

中信建投证券股份有限公司

关于欣贺股份有限公司

部分募投项目延长实施期限的核查意见

中信建投证券股份有限公司（以下简称“中信建投证券”“保荐机构”）作为欣贺股份有限公司（以下简称“欣贺股份”、“公司”）首次公开发行股票并上市的保荐机构，根据《证券发行上市保荐业务管理办法》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》《上市公司监管指引第2号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》等有关规定的要求，对欣贺股份部分募投项目延长实施期限事项进行了审慎核查，具体情况如下：

一、募集资金基本情况

经中国证券监督管理委员会《关于核准欣贺股份有限公司首次公开发行股票的批复》（证监许可[2020]2331号）核准，公司获准向社会公开发行人民币普通股10,666.67万股，发行价格为每股8.99元，募集资金总额为人民币958,933,633.00元，扣除发行费用后募集资金净额为人民币868,873,896.46元。上述资金已于2020年10月21日全部到位，经容诚会计师事务所（特殊普通合伙）验证，并出具了编号为容诚验字[2020]361Z0081号《验资报告》。公司对募集资金采取了专户存储制度，上述募集资金到账后，已存放于募集资金专户。

（一）公司募投项目历次变更及延期情况

2021年12月2日，公司召开第四届董事会第十二次会议和第四届监事会第六次会议审议通过了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点及延长实施期限的议案》，同意公司对首次公开发行股份募集资金投资项目“企业信息化建设项目”的实施地点进行变更，“仓储物流配送中心项目”实施期限延长为2022年12月31日，公司募集资金投资项目总投资及建设内容保持不变。

公司于2022年8月29日召开了第四届董事会第二十一次会议和第四届监事会第十二次会议，并于2022年9月15日召开2022年第五次临时股东大会，

审议通过了《关于变更部分募投项目及延长实施期限的议案》，同意对公司首次公开发行股份募集资金投资项目“仓储物流配送中心项目”进行结项并将募集资金余额（募集资金余额含累计收到的银行存款利息及现金管理收益等扣除银行手续费）调整至“品牌营销网络建设项目”；延长“品牌营销网络建设项目”及“企业信息化建设项目”的实施期限至2024年12月31日，并对“品牌营销网络建设项目”的具体实施计划进行调整。

（二）募投项目投资情况

截至2024年9月30日，公司募投项目具体实施情况如下：

单位：万元

项目名称	募集资金承诺投资总额	调整后投资总额	累计投入募集资金金额	投资进度	项目达到预定可使用状态日期
欣贺股份有限公司品牌营销网络建设项目	67,000.00	74,970.46	27,105.68	36.16%	2024年12月31日
欣贺股份有限公司企业信息化建设项目	9,887.39	9,887.39	4,564.56	46.17%	2024年12月31日
欣贺股份有限公司仓储物流配送中心项目	10,000.00	2,389.87	2,389.87	100.00%	已结项
合计	86,887.39	87,247.72	34,060.11	-	-

二、本次募投项目延长实施期限的情况及原因

自募集资金入账以来，公司积极推进募投项目的实施，公司募投项目处于持续投入状态，未出现募投项目长期搁置的情况。为确保募投项目建设的安全性和稳健性，基于谨慎性原则，公司根据当前市场及项目建设的实际需求，对募投项目实施期限进行延长，以提高募集资金使用效率和效果。具体如下：

项目名称	项目达到预定可使用状态日期（调整前）	项目达到预定可使用状态日期（调整后）
欣贺股份有限公司品牌营销网络建设项目	2024年12月31日	2027年12月31日
欣贺股份有限公司企业信息化建设项目	2024年12月31日	2027年12月31日

（一）“品牌营销网络建设项目”调整实施计划并延长实施期限情况及原因

1、“品牌营销网络建设项目”原定项目计划

根据《欣贺股份有限公司首次公开发行股票招股说明书》披露的项目实施方案，“品牌营销网络建设项目”承诺募集资金投资总额 67,000 万元，建设期三年，项目计划在实施期内，为自有品牌开设 365 家自营店铺，并对 109 家店铺进行升级，项目实施期限至 2022 年 12 月 31 日。

考虑到公司实际情况及募集资金到账时间，公司于 2022 年 8 月 29 日召开了第四届董事会第二十一次会议和第四届监事会第十二次会议，并于 2022 年 9 月 15 日召开 2022 年第五次临时股东大会，审议通过了《关于变更部分募投项目及延长实施期限的议案》，对“仓储物流配送中心项目”进行结项并将募集资金余额调整至“品牌营销网络建设项目”，延长“品牌营销网络建设项目”实施期限，并对“品牌营销网络建设项目”的具体实施计划进行调整。变更后“品牌营销网络建设项目”承诺募集资金投资总额为 74,970.46 万元，实施期限至 2024 年 12 月 31 日，项目计划在实施期内开设 415 家终端店铺，并对 133 家品牌店铺进行升级（包括前期已开设和升级的店铺）。

2、本次“品牌营销网络建设项目”实施计划调整原因

“品牌营销网络建设项目”实施计划系基于项目当时的市场环境及公司业务发展，通过在各个区域的实地考察确定的战略布局。近年来，随着经济的发展和物质生活的丰富，国民的消费结构已从生存型向发展型、享受型逐渐转变。在线上消费方面，直播电商、内容电商、社群营销、私域运营等新业态新模式快速发展，线上服装消费增势良好，在整体消费中所占的比例不断提升。在线下消费方面，购物中心和百货商场等在线上渠道分流影响和新消费趋势推动下，积极采用新技术以及创新商业模式，将商业与文化、音乐、艺术、戏剧、户外等场景结合，打造娱乐化、体验式、社交化、精细服务化的零售空间，同时需及时进行品牌业态调整和物业翻新，才能跟上市场日新月异步伐。因此“品牌营销网络建设项目”的开设方式、开设地点、门店类型也需要根据市场环境变化而不断的动态完善。

在品牌建设方面，根据全新长期发展战略，公司已组建“精致时尚事业部”、“通勤时尚事业部”、“新零售事业部”三大事业部，对现有各品牌重新进行了品牌定位升级，制定“一牌一策”，着手优化线下门店网络建设。经公司经审慎分析和认真研究，原实施计划中的门店开设方式、开设地点、品牌分布、门店类型

等具体内容未能贴合公司全新经营战略的调整和新零售发展趋势。

因此，公司根据目前市场的实际情况，结合自身经营战略发展目标，在不改变项目募集资金投入金额、使用方向和用途的前提下，对项目的具体门店开设方式、开设地点、品牌分布、门店类型等具体内容适当调整，以提高对市场的反应速度，更合理、灵活地推进公司品牌营销网络布局，提高募集资金的使用效率，进而充分实现“品牌营销网络建设项目”的预期效益，实现公司与全体股东的利益最大化。

3、“品牌营销网络建设项目”调整后的实施计划说明

本次公司在保持项目募集资金投入金额、使用方向和用途等内容不变的基础上，对“品牌营销网络建设项目”实施计划中的部分内容进行了调整，调整后的具体内容如下：“品牌营销网络建设项目”承诺募集资金投资总额为 74,970.46 万元，项目计划在实施期内开设 457 家终端店铺，并对 103 家品牌店铺进行升级（包括截至 2024 年 9 月 30 日已开设的店铺共计 201 家，升级店铺共计 55 家），公司将在保持现有店铺资源的基础上，将门店资源更加集中在重要城市的核心商业地段，向未覆盖到的一、二线城市的核心商圈渗透，以及具有较大市场潜力的三、四线城市进行扩张，持续提高公司终端门店数量及质量，优化渠道布局及渠道结构，扩大市场覆盖率；同时，对现有重点店铺进行重装升级，优化店铺选址、升级店铺设计和装修，有助于全面提升店铺形象，提升品牌定位，提高客户消费体验，提升单店业绩贡献。项目的具体实施内容包括各品牌的门店数、门店选址、门店类型和门店面积等，公司将根据商业环境的变化、消费者市场实际情况，结合公司实际经营的情况和业务发展的需要实施。

4、“品牌营销网络建设项目”延长实施期限原因

根据外部客观环境因素及公司发展战略的变化情况，公司调整“品牌营销网络建设项目”的实施进度和方案，因此延长了项目建设时间，结合目前募投项目的实际进展情况，经审慎研究，公司决定将“品牌营销网络建设项目”的实施期限延长至 2027 年 12 月 31 日。

（二）“企业信息化建设项目”延长实施期限情况及原因

“企业信息化建设项目”承诺募集资金投资总额 9,887.39 万元，计划对公司现有的信息化系统进行改善、替换和新建。项目涵盖 IT 组织及基础设施建设、业务协同类系统建设、业务运营类系统建设、管理支持及决策分析类系统等方面，应用系统部署终端的建设地点在相关业务部门及终端门店，通过分期对企业信息系统进行建设与提升，以满足公司经营发展的要求。

近年来，公司已持续开展信息化子系统和模块的新建、升级和完善，同时渐次推进生产信息智能化建设及生产与物流一体化的搭建，以期实现整个公司范围内的信息化与智能制造的有机融合。该项目拟建设的业务协同类系统、业务运营类系统及决策分析类系统等方面均需在公司终端店铺开设后进行实施；该项目涉及的信息化系统的建设及应用系统部署仍需根据实际业务开展情况进行调试及升级，以提升公司整体智能化、信息化水平。受宏观经济波动、市场环境变化等客观因素影响，基于谨慎性原则，考虑到上述项目无法直接产生经济效益，为保障公司稳健经营，防范募集资金使用风险，公司适度调整资源投入，优化投资方案，从而整体延缓了项目实施进度和募集资金投放力度。为保障公司及股东利益，确保募投项目实施的有效性，结合募投项目建设及资金使用情况，经公司审慎研究，公司决定延长“企业信息化建设项目”的实施期限至 2027 年 12 月 31 日。

三、本次部分募投项目重新论证的情况

根据《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》6.3.9 规定：超过最近一次募集资金投资计划的完成期限且募集资金投入金额未达到相关计划金额 50%的，上市公司应当对该募投项目的可行性、预计收益等重新进行论证，决定是否继续实施该项目。因此，公司对相关募投项目的必要性、可行性和预计收益进行了重新论证。

（一）项目建设的必要性

1、品牌营销网络建设项目

首先，经过多年发展，公司建立了一定的营销网络体系，但相对于公司的多品牌发展战略而言，单个品牌的门店数量远未达到饱和，且公司门店的区域布局

尚存在较多空白，覆盖率仍有较大幅度的提升空间，公司需要进一步改善现有销售网络的区域分布。其次，公司“品牌营销网络建设项目”投向为自营门店的建设，自营门店具有良好的宣传、示范作用，通过在重点区域建立自营门店，可有效维护、提升品牌形象，促进公司整体销售的提升，增强公司核心竞争力。

2、企业信息化建设项目

首先，公司信息数据处理压力日趋加大，实施信息化系统技术改造，利用 IT 系统对营销网络进行实时监控和动态管理有助于提升公司对销售终端的管理能力及整体供应链管理水平和。其次，通过项目对供应链信息管理系统、ERP 制造管理系统、物流协同平台等系统的建设，有助于整个供应链系统的各个环节之间高效率的信息交换和高效协同，提高公司对上下游管控能力和业务协同能力，增强公司供应链快速响应能力，优化库存管理，减少货物损耗，降低供应链整体运营管理成本。最后，“企业信息化建设项目”通过深度的数据挖掘、分析，可帮助公司建立一套科学的、以有效信息数据为依据的决策体系，使公司决策者可以全面、快捷、准确地了解其内外部环境，保证决策的科学性与可行性，有效规避决策风险。

（二）项目建设的可行性

1、品牌营销网络建设项目

公司拥有完善的业务体系、具备丰富的店铺拓展及生产运营经验。一方面，公司专注于高端女装的设计、生产和销售 30 余年，已成功培育了包括 JORYA、JORYAweekend、ANMANI 恩曼琳、Caroline、AIVEI 等自主女装高端品牌，消费群体受众面广，品牌市场效应良好，有利于营销网络的多点铺设和全面伸展。公司拥有研发设计、采购、生产、销售、信息等完整的供应链系统，为营销渠道规模的扩展奠定了良好的基础。另一方面，公司已形成较为完善的自营店铺拓展流程与制度，包括市场考察、选址、店面装修、管理商资质及实力评估等。同时公司拥有丰富的营销网络管理经验，从开业流程、订货、货物配送、售价管理、营销活动、形象管理、资金结算、信息管理、人员管理、绩效考核等方面对自营店实施规范化管理，形成完善的店铺管理制度，培养储备了充足的营销人才队伍，为营销网络的扩建提供了扎实基础。

2、企业信息化建设项目

经过多年发展，公司已拥有信息管理系统，涵盖财务管理、门店管理等多方面，具有一定的信息化基础。同时经过多年的经验积累，公司培养了一批精通信息技术也熟悉公司业务的 IT 人员；相关的技术人员已经积累了对信息系统进行持续改进的经验，有能力组织执行大规模的信息化建设。公司多年来对信息管理系统的建设经验、IT 人才培养，为“企业信息化建设项目”的顺利实施提供项目管理、系统规划与选型等方面的借鉴、支持及相应的人才储备。

目前信息技术产业发展迅速，软硬件厂商数目众多，同时也有一大批优秀的技术咨询服务机构，在不同专业领域为企业提供信息技术咨询服务，形成了深入、专业、适应企业发展需求的信息技术服务平台，适用范围已经从过去单一的财务领域向全供应链领域扩展。现代信息技术的快速发展日益成熟，保证了“企业信息化建设项目”的顺利实施。

（三）项目实施面临的风险及应对措施

在项目实施中，受宏观经济、行业发展变化、行业竞争、租金、人工薪酬及物流成本等不确定因素影响，存在项目实施进度未达预期或项目实施后实现效益无法达到预期等方面的风险。公司将根据项目实施情况审慎实施计划并及时调整，公司将根据项目进展情况及时履行信息披露义务。敬请广大投资者理性投资，注意风险。

（四）项目经济效益分析

经对“品牌营销网络建设项目”重新论证，项目测算期 10 年（不含建设期），根据项目规划，项目稳定运行后，预计实现年平均净利润 15,713 万元，项目具有良好的经济效益，符合公司的长期发展目标。

“企业信息化建设项目”不直接产生效益，将通过提升公司渠道管理能力、供应链管理能力和内部运营管理能力，进而提升公司竞争力和盈利能力。

（五）重新论证的结论

经重新论证，公司认为上述项目符合公司战略规划，仍然具备投资的必要性和可行性，公司将继续实施上述项目。同时，公司将密切关注相关环境变化，并

对募集资金投资节奏进行合理安排。

四、本次关于部分募投项目延长实施期限对公司的影响

本次部分募投项目延长实施期限是根据公司实际经营情况、募投项目实际进展情况及市场环境变化做出的审慎决定，未调整募投项目的实施主体、募集资金投资总额和资金用途。截至目前，该项目的可行性和预计收益未发生重大变化，不会对募投项目的实施造成实质性的影响，不存在改变或变相改变募集资金投向和其他损害股东利益的情形，有利于公司募投项目的有效实施，有利于提高公司募集资金使用效率，不会对募投项目的实施产生不利影响，不会对公司的经营活动产生不利影响。

五、履行的审议程序

（一）董事会审议情况

公司于2024年12月5日召开了第五届董事会第六次会议，审议通过了《关于部分募投项目延长实施期限的议案》，同意在募投项目实施主体、募集资金投资总额和资金用途不发生变更的情况下，结合当前募投项目的实际实施进度，延长“品牌营销网络建设项目”及“企业信息化建设项目”的实施期限，并对“品牌营销网络建设项目”的具体实施计划进行调整。

（二）监事会审议情况

公司第五届监事会第五次会议，审议通过了《关于部分募投项目延长实施期限的议案》，监事会认为：本次部分募投项目延长实施期限事项，符合相关法律法规的规定，审议程序合法合规，不会对公司的财务状况和经营成果产生实质性影响，不存在损害公司及股东利益的情形。同意公司本次部分募投项目延长实施期限事项。

六、保荐机构核查意见

经核查，保荐机构认为：本次部分募投项目延长实施期限事项已经发行人董事会、监事会审议通过，履行程序完备、合规。本次部分募投项目延长实施期限符合《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引

第1号——主板上市公司规范运作》等相关法规的要求。本次部分募投项目延长实施期限事项是公司根据募投项目实际进展情况做出的审慎决定，不会对公司的财务状况和经营成果产生实质性影响，不存在损害公司和股东利益的情形。

综上，中信建投对公司部分募投项目延长实施期限事项无异议。

（本页无正文，为《中信建投证券股份有限公司关于欣贺股份有限公司部分募投项目延长实施期限的核查意见》之签字盖章页）

保荐代表人（签名）：

陈嘉辉

罗贵均

中信建投证券股份有限公司

2024年12月5日