产生的现金流量净额	306,810,389.76	168,083,471.70	126,498,306.43
二、投资活动产生的现金流量：			
取得投资收益收到的现金	16,649,472.21	10,280,058.98	4,365,308.22
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	10,000.00	900.00	356,932.03
收到其他与投资活动有关的现金	1,350,000,000.00	530,000,000.00	280,000,000.00
投资活动现金流入小计	1,366,659,472.21	540,280,958.98	284,722,240.25

项 目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	226,365,643.42	105,390,615.19	147,259,813.56
投资支付的现金	-	106,000,000.00	-
支付其他与投资活动有关的现金	1,450,000,000.00	550,000,000.00	510,000,000.00
投资活动现金流出小计	1,676,365,643.42	761,390,615.19	657,259,813.56
投资活动产生的现金流量净额	-309,706,171.21	-221,109,656.21	-372,537,573.31
三、筹资活动产生的现金流量：			
收到其他与筹资活动有关的现金	198,902,834.98	-	-
筹资活动现金流入小计	198,902,834.98	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	90,669,500.00	106,670,000.00	21,334,000.00
支付其他与筹资活动有关的现金	201,005,022.84	38,179,462.60	7,047,815.09
筹资活动现金流出小计	291,674,522.84	144,849,462.60	28,381,815.09
筹资活动产生的现金流量净额	-92,771,687.86	-144,849,462.60	-28,381,815.09
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加(减少)额	-95,667,469.31	-197,875,647.11	-274,421,081.97
加：期/年初现金及现金等价物余额	492,995,401.66	690,871,048.77	965,292,130.74
六、期/年末现金及现金等价物余额	397,327,932.35	492,995,401.66	690,871,048.77

4、母公司所有者权益变动表

(1) 2019 年度母公司股东权益变动表

单位：元

项 目	股本	资本公积	其他综合收益	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	181,339,000.00	556,267,568.58	-	83,766,738.60	806,120,601.96	1,627,493,909.14
加：会计政策变更	-	-	-	-41,366.29	-372,296.60	-413,662.89
前期差错更正	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	181,339,000.00	556,267,568.58	-	83,725,372.31	805,748,305.36	1,627,080,246.25
三、本期增减变动金额	126,937,300.00	-113,620,399.84	-	49,452,045.87	354,398,912.84	417,167,858.87
（一）综合收益总额	-	-	-	-	494,520,458.71	494,520,458.71
（二）所有者投入和减少资本	-	13,316,900.16	-	-	-	13,316,900.16
1、所有者投入的普通股	-	-	-	-	-	-
2、其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-
3、股份支付计入所有者权益的金额	-	13,316,900.16	-	-	-	13,316,900.16
4、其他	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	49,452,045.87	-140,121,545.87	-90,669,500.00
1、提取盈余公积	-	-	-	49,452,045.87	-49,452,045.87	-

2、对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-90,669,500.00	-90,669,500.00
3、其他	-	-	-	-	-	-
（四）所有者权益内部结转	126,937,300.00	-126,937,300.00	-	-	-	-
1、资本公积转增资本（或股本）	126,937,300.00	-126,937,300.00	-	-	-	-
2、盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-
3、盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-
4、其他	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-
（六）其他	-	-	-	-	-	-
四、本期期末未余额	308,276,300.00	442,647,168.74	-	133,177,418.18	1,160,147,218.20	2,044,248,105.12

(2) 2018 年度母公司股东权益变动表

单位：元

项 目	股本	资本公积	其他综合收益	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	106,670,000.00	630,936,568.58	-	54,615,393.93	650,428,499.95	1,442,650,462.46
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	106,670,000.00	630,936,568.58	-	54,615,393.93	650,428,499.95	1,442,650,462.46
三、本年增减变动金额	74,669,000.00	-74,669,000.00	-	29,151,344.67	155,692,102.01	184,843,446.68

(一) 综合收益总额	-	-	-	-	291,513,446.68	291,513,446.68
(二) 所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
(三) 利润分配	-	-	-	29,151,344.67	-135,821,344.67	-106,670,000.00
1、提取盈余公积	-	-	-	29,151,344.67	-29,151,344.67	-
2、对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-106,670,000.00	-106,670,000.00
3、其他	-	-	-	-	-	-
(四) 所有者权益内部结转	74,669,000.00	-74,669,000.00	-	-	-	-
1、资本公积转增资本（或股本）	74,669,000.00	-74,669,000.00	-	-	-	-
2、盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-
3、盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-
4、其他	-	-	-	-	-	-
(五) 专项储备	-	-	-	-	-	-
(六) 其他	-	-	-	-	-	-
四、本年年末余额	181,339,000.00	556,267,568.58	-	83,766,738.60	806,120,601.96	1,627,493,909.14

(3) 2017 年度母公司股东权益变动表

单位：元

项 目	股本	资本公积	其他综合收益	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	106,670,000.00	630,936,568.58	-	54,615,393.93	491,538,545.38	1,283,760,507.89
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-

前期差错更正	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	106,670,000.00	630,936,568.58	-	54,615,393.93	491,538,545.38	1,283,760,507.89
三、本年增减变动金额	-	-	-	-	158,889,954.57	158,889,954.57
（一）综合收益总额	-	-	-	-	180,223,954.57	180,223,954.57
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	-21,334,000.00	-21,334,000.00
1、提取盈余公积	-	-	-	-	-	-
2、对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-21,334,000.00	-21,334,000.00
3、其他	-	-	-	-	-	-
（四）所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-
（六）其他	-	-	-	-	-	-
四、本年年末余额	106,670,000.00	630,936,568.58	-	54,615,393.93	650,428,499.95	1,442,650,462.46

二、 审计意见

受公司委托，中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）对本公司 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日和 2019 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2017 年度、2018 年度和 2019 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司股东权益变动表以及相关财务报表附注进行了审计，并出具了报告号为“中兴华审字（2019）第 410108 号”和“中兴华审字（2020）第 410044 号”的标准无保留意见审计报告。

三、 财务报表的编制基础、合并财务报表的范围及变化情况

（一） 财务报表的编制基础

本公司财务报表以持续经营为编制基础。

（二） 合并财务报表的范围

截至报告期末，公司合并财务报表的合并范围如下：

序号	子公司名称	子公司级别	注册资本 (万元)	持股比例 (%)	
				直接	间接
1	广州市比音勒芬商务咨询有限公司	一级子公司	100	100.00%	
2	广州市比音勒芬供应链管理有限公司	一级子公司	1,000	100.00%	
3	宁波市比音勒芬供应链管理有限公司	二级子公司	500		100.00%
4	广州比音勒芬易简股权投资合伙企业（有限合伙）	一级子公司	10,100	99.01%	

（三） 报告期内合并财务报表范围的变化情况

1、 2019 年度

2019 年，公司合并范围没有变动。

2、 2018 年度

2018 年，公司合并范围增加单位共 4 家，通过新设成立取得，并于当期纳入合并报表范围。具体新纳入合并范围子公司的情况如下：

序号	公司名称	变更原因
1	广州市比音勒芬商务咨询有限公司	新设子公司
2	广州市比音勒芬供应链管理有限公司	新设子公司
3	宁波市比音勒芬供应链管理有限公司	新设子公司
4	广州比音勒芬易简股权投资合伙企业（有限合伙）	新设子公司

3、2017年度

2017年，公司合并范围没有变动。

四、最近三年的财务指标

（一）主要财务指标

财务指标	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动比率（倍）	3.55	3.78	5.21
速动比率（倍）	2.29	2.48	4.00
资产负债率（母公司）（%）	20.23	23.08	16.69
资产负债率（合并）（%）	22.42	23.13	16.69
财务指标	2019年度	2018年度	2017年度
应收账款周转率（次）	14.89	18.67	20.71
存货周转率（次）	0.91	1.12	1.22
每股经营活动产生的现金流量（元）	1.08	0.94	1.19
每股净现金流量（元）	-0.19	-1.00	-2.57
息税折旧摊销前利润（万元）	53,432.71	38,151.03	26,040.02
利息保障倍数	不适用	不适用	不适用
归属于发行人股东的净利润（万元）	40,660.70	29,225.74	18,022.40
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	38,897.41	27,232.43	17,182.82

主要财务指标计算说明：

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=(流动资产-存货)/流动负债

资产负债率（母公司）（%）=（母公司负债总额/母公司资产总额）×100%

资产负债率（合并）（%）=（合并负债总额/合并资产总额）×100%

应收账款周转率=营业收入/平均应收账款账面净额

存货周转率=营业成本/平均存货账面价值

每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额

每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末股本总额

息税折旧摊销前利润=利润总额+利息费用+折旧支出+摊销

利息保障倍数=（税前利润+利息费用）/利息费用

（二）净资产收益率和每股收益

按照中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010年修订）》（中国证券监督管理委员会公告[2010]2号）、《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》（中国证券监督管理委员会公告[2008]43号）要求计算的净资产收益率和每股收益如下：

项 目		加权平均净资产收益率（%）	基本每股收益（元）	稀释每股收益（元）
2019年度	归属于公司普通股股东的净利润	22.86	1.32	1.32
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	21.87	1.26	1.26
2018年度	归属于公司普通股股东的净利润	19.14	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	17.84	0.88	0.88
2017年度	归属于公司普通股股东的净利润	13.24	0.58	0.58
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	12.62	0.56	0.56

注：上表中2017年度、2018年度、2019年度每股收益和加权平均净资产收益率数据摘自公司经中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）审计的2017年度、2018年度、2019年度财务报告以及中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《关于比音勒芬服饰股份有限公司2017-2019年度加权平均净资产收益率及非经常性损益的鉴证报告》（中兴华核字（2020）第410003号）。

五、非经常性损益明细表

报告期内，公司非经常性损益如下表所示：

单位：元

项 目	2019年度	2018年度	2017年度
1、非流动性资产处置损益	881,981.37	-9,032.31	216,576.68
2、越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免		-	-
3、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）	5,298,362.00	8,920,554.97	7,379,069.35

项 目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
4、计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费			-
5、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			-
6、非货币性资产交换损益			-
7、委托他人投资或管理资产的损益			-
8、因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备			-
9、债务重组损益			-
10、企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等			-
11、交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益			-
12、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			-
13、与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益			-
14、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		115,890.42	-
15、单独进行减值测试的应收款项减值准备转回			-
16、对外委托贷款取得的损益			-
17、采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益			-
18、根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响			-
19、受托经营取得的托管费收入			-
20、除上述各项之外的营业外收支净额	-2,105,395.15	551,513.41	-1,490,295.64
21、其他符合非经常性损益定义的损益项目	16,863,429.42	13,979,750.29	5,267,151.49
小 计	20,938,377.64	23,558,676.78	11,372,501.88

项 目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
减：非经常性损益相应的所得税	3,289,353.72	3,625,516.27	2,976,743.43
减：少数股东损益影响数	16,122.83	-	-
非经常性损益	17,632,901.09	19,933,160.51	8,395,758.45

注：上表中 2017 年度、2018 年度、2019 年度数据摘自中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《关于比音勒芬服饰股份有限公司 2017-2019 年度加权平均净资产收益率及非经常性损益的鉴证报告》（中兴华核字（2020）第 410003 号）。

第五节 管理层讨论与分析

一、财务状况分析

(一) 资产状况分析

报告期各期末，公司流动资产和非流动资产金额及占资产总额的比例如下：

项 目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
流动资产	189,851.14	75.21	181,255.52	85.52	150,510.71	86.92
非流动资产	62,585.32	24.79	30,688.28	14.48	22,658.34	13.08
合 计	252,436.46	100.00	211,943.80	100.00	173,169.05	100

报告期各期末，公司资产总额分别为173,169.05万元、211,943.80万元和252,436.46万元，资产规模呈稳步上升趋势。公司资产构成以流动资产为主，符合公司的经营方式特点；近年来，公司非流动资产增长较快，占资产总额比例提高，主要是由于公司业务发展较快，原租赁的办公楼及仓库难以满足公司快速发展的需要，公司通过购买土地新建办公楼及仓库导致的。

1、流动资产

项 目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
货币资金	47,542.97	25.04	54,335.82	29.98	69,414.68	46.12
交易性金融资产	-	-	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	5,971.99	3.29	-	-
应收票据	-	-	-	-	-	-
应收账款	14,083.62	7.42	10,437.74	5.76	5,371.17	3.57
预付款项	8,418.33	4.43	9,911.95	5.47	9,815.96	6.52
其他应收款	4,973.58	2.62	3,399.25	1.88	2,687.83	1.79
存货	67,433.25	35.52	62,237.49	34.34	34,885.35	23.18
其他流动资产	47,399.39	24.97	34,961.28	19.29	28,335.71	18.83
合 计	189,851.14	100.00	181,255.52	100.00	150,510.71	100.00

报告期各期末，公司流动资产分别为150,510.71万元、181,255.52万元和189,851.14万元。报告期内，随着公司销售规模的逐年增长，流动资产规模亦逐年增长。

(1) 货币资金

报告期各期末，公司货币资金账面金额明细情况如下：

项 目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
现金	13.17	0.03	7.56	0.01	46.26	0.07
银行存款	45,148.61	94.96	50,984.58	93.83	69,040.84	99.46
其他货币资金	2,381.19	5.01	3,343.69	6.15	327.57	0.47
合 计	47,542.97	100.00	54,335.82	100.00	69,414.68	100.00

报告期各期末，公司货币资金账面金额分别为 69,414.68 万元、54,335.82 万元和 47,542.97 万元，占当期末流动资产的比例分别为 46.12%、29.98% 和 25.04%，公司货币资金主要由银行存款和其他货币资金构成。其他货币资金主要为开具银行承兑汇票而存入的银行承兑汇票保证金。报告期各期末，公司货币资金账面金额逐年下降的主要原因为公司利用银行存款购买结构性存款理财产品，各期末的结构性存款账面金额在其他流动资产中列示。

(2) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

2018年末，以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产为公司于2018年向红土创新基金管理有限公司购买的“红土创新优淳货币B”货币基金合计5,900万元本金和持有期间实现的收益。

(3) 应收票据及应收账款

报告期各期末，公司无应收票据余额，公司应收账款金额分别为 5,371.17 万元、10,437.74 万元和 14,083.62 万元，占当期末流动资产的比例分别为 3.57%、5.76% 和 7.42%，随着公司营业收入规模的扩大，公司应收账款金额逐步增长。

①应收账款余额变化情况

报告期内，公司应收账款余额与收入变化情况如下：

项 目	2019.12.31/ 2019 年度		2018.12.31/ 2018 年度		2017.12.31/ 2017 年度		2016.12.31/ 2016 年度
	金额 (万元)	增长率 (%)	金额 (万元)	增长率 (%)	金额 (万元)	增长率 (%)	金额 (万元)
应收账款余额	15,019.25	36.22	11,025.62	93.97	5,684.05	11.85	5,081.76
营业收入	182,551.68	23.70	147,574.71	39.96	105,442.82	25.23	84,200.74

2017 年末，公司应收账款余额较上年末增长 11.85%，其增长的主要原因是公司 2017 年度的营业收入较上年增长 25.23%。

2018 年末，公司应收账款余额较上年末增长 93.97%，其增长的主要原因是：
A、公司 2018 年度的营业收入较上年增长 39.96%；B、受 2018 年国内市场资金面较紧张的影响，部分联营客户（主要是商场）回款减慢。

2019 年末，公司应收账款余额较上年末增长 36.22%，其增长的主要原因是公司 2019 年度的营业收入较上年同期增长 23.70%。

在联营模式下，联营方仅负责提供场地和收款服务，公司负责提供产品和销售管理，联营客户对公司回款的快慢与公司收入并无直接联系，故公司不存在放宽信用政策增加收入的情形。

综上，报告期内公司应收账款增加具有合理性，公司不存在放宽信用政策增加收入的情形。

②应收账款具体情况

报告期各期末，公司应收账款账龄情况如下：

账龄	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
1 年以内	14,932.37	99.42	10,964.94	99.45	5,634.44	99.13
1-2 年	52.78	0.35	13.25	0.12	23.06	0.41
2-3 年	13.25	0.09	20.88	0.19	-	-
3 年以上	20.85	0.14	26.55	0.24	26.55	0.47
合 计	15,019.25	100.00	11,025.62	100.00	5,684.05	100.00

报告期各期末，公司应收账款账龄以 1 年以内为主，占比分别为 99.13%、99.45% 和 99.42%，应收账款质量整体较好，坏账风险较小。

2019 年末，公司应收账款具体情况如下：

单位：万元

类别	2019年12月31日				
	账面余额	比例(%)	坏账准备	预期信用损失率(%)	账面价值
按单项计提坏账准备的应收账款	60.69	0.40	60.69	100.00	-
按组合计提坏账准备的应收账款	14,958.56	99.60	874.94	5.85	14,083.62
其中：服装销售业务款项	14,958.56	99.60	874.94	5.85	14,083.62
合计	15,019.25	100.00	935.62	6.23	14,083.62

2017 年至 2018 年各年末，公司应收账款具体情况如下：

单位：万元

类别	2018年12月31日				
	账面余额	比例(%)	坏账准备	计提比例(%)	账面价值
单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按账龄分析组合计提坏账准备的应收账款	11,025.62	100.00	587.89	5.33	10,437.74
单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
合计	11,025.62	100.00	587.89	5.33	10,437.74
类别	2017年12月31日				
	账面余额	比例(%)	坏账准备	计提比例(%)	账面价值
单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按账龄分析组合计提坏账准备的应收账款	5,684.05	100.00	312.88	5.50	5,371.17
单项金额不重大但单	-	-	-	-	-

独计提坏账准备的应收账款					
合 计	5,684.05	100.00	312.88	5.50	5,371.17

截至 2019 年末，公司坏账准备计提情况如下：

A、期末单项计提坏账准备的应收账款：

单位：万元

应收账款（按单位）	期末余额			
	账面余额	坏账准备	计提比例	计提理由
单位 1	60.69	60.69	100.00%	预计难以收回
合 计	60.69	60.69	-	-

B、组合中，按服装销售业务组合计提坏账准备的应收账款：

单位：万元

项 目	期末余额		
	账面余额	坏账准备	预期信用损失率（%）
1 年以内	14,924.24	840.64	5.63
1-2 年	0.22	0.22	99.85
2-3 年	13.25	13.23	99.85
3 年以上	20.85	20.85	100.00
合 计	14,958.56	874.94	5.85

截至 2018 年末，公司按账龄分析法计提坏账准备的应收账款如下：

账 龄	2018 年 12 月 31 日				
	账面余额	比例	坏账准备	计提比例	账面价值
1 年以内	10,964.94	99.45%	548.25	5.00%	10,416.70
1-2 年	13.25	0.12%	2.65	20.00%	10.60
2-3 年	20.88	0.19%	10.44	50.00%	10.44
3 年以上	26.55	0.24%	26.55	100.00%	0.00
合 计	11,025.62	100.00%	587.89	5.33%	10,437.74

截至 2017 年末，公司按账龄分析法计提坏账准备的应收账款如下：

账龄	2017年12月31日				
	账面余额	比例	坏账准备	计提比例	账面价值
1年以内	5,634.44	99.13%	281.72	5.00%	5,352.72
1-2年	23.06	0.41%	4.61	20.00%	18.45
2-3年	-	-	-	50.00%	-
3年以上	26.55	0.47%	26.55	100.00%	0.00
合计	5,684.05	100.00%	312.88	5.50%	5,371.17

报告期各期末，公司的应收账款账龄以1年以内为主，坏账风险较小。报告期内，公司坏账准备的实际计提情况符合公司的坏账准备计提政策，坏账准备计提充分。

③应收账款金额前五名客户情况

报告期各期末，公司应收账款账面余额排名前五名客户情况如下所示：

2019年末，公司应收账款账面余额前五名情况如下：

序号	客户名称	与公司关系	账面余额（万元）	占应收账款余额比例
1	广州菲尚商贸有限公司	非关联方	603.05	4.02%
2	天虹商场股份有限公司	非关联方	383.84	2.56%
3	西安民生百货管理有限公司	非关联方	360.13	2.40%
4	成都时代奥特莱斯商业有限公司	非关联方	342.86	2.28%
5	贵州星力城荔星百货有限公司	非关联方	296.81	1.98%
合计			1,986.68	13.24%

2018年末，公司应收账款账面余额前五名情况如下：

序号	客户名称	与公司关系	账面余额（万元）	占应收账款余额比例
1	天虹商场股份有限公司	非关联方	646.79	5.87%
2	成都时代奥特莱斯商业有限公司	非关联方	386.02	3.50%
3	金鹰国际商贸集团（中国）有限公司	非关联方	317.11	2.88%
4	西安民生百货管理有限公司	非关联方	314.33	2.85%
5	长沙通程控股股份有限公司	非关联方	311.07	2.82%

合 计	1,975.32	17.92%
------------	-----------------	---------------

2017 年末，公司应收账款账面余额前五名情况如下：

序号	客户名称	与公司关系	账面余额（万元）	占应收账款余额比例
1	金鹰国际商贸集团（中国）有限公司	非关联方	573.87	10.10%
2	广东益华百货有限公司	非关联方	323.58	5.69%
3	昆明岚茜商贸有限公司	非关联方	231.93	4.08%
4	广西南宁梦之岛百货有限公司	非关联方	201.11	3.54%
5	平和堂（中国）有限公司	非关联方	158.00	2.78%
合 计			1,488.48	26.19%

公司应收账款的主要客户为与公司有着长期合作关系的国内知名商场，应收账款可回收性较高。

④期后回款

公司应收账款在期后的回款情况如下：

单位：万元

报告期末	应收账款余额	截至 2020.4.30 回款金额	回款比例	坏账准备金额	坏账准备占应收账款余额的比例
2019.6.30	12,930.60	12,727.02	98.43%	661.87	5.12%
2018.12.31	11,025.62	10,991.52	99.69%	587.89	5.33%
2017.12.31	5,684.05	5,649.95	99.40%	312.88	5.50%
2016.12.31	5,081.76	5,047.66	99.33%	270.12	5.32%

公司报告期各期末应收账款余额截至 2020 年 4 月 30 日回款比例分别为 99.33%、99.40%、99.69% 和 98.43%，2019 年 6 月 30 日应收账款余额截至 2020 年 4 月 30 日尚未回款的金额仅为 203.58 万元，低于公司在 2019 年 6 月 30 日的坏账准备金额 661.87 万元，公司客户信用较好，期后回款比例较高。

⑤同行业可比公司应收账款坏账计提比例

同行业可比公司应收账款坏账计提比例如下：

账龄	比音勒芬	海澜之家	摩登大道	锦泓集团	希努尔	红豆股份	报喜鸟
1年以内	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
1-2年	20%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
2-3年	50%	30%	50%	50%	30%	20%	20%
3-4年	100%	50%	100%	80%	50%	50%	50%
4-5年	100%	80%	100%	80%	80%	50%	80%
5年以上	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

从上表可以看出，公司1年以内的应收账款坏账准备计提比例为5%，与同行业可比公司一致；公司1-2年的应收账款坏账计提比例为20%，高于同行业可比公司10%的坏账计提比例；公司2-3年的应收账款坏账计提比例为50%，不低于同行业可比公司20%、30%或50%的坏账计提比例；公司3年以上的应收账款坏账计提比例为100%，不低于同行业可比公司的坏账计提比例。

综上，公司报告期内各期末坏账准备的计提是充分的。

(4) 预付款项

报告期各期末，公司预付款项账面金额分别为9,815.96万元、9,911.95万元和8,418.33万元，占当期末流动资产总额的比例分别为6.52%、5.47%和4.43%，公司的预付款项主要是预付给面辅料供应商及成衣厂的采购款。其中，2017年末账面金额较2016年末账面金额增幅较大，主要系随公司业务规模的扩大，依约预付货款相应增加所致。

报告期各期末，公司预付款项账龄结构如下：

账龄	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
1年以内	8,418.33	100.00	9,538.31	96.23	9,796.55	99.80
1-2年	-	-	365.56	3.69	11.53	0.12
2-3年	-	-	8.08	0.08	5.58	0.06
3年以上	-	-	-	-	2.30	0.02
合计	8,418.33	100.00	9,911.95	100.00	9,815.96	100.00

报告期各期末，公司预付款项账龄主要集中在1年以内，占比分别为99.80%、96.23%和100.00%。

(5) 其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款明细情况如下：

单位：万元

项 目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
其他应收款	4,973.58	3,360.54	2,652.93
应收利息	-	38.72	34.91
合 计	4,973.58	3,399.25	2,687.83

报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为 2,687.83 万元、3,399.25 万元和 4,973.58 万元，占流动资产的比例较小，分别为 1.79%、1.88% 和 2.62%。

①其他应收款

公司其他应收款主要为向联营客户或所在经营场所的出租方交付的保证金。报告期各期末，保证金及押金金额分别为 2,617.63 万元、3,308.92 万元和 4,811.60 万元，账龄均为一年以内，其他应收款随着公司经营规模的增长而逐年增长。

②应收利息

报告期各期末，公司应收利息分别为 34.91 万元、38.72 万元和 0 万元，金额较小，系应收的银行存款利息。

(6) 存货

报告期各期末，公司存货明细情况如下：

单位：万元

项目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	账面价值	比例 (%)	账面价值	比例 (%)	账面价值	比例 (%)
原材料	1,795.29	2.66	2,049.87	3.29	1,640.71	4.70
库存商品	65,165.25	96.64	57,320.87	92.10	31,735.88	90.97
委托加工物资	472.71	0.70	2,866.75	4.61	1,508.76	4.32
合 计	67,433.25	100.00	62,237.49	100.00	34,885.35	100.00

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 34,885.35 万元、62,237.49 万元和 67,433.25 万元，占当期末流动资产总额的比重分别为 23.18%、34.34% 和 35.52%。

公司存货主要由原材料、库存商品及委托加工物资构成。原材料主要为生产服装所需的面辅料，委托加工物资为发运至成衣厂的原材料，库存商品包括公司仓库中的完工入库服装和直营店的备货服装。

公司经营高端品牌服饰，主要在产品设计上准确把握时尚特点，为保持新颖、时尚、高端的品牌形象，公司根据选定的设计款式来采购对应的面辅料，以满足消费者对面料质地、颜色等的不同要求。公司采用轻资产的品牌经营模式，即公司致力于附加值较高的业务链上游的设计、研发和业务链下游的品牌运营和销售渠道建设，将产品生产业务外包给生产商。在生产外包方面，公司除了向成衣厂提供少量特殊专业性能面料和辅料外，大部分面辅料由成衣厂根据本公司的要求或指定自行采购。因此，公司存货结构中原材料及委托加工物资占比均较低。公司存货主要以库存商品为主，占比超过 90%。


①库存商品的变动情况分析

报告期内，公司库存商品余额变化情况如下：

项 目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31
	账面余额 (万元)	增长率 (%)	账面余额 (万元)	增长率 (%)	账面余额 (万元)	增长率 (%)	账面余额 (万元)
库存商品	68,518.72	17.11	58,508.99	81.26	32,279.48	35.80	23,769.03

报告期各期末，公司库存商品余额分别为 32,279.48 万元、58,508.99 万元和 68,518.72 万元。2017 年末、2018 年末、2019 年末，公司库存商品余额分别较上年末增长 35.80%、81.26% 和 17.11%。报告期内，随着公司业务规模的扩大，公司库存商品余额呈上升趋势。

2018 年末，公司库存商品余额增长较快，主要是由于：（1）公司 2018 年度营业收入较上年度增长 39.96%，营业收入快速增长，库存商品随之增加；（2）公司直营店由 2017 年末的 294 家增加至 2018 年末的 365 家，增长 24.15%，随着公司加大直营渠道开店规模，门店所需要的铺货产品增加，同时为保证对门店的及时配送，公司总部仓库的库存商品也会随之增加；（3）公司为了积极应对未来门店数量的增长，需提前进行备货；（4）为提升客户的购物体验，报告期内公司致力于店铺形象改造升级，实施“调位置、扩面积”的店铺改造计划，注重精

品店和大型体验店的打造，提升单店销售业绩，增强现有营销网络的坪效和盈利能力，从而增加了公司的备货需求；（5）为满足客户群体日趋多元化的需求，增加品牌吸引力，提升品牌美誉度，公司不断增加衣服鞋帽等的上市新款，公司上市新款数量增加，从而增加了公司的备货需求；（6）2018年，公司新品牌 （威尼斯狂欢节）开始运营，增加了公司的备货需求。

②同行业可比公司库存商品的变动情况分析

公司最近两年库存商品增长主要是由于公司现有业务的快速增长以及为应对未来销售渠道与规模扩张的积极备货。基于此，我们挑选了纺织服装、服饰业中最近两年服装收入均实现增长的同行业上市公司，比较其库存商品及营业收入变动情况如下：

股票代码	股票简称	2019年12月31日/2019年度		2018年12月31日/2018年度	
		收入增长率	库存商品增长率	收入增长率	库存商品增长率
600398.SH	海澜之家	15.09%	-4.53%	4.89%	3.32%
601566.SH	九牧王	4.53%	8.27%	6.55%	16.81%
603587.SH	地素时尚	13.23%	23.37%	7.94%	-1.07%
603808.SH	歌力思	7.24%	13.51%	18.66%	13.88%
603839.SH	安正时尚	47.83%	38.95%	16.09%	56.49%
002003.SZ	伟星股份	0.77%	30.31%	3.32%	-21.24%
002029.SZ	七匹狼	3.02%	7.00%	14.01%	30.05%
002154.SZ	报喜鸟	5.24%	23.78%	19.55%	-4.83%
002404.SZ	嘉欣丝绸	8.09%	-5.30%	14.71%	22.50%
002563.SZ	森马服饰	23.01%	-6.99%	30.71%	74.09%
002687.SZ	乔治白	11.59%	14.16%	27.70%	28.54%
002763.SZ	汇洁股份	9.79%	-0.57%	10.22%	56.06%
002875.SZ	安奈儿	9.41%	7.86%	17.56%	67.26%
平均值		12.22%	11.52%	14.02%	26.25%
002832.SZ	比音勒芬	23.70%	8.35%	39.96%	81.26%

从上表可知，从平均值来看，2018 年度公司与同行业的库存商品余额增长均高于收入的增长；2019 年度公司与同行业的库存商品余额增长均低于收入的增长，且 2019 年度收入增长的幅度比 2018 年度低，总体趋势和比值保持一致。从具体公司来看，公司营业收入、库存商品余额增长与可比公司安奈儿、安正时尚较为相似。

③存货跌价准备的计提

公司主品牌定位于高尔夫运动与时尚休闲生活相结合的以高端男装为主的细分市场。清晰的市场定位及高品质的产品研发设计使得公司产品的适销期较长且附加值保持在较高水平。

近三年年末，公司存货已计提的跌价准备余额分别为 543.61 万元、1,188.12 万元和 3,353.47 万元，存货跌价准备计提比较充分。具体分析如下：

A、存货构成

公司存货以库存商品为主，存货跌价准备主要是针对过季库存商品折价销售可能导致的跌价损失。近三年年末，公司库存商品已计提的跌价准备金额占当期期末库存商品账面余额的比重分别为 1.68%、2.03% 和 4.89%。

报告期内，公司的主营业务毛利率均在 60% 以上，即使以一定折扣价销售，发行人存货的可变现值依然处在较高水平。此外，公司通过名牌折扣店和唯品会等线上渠道对过季服装进行销售。通畅的过季服装销售渠道，可以及时消化过季服装，保证发行人存货流转顺畅和业务的稳步发展。

B、库存商品库龄

报告期各期末，公司库存商品的库龄情况如下：

库龄	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	账面余额 (万元)	比例 (%)	账面余额 (万元)	比例 (%)	账面余额 (万元)	比例 (%)
1 年以内	35,120.22	51.26	43,674.02	74.64	25,384.55	78.64
1-2 年	29,191.04	42.60	11,972.80	20.46	5,622.16	17.42
2-3 年	3,594.12	5.25	2,592.65	4.43	1,170.37	3.63
3 年以上	613.34	0.90	269.52	0.46	102.41	0.32

合 计	68,518.72	100.00	58,508.99	100.00	32,279.48	100.00
-----	-----------	--------	-----------	--------	-----------	--------

报告期内，公司 2 年以内库存商品余额的占比分别为 96.06%、95.10% 和 93.86%，库龄较长的库存商品金额及占比较低。根据过往销售经验，公司 2 年以内的库存商品基本处于适销期。因此，公司大部分库存商品在适销期内。

近三年年末，公司库存商品跌价准备分别为 543.61 万元、1,188.12 万元和 3,353.47 万元，已覆盖了库龄在 3 年以上库存商品的金额。

C、库存商品期后周转情况

公司库存商品期后周转情况如下：

项 目	库存商品余额 (万元)	截至 2019 年 12 月末 销售金额 (万元)	期后销售比例
2019 年 6 月末	58,713.87	15,043.95	25.62%
2018 年年末	58,508.99	28,840.23	49.29%
2017 年年末	32,279.48	29,031.79	89.94%
2016 年年末	23,769.03	23,158.25	97.43%

公司 2019 年 6 月末库存商品期后销售结转金额为 15,043.95 万元，占比 25.62%。据此推测，在不影响当季新产品正常销售的情况下，公司消化全部过季库存商品大约需要 23 个月；公司 2018 年年末库存商品的期后销售结转金额为 28,840.23 万元，占比 49.29%。据此推测，在不影响当季新产品正常销售的情况下，公司消化全部库存商品大约需要 24 个月；公司 2017 年年末库存商品的期后销售结转金额为 29,031.79 万元，占比 89.94%，据此推算，在不影响当季新产品正常销售的情况下，公司消化全部库存商品大约需要 26 个月；公司 2016 年年末库存商品的期后销售结转金额为 23,158.25 万元，占比 97.43%。公司基本能在 2 年左右将库存商品消化。

公司一般在服装销售当季提前 2 个季度召开订货会，根据订货情况组织采购与生产，服装备货周期较长。同时，除正价店外，公司配置了一定比例的折扣店，近年来过季产品消化渠道稳定增长，已建立完善的销售渠道。为进一步提升商品运营效率，公司在制定当年商品采购计划时需留出更大的存量商品消化空间，以保证过季渠道有相应的存量供应。因此，公司库存商品期后的消化情况符合经营

特点。

D、库存商品计提跌价准备的具体方法

发行人于各期末根据不同库龄的库存商品预计售价减去销售成本、以及应承担的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值，并按其可变现净值低于其账面成本的差额计提相应的存货跌价准备。报告期内，发行人存货跌价准备计提的具体政策如下：

品牌	1年以内	1-2年	2-3年	3年以上
比音勒芬	-	6%	15%	30%
威尼斯狂欢节	按照成本和可变现净值孰低			

E、同行业可比上市公司计提存货跌价准备的具体方法

同行业可比上市公司中，大部分仅按会计准则的规定披露其存货计提跌价的原则：在资产负债表日，参照存货按照成本与可变现净值孰低计量原则。当其可变现净值低于成本时，提取存货跌价准备。其中部分按照库龄计提存货跌价准备，部分按照单个存货项目计提。

部分企业披露了其计提存货跌价准备的方法如下：

公司	品牌	存货跌价准备计提方法	1年以内	1-2年	2-3年	3年以上
日播时尚（注）		库龄法按比例计提跌价	5%	50%	100%	100%
地素时尚		库龄法按比例计提跌价	-	30%	50%	100%
歌力思		库龄法按比例计提跌价	-	50%	100%	100%
海澜之家	海澜之家	库龄法按比例计提跌价	-	-	70%	100%
	爱居兔	库龄法按比例计提跌价	-	25%	100%	100%
	其他品牌	按成本和可变现净值孰低	根据存货可变现净值单独测试			

注：日播时尚：本年春季商品从当年3月末计提5%，上年春季商品从当年3月末计提50%，其他年春季商品从当年3月末计提100%；夏、秋、冬季商品根据以上库龄和计提比例分别从6月末、9月末、12月末递增调整跌价准备率。

由上表对比可见，在存货跌价准备计提方法上，较多同行业上市采用类似的

以库龄划分存货类别进而按比例计提跌价准备的方法；发行人与同行业可比上市公司计提存货跌价准备方法一致。

F、发行人已充分考虑产品滞销及呆滞情况

(a) 库存商品的库龄较短，产品滞销和呆滞的可能性较小

报告期内，公司 2 年以上的库存商品的占比较低，分别为 3.94%、4.89% 和 6.14%。公司库存商品基本能在 2 年以内销售，产品滞销和呆滞的可能性较小。

(b) 发行人拥有通畅的过季服装销售渠道

发行人通过名牌折扣店和唯品会等网上折扣店对过季服装产品进行销售。由于发行人产品定位清晰且品质高端，通过合理有效的促销方式可以及时消化过季服装，保证发行人存货流转顺畅和业务的稳步发展，也很好得解决产品滞销及呆滞的情况。

(c) 对无法销售的货品进行报废处理

发行人定期清理库龄较长的存货，并针对无法销售的货品进行报废处理。

综上，发行人库龄结构良好，2 年以上占比较低，销售渠道通畅，不存在产品滞销及呆滞的情况。

G、两年以内的库存商品基本处于适销期的依据

(a) 高品质的产品研发设计延长了库存商品的适销周期

为保证比音勒芬品牌的时尚性、功能性和舒适性，发行人建立了研发设计人员组成的专业团队，聘请了韩国知名设计师，同时与国外知名设计顾问公司合作。比音勒芬已经建立起有自身风格、个性魅力和文化内涵的品牌形象，一些经典款型长销不衰。高端、经典的产品研发设计使得发行人在高尔夫服装领域具有较为领先的创意，从而延长的库存商品的适销周期。

(b) 库龄 2 年以上的库存商品占比较低

报告期各期末，公司库存商品账面余额分别为 32,279.48 万元、58,508.99 万元和 68,518.72 万元。其中 2 年以上的库存商品分别为 1,272.78 万元、2,862.17

万元和 4,207.46 万元，占库存商品总额比例分别为 3.94%、4.89%和 6.14%。由此可见，公司库存商品基本能在 2 年以内完成销售。

综上所述，公司 2 年以内的库存商品基本处于适销期。

H、存货跌价准备余额逐年上升的原因及合理性，存货跌价准备计提是否足够充分

(a) 存货跌价准备余额逐年上升的原因及合理性

报告期各期末，公司存货跌价准备余额分别为 543.61 万元、1,188.12 万元和 3,353.47 万元，呈现逐年上升。一方面，公司存货以库存商品为主，随着公司收入规模扩大、单店业绩和直营门店数量增长，公司产品的铺货、备货需求不断提高，库存商品基数的变大导致公司存货跌价准备计提增加；另一方面，报告期各期末，公司库龄 1 年以上的库存商品分别为 6,894.94 万元、14,834.97 万元和 33,398.50 万元，占库存商品账面余额的比例分别为 21.37%、25.35%和 48.74%，1 年以上库存商品账面余额及其占比的增加也使得存货跌价准备金额逐年上升。因此，公司存货跌价准备余额逐年上升的趋势具有合理性。

(b) 存货跌价准备计提是否足够充分

公司主品牌比音勒芬定位于高尔夫运动与时尚休闲生活相结合的以高端男装为主的细分市场，清晰的市场定位及高品质的产品研发设计使得公司产品的适销期较长且附加值保持在较高水平。

报告期各期末，公司存货余额构成如下：

项目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	账面余额 (万元)	比例 (%)	账面余额 (万元)	比例 (%)	账面余额 (万元)	比例 (%)
库存商品	68,518.72	96.80	58,508.99	92.25	32,279.48	91.11
委托加工物资	472.71	0.67	2,866.75	4.52	1,508.76	4.26
原材料	1,795.29	2.54	2,049.87	3.23	1,640.71	4.63
合计	70,786.72	100.00	63,425.61	100.00	35,428.96	100.00

报告期内，公司库存商品余额占存货余额的比例分别为 91.11%、92.25%和 96.80%。公司存货以库存商品为主，主要是由于公司采用轻资产的品牌经营模式，

将产品生产业务外包给生产商，公司除了向成衣厂提供少量特殊专业性能面料和辅料外，大部分面辅料由成衣厂根据公司的要求或指定自行采购，原材料及委托加工物资占比较低。

公司存货跌价准备主要是针对过季库存商品折价销售可能导致的跌价损失。报告期各期末，公司库存商品已计提的跌价准备金额分别为 543.61 万元、1,188.12 万元和 3,353.47 万元，占当期期末库存商品账面余额的比重分别为 1.68%、2.03% 和 4.89%。

截止 2019 年 12 月 31 日，公司与可比上市公司的存货跌价准备计提情况如下：

公司名称	存货跌价准备占存货余额的比例
海澜之家	5.43%
摩登大道	5.75%
锦泓集团	1.74%
希努尔	2.53%
报喜鸟	9.84%
行业平均	5.06%
比音勒芬	4.74%

注：摩登大道延期披露 2019 年年度报告，以 2019 年半年报数据列示。

公司的存货跌价准备计提比例为 4.74%，略低于可比上市公司平均值 5.06%，但高于锦泓集团、希努尔的存货跌价准备计提比例。高品质的产品研发设计及以高端男装为主的定位，使得公司产品的销售毛利率相对较高，适销期亦相对较长，公司库存商品跌价可能性相对较低。

综上，公司存货以库存商品为主、库龄较短、期后周转情况良好、跌价准备的计提比例与可比上市公司平均值接近。公司存货跌价准备的计提政策和计提情况反映了公司存货的实际情况，公司存货跌价准备的计提是充分的。

(7) 其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产账面金额明细情况如下：

项 目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
-----	------------	------------	------------

	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
留抵税额及待抵扣增值税进项税	6,933.02	14.63	743.03	2.13	180.11	0.64
预缴企业所得税	-	-	772.80	2.21	-	-
结构性存款	40,338.06	85.10	33,445.44	95.66	28,155.60	99.36
可转债中介机构费用	128.30	0.27	-	-	-	-
合计	47,399.39	100.00	34,961.28	100.00	28,335.71	100.00

报告期各期末，公司其他流动资产账面金额分别为28,335.71万元、34,961.28万元和47,399.39万元，占当期末流动资产总额的比例分别为18.83%、19.29%和24.97%。公司其他流动资产主要系使用暂时闲置资金购买的结构性存款理财产品。公司购买的银行理财产品要求风险可控、收益相对稳定、流动性强，不影响公司正常经营的资金需求，公司未发生因购买理财产品而导致流动资金周转困难的情形。

2、非流动资产

报告期各期末，公司非流动资产的构成及比例如下：

项 目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
可供出售金融资产	-	-	1,000.00	3.26	-	-
其他权益工具投资	9,939.86	15.88	-	-	-	-
固定资产	21,901.91	35.00	905.77	2.95	547.15	2.41
在建工程	1,824.82	2.92	10,219.32	33.30	6,638.40	29.30
无形资产	11,357.27	18.15	11,157.89	36.36	10,844.31	47.86
长期待摊费用	10,682.50	17.07	5,787.80	18.86	3,470.42	15.32
递延所得税资产	4,193.80	6.70	1,436.73	4.68	1,158.06	5.11
其他非流动资产	2,685.17	4.29	180.77	0.59	-	-
合计	62,585.32	100.00	30,688.28	100.00	22,658.34	100.00

报告期各期末，公司非流动资产分别为22,658.34万元、30,688.28万元和62,585.32万元，主要由在建工程、无形资产、长期待摊费用构成。

(1) 其他权益工具投资和可供出售金融资产

2017年财政部修订了《企业会计准则第22号—金融工具确认和计量》、《企业会计准则第23号—金融资产转移》、《企业会计准则第24号—套期会计》及《企业会计准则第37号—金融工具列报》，并要求单独在境内上市企业自2019年1月1日起施行。

公司自2019年1月1日起开始执行上述会计准则，将持有的深圳柚安米科技有限公司股权投资由2018年末“可供出售金融资产”科目列示调整至2019年末“其他权益工具投资”科目列示。2019年末，公司其他权益工具金额9,939.86万元，占非流动资产比例15.88%，为对深圳柚安米科技有限公司和新增快尚时装（广州）有限公司的股权投资。

（2）固定资产

报告期各期末，公司固定资产情况如下：

项目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	账面价值 (万元)	比例 (%)	账面价值 (万元)	比例 (%)	账面价值 (万元)	比例 (%)
房屋建筑物	20,051.61	91.55	-	-	-	-
运输工具	81.01	0.37	139.48	15.40	175.72	32.12
机器设备	1.44	0.01	3.04	0.34	1.83	0.33
办公设备	1,767.85	8.07	763.25	84.27	369.59	67.55
合计	21,901.91	100.00	905.77	100.00	547.15	100.00

报告期各期末，固定资产账面价值分别为547.15万元、905.77万元和21,901.91万元，占各期末非流动资产比例分别为2.41%、2.95%和35.00%，其中2019年末增幅较大，主要系公司新商业办公大楼投入使用。

（3）在建工程

报告期各期末，公司在建工程账面金额分别为6,638.40万元、10,219.32万元和1,824.82万元，占当期末非流动资产比例分别为29.30%、33.30%和2.92%。

2017年至2018年末，公司在建工程账面金额随着相关项目的建设进度增加而增加，主要为“智能化仓储中心”项目和“商业办公楼”项目。2019年末，在建工程大幅下降主要系“商业办公楼”项目完工结转。

(4) 无形资产

报告期各期末，公司无形资产账面价值如下：

项 目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额 (万元)	比例(%)	金额 (万元)	比例(%)	金额 (万元)	比例(%)
土地使用权	10,409.30	91.65	10,659.73	95.54	10,755.19	99.18
商标	26.54	0.23	29.56	0.26	33.80	0.31
软件	921.43	8.11	468.60	4.20	55.32	0.51
合 计	11,357.27	100.00	11,157.89	100.00	10,844.31	100.00

报告期各期末，无形资产账面价值分别为10,844.31万元、11,157.89万元和11,357.27万元，占各期末非流动资产的比例分别为47.86%、36.36%和18.15%。公司的无形资产主要系土地使用权。

(5) 长期待摊费用

截至2019年12月31日，公司长期待摊费用情况如下：

单位：万元

项 目	期初金额	本期增加	本期摊销	期末金额
店面装修费	5,042.22	7,714.20	4,171.85	8,584.57
办公楼装修费	130.77	72.85	104.14	99.48
仓库装修	568.98	64.22	315.84	317.36
广告代言费	45.83	1,887.59	606.97	1,326.45
软件租赁费	-	389.11	55.32	333.79
其他	-	45.83	25.00	20.83
合 计	5,787.80	10,173.80	5,279.11	10,682.50

公司长期待摊费用主要包括店面装修费、办公楼和仓库装修费、广告代言费和软件租赁费。报告期各期末，公司长期待摊费用账面金额分别为3,470.42万元、5,787.80万元和10,682.50万元，占非流动资产的比例分别为15.32%、18.86%和17.07%。

(6) 递延所得税资产

报告期各期末，公司的递延所得税资产情况如下：

项 目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
资产减值准备	683.23	292.99	249.03
无形资产摊销	16.57	22.20	44.31
预计换货暂未确认的销售毛利	1,339.83	758.70	542.75
可抵扣亏损	153.32	0.10	-
内部未实现利润	1,497.11	1.53	-
递延收益	-	150.00	-
应付职工薪酬	303.77	211.21	321.98
股权激励费用	199.96	-	-
合 计	4,193.80	1,436.73	1,158.06

报告期内，公司不存在未确认的递延所得税资产和递延所得税负债。

(7) 其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产的账面余额分别为0.00万元、180.77万元和2,685.17万元，2019年年末账面余额较2018年年末增加2,504.40万元，主要系预付智能化仓储中心土建工程款所致。

(二) 负债结构分析

报告期各期末，公司负债情况如下：

项 目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
应付票据	6,803.41	12.02	9,553.39	19.49	924.26	3.20
应付账款	8,673.75	15.32	6,276.68	12.80	2,968.39	10.27
预收款项	15,548.20	27.47	18,143.94	37.01	15,583.28	53.91
应付职工薪酬	4,090.92	7.23	3,489.04	7.12	2,931.64	10.14
应交税费	5,755.51	10.17	2,334.18	4.76	1,978.79	6.85
其他应付款	3,655.45	6.46	3,080.49	6.28	2,346.67	8.12
其他流动负债	8,932.18	15.78	5,057.98	10.32	2,170.99	7.51
流动负债合计	53,459.43	94.45	47,935.70	97.79	28,904.00	100.00
递延所得税负债	139.49	0.25	84.18	0.17	-	-
递延收益	3,000.00	5.30	1,000.00	2.04	-	-

非流动负债合计	3,139.49	5.55	1,084.18	2.21	-	-
合计	56,598.92	100.00	49,019.88	100.00	28,904.00	100.00

报告期各期末，公司负债构成以流动负债为主，流动负债占总负债的比例分别为 100.00%、97.79%和 94.45%，主要由应付票据、应付账款、预收账款、应付职工薪酬、应交税费、其他应付款、其他流动负债组成；非流动负债主要由递延所得税负债、递延收益组成。

1、应付票据及应付账款

报告期各期末，公司应付票据、应付账款账面金额明细情况如下：

项 目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
应付票据	6,803.41	43.96	9,553.39	60.35	924.26	23.74
应付账款	8,673.75	56.04	6,276.68	39.65	2,968.39	76.26
合计	15,477.16	100.00	15,830.07	100.00	3,892.65	100.00

公司应付票据和应付账款主要是应付面料辅料供应商及成衣厂的采购款，其中应付票据均为银行承兑汇票。随着业务规模的扩大，公司应付账款及应付票据呈增长趋势。

2、预收款项

公司预收款项主要是预收加盟商的货款。公司采取直营和特许加盟相结合的销售模式。在特许加盟模式下，加盟商在订货会结束时提交订单并向公司支付部分订货款作为首笔预付款。同时，销售给加盟商的货品通常在全额收到货款后才发出，从而产生预收款项。

报告期各期末，公司预收款项金额分别为15,583.28万元、18,143.94万元和15,548.20万元，占当期末负债总额的比例分别为53.91%、37.01%和27.47%。公司预收款项金额整体保持较高水平的原因主要系近年来公司加盟商渠道规模的不断扩大。近三年，公司加盟店数量保持增长，从2017年底的358家增长到2019年底的453家。

3、应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬分别为2,931.64万元、3,489.04万元和4,090.92万元，占当期末负债总额的比例分别为10.14%、7.12%和7.23%。公司应付职工薪酬随着公司员工人数的增加而增加。

4、应交税费

报告期各期末，公司应交税费分别为1,978.79万元、2,334.18万元和5,755.51万元，占当期末负债总额的比例分别为6.85%、4.76%和10.17%。公司应交税费主要系应交的增值税和企业所得税。

5、其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款明细情况如下：

单位：万元

项 目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应付股利	-	-	-
其他应付款	3,655.45	3,080.49	2,346.67
其中：保证金	2,643.69	2,219.85	1,928.90
其他	1,011.76	860.64	417.76
合 计	3,655.45	3,080.49	2,346.67

(1) 应付股利

报告期内，公司应付股利均已全部支付。

(2) 其他应付款

报告期内，公司其他应付款主要系向加盟商收取的保证金，各期末保证金金额随着公司加盟店数量的增长而增长，无账龄超过一年的重要其他应付款。

6、其他流动负债

公司其他流动负债为根据公司向加盟商销售服装可能出现的换货涉及的毛利额，是依据对加盟商服装销售额及预计的退换货率调整营业收入与营业成本的差额。

公司对加盟商实行买断式销售政策，不接受非质量问题的退货；但为减少加

盟商的经营风险，支持加盟商的业务发展，公司允许加盟商在春夏季、秋冬季结束时能按一定的比例申请非质量问题换货，换出部分未售出的当季服装，换入总价相同的后一季新品。

报告期各期末，公司其他流动负债分别为2,170.99万元、5,057.98万元和8,932.18万元，占当期末负债总额的比例分别为7.51%、10.32%和15.78%。公司的其他流动负债金额随着公司加盟店数量及加盟商的收入规模的增长而增长。

7、递延所得税负债

报告期各期末，公司的递延所得税负债金额分别为0.00万元、84.18万元和139.49万元，占负债总额比例较小，系公司固定资产折旧形成的应纳税暂时性差异所致。

8、递延收益

报告期各期末，公司的递延收益金额分别为0.00万元、1,000.00万元和3,000.00万元，占当期末负债总额的比例分别为0.00%、2.04%和5.30%，系公司收到的与资产相关的政府补助。

（三）偿债能力分析

1、公司的偿债能力指标分析

报告期内，公司偿债能力的主要财务指标如下：

财务指标	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
资产负债率（合并）（%）	22.42	23.13	16.69
资产负债率（母公司）（%）	20.23	23.08	16.69
流动比率（倍）	3.55	3.78	5.21
速动比率（倍）	2.29	2.48	4.00
财务指标	2019年度	2018年度	2017年度
利息保障倍数	不适用	不适用	不适用

（1）资产负债率

报告期各期末，公司合并资产负债率分别为16.69%、23.13%和22.42%，母公司资产负债率分别为16.69%、23.08%和20.23%。公司资产负债率较低，主要

系报告期内除经营性负债外，公司无银行借款，未进行债务融资，负债较低所致，公司长期偿债能力较强。

（2）流动比率和速动比率

报告期各期末，公司流动比率分别为 5.21 倍、3.78 倍和 3.55 倍，速动比率分别为 4.00 倍、2.48 倍和 2.29 倍。报告期内，随着公司流动负债规模的增加，流动比率、速动比率有所下降，但整体仍处于较高水平，公司短期偿债能力较强。

2、与同行业可比公司比较分析

报告期内，公司的资本结构和偿债能力指标及其与可比公司的对比情况如下：

股票代码	股票简称	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
资产负债率（%）（合并）				
600398.SH	海澜之家	52.06	55.75	55.47
002656.SZ	摩登大道	56.37	25.95	27.05
603518.SH	锦泓集团	58.72	59.82	71.97
002485.SZ	希努尔	35.53	31.80	13.41
600400.SH	红豆股份	24.66	26.17	15.58
002154.SZ	报喜鸟	34.54	33.47	40.63
平均值		43.65	38.82	37.35
002832.SZ	比音勒芬	22.42	23.13	16.69
流动比率（倍）				
600398.SH	海澜之家	1.74	1.69	1.42
002656.SZ	摩登大道	2.50	2.29	2.68
603518.SH	锦泓集团	0.84	1.83	1.51
002485.SZ	希努尔	1.32	0.95	5.11
600400.SH	红豆股份	2.00	1.78	3.45
002154.SZ	报喜鸟	1.50	1.36	1.02
平均值		1.65	1.65	2.53
002832.SZ	比音勒芬	3.55	3.78	5.21
速动比率（倍）				
600398.SH	海澜之家	0.99	0.95	0.74

002656.SZ	摩登大道	2.06	1.55	2.02
603518.SH	锦泓集团	0.48	1.14	1.04
002485.SZ	希努尔	1.06	0.71	4.74
600400.SH	红豆股份	1.83	1.59	3.18
002154.SZ	报喜鸟	0.78	0.73	0.56
平均值		1.20	1.11	2.04
002832.SZ	比音勒芬	2.29	2.48	4.00

数据来源：Wind 资讯，上市公司年度报告。

报告期内，公司资产负债率水平低于同行业上市公司平均值，主要是由于与同行业上市公司相比，公司除应付票据、应付账款、预收账款等经营性负债外，不存在银行借款等有息负债所致，公司长期偿债能力较强。

报告期内，公司流动比率、速动比率水平高于同行业上市公司。虽然随着流动负债规模的增加，公司流动比率、速动比率水平有所下降，但仍处于较高水平，公司短期偿债能力较强。

（四）资产周转能力分析

1、公司资产周转能力指标分析

报告期内，公司应收账款、存货周转率情况如下：

财务指标	2019年度	2018年度	2017年度
应收账款周转率（次）	14.89	18.67	20.71
存货周转率（次）	0.91	1.12	1.22

（1）应收账款周转率

报告期内，公司应收账款周转率分别为 20.71 次、18.67 次和 14.89 次，应收账款周转始终保持在较高的水平。报告期内，公司的应收账款账龄基本在 1 年以内，没有发生过重大坏账损失。

（2）存货周转率

报告期内，公司存货周转率分别为 1.22 次、1.12 次和 0.91 次。报告期内，公司存货周转率呈缓慢下降趋势，主要系公司存货期末账面金额的增长速度略高

于各期对应营业成本的增长速度。

2、与同行业可比公司比较分析

报告期内，公司资产周转能力指标及其与可比公司对比情况如下：

股票代码	股票简称	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应收账款周转率（次）				
600398.SH	海澜之家	30.13	29.83	29.34
002656.SZ	摩登大道	5.74	5.64	5.31
603518.SH	锦泓集团	5.45	5.74	8.77
002485.SZ	希努尔	9.89	5.66	2.37
600400.SH	红豆股份	7.37	10.23	18.75
002154.SZ	报喜鸟	8.36	8.04	6.52
平均值		11.16	10.86	11.84
603806	比音勒芬	14.89	18.67	20.71
存货周转率（次）				
600398.SH	海澜之家	1.44	1.26	1.30
002656.SZ	摩登大道	1.93	2.20	1.03
603518.SH	锦泓集团	0.99	1.24	1.60
002485.SZ	希努尔	14.15	9.04	2.51
002154.SZ	报喜鸟	1.37	1.52	1.28
平均值		1.43	1.56	1.54
603806	比音勒芬	0.91	1.12	1.22

数据来源：Wind 资讯，上市公司年度报告。

注：可比公司存货周转率中，因希努尔 2017 年起开拓旅游业务，并于 2018 年和 2019 年形成较大的营业成本，故计算行业平均值时将其 2018 年、2019 年的数据剔除；因红豆股份报告期内存在房地产业务，故计算行业平均值时将其剔除。

报告期内，公司应收账款周转率较为稳定，处于同行业可比公司的较高水平，主要原因系：在加盟店销售模式下，公司对加盟商主要采取“先款后货”的销售方式，较少发生应收账款；在直营店中的联营销售模式下，公司对商场等联营方主要采取月结算方式，联营方与公司有着长期合作关系，货款回收可能性较强且结算及时，应收账款金额小；因此，公司应收账款周转率较高。

公司存货周转率略低于同行业上市公司平均水平，主要系公司定位于高尔夫

运动与时尚休闲生活相结合的细分市场，产品涵盖专业高尔夫及生活休闲，为消费者提供高品质的产品，树立了高端品牌形象。公司存货周转率偏低与高端品牌服装企业的经营模式相适应。销售模式上，公司为直营和特许加盟相结合，且营业收入以直营模式为主，存货相对于以加盟或经销为主的服装类上市公司较大，使得其存货周转率小于加盟或经销占比较高的服装类上市公司。

二、盈利能力分析

报告期内，收入和利润指标变动情况如下：

项 目	2019 年度		2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额 (万元)	增长率 (%)	金额 (万元)	增长率 (%)	金额 (万元)	增长率 (%)	金额 (万元)
营业收入	182,551.68	23.70	147,574.71	39.96	105,442.82	25.23	84,200.74
营业利润	47,266.28	40.12	33,732.03	47.05	22,939.12	31.46	17,449.33
利润总额	47,153.94	37.22	34,364.23	47.97	23,223.12	31.18	17,703.50
净利润	40,660.39	39.12	29,225.88	62.16	18,022.40	35.92	13,259.64

报告期内，公司营业收入分别为 105,442.82 万元、147,574.71 万元和 182,551.68 万元，呈稳步增长趋势。营业收入的稳定增长为公司提供了较大的盈利空间，公司报告期内分别实现净利润 18,022.40 万元、29,225.88 万元和 40,660.39 万元，增速较快。

（一）营业收入分析

报告期内，公司营业收入构成如下：

项 目	2019 年度		2018 年度		2017 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	182,549.86	100.00	147,574.71	100.00	105,442.82	100.00
其他业务收入	1.83	0.00	-	-	-	-
合 计	182,551.68	100.00	147,574.71	100.00	105,442.82	100.00

公司定位于高尔夫运动与时尚休闲生活相结合的服装细分市场，报告期内营业收入主要为主营业务收入。

1、主营业务收入产品类别构成分析

公司产品按类别划分为上装、下装、外套和其他。报告期内，公司各类别产品销售情况如下表所示：

产品类别	2019年度		2018年度		2017年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
上装类	75,709.51	41.47	61,456.46	41.64	45,374.05	43.03
外套类	55,531.63	30.42	47,254.26	32.02	32,228.68	30.57
下装类	35,736.24	19.58	29,220.30	19.80	21,861.30	20.73
其他类	15,572.47	8.53	9,643.70	6.53	5,978.78	5.67
合计	182,549.86	100.00	147,574.71	100.00	105,442.82	100.00

公司的产品销售收入以上装、外套、下装为主。报告期内，上装、外套和下装的销售收入之和占主营业务收入的比例分别为94.33%、93.47%和91.47%，公司其他类产品主要包括包、皮带、帽子、手套、内衣、袜子、围巾、鞋等及其它用品，这类产品占比较低，伴随着业务的发展保持稳步增长。

2、主营业务收入区域构成分析

报告期内，公司各区域主营业务收入情况如下表所示：

区域	2019年度		2018年度		2017年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
华南	40,528.39	22.20	33,400.70	22.63	24,219.40	22.97
华东	39,030.77	21.38	28,913.29	19.59	21,009.00	19.92
西南	35,088.53	19.22	31,047.23	21.04	22,678.81	21.51
华北	28,249.92	15.48	22,281.79	15.10	15,274.59	14.49
东北	17,401.94	9.53	14,728.65	9.98	10,572.71	10.03
华中	13,086.64	7.17	10,945.42	7.42	7,329.28	6.95
西北	9,163.68	5.02	6,257.64	4.24	4,359.02	4.13
合计	182,549.86	100.00	147,574.71	100.00	105,442.82	100.00

公司业务主要集中于华南、华东、西南和华北地区。近三年，这四个地区的销售收入合计占总收入的比例分别为78.89%、78.36%和78.28%。随着公司网络布局的不断优化，各地区收入日趋均衡。

(二) 营业成本分析

报告期内，公司营业成本构成如下：

项 目	2019年度		2018年度		2017年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
主营业务成本	58,824.47	100.00	54,194.86	100.00	36,478.54	100.00
其他业务成本	-	-	-	-	-	-
合 计	58,824.47	100.00	54,194.86	100.00	36,478.54	100.00

报告期内，公司营业成本为主营业务成本。

报告期内，公司的主营业务成本按产品分类如下：

产品类别	2019年度		2018年度		2017年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
上装类	23,234.55	39.50	22,536.74	41.58	15,413.74	42.25
外套类	18,859.76	32.06	17,763.61	32.78	11,712.33	32.11
下装类	11,795.87	20.05	10,200.61	18.82	6,979.06	19.13
其他类	4,934.29	8.39	3,693.89	6.82	2,373.40	6.51
合 计	58,824.47	100.00	54,194.86	100.00	36,478.54	100.00

报告期内，公司主营业务成本增长趋势与主营业务收入保持一致，各产品主营业务成本占比与各产品主营业务收入占比基本一致。

（三）毛利率分析

1、分产品类别的毛利额和毛利率分析

产品类别	2019年度		2018年度		2017年度	
	毛利额 (万元)	毛利率 (%)	毛利额 (万元)	毛利率 (%)	毛利额 (万元)	毛利率 (%)
上装类	52,474.96	69.31	38,919.71	63.33	29,960.31	66.03
外套类	36,671.87	66.04	29,490.65	62.41	20,516.35	63.66
下装类	23,940.38	66.99	19,019.68	65.09	14,882.23	68.08
其他类	10,638.18	68.31	5,949.81	61.70	3,605.38	60.30
合 计	123,725.39	67.78	93,379.85	63.28	68,964.27	65.40

注：毛利=主营业务收入-主营业务成本，毛利率=主营业务毛利/主营业务收入，下同。

（1）公司毛利构成

近三年，公司的毛利额分别为 68,964.27 万元、93,379.85 万元和 123,725.39 万元，呈稳步增长趋势，与收入增长相匹配。报告期内，上装、外套和下装毛利占公司总毛利的比重分别为 94.77%、93.63% 和 91.40%，是公司主要毛利来源。

（2）毛利率分析

近三年，公司的主营业务毛利率分别为 65.40%、63.28% 和 67.78%。报告期内，公司毛利率基本保持稳定，较高的毛利率水平为主营业务毛利的持续增长提供了保证。

公司经营高端品牌服饰，在产品设计上准确把握时尚特点，为保持新颖、时尚、高端的品牌形象，会根据选定的设计款式来采购对应的面辅料，以满足消费者对面料质地、颜色等的不同要求。公司产品定位于高尔夫运动与时尚休闲生活相结合的细分市场，通过研发设计、品牌推广、营销网络建设及供应链管理来实现品牌的运营，树立了高端品牌形象。近年来，公司的品牌认同度和影响力不断提高，产品定价能力不断增强；同时，公司拥有专业化、高素质设计团队，在设计上始终保持公司品牌内涵和风格，紧跟时尚和流行趋势，适时推出高附加值的服饰产品，都支撑着公司主营业务毛利率维持在较高水平。

2、分销售模式的毛利额和毛利率分析

销售模式	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	毛利额 (万元)	毛利率 (%)	毛利额 (万元)	毛利率 (%)	毛利额 (万元)	毛利率 (%)
直营模式	85,212.11	71.36	65,677.58	63.79	51,607.04	66.50
加盟模式	38,513.28	60.99	27,702.27	62.08	17,357.24	62.35
合计	123,725.39	67.78	93,379.85	63.28	68,964.27	65.40

报告期内，公司毛利主要来源于直营店的贡献，近三年，直营店贡献的毛利额分别为 51,607.04 万元、65,677.58 万元和 85,212.11 万元，占主营业务总毛利额的 74.83%、70.33% 和 68.87%。公司品牌定位高端，两种渠道的毛利率均保持在 60% 以上；和大部分高端品牌处理过季存货的方式一样，公司对当季未销售出去的产品主要通过名牌折扣店促销，因此直营店又分为正价店和折扣店。2019 年，公司

严格控制折扣店的打折力度，使得直营渠道毛利率上升较多。

3、公司毛利率与同行业上市公司的比较情况

公司	2019年度	2018年度	2017年度
海澜之家	39.46%	40.84%	38.95%
摩登大道	48.50%	41.46%	54.65%
锦泓集团	67.71%	69.05%	69.69%
希努尔	14.32%	16.61%	23.79%
红豆股份	30.53%	27.91%	25.28%
报喜鸟	61.70%	61.06%	60.34%
平均值	43.70%	42.82%	45.45%
比音勒芬	67.78%	63.28%	65.40%

数据来源：Wind 资讯，上市公司年度报告。

报告期内，同行业上市公司的综合毛利率大小一定程度上取决于各自的品牌定位。品牌定位高端的可比上市公司的综合毛利率要高于品牌定位中端或中高端的同行业上市公司。比音勒芬、摩登大道、锦泓集团和报喜鸟的综合毛利率要高于海澜之家、希努尔和红豆股份的综合毛利率。

（四）期间费用分析

项 目	2019年度		2018年度		2017年度	
	金额 (万元)	占收 入比 (%)	金额 (万元)	占收 入比 (%)	金额 (万元)	占收 入比 (%)
销售费用	54,754.28	29.99	43,789.05	29.67	34,357.65	32.58
管理费用	13,581.95	7.44	10,788.11	7.31	9,049.86	8.58
研发费用	5,910.59	3.24	4,632.54	3.14	2,795.00	2.65
财务费用	-558.57	-0.31	-727.64	-0.49	-989.62	-0.94
合计	73,688.25	40.37	58,482.06	39.63	45,212.90	42.88

报告期内，公司期间费用总额随着业务规模的增长而增长。期间费用合计占营业总收入的比例分别为42.88%、39.63%和40.37%，占比较为稳定，费用控制相对较好。

1、销售费用

销售费用	2019年度		2018年度		2017年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
职工薪酬	23,179.61	42.33	18,434.50	42.10	13,999.00	40.74
门店运营费	11,292.30	20.62	7,478.95	17.08	6,381.32	18.57
装修装饰费	8,684.52	15.86	8,285.83	18.92	7,302.50	21.25
广告宣传费	5,996.82	10.95	5,279.10	12.06	3,862.92	11.24
办公及差旅费	1,883.76	3.44	1,540.96	3.52	1,194.19	3.48
包装运输费	2,578.75	4.71	1,920.99	4.39	1,044.54	3.04
电商运营费	302.91	0.55	-	-	-	-
其他	835.61	1.53	848.72	1.94	573.18	1.67
合计	54,754.28	100.00	43,789.05	100.00	34,357.65	100.00

报告期内，公司销售费用分别为34,357.65万元、43,789.05万元和54,754.28万元，公司销售费用随着公司业务规模的增长而增长，公司终端店铺数量由2017年末的652家增加至2019年末的894家。公司销售费用主要为职工薪酬、门店运营费和装修装饰费。近三年，上述三项费用合计占销售费用的比例分别为80.57%、78.10%和78.82%。

(1) 报告期内，销售费用中的职工薪酬费用的增长主要系公司营业规模不断扩大，店铺数量不断增加，公司加强销售团队建设，销售人员数量相应增加，销售人员的不断增加是职工薪酬上升的主要因素。

(2) 报告期内，销售费用中门店运营费用保持增长，主要系公司终端店铺数量增长，其对应的日常租金等相关运营费用也随之相应增加。

(3) 报告期内，终端店铺数量的增加和装修标准的不断完善导致装修装饰费增长。公司十分注重终端店铺的形象建设，从店铺装修选材、设计到道具陈列、产品陈列等方面紧紧扣住品牌风格与品牌文化。

(4) 宣传力度的不断加大导致广告宣传费持续增长相对较快。公司定位于高尔夫运动与时尚休闲生活相关的高端市场，主要通过一系列新媒体营销手段，娱乐营销、赛事营销、事件营销等方式来提升和维护高端品牌形象。

2、管理费用

管理费用	2019年度		2018年度		2017年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
职工薪酬	6,577.46	48.43	5,759.90	53.39	5,165.55	57.08
股权激励费用	1,333.07	9.82	-	-	-	-
办公及差旅费	2,331.41	17.17	2,361.33	21.89	2,270.28	25.09
办公场所使用费	2,190.53	16.13	1,474.03	13.66	634.08	7.01
中介机构费	874.20	6.44	1,027.95	9.53	663.19	7.33
其他	275.28	2.03	164.91	1.53	316.76	3.50
合 计	13,581.95	100.00	10,788.11	100.00	9,049.86	100.00

报告期内，公司管理费用分别为9,049.86万元、10,788.11万元和13,581.95万元，呈逐年上升趋势，主要系随着公司业务规模扩大，管理人员人数增加，职工薪酬、办公及差旅费和办公场所使用费相应增加。

报告期内，公司管理费用主要为职工薪酬、办公及差旅费和办公场所使用费。近三年，上述三项费用合计占管理费用的比例分别为89.17%、88.94%和81.72%。

公司2019年上半年实施第二期员工持股计划，该事项经公司于2019年5月29日召开第三届董事会第十二次会议通过，并于2019年6月14日召开的2019年第一次临时股东大会审议通过，2019年6月，公司第二期员工持股计划非交易过户完成，计提股权激励费用1,333.07万元，占当年管理费用的比例为9.82%。

3、研发费用

报告期内，公司研发费用分别为2,795.00万元、4,632.54万元和5,910.59万元，呈逐年上升趋势。

4、财务费用

报告期内，公司财务费用分别为-989.62万元、-727.64万元和-558.57万元，主要为利息收入。报告期内，公司没有通过银行借款等有息负债融资，不存在利息支出，财务费用占营业收入的比重较小，对公司整体经营影响较小。

(五) 公允价值变动收益、投资收益

报告期内，公司公允价值变动收益、投资收益如下：

单元：万元

项 目	2019年度	2018年度	2017年度
公允价值变动收益	-	11.59	-
投资收益	1,686.34	1,397.98	526.72
其中：结构性存款保本收益	1,538.33	1,337.58	526.72
货币市场基金收益	148.01	60.40	-

报告期内，公司公允价值变动收益分别为 0.00 万元、11.59 万元和 0.00 万元，2018 年度系来自与利率挂钩的结构性存款的收益。

报告期内，公司投资收益主要为理财产品收益，包括结构性存款保本收益和货币市场基金收益。为提高公司资金使用效率和收益，公司将暂时闲置资金在批准额度内根据市场情况进行理财管理。报告期内，投资收益占当期净利润的比例分别为 2.92%、4.78% 和 **4.15%**，占比较低。

（六）其他收益、营业外收支项目

1、报告期内，其他收益分别为 303.31 万元、314.10 万元和 519.84 万元，占利润总额的比重分别为 1.31%、0.91% 和 1.10%，主要为与企业日常活动相关的政府补助。

2、报告期内，营业外收入分别为 435.14 万元、670.49 万元和 162.45 万元，占利润总额的比重分别为 1.87%、1.95% 和 0.34%，主要为与企业日常活动无关的政府补助和 2019 年处置固定资产净收益。

3、报告期内，营业外支出分别为 151.15 万元、38.28 万元和 274.79 万元，占利润总额的比重分别为 0.65%、0.11% 和 0.58%，主要为对外捐赠支出。

报告期内，公司其他收益、营业外收支金额占当期利润总额的比重均较低，对公司经营成果不构成重大影响。

（七）非经常性损益分析

报告期内，公司非经常性损益情况如下：

单位：万元

项目	2019年度	2018年度	2017年度
----	--------	--------	--------

1、非流动性资产处置损益	88.20	-0.90	21.66
2、越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	-	-	-
3、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）	529.84	892.06	737.91
4、计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-
5、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	-	-	-
6、非货币性资产交换损益	-	-	-
7、委托他人投资或管理资产的损益	-	-	-
8、因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备	-	-	-
9、债务重组损益	-	-	-
10、企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等	-	-	-
11、交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	-	-	-
12、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	-	-	-
13、与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-
14、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	-	11.59	-
15、单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	-
16、对外委托贷款取得的损益	-	-	-
17、采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-
18、根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	-	-	-
19、受托经营取得的托管费收入	-	-	-
20、除上述各项之外的营业外收支净额	-210.54	55.15	-149.03

21、其他符合非经常性损益定义的损益项目	1,686.34	1,397.98	526.72
小 计	2,093.84	2,355.87	1,137.25
减：非经常性损益相应的所得税	328.94	362.55	297.67
减：少数股东损益影响数	1.61	-	-
非经常性损益	1,763.29	1,993.32	839.58

报告期内，公司非经常性损益占同期归属于母公司股东净利润的比例分别为4.66%、6.82%和4.34%。总体来看，非经常性损益对公司盈利能力的影响较小。

三、现金流量分析

报告期内，公司现金流量构成明细如下表所示：

单位：万元

项 目	2019年度	2018年度	2017年度
经营活动产生的现金流量净额	33,346.91	17,081.38	12,649.83
投资活动产生的现金流量净额	-30,943.14	-21,593.24	-37,253.76
筹资活动产生的现金流量净额	-8,234.14	-13,583.11	-2,838.18
现金及现金等价物净增加额	-5,830.36	-18,094.97	-27,442.11

（一）经营活动现金流量分析

单位：万元

项 目	2019年度	2018年度	2017年度	合 计
经营活动产生的现金流入额	207,953.53	172,516.29	129,660.83	510,130.65
营业收入	182,551.68	147,574.71	105,442.82	435,569.21
销售现金比例	1.14	1.17	1.23	1.17
经营活动产生的现金流量净额	33,346.91	17,081.38	12,649.83	63,078.12
净利润	40,660.39	29,225.88	18,022.40	87,908.67
盈利现金比例	0.82	0.58	0.70	0.72

注：销售现金比例=经营活动产生的现金流入额/营业收入；盈利现金比例=经营活动产生的现金流量净额/净利润。

近三年，公司经营活动产生的现金流量净额均为正数，公司经营活动产生的现金流入额累计为 510,130.65 万元，经营活动产生的现金流量净额累计为

63,078.12 万元；同期公司实现的营业收入累计额为 435,569.21 万元，净利润累计额为 87,908.67 万元。公司经营活动产生的现金流入累计额与实现的营业收入累计额的比例为 1.17，公司经营活动产生的现金流量净额累计额与实现的净利润累计额的比例为 0.72，显示公司在营业收入快速增长的同时保持了较高的现金回收比例，经营性现金流量较为充裕。

（二）投资活动现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-37,253.76 万元、-21,593.24 万元和-30,943.14 万元，均为负数。主要系公司报告期内处于快速发展阶段，新建办公大楼和购买土地使用权所致；其次系公司使用暂时闲置资金购买结构性存款理财产品形成收到与支付其他与投资活动有关的现金以及易简投资对外投资支付的现金。

（三）筹资活动现金流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-2,838.18 万元、-13,583.11 万元和-8,234.14 万元。近三年，公司筹资活动现金流出较多主要系公司报告期内现金分红的支出。

第六节 本次募集资金运用

一、本次募集资金运用计划及概况

本次公开发行可转换公司债券募集资金总额预计不超过 68,900 万元（含本数），扣除发行费用后的募集资金净额拟投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资额	拟投入募集资金金额	项目备案情况	项目环评情况
1	营销网络建设升级项目	35,655.10	32,000.00	2019-440100-18-03-056049	不适用
2	供应链园区项目	14,960.72	14,000.00	2019-440113-18-03-056031	201944011300011055号《建设项目环境影响登记表》
3	研发设计中心项目	4,527.32	4,000.00	2019-440113-18-03-056050	不适用
4	补充流动资金	18,900.00	18,900.00	不适用	不适用
合计		74,043.14	68,900.00	-	-

项目总投资金额高于本次拟投入募集资金金额部分由公司自筹解决；同时，若本次发行扣除发行费用后的实际募集资金净额低于本次募集资金投资项目使用金额，公司将按照项目的轻重缓急投入募集资金投资项目，不足部分由公司自筹解决。



在不改变募集资金投资项目的前提下，公司董事会将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调整。在本次公开发行可转债募集资金到位之前，公司将根据项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位之后予以置换。

本次募集资金投资项目均用于公司的主营业务，不存在持有交易性金融资产和可供出售的金融资产、借予他人、委托理财等财务性投资的计划，也不存在直接或间接投资于以买卖有价证券为主要业务的公司的计划。同时，上述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、法规和规章的相关规定。

二、本次募集资金投资项目的具体情况

（一）营销网络建设升级项目

1、项目基本情况

本项目总投资 35,655.10 万元，拟使用募集资金 32,000.00 万元。一方面，公司将选取位于一、二、三线等城市的 200 家比音勒芬品牌（）直营门店进行重新装修，完成店面形象及智能化水平的升级，以优化线下重点渠道；另一方面，公司将通过本项目在全国范围内开展 （威尼斯狂欢节）品牌的营销网络建设，计划在 3 年内铺设 150 家门店，扩大度假旅游服饰新品牌的营销网络覆盖范围。

本项目建成后，公司将改善比音勒芬品牌营销店铺的对外形象，更新基础装修和陈列布局，引入智能化设备，提升公司终端形象和服务能力，增强公司持续盈利能力；同时，公司也将优化新品牌的零售网络，扩展品牌覆盖面，实现度假旅游市场的合理战略布局。

2、项目实施的必要性

公司前次募投“营销网络建设项目”主要用于比音勒芬主品牌直营网点的新建，且截至本募集说明书签署日已使用完毕；而本次“营销网络建设升级项目”则主要用于 200 家比音勒芬主品牌终端门店的升级改造与 150 家威尼斯狂欢节品牌的店铺新建，前后募集资金用途存在差异。另一方面，本次募投为公司多品牌发展战略的需要，公司在保持比音勒芬品牌稳步发展的同时积极拓展威尼斯狂欢节品牌布局，与比音勒芬主品牌形成差异化，深度挖掘度假旅游服装市场细分板块潜力，为公司长久发展带来新的利润增长点。

（1）有利于提升门店终端形象，为客户提供更好的购物体验

终端门店是公司服务消费者的主要场所，也是向消费者展示产品设计和品牌形象的重要渠道。由于公司产品定位为高端时尚运动服饰，面向高净值人群，更需要充分发挥门店的作用，为消费者提供舒适贴心的消费环境。近几年，随着公司销售门店数量增长，现有门店的装潢、展示设备出现老化，且缺少先进的智能

化设备，已经无法满足消费者日益增长的体验需求。为提高客户的购物体验，保持公司核心竞争力，公司将对具备良好盈利能力的重点终端门店实施升级改造，帮助公司持续提升单店销售业绩，增强现有营销网络的坪效和盈利能力，并为消费者提供更优质的购物体验。


优秀的销售门店能够有效地提高消费者的进店频率，增强消费者对品牌的关注度，树立良好的公司形象。除了更个性化的品牌宣传和更人性化的场地装修外，借助智慧门店服务系统，公司门店能够为客户提供更加便捷舒适的购物体验。本项目将改造比音勒芬品牌装修设计老旧的门店，升级智能化和信息化设备，优化产品陈列，全方位迭代和提升公司零售终端的店铺形象和运营能力。此外，公司还将通过终端新门店的建设来构建威尼斯狂欢节品牌的全新形象，提升其品牌价值，获得品牌溢价，新品牌的潜力将被逐步释放，或有可能成为公司未来强力的业绩增长点。

因此，本项目的实施能够加大品牌对消费者的影响力，传递品牌文化，提升客户服务的档次，提高单店效益，进而巩固和提升品牌竞争力。

（2）有利于拓展度假旅游服饰业务，开辟蓝海市场

2019年1月全国文化和旅游厅局长会议在北京召开，会上指出2018年我国旅游消费持续增长，全年国内旅游人数预计达55.4亿人次，同比增长10.76%，中国公民出境旅游人数预计达1.48亿人次，预计实现旅游总收入5.99万亿元，预计同比增长12%以上。从2012至2018年旅游行业的数据来看，全国旅游收入保持着两位数稳定增长。2019年8月，国务院办公厅印发《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》，提出了9项激发文化和旅游消费潜力的政策举措。随着我国人民旅游质量不断提高，旅游方式愈发多样化，休闲度假旅游市场将迎来爆发期。因此，公司需要打造度假旅游服饰新品牌来抓住市场契机，进军蓝海市场，以创造新的利润增长点。

目前，虽然度假旅游服饰存在巨大的市场空间，但是大多数休闲服和运动服都无法同时兼顾时尚性与功能性，专业的度假旅游服饰品牌较少，无法满足消费者对旅游着装的新需求，度假旅游服饰的市场有待进一步开发。因此，公司将通过本项目的实施积极推动产品“高端化+细分化”的战略布局，发展定位

于度假旅游服饰市场的新品牌。（威尼斯狂欢节）品牌立志成为首家以度假旅游为主题的联想服饰消费品牌，努力打造度假旅游服饰龙头。该品牌能够满足消费者对服装功能性和时尚感的要求，特别符合消费者对出行服装拍照效果的需求，记录美好时光。同时，新品牌着力于打造亲子装、情侣装以及家庭装，能够帮助公司将“时尚+功能”的特点延伸到旅游场景，深化服饰产品的细分品类，满足中产消费人群对高品质旅行生活的着装需求，填补了度假旅游服饰的市场空缺。

因此，在消费升级和旅游行业规模不断增长的背景下，本项目的实施有利于公司提前在度假休闲服饰领域布局，开辟新市场，覆盖休闲旅游市场消费者，为公司未来持续快速增长奠定坚实基础。

（3）顺应服装行业发展趋势，有利于满足消费者多元化的需求

当前，消费者的需求日趋多样化、精细化，单一类型的服装难以满足消费者在不同场合的着装需求，服装行业龙头企业在发展过程中多采用多品牌、集团化的经营策略。为此，公司在保持比音勒芬品牌稳步发展的同时积极拓展新品牌布局。本次度假旅游新品牌定位于中端度假旅游市场，与比音勒芬品牌差异化竞争，能够为公司带来新的利润增长点。同时，由于不同层次的品牌处于不同的产品生命周期，多品牌策略可以分散不同细分市场带来的风险，挖掘其他具有增长潜力的服装市场细分板块，把握新的市场机遇，可以有效保证公司业务稳定发展。

截至 2019 年 12 月 31 日，公司营销网络覆盖全国 31 个省、自治区及直辖市的核心商圈、高端百货、机场、知名高尔夫球会会所等，公司共拥有 894 个终端销售门店。在服装行业中高端品牌服饰市场集中度不断提高的情况下，公司进行新品牌的营销网络建设，新品牌的产品价格对比比音勒芬品牌有所下降，覆盖更广泛中产阶级消费群体，与比音勒芬品牌实现差异化发展。因此，新品牌的发展将极大扩大公司的客户群体，进一步增强在各个城市的渗透率。

（4）提升智能信息化水平，提高门店经营管理效率

无线射频识别（Radio Frequency Identification 即 RFID）技术是一种具有自

动识别功能，通过与全球定位系统、激光扫描器和红外感应器等前端信息传感设备共同完成信息通讯和交换，从而对物体的定位、监控、维护等管理的新技术，以其自动识别目标对象，可快速地进行物品追踪和数据交换的功能，被广泛应用于服装行业的生产管理、物流管理、门店管理。

利用 RFID 标签和相关读取设备，公司门店管理人员能够通过可视化的服装数据，实时了解同一件服装在店内的摆放时间、试穿次数和库存情况等数据，及时调整门店的营销策略或设定补货机制。因此本项目实施后，公司销售门店能够更高效地实现货品横调、门店退货到仓库货品，通过扫码等简易操作实现库存、发货管理和产品监控，进一步赋能门店日常经营管理，提高门店管理经营效率。

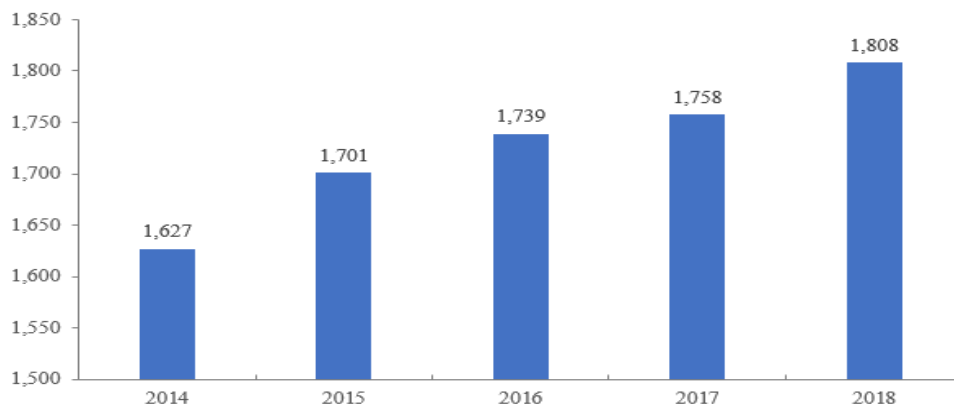
3、项目实施的可行性

(1) 居民生活水平提高，服饰市场规模扩大

国家统计局数据显示，全国城镇化率从 2011 年的 51.27% 提高到 2018 年的 59.58%。同期，我国城镇居民可支配收入持续增长，居民消费能力大大提升，从 2011 年到 2018 年，中国城镇居民人均可支配收入由 23,979.00 元上升至 39,251.00 元，年均复合增长率为 8.76%。随着可支配收入的提高，居民消费结构和消费理念也出现了一定的变化，影响居民消费行为的因素从单纯的价格因素逐渐发展到品牌、质量、信誉、服务以及购物环境等综合因素，这为中高端服装行业的发展奠定了良好的基础。

国家统计局数据显示，2018 年消费支出对 GDP 增长贡献率为 76.2%，比上年增加 18.6 个百分点。2018 年，全国居民人均消费支出 19,853 元，比上年增长 8.4%；其中，城镇居民人均消费支出 26,112 元，增长 6.8%。此外，2014 年至 2018 年，我国城镇居民人均衣着消费支出保持着稳定的增长速度。

2014-2018 年我国城镇居民人均衣着消费支出（元/年）



数据来源：国家统计局

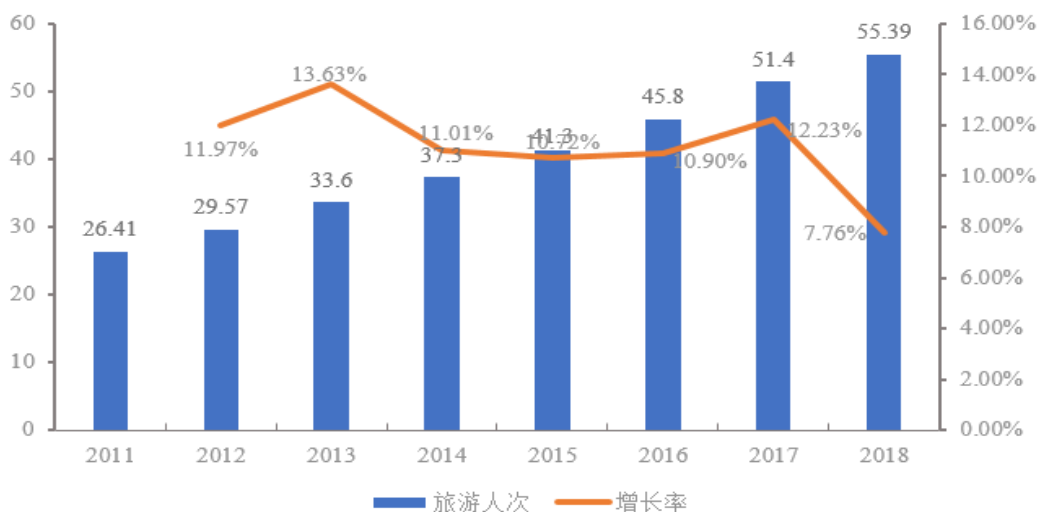
因此，我国居民生活水平的不断提高以及国内衣着消费规模的不断扩大，为公司未来增长提供了广阔的市场空间。

(2) 我国旅游业蓬勃发展，为旅游周边产品市场带来增长空间

世界旅行与旅游理事会（WTTC）发布的《世界国内旅游经济影响力报告》显示，中国目前是全球国内旅游业发展最快的市场，中国已超过美国成为世界最大的国内旅游市场。此外，中国还是世界第一大出境旅游消费国。

根据国家统计局数据显示，2018年，国内旅游人数为55.39亿人次，比2017年的50.00亿人次增长了10.8%；其中，2018年，城镇居民41.19亿人次，增长12.0%；农村居民14.20亿人次，增长7.3%。

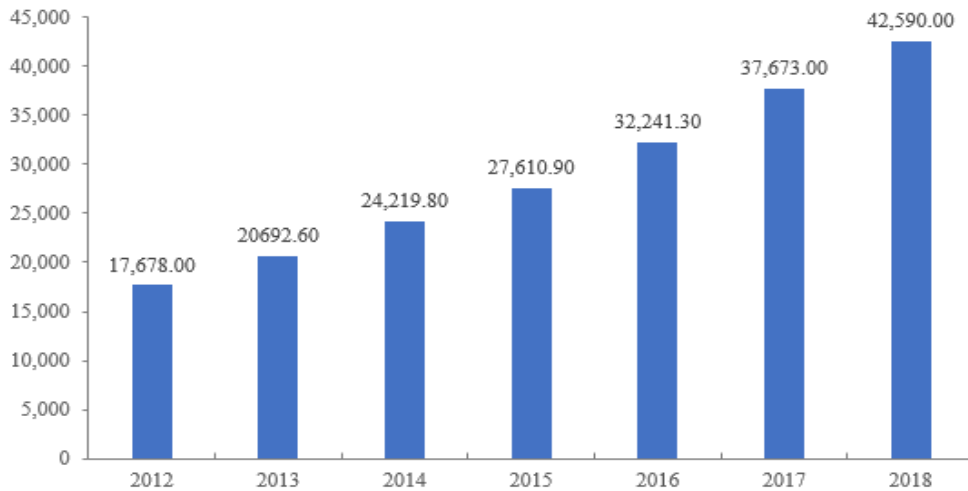
2011-2018 我国旅游人次及增速（亿人）



数据来源：国家统计局

同时，我国城镇居民国内旅游总花费近年来也有显著提高，从 2012 年的 17,678.00 亿元上升到 2018 年的 42,590.00 亿元，年复合增长率为 13.38%。

2012-2018 年我国城镇居民国内旅游总花费（亿元）



数据来源：国家统计局

伴随度假旅游大众化及消费升级，度假旅游服饰也将迎来良好的市场契机。其中，度假旅游服饰围绕着消费者出游的场景化和功能性进行研发设计，产品具备功能性、舒适度、拍照好看和家庭装等特点，品质与时尚兼具的特点更好地适应了大众多样化的消费需求，行业发展前景良好。

(3) 公司具备较强的经营能力和优秀的人才储备

公司在发展过程中一直非常重视营销网络体系建设，店铺数量逐年增长。截至 2019 年 12 月 31 日，公司营销网络覆盖全国 31 个省、自治区及直辖市的核心商圈、高端百货、机场、知名高尔夫球会会所等，拥有 894 个终端销售门店，较 2018 年末净增长 130 家，其中直营店铺数量 441 家，加盟店铺数量 453 家，公司已初步建成覆盖全国的多层次立体化的营销网络。公司一方面针对直营店制定了全方位的标准管理体系，如店铺选址、门店审核、产品订货、产品价格控制、门店营销活动、门店形象管理、货品陈列于管理、信息管理系统、资金结算、店员培训等，另一方面与国内主要高档商场、百货集团、球会会所形成良好稳定的战略合作关系，为进一步扩展提供有利条件。

公司拥有一支经验丰富、理念一致、积极进取、专注执着的管理团队，他

们对中国高尔夫服饰文化和市场有着深入透彻的理解，在营销网络建设、营销方式、研发设计、管理提升等方面积累了丰富的经验。管理团队有着多年的从业经验，核心管理层持有公司股份，与公司一同成长，为公司管理层稳定和持续发展提供了有力保障。公司管理团队在公司定位、发展战略、管理提升等方面思路清晰，经过多年的发展，建立起了与公司品牌运营相适应的业务流程、强把控力的营销终端管理制度、快速反应的供应链体系以及规范的决策执行机制，确保了公司能够健康快速发展。此外，公司注重针对店铺员工开展各项培训活动，包括店长培训、新店员培训、产品及销售技巧培训、竞争力培训等活动，为公司营销网络快速发展提供了人才保障。

4、项目投资概算

本项目总投资额为 35,655.10 万元，拟使用募集资金金额 32,000.00 万元，投资概算具体情况如下所示：

单位：万元

序号	投资内容	投资估算				占总投资比例
		T+12	T+24	T+36	总计	
一	场地投入	7,588.11	8,343.02	10,316.70	26,247.83	73.62%
(一)	场地租赁	176.58	314.25	149.11	639.94	1.79%
(二)	场地装修	7,411.53	8,028.77	10,167.59	25,607.89	71.82%
二	设备购置及安装	1,796.25	1,818.40	2,860.80	6,475.46	18.16%
三	铺底流动资金	431.88	431.88	431.88	1,295.64	3.63%
四	基本预备费	469.22	508.07	658.88	1,636.16	4.59%
五	项目总投资	10,285.47	11,101.37	14,268.26	35,655.10	100.00%

(1) 场地投入

本项目拟投资 26,247.83 万元用于场地租赁和场地装修，其中场地租赁投入 639.94 万元，场地装修投入 25,607.89 万元。具体投资明细如下：

序号	投资内容	场地面积 (m ²)	投入金额(万元)			投资总额 (万元)
			T+12	T+24	T+36	
一	场地租赁		176.58	314.25	149.11	639.94
(一)	威尼斯狂欢节	3,820.00	176.58	314.25	149.11	639.94

序号	投资内容	场地面积	投入金额（万元）			投资总额
二	场地装修		7,411.53	8,028.77	10,167.59	25,607.89
(一)	威尼斯狂欢节	26,500.00	3,249.07	3,779.90	3,740.23	10,769.20
1	租金店	3,820.00	329.62	823.17	453.88	1,606.66
2	联营店	22,680.00	2,919.46	2,956.73	3,286.35	9,162.54
(二)	比音勒芬	30,524.85	4,162.46	4,248.87	6,427.37	14,838.69
1	商场店	16,208.80	1,785.44	2,691.98	3,855.25	8,332.67
2	高铁、机场店	4,040.10	884.77	357.25	783.69	2,025.71
3	奥莱店	10,275.95	1,492.25	1,199.64	1,788.42	4,480.31
三	合计		7,588.11	8,343.02	10,316.70	26,247.83

上述门店的单店面积、租赁及装修单价以现有店铺的相关标准和符合品牌定位的其他商场相关标准为参考，威尼斯狂欢节品牌门店的建设主要包括场地租赁和场地装修，比音勒芬品牌门店升级则是对现有门店的装修升级。在综合考虑不同城市的物价水平、发达程度后，其中威尼斯狂欢节品牌门店的单店面积范围为80-180 m²，租金范围为0.03-0.08 万元/m²/月，装修单价范围为0.35-0.42 万元/m²；比音勒芬品牌门店的单店面积以拟升级门店现有面积为准（平均为152.62 m²），装修单价范围为0.38-0.52 万元/m²。

（2）设备购置及安装费

本项目拟新增设备投入6,475.46万元，设备购置及安装费用明细如下：

序号	投资内容	数量 (台、套、件)	单价 (万元)	总金额 (万元)
一	威尼斯狂欢节			890.01
1	电脑	295	0.68	199.45
2	iPad	290	0.39	112.98
3	监控系统	150	1.32	197.98
4	扫描枪	295	0.17	49.67
5	小票打印机	295	0.16	46.35
6	钱箱	295	0.06	16.56
7	验钞机	150	0.13	19.93
8	固定电话	150	0.02	3.37
9	打卡机	150	0.34	51.14

10	茶几	145	0.23	32.77
11	沙发	145	0.34	49.16
12	饮水机	150	0.09	13.47
13	挂烫机	150	0.07	10.09
14	路由器	150	0.13	20.20
15	盘点机	150	0.45	66.89
二	比音勒芬	-	-	5,277.10
1	电脑	400	0.68	271.20
2	监控系统	200	1.13	226.00
3	扫描枪	200	0.17	33.90
4	小票打印机	200	0.16	31.64
5	钱箱	200	0.06	11.30
6	验钞机	200	0.17	33.90
7	打卡机	200	0.57	113.00
8	饮水机	200	0.09	18.08
9	挂烫机	200	0.07	13.56
10	路由器	200	0.14	27.12
11	LED 显示屏	200	1.36	271.20
12	收银 RFID 桌面读写器	200	3.96	791.00
13	RFID 检测发射器	200	0.34	67.80
14	RFID 手持读写器	200	0.57	113.00
15	智能门店盘点机	400	0.79	316.40
16	智能试衣镜	400	2.83	1,130.00
17	智能导购设备	400	3.16	1,265.60
18	智能客流分析仪	200	0.68	135.60
19	信息化基础设备	200	1.13	226.00
20	茶几	200	0.23	45.20
21	沙发	400	0.34	135.60
三	设备安装测试费		-	308.36
四	合计		-	6,475.46

(3) 铺底流动资金

流动资金估算采用分项详细估算法,按建设项目投产后流动资产和流动负债各项构成分别详细估算。根据公司和本项目的情况,铺底流动资金按项目流动资

金的 30% 估算，本项目铺底流动资金为 1,295.64 万元。

(4) 基本预备费

基本预备费是针对在项目实施过程中可能发生难以预料的支出，需要事先预留的费用，基本预备费=（场地投入+设备购置及安装费）×基本预备费率，基本预备费率取 5%，本项目基本预备费为 1,636.16 万元。

5、项目效益情况

本项目测算期 10 年，经测算，本项目的财务内部收益率（税后）为：20.11%，静态投资回收期（税后，含建设期）为：6.15 年，项目经济效益良好。

6、项目建设方案与计划

(1) 比音勒芬主品牌营销网络升级

公司计划未来 3 年对 200 家主品牌营销网点进行形象升级并购置智能化设备，以提升终端网点的盈利能力。具体升级计划如下：

单位：家

店性/城市等级	T+12	T+24	T+36	数量合计
商场店	22	33	54	109
一线城市	3	7	18	28
新一线城市	10	14	19	43
二线城市	5	11	10	26
三线城市	3	1	5	9
其他	1	0	2	3
高铁、机场店	19	8	18	45
奥莱店	14	13	19	46
合计	55	54	91	200

截至 2019 年 12 月末，公司拥有比音勒芬主品牌门店 833 家。根据胡润《2018 中国新中产圈层白皮书》数据，中国大陆中产家庭数量已达 3,320 万户，其中新中产 1,000 万户以上。未来，公司将深挖一、二线城市的高端社区作为潜在市场，同时将市场进一步下沉到发展较快的三、四线城市，预计比音勒芬品牌市场容量达到 1,500 到 2,000 家。

由于当前消费业态快速发展，消费者对于线下消费环境的体验要求日新月异，作为时尚前沿的服装行业，线下门店的平均更新周期约为3年。为了匹配比音勒芬高端品牌的形象，公司本次200家原有直营门店的“升级”将根据计划在未来3年分阶段完成，预计2020年为建设期第1年，实施内容包括门店形象的更新以及智能化设备采购，规划第1年升级55家，第2年升级54家，第3年升级91家。

(2) 威尼斯狂欢节品牌营销网络建设

公司将在全国范围内开展威尼斯狂欢节品牌的营销网络建设，计划在3年内以联营和租赁方式铺设150家网点，预计2020年为建设期第1年，第1年拟开设44家，第2年拟开设53家，第3年拟开设53家。具体开店计划如下：

单位：家

店性/城市等级	T+12	T+24	T+36	数量合计
租金店	4	12	8	24
一线城市	4	1	2	7
新一线城市	0	9	1	10
二线城市	0	0	4	4
三线城市等	0	2	1	3
联营店	40	41	45	126
一线城市	8	8	9	25
新一线城市	14	10	17	41
二线城市	13	16	12	41
三线城市等	5	7	7	19
合计	44	53	53	150

截至2019年12月末，公司拥有威尼斯狂欢节品牌门店61家。我国度假旅游市场潜力巨大，根据国家文旅部发布的《2018年旅游市场基本情况》，2018年国内旅游人数为55.39亿人次，比2017年增长了10.80%。同时，我国城镇居民国内旅游总花费近年来也有显著提高，从2012年的17,678亿元上升到2018年的42,590亿元，年复合增长率达13.38%。胡润《2018中国新中产圈层白皮书》数据显示，新中产人群最为青睐的两大休闲娱乐方式是旅游和运动健身，过去两年新中产人群中平均因私外出旅游5次，新中产人群平均家庭旅游消费7.4万元

/年。此外，中国旅游研究院居民出游意愿调查显示，家庭旅游占比高达 60%。在消费者心目中，家庭出游是提高幸福感的重要陪伴方式，而大部分家庭也更倾向于在社交圈分享这一时刻，因此对于旅游服饰的时尚度、拍照效果提出了新的要求，也给度假旅游服饰带来了新的增长空间。

截至本募集说明书签署日，公司已与新城商业管理集团有限公司、深圳印力商业管理有限公司、万达商业管理集团股份有限公司南宁分公司、广东益华百货有限公司、湖南友谊阿波罗商业股份有限公司签订了开设店铺的意向性合同，其中包括了吾悦广场、印象城、凯德广场、万达广场、益华百货和友阿奥莱等商业地产品牌。

（3）资本性支出情况

营销网络建设升级项目总投资额为 35,655.10 万元，拟使用募集资金金额 32,000.00 万元，具体构成如下所示：

序号	项目	投资金额 (万元)	投资占比 (%)	拟使用募集资 金金额 (万元)	是否属于资 本性支出	是否使用 募集资金 投入
1	场地租赁	639.94	1.79	0.00	否	否
2	场地装修	25,607.89	71.82	25,600.00	是	是
3	设备购置及安装	6,475.46	18.16	6,400.00	是	是
4	铺底流动资金	1,295.64	3.63	0.00	否	否
5	基本预备费	1,636.16	4.59	0.00	否	否
合 计		35,655.10	100.00	32,000.00		

（4）项目实施进度

本项目计划建设期 36 个月，自 T+1 月开始，至 T+36 月末结束，T 为募集资金开始投入月份，项目已完成前期考察论证、项目选址、项目可行性研究报告编制等工作，目前正处于项目前期准备阶段。具体进度安排如下：

阶段/时间 (月)	T+36																	
	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36
可行性研究																		

初步规划、设计	■																	
场地租赁及装修	■	■	■				■	■	■				■	■	■			
设备采购及安装		■	■	■				■	■	■				■	■	■		
人员招聘及培训			■	■				■	■						■	■		
试运营				■	■	■				■	■	■				■	■	■

本项目实施后，公司的销售模式没有变化，仍然采用自营和经销相结合的模式；本项目建成后，公司的自营门店数量将会进一步提高，营销渠道控制力和稳定性将得到加强，公司的品牌形象将得到更好的维护和提升。

截至 2019 年 12 月 31 日，本次项目仍处于前期准备工作阶段，已完成可行性研究、初步规划设计等阶段性工作。

7、项目的土地、立项和环评情况

本项目将通过租赁和联营店铺进行实施，销售产品，不涉及土地投资，已取得《广东省企业投资项目备案证》（2019-440100-18-03-056049），无具体生产环节，不产生污染，无需履行环评审批程序。

8、实施项目的能力储备情况

（1）技术储备

公司经过多年的研发积累，已逐步形成自身的核心技术，形成了数十项授权保护的专利技术。公司建立培养了一支高素质的设计研发团队，他们具有多年奢侈品品牌、国际知名品牌高尔夫服饰系列设计经验，在设计理念、色彩应用、工艺设计与表现、面料处理与把握等方面具有较高的专业素养。公司产品在设计方面注重运用新技术、新工艺和高科技面料，并运用跨界设计理念，让运动元素、休闲元素以及时尚元素在服饰上和谐融合，实现了功能性和审美的统一。最近三年，公司设计部门每年设计的产品超过千款，显示了公司具有较强的设计能力。公司在打造内部团队研发设计能力的同时，聘请国外服装行业知名咨询机构，对研发设计核心流程进行升级再造。公司产品设计在运作模式、设计理念和设计水准上已越来越接近国际水准。此外，作为中国国家高尔夫球队合作伙伴，公司正

在研发设计中国国家高尔夫球队新一代奥运比赛用服，积极备战 2020 年东京奥运会。

信息化系统建设方面，公司不断升级完善信息化系统，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了重要支持。近年来公司逐步建设了基础平台、设计管理、供应链管理、财务管理、人力资源管理、预算管理、知识管理系统、办公自动化、商业智能管理等系统，并顺利建设了分销管理系统、智能化仓储中心项目等，努力实现公司物流、资金流和信息流的同步，整合和推进数据运营，节省沟通成本，提升销售效率，提高品牌运营水平。

（2）人才储备

公司创始人谢秉政和冯玲玲夫妇来自浙江温州，从事服饰领域超过 30 年时间，深知产品质量对于品牌的重要性，深度了解消费者的需求，并亲自带领团队到国内外进行市场调研，参与产品的设计和面料的研发，坚持高比例研发投入，整合国际优质面料资源，引进英韩等国优秀人才，培养具有国际视野的设计师团队。

公司人才储备充足，经过多年的运营，建立起了经验丰富、专业性强的高管团队、供应链管理团队、营销网络管理团队、产品设计研发团队和信息化系统建设管理团队等。在人才培养方面，公司非常重视人才的培养和发展，通过不断建立并完善自有的培训体系，持续提升员工素质水平和专业技能，不断提高公司的人力资源竞争力。2018 全年，公司开展了包括店长培训、新店员培训、产品及销售技巧培训、高层管理个人竞争力培训等活动场次超过 100 场，参训人次超过 5,000 人，通过多形式、多渠道的培训活动，提升团队的专业素质和执行力，为企业高速发展提供人才保障。

（3）市场储备

公司已经形成全渠道布局，渠道覆盖全国高端百货商场、购物中心、机场高铁交通枢纽、高尔夫球场以及线上天猫旗舰店。截至 2019 年 12 月 31 日，公司拥有 894 个终端销售门店，较 2018 年末净增长 130 家。其中，机场和高铁门店不但能够有效输出品牌形象，同时高端商旅客流与公司目标客户区高度匹配，满

足该部分高端商务人士便捷高效的消费需求。此外，公司通过实施“调位置、扩面积”的店铺改造计划，对现有门店逐步进行智能化、信息化升级，推动单店销售稳健提升。公司目前的主流客群多为一二线城市 35-55 岁人群，具备高收入、低价格敏感度、高品牌忠诚度等特征，终端的高复购率为未来同店的持续高增长打下坚实基础。

再者，随着城市社区化的发展趋势，公司将深挖一二线城市的高端社区作为潜在市场，同时将市场进一步下沉到发展较快的三四线城市，预计比音勒芬未来市场容量达到 1,500 至 2,000 家。最后，公司积极布局线上渠道，通过与电商平台深度合作，为消费者提供多渠道的购物体验。2019 年上半年，比音勒芬天猫旗舰店正式开业，“线下+线上”渠道布局将为客户提供更多的消费体验，2020 年上半年 CARNAVAL DE VENISE 天猫旗舰店正式开业，“线下+线上”渠道布局将为客户提供更多的消费体验。

（4）品牌储备

比音勒芬主品牌定位于高端时尚运动服饰，以“生活高尔夫”为品牌风格，目标消费群体为高尔夫爱好者以及认同高尔夫文化、着装倾向于休闲时尚风格的中高端收入消费人群，着力为消费者提供高品质、高品位和高科技的穿着体验。公司从 2013 年起正式成为中国国家高尔夫球队合作伙伴，为国家队提供专业的比赛及训练服装；2016 年，比音勒芬助力中国国家高尔夫球队首征奥运，见证中国队夺取首枚高尔夫球项目奖牌。公司捐赠的中国高尔夫球国家队里约奥运会比赛服被中国体育博物馆永久收藏。2017 年，公司成为中国国家高尔夫球队亚运之队合作伙伴。2018 年，比音勒芬正式签约杨烁等明星作为品牌代言人，并且与《新旅行》和《悦游》等杂志、《我们的街拍时刻》和《POP SHOW》等明星街拍新媒体合作，同时还参与了《恋爱先生》、《我最爱的女人们》等节目的植入。2019 年 12 月，公司上新比音勒芬故宫宫廷文化联名系列，切入国潮文化，加强产品时尚度以及品牌影响力。2020 年，比音勒芬还将为中国高尔夫国家队征战东京奥运会研发设计奥运比赛用服。



另一方面，公司于 2018 年正式推出威尼斯狂欢节品牌，开启双品牌运营模式，提前布局度假旅游服饰市场，以“功能性、设计感与拍照效果、家庭装温情体验以及时尚度”为核心需求进行切入，满足中产消费人群对高品质旅行生活的着装需求。2019 年 10 月，威尼斯狂欢节品牌正式牵手田亮与叶一茜，进一步强化品牌一站式解决家庭出游着装需求形象。公司品牌紧密围绕主要目标消费群体，实行从商品企划、产品设计、终端视觉形象、橱窗广告、货品陈列、品牌代言到营销活动策划的整合营销，以提升品牌的知名度和美誉度。

综上所述，公司深耕服装行业 17 年，与各类零售渠道建立了良好合作关系，在行业内具有较为丰富的店铺建设及运营管理能力，具备实施本次募投项目的技术和人才储备，公司本次营销网络建设升级项目不存在实施障碍或风险。

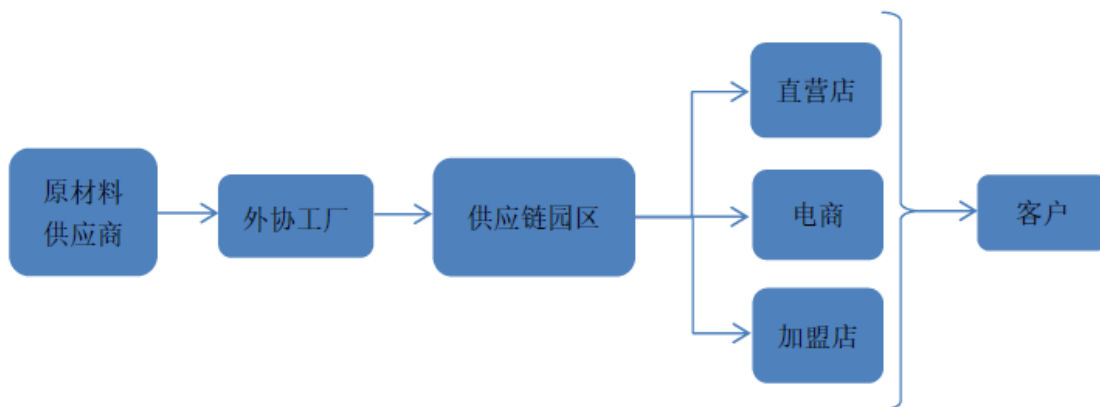
（二）供应链园区项目

1、项目基本情况

为提升公司物流供应链能力及仓库运营效率，本项目拟在广州市番禺区石楼镇新建公司供应链园区，包括建设立体仓储区、分拣配送中心、综合办公楼、宿舍、食堂以及区域内的道路、绿化等公用工程，帮助实现公司对销售计划、订单管理、分拣包装、运输发货和存货管理等内部流程的一体化管理。本项目距离公司总部直线距离约 11 公里，周边交通路网发达，基础设施比较完善，主要包括建设立体仓储区 22,800 平方米、分拣配送中心 6,000 平方米、综合办公区域 1,680 平方米、宿舍及食堂 2,100 平方米以及区域内的道路和绿化等。本项目投资总额为 14,960.72 万元，拟使用募集资金 14,000.00 万元。

本项目通过建设立体仓储区，将实现库存商品自动存取功能，提高运行及处理速度。自动化立体仓库由计算机终端进行控制，便于清点、盘库以及减少库存；

通过建设分拣配送中心，将实现自动化的储存和高速拣货，有效减少土地占用和人力成本、运营成本。在发货区域安装自动化分拣流水线，有助于减少人员搬运路程，缩短分拣所需总时长，将提高仓库分拣效率；最终帮助公司充分应对多品牌运营目标的集中备货需求，提升对市场需求的快速响应能力，提高对产品库存的有效控制能力。



2、项目实施的必要性

(1) 与营销网络体系相匹配，满足公司快速发展需求

上市以来公司经营发展迅速，2017 年公司实现营业收入 10.54 亿元，同比增长 25.23%；2018 年公司实现营业收入 14.76 亿元，同比增长 39.96%。另一方面，公司门店数量不断增加，截至 2019 年 12 月 31 日，公司在全国范围内建立了 894 家门店，较 2018 年末净增长 130 家。公司未来还将打造线上销售渠道的建设，以适应移动互联网下的消费模式和习惯。为了适应比音勒芬品牌的不断扩张以及新品牌的市场良好表现，公司将继续扩大在全国范围的营销网络建设。为此，公司现有的供应链设施已不能够完全满足庞大营销网络体系下多品牌运营战略的集中备货和精细化管理需求，正在租赁使用的仓库亦难以承载公司未来向全国门店及时、准确、高效配送的物流需求，因而需要建设更高效智能的现代化供应链园区与其发展相适应。

因此，本项目的实施能够有效提升公司供应链管理能力和充分应对多品牌运营中的集中备货需求，提升对市场需求的快速响应能力，提高对产品库存的有效控制能力，进而保证公司产品的周转效率能够得到有效提升。

（2）打造智能化供应链管理体系，降低公司管理成本

随着公司业务的不不断拓展，传统供应链管理模式的智能化程度较低，信息处理的有效性与材料调配的周转性较慢，较大程度上影响了公司供应链的运营管理效率。通过智能软硬件设备、物联网、大数据等信息化技术与手段，公司将对供应链系统进行升级改造，提升其智能化、自动化水平，使其拥有自行分析判断和处理解决问题的能力，从而实现对原材料、产品库存的数字化管理以及自动化周转，提高配送和流通效率，并降低不必要的人工成本以及运营管理成本。

本项目的实施将实现公司对销售计划、订单管理、分拣包装、运输发货、存货管理等一体化管理。一方面，通过对供应链系统进行智能化升级，可以帮助相关管理人员识别服装产品的利润率、市场流通情况、品牌附加值等特征，分析产品属性并进行合理分组，从而选用不同的采购和供应策略，降低公司运营管控成本；另一方面，公司通过引进各类机械化软硬件设备，实现材料及产品的自动化运转，有效降低对人员数量的需求，节约了公司人力成本，从而打造一个现代化、智能化的供应链园区。

（3）加强与上下游之间配合，提升市场反应速度

本项目将构建完备的智能化供应链管理体系，可以及时准确地反映公司存货调剂余缺情况，提高对上下游信息反馈的效率与准确度，整体提升公司运营管理决策水平及供应链管理效率，为客户提供精准高效的服务。公司在对上游供应商进行定期考核与调查的同时，通过有效的信息交互，对产品品质及进行更严格的把控，将检测链条延伸至产业链上游，逐步实现入库材料全环节检验以及全流程的透明化管理。另外，公司能够加强与经销商的联系，采集到业务流过程中的大量业务数据，为公司原料采购、库存管理及运输计划的制定提供依据，实现对市场需求及货品配送的实时化管控，从而为客户提供更加优质的选择。

通过本项目的建设，可以在有效改进公司交付可靠性的同时缩短公司交付时间，对当下市场情况进行快速的分析判断并做出决策，从而提高整条供应链的运营管理效率与客户满意度，为公司未来的发展奠定良好的基础。

3、项目实施的可行性

(1) 供应链自动化技术的成熟为本项目的实施提供坚实的基础

供应链管理是连接制造和客户端的核心环节，立体仓储技术经过数十年的发展，形成了以自动化输送分拣系统为核心的完整的智能仓储体系。随着物流信息化和物联网技术的广泛应用，高速输送分拣设备、自动控制技术、智能机器人堆码垛技术的智能仓储在美国、日本等发达国家已成为供应链行业主流应用。近年来，我国电子商务快速发展，供应链设备投入不断加大。国内外技术的成熟应用为本项目的建设提供了坚实基础。

(2) 项目选址具备一定的资源优势，符合公司用地原则

该项目地块位于广州市番禺区石楼镇，距离公司总部直线距离约 11 公里，周边交通路网发达，基础设施比较完善，完全符合公司“立足番禺地区，优化供应链体系，作为品牌决策、指挥系统的有效补充，距离总部大楼应在半径 15 公里范围内”的用地原则。

该地块东南面临石楼镇砺江路，南出市莲路，往西通过石化公路接驳广澳高速，进入高速路网，周边交通十分便利。因此，得天独厚的地理优势和发达的交通网络为该项目建设以及供应链园区建成后的有效运营提供了资源优势。

(3) 项目建设符合国家、地方相关产业政策

2016 年，国家商务部等十部委员会联合发布的《国内贸易流通“十三五”发展规划》中要求推进实体商业创新转型、提升流通供给水平、推动消费结构升级、提高流通信息化水平、加强流通标准化建设、促进流通集约化发展，强化物流信息化和智能化管控能力，逐步建立智能化、信息化的现代化物流体系。2017 年，国务院办公厅发布《积极推进供应链创新与应用的指导意见》，要求进一步营造良好的供应链创新与应用政策环境，积极开展供应链创新与应用试点示范，促进大数据、云计算、物联网等先进信息技术与物流活动深度融合，提升物流智能化水平。

2018 年 9 月广东省商务厅、发展改革委、交通运输厅、农业厅、金融办联合制定《广东省关于积极推进供应链创新与应用的实施意见》，指出要提升制造

业供应链服务水平；加快发展智慧供应链；提高商贸流通现代化水平；支持发展绿色供应链；努力构建全球供应链等。

4、项目投资概算

本项目投资总额 14,960.72 万元，建设期 24 个月，主要包括建设立体仓储区 22,800 平方米、分拣配送中心 6,000 平方米、综合办公区域 1,680 平方米、宿舍及食堂 2,100 平方米以及设备采购，各年投资金额如下表所示：

单位：万元

序号	投资内容	投资估算（万元）			占总投资比例
		T+12	T+24	总计	
一	场地投入	6,898.78	-	6,898.78	46.11%
(一)	工程建设	6,742.74		6,742.74	45.07%
1	立体仓储区	4,473.36		4,473.36	29.90%
2	分拣配送中心	1,308.00		1,308.00	8.74%
3	综合办公区域	457.80		457.80	3.06%
4	宿舍及食堂	503.58		503.58	3.37%
(二)	公用工程	156.04		156.04	1.04%
1	道路	85.19		85.19	0.57%
2	绿化及其他构建物	70.85		70.85	0.47%
二	设备购置及安装费	-	7,107.72	7,107.72	47.51%
三	实施费用	-	253.90	253.90	1.70%
四	基本预备费	344.94	355.39	700.32	4.68%
五	项目总投资	7,243.71	7,717.01	14,960.72	100.00%

(1) 场地投入

本项目拟投资 6,898.78 万元用于工程建设和公用工程，建设用地位于广东省广州市番禺区石楼镇善山工业区 SLG15-01 地块，公司已取得粤（2019）广州市不动产权第 07800208 号土地使用证，具体投资明细如下：

序号	投资内容	建筑面积（m ² ）	单价（万元/m ² ）	投资总额（万元）
一	场地投入			

(一)	工程建设	32,580.00		6,742.74
1	立体仓储区	22,800.00	0.20	4,473.36
2	分拣配送中心	6,000.00	0.22	1,308.00
3	综合办公区域	1,680.00	0.27	457.80
4	宿舍及食堂	2,100.00	0.24	503.58
(二)	公用工程	5,411.00		156.04
1	道路	2,161.00	0.04	85.19
2	绿化及其他构筑物	3,250.00	0.02	70.85
二	合计			6,898.78

场地投入系公司按照项目实际建设规划，参考同类型土建工程标准并考虑广州市当地造价水平编制。

(2) 设备购置及安装费

本项目设备购置及安装费投资 7,107.72 万元，其中设备调试安装费 338.46 万元。具体设备如下表：

序号	投资内容	设备数量 (台、套、件)	单价 (万元)	总金额 (万元)
一	智能仓储及配送设备			5,809.78
1	横梁式货架	8,000	0.02	180.80
2	驶入式货架	3,000	0.06	186.45
3	穿梭式货架	2,000	0.07	135.60
4	流利式货架	3,000	0.08	237.30
5	笼车	200	0.05	9.04
6	托盘	1,600	0.02	36.16
7	金属网笼	300	0.02	6.78
8	周转箱	2,500	0.03	84.75
9	电动叉车	6	33.90	203.40
10	手动叉车	18	0.34	6.10
11	巧固架	100	0.06	5.65
12	登高车	12	0.34	4.07
13	自动升降架	12	28.25	339.00
14	液压升降平台	6	39.55	237.30
15	手推车	24	0.03	0.81

16	液压搬运车	6	5.65	33.90
17	自动穿梭车	12	28.25	339.00
18	智能堆垛机	6	56.50	339.00
19	输送系统	6	113.00	678.00
20	AGV 智能搬运机器人	12	22.60	271.20
21	静态称重系统	6	0.68	4.07
22	动态称重系统	6	12.43	74.58
23	自动分拣机——箱类	1	452.00	452.00
24	自动分拣机——件类	1	926.60	926.60
25	自动膜包机	2	22.60	45.20
26	收缩膜	18	1.81	32.54
27	装卸平台及门封	4	50.85	203.40
28	工作台	60	0.23	13.56
29	洗地机	2	16.95	33.90
30	烘干机	4	3.39	13.56
31	洗衣机	3	4.52	13.56
32	工业大风扇	10	3.39	33.90
33	业务用车	5	22.60	113.00
34	划线	1	7.35	7.35
35	库内标示牌	1	5.65	5.65
36	护栏	1	5.65	5.65
37	围网	1	3.39	3.39
38	防撞设施	1	5.65	5.65
39	弱电装置	1	90.40	90.40
40	监控	1	67.80	67.80
41	自动升降电梯	12	22.60	271.20
42	消防设备	1	58.50	58.50
二	办公及电子设备			123.28
1	作业看板显示屏	12	1.70	20.34
2	WCS 监控机	6	1.13	6.78
3	现场作业 PC	40	0.57	22.60
4	RFID 射频扫码机	12	1.70	20.34
5	远焦激光扫码枪	18	0.23	4.07
6	标签打印机	30	0.28	8.48

7	激光打印机	30	0.57	16.95
8	办公家具	60	0.40	23.73
三	软件系统			836.20
1	仓库管理系统优化	1	339.00	339.00
2	物流自动分拣系统优化	1	226.00	226.00
3	生产管理系统优化	1	271.20	271.20
四	设备调试安装费			338.46
	合 计			7,107.72

(3) 实施费用

本项目实施费用 253.90 万元，将全部通过公司自有资金投入，主要用于项目人员工资。

(4) 基本预备费

本项目基本预备费为 700.32 万元，将全部通过公司自有资金投入，按照场地投入和设备购置及安装费的 5% 计取。

5、项目建设方案与计划

(1) 方案框架设计

① 分拣配送中心

通过建设自动分拣系统，实现自动化高密度的储存和高速拣货，有效减少土地占用和人力成本、运营成本。在发货区域安装自动化分拣流水线，减少人员区域搬运路程，缩短分拣所需总时长从而提高分拣效率。

② 立体仓储区

通过建立立体仓库实现自动存取功能，提高了运行及处理速度。自动化立体仓库由计算机终端进行控制，便于清点、盘库以及减少库存。

(2) 资本性支出情况

供应链园区项目总投资额为 14,960.72 万元，拟使用募集资金金额 14,000.00 万元，具体构成如下所示：

序号	项目	投资金额 (万元)	投资占比 (%)	拟使用募集资 金金额 (万元)	是否属于资 本性支出	是否使用 募集资金 投入
1	工程建设	6,742.74	45.07	6,742.00	是	是
2	公用工程	156.04	1.04	156.00	是	是
3	设备购置及安装	7,107.72	47.51	7,102.00	是	是
4	实施费用	253.90	1.70	0.00	否	否
5	基本预备费	700.32	4.68	0.00	否	否
合 计		14,960.72	100.00	14,000.00		

(3) 项目实施进度

本项目计划建设期 24 个月，自 T+1 月开始，至 T+24 月末结束，T 为募集资金开始投入月份。具体进度安排如下：

阶段/时间(月)	T+24											
	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
可行性研究												
初步规划、设计												
建安工程及装修												
设备采购及安装												
人员招聘及培训												
试运营												

截至 2019 年 12 月 31 日，本次项目仍处于前期准备工作阶段，已完成可行性研究、初步规划设计等阶段性工作。

6、项目的土地、立项和环评情况

本项目建设用地位于广东省广州市番禺区石楼镇菩山工业区 SLG15-01 地块，公司已取得粤（2019）广州市不动产权第 07800208 号土地使用证，可建设用地面积 10,791 平方米，土地用途为工业用地；已取得《广东省企业投资项目备案证》（2019-440113-18-03-056031），已取得 201944011300011055 号《建设项目环境影响登记表》。

(三) 研发设计中心项目

1、项目基本情况

为适应公司快速增长的业务需求，增强品牌研发设计能力，打造比音勒芬国内领先的高端时尚运动服饰品牌地位，同时深挖度假旅游服饰蓝海市场，本项目拟在公司新办公大楼建设研发设计中心，作为比音勒芬及未来新品牌的研发办公业务基地，完成产品的研发设计并支撑相关部门日常运营。本项目建成后，主要实现研发设计、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，努力打造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，提升对国内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。本项目投资总额为 4,527.32 万元，拟使用募集资金 4,000.00 万元。

2、项目实施的必要性

(1) 有利于打造设计交流平台，增强公司核心竞争力

服装的款式随着季节的变化而变化，不同年份的流行趋势各不相同，纺织服装企业需要把握当季的流行趋势才能在市场竞争中占据优势。服装设计团队需要多与业内专家、加盟商、时尚媒体等进行设计交流，分享公司的服装设计理念，促进公司的研发设计能力进一步提升，提高品牌知名度。当前，由于使用面积和展示设备限制，公司无法开展大规模的设计交流活动。

除此之外，产品设计是服装产品表现品牌形象与独特风格的关键形式，尤其对于品牌时装而言，产品研发设计能力直接影响企业的市场竞争力，也是国内品牌与国际品牌最主要的差距所在。近年来，品牌服装企业在设计研发方面大幅增加投入，以期通过设计研发实力的提高，增强企业软实力，在趋于同质化的市场竞争中异军突起，提高产品的市场占有率。在这一行业背景下，公司实施研发设计中心项目，有利于公司提高自主设计研发水平，增强公司的核心竞争力。

(2) 有利于提高产品与品牌附加值，满足公司多品牌经营战略的需求

塑造具有知名度、美誉度与认同度的品牌，已成为企业重要的竞争要素之一。品牌建设的核心途径之一是通过产品的款式设计、面料应用、版型研发等产品视

觉形象、穿着感受，表现品牌特定的形象风格与文化内涵。研发设计中心项目的实施，将为公司的品牌建设提供紧密合作的专业设计团队和技术支持，充分保证了公司旗下各品牌差异化的设计风格，可以体现在每一件产品的款式、色彩、面料及工艺质量上，为消费者带来更好的穿着体验与品牌认同，从而进一步提高公司产品的附加值与竞争力。

同时，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。而在新品牌上线前，需要提前配备大量的研发设计人员。根据公司的规划，公司需要相应地增强研发力量。

（3）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。面对来自国内外中高端品牌的竞争，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。

通过建设研发设计中心，有利于改善研发人员的工作环境，同时通过进行项目的研发，在实践中培养和提高研发团队的专业技术水平。由于使用面积受限，当前公司针对基层设计师的专业化培训较少，在研发设计中心建成之后，公司能够邀请专项技能导师到研发设计中心开展对员工的专业设计能力培养，发掘公司现有人才潜力，提升团队整体研发能力。另一方面，一流的研发环境和实验设备有利于激发研发设计团队的工作积极性，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，提升比音勒芬品牌竞争能力。

3、项目实施的可行性

（1）加强研发体系建设符合国家宏观政策与行业发展趋势

为进一步激励企业加大研发投入，支持科技创新，2018年9月国家颁布《关于提高研究开发费用税前加计扣除比例的通知》，对企业所得税优惠政策进行调整，扩大研发费用扣除范围和比例，将研发费加计扣除比例由50%提高到75%的政策扩大至所有企业。国家政策鼓励企业建立研发设计中心，提高产品附加值

和文化内涵，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。本项目旨在通过公司研发设计中心的建设，进一步提高公司的自主创新能力，加强品牌竞争力，提高产品附加值，符合国家政策导向，顺应行业发展趋势。

(2) 募投项目建设规模同公司的经营与技术水平相适应

自成立以来，公司始终重视产品的设计研发，始终坚持高品质、高品位、高科技和创新精神的“三高一新”品牌发展理念。经过多年的不懈发展，公司现已拥有了一支设计理念先进、设计经验丰富的专业设计团队，在服装的款式设计、品牌文化特性和面料的研发上均在行业内建立了领先的优势。同时，公司始终重视技术研发与产品开发的持续投入，报告期内，研发投入分别为 3,146.07 万元、4,087.88 万元、4,967.31 万元和 2,936.20 万元，研发投入逐年递增。本次研发设计中心建设总投资 4,527.32 万元，旨在进一步提高公司研发体系的基础设施与软硬件条件，符合公司经营规模、财务状况与发展战略。

(3) 公司所在地区拥有丰富的研发人才储备

公司总部所在的珠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，珠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。

4、项目投资概算

本项目总投资金额为 4,527.32 万元，本次拟使用募集资金投入 4,000.00 万元，各年投资金额如下表所示：

单位：万元

序号	投资内容	投资估算			占总投资比例
		T+12	T+24	总计	

一	场地投入	1,950.01	-	1,950.01	43.07%
(一)	装修工程	1,950.01	-	1,950.01	43.07%
二	设备购置及安装费	-	2,056.30	2,056.30	45.42%
三	实施费用	-	320.70	320.70	7.08%
四	基本预备费	97.50	102.81	200.32	4.42%
五	项目总投资	2,047.51	2,479.81	4,527.32	100.00%

(1) 场地投入

本项目拟投资 1,950.01 万元用于研发设计场所的装修，具体投资明细如下：

序号	投资内容	建筑面积 (m ²)	单价 (万元/m ²)	投资总额 (万元)
一	装修工程			
1	研发设计中心办公区	1,400.00	0.3924	549.36
2	板房	600.00	0.2725	163.50
3	面料实验室	400.00	0.4905	196.20
4	会议室*4	300.00	0.3924	117.72
5	培训中心	300.00	0.3924	117.72
6	研发成果互动展示区	300.00	0.5450	163.50
7	产品展厅——比音勒芬	300.00	0.4142	124.26
8	产品展厅——威尼斯狂欢节	300.00	0.4142	124.26
9	品牌历史展厅	500.00	0.4142	207.10
10	面料及样衣存放区	350.00	0.3270	114.45
11	公共区域	300.00	0.2398	71.94
二	合计	5,050.00		1950.01

(2) 设备购置及安装费

序号	投资内容	设备数量 (台、套、件)	单价 (万元)	总金额 (万元)
一	办公设备			276.74
1	设计用电脑	80	1.90	151.87
2	普通电脑	70	0.57	39.55
3	数码相机	20	0.90	18.08
4	扫描仪	20	0.34	6.78

5	激光打印机	20	0.57	11.30
6	投影设备	15	0.90	13.56
7	三维人体扫描仪	2	13.56	27.12
9	LED 显示屏	5	1.70	8.48
二	办公家具			78.54
1	办公桌椅	180	0.23	40.68
2	沙发	20	0.45	9.04
3	茶几	20	0.40	7.91
4	书架	10	0.28	2.83
5	文件柜	80	0.06	4.52
6	保险箱	20	0.68	13.56
三	板房设备			619.07
1	人台	25	0.28	7.06
2	环刀	2	1.70	3.39
3	粘合机	2	24.86	49.72
4	推刀	2	0.90	1.81
5	裁床	2	22.60	45.20
6	CAD 切板机	2	3.39	6.78
7	裁案	20	0.17	3.39
8	撬边机	2	13.56	27.12
9	工作台	20	0.06	1.13
10	烫台	5	0.34	1.70
11	三角针	2	16.95	33.90
12	链缝机	1	15.82	15.82
13	平板临缝机	3	3.39	10.17
14	锁眼机	1	12.43	12.43
15	珠边机	2	2.83	5.65
16	圆筒临缝机	2	2.83	5.65
17	撬袖口机	1	24.86	24.86
18	钉扣机	2	2.83	5.65
19	开袋机	2	25.99	51.98
20	订商标机	2	18.08	36.16
21	打结机	3	2.83	8.48

22	气电两用熨斗	6	0.23	1.36
23	滚轮机	2	4.52	9.04
24	容袖机	1	20.34	20.34
25	链缝机	1	9.04	9.04
26	撬底摆里子机	1	23.73	23.73
27	撬领呢专用机	1	22.60	22.60
28	上袖机	1	10.74	10.74
29	切胸衬机	1	13.00	13.00
30	带千条机	1	24.30	24.30
31	转袖里机	1	12.43	12.43
32	自动钉扣绕脖机重机	1	18.08	18.08
33	锁边机	2	0.90	1.81
34	链式合裤缝机	1	3.39	3.39
35	专用订裤勾机	1	0.34	0.34
36	专机固定下串带	1	3.39	3.39
37	腰里订针机	2	16.95	33.90
38	专机固定上串带	1	3.39	3.39
39	翘半带专用机	1	15.82	15.82
40	修裤长切刀	1	0.45	0.45
41	充绒机	2	5.65	11.30
42	薄料普通撬边机	2	6.78	13.56
43	专用撬裤腰机	1	9.04	9.04
四	面料实验室设备			251.03
1	纺织品甲醛含量测试仪	1	2.26	2.26
2	全自动织物缩水率试验机	2	3.50	7.01
3	全自动干洗试验机	2	0.73	1.47
4	织物强力机	2	5.09	10.17
5	耐洗色牢度试验机	1	3.05	3.05
6	染色摩擦色牢度仪	1	2.09	2.09
7	日晒气候色牢度仪	2	15.50	31.01
8	汗渍色牢度仪	1	1.07	1.07
9	织物起毛起球仪	1	1.36	1.36
10	电子织物破裂强力仪	1	6.78	6.78

11	织物勾丝仪	1	1.70	1.70
12	熨烫升华色牢度仪	1	1.56	1.56
13	马丁代尔耐磨起球仪	1	4.29	4.29
14	纽扣冲击测试仪	1	0.57	0.57
15	钮扣拉力测试仪	1	1.70	1.70
16	八篮烘箱	1	0.70	0.70
17	电子单纱强力机	1	1.98	1.98
18	耐黄变试验箱	1	2.26	2.26
19	水浴振荡器	1	0.85	0.85
20	全自动织物折皱弹性仪	1	5.88	5.88
21	透气性能测试仪	1	3.62	3.62
22	平板式织物保暖仪	1	2.26	2.26
23	织物平磨仪	1	3.16	3.16
24	自动验布机	1	4.75	4.75
25	数字式撕裂仪	1	6.55	6.55
26	织物汽蒸收缩仪	1	2.92	2.92
27	平板压烫仪	1	2.77	2.77
28	数字式织物透气量仪	1	5.65	5.65
29	自动织物硬挺度仪	1	2.37	2.37
30	织物折皱弹性测试仪	1	5.88	5.88
31	型织物悬垂性测试仪	1	4.29	4.29
32	织物沾水度测定仪	1	0.14	0.14
33	渗水性测试仪	1	2.94	2.94
34	毛细管效应测定仪	1	0.99	0.99
35	织物摩擦式静电测试	1	3.25	3.25
36	高温染色小样机	1	1.81	1.81
37	染色小样快速烘箱	1	0.73	0.73
38	条干均匀度测试仪	1	15.65	15.65
39	电容式条干均匀度测试仪	1	22.60	22.60
40	电子天平	6	6.18	37.07
41	其他小件实验器具	1	33.90	33.90
五	展厅设备		91.46	224.96
1	门头 LED 幕	7	1.53	10.68

2	飞屏 LED 拼接屏幕	5	2.83	14.13
3	LCD 显示器(43 寸)	1	1.07	1.07
4	LCD 显示器(55 寸)	5	3.16	15.82
5	LCD 显示器(65 寸)	1	8.14	8.14
6	投影机	6	15.59	93.56
7	音响系统	2	9.04	18.08
8	中控服务器	1	11.30	11.30
9	工作站	5	2.83	14.13
10	iPad	2	0.90	1.81
11	交换机	2	0.57	1.13
12	机柜	2	0.61	1.22
13	机器人	1	33.90	33.90
六	软件设备			508.05
1	CAD 软件	1	67.80	67.80
2	Office 办公软件	1	56.50	56.50
3	Adobe 专业设计软件	1	90.40	90.40
4	产品生命周期管理 (PLM) 系统升级	1	226.00	226.00
5	互动体验系统			67.35
5.1	互动体验程序研发	2	11.87	23.73
5.2	互动体验程序逻辑框架制作	1	7.35	7.35
5.3	互动体验程序数字内容三维内容制作	2	7.68	15.37
5.4	互动体验程序数字内容 UI 设计	4	2.26	9.04
5.5	互动体验程序交互设计	3	3.96	11.87
6	数据库软件	1	135.60	135.60
七	设备安装调试费			97.92
八	合 计			2,056.30

(3) 实施费用

本项目实施费用 320.70 万元，将全部通过公司自有资金投入，主要用于项目人员工资和其他项目实施费用。

(4) 基本预备费

本项目基本预备费为 200.32 万元，将全部通过公司自有资金投入，按照场

地投入和设备购置及安装费的 5% 计取。

5、项目建设方案与计划

(1) 资本性支出情况

研发设计中心项目总投资额为 4,527.32 万元，拟使用募集资金金额 4,000.00 万元，具体构成如下所示：

序号	项目	投资金额 (万元)	投资占比 (%)	拟使用募集资 金金额 (万元)	是否属于资 本性支出	是否使用 募集资金 投入
1	装修工程	1,950.01	43.07	1,950.00	是	是
2	设备购置及安装	2,056.30	45.42	2,050.00	是	是
3	实施费用	320.70	7.08	0.00	否	否
4	基本预备费	200.32	4.42	0.00	否	否
合 计		4,527.32	100.00	4,000.00		

(2) 项目实施进度

本项目计划建设期 24 个月，自 T+1 月开始，至 T+24 月末结束，T 为募集资金开始投入月份。具体进度安排如下：

阶段/时间(月)	T+24											
	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
可行性研究	■											
初步规划、设计	■	■										
建安工程及装修		■	■	■	■	■						
设备采购及安装							■	■	■			
人员招聘及培训										■	■	
试运营												■

截至 2019 年 12 月 31 日，本次项目仍处于前期准备工作阶段，已完成可行性研究、初步规划设计等阶段性工作。

6、项目的土地、立项和环评情况

本项目拟选址于公司新总部大楼，为自有房产，规划场地面积 5,050.00 平方

米，不涉及新增用地，已取得《广东省企业投资项目备案证》（2019-440113-18-03-056050），无具体生产环节，不产生污染，无需履行环评审批程序。

（四）补充流动资金

1、项目基本情况

为增强公司资金实力、进一步降低运营成本，支持公司主营业务持续健康发展，结合行业特点、现有规模及成长性等因素，公司拟使用本次募集资金中的18,900.00万元用于补充流动资金。

流动资金是公司日常经营正常运转的必要保证，公司补充流动资金规模估算是依据公司未来流动资金需求量确定，即根据公司最近三年流动资金的实际占用情况以及各项经营性流动资产和经营性流动负债占营业收入的比重，以估算的2019-2021年营业收入为基础，按照销售百分比法对构成公司日常生产经营所需要的流动资金进行估算，进而预测公司未来生产经营对流动资金的需求量。

2016年-2018年，公司营业收入增长情况如下：

项目	2016年	2017年	2018年
营业收入(万元)	84,200.74	105,442.82	147,574.71
增长率	11.73%	25.23%	39.96%
三年平均增长率	25.64%		
复合增长率	32.39%		

以三年平均增长率和2016-2018年复合增长率孰低为原则，选取25.64%增长率作为营业收入预测基础，测算如下：

单位：万元

项目	2018年度/末	比例	2019年度/末	2020年度/末	2021年度/末
营业收入	147,574.71		185,410.41	232,946.54	292,670.15
经营性流动资产	82,587.18	55.96%	103,761.16	130,363.79	163,786.89
应收票据及应收账款	10,437.74	7.07%	13,113.80	16,475.96	20,700.13
预付账款	9,911.95	6.72%	12,453.21	15,646.00	19,657.38

存货	62,237.49	42.17%	78,194.14	98,241.82	123,429.39
经营性流动负债	33,974.01	23.02%	42,684.38	53,627.94	67,377.25
应付票据及应付账款	15,830.07	10.73%	19,888.64	24,987.75	31,394.19
预收账款	18,143.94	12.29%	22,795.74	28,640.19	35,983.06
营运资金需求	48,613.17		61,076.78	76,735.84	96,409.63
2019-2021年需要补充的流动资金总额			47,796.46		

根据上表测算结果,2021年末公司营运资金需求为96,409.63万元,减去2018年末的需求金额48,613.17万元,公司未来三年新增流动资金需求为47,796.46万元。公司本次募投项目补充流动资金金额为18,900.00万元,不超过未来三年公司资金需求的上限。

本次拟使用募集资金18,900.00万元补充流动资金,不属于资本支出,主要用于增强公司资金实力、优化资本结构、降低财务费用。

2、项目实施的必要性

(1) 有利于改善公司财务状况,满足业务持续增长对流动资金的需求

自2016年上市以来,公司品牌价值和影响力不断提升,经营业绩也逐年攀升;其中,2016年实现收入84,200.74万元,增长率为11.73%;2017年实现收入105,442.82万元,增长率为25.23%;2018年实现收入147,574.71万元,增长率为39.96%;2019年实现收入182,551.68万元,增长率为23.70%;公司营业收入增速不断上升。此外,报告期内,公司线下门店数量保持持续增长,数量分别为652家、764家和894家。公司经营规模的持续扩张,需要在增加门店建设与维护的同时,加大后端的产品供应与前端的商品铺货,配套流动资金需求也将随之增加。

在产品供应方面,预计未来公司业务仍将处于较好的增长阶段,为了满足公司业务不断发展对营运资金的需求,通过补充上市公司流动资金,增强公司的流动性和抗风险能力,改善公司财务状况,将促进公司主营业务持续健康发展。在商品销售方面,直营模式下,公司需要为直营门店配置足够的款式、尺码、货品,该等库存商品在销售给消费者前都将形成对资金的占用,并随公司业务规模的增长而提高,从而需要公司具有更为充足的流动资金。

(2) 补充流动资金有利于增强公司资本实力，助力公司多品牌发展战略

新品牌的培育和成长扩张是公司未来持续发展、快速增长的重要动力来源，同时也需要公司在研发设计、品牌推广、店铺拓展、商品铺货等方面进行持续性的投入，形成了较为持续的资金需求。公司未来希望进一步扩大产品类型、品牌阵营和渠道资源，实现对消费群体更为广泛、全面的覆盖。综上所述，公司需要储备充裕的流动资金，以支持未来战略发展。

3、项目实施的可行性

本次使用部分募集资金补充流动资金，可以优化公司资本结构，更好地满足公司生产、运营的日常资金周转需要，降低财务风险和经营风险，增强公司竞争力，具备可行性。

4、项目的土地、立项和环评情况

本项目实施不涉及土地投资和固定资产投资，无需取得项目备案和履行环评审批程序。

5、项目实施进度

本次募集资金到账后，公司将根据自身营运资金实际需求情况，择机投入补充流动资金。

(五) 本次募投项目投资规模的合理性

1、营销网络建设升级项目

公司选取了近年部分同行业服装公司实施营销网络建设类募投项目的单位投资规模情况进行比较如下：

公司名称	同类项目	投资总额 (万元)	达产营业收入 (万元)	单位投资规模对应产值
锦泓集团	营销网络建设项目	25,954.30	33,200.00	1.28
红豆股份	智慧红豆建设项目	181,000.00	364,550.05	2.01
朗姿股份	阿卡邦品牌营销网络建设项目	23,129.80	24,428.74	1.06
起步股份	婴童用品销售网络建设	35,072.09	60,400.00	1.72
日播时尚	营销网络建设项目	34,661.43	83,869.68	2.42

平均值				1.70
比音勒芬	营销网络建设升级项目	35,655.10	43,761.37	1.23

注：上述数据取自各家上市公司已公告披露内容。

由上表可见，与可比公司同类项目相比，公司本次营销网络建设升级项目的单位投资规模对应产值不存在重大差异，且公司预计单位产值相对较为谨慎，具备合理性。

2、供应链园区项目

公司选取了近年部分同行业服装公司实施供应链物流类募投项目的单位投资规模情况进行比较如下：

公司名称	同类项目	投资总额 (万元)	建筑面积 (m ²)	单位投资规模 (万元/m ²)
海澜之家	物流园区建设项目	211,367.70	376,500.00	0.56
搜于特	时尚产业供应链总部（一期）项目	87,467.48	197,000.00	0.44
太平鸟	太平鸟慈东服饰整理配送物流中心项目	47,900.00	148,831.00	0.32
安正时尚	供应链中心改扩建项目	29,141.09	61,950.00	0.47
平均值				0.45
比音勒芬	供应链园区项目	14,960.72	32,580.00	0.46

注：上述数据取自各家上市公司已公告披露内容。

由上表可见，公司本次供应链园区项目的单位面积投资金额与可比公司同类项目趋近，具备合理性。

3、研发设计中心项目

公司选取了近年部分同行业服装公司实施研发设计中心类募投项目的单位投资规模情况进行比较如下：



公司名称	同类项目	投资总额 (万元)	建筑面积 (m ²)	单位投资规模 (万元/m ²)
海澜之家	爱居兔研发办公大楼建设项目	46,952.30	114,598.00	0.41
锦泓集团	研发设计中心升级建设项目	10,974.00	2,800.00	3.92
安奈儿	设计研发中心建设项目	8,473.08	3,000.00	2.82
安正时尚	研发中心建设项目	2,458.73	5,894.00	0.42
日播时尚	研发设计中心项目	12,205.85	17,000.00	0.72

平均值				1.66
比音勒芬	研发设计中心项目	4,527.32	5,050.00	0.90

注：上述数据取自各家上市公司已公告披露内容。

由于研发中心所处城市位置、场地取得方式、设备种类和数量以及研究方向的不同，导致上述各公司的单位面积投资金额存在一定的差异，公司本次研发设计中心项目单位投资规模低于可比公司同类项目平均值，具备合理性。

（六）本次募投项目与变更的前次募投项目的区别与联系



公司深耕服装行业多年，精准定位于高端时尚运动服饰，通过持续产品创新、品牌力提升、开店加速等方式驱动业绩较快增长。比音勒芬（）品牌目前拥有生活系列、时尚系列和高尔夫系列，产品具备生活、时尚、运动兼容特性，满足精英阶层多场景的着装需求和精致时尚的消费品位。2018年，公司正式开启双品牌运营模式，新品牌 （威尼斯狂欢节）定位于度假旅游服饰蓝海市场，着力打造亲子装、情侣装以及家庭装等产品，通过深化细分品类满足多元消费，旨在成为度假旅游服饰的联想品牌。公司本次“营销网络建设升级项目”拟进行改造的200家直营店由于门店经营时间较长，部分装修及设施陈旧，需要进行重新装修以改善门店形象，提升顾客购物体验。同时，依托公司在时尚运动服饰领域积累的市场人才优势，将在全国铺设150家新品牌零售终端。最后，本次募投的实施还将引入电子标签、便捷支付、人脸识别等新的技术手段，提高顾客购物的便捷性和门店经营管理效率。

1、区别

（1）用途差异

变更的前次IPO募投项目为“营销网络建设项目”，其用途为前几年公司在全国新建比音勒芬主品牌直营网点；本次募投项目“营销网络建设升级项目”，其用途为公司对已有比音勒芬主品牌直营网点的装修改造以及对新品牌威尼斯狂欢节的店铺新建，其中老店升级主要选取开业3年以上、改造后仍有较大业绩提升空间的直营门店进行改造。

（2）品牌差异

变更的前次募投项目为比音勒芬主品牌（）的店铺新建，本次募投项目则为新品牌 （威尼斯狂欢节）的店铺新建。

2、联系

公司本次募投项目与变更的前次募投项目均为公司主营业务的发展与延伸，本次可转债募投项目是在原 IPO 募投项目基础上的补充和深化，一方面帮助扩大公司直营门店数量和覆盖面，另一方面在门店数量扩张的基础上通过升级改造提升单店店效，从而完善公司在纺织服装行业战略布局，增强自有品牌的市场竞争力和占有率，促进公司主营业务收入的不增长。

三、董事会前募投项目投入情况

公司于 2019 年 9 月 10 日召开第三届董事会第十六次会议，审议通过了公司公开发行可转换公司债券的相关议案；上述董事会召开前，本次募投项目未实际投入，也不存在置换董事会前投入的情形。

四、本次发行对公司经营管理、财务状况的影响

（一）本次可转债发行对公司经营管理的影响

本次可转债发行募集资金的用途围绕公司主营业务展开，与公司发展战略及现有主业紧密相关。公司将继续扩展在纺织服装产业的战略布局，符合行业发展趋势、相关产业政策以及本公司未来整体战略发展方向，具有良好的市场发展前景和经济效益。营销网络建设升级项目有利于提升零售终端形象、增强消费者体验、提高门店经营管理效率、提高大数据应用能力；供应链园区项目有助于公司提升供应链承载能力和供应链效率并优化物流流程；研发设计中心项目有助于完善公司的研发设计体系，为公司的品牌建设、服装销售、自主创新提供有力支持；补充流动资金与公司的发展战略相一致，有利于进一步提升核心竞争力。

综上所述，募集资金投资项目的实施将对公司的经营业务产生积极影响，有利于提高公司的持续盈利能力、抗风险能力和综合竞争力，有利于公司的可持续发展，从而为公司巩固市场地位并丰富产品竞争力打下坚实的基础，最终

有利于实现公司价值和股东利益最大化。

（二）本次可转债发行对公司财务状况的影响

本次可转债发行完成后，公司的货币资金、总资产和总负债规模将相应增加。可转债持有人转股前，公司一方面可以较低的财务成本获得债务融资，另一方面不会因为本次融资而迅速摊薄每股收益。

随着募投项目的逐步实施以及可转债持有人陆续转股，公司的资本实力将得以加强，资产负债率将逐步降低，偿债风险也随之降低。本次募集资金投资项目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，公司未来的盈利能力、经营业绩都将会有所提升。

五、募集资金投资项目可行性结论

本次公开发行可转债，是公司维护股票内在价值、增强资金运营实力、提高公司盈利能力的重要举措。本次募集资金投资项目符合国家的相关产业政策和法律法规，以及公司战略发展的需要，具有良好的可行性。通过募投项目的实施，公司的资金实力将得到大幅提高，公司战略得以有效实施，主营业务将得到有效深化，行业优势进一步加强，从长远角度有利于公司的可持续发展，有利于增强公司的持续盈利能力。

综上所述，本次募集资金投资项目具有可行性、必要性，符合公司及全体股东的利益。

第七节 备查文件

除本募集说明书摘要所披露的资料外，本公司按照中国证监会的要求将下列备查文件备置于发行人处，供投资者查阅：

- 一、公司章程和营业执照正本；
- 二、公司 2017 年度、2018 年度和 2019 年度财务报告和审计报告；
- 三、保荐机构出具的发行保荐书和发行保荐工作报告；
- 四、法律意见书和律师工作报告；
- 五、注册会计师关于前次募集资金使用情况的鉴证报告；
- 六、资信评级机构出具的资信评级报告；
- 七、公司关于本次发行的董事会决议和股东大会决议；
- 八、其他与本次发行有关的重要文件。

自本募集说明书摘要公告之日起，投资者可至发行人、主承销商住所查阅募集说明书全文及备查文件，亦可在中国证监会指定网站（<http://www.cninfo.com.cn>）查阅募集说明书全文及备查文件。

（本页无正文，为《比音勒芬服饰股份有限公司公开发行可转换公司债券募集说明书摘要》之盖章页）

