

**深圳玛丝菲尔时装股份有限公司**

**Shenzhen Marisfrolg Fashion Co.,Ltd.**

**(深圳市福田区车公庙天祥大厦 2D)**

**Marisfrolg**

**首次公开发行股票招股说明书  
(申报稿)**

**保荐机构 (主承销商)**



**西南证券股份有限公司**  
SOUTHWEST SECURITIES COMPANY, LTD.

**(重庆市江北区桥北苑 8 号西南证券大厦)**

声明：本公司的发行申请尚未得到中国证监会核准。本招股说明书（申报稿）不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为做出投资决定的依据。

## 本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	<p>本次公司拟公开发行新股不超过 5,000 万股。</p> <p>本次新股发行数量根据公司实际的资金需求合理确定。若根据询价结果预计将出现募集资金净额（扣除对应的发行费用后）超过公司发展所需要资金的，公司将相应减少公开发行新股数量。若新股数量低于 4,100 万股而使公司不足法定上市条件的，将通过深圳恩情转让老股增加公开发行的数量，深圳恩情实际公开发售股份数量不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量。本次发行新股数量与公司股东公开发售股份数量之和，不低于本次发行后总股本的 10%。</p> <p>本次股东公开发售的数量不超过根据前述调整机制计算确认的股份数，本次股东公开发售股份数量的上限为 900 万股。</p> <p>公司本次新股发行与公司股东公开发售股份的实际发行总量不超过本次公开发行股票数量上限，即 5,000 万股。</p> <p>公司控股股东深圳恩情发售股份所得资金不归公司所有，请投资者在报价、申购过程中考虑公司股东公开发售股份的因素。</p>
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	【】元/股

预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所	深圳证券交易所
发行后总股本	不超过 41,900 万股
<p>本次发行前股东所持股份的流通限制及股东对所持股份自愿锁定的承诺： 本次发行前，公司股东所持股份不存在流通限制。</p> <p>1. 控股股东深圳市恩情投资发展有限公司股份锁定的承诺：除在发行人首次公开发行股票时将本公司持有的部分发行人老股公开发售外，自发行人股票上市之日起三十六个月内，本公司不转让或者委托他人管理本公司直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本公司直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份；本公司所持发行人股票在锁定期满后两年内无减持意向；发行人上市后六个月内如其股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，本公司持有发行人股票的锁定期限自动延长六个月；如遇除权除息事项，上述发行价作相应调整。</p> <p>2. 股东深圳市睿远投资管理企业（有限合伙）、深圳市崇远投资管理企业（有限合伙）及深圳市华睿财智管理企业（有限合伙）股份锁定的承诺：自发行人股票上市之日起三十六个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本企业持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。</p> <p>3. 股东 Venus Victrix Limited 股份锁定承诺：自发行人股票上市之日起十二个月内，Venus Victrix Limited 不转让或者委托他人管理本公司直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本公司直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。</p> <p>4. 公司实际控制人朱崇辉、姚建华夫妇承诺：除在发行人首次公开发行股票时将本人间接持有的部分发行人老股公开发售外，自发行人股票上市之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本人间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份；本人所持发行人股票在锁定期满后两年内无减持意向；公司上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期限自动延长六个月；如遇除</p>	

权除息事项，上述发行价作相应调整。

锁定期满后，在本人担任公司董事、监事或高级管理人员职务期间，本人将向公司申报所直接或间接持有的公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不超过所直接或间接持有的公司股份总数的百分之二十五。离职后半年内，不转让所直接或间接持有的公司股份。申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售发行人股票数量占其所持有发行人股票总数的比例不超过百分之五十。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

5. 公司董事、监事、高级管理人员股份锁定的承诺：自发行人股票上市之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本人间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

锁定期满后，在本人任职期间，本人将向公司申报所直接或间接持有的公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不超过所直接或间接持有的公司股份总数的百分之二十五。离职后半年内，不转让所直接或间接持有的公司股份。申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售发行人股票数量占本人所持有发行人股票总数的比例不超过百分之五十。

若本人所持股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价；公司上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，持有公司股票的锁定期限自动延长六个月；如遇除权除息事项，上述发行价作相应调整；本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

保荐机构（主承销商）	西南证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

## 发行人声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书及其摘要中财务会计资料真实、完整。

保荐人承诺因其为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

中国证监会、其他政府部门对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者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，股票依法发行后，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。

投资者若对本招股说明书及其摘要存在疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、专业会计师或其它专业顾问。

## 重大事项提示

本公司特别提醒投资者认真阅读本招股说明书的“风险因素”部分，并特别注意以下事项：

### 一、关于所持股份锁定及减持意向的承诺

（一）发行前持股 5%以上股东及实际控制人关于所持股份锁定及减持意向的承诺

#### 1. 控股股东深圳市恩情投资发展有限公司承诺：

“本公司深圳市恩情投资发展有限公司系依法设立并合法存续的主体，作为深圳玛丝菲尔时装股份有限公司（以下简称“发行人”）的控股股东，为保护发行人及发行人其他股东的利益，特承诺如下：

除在发行人首次公开发行股票时将本公司持有的部分发行人老股公开发售外，自发行人股票上市之日起三十六个月内，本公司不转让或者委托他人管理本公司直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本公司直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份；本公司所持发行人股票在锁定期满后两年内无减持意向；发行人上市后六个月内如其股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，本公司持有发行人股票的锁定期限自动延长六个月；如遇除权除息事项，上述发行价作相应调整。

若本公司减持发行人股份的，本公司将提前三个交易日通知发行人并予以公告，并承诺将依照《公司法》、《证券法》、中国证监会及证券交易所相关规定办理。

若本公司未履行上述承诺，本公司将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下十个交易日内回购违规卖出的股票，且自回购完成之日起将持有的全部股份的锁定期自动延长三个月。如果本公司因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归发行人所有，本公司将在获得收入的五日内将前述收入支付给发行人指定账户；如果因本公司未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本公司将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。若法律、法规、

规范性文件及中国证监会或证券交易所对本公司因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本公司自愿无条件地根据该等规定对上述本公司所持股份锁定及减持意向的承诺予以相应调整。”

## 2. 实际控制人朱崇恂、姚建华夫妇承诺：

“本人朱崇恂、姚建华系具有完全民事行为能力的中华人民共和国公民，共同作为深圳玛丝菲尔时装股份有限公司（以下简称“发行人”或“公司”）的实际控制人，为保护发行人及发行人其他股东的利益，特承诺如下：

除在发行人首次公开发行股票时将本人间接持有的部分发行人老股公开发售外，自发行人股票上市之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本人间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份；本人所持发行人股票在锁定期满后两年内无减持意向；公司上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期自动延长六个月；如遇除权除息事项，上述发行价作相应调整。

锁定期满后，在本人担任公司董事、监事或高级管理人员职务期间，本人将向公司申报所直接或间接持有的公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不超过所直接或间接持有的公司股份总数的百分之二十五。离职后半年内，不转让所直接或间接持有的公司股份。申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售发行人股票数量占其所持有发行人股票总数的比例不超过百分之五十。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

若本人减持发行人股份的，本人将提前三个交易日通知发行人并予以公告，并承诺将依照《公司法》、《证券法》、中国证监会及证券交易所相关规定办理。

若本人未履行上述承诺，本人将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下十个交易日内回购违规卖出的股票，且自回购完成之日起将持有的全部股份的锁定期自动延长三个月。如果本人因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归发行人所有，本人将在获得收入的五日内将前述收入支付给发行人指定账户；如果因本人未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或证券交易所对本人因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有

不同规定，本人自愿无条件地根据该等规定对上述本人所持股份锁定及减持意向的承诺予以相应调整。”

## （二）其他股东关于所持股份锁定的承诺

### 1. 有限合伙企业股东的承诺

“深圳市睿远投资管理企业（有限合伙）、深圳市崇远投资管理企业（有限合伙）及深圳市华睿财智管理企业（有限合伙）作为深圳玛丝菲尔时装股份有限公司（以下简称“发行人”）的股东，为保护发行人及发行人其他股东的利益，特承诺如下：

自发行人股票上市之日起三十六个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本企业持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。”

### 2. 外资股东的承诺

“Venus Victrix Limited 作为深圳玛丝菲尔时装股份有限公司（以下简称“发行人”）的股东，为保护发行人及发行人其他股东的利益，特承诺如下：

自发行人股票上市之日起十二个月内，Venus Victrix Limited 不转让或者委托他人管理本公司直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本公司直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。”

## （三）发行人董事、监事及高级管理人员关于持有发行人股份锁定的承诺

“深圳玛丝菲尔时装股份有限公司（以下简称“发行人”或“公司”）全体董事、监事及高级管理人员为保护发行人及发行人其他股东的利益，特承诺如下：

自发行人股票上市之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本人间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

锁定期满后，在本人任职期间，本人将向公司申报所直接或间接持有的公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不超过所直接或间接持有的公司股份总数的百分之二十五。离职后半年内，不转让所直接或间接持有的公司股份。申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售发行人股票数量占本人所持有发行人股票总数的比例不超过百分之五十。



若本人所持股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价；公司上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，持有公司股票的锁定期自动延长六个月；如遇除权除息事项，上述发行价作相应调整；本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

如果本人未履行上述承诺，本人将在违反上述承诺之日起五个工作日内，停止在公司处领取薪酬或津贴及股东分红，同时本人持有的公司股份将不得转让；若转让的，转让所得归公司所有，直至本人按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或证券交易所对本人因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本人自愿无条件地根据该等规定对上述股份锁定及减持承诺予以相应调整。”

## 二、稳定股票价格的预案

公司拟向中国证监会申请首次公开发行股票并上市，为维护公司正式挂牌后股价的稳定，公司制订了《关于公司首发上市后股价低于每股净资产时稳定股价的预案》，相关主体依据预案要求作出有关承诺。预案具体内容如下：

### （一）启动股价稳定措施的具体条件

公司股票自挂牌上市之日起三年内，一旦出现连续二十个交易日公司股票收盘价均低于公司上一个会计年度末经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数÷年末股份总数，下同）情形时（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司上一会计年度末经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整），相关责任主体将根据法律、法规、公司章程等的规定以及本承诺的要求启动股价稳定措施。

### （二）股价稳定措施的方式及顺序

#### 1. 股价稳定措施的方式：

（1）公司回购股票；（2）公司控股股东增持公司股票；（3）董事（不含独立董事）、高级管理人员增持公司股票。

实施上述方式时应考虑：（1）不能导致公司不满足上市条件；（2）不能迫使控股股东或实际控制人履行要约收购义务。

## 2. 实施股价稳定措施的顺序：

如公司满足启动股价稳定措施的条件，则关于稳定股价的相关责任主体：**（1）公司；（2）公司控股股东；（3）公司董事及高级管理人员（独立董事除外），**由上述三方主体经友好协商并制定积极有效的稳定股价措施；若协商不成，则依次按照如下责任主体的顺序实施稳定股价措施，直至满足终止稳定股价条件。

第一选择为公司回购股票。但若公司回购使公司的股权结构不满足上市条件或公司回购议案未经股东大会通过时，则进行第二选择。

第二选择为公司控股股东增持股票。在下列情形之一出现时启动控股股东回购：**（1）公司回购不满足上市条件；（2）公司回购议案未经股东大会通过，且控股股东增持不会导致公司不满足上市条件或触发要约收购；（3）公司已回购但未满足连续 3 个交易日收盘价高于上一个会计年度未经审计的每股净资产。**

第三选择为董事及高级管理人员（独立董事、控股股东除外）增持股票。在下列情形出现时启动董事及高级管理人员（独立董事、控股股东除外）回购：**（1）公司控股股东增持导致公司不满足上市条件或触发要约收购；（2）公司、控股股东已回购后但未满足连续 3 个交易日收盘价高于上一个会计年度未经审计的每股净资产。**

### （三）实施公司回购股票的程序

在达到触发启动股价稳定措施的情形下，则关于稳定股价的相关责任主体：**（1）公司；（2）公司控股股东；（3）公司董事及高级管理人员（独立董事除外），**由上述三方主体经友好协商并制定积极有效的稳定股价措施；若协商不成，则由公司作为第一责任主体首先履行稳定股价义务。

公司将根据《上市公司回购社会公众股份管理办法》的规定向社会公众股东回购公司部分股票，同时保证回购结果不会导致公司的股权分布不符合上市条件。公司将依据法律、法规及公司章程的规定，在上述条件成就之日起 3 个交易日内召开董事会讨论稳定股价方案，并提交股东大会审议。具体实施方案将在稳定股价措施的启动条件成就时，公司依法召开董事会、股东大会做出股份回购决议后公告。

在股东大会审议通过股份回购方案后，公司将依法通知债权人，并向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续。

公司回购股份的资金为自有资金，回购股份的价格不超过上一个会计年度未经审计的每股净资产，回购股份的方式为集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式。但如果股份回购方案实施前公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施条件的，可不再继续实施该方案。

若某一会计年度公司股价多次触发上述需采取股价稳定措施条件的（不包括公司实施稳定股价措施期间及实施完毕当次稳定股价措施并公告日后开始计算的连续 20 个交易日股票收盘价仍低于上一个会计年度未经审计的每股净资产的情形），公司将继续按照上述稳定股价预案执行，但应遵循以下原则：（1）单次用于回购股份的资金金额不高于上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 20%；（2）单一会计年度用以稳定股价的回购资金合计不超过上一会计年度经审计的归属母公司股东净利润的 50%。超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但若下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时公司将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

如果本公司未履行上述稳定股价的具体措施，将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或深圳证券交易所对启动股价稳定措施的具体条件、采取的具体措施等有不同规定，或者对本公司因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定的，本公司自愿无条件地根据该等规定对上述公司首发上市后股价低于每股净资产时稳定股价的预案予以相应调整。

对于未来新聘的董事（独立董事除外，下同）、高级管理人员，本公司将敦促并确保该等董事、高级管理人员履行公司发行上市时董事、高级管理人员已作出的关于稳定股价预案方面的相应承诺要求。

#### **（四）实施控股股东、董事（独立董事除外）和高级管理人员增持公司股票的程序**

在启动股价稳定措施的前提条件满足时，则公司稳定股价的相关责任主体：（1）公司；（2）公司控股股东；（3）公司董事及高级管理人员（独立董事除外），由上述三方主体经友好协商并制定积极有效的稳定股价措施；若协商不成，且由公司作为第一责任主体不满足履行稳定股价义务的条件，则公司控股股东、董事和高级管理人员（独立董事除外）将依据法律、法规及公司章程的规定，在不

影响公司上市条件的前提下实施以下具体股价稳定措施：

控股股东作为稳定股价的第二责任主体履行稳定股价义务并增持公司股份的情况：（1）公司回购不满足上市条件；（2）公司回购议案未经股东大会通过，且控股股东增持不会导致公司不满足上市条件或触发要约收购；（3）公司已回购但未满足连续 3 个交易日收盘价高于公司上一个会计年度未经审计的每股净资产。

董事及高级管理人员（独立董事、控股股东除外）作为稳定股价第三责任主体履行稳定股价义务并增持公司股份的情况：（1）公司回购不满足上市条件；（2）公司回购议案未经股东大会通过；（3）控股股东增持导致公司不满足上市条件或触发要约收购；（4）公司、控股股东已回购后但未满足连续 3 个交易日收盘价高于公司上一个会计年度未经审计的每股净资产。

控股股东、董事（独立董事除外）和高级管理人员将以增持公司股份的方式稳定股价。控股股东、董事（独立董事除外）和高级管理人员将在公司披露其回购公司股份计划的 3 个交易日后，按照该方案开始实施买入公司股份的计划。

控股股东、董事（独立董事除外）和高级管理人员将通过二级市场以竞价交易方式买入公司股份，买入价格不高于公司上一会计年度经审计的每股净资产。但如果公司披露其买入计划后 3 个交易日内其股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件，控股股东、董事（独立董事除外）和高级管理人员可不再实施上述买入公司股份的计划。

若某一会计年度内公司股价多次触发上述需采取股价稳定措施条件的（不包括公司实施稳定股价措施期间及实施完毕当次稳定股价措施并公告日后开始计算的连续 20 个交易日股票收盘价仍低于上一个会计年度未经审计的每股净资产的情形），控股股东、董事（独立董事除外）和高级管理人员将继续按照上述稳定股价预案执行，但应遵循以下原则：（1）控股股东单次用于增持公司股份的资金金额不低于控股股东自公司上市后累计从公司所获得现金分红金额的 20%，董事及高级管理人员单次用于购买股份的资金金额不低于其在担任董事或高级管理人员职务期间上一会计年度从公司处领取的税后薪酬或津贴累计额的 20%；（2）单一年度控股股东用以稳定股价的增持资金不超过自公司上市后控股股东累计从公司所获得现金分红金额的 50%，单一年度董事及高级管理人员用以稳定股价所动用的资金不超过其在担任董事或高级管理人员职务期间上一会

计年度从公司处领取的税后薪酬或津贴累计额的 50%。超过上述标准的，控股股东、董事及高级管理人员在当年度将不再继续实施稳定股价措施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，控股股东、董事及高级管理人员将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

董事（独立董事除外）和高级管理人员增持公司股票在达到以下条件之一的情况下终止：1、通过增持公司股票，公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年经审计的每股净资产；2、继续增持股票将导致公司不满足法定上市条件；3、继续增持股票将导致需要履行要约收购义务。

如果控股股东、董事（独立董事除外）和高级管理人员未能履行上述承诺，控股股东、董事（独立董事除外）和高级管理人员将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向公司股东和社会投资者道歉，并在前述事项发生之日起 5 个工作日内停止在公司处获得薪酬或津贴及股东分红，同时其持有的公司股份将不得转让，直至按上述预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或深圳证券交易所对启动股价稳定措施的具体条件、采取的具体措施等有不同规定，或者对控股股东、董事（独立董事除外）和高级管理人员因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定的，控股股东、董事（独立董事除外）和高级管理人员自愿无条件地遵从该等规定。”

### 三、滚存利润的分配安排

2014 年 4 月 15 日，公司召开 2014 年第二次临时股东大会，审议通过公司发行前滚存利润的分配政策为：“公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票前一年度利润分配后滚存的未分配利润与首次公开发行股票当年实现的利润，由本次公开发行后的新老股东共享。”

### 四、本次发行后公司股利分配政策、计划及规划

#### （一）本次发行后公司股利分配政策

本次发行后公司股利分配政策的主要内容如下，关于其详细情况，详见本招股说明书“第十四节 股利分配政策”。

#### 1. 利润分配形式

公司利润分配可采取现金、现金与股票相结合或方式分配股利，现金方式优先于股票方式。公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。

在保证公司股本规模和股权结构合理的前提下，基于回报投资者和分享企业价值的考虑，从公司成长性、每股净资产的摊薄、公司股价与公司股本规模的匹配性等真实合理因素出发，当公司股票估值处于合理范围内，公司可以在实施现金分红的同时进行股票股利分配。

## 2. 现金分红的条件

（1）公司该年度实现的可供分配的净利润（即公司弥补亏损、提取公积金后剩余的净利润）为正值且经营活动产生的现金流量净额为正值，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

（2）公司累计可供分配的利润为正值；

（3）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告。

## 3. 现金分红的比例及时间间隔

在具备现金分红条件、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司应当在每年年度股东大会召开后进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

在具备现金分红条件时，公司最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%；其中，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的 25%。

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，并按照本章程规定的程序，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%。

当本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。

重大资金支出事项指以下情形之一：

（1）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达到或超过公司最近一期经审议净资产的百分之五十，且超过人民币 5,000 万元；

（2）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达到或超过公司最近一期经审计总资产的百分之三十。

#### 4. 股票股利分配的条件

若公司有扩大股本规模需要，或者公司董事会认定的其他理由，在确保公司当年累计可分配利润满足上述现金股利分配之余，董事会可提出股票股利分配预案。公司在确定以股票方式分配利润的具体金额时，应充分考虑以股票方式分配利润后的总股本是否与公司目前的经营规模、盈利增长速度相适应，以确保分配方案符合全体股东的整体利益。

#### （二）公司未来三年（2014-2016 年）具体的分红计划

鉴于 2014-2016 年是公司实现跨越式发展目标的关键时期，经过多年的持续发展，塑造了颇具影响力的品牌知名度和客户忠诚度，也积累了扎实，具有市场竞争力的品牌运营和设计经验。根据《公司章程（草案）》、业务发展目标以及公司实际情况，公司将借助募集资金和留存未分配利润，进一步提升公司品牌影响力、市场占有率及研发设计实力，巩固公司在高端女装行业内领先者的市场地位，进一步夯实和提高公司在中国时尚界的品牌地位，并借助并购等资本手段，使得公司的国际化品牌经营进入一个新的阶段，力争实现从“中国最优秀女装品牌”向“中国人创造的世界级品牌”的跨越式发展。

为此，公司未来三年计划将为股东提供以下分红回报：

（1）2014-2016 年，公司将每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 25%；

（2）在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行增加股票股利分配。公司在每个会计年度结束后，由董事会提出分红议案，并由股东大会审议通过。公司接受所有股东对公司分红的建议和监督。

#### 五、关于招股书真实性的承诺

## （一）发行人及其控股股东、实际控制人关于招股说明书真实性的承诺

### 1. 深圳玛丝菲尔时装股份有限公司（以下简称“发行人”）承诺：

“发行人招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。发行人招股说明书若存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，在中国证监会对本公司作出行政处罚决定之日起一个月内，本公司将启动依法回购首次公开发行的全部新股的程序，本公司将通过深圳证券交易所回购首次公开发行的全部新股。回购价格以本公司股票发行价格并加算银行同期活期存款利息和有关违法事实被中国证监会认定之日前三十个交易日本公司股票交易均价的孰高者确定；公司上市后发生除权除息事项的，上述发行价格及回购股份数量应做相应调整。

如果本公司未能履行上述承诺，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并自赔偿责任成立之日起三十日内，向因本公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏而遭受损失的投资者依法赔偿损失。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或深圳证券交易所对本公司因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本公司自愿无条件地遵从该等规定。”

### 2. 发行人控股股东深圳市恩情投资发展有限公司，实际控制人朱崇辉及姚建华夫妇承诺：

“发行人招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。发行人招股说明书若存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，深圳市恩情投资发展有限公司，朱崇辉及姚建华将利用控股股东及实际控制人地位促成发行人在中国证监会认定有关违法事实后一个月内启动依法回购首次公开发行的全部新股工作，同时深圳市恩情投资发展有限公司将在前述期限内启动依法回购深圳市恩情投资发展有限公司已转让的原限售股份工作。

如果发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，在该等违法事实被中国证监会认定后三十日内，发行人控股股东深圳市恩情投资发展有限公司，实际控制人朱崇辉及姚建华将依法赔偿投资者的损失。



如果未能履行上述承诺，深圳市恩情投资发展有限公司、朱崇恽及姚建华将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺发生之日起五个工作日内，停止在发行人处领取薪酬或津贴及股东分红，同时深圳市恩情投资发展有限公司、朱崇恽及姚建华持有的公司股份将不得转让；若转让的，转让所得归公司所有，直至深圳市恩情投资发展有限公司、朱崇恽及姚建华按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或证券交易所对深圳市恩情投资发展有限公司、朱崇恽及姚建华因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，深圳市恩情投资发展有限公司、朱崇恽及姚建华自愿无条件地遵从该等规定。”

## （二）发行人董事、监事及高级管理人员关于招股说明书真实性的承诺

发行人全体董事、监事、高级管理人员承诺：“本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。如因有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将在该等违法事实被中国证监会认定后三十日内依法赔偿投资者损失。

如果董事、监事、高级管理人员未能履行上述承诺，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺发生之日起五个工作日内，停止在公司处股东分红或领取薪酬及津贴，同时董事、监事、高级管理人员间接持有的公司股份将不得转让，若转让的，转让所得归公司所有，直至董事、监事、高级管理人员按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或深圳证券交易所对董事、监事、高级管理人员因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，董事、监事、高级管理人员自愿无条件地根据该等规定对上述承诺内容予以相应调整。”

## 六、关于摊薄即期回报及填补措施的承诺

### （一）控股股东、实际控制人的承诺

发行人控股股东深圳恩情、实际控制人朱崇恽和姚建华夫妇承诺：

“保证不越权干预玛丝菲尔的经营管理活动，不侵占玛丝菲尔的利益，切实履行对玛丝菲尔填补回报的相关措施”。

## （二）董事、高级管理人员的承诺

发行人董事、高级管理人员承诺：

“（一）承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。

（二）承诺对个人的职务消费行为进行约束。

（三）承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动。

（四）承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

（五）承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。”

## 七、公开发售股份情况

公司首次公开发行股票主要用于筹集企业发展需要的资金，本次新股发行数量根据公司实际发展所需的资金需求合理确定。根据询价结果，若预计新股发行募集资金净额（扣除对应的发行费用后）超过公司发展所需要资金的，公司将相应减少本次新股发行数量。若新股数量低于 4,100 万股而使公司不足法定上市条件的，将同时增加公司首次公开发行时原股东公开发售股份的数量。根据中国证监会《关于进一步推进新股发行体制改革的意见》（证监会公告[2013]42 号）、《首次公开发行股票时公司股东公开发售股份暂行规定》（证监会公告[2013]44 号）等有关规定，截至本次发行董事会召开日，发行人股东中符合公开发售条件的股东为控股股东深圳恩情，其将按以下规定公开发售股份，并确保同时符合以下条件：

（1）公司本次发行新股募集资金净额（扣除对应的发行费用后）不超过公司发展所需要资金，本次发行新股的上限为 5,000 万股。

（2）公司本次发行后总股本不低于 4 亿股，本次新股发行数量根据公司实际的资金需求合理确定，若根据询价结果预计将出现募集资金净额（扣除对应的发行费用后）超过公司发展所需要资金的，公司将相应减少公开发行新股数量。若新股数量低于 4,100 万股而使公司不足法定上市条件的，将通过深圳恩情转让

老股增加公开发行股票的数量，深圳恩情实际公开发售股份数量不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量。本次发行新股数量与公司股东公开发售股份数量之和，不低于本次发行后总股本的 10%。

（3）本次股东公开发售的数量不超过根据前述调整机制计算确认的股份数，本次股东公开发售股份数量的上限为 900 万股。

（4）公司本次新股发行与公司股东公开发售股份的实际发行总量不超过本次公开发行股票数量上限，即 5,000 万股。

本次新股发行与公司股东公开发售股份的最终数量，在遵循前述原则的基础上，由公司与保荐机构（主承销商）协商共同确定。

本次发行承销费用分摊原则为，公司拟公开发行股票如实际发生公司股东深圳恩情公开发售股份的情形，公司股东深圳恩情将按其公开发售股份所得对价金额与公司实际发行新股募集资金总额的比例与公司分摊承销费，其他发行费用由公司承担。届时公司将按照内部治理制度的要求履行相关程序后与相关股东签署费用分摊协议。

## 八、证券服务机构关于申请文件真实、准确、完整的承诺

**发行人保荐机构承诺：**“如本保荐机构在本次发行工作期间未勤勉尽责，导致本保荐机构所制作、出具的文件对重大事件作出违背事实真相的虚假记载、误导性陈述，或在披露信息时发生重大遗漏，并造成投资者直接经济损失的，在该等违法事实被认定后，本保荐机构将本着积极协商、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，自行并督促发行人及其他过错方一并对投资者直接遭受的、可测算的经济损失，选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式进行赔偿。本保荐机构保证遵守以上承诺，勤勉尽责地开展业务，维护投资者合法权益，并对此承担责任。”

**发行人律师承诺：**“如国浩律师（深圳）事务所在本次发行工作期间未勤勉尽责，导致国浩律师（深圳）事务所制作、出具的文件对重大事件做出违背事实真相的虚假记载、误导性陈述，或在披露信息时发生重大遗漏，导致发行人不符合法律规定的发行条件，造成投资者直接经济损失的，在该等违法事实被认定后，国浩律师（深圳）事务所将本着积极协商、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，自行并督促发行人及其他过错方一并对投资者直接遭受的、可测

算的经济损失，选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式进行赔偿。

国浩律师（深圳）事务所保证遵守以上承诺，勤勉尽责地开展业务，维护投资者合法权益，并对此承担相应的法律责任。”

**发行人会计师承诺：**“本所为深圳玛丝菲尔时装股份有限公司首次公开发行制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因本所为深圳玛丝菲尔时装股份有限公司首次公开发行股票事宜制作、出具的文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并因此给投资者造成损失，本所将依据《证券法》等法律法规的相关规定赔偿投资者损失。”

**发行人评估师承诺：**“本公司为深圳玛丝菲尔时装股份有限公司首次公开发行制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；如因本公司为深圳玛丝菲尔时装股份有限公司首次公开发行股票并上市而制作、出具的文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，将对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。”

## 九、风险因素

公司特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险：

### （一）市场风险

#### 1. 能否在激烈市场竞争中保持行业领先地位的风险

女装作为传统行业，进入壁垒较低，为充分竞争行业。玛丝菲尔定位于高端女装市场，自成立以来发展壮大，已经形成了较强的市场竞争力和较高的市场地位。然而，国内高端女装市场同时存在相当一批有影响力的企业，在与这些企业竞争的同时，玛丝菲尔还要面对国际一、二线女装品牌的冲击和挑战。如果公司在快速发展的过程中不能保持在设计水平、产品质量、服务水平、品牌影响力和市场营销等方面的优势，将可能使公司经营业绩产生波动，影响公司领先地位的保持。

#### 2. 经营业绩波动的风险

我国女装行业在经历了前期高速增长后，近几年增长势头有所放缓，根据

中华全国商业信息中心的统计数据<sup>1</sup>，2010-2015 年全国重点大型零售企业女装零售额增速分别为 27.6%、23.3%、15.6%、6.0%、6.2%和-0.6%。

报告期内，公司的主要经营成果数据如下表所示：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月		2015 年		2014 年		2013 年
	金额 (万元)	同比 增幅	金额 (万元)	同比 增幅	金额 (万元)	同比 增幅	金额 (万元)
营业收入	104,270.86	-12.21%	247,989.57	12.30%	220,822.53	19.44%	184,883.13
营业利润	25,612.43	-46.00%	94,980.94	6.32%	89,336.92	18.11%	75,638.58
利润总额	25,965.02	-45.28%	95,175.88	6.41%	89,444.37	18.08%	75,748.83
净利润	18,672.96	-47.30%	70,518.73	5.26%	66,991.91	19.27%	56,168.75

注：2016 年 1-6 月同比增幅的比较对象为 2015 年 1-6 月

2016 年以来，公司经营业绩受宏观经济增速放缓、市场竞争加剧、成本费用上升、消费者收入增长预期下降及消费市场整体疲软等因素的影响，公司的主要经营指标出现下降。公司与同行业可比上市公司的主要业绩数据具体对比情况请参见本招股书“第十一节 管理层讨论与分析 一、盈利能力分析（一）经营成果及其变动分析”。如果上述宏观方面的因素持续走弱，不排除未来公司经营业绩继续下降的可能。

### 3. 不能准确捕捉流行时尚的风险

服装设计是对流行时尚的直接体现，是业务环节的起点，也是最具核心价值的部分。在各种媒体和大型市场营销活动的影响下，中国女性消费者对流行时尚的认识正在逐渐丰富和深入，女装尤其是高端女装市场的流行趋势变化也在加快，加之中国幅员辽阔，各地区的女性消费者的品味和偏好有所差异且多变，以上情况均对高端女装企业的管理和发展提出了要求和挑战。目前，发行人拥有一支经验丰富的设计研发队伍，他们通过对市场流行时尚的跟踪和对市场需求的分析，结合目标消费者的体型特征和消费偏好，设计出的女装一直以来受到消费者的认可和好评。但公司如果不能对市场流行趋势和市场需求进行准确判断，其产品适销性和公司经营业绩将会受到不利影响。

### 4. 新品牌能否为市场接受的风险

2012 年以前，公司旗下仅有“Marisfrolg”（玛丝菲尔女装）和“MASFER.SU”

<sup>1</sup> 《全国大型零售企业暨消费品市场 2015 年度监测报告》

（玛丝菲尔素女装）两个品牌。两大品牌凭借设计及渠道优势，取得了较大成功。2013年以来，公司开始实施多品牌发展战略，新开发品牌包括“MARISFROLG”（玛丝菲尔男装）和“ZhuChongYun”（朱崇晖女装），并收购了“AUM”（噢姆女装）品牌女装和意大利高端知名品牌女装“Krizia”。2014年以来，“AUM”品牌女装在客户美誉度、门店数量和销售收入上取得了快速的发展；“Krizia”品牌在收购完成后，相关业务整合已完成，设计及渠道建设工作逐步有序开展。虽然上述新品牌的设计风格、品牌定位和目标客户群等方面与原有两个品牌形成互补，但部分新品牌特别是海外高端品牌的推广前期需要较大投入，新品上市后能否被市场接受并成为公司新的利润增长点尚存在不确定性。

## 5. 电商销售渠道冲击的风险

近年来，服饰零售行业的销售渠道发生较大变化。随着网上购物用户规模的持续扩大、网上交易环境和支付方式的不断健全和物流配送体系的逐渐完善，服饰的互联网销售在国内呈现出高速发展态势。电商渠道的兴起对服装行业的传统销售渠道形成较大冲击。如果公司不能及时有效应对互联网销售渠道的崛起，可能会处于不利的竞争地位，从而对经营业绩构成不利影响。

### （二）财务风险

#### 1. 存货余额较大的风险

报告期各期末，公司的存货账面价值分别为 50,363.20 万元、61,276.28 万元、78,026.31 万元和 77,673.01 万元，占总资产的比重分别为 26.62%、26.33%、28.90%和 29.50%，总体增长趋势与公司的业务规模相适应，这主要是由直营店为主的销售模式以及公司严格的销售折扣政策所决定的。存货占用了公司较多营运资金，尽管公司采取了相应措施加强存货管理，且按照会计准则的要求计提了存货跌价准备，但若因市场环境发生剧烈变化或竞争加剧，公司存在无法持续有效管理和消化存货的风险，可能对公司的财务状况和经营业绩造成不利影响。

#### 2. 净资产收益率下降的风险

本次发行成功且募集资金到位后，公司的净资产会随之大幅增加。但鉴于募集资金投资项目需要一定的建设期和达产期，募集资金产生预期收益需要一定的周期，因此公司的净利润增长在短期内无法与净资产增长保持同步，可能产生

净资产收益率下降的风险。

### 3. 子公司被追缴企业所得税的风险

公司子公司阿卡特时装成立于 2006 年 3 月 9 日，成立时为外商投资企业。根据 2007 年 3 月 6 日下发的《深圳市国家税务局减、免税批准通知书》（深国税南减免[2007]0048 号文），阿卡特时装享受了当时生产性外商投资企业所得税两免三减半的税收优惠，即：2006 年、2007 年免税，2008 年、2009 年、2010 年减半征收企业所得税。

阿卡特时装于 2012 年 12 月 5 日变更为内资企业，由于变更时阿卡特时装经营期尚未届满 10 年，根据相关法律、法规的要求，阿卡特时装因享受上述优惠而少缴的税款存在被追缴的可能，因此公司将上述税收优惠计入当年非经常性损益。

### （三）股权相对集中及实际控制人控制的风险

本次股票发行前，公司实际控制人朱崇恂、姚建华夫妇控制公司的股权比例为 95.01%。若按照本次发行 5,000 万股测算，本次股票发行后，朱崇恂、姚建华夫妇仍将控制公司 83.67% 的股份。尽管本公司建立了较为完善的法人治理结构，制定了包括《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《董事会专门委员会工作细则》、《监事会议事规则》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作制度》、《独立董事制度》、《对外担保管理制度》、《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》等相关制度在内的一系列公司治理制度，但实际控制人仍有可能凭借其控股地位，通过行使表决权或其他方式对公司经营和财务决策、重大人事任免和利润分配等方面施加不利影响，从而给公司及中小股东带来一定风险。

### （四）募集资金投资项目的风险

#### 1. 项目实施的系统风险

公司本次发行的募集资金计划系依据行业发展趋势、市场竞争现状和公司发展战略制定，将投资于营运管理中心扩建项目、制造中心扩建项目、大浪设计研发及展示中心建设项目、噢姆营运管理中心扩建项目、信息化改造升级项目以及补充流动资金等六个项目。如项目成功实施，将全面提升公司的研发、生产、销售和信息化管理能力，进一步增强产品竞争力、提升管理水平和品牌形象；但

若项目实施过程中出现行业或市场环境发生重大变化等现象，则有可能导致募集资金投资项目无法按计划进行，进而对公司的未来发展和经营业绩产生不利影响。

## 2. 直营店数量大幅增加带来的管理风险

公司拟将本次预计募集资金 238,053.17 万元中的 159,388.90 万元用于建设营运管理中心扩建项目及噢姆营运管理中心扩建项目。两个项目建成后，公司将新设 496 家直营店，同时对 150 家原有门店的布局进行优化。公司在过往的发展中已经积累了丰富的直营店管理经验，培养及引进了一批具备丰富市场经验的中高层销售和管理人员，且已经上线 SAP 系统以进一步满足公司的管理需求；但募集资金到位后，公司的资产规模和管理范围将大幅增加，公司的发展速度将相应迈上一个崭新的台阶，现有的管理体系将面临更大的挑战，如果公司的经营管理能力不能很好地适应上述变化，则公司的业务发展将受到一定影响。

## 3. 固定资产折旧增加导致利润下滑的风险

本次五个募投项目建成后，公司固定资产规模将增加约 12.5 亿元，募投项目预计年均新增折旧费 3,745.43 万元。本次募集资金投资项目建成后，公司规模效应和盈利能力的增强将抵消固定资产折旧增加的影响。但是由于未来市场环境和客户需求存在不确定性，如果公司募集资金项目未能实现预期收益，则公司存在因为固定资产折旧增加而导致利润下滑的风险。

### （五）委托加工生产模式带来的风险

目前，公司较多采取委托加工模式生产公司产品。在委托加工模式下，公司与委托加工厂商签订协议后，提供设计图纸和原材料，委托加工厂商根据公司的要求进行生产。公司对委托加工厂商进行严格持续的筛选和考核，并辅以跟单员全程跟踪和监督委托加工厂商的生产过程，生产后加强质量检查的措施，力图做到对生产过程和产品质量的把控。

尽管如此，由于委托加工厂商无法准确理解公司要求，或委托加工厂商的生产能力不足而导致无法准时交货，以及委托加工厂商生产的最终产品质量未达到公司要求而被迫返工等情况仍然可能出现，从而给公司的产品质量、产品销售、新品推广、品牌形象等方面造成不利影响。此外，部分委托加工厂商规模较小、



抗风险能力较弱，公司面临潜在的转换成本和委托风险。

#### （六）劳务派遣用工的风险

截至 2016 年 6 月 30 日，发行人及其子公司采用劳务派遣方式聘用的员工人数为 206 人，占公司（含发行人及其子公司）全体员工人数的比例为 3.17%，劳务派遣员工数量及占比持续下降。尽管发行人与劳务派遣公司均签署了劳务派遣协议，约定劳务派遣公司与所派遣员工签署劳动合同，并将其派遣至用工单位，派遣员工的工资由发行人发放，社会保险及住房公积金由相应的劳务派遣公司代为缴纳。但根据《劳动合同法》规定，劳务派遣单位违反《劳动合同法》的规定，给被派遣劳动者造成损害的，用工单位与劳务派遣单位承担连带赔偿责任。因此，发行人存在因劳务派遣单位违反《劳动合同法》的规定而给派遣员工造成损害，从而导致本公司与劳务派遣公司承担连带赔偿责任的风险。

# 目录

本次发行概况.....	2
发行人声明.....	5
重大事项提示.....	6
一、关于所持股份锁定及减持意向的承诺.....	6
二、稳定股票价格的预案.....	9
三、滚存利润的分配安排.....	13
四、本次发行后公司股利分配政策、计划及规划.....	13
五、关于招股书真实性的承诺.....	15
六、关于摊薄即期回报及填补措施的承诺.....	17
七、公开发售股份情况.....	18
八、证券服务机构关于申请文件真实、准确、完整的承诺.....	19
九、风险因素.....	20
目录.....	26
第一节 释义.....	29
一、普通术语.....	29
二、专业术语.....	31
第二节 概览.....	33
一、发行人简介.....	33
二、发行人控股股东及实际控制人简介.....	34
三、发行人主要财务数据.....	35
四、本次发行基本情况.....	36
五、本次募集资金用途.....	37
第三节 本次发行概况.....	38
一、本次发行基本情况.....	38
二、本次发行有关当事人.....	39
三、发行人与本次发行有关的当事人之间的关系.....	41
四、本次发行的有关重要日期.....	41
第四节 风险因素.....	42
一、市场风险.....	42
二、财务风险.....	44
三、股权结构相对集中及实际控制人控制的风险.....	45
四、募集资金投资项目的风险.....	46
五、委托加工和定制生产模式带来的风险.....	47
六、劳务派遣用工的风险.....	47
第五节 发行人基本情况.....	48
一、发行人的基本情况.....	48
二、发行人改制重组情况.....	49
三、发行人股本形成、变化及历次的验资情况.....	50
四、发行人的组织结构.....	59
五、发行人控股及参股公司情况.....	64
六、实际控制人、发起人和主要股东情况.....	98
七、发行人股本情况.....	125
八、内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股和委托持股等情况.....	127

九、员工及社会保障情况.....	127
十、发行人股东以及董事、监事、高级管理人员、中介机构作出的重要承诺.....	140
<b>第六节 业务与技术.....</b>	<b>142</b>
一、发行人主营业务及其变化情况.....	142
二、发行人所处行业的基本情况.....	150
三、发行人的行业地位.....	171
四、发行人主营业务情况.....	184
五、公司主要固定资产及无形资产.....	250
六、公司的技术与研发情况.....	272
七、公司境外经营情况.....	279
<b>第七节 同业竞争与关联交易.....</b>	<b>280</b>
一、发行人独立运行情况.....	280
二、同业竞争情况.....	281
三、关联方与关联交易.....	289
四、关联交易对公司财务状况和经营成果的影响.....	298
五、规范关联交易的措施及制度安排.....	299
六、公司股东大会、董事会以及独立董事对公司关联交易执行情况的核查意见.....	304
七、发行人拟减少关联交易的措施.....	305
<b>第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员.....</b>	<b>307</b>
一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介.....	307
二、公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属最近三年直接或间接持有发行人股份的情况.....	313
三、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员其他对外投资情况.....	315
四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员兼职情况.....	315
五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在发行人及其关联方领取薪酬的情况.....	317
六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议及承诺事项.....	318
七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员任职资格.....	319
八、董事、监事、高级管理人员最近三年的变动情况.....	319
<b>第九节 公司治理.....</b>	<b>322</b>
一、发行人公司治理概述.....	322
二、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况.....	322
三、公司报告期内违法违规为情况.....	339
四、公司报告期内资金占用和对外担保情况.....	339
五、公司内部控制制度的情况.....	340
<b>第十节 财务会计信息.....</b>	<b>341</b>
一、审计意见.....	341
二、财务报表.....	341
三、财务报表的编制基准、合并财务报表范围及变化情况.....	350
四、主要会计政策和会计估计.....	353
五、关于本次商品销售或劳务提供产生的收入与奖励积分的公允价值的确定依据，奖励积分业务相应成本的确认时点及确认金额的说明.....	377
六、非经常性损益.....	379
七、最近一期末主要资产.....	380
八、最近一期末主要债项.....	381
九、所有者权益变动情况.....	384
十、现金流量情况.....	384
十一、资产负债表期后事项、或有事项和其他重要事项.....	384
十二、财务指标.....	385

十三、资产评估情况.....	386
十四、验资情况.....	390
十五、盈利预测.....	390
<b>第十一节 管理层讨论与分析.....</b>	<b>391</b>
一、盈利能力分析.....	391
二、财务状况分析.....	417
三、现金流量分析.....	445
四、重大资本性支出情况.....	448
五、重大担保、诉讼、其他或有事项和期后事项对公司的影响.....	449
六、财务状况和盈利能力的未来趋势分析.....	449
七、即期回报变动分析及相应措施.....	452
<b>第十二节 业务发展目标.....</b>	<b>458</b>
一、发行人总体发展战略及中长期经营计划.....	458
二、制定发展目标的基本假设条件.....	460
三、实施发展规划的主要困难.....	460
四、公司业务发展计划与现有业务的关系.....	461
五、本次募集资金运用对实现发展目标的作用.....	461
<b>第十三节 募集资金运用.....</b>	<b>462</b>
一、募集资金运用概况.....	462
二、募集资金投资项目前景、可行性和与现有业务的关系分析.....	464
三、募集资金投资项目简介.....	467
四、补充流动资金的必要性及合理性分析.....	511
五、本次募集资金运用对公司主要财务状况及经营成果的影响.....	513
<b>第十四节 股利分配政策.....</b>	<b>515</b>
一、公司的最近三年股利分配政策和实际股利分配情况.....	515
二、发行前滚存利润的分配安排.....	518
三、本次发行后的股利分配政策.....	518
<b>第十五节 其他重要事项.....</b>	<b>524</b>
一、信息披露及投资者关系管理制度.....	524
二、重大合同.....	524
三、对外担保情况.....	531
四、公司主要关联方涉及的重大诉讼及仲裁情况.....	531
五、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员涉及刑事诉讼情况.....	531
<b>第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明.....</b>	<b>532</b>
发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....	532
保荐人（主承销商）声明.....	534
发行人律师声明.....	535
会计师事务所声明.....	536
评估机构声明.....	537
验资机构声明.....	538
<b>第十七节 备查文件.....</b>	<b>539</b>
一、备查文件目录.....	539
二、备查文件查阅时间和地点.....	539

## 第一节 释义

在本招股说明书中，除非另有所指，下列词汇具有如下含义

### 一、普通术语

简称		释义
发行人、公司、本公司、股份公司、玛丝菲尔	指	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司
玛丝菲尔有限	指	深圳玛丝菲尔时装有限公司，公司前身
阿卡特时装、阿卡特	指	深圳阿卡特时装有限公司，公司全资子公司
惠州明佳豪实业、明佳豪	指	惠州市明佳豪实业有限公司，公司全资子公司，2014年11月同一控制下吸收合并惠州艺都实业
惠州艺都实业、艺都	指	惠州市艺都实业有限公司，2014年11月被明佳豪吸收合并后注销
惠州恒龙商贸、恒龙	指	惠州市恒龙商贸有限公司，2016年7月被明佳豪吸收合并后注销
惠州龙益商贸、龙益	指	惠州市龙益商贸有限公司，2016年7月被明佳豪吸收合并后注销
素时装	指	深圳玛丝菲尔素时装有限公司，公司全资子公司
设计集合公司	指	深圳玛丝菲尔设计集合有限公司，公司全资子公司
设计研发公司	指	深圳玛丝菲尔设计研发中心有限公司，公司全资子公司
玛丝菲尔（韩国）	指	玛丝菲尔时装（韩国）有限公司，公司全资子公司
玛丝菲尔（新加坡）	指	玛丝菲尔（新加坡）时装有限公司，公司全资子公司
玛丝菲尔（澳门）	指	玛丝菲尔（澳门）时装一人有限公司，公司全资子公司
玛丝菲尔噢姆服饰、噢姆	指	深圳玛丝菲尔噢姆服饰有限公司，公司控股子公司
噢姆（澳门）	指	噢姆（澳门）服饰一人有限公司，是噢姆为在澳门运营“噢姆”品牌而设立的全资子公司
玛丝菲尔时装（香港）	指	玛丝菲尔时装（香港）有限公司，公司全资子公司，是公司为运营“Krizia”品牌而设立的境外持股公司
意大利 Krizia 公司	指	Krizia S.p.A.，一家注册于意大利的公司，是“Krizia”品牌的原有运营主体，2014年6月该公司将 Krizia International 100% 的股权转让给玛丝菲尔时装（香港）有限公司，现已更名为 M.M.K. S.p.A
意大利新 K 有限	指	NEW K S.R.L.，中文名称：新 K 有限责任公司；是 Krizia S.p.A 为出售“Krizia”品牌及相关业务而设立的境外公司，是 Krizia International S.r.L 的前身
Krizia International	指	Krizia International S.r.L.，是玛丝菲尔时装（香港）的全资子公司，是实际运营“Krizia”的经营主体，注册于意大利，系由 NEW K S.R.L. 更名而来
Krizia 中国	指	克芮绮亚时装（中国）有限公司，是 Krizia International 的全资子公司，注册地在深圳市
深圳恩情	指	深圳市恩情投资发展有限公司，公司控股股东

简称		释义
恩情实业	指	深圳市恩情实业有限公司，公司控股股东前身
实际控制人	指	朱崇恽、姚建华夫妇
崇远投资	指	深圳市崇远投资管理企业（有限合伙），公司股东
睿远投资	指	深圳市睿远投资管理企业（有限合伙），公司股东
华睿财智	指	深圳市华睿财智投资管理企业（有限合伙），公司股东
VVL	指	Venus Victrix Limited，公司股东
海南纳爱丝	指	海南纳爱丝纺织有限公司，玛丝菲尔有限设立时的控股股东
香港统生、统生投资	指	UNITED WISE INVESTMENT LIMITED，中文名称：统生投资有限公司（香港），玛丝菲尔有限设立时的股东，实际控制人控制的企业
真彩投资	指	TRUECOLOR INVESTMENTS LIMITED，实际控制人控制的企业
企泽有限	指	RICHFUL FOREST LIMITED，实际控制人控制的企业
博睿财智	指	深圳市博睿财智控股有限公司，实际控制人控制的企业
深圳钦舟实业	指	深圳钦舟实业发展有限公司，实际控制人控制的企业
博骛创业	指	深圳市博骛创业投资有限公司，实际控制人控制的企业
青莲地产	指	上海青莲房地产开发有限公司，实际控制人控制的企业
武汉新晟	指	武汉新晟实业有限公司，实际控制人控制的企业
现代厨坊	指	深圳市现代厨坊餐饮管理有限公司，实际控制人控制的企业
又一会餐饮	指	上海又一会餐饮有限公司，实际控制人控制的企业
深圳扒工房	指	深圳市扒工房餐饮有限公司，实际控制人控制的企业
蓝玛赫餐饮	指	深圳市蓝玛赫欢乐海岸餐饮有限公司，实际控制人控制的企业
合肥蓝玛赫	指	合肥市蓝玛赫餐饮有限公司，实际控制人控制的企业
上海扒工房	指	上海扒工房餐饮有限公司，实际控制人控制的企业，曾用名称为上海赫赫餐饮有限公司
海南博睿传媒	指	海南博睿传媒投资有限公司，公司控股股东控制的企业
群山服饰	指	深圳市群山服饰有限责任公司，实际控制人亲属控制的企业
河源华崇	指	河源华崇投资发展有限公司，实际控制人控制的企业
美清文化	指	海口美清文化传播有限公司，公司控股股东控制的企业
德逸物业	指	上海德逸物业管理有限公司，实际控制人控制的企业
福建东百、东百集团	指	福建东百集团股份有限公司，股票代码：600693
《公司章程（草案）》	指	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司章程（草案）
本次发行	指	发行人本次预计向社会公众公开发行 5,000.00 万股人民币普通股
报告期、最近三年及一期	指	2013 年度、2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-6 月
招股书、招股说明书	指	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司首次公开发行股票招股说明书
《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》
商务部	指	中华人民共和国商务部

简称		释义
发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
保荐机构、主承销商、西南证券	指	西南证券股份有限公司
发行人律师、国浩	指	国浩律师（深圳）事务所
审计机构、瑞华	指	瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）
国富浩华	指	国富浩华会计师事务所（特殊普通合伙）。2013年5月16日，该所与中瑞岳华会计师事务所（特殊普通合伙）合并成立瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）
资产评估机构、中企华	指	北京中企华资产评估有限责任公司
登记机构	指	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
元	指	人民币元
A股	指	每股面值为1.00元之人民币普通股

## 二、专业术语

简称		释义
直营模式	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
加盟模式	指	公司法人、个体工商户、自然人向公司采购商品后，在许可的地理区域范围内，以自己的名义开设门店，以零售的方式按照公司制定的统一市场价格，销售公司的品牌产品
购物中心	指	在一个毗邻的建筑群中或一个大型建筑物中，由一个管理机构组织、协调和规划，把一系列的零售商店、服务机构组织在一起，提供购物、休闲、娱乐、饮食等各种服务的一站式消费中心。购物中心不仅规模巨大，集合了百货店、超市、大卖场、专卖店、大型专业店等各种零售业态，而且有各式快餐店、小吃店和特色餐馆，电影院、儿童乐园、健身中心等各种休闲娱乐设施
商场联营店	指	是指公司与商场签订联营合同，自主开展经营活动的直营店；商场并不参与具体的销售活动，通常仅负责统一收银并对外开具发票，并按销售额乘以经双方协商确定百分比收取一定分成
购物中心店	指	是指公司与购物中心签订联营合同，自主开展经营活动的直营店。购物中心通常并不参与具体的销售活动，按购物中心扣点与双方协商的固定金额孰高原则收取费用。购物中心通常处于当地核心商圈，在位置、人流量及国际一二线品牌入驻方面具备优势，通常要求公司以分支机构的形式设立专卖店开展经营活动
旗舰店	指	属于直营模式的一种。是指公司提升服务质量，树立公司品牌在消费者心目中的形象，在中心城市开设的品牌形象展示店
自制生产	指	公司在自主设计、自主采购原材料的基础上，自行完成产品的生产
成衣定制	指	由公司向第三方成品定制厂商提供具体设计版式，面辅料规格，裁剪、缝制等要求，由定制厂商按要求采购指定的面辅料进行生产，公司派驻员工在其生产现场进行监督、检验，待其完成成品后予以

简称		释义
		采购
委托加工	指	公司将产品委托第三方厂商加工生产，向其提供公司自行采购的面辅料，提出设计版式，裁剪、缝制等要求，公司派驻员工在其生产现场进行监督、检验，待其完成成品生产后，支付加工费用并获取成品
大货	指	服饰产品的样板确定后，将大批量投入生产的产品
设计师集合店	指	针对现有零售体制下货品同质化现象严重的现象，随着服装消费需求个性化、差异化趋势而产生的将不同的设计师及其差异化品牌产品集中在同一门店内进行销售的新型零售模式，目的是让消费者在较短的时间内可以买到众多有特点的商品

除特别说明外，本招股书所有数值保留 2 位或 2 位以下小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符，均为四舍五入原因所致。



## 第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文做扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

### 一、发行人简介

#### （一）基本情况

公司名称：深圳玛丝菲尔时装股份有限公司

英文名称：Shenzhen Marisfrolg Fashion Co.,Ltd.

法定代表人：朱崇恽

注册地址：深圳市福田区车公庙天祥大厦 2D

邮政编码：518040

注册资本：369,000,000.00 元

统一社会信用代码：91440300715235452H

成立日期：1999 年 11 月 5 日

整体变更日期：2012 年 6 月 8 日

经营范围：一般经营项目：无；许可经营项目：生产经营各类服装、饰品、手提包及鞋、帽；从事上述产品、服装面料、辅料、陈列道具和展示道具以及香水、化妆品、美容品、洗护用品的批发、零售、进出口及相关配套服务（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理及其他专项规定管理的商品，按国家有关规定办理申请）；经济信息咨询、以特许经营方式从事商业活动。

电话：0755-66866000-00794

互联网址：<http://www.marisfrolg.com>

电子邮箱：[hongpin\\_1@163.com](mailto:hongpin_1@163.com)

#### （二）设立情况

本公司由玛丝菲尔有限整体变更设立。2012 年 5 月 10 日，玛丝菲尔有限董事会和股东会作出决议，同意以整体变更、发起设立方式，将玛丝菲尔有限变更设立为股份有限公司，股本为 7,750 万元。

发行人于 2012 年 5 月 28 日召开了股份有限公司第一次股东大会，全体发

起人一致决定按原账面净资产值折股，将玛丝菲尔有限整体变更为股份有限公司。该次会议审议通过公司章程及其他事项，并选举产生第一届董事会及非由职工代表担任的董事、第一届监事会及非由职工代表担任的监事。

2012年5月28日，国富浩华出具国浩验字[2012]801A58号《验资报告》，对股份公司的注册资本进行了审验，确认股份公司变更设立时的注册资本已由各发起人足额缴纳。2012年6月8日，公司在深圳市市场监督管理局登记注册。

### （三）业务概况

玛丝菲尔主营业务为高端时装的设计、生产及销售，产品主要包括上衣、裤子、裙子、外套、饰品等。自设立以来，公司主营业务未发生变更。截至2016年6月30日，发行人及其控股子公司在全国主要大中城市的中高端商场共开设门店884家。

玛丝菲尔是国内高端女装行业的龙头企业。2015年，公司主力品牌Marisfrolg 高端女装市场综合占有率1.31%，全国排名第一。公司的经营目标是打造国际高端时装第一民族品牌。公司采用多品牌发展战略，目前下属品牌包括“Marisfrolg”（玛丝菲尔女装）、“MARISFROLG”（玛丝菲尔男装）、“MASFER.SU”（玛丝菲尔素女装）、“AUM”（噢姆女装）、“ZhuChongYun”（朱崇恽女装）、“Krizia”。

### （四）发行人股本结构

截至本招股书签署日，发行人的股本结构如下：

股东名称	持有股份（万股）	比例
深圳市恩情投资发展有限公司	33,940.25	91.98%
Venus Victrix Limited	1,841.31	4.99%
深圳市睿远投资管理企业（有限合伙）	381.77	1.03%
深圳市崇远投资管理企业（有限合伙）	387.38	1.05%
深圳市华睿财智投资管理企业（有限合伙）	349.30	0.95%
合计	36,900.00	100.00%

### 二、发行人控股股东及实际控制人简介

发行人的控股股东为深圳恩情，持有发行人33,940.25万股股份，持股比例91.98%。

深圳恩情的股东为朱崇恽女士及姚建华先生，持股比例分别为98.48%和1.52%。朱崇恽女士及姚建华先生为夫妻关系，共同构成玛丝菲尔的实际控制人。

## 三、发行人主要财务数据

## （一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2016.6.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
流动资产	119,079.38	127,290.02	100,090.14	93,159.13
非流动资产	144,188.08	142,662.85	132,664.14	96,010.81
<b>资产总计</b>	<b>263,267.46</b>	<b>269,952.86</b>	<b>232,754.28</b>	<b>189,169.94</b>
流动负债	111,098.31	115,756.46	84,105.51	60,790.36
非流动负债	5,422.75	26,045.20	28,987.54	683.72
<b>负债合计</b>	<b>116,521.06</b>	<b>141,801.65</b>	<b>113,093.04</b>	<b>61,474.08</b>
<b>股东权益合计</b>	<b>146,746.40</b>	<b>128,151.21</b>	<b>119,661.23</b>	<b>127,695.86</b>
<b>归属于母公司股东权益合计</b>	<b>145,212.57</b>	<b>127,234.60</b>	<b>119,489.73</b>	<b>127,681.39</b>

## （二）合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
营业收入	104,270.86	247,989.57	220,822.53	184,883.13
营业利润	25,612.43	94,980.94	89,336.92	75,638.58
利润总额	25,965.02	95,175.88	89,444.37	75,748.83
净利润	18,672.96	70,518.73	66,991.91	56,168.75
归属于母公司股东的净利润	18,056.36	69,333.50	66,834.87	56,174.28

## （三）合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
经营活动产生的现金流量净额	10,827.36	53,850.28	61,240.60	60,507.65
投资活动产生的现金流量净额	-5,461.56	-11,116.95	-32,180.62	-27,949.38
筹资活动产生的现金流量净额	-14,815.02	-35,637.64	-33,112.56	-27,718.56
汇率变动对现金及现金等价物的影响	70.10	9.61	152.32	-66.20
现金及现金等价物净增加额	-9,379.12	7,105.30	-3,900.27	4,773.51

## （四）发行人主要财务指标

项目	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
流动比率（倍）	1.07	1.10	1.19	1.52
速动比率（倍）	0.37	0.43	0.46	0.70
资产负债率（母公司）	33.42%	44.23%	40.22%	30.78%
应收账款周转率（次）	6.08	14.73	12.99	11.86
存货周转率（次）	0.25	0.62	0.69	0.71
息税折旧摊销前利润（万元）	29,692.43	101,501.75	94,781.57	78,459.07

项目	2016年 1-6月	2015年	2014年	2013年
利息保障倍数（倍）	18.44	46.50	41.10	53.10
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	0.29	1.46	1.66	1.64
每股净现金流量（元/股）	-0.25	0.19	-0.11	0.13
无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比重	10.74%	12.50%	14.66%	1.48%

注：上述财务指标的计算方法详见本招股说明书“第十节 财务会计信息 十一、财务指标”。

#### 四、本次发行基本情况

（一）股票种类：人民币普通股（A股）

（二）股票面值：人民币 1.00 元

（三）发行股数：公司本次拟公开发行新股不超过 5,000 万股

（四）发行价格：【】元/股（具体方式通过向网下投资者询价的方式或通过发行人与主承销商自主协商直接定价等其他中国证监会认可的其他方式确定）

（五）发行市盈率：【】倍（每股收益按发行前一年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）

（六）发行前每股净资产：【】元/股（按发行前一年度未经审计的归属于母公司股东权益除以本次发行前的总股本 36,900.00 万元计算）

（七）发行后每股净资产：【】元/股（按发行前一年度未经审计的归属于母公司股东权益加上本次募集资金净额之和，除以本次发行后总股本计算）

（八）发行市净率：【】倍（按照每股发行价格除以本次发行后每股净资产确定）

（九）发行方式：采用网下向询价对象配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或中国证监会核准的其他发行方式

（十）发行对象：符合资格的询价对象，和在深圳证券交易所开设 A 股股东账户的境内自然人和法人等投资者（国家法律或法规禁止购买者除外）

（十一）承销方式：本次发行股票由保荐机构（主承销商）以余额包销的方式承销

（十二）预计募集资金总额：【】万元

（十三）预计募集资金净额：【】万元

（十四）发行费用概算：

项目	金额
承销及保荐费用	【】万元
审计、验资费用	【】万元
律师费用	【】万元
评估费用	【】万元
发行手续费用	【】万元
信息披露费用	【】万元

## 五、本次募集资金用途

本次发行的募集资金总额在扣除发行费用后，将投入以下项目：

序号	项目名称	投资总额（万元）	备案文号
1	营运管理中心扩建项目	147,823.30	深龙华发财备案[2016]0029号
2	大浪设计研发及展示中心建设项目	22,595.02	深龙华发财备案[2016]0028号
3	制造中心扩建项目	16,245.70	深龙华发财备案[2016]0026号
4	信息化改造升级项目	7,823.55	深龙华发财备案[2016]0025号
5	噢姆营运管理中心扩建项目	11,565.60	深发改核准[2014]0086号
6	补充流动资金	32,000.00	-
合计		<b>238,053.17</b>	-

若本次实际募集资金净额（扣除对应的发行费用后）未达到项目投资所需资金水平，公司将根据上述募集资金投资项目的重要性和紧迫性安排募集资金的具体使用，资金缺口通过自筹方式解决。本次募集资金到位前，公司将根据实际需要，通过自有资金或银行贷款支持上述项目的实施；待募集资金到位后，将以募集资金置换预先已投入募集资金投资项目的自有资金或偿还前期银行贷款。

募投项目的具体情况详见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”。

### 第三节 本次发行概况

#### 一、本次发行基本情况

（一）股票种类：人民币普通股（A股）

（二）股票面值：人民币 1.00 元

（三）发行股数：本次公司拟公开发行新股不超过 5,000 万股，占发行后总股本的比例不超过 11.93%。

（四）发行价格：【】元/股（具体方式通过向网下投资者询价的方式或通过发行人与主承销商自主协商直接定价等其他中国证监会认可的其他方式确定）

（五）发行市盈率：【】倍（每股收益按发行前一年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）

（六）发行前每股净资产：【】元/股（按发行前一年度末经审计的归属于母公司股东权益除以本次发行前的总股本 36,900.00 万元计算）

（七）发行后每股净资产：【】元/股（按发行前一年度末经审计的归属于母公司股东权益加上本次募集资金净额之和，除以本次发行后总股本计算）

（八）发行市净率：【】倍（按照每股发行价格除以本次发行后每股净资产确定）

（九）发行方式：采用网下向询价对象配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或中国证监会核准的其他发行方式

（十）发行对象：符合资格的询价对象，和在深圳证券交易所开设 A 股股东账户的境内自然人和法人等投资者（国家法律或法规禁止购买者除外）

（十一）承销方式：本次发行股票由保荐机构（主承销商）以余额包销的方式承销

（十二）预计募集资金总额：【】万元

（十三）预计募集资金净额：【】万元

**（十四）发行费用概算：**

项目	金额
承销及保荐费用	【】万元
审计、验资费用	【】万元
律师费用	【】万元
评估费用	【】万元
发行手续费用	【】万元
信息披露费用	【】万元

**二、本次发行有关当事人****（一）发行人**

名称：深圳玛丝菲尔时装股份有限公司

法定代表人：朱崇恽

住所：深圳市福田区车公庙天祥大厦 2D

电话：0755-66866000-00794

联系人：洪频、李江帆

**（二）保荐机构**

名称：西南证券股份有限公司

法定代表人：吴坚

住所：重庆市江北区桥北苑 8 号西南证券大厦

电话：0755-83288691

传真：0755-83288321

保荐代表人：杨锦雄、许冰

项目协办人：

项目经办人：叶宏、黄嘉、樊华、琚鹏飞、夏剑文、陈贤文、刘志波

**（三）发行人律师**

名称：国浩律师（深圳）事务所

负责人：张敬前

住所：广东省深圳市福田区深南大道 6008 号特区报业大厦 2401、2403、  
2405

电话：0755-83515666

传真：0755-83515090

经办律师：李晓丽、幸黄华

#### （四）会计师事务所

名称：瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人：杨剑涛

住所：深圳市福田区益田路 6001 号太平金融大厦 8-10 层

电话：0755-82521871

传真：0755-82521870

经办注册会计师：杨如生、杨春盛

#### （五）资产评估机构

名称：北京中企华资产评估有限责任公司

法定代表人：权忠光

住所：北京市东城区青龙胡同 35 号

电话：010-65881818

传真：010-65882651

经办注册资产评估师：郑晓芳、钮坤、王爱柳

#### （六）股票登记机构

名称：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

住所：广东省深圳市深南中路 1093 号中信大厦 18 楼

电话：0755-25938000

传真：0755-25988122

#### （七）保荐机构（主承销商）收款银行

账户名称：西南证券股份有限公司

账号：3100021819200055529

开户行：中国工商银行重庆解放碑支行

#### （八）申请上市证券交易所

名称：深圳证券交易所



法定代表人：王建军

住所：深圳市福田区深南大道 2012 号

电话：0755-88668888

传真：0755-82083104

### 三、发行人与本次发行有关的当事人之间的关系

发行人与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在任何直接或间接的股权关系或其他权益关系。

### 四、本次发行的有关重要日期

（一）询价推介时间：【】

（二）定价公告刊登日期：【】

（三）申购和缴款日期：【】

（四）股票上市日期：【】

## 第四节 风险因素

投资者在评价本公司本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别考虑下述各项风险因素。下述风险因素是根据重要性原则和可能影响投资者决策的程度大小排序，但并不表示风险因素依次发生。

### 一、市场风险

#### （一）能否在激烈市场竞争中保持行业领先地位的风险

女装作为传统行业，进入壁垒较低，为充分竞争行业。玛丝菲尔定位于高端女装市场，自成立以来发展壮大，已经形成了较强的市场竞争力和较高的市场地位。然而，国内高端女装市场同时存在相当一批有影响力的企业，在与这些企业竞争的同时，玛丝菲尔还要面对国际一、二线女装品牌的冲击和挑战。如果公司在快速发展的过程中不能保持在设计水平、产品质量、服务水平、品牌影响力和市场营销等方面的优势，将可能使公司经营业绩产生波动，影响公司领先地位的保持。

#### （二）经营业绩波动的风险

我国女装行业在经历了前期高速增长后，近几年增长势头有所放缓，根据中华全国商业信息中心的统计数据<sup>2</sup>，2010-2015年全国重点大型零售企业女装零售额增速分别为27.6%、23.3%、15.6%、6.0%、6.2%和-0.6%。

报告期内，公司的主要经营成果数据如下表所示：

单位：万元

项目	2016年1-6月		2015年		2014年		2013年
	金额 (万元)	同比 增幅	金额 (万元)	同比 增幅	金额 (万元)	同比 增幅	金额 (万元)
营业收入	104,270.86	-12.21%	247,989.57	12.30%	220,822.53	19.44%	184,883.13
营业利润	25,612.43	-46.00%	94,980.94	6.32%	89,336.92	18.11%	75,638.58
利润总额	25,965.02	-45.28%	95,175.88	6.41%	89,444.37	18.08%	75,748.83
净利润	18,672.96	-47.30%	70,518.73	5.26%	66,991.91	19.27%	56,168.75

注：2016年1-6月同比增幅的比较对象为2015年1-6月

2016年以来，公司经营业绩受宏观经济增速放缓、市场竞争加剧、成本费用上升、消费者收入增长预期下降及消费市场整体疲软等因素的影响，公司的主

<sup>2</sup> 《全国大型零售企业暨消费品市场2015年度监测报告》

要经营指标出现下降。公司与同行业可比上市公司的主要业绩数据具体对比情况请参见本招股书“第十一节 管理层讨论与分析 一、盈利能力分析（一）经营成果及其变动分析”。如果上述宏观方面的因素持续走弱，不排除未来公司经营业绩继续下降的可能。

### （三）不能准确捕捉流行时尚的风险

服装设计是对流行时尚的直接体现，是业务环节的起点，也是最具核心价值的部分。在各种媒体和大型市场营销活动的影响下，中国女性消费者对流行时尚的认识正在逐渐丰富和深入，女装尤其是高端女装市场的流行趋势变化也在加快，加之中国幅员辽阔，各地区的女性消费者的品味和偏好有所差异且多变，以上情况均对高端女装企业的管理和发展提出了要求和挑战。目前，发行人拥有一支经验丰富的设计研发队伍，他们通过对市场流行时尚的跟踪和对市场需求的分析，结合目标消费者的体型特征和消费偏好，设计出的女装一直以来受到消费者的认可和好评。但公司如果不能对市场流行趋势和市场需求进行准确判断，其产品适销性和公司经营业绩将会受到不利影响。

### （四）新品牌能否为市场接受的风险

2012年以前，公司旗下仅有“Marisfrolg”（玛丝菲尔女装）和“MASFER.SU”（玛丝菲尔素女装）两个品牌。两大品牌凭借设计及渠道优势，取得了较大成功。2013年以来，公司开始实施多品牌发展战略，新开发品牌包括“MARISFROLG”（玛丝菲尔男装）和“ZhuChongYun”（朱崇恽女装），并收购了“AUM”（噢姆女装）品牌女装和意大利高端知名品牌女装“Krizia”。2014年以来，“AUM”品牌女装在客户美誉度、门店数量和销售收入上取得了快速的发展；“Krizia”品牌在收购完成后，相关业务整合已完成，设计及渠道建设工作逐步有序开展。虽然上述新品牌的设计风格、品牌定位和目标客户群等方面与原有两个品牌形成互补，但部分新品牌特别是海外高端品牌的推广前期需要较大投入，新品上市后能否被市场接受并成为公司新的利润增长点尚存在不确定性。

### （五）电商销售渠道冲击的风险

近年来，服饰零售行业的销售渠道发生较大变化。随着网上购物用户规模的持续扩大、网上交易环境和支付方式的不断健全和物流配送体系的逐渐完善，

服饰的互联网销售在国内呈现出高速发展态势。电商渠道的兴起对服装行业的传统销售渠道形成较大冲击。如果公司不能及时有效应对互联网销售渠道的崛起，可能会处于不利的竞争地位，从而对经营业绩构成不利影响。

## 二、财务风险

### （一）存货余额较大的风险

报告期各期末，公司的存货账面价值分别为 50,363.20 万元、61,276.28 万元、78,026.31 万元和 77,673.01 万元，占总资产的比重分别为 26.62%、26.33%、28.90%和 29.50%，总体增长趋势与公司的业务规模相适应，这主要是由直营店为主的销售模式以及公司严格的销售折扣政策所决定的。存货占用了公司较多营运资金，尽管公司采取了相应措施加强存货管理，且按照会计准则的要求计提了存货跌价准备，但若因市场环境发生剧烈变化或竞争加剧，公司存在无法持续有效管理和消化存货的风险，可能对公司的财务状况和经营业绩造成不利影响。

### （二）净资产收益率下降的风险

本次发行成功且募集资金到位后，公司的净资产会随之大幅增加。但鉴于募集资金投资项目需要一定的建设期和达产期，募集资金产生预期收益需要一定的周期，因此公司的净利润增长在短期内无法与净资产增长保持同步，可能产生净资产收益率下降的风险。

### （三）子公司被追缴企业所得税的风险

发行人子公司阿卡特时装成立于 2006 年 3 月 9 日，成立时为外商投资企业。根据 2007 年 3 月 6 日下发的《深圳市国家税务局减、免税批准通知书》（深国税南减免[2007]0048 号文），阿卡特时装享受了当时生产性外商投资企业所得税两免三减半的税收优惠，即：2006 年、2007 年免税，2008 年、2009 年、2010 年减半征收企业所得税。

根据深圳市人民政府《关于深圳特区企业税收政策若干问题的规定》（深府[1988]232 号），深圳经济特区内新办生产性企业，经营期限在 10 年以上的，可享受两免三减半的企业所得税优惠。

阿卡特时装于 2012 年 12 月 5 日变更为内资企业，由于变更时阿卡特时装经营期尚未届满 10 年，根据相关法律、法规的要求，阿卡特时装因享受上述优

惠而少缴的税款存在被追缴的可能，因此公司将上述税收优惠计入当年非经常性损益。

为避免上述企业所得税优惠可能被追缴的风险，发行人控股股东和实际控制人分别作出了相应承诺，具体如下：

发行人控股股东承诺：“鉴于阿卡特对于因享受企业所得税两免三减半的税收优惠而相应少缴的税款存在被追缴的可能性，为避免因被追缴相关税款而使发行人子公司阿卡特遭受损失，本公司作为发行人的控股股东，同意若有关税务主管部门追缴阿卡特因享受企业所得税优惠而被减免的税款的，本公司愿无条件承担全部需补缴的所得税款及相关费用。

本公司愿意对违反上述承诺而给发行人造成的经济损失承担全部赔偿责任，且若本公司违反上述承诺，本公司自愿在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺之日起，停止在发行人处分红，同时本公司持有的发行人股份将不得转让，若转让的，则转让所得归公司所有，直至按上述承诺采取相应措施并实施完毕时为止。”

发行人实际控制人承诺：“鉴于阿卡特对于因享受企业所得税两免三减半的税收优惠而相应少缴的税款存在被追缴的可能性，为避免因被追缴相关税款而使发行人子公司阿卡特遭受损失，本人作为发行人的实际控制人，同意若有关税务主管部门追缴阿卡特因享受企业所得税优惠而被减免的税款的，本人愿无条件承担全部需补缴的所得税款及相关费用。

朱崇辉、姚建华愿意对违反上述承诺而给发行人造成的经济损失承担全部赔偿责任，且若本人违反上述承诺，本人自愿在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺之日起，停止在发行人处领取薪酬或津贴，且本人控制的深圳市恩情投资发展有限公司停止在发行人处分红，同时本人直接或间接持有的发行人股份将不得转让，若转让的，则转让所得归公司所有，直至按上述承诺采取相应措施并实施完毕时为止。”

### 三、股权结构相对集中及实际控制人控制的风险

本次股票发行前，公司实际控制人朱崇辉、姚建华夫妇控制公司的股权比

例为 95.01%。若按照本次发行 5,000 万股测算，本次股票发行后，朱崇恽、姚建华夫妇仍将控制公司 83.67% 的股份。尽管本公司建立了较为完善的法人治理结构，制定了包括《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《董事会专门委员会工作细则》、《监事会议事规则》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作制度》、《独立董事制度》、《对外担保管理制度》、《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》等相关制度在内的一系列公司治理制度，但实际控制人仍有可能凭借其控股地位，通过行使表决权或其他方式对公司经营和财务决策、重大人事任免和利润分配等方面施加不利影响，从而给公司及中小股东带来一定风险。

#### 四、募集资金投资项目的风险

##### （一）项目实施的系统风险

公司本次发行的募集资金计划系依据行业发展趋势、市场竞争现状和公司发展战略制定，将投资于营运管理中心扩建项目、制造中心扩建项目、大浪设计研发及展示中心建设项目、噢姆营运管理中心扩建项目、信息化改造升级项目以及补充流动资金等六个项目。如项目成功实施，将全面提升公司的研发、生产、销售和信息化管理能力，进一步增强产品竞争力、提升管理水平和品牌形象；但若项目实施过程中出现行业或市场环境发生重大变化等现象，则有可能导致募集资金投资项目无法按计划进行，进而对公司的未来发展和经营业绩产生不利影响。

##### （二）直营店数量大幅增加带来的管理风险

公司拟将本次预计募集资金 238,053.17 万元中的 159,388.90 万元用于建设营运管理中心扩建项目及噢姆营运管理中心扩建项目。两个项目建成后，公司将新设 496 家直营店，同时对 150 家原有门店的布局进行优化。公司在过往的发展中已经积累了丰富的直营店管理经验，培养及引进了一批具备丰富市场经验的中高层销售和管理人员，且已经上线 SAP 系统以进一步满足公司的管理需求；但募集资金到位后，公司的资产规模和管理范围将大幅增加，公司的发展速度将相应迈上一个崭新的台阶，现有的管理体系将面临更大的挑战，如果公司的经营管理能力不能很好地适应上述变化，则公司的业务发展将受到一定影响。

##### （三）固定资产折旧增加导致利润下滑的风险

本次五个募投项目建成后，公司固定资产规模将增加约 12.5 亿元，募投项目预计年均新增折旧费约 3,745.43 万元。本次募集资金投资项目建成后，公司规模效应和盈利能力的增强将抵消固定资产折旧增加的影响。但是由于未来市场环境和客户需求存在不确定性，如果公司募集资金项目未能实现预期收益，则公司存在因为固定资产折旧增加而导致利润下滑的风险。

## 五、委托加工和定制生产模式带来的风险

目前，公司较多采取委托加工模式生产公司产品。在委托加工模式下，公司与委托加工厂商签订协议后，提供设计图纸和原材料，委托加工厂商根据公司的要求进行生产。公司对委托加工厂商进行严格持续的筛选和考核，并辅以跟单员全程跟踪和监督委托加工厂商的生产过程，生产后加强质量检查的措施，力图做到对生产过程和产品质量的把控。

尽管如此，由于委托加工厂商无法准确理解公司要求，或委托加工厂商的生产能力不足而导致无法准时交货，以及委托加工厂商生产的最终产品质量未达到公司要求而被迫返工等情况仍然可能出现，从而给公司的产品质量、产品销售、新品推广、品牌形象等方面造成不利影响。此外，部分委托加工厂商规模较小、抗风险能力较弱，公司面临潜在的转换成本和委托风险。

## 六、劳务派遣用工的风险

截至 2016 年 6 月 30 日，发行人及其子公司采用劳务派遣方式聘用的员工人数为 206 人，占公司（含发行人及其子公司）全体员工人数的比例为 3.17%，劳务派遣员工数量及占比持续下降。尽管发行人与劳务派遣公司均签署了劳务派遣协议，约定劳务派遣公司与所派遣员工签署劳动合同，并将其派遣至用工单位，派遣员工的工资由发行人发放，社会保险及住房公积金由相应的劳务派遣公司代为缴纳。但根据《劳动合同法》规定，劳务派遣单位违反《劳动合同法》的规定，给被派遣劳动者造成损害的，用工单位与劳务派遣单位承担连带赔偿责任。因此，发行人存在因劳务派遣单位违反《劳动合同法》的规定而给派遣员工造成损害，从而导致本公司与劳务派遣公司承担连带赔偿责任的风险。

## 第五节 发行人基本情况

### 一、发行人的基本情况

公司名称：深圳玛丝菲尔时装股份有限公司

英文名称：Shenzhen Marisfrolg Fashion Co.,Ltd.

法定代表人：朱崇辉

注册地址：深圳市福田区车公庙天祥大厦 2D

邮政编码：518040

注册资本：369,000,000.00 元

统一社会信用代码：91440300715235452H

成立日期：1999 年 11 月 5 日

整体变更日期：2012 年 6 月 8 日

经营范围：一般经营项目：无；许可经营项目：生产经营各类服装、饰品、手提包及鞋、帽；从事上述产品、服装面料、辅料、陈列道具和展示道具以及香水、化妆品、美容品、洗护用品的批发、零售、进出口及相关配套服务（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理及其他专项规定管理的商品，按国家有关规定办理申请）；经济信息咨询、以特许经营方式从事商业活动。

电话：0755-66866000-00794

互联网址：<http://www.marisfrolg.com>

电子邮箱：[hongpin\\_1@163.com](mailto:hongpin_1@163.com)

玛丝菲尔主营业务为高端时装的设计、生产及销售，产品主要包括上衣、裤子、裙子、外套、饰品等。自设立以来，公司主营业务未发生变更。截至 2016 年 6 月 30 日，发行人及其控股子公司在全国主要大中城市及境外的中高端商场开设直营店 683 家，加盟店 201 家。

玛丝菲尔是国内高端女装行业的龙头企业之一，根据中华全国商业信息中心统计数据，公司的主力品牌“Marisfrolg”（玛丝菲尔女装）2015 年的综合市场占有率为 1.31%，连续四年蝉联榜首。其经营目标是打造国际高端时装第一民族品牌。公司采用多品牌发展战略，目前下属品牌包括“Marisfrolg”（玛丝菲尔女装）、“MARISFROLG”（玛丝菲尔男装）、“MASFER.SU”（玛丝菲



尔素女装）、“AUM”（噢姆女装）、“ZhuChongYun”（朱崇恽女装）、“Krizia”。各个品牌在设计风格、品牌定位和目标客户群等方面形成互补和延伸。

## 二、发行人改制重组情况

### （一）设立方式

本公司由玛丝菲尔有限整体变更设立。2012年5月10日，玛丝菲尔有限董事会和股东会作出决议，同意以整体变更、发起设立方式，将玛丝菲尔有限变更为股份有限公司。根据国富浩华出具的国浩专审字[2012]801A591号《审计报告》，截至2012年3月31日，玛丝菲尔有限的母公司账面净资产为人民币128,057,791.77元，按照1:0.6052的折股比例折合为发行人股本7,750万股，剩余净资产人民币50,557,791.77元计入发行人资本公积。

2012年5月10日，深圳恩情、华睿财智、崇远投资、睿远投资签订《关于深圳玛丝菲尔时装有限公司按原账面净资产值折股整体变更为股份有限公司之发起人协议书》。玛丝菲尔有限全体股东作为发起人，以各自股权所对应的净资产认购发行人的股份，在整体变更为股份有限公司过程中不增加任何新股东，不改变会计核算的计价基础。

2012年5月28日，国富浩华出具国浩验字[2012]801A58号《验资报告》，对股份公司的注册资本进行了审验，确认股份公司变更设立时的注册资本已由各发起人足额缴纳。2012年6月8日，股份公司在深圳市市场监督管理局登记注册，并取得注册号为440301501135193的《企业法人营业执照》。

### （二）发起人

玛丝菲尔整体变更设立时共有4名发起人，具体情况如下：

序号	股东名称	股份数量（万股）	持股比例
1	深圳市恩情投资发展有限公司	7,600	98.07%
2	深圳市华睿财智投资管理企业（有限合伙）	50	0.65%
3	深圳市崇远投资管理企业（有限合伙）	50	0.65%
4	深圳市睿远投资管理企业（有限合伙）	50	0.65%
合计		7,750	100.00%

### （三）改制设立前后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

本公司的主要发起人是深圳恩情，成立于1996年4月9日，目前的主要资产为持有玛丝菲尔的股权。玛丝菲尔有限成立前深圳恩情主要从事“Marisfrolg”品牌女装的设计、生产及销售等业务。玛丝菲尔有限成立后深圳恩情逐步将服装

相关业务转移至本公司。截至 2012 年末，深圳恩情不再经营服装相关业务。

截至本招股书签署日，控股股东深圳恩情除持有发行人股份、海南博睿传媒 56% 股权、以及辽宁萃兮华都商业发展有限公司 12.47% 股权外，未从事其他生产经营活动。

#### （四）发行人成立时拥有的主要资产和主要业务经营情况

公司前身玛丝菲尔有限自 1999 年成立以来一直从事服装的设计、采购、生产及销售业务。公司以 2012 年 3 月 31 日为基准日整体变更为股份公司，整体变更前所有的资产和业务全部进入股份公司，公司的主要业务和经营模式均未发生变化。

#### （五）改制前后发行人的业务流程及与原企业业务流程间的联系

本公司是由玛丝菲尔有限整体变更设立，改制前后业务流程没有发生变化。主要的业务流程包括设计、采购、生产、销售等方面，具体的业务流程请参见本招股说明书“第六节 业务与技术 四、发行人主营业务情况（四）发行人的经营模式”。

#### （六）发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系

玛丝菲尔有限 1999 年成立后，主要发起人深圳恩情逐步将服装经营相关设计、采购、生产及销售业务转入公司。2012 年 10 月，深圳恩情与真彩投资将合资设立的阿卡特时装（从事服装生产业务）的全部股权转让予玛丝菲尔。截至 2012 年末，深圳恩情名下门店的全部业务已由玛丝菲尔承接。至此深圳恩情的服装相关业务全部进入发行人，经营范围变为兴办实业，国内商业及物资供销业。

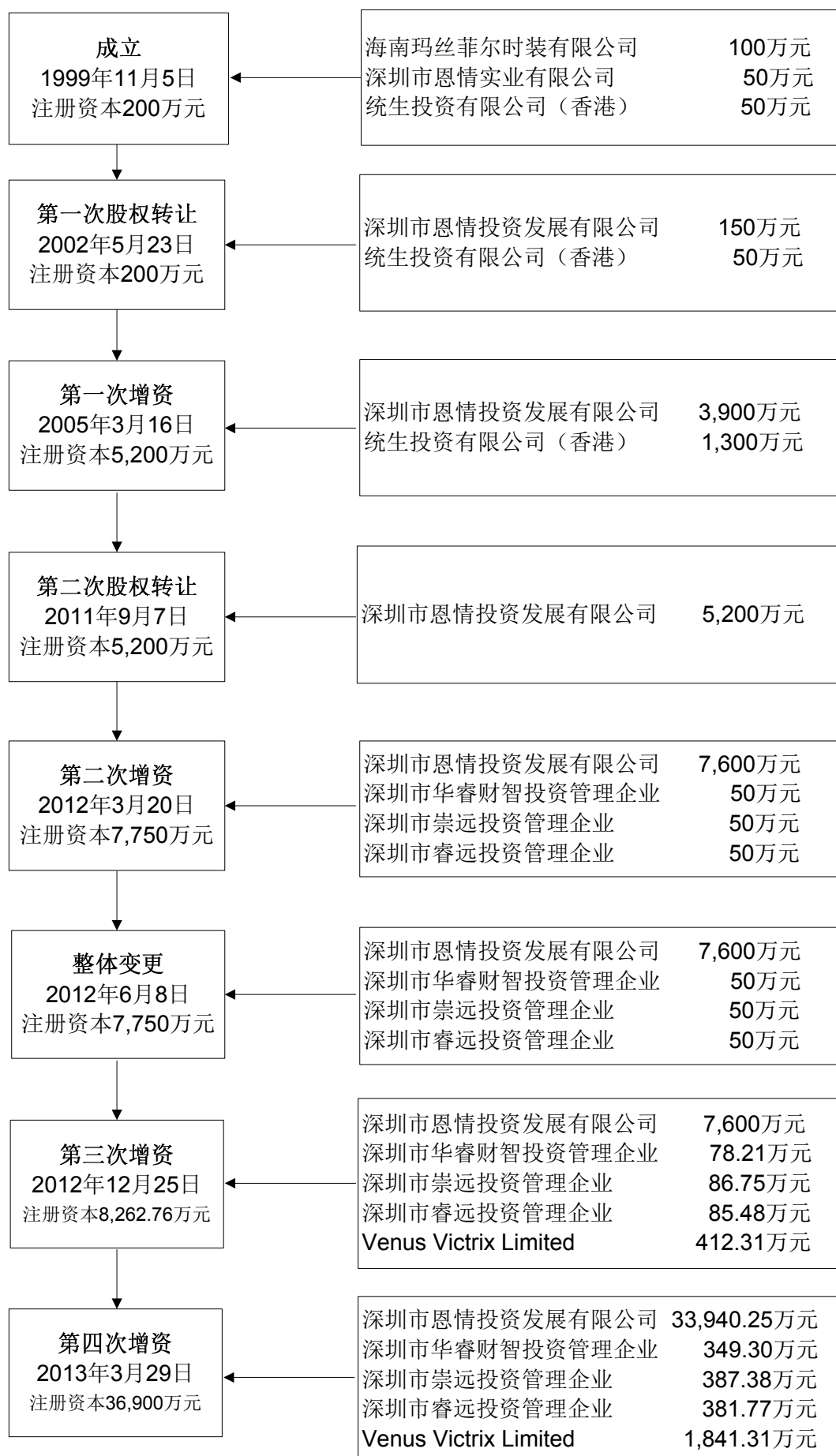
发行人成立后，在生产经营方面独立于主要发起人深圳恩情；发行人与主要发起人的关联关系情况详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易 三、关联方与关联交易（一）关联方和关联关系”。

#### （七）发起人出资资产变更手续的办理情况

本公司整体变更设立后，承继了玛丝菲尔有限的全部资产、负债及业务，相关的产权变更手续已全部办理完成。

### 三、发行人股本形成、变化及历次的验资情况

#### （一）发行人的股本形成及其变化情况



## 1. 股份公司设立前的注册资本及变化情况

### （1） 发行人前身玛丝菲尔有限成立

深圳玛丝菲尔时装有限公司是由股东深圳市恩情实业有限公司（现更名为“深圳市恩情投资发展有限公司”<sup>3</sup>）、海南玛丝菲尔时装有限公司（后更名为“海南纳爱丝纺织有限公司”<sup>4</sup>，）和统生投资有限公司（香港）出资，于1999年10月18日经深圳市外商投资局深外资复[1999]0566号文批准设立的中外合资企业，取得深圳市人民政府颁发的外经贸粤深合资证字[1999]3090号中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书，并于1999年11月5日取得国家工商行政管理局核发企合粤深总字第108901号《企业法人营业执照》（后注册号升级为：440301501135193）。成立时基本信息如下：

住所：深圳市福田区天安工业区天祥大厦2楼

法定代表人：姚建华

注册资本：人民币200万元

经济性质：合资经营（港资）

经营范围：生产经营各类时装及时装辅料（不含出口许可证管理商品）。产品20%外销。

1999年12月21日、1999年12月29日和2000年1月27日，玛丝菲尔有限分别收到股东深圳恩情出资人民币50万元，海南纳爱丝出资人民币100万元，香港统生出资港币47万元（按出资当日汇率1:1.0651折合人民币500,597元，其中50万元作实收资本，剩余597元计入资本公积），三者共计出资200万元，出资方式均为货币资金。玛丝菲尔有限设立时的股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	比例
海南玛丝菲尔时装有限公司	100	50%
深圳市恩情实业有限公司	50	25%
统生投资有限公司（香港）	50	25%
合计	200	100%

### （2） 第一次股权转让

2002年3月15日，玛丝菲尔有限董事会作出决议，同意股东海南纳爱丝

<sup>3</sup> 深圳市恩情实业有限公司于2001年8月14日经深圳市工商行政管理局批准名称变更为“深圳市恩情投资发展有限公司”。

<sup>4</sup> 海南玛丝菲尔时装有限公司于2000年4月5日经海南省工商行政管理局批准名称变更为“海南纳爱丝纺织有限公司”，并于2012年11月21日经海南省工商行政管理局琼核注通内字[2012]第1201030450号核准注销登记通知书予以注销。

将所持公司 50%的股权以人民币 100 万元转让给深圳恩情。双方于 2002 年 3 月 14 日签订股权转让协议书。玛丝菲尔有限公司于 2002 年 4 月 26 日取得深圳市对外贸易经济合作局深外经贸资复[2002]1238 号文批复；2002 年 5 月 23 日，玛丝菲尔有限完成工商变更登记手续，变更后股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	比例
深圳市恩情投资发展有限公司	150	75%
统生投资有限公司（香港）	50	25%
合计	200	100%

### （3）第一次增资

2005 年 1 月 12 日，玛丝菲尔有限董事会作出决议，以公司 2004 年度税后利润人民币 5,000 万元按股东出资比例转增资本，并于 2005 年 1 月 17 日取得深圳市福田区经济贸易局深福经贸资复[2005]0040 号批文；2005 年 3 月 16 日，玛丝菲尔有限完成工商变更登记手续，变更后股权结构为：

股东名称	出资额（万元）	比例
深圳市恩情投资发展有限公司	3,900	75%
统生投资有限公司（香港）	1,300	25%
合计	5,200	100%

### （4）第二次股权转让

2011 年 5 月 19 日，玛丝菲尔有限董事会作出决议，同意股东香港统生以玛丝菲尔有限截至 2011 年 4 月 30 日账面净资产（未经审计）269,370,554.32 元为基础，将其所持公司 25%股权作价 67,342,638.58 元转让给深圳恩情；同日，双方签订股权转让协议。2011 年 8 月 20 日，玛丝菲尔有限取得深圳市福田区经济促进局深外资福复[2011]0585 号批复文件；2011 年 9 月 7 日，玛丝菲尔有限完成工商变更登记手续，由中外合资企业变更为法人独资内资企业，变更后股权结构为：

股东名称	出资额（万元）	比例
深圳市恩情投资发展有限公司	5,200	100%
合计	5,200	100%

### （5）第二次增资

2012 年 2 月 22 日，玛丝菲尔有限股东会通过增资议案，增加注册资本人民币 2,550 万元。其中，深圳恩情以坐落于深圳市福田区天安数码城的天祥大厦 2D 的房产（房产证号为深房地字 30000677090）出资。根据北京中企华资产评估有限责任公司 2012 年 2 月 21 日出具的评估报告（中企华评报字（2012）第

3032号），本次用于增资的房产评估价值为2,460.46万元。深圳恩情与睿远投资、崇远投资、华睿财智于2012年2月22日签订了《深圳玛丝菲尔时装有限公司增资协议》，约定玛丝菲尔有限新增注册资本2,550万元，其中深圳恩情以上述经评估的房地产作价2,460.46万元，其中2,400万元用于增加注册资本，剩余60.46万元计入资本公积；深圳市睿远投资管理企业（有限合伙）、深圳市崇远投资管理企业（有限合伙）、深圳市华睿财智投资管理企业（有限合伙）分别以货币资金出资人民币50万元。2012年3月20日，玛丝菲尔有限完成工商变更登记手续，变更后股权结构为：

股东名称	出资额（万元）	比例
深圳市恩情投资发展有限公司	7,600	98.07%
深圳市崇远投资管理企业（有限合伙）	50	0.65%
深圳市睿远投资管理企业（有限合伙）	50	0.65%
深圳市华睿财智投资管理企业（有限合伙）	50	0.65%
合计	7,750	100%

## 2. 整体变更设立股份公司

参见本招股书本节“二、发行人改制重组情况（一）设立方式（二）发起人”。

## 3. 股份公司设立后的股本及变化情况

### （1）第三次增资

2012年10月9日，股份公司召开2012年第五次临时股东大会，同意公司注册资本由7,750万元增加到8,262.76万元，新增加注册资本人民币512.76万元，新增注册资本由睿远投资、崇远投资、华睿财智、VVL以货币出资，其中：

崇远投资于2012年11月29日支付人民币2,434.21万元的总价款认购公司新增的36.75万股股份（每股面值人民币1元），占本次增资后注册资本的1.05%，即认股价格为每股人民币66.24元，投资总价款超出新增注册资本的部分人民币2,397.47万元计入公司资本公积。

睿远投资于2012年11月29日支付人民币2,350.86万元的总价款认购公司新增的35.49万股股份（每股面值人民币1元），占本次增资后注册资本的1.03%，即认股价格为每股人民币66.24元，投资总价款超出新增注册资本的部分人民币2,315.37万元计入公司资本公积。

华睿财智于 2012 年 11 月 29 日支付人民币 1,869.05 万元的总价款认购公司新增的 28.21 万股股份（每股面值人民币 1 元），占本次增资后公司注册资本的 0.95%，即认股价格为每股人民币 66.24 元，投资总价款超出新增注册资本的部分人民币 1,840.83 万元计入公司资本公积。

VVL 于 2012 年 12 月 13 日支付投资总价款 43,435,310.00 美元，按当日中国人民银行公布的人民币兑美元的汇率中间价 1:6.2887 折合人民币 27,315.16 万元，取得公司新增的 412.31 万股股份（每股面值人民币 1 元），占本次增资后注册资本的 4.99%，即认股价格为每股人民币 66.24 元。投资总价款超出新增注册资本的部分人民币 26,902.85 万元（含汇兑损益 1.76 万元）计入公司资本公积。

公司于 2012 年 10 月 26 日取得深圳市经济贸易和信息化委员会出具的《关于深圳玛丝菲尔时装股份有限公司股权并购变更设立为外商投资股份制的批复》（深经贸信息资字[2012]1633 号），并于 2012 年 12 月 25 日完成工商变更登记。变更后股权结构为：

股东名称	持有股份（万股）	比例
深圳市恩情投资发展有限公司	7,600.00	91.98%
Venus Victrix Limited	412.31	4.99%
深圳市崇远投资管理企业（有限合伙）	86.75	1.05%
深圳市睿远投资管理企业（有限合伙）	85.49	1.03%
深圳市华睿财智投资管理企业（有限合伙）	78.21	0.95%
<b>合计</b>	<b>8,262.76</b>	<b>100.00%</b>

## （2）第四次增资

2013 年 1 月 14 日，股份公司召开 2013 年第一次临时股东大会，同意以资本公积中的 286,372,427.00 元按各股东出资比例转增股本。本次转增于 2013 年 3 月 22 日取得深圳市经济贸易和信息化委员会深经贸信息资字[2013]0456 号批复。公司于 2013 年 3 月 29 日完成工商变更登记，变更完成后的股权结构如下：

股东名称	持有股份（万股）	比例
深圳市恩情投资发展有限公司	33,940.25	91.98%
Venus Victrix Limited	1,841.31	4.99%
深圳市崇远投资管理企业（有限合伙）	387.38	1.05%
深圳市睿远投资管理企业（有限合伙）	381.77	1.03%
深圳市华睿财智投资管理企业（有限合伙）	349.30	0.95%
<b>合计</b>	<b>36,900.00</b>	<b>100.00%</b>

## （二）历次验资情况

### 1. 1999 年设立时的验资事项

玛丝菲尔有限成立时注册资本为人民币 200 万元，其中，海南纳爱丝以货币资金出资人民币 100 万元，占出资额的 50%；深圳恩情以货币资金出资人民币 50 万元，占出资额的 25%；香港统生以港币出资 47 万元（按出资当日汇率 1:1.0651 折合人民币 500,597 元，其中 50 万元作实收资本），占出资额的 25%。本次出资由深圳中庆会计师事务所 2000 年 1 月 31 日出具的深庆[2000]验字第 007 号《验资报告》予以验证，上述股东出资足额到位。

### 2. 2005 年第一次增资时的验资事项

2005 年 1 月 12 日，玛丝菲尔有限召开董事会议，同意以 2004 年度税后利润 5,000 万元按出资比例转增资本，将公司注册资本由 200 万元增加至 5,200 万元。本次增资由深圳枫桦会计师事务所于 2005 年 3 月 9 日出具深枫桦验字[2005]第 067 号《验资报告》予以验证。

### 3. 2012 年第二次增资时的验资事项

2012 年 2 月 22 日，玛丝菲尔有限召开股东会议，同意公司注册资本由 5,200 万元增加到 7,750 万元。其中，深圳市恩情投资发展有限公司以房产出资 2,400 万元，华睿财智、崇远投资、睿远投资等三家有限合伙企业以货币资金分别出资 50 万元。上述股东用于出资的货币资金已足额到位，用于出资的房产过户手续已办理完毕。

本次增资由国富浩华会计师事务所（特殊普通合伙）深圳分所（以下简称“国富浩华深圳分所”）出具国浩鹏验字[2012]801C6 号《验资报告》予以验证。本次验资事项由瑞华于 2014 年 3 月 15 日出具瑞华核字[2014]48220016 号《验资复核报告》予以复核。

### 4. 2012 年整体变更时的验资事项

2012 年 5 月 10 日，玛丝菲尔有限召开股东会，决议整体变更为股份有限公司。公司以截至 2012 年 3 月 31 日玛丝菲尔有限的母公司账面净资产人民币 128,057,791.77 元，按照 1:0.6052 的折股比例折合为股份公司股本 7,750 万股，剩余净资产人民币 50,557,791.77 元计入股份公司资本公积。本次整体变更由国



富浩华出具的国浩验字[2012]801A58号《验资报告》予以验证。

### 5. 2012年第三次增资时的验资事项

2012年10月9日，股份公司召开股东大会，决议通过将公司注册资本由7,750万元增加到8,262.7573万元，新增加注册资本人民币512.7573万元，分别由崇远投资、睿远投资、华睿财智和VVL以货币出资。本次增资由国富浩华于2012年12月20日出具的国浩验字[2012]801A250号《验资报告》予以验证，上述股东出资的货币资金足额到位。

### 6. 2013年第四次增资时的验资事项

2013年1月14日，股份公司召开股东大会，同意将资本公积中的28,637.2427万元按各股东出资同比例转增股本，转增后股本增至36,900万元。本次增资由国富浩华出具的国浩验字[2013]801C0001号《验资报告》予以验证。

## （三）历次增资及股权转让的原因、价格、定价依据，以及定价公允性

### 1. 第一次股权转让

海南纳爱丝系发行人实际控制人朱崇恽、姚建华持股100%的有限责任公司，2003年1月份该公司已停止生产经营活动，并于2012年注销。海南纳爱丝将其所持玛丝菲尔有限的股权转让给同属朱崇恽、姚建华控制的深圳恩情，系发行人实际控制人根据所属企业实际情况，简化持股结构所作的变化。

本次股权转让价格为1元/出资额。因股权转让方与受让方均为发行人实际控制人持股100%的企业，故以转让股权所对应的出资额平价转让。

### 2. 第一次增资

本次增资系公司原股东根据公司当时经营需要而一致决策、行使股东决策权的合法行为，该次增资价格为1元/出资额，各股东增资前后持股比例不变，亦未引入新股东，定价依据公允。

### 3. 第二次股权转让

本次股权转让发生时，香港统生系实际控制人朱崇恽持股80%、张雷明持股20%的公司。香港统生将其所持玛丝菲尔有限的股权转让给深圳恩情系发行人实际控制人简化其所控制的企业之持股结构，并经征求香港统生其他股东意见

后所作出的决策。

本次股权转让价格为 5.18 元/出资额，股权转让价款以玛丝菲尔有限截至 2011 年 4 月 30 日账面净资产的 25%（与香港统生其时所持玛丝菲尔有限的股权比例相同）作为定价依据，经股权转让双方协商一致而确定的股权转让价格，定价公允。

#### 4. 第二次增资

深圳恩情用以认缴出资的房地产系发行人向深圳恩情租赁用作经营场所的房产，深圳恩情用该房产对发行人进行增资并将该房屋过户至发行人名下，系在发行人存在实际经营需要的前提下，为了减少关联交易、进一步完善发行人规范运作而进行的经营决策。

睿远投资、崇远投资、华睿财智设立的目的是将来作为发行人及关联方部分核心员工、外部人员的持股平台，其时相关人员的名单暂未确定，该三个持股平台的合伙人暂由发行人实际控制人朱崇辉、姚建华担任。

本次增资发生时，深圳恩情、睿远投资、崇远投资、华睿财智及发行人均为实际控制人持股 100%的企业，因此增资价格为 1 元/出资额，该价格具有合理性。

#### 5. 第三次增资

VVL 基于对公司未来发展前景和公司管理层的认可，决定投资公司；而公司为进一步优化公司股权结构，亦决定以发行股票的方式引入有实力的机构投资者。

睿远投资、崇远投资、华睿财智系由发行人及关联方的部分核心员工、外部人士设立的合伙企业，符合资格的人员已完成对合伙企业的出资并成为相关合伙企业的合伙人，决定以认购公司新发行股票的方式间接成为发行人股东。

本次增资价格为 66.24 元/股，对应发行人 2011 年归属于母公司股东的净利润的市盈率为 10.5 倍。该价格系根据公司当时经营状况和未来发展前景并参考当时同行业的市盈率水平而确定，该价格具有公允性。

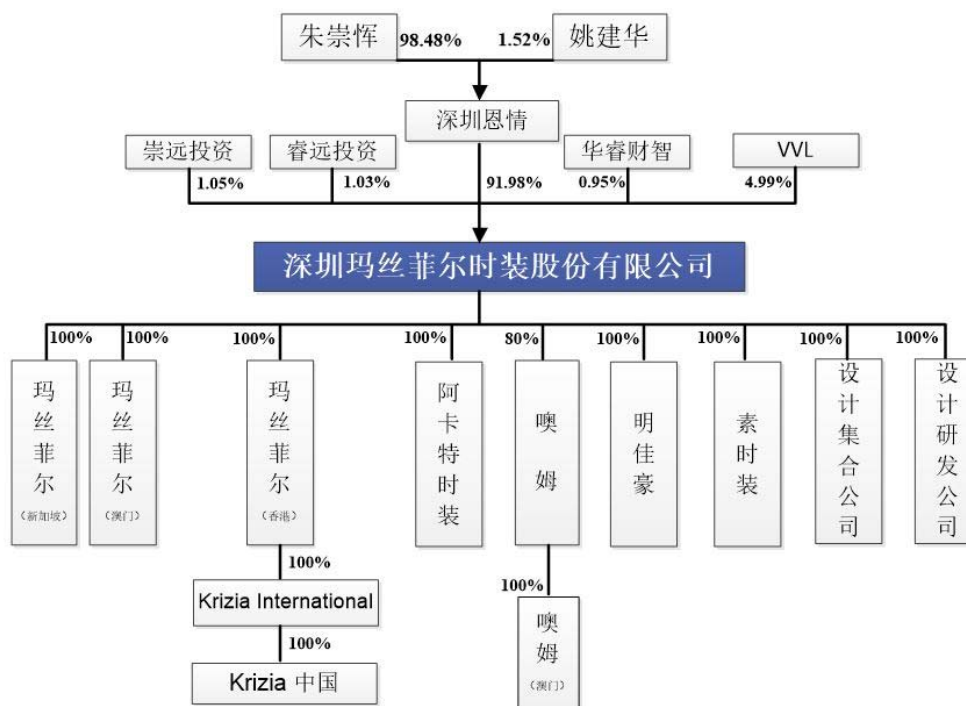
#### 6. 第四次增资

本次增资系公司原股东根据公司当时公司经营规模及上市需要而一致决

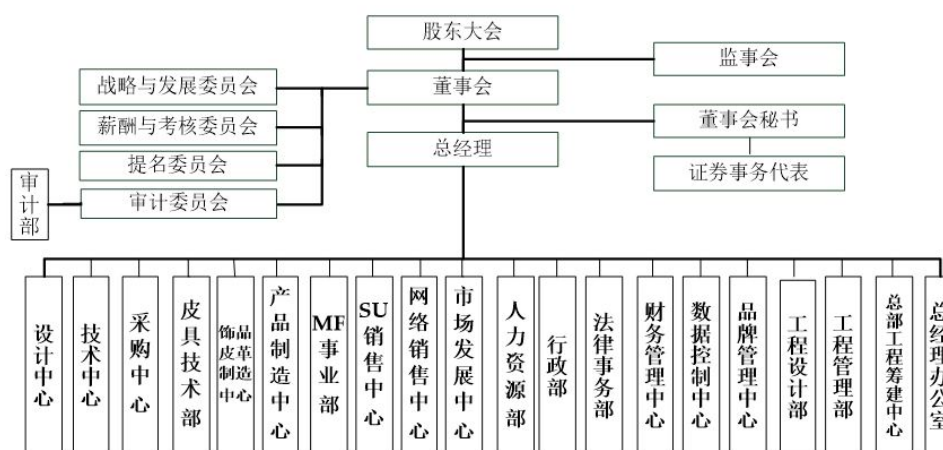
策、行使股东决策权的合法行为，本次增资的价格为 1 元/股，均为公司老股东以公司资本公积方式转增股东，未新增外部股东，各股东增资前后持股比例不变，增资价格具有合理性。

#### 四、发行人的组织结构

##### （一）本次发行前发行人股权结构



##### （二）本次发行前发行人组织结构



##### （三）发行人主要职能部门介绍

1. **设计中心：**按季度完成企划工作，配合核定样布及大货面料品质，协助

解决面料相关问题；按季度完成梭织品设计开发工作；配合技术部核定版样，选定辅料；协同各相关部门，按季度完成针织品版样开发工作；配合形象策划工作，按季度跟进包括大图拍摄准备工作、选片、后期制作等；配合服装走秀的打样开发工作与其他相关工作；定期参加展会，及时更新流行与专业资讯。

**2. 技术中心：**紧密配合设计中心，理解设计意图，结合立体与平面制版，体现结构设计；以优良的工艺完成样衣制作；配合设计需要，寻求新线条、新工艺的开发、应用；把握时间节点，配合服装发布会召开；协助培训生产部门，优化生产质量。

**3. 采购中心：**负责原材料及其他物资的采购工作，在订货会的下单需求以及其他物资需求的调查、统计的基础上，编制采购计划和采购预算；根据年度（或季度）采购计划进行市场调研，选择、评审、考核供应商，建立并完善供应商档案；组织采购合同评审，签订并审核采购合同，建立采购合同的统一管理，监督合同的执行；对原材料成本进行核算；建立采购面辅料及相关物资的质量控制体系，对供应商及采购面辅料及相关物资的质量进行检验把关，确保采购面辅料及相关物资符合企业生产经营之需求；配合完成委托加工业务面辅料部分的采购，同时负责羽绒、裘皮、皮草类的成品采购工作。

**4. 产品制造中心：**根据货品品类负责建立外协厂商的管理及评估，制定年度委托加工厂商优化与开发规划；配合设计中心做好设计前期及订货会样板的开发与管理；对产品生产成本进行全面核算，签定大货的生产合同，为大货产品定价提供准确的成本依据；根据合同及有效入库数，对外协厂商委托加工费进行核算，确保应付加工费数额的准确。

**5. 饰品皮革制造中心：**组织、计划、实施、拓展货品生产加工资源，开发适合公司发展需求的加工厂商，优化维护现有合作厂商；统筹货品情况，制定生产计划，对产品生产成本进行核算，合理控制成本；签定大货生产采购合同；跟踪货品按期进仓，保障店柜销售需求，根据进仓入库数量对账结算。

**6. 皮具技术部：**根据饰品设计师要求开发各种材料，按设计图稿要求完成作品。准确计算出每个产品的用料，生产工时，唛架，准确预估各种物料的生产损耗率，完成 BOM 表和成本表。订货会后完成所有物料的大货前开发和确认工作，移交开发档案给饰品皮革制造中心采购，完成所有产品的产前工艺改良，完成确认样和纸样移交工厂，负责跟综包类，皮带类生产进度和品质，负责所有物

料入仓检验，负责计算出有问题物料的赔偿比例。

**7. MF 事业部：**确保“Marisfrolg”品牌商品满足市场上柜及销售的需求，确保商品营运效益及美誉度；根据公司每年制定的发展规划，结合实际销售状况，预测年度货品总量，在达成销售的同时，保证供需平衡和门店库存的合理性；跟进产品从开发、订货、下单、生产、配送、销售、培训的各个环节，确保产销比高水平运行；确保商品销售数据的准确性及真实性；做好市场信息反馈及总结工作，为公司下年度商品规划提供方向；负责“Marisfrolg”品牌加盟市场的拓展、维护、管理、培训及督导、销售数据分析工作。包括客户及市场信息的收集，加盟商及店址的选择，新店设计、装修跟进以及新店信息资料的建立，市场考察和巡店工作；品牌形象及加盟商的权益维护；销售计划的制定，开店计划的制定及其跟进、落实工作，销售数据的汇总、整理与分析，合同的签订与终止，订货会的筹办工作；VIP 客户营销等工作。

**8. SU 销售中心<sup>5</sup>：**确保公司“MASFER.SU”品牌商品满足市场上柜及销售的需求，确保商品营运效益及美誉度；负责该品牌商品从研发-采购-生产-货品营运等有关商品的整体营运管理；跟进产品从开发、订货、下单、生产、配送、销售、培训的各环节，进行货品调配，确保产品的销售，保持产销比高水平运作，负责“MASFER.SU”品牌商品的单品和配搭培训。负责“MASFER.SU”品牌商品加盟市场的拓展、维护、管理、培训及督导、销售数据分析工作。包括客户及市场信息的收集，加盟商及店址的选择，新店设计、装修跟进以及新店信息资料的建立，市场考察和巡店工作；品牌形象及加盟商的权益维护；销售计划的制定，开店计划的制定及其跟进、落实工作，销售数据的汇总、整理与分析，合同的签订与终止，订货会的筹办工作；VIP 客户营销等工作。

**9. 网络销售中心：**全面负责网络销售业务，负责提出规划建议、沟通网站建设需求、网络销售产品范围建议，落实具体网络销售产品，管理货品的网上展示、客服、发出销售指令、回款等业务；涉及外包网络销售业务，负责与承接方洽谈、监督承接方业务符合公司销售政策；跟踪网络销售产品库存情况，完善网络销售规程及操作指引文件。

**10. 市场发展中心：**负责新店开发，已有店铺管理及商场关系维护；各片区人员招聘、考核、销售会议、培训；负责业务规则及流程制定与执行；店铺、

---

<sup>5</sup> 目前公司已成立子公司素时装，SU 销售中心的职能未来将转移至该公司。

店员形象管理。

**11. 人力资源部：**负责人力资源战略规划，制定公司人力资源规划和部门阶段性工作计划；负责公司人才招聘与引进、薪酬福利制定及核算，以及制定各项人事管理制度；组织实施公司企业文化的推进计划；员工入职、离职，岗位调动，签订劳动合同，缴纳社保及公积金，员工考勤、档案管理，员工户口招调等基础人事管理工作。

**12. 行政部：**组织制定、完善并监督执行公司的各项行政管理制度；负责行政部总体各项费用支出的控制；负责公司重要会议和重大活动的组织筹备工作；定期组织办公职能检查，发现问题及时解决，同时督促采取纠正和预防措施；负责统筹、协调行政部门与公司其他部门的工作，确保部门之间的良好协作；负责公司与外部的公共关系管理；管理公司的后勤服务工作，创造和保持良好的工作环境；负责公司固定资产及低值易耗品的采购及统筹管理工作；负责宣传企业文化，提升公司内部及外部企业形象。

**13. 法律事务部：**起草、修改、审核公司日常合同、函件、申请报告等，建立公司合同及法律文件的审核机制；起草、审核、修订公司规章制度，制定标准合同范本；负责与公司经营、管理相关的法律咨询工作，接受公司各部门的口头、电话、书面咨询，视情形形成口头或书面法律意见；参与处理公司各类纠纷，积极发挥法律补救功能；代表公司参加各类诉讼、仲裁等法务工作；协助公司有关管理部门及业务部门对公司债权进行清理和催收；负责商标、商业秘密等知识产权的管理及维护工作；根据工作需要，对员工进行相关的法律培训和宣传；负责处理公司上市过程中的相关事务。

**14. 财务管理中心：**负责公司财务收支、账务核算；满足国家税务、股东、经营管理等各方对会计信息的需求；负责处理税务事项、银行事项、外汇事项，配合完成工商登记手续；维护公司资产安全、资金安全，确保账实一致；配合公司内外部审计；编制公司年度预决算，检查分析预算执行，防范财务风险。

**15. 数据控制中心：**根据各部门管理需求设计各种应用程序，并实施和维护；负责公司计算机、服务器、设备、网络的日常维护；协助各部门开发数据需求，整理相关统计报表，负责销售分析报告，对运营存在问题给予分析及相关可行性建议；年度销售计划数据整理，及店柜季度销售计划调整事项；核查片区上报销售真实性、准确性、完整性，并稽核奖励情况；稽核片区的货品库存状态，

保证库存数据的准确性。

**16. 品牌管理中心：**根据公司整体经营目标，进行公司品牌战略规划，制定公司在中国及海外市场的推广策略与执行计划，提出市场推广、品牌公关活动等方面的具体方向和实施方案；建立并维护与公司发展相关的媒体、政府机构等社会组织的关系，为公司发展聚集更多有效资源；制定公司整体公关策略及危机公关的应对处理制度；新闻宣传、活动策划执行、广告投放。

**17. 工程设计部：**负责公司各品牌店柜装修设计工作，制定相关设计推广准则，持续提升各品牌店面形象，完成公司交付的其他设计任务。

**18. 工程管理部：**负责组织并实施公司门店装修相关的各项工作，包括根据公司的装修规范，结合现场情况，确定设计方案，装修物料的选定，并与负责装修的施工单位、施工所在场所的协调沟通；负责装修的验收工作。

**19. 总部工程筹建中心：**根据公司总体发展规划，全面负责在建项目的报批、设计管理、招投标管理工作，施工管理、预算管理、竣工验收等；按照程序审核各项财务支出，全面统筹管理在建项目财务状况、资金计划。

**20. 总经理办公室：**执行综合监管职能，监督和推进内部各项具体事务的进展，并实时向总经理反馈；协调与外界各权限部门、管理机构的关系，建立良好的对外联络渠道；依照财务制度严格审批各项费用，跟进年度费用预算，控制各项费用支出；负责审核各部门的合同及供应商报价，参与核价、谈价并确定最终价格；用印及文档管理；样衣外借、整理及归还工作；礼品的接收、归纳及整理工作。

**21. 证券事务部：**协助各中介机构与公司各部门的沟通，配合完成公司首次公开发行并上市相关事宜；组织召开公司董事会、监事会和股东大会，准备并保管会议文件；负责公司股东的登记和管理；负责外部监管机构的沟通与协调；负责公司信息披露，维护投资者关系；收集国家宏观经济政策及证券市场信息；协助董事会秘书处理日常事务。

**22. 审计部：**检查公司、分公司及子公司企业内部控制制度的执行情况，并对其有效性、合理性、经济性进行评价；对公司、分公司及子公司的经济活动及相关财务收支的真实性、合法性、效益情况进行审计监督，查错防弊，为公司、分公司及子公司企业优化管理提出意见和建议；对公司年度经营指标的完成情况进行确认；拟定内部审计制度，报审计委员会审核，经董事会审批后执行；向审

计委员会提交审计工作计划和审计报告，按时完成审计工作任务。

## 五、发行人控股及参股公司情况

### （一）发行人全资及控股子公司

截至本招股书签署日，发行人共有 9 家全资一级子公司、1 家全资二级子公司、1 家全资三级子公司、1 家控股一级子公司及 1 家控股二级子公司，如下表所示：

序号	名称	类型	法定代表人	注册资本	成立时间
1	深圳阿卡特时装有限公司	境内全资一级子公司	李令云	人民币 100 万元	2006.3
2	惠州市明佳豪实业有限公司	境内全资一级子公司	李令云	人民币 2.024 亿元	2007.8
3	玛丝菲尔（韩国）时装有限公司	境外全资一级子公司	不适用	韩元 9.7 亿元	2011.9
4	玛丝菲尔（新加坡）时装有限公司	境外全资一级子公司	不适用	新加坡元 51.49 万元	2010.6
5	玛丝菲尔（澳门）时装一人有限公司	境外全资一级子公司	不适用	澳门币 80 万元	2009.3
6	深圳玛丝菲尔噢姆服饰有限公司	境内控股一级子公司	张芳	人民币 100 万元	2013.5
7	玛丝菲尔时装（香港）有限公司	境外全资一级子公司	不适用	12.9 万美元	2014.1
8	Krizia International	境外全资二级子公司	不适用	100 万欧元	2013.10
9	噢姆（澳门）服饰一人有限公司	境外控股二级子公司	不适用	澳门币 320 万元	2015.9
10	深圳玛丝菲尔设计集合有限公司	境内全资一级子公司	姚建华	人民币 1,000 万元	2016.3
11	深圳玛丝菲尔设计研发中心有限公司	境内全资一级子公司	姚建华	人民币 500 万元	2016.4
12	克芮绮亚时装（中国）有限公司	境内全资三级子公司	姚建华	人民币 5,000 万元	2016.6
13	深圳玛丝菲尔素时装有限公司	境内全资一级子公司	王立军	人民币 1,000 万元	2016.8

上述公司的具体情况如下：

#### 1. 阿卡特时装

##### （1）基本信息

名称	深圳阿卡特时装有限公司
成立时间	2006 年 3 月 9 日
工商注册号码	440301501121986



注册资本	100 万元
实收资本	100 万元
注册地址	深圳市南山区松白路西丽镇南岗第二工业园 9 栋 5 楼
经营范围	服装、服装面料、辅料的批发、零售，经营进出口业务。（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营），服装、皮革制品、皮革周边产品的生产
法定代表人	李令云

## （2）历史沿革

阿卡特时装是经深圳市南山区经济贸易局《关于设立合资企业“深圳阿卡特时装有限公司”的批复》（深外资南复[2006]0041 号），及深圳市人民政府商外资粤深南合资证字[2006]0003 号外商投资企业批准证书核准，由深圳恩情及真彩投资分别出资人民币 10 万元及港币 87.2 万元（按 2006 年 3 月 4 日汇率折合人民币 90 万元，剩余 0.66 万港元作其他应付款处理）设立，分别占注册资本的 10%及 90%。深圳德源会计师事务所于 2006 年 4 月 3 日出具深德源验字（2006）第 A015 号《验资报告》验证其出资足额到位。2006 年 3 月 9 日，阿卡特时装取得深圳市工商行政管理局颁发的《企业法人营业执照》（企合粤深总字第 111357 号），成立时经营范围为生产经营各类服装，法定代表人及董事长为朱崇恽，注册地址深圳市南山区桃源办事处大园工业区 14 栋三楼。

2011 年初，公司计划上市并聘请了相关中介机构，确定以玛丝菲尔作为上市主体。当时实际控制人控制的服装生产企业主要为阿卡特时装、深圳慧维时装有限公司（以下简称“慧维时装”）和美利景制衣（深圳）有限公司（以下简称“美利景制衣”），其中以阿卡特时装为主要生产企业，慧维时装及美利景制衣生产规模相对较小。为解决阿卡特时装及美利景制衣不在玛丝菲尔旗下，以及实际控制人控制的其他企业与玛丝菲尔共同持有慧维时装股权的问题，发行人需对生产相关的三家公司进行整合。经综合论证，确定将阿卡特纳为发行人子公司，并由其整合慧维时装及美利景制衣的相关业务，这样整合的影响相对较小、整合成本较低。

2011 年 12 月 31 日，阿卡特时装及慧维时装董事会分别作出决议，同意阿卡特时装自 2012 年 1 月 1 日起承接慧维时装所有生产相关业务及员工，并于慧维时装经营期满后（2012 年 5 月 29 日），购买其全部机器设备。经双方协商，以慧维时装截至 2012 年 5 月 29 日固定资产账面净值为定价基础，转让价格共计人民币 7.42 万元。双方于 2012 年 5 月 29 日签订了《机器设备转让协议》，

并已执行完毕。

2011年12月31日，阿卡特时装及美利景制衣董事会分别作出决议，同意自2012年1月1日起承接美利景制衣所有生产相关业务，并按评估价值购买其部分机器设备。2011年12月30日，阿卡特时装与美利景制衣签订《机器设备转让协议》，美利景制衣将其机器设备转让给阿卡特时装，转让价格以资产评估机构的评估结果为准。2011年12月29日，北京中企华资产评估有限责任公司出具《深圳阿卡特时装有限公司拟收购美利景制衣(深圳)有限公司部分机器设备项目评估报告》（中企华评报字（2011）第3580号），确定标的资产的评估值为15.76万元。上述转让事宜已执行完毕。

2012年9月20日，阿卡特时装召开董事会，同意股东深圳恩情及真彩投资将持有的股份转让给玛丝菲尔。同时，玛丝菲尔召开第一届董事会第六次会议，决议受让深圳恩情及真彩投资持有的阿卡特时装100%股权。2012年9月21日，真彩投资作出董事决议，同意将持有阿卡特时装90%的股权转让给玛丝菲尔；2012年9月20日，深圳恩情召开股东会议，同意将持有阿卡特时装10%的股权转让给玛丝菲尔。根据2012年9月10日北京中企华评估有限责任公司出具的《深圳玛丝菲尔时装股份有限公司拟收购深圳阿卡特时装有限公司股权项目评估报告》（中企华评报字（2012）第3455号），阿卡特时装净资产评估值为166.55万元（净资产账面值为154.06万），经协商，上述股份转让价格分别为人民币149.895万元及16.655万元。

交易双方于2012年10月19日签订了《股权转让合同》。2012年10月23日，深圳市南山区经济促进局以《关于中外合资企业“深圳阿卡特时装有限公司”投资者股权变更和公司性质变更的批复》（深外资南复[2012]0625号）核准了上述股权变更。本次转让完成后，阿卡特时装由外商投资企业变更为法人独资的有限责任公司，法定代表人变更为朱兴华，注册地址变更为深圳市南山区松白路西丽南岗第二工业园6栋4楼。2014年4月23日，阿卡特时装法定代表人变更为李令云。2014年12月，阿卡特时装的注册地址变更为深圳市南山区松白路西丽镇南岗第二工业园9栋5楼。2015年8月，阿卡特时装的经营范围变更为服装、服装面料、辅料的批发、零售，经营进出口业务。（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营），服装、皮革制品、皮革周边产品的生产。

阿卡特时装最近一年及一期经审计的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2016.6.30/ 2016 年 1-6 月	2015.12.31/ 2015 年
总资产	1,656.48	1,628.35
净资产	-443.71	-497.90
净利润	54.18	58.58

## 2. 惠州明佳豪实业

### （1） 基本信息

名称	惠州市明佳豪实业有限公司
成立时间	2007 年 8 月 17 日
社会信用代码	9144130366504477XA
注册资本	2.024 亿元
注册地址	广东省惠州市惠阳区镇隆镇井龙村
经营范围	生产、销售：各类服装、饰品、手提包及鞋、帽；仓储管理服务
法定代表人	李令云

### （2） 历史沿革

惠州明佳豪由自然人王侠、王珊珊分别出资人民币 75 万元和 25 万元设立。双方于 2007 年 7 月 16 日签订出资协议。2007 年 8 月 15 日，惠州宏帮会计师事务所出具《验资报告》（宏帮验字[2007]第 207 号）验证其出资足额到位。2007 年 8 月 17 日，惠州明佳豪实业取得惠州市惠阳区工商行政管理局颁发的 441381000004060 号营业执照，注册资本为人民币 100 万元，注册地址为广东省惠州市惠阳区镇隆镇井龙村，经营范围为国内贸易，法定代表人为王侠。

2010 年 3 月 11 日，惠州明佳豪实业召开股东会，同意股东王侠、王珊珊将持有的股份以 100 万元转让给朱崇恂、姚建华。交易各方于 2010 年 3 月 11 日签订股权转让协议书，转让完成后，朱崇恂、姚建华分别持有惠州明佳豪实业 75%及 25%股份。2010 年 3 月 19 日，惠州明佳豪实业取得惠州市惠阳区工商行政管理局颁发的 441381000004060 号营业执照，法定代表人变更为姚建华。股权转让当时，惠州明佳豪实业的主要资产为位于镇隆镇井龙青沥公路旁的工业用地，土地证号惠阳国用（2008）0700567 号，面积 25,362.80 平方米，无营业收入。

2011 年下半年，惠州明佳豪实业开始就建设工程向有关部门履行报批手续，由于报批手续较为繁多，经常需要股东亲自完成相关手续，为了提高效率，朱崇恂、姚建华决定将明佳豪的股权转由博睿财智员工姚仁江、李鑫代持。2011 年

7月11日，朱崇恽和姚仁江、姚建华和李鑫分别签订了《股权代持协议》。

2011年8月30日，惠州明佳豪实业召开股东会，同意股东朱崇恽、姚建华将持有的股份以出资额转让给姚仁江、李鑫，转让各方于同日签订股权转让协议书，深圳市公证处于2011年9月1日出具了（2011）深证字第120046号《公证书》，对上述股权转让协议书予以公证。转让完成后，姚仁江、李鑫分别代朱崇恽和姚建华持有惠州明佳豪实业75%及25%股份。2011年9月9日，惠州明佳豪实业取得惠州市惠阳区工商行政管理局颁发的变更后营业执照，法定代表人变更为姚仁江。

2012年7月4日，为解决代持问题，惠州明佳豪实业召开股东会，同意姚仁江、李鑫将持有股份全部转让予玛丝菲尔。同日，玛丝菲尔召开第一届董事会第二次会议，同意受让上述股权。朱崇恽、姚建华与姚仁江、李鑫于2012年10月8日共同签署《授权委托协议》，约定朱崇恽、姚建华分别授权姚仁江、李鑫将其代为持有的明佳豪75%和25%的股权全部转让给玛丝菲尔，并确认相应的代持关系自工商变更登记之日自动解除。

依据北京中企华资产评估有限责任公司出具的《深圳玛丝菲尔时装股份有限公司拟收购惠州市明佳豪实业有限公司股权项目评估报告》（中企华评报字（2012）3306号），评估基准日2012年4月30日惠州明佳豪实业净资产评估值为75.66万元，其中总资产2,803.67万元，负债2,728.01万元。姚仁江和李鑫所持75%和25%股份的转让价格分别为56.745万元及18.915万元。2012年7月12日，交易各方签订了《股权转让协议》。同时，姚仁江、李鑫作为上述股份代持协议的受托方，与委托方朱崇恽、姚建华，就本次向玛丝菲尔转让全部出资额的事宜，履行了律师见证程序。广东远明律师事务所于2012年10月8日出具了（2012）粤远明见字第1-2号《律师见证书》对上述代持关系及其解除进行了律师见证。本次转让完成后，玛丝菲尔持有惠州明佳豪实业100%注册资本，法定代表人变更为刘礼希。

2013年11月15日，惠州明佳豪实业的经营范围变更为生产、销售：各类服装、饰品、手提包及鞋、帽，法定代表人变更为洪频。

惠州明佳豪实业的服装生产主要由惠州艺都实业提供仓储服务，二者同属于发行人自制生产环节。为进一步整合资源，便于管理，2014年8月15日，发行人作为惠州明佳豪实业与惠州艺都实业的唯一股东做出股东决定并由双方

签署《吸收合并协议》，同意惠州明佳豪吸收合并惠州艺都，并将惠州艺都实业注销，惠州明佳豪实业承接惠州艺都实业所有的财产及权利义务，承担其所有债务并享有其债权。2014年11月7日，惠州市惠阳区工商行政管理局出具核准注销登记通知书（惠核注通内字[2014]第1400302073号），核准注销惠州艺都实业。2014年11月25日，惠州市惠阳区工商行政管理局向惠州明佳豪实业核发了合并后的营业执照，经营范围变更为生产、销售：各类服装、饰品、手提包及鞋、帽；仓储管理服务，注册资本增至200万元。2015年2月12日，发行人作为惠州明佳豪实业的唯一股东作出股东决定，同意将注册资本由200万元增加至20,200万元，新增注册资本2亿元由其股东玛丝菲尔以货币方式认缴，并于2015年2月13日办理完毕工商变更登记手续。2015年12月11日，惠州明佳豪实业的法定代表人变更为李令云。

惠州恒龙商贸及惠州龙益商贸为发行人用于生产及物流基地扩建。为进一步整合资源，便于管理，2016年6月14日及16日，惠州明佳豪实业作为惠州恒龙及惠州龙益的唯一股东，发行人作为惠州明佳豪实业的唯一股东，分别做出股东决定，同意惠州明佳豪吸收合并惠州恒龙商贸及惠州龙益商贸，并同意惠州明佳豪实业注册资本增加至20,240万元。惠州明佳豪实业、惠州恒龙商贸及惠州龙益商贸签署了《吸收合并协议》，并将惠州恒龙商贸及惠州龙益商贸注销，惠州明佳豪实业承接惠州恒龙商贸及惠州龙益商贸所有的财产及权利义务，承担其所有债务并享有其债权。2016年7月4日，惠州市惠阳区工商行政管理局出具核准注销登记通知书（惠核注通内字[2016]第1600213885号、1600208385号），核准注销惠州恒龙商贸及惠州龙益商贸。2016年7月11日，惠州市惠阳区工商行政管理局向惠州明佳豪实业核发了变更后的营业执照，注册资本增至20,240万元。惠州恒龙商贸及惠州龙益商贸注销后，其原持有的惠阳国用(2012)第0700011号、第0700012号土地使用权变更至惠州明佳豪实业，截至本招股书签署之日，相关权属变更手续正在办理中。

惠州明佳豪实业最近一年及一期经审计的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2016.6.30 / 2016年1-6月	2015.12.31 / 2015年
总资产	29,129.89	29,737.35
净资产	18,832.60	19,392.88
净利润	-560.28	939.22

### 3. 玛丝菲尔（韩国）

玛丝菲尔（韩国）是发行人在韩国首尔设立的全资子公司，运营一家从事服装销售的门店，该门店已于 2016 年 6 月关闭。

#### （1）基本信息

名称	MARISFROLG FASHION KOREA CO.,LTD
成立时间	2011 年 9 月 7 日
注册编号	110111-4684373
资本	970,000,000 韩元
注册地址	首尔特别市麻浦区楊花路 183, 1101 号
经营范围	时装、饰品、鞋帽、手袋、鞋和服装面料辅料的购销及进出口贸易业务
代表董事	朱崇辉

#### （2）历史沿革

2011 年 8 月 18 日，玛丝菲尔有限召开董事会，决议以全资子公司的形式在韩国开设专卖店。2011 年 9 月 2 日，商务部核发《企业境外投资证书》（商境外投资证第 4403201100290 号），核准设立玛丝菲尔（韩国），投资总额 51 万美元，经营范围包括时装、饰品、鞋帽、手袋、鞋和服装面料辅料的购销及进出口贸易业务。2011 年 9 月 7 日，韩国首尔中央注册局颁发编号为 110111-4684373 的《登记事项证明书》核准玛丝菲尔注册成立玛丝菲尔（韩国），韩国南大门税务所核发编号为 104-86-37007 的营业执照，注册地址为首尔特别市中区万里洞 1 街 62-7 首尔站 DOVILLE 803 号，代表董事为朱崇辉。2012 年 9 月 6 日，商务部核发《企业境外投资证书》（商境外投资证第 4403201200461 号），核准其投资总额增至 68 万美元。2013 年 9 月 12 日，商务部核发《企业境外投资证书》（商境外投资证第 4403201300599 号），核准其投资总额增至 96 万美元。截至招股书签署日，玛丝菲尔（韩国）的注册地址已变更为首尔特别市麻浦区楊花路 183, 1101 号。

根据韩国 DAWOO 律师事务所律师朴起范于 2016 年 1 月 1 日对玛丝菲尔（韩国）出具的《法律意见书》，主要结论如下：“该公司作为外商投资股份有限公司，根据韩国商法第二百八十八条等规定及外商投资促进法第五条等规定，合法、有效地成立，成立日期为 2011 年 9 月 7 日，目前的存在不受任何限制”，“公司股份数 194,000 股已全部发行并已全数足额缴付，通过查看公司股东名单，确认无存在有关股份的担保”，“公司设立当时股份数为 100,000 股，可于 2012 年 12 月 1 日增加 36,000 股，2013 年 10 月 24 日增加 58,000 股，因

此，目前股份数为 194,000 股，并其资本为 970,000,000 韩元。通过查看公司股东名单，确认所有股份由 SHENZHEN MARISFROLG FASHION CO.,LTD 占有”，“该公司根据大韩民国商法、地方税法以及商标法，法人设立许可、工商行政许可及商标注册许可依然有效地存在，同时该公司已根据韩国法律取得在当地开展上述业务所需的批准、同意及许可”，“.....在劳动者权益保护及社会保障方面符合韩国法令，其经营合法、有效”，“房屋租赁合同的签署合法有效，自合同生效以来履行情况正常，未发生法律纠纷”，“按照大韩民国商标法，适法取得其商标。并通过查看商标登录证，确认无设置质押或其他权利限制”，“重要合同.....根据大韩国民民法及商法，其合同合法”，“目前，该公司未进行任何重要的诉讼、仲裁活动，未来也不存在发生诉讼、仲裁活动的可能”，“该公司不存在因违反韩国相关法律法规而遭受行政处罚的情形，也不存在其他重大违法行为”。

玛丝菲尔（韩国）最近一年及一期经审阅的主要财务数据如下：

单位：人民币万元

项目	2016.6.30 / 2016 年 1-6 月	2015.12.31 / 2015 年
总资产	513.95	492.90
净资产	298.12	247.46
净利润	39.33	63.77

#### 4. 玛丝菲尔（新加坡）

玛丝菲尔（新加坡）是发行人在新加坡设立的全资子公司，运营两家从事服装销售的门店。

##### （1）基本信息

名称	MARISFROLG FASHION(SINGAPORE)PTE.LTD.
成立时间	2009 年 11 月 26 日
注册编号	200922203C
注册地址	新加坡贝弗兰道滨海湾金沙购物中心#01-27/28
经营范围	高档服装、饰品、鞋及帽的销售
董事	朱崇辉、刘晓峰

##### （2）历史沿革

2009 年 10 月 18 日，玛丝菲尔有限召开董事会议，决议以全资子公司的形式在新加坡开设专卖店。2009 年 12 月 30 日，商务部核发《企业境外投资证书》（商境外投资证第 4403200900164 号），核准设立玛丝菲尔（新加坡），投资总额 36.45 万美元，经营范围为高档服装、饰品、鞋及帽的销售。2009 年 11

月 26 日，新加坡会计与企业管理局核准玛丝菲尔注册成立玛丝菲尔（新加坡），注册号为 200922203C，注册地址为新加坡贝弗兰道滨海湾金沙购物中心 #01-27/28，注册资本为新加坡元 51.49 万元，董事为朱崇恽、Philip Tan Whatt Chye。2012 年 5 月，董事 Philip Tan Whatt Chye 变更为刘晓峰。

根据新加坡张与何律师事务所于 2016 年 2 月 5 日对玛丝菲尔（新加坡）出具的《法律意见书》，主要结论如下：“公司为股份有限公司，根据新加坡公司法（新加坡法律第 50 章）于 2009 年 11 月 26 日成立，为独立法人实体，具有诉讼与被起诉的能力，且依据公司概况公司有效存续”，“在本法律意见书出具之日，公司股本为 S\$514,962.00，其中普通股为 514,962.....普通股已全部发行及足额缴付”，“公司从事纺织、服装、鞋类及手袋等零售业务，且具有完全权力、权利及合法权利开展其正在从事的业务。公司在新加坡开展的业务无需从新加坡政府机构获取包括环境方面的许可或执照等其他执照或许可”，“公司在新加坡没有正在进行的或待决的诉讼、法律诉讼或程序、仲裁或清算申请.....公司自成立日至本法律意见出具之日没有针对公司的、或影响其在新加坡的权利或资产的判决、宣判或法院命令”，“公司已依照相关法律法规向新加坡公积金局每月足额、按时缴付雇员公积金”，“.....公司拥有完全的权力、授权及合法权利订立租赁协议，并履行其在租赁协议下的义务，并已采取一切必要的企业及其他行为且已获取所有必要同意以授权签署及/或交付租赁协议，并履行其在租赁协议下的义务”，“.....没有发现任何政府机构或者监管部门（包括税务局）对公司处以罚款或施加惩罚。”。

玛丝菲尔（新加坡）最近一年及一期经审阅的主要财务数据如下：

单位：人民币万元

项目	2016.6.30 / 2016 年 1-6 月	2015.12.31 / 2015 年
总资产	530.88	509.58
净资产	-267.79	-159.28
净利润	-93.53	-251.43

## 5. 玛丝菲尔（澳门）

玛丝菲尔（澳门）是发行人在澳门特别行政区设立的全资子公司，运营两家从事服装销售的门店。

### （1）基本信息

名称	MARISFROLG FASHION COMPANY (MACAU) LIMITED
----	--



成立时间	2009年2月4日
注册编号	32869(SO)
注册地址	澳门氹仔路氹金光大道望德圣母湾大马路威尼斯人度假村酒店大运河购物中心 2619 号铺
经营范围	高档服装、饰品、鞋及帽的销售
董事	朱崇辉、马晓东、赵金龙

## （2）历史沿革

2008年12月1日，玛丝菲尔有限召开股东会，决议与张雷明先生（中国香港居民）出资10万美元，在澳门设立子公司。2008年12月1日，玛丝菲尔有限与张雷明签署了《玛丝菲尔（澳门）时装有限公司合同》，决定出资设立玛丝菲尔（澳门），合资公司的注册资本为澳门币800,000元，其中玛丝菲尔有限以等值于澳门币792,000元的美元出资，出资比例为99%，张雷明出资8,000澳门币，出资比例为1%。张雷明持有的出资份额，系因澳门门店的日常经营管理需要，而代朱崇辉持有。张雷明承诺：本人系发行人实际控制人朱崇辉及姚建华多年的业务合作伙伴，在玛丝菲尔（澳门）时装有限公司的设立及经营过程中，本人出资比例为1%，系出于澳门门店的日常经营及管理需要，而代朱崇辉持有，本人转让玛丝菲尔（澳门）时装有限公司1%股份后收到的股权转让款已全额支付给朱崇辉女士。本人对上述事宜确认无异议，不会在中国境内或境外向朱崇辉、深圳玛丝菲尔时装股份有限公司及其子公司提起任何法律诉讼或经济诉求。

2009年2月4日，澳门特别行政区政府商业及动产登记局核准玛丝菲尔成立 MARISFROLG FASHION COMPANY (MACAU) LIMITED，商业登记证明编号为 32869(SO)，董事为朱崇辉及张雷明，注册住所为澳门氹仔路氹金光大道望德圣母湾大马路威尼斯人度假村酒店大运河购物中心 2619 号铺，注册资本澳门币80万元。2014年6月25日，董事变更为朱崇辉及马晓东。2015年8月12日，董事变更为朱崇辉、马晓东、赵金龙。

2009年5月26日，商务部核发《企业境外投资证书》（商境外投资证第4403200900012号），核准设立玛丝菲尔（澳门）时装有限公司，投资总额10万美元，经营范围为高档服装、饰品、鞋及帽的销售。

2010年11月30日，玛丝菲尔（澳门）与统生投资（澳门）有限公司签订商业企业转让合同，双方约定以无偿方式将统生投资（澳门）有限公司全部的资产转让给玛丝菲尔（澳门），转让完成后，统生投资（澳门）有限公司注销。统生投资（澳门）有限公司是发行人实际控制人曾经控制的企业，已注销，具体情

况请参见本招股书本节“六、实际控制人、发起人和主要股东情况（五）报告期内注销的实际控制人控制的企业 11. 澳门统生”相关内容。

2011年5月11日，玛丝菲尔有限召开董事会，同意以澳门币8,000元向张雷明收购其持有的玛丝菲尔（澳门）1%股权，双方于2011年5月18日签订了《股之让与及合并合同》。转让完成后，玛丝菲尔（澳门）时装有限公司更名为玛丝菲尔（澳门）时装一人有限公司，成为玛丝菲尔有限的全资子公司。

根据华年达律师事务所（澳门）于2016年2月4日对玛丝菲尔（澳门）出具的《法律意见书》，主要结论如下：“根据商业登记证明，该公司作为一间根据澳门特别行政区法律设立的有限公司，其设立及组成符合法律规定，有效地存续”，“根据登记证明，该公司唯一股东深圳玛丝菲尔时装股份有限公司（SHENGZHEN MARISFROLG FASHION CO.LTD）持有的出资（“股”）目前处于自由状态，没有用于任何担保物权，没有索赔、留置或债务负担。该公司全部股本的所有权是合法的，并符合澳门的法律”，“没有针对该公司或该公司为当事人的诉讼或行政程序的存在，并且目前在澳门法院中没有针对该公司的尚未结案的追收欠款或公司清盘或解散的未决程序的存在”，“根据税务证明、税务执行证明和法院检索，该公司在澳门财政局没有欠款”，“该公司除了正式在澳门注册成立及有效存续之外，该公司、“Marisfrolg”及“玛丝菲尔.素”亦为税务效力并于财政局正式登记了，故不需要任何其他性质的行政许可以便经营其商业业务”，“根据社会保障基金证明，该公司已登记并支付了澳门政府实行的中央退休金计划所要求的供款”。

玛丝菲尔（澳门）最近一年及一期经审阅的主要财务数据如下：

单位：人民币万元

项目	2016.6.30 / 2016年1-6月	2015.12.31 / 2015年
总资产	5,706.54	5,189.45
净资产	3,953.78	3,466.47
净利润	408.37	699.93

## 6. 玛丝菲尔噢姆服饰

玛丝菲尔噢姆服饰是发行人设立的用于运营“AUM”品牌女装的控股子公司。

### （1）基本信息

名称	深圳玛丝菲尔噢姆服饰有限公司
----	----------------

成立时间	2013年5月13日
社会信用代码	91440300068597528Q
注册资本	100万元
实收资本	100万元
注册地址	深圳市龙华新区大浪街道大浪北路玛丝菲尔工业厂区2#厂房5楼
经营范围	经营各类服装、饰品、手提包及鞋、帽；从事上述产品、服装面料、辅料、陈列道具和展示道具的批发、零售、进出口及相关配套服务；经济信息咨询；以特许经营方式从事商业活动
法定代表人	张芳

## （2）历史沿革

玛丝菲尔噢姆服饰是由玛丝菲尔及自然人黄耿华出资 100 万元设立。其中，玛丝菲尔和黄耿华分别出资 80 万元、20 万元，股权比例分别为 80%和 20%。2013 年 4 月 12 日，玛丝菲尔第一届董事会第十一次会议审议并通过了《关于拟收购深圳市深浅服饰设计有限公司并设立一家控股子公司的议案》。2013 年 4 月 25 日，玛丝菲尔噢姆服饰召开股东会议，审议并通过了设立决议，并于同日签署《深圳玛丝菲尔噢姆服饰有限公司章程》。2013 年 5 月 15 日，深圳德源会计师事务所出具《验资报告》（深德源所验字[2013]16 号）验证其出资及时足额到位。2013 年 5 月 13 日，玛丝菲尔噢姆服饰取得深圳市市场监督管理局颁发的 440301107278176 号营业执照，注册地址为深圳市福田区泰然四路 25 号天安数码时代大厦 B 座 3 楼 301。

玛丝菲尔噢姆服饰运营的“AUM”品牌由深圳市深浅服饰设计有限公司（以下简称“深浅服饰”）创立。2013 年 6 月 18 日，玛丝菲尔噢姆服饰与深浅服饰签订《资产收购合同》，约定玛丝菲尔噢姆服饰以 3,068.88 万元收购深浅服饰名下部分无形资产和有形资产，包括商标专用权、债权债务、固定资产、存货，以及设计师团队。扣除可抵扣增值税进项税后，合并成本为 2,842.92 万元。

为保证本次资产收购价格的公允性，双方特委托北京中企华资产评估有限责任公司对商标专用权及有形资产进行评估。根据中企华出具的《深圳玛丝菲尔噢姆服饰有限公司拟收购深圳市深浅服饰设计有限公司的部分资产及负债评估报告》（中企华评报字[2013]第 3228 号）：深浅服饰评估基准日的净资产账面价值为 524.65 万元，净资产评估价值为 651.46 万元，增值额为 126.81 万元，增值率为 24.17%，因此认定取得的可辨认净资产的公允价值为 651.46 万元，根据《企业会计准则第 20 号—企业合并》的相关规定，确认商誉 2,191.46 万元。

资产收购合同还约定：

① 商标专用权处理：深浅服饰将其合法持有的第 9276605 号、第 9276569 号以及第 9276640 号注册商标的专用权转让给玛丝菲尔噢姆服饰。合同签订之日起，至玛丝菲尔取得商标专用权止，深浅服饰授权玛丝菲尔无偿使用上述商标。

② 设计师团队处理：玛丝菲尔将接收以设计师黄耿华为主的设计师团队，使该团队人员成为其正式员工。

③ 债权债务处理：双方依据中企华出具的评估报告中列明的债权债务进行转让。双方同意仅对债权债务清单中列明的进行转让，清单以外的债权债务由深浅服饰承担。

④ 固定资产及存货处理：双方依据中企华出具的评估报告中列明的固定资产及存货清单进行转让。合同签订之日为固定资产及存货交付之日，玛丝菲尔噢姆服饰取得该等资产的所有权。

截至 2014 年 2 月 25 日，玛丝菲尔噢姆服饰支付全部收购价款，相关资产及设计师团队已经全部转移至玛丝菲尔。

2015 年 10 月 20 日，出于公司经营的需要，股东会议决议通过同意黄耿华将持有的玛丝菲尔噢姆服饰 20% 的股权转让给其 100% 控股的一人有限责任公司深圳良庚文化投资发展有限公司，同时玛丝菲尔噢姆服饰的住所变更为深圳市龙华新区大浪街道大浪北路玛丝菲尔工业厂区 2# 厂房 5 楼，上述工商登记变更于 2015 年 12 月 15 日完成。

玛丝菲尔噢姆服饰最近一年及一期经审计的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2016.6.30 / 2016 年 1-6 月	2015.12.31 / 2015 年
总资产	18,742.97	15,785.55
净资产	7,895.64	4,583.68
净利润	3,311.96	5,929.85

## 7. 玛丝菲尔时装（香港）

玛丝菲尔时装（香港）是玛丝菲尔在香港特别行政区设立的全资子公司。是公司为收购并管理“Krizia”品牌而设立的境外公司。

### （1）基本信息

名称	MARISFROLG FASHION (HONGKONG) CO., LIMITED
成立时间	2014 年 1 月 8 日
注册编号	2023070
注册地址	香港九龙新浦岗大有街 29 号宏基中心 10 楼 1002 室

经营范围	服饰设计、销售，服装面辅料的采购及销售
董事	朱崇恽

## （2） 历史沿革

2013年12月10日，玛丝菲尔召开总经理办公会议，决定以全资方式在香港设立子公司。2013年12月20日，商务部核发《企业境外投资证书》（商境外投资证第4403201300885号），核准设立玛丝菲尔时装（香港），投资总额12.9万美元，经营范围为品牌运营及贸易。2014年1月8日，香港特别行政区公司注册处核准玛丝菲尔注册成立玛丝菲尔时装（香港），注册号为2023070，注册资本美元12.9万元，注册地址为香港九龙新浦岗大有街29号宏基中心10楼1002室，董事为朱崇恽。商务部于2014年3月12日核发了商境外投资证第4403201400172号《企业境外投资证书》，同意玛丝菲尔时装（香港）的投资总额增加至5,012.9万美元。

根据香港华马黄杨律师行于2016年3月10日对玛丝菲尔时装（香港）出具的《法律意见书》，主要结论如下：“该公司于2014年1月8日在香港依照当时之《公司条例》（香港法例第32章）<sup>6</sup>注册成立（公司注册证书编号：2023070）。该公司为一股份有限公司。该公司可以合法有效地在香港经营业务，该公司的主营业务为：品牌运营及贸易”，“该公司的首位及现时之唯一股东是根据中国大陆法律在深圳市成立的深圳玛丝菲尔时装股份有限公司，其目前持有由深圳市市场监督管理局核发的《企业法人营业执照》（注册号为440301501135193）。（下称“该股东”）。该公司由注册日起从没有经历股权变动”；“已发行股份并无存在委托、信托持股、押记（charge）、按揭（mortgage）、留置权（lien）或其他产权负担（incumbrance）的情况；该股东乃全部已发行股份的登记和实益拥有人，并依法登记持有该些股份。该股东持有该等股份无存在权利限制。”“公司并没有将上述Krizia International S.r.l.的股份质押予任何第三方；收到任何第三方之通知声称拥有Krizia International S.r.l.的股份权益；收到从香港或其他司法管辖区之司法机构发出之命令或通知，影响该公司作为Krizia International S.r.l.股东的权利。”、“该公司已按香港《商业登记条例》（香港法例第310章）办理和取得商业登记证，登记证号码为62602884-000-01-16-9。该登记证须每年更新，即须于上述日期前更新。根据香港商业登记署登记，该公司自设立日至今所经营的业务为“品牌运营及贸易”。因此，该公司可以合法经营“品牌运营及贸易”。

<sup>6</sup>香港《公司条例》（香港法例第32章）有关公司注册、组织、管治、责任、约制等问题已于2014年3月3日起被《公司条例》（香港法例第622章）所取代。根据旧《公司条例》（香港法例第32章）成立的公司依然合法及有效，但受新条例所管制。

该公司目前在香港的营运，是管理及经营设在海外意大利的 **Krizia International S.r.l.** 公司，营运是合法有效。”、“.....该公司可以合法持有所有 **Krizia International S.R.L.**的股权”，“该公司自其成立至本日亦无存在违反海关法例、税收管理、劳动保险、环境保护、产品质量和技术监督标准及其他法例而受到香港有关当局处罚、刑事检控或民事追讨的情况。”，“.....该公司在香港并无未了结诉讼或仲裁。该公司亦未接到有关股东股权存在任何纠纷”。

玛丝菲尔（香港）最近一年及一期经审阅的主要财务数据如下：

单位：人民币万元

项目	2016.6.30 / 2016年1-6月	2015.12.31 / 2015年
总资产	31,340.31	28,480.18
净资产	1,450.54	1,366.10
净利润	-830.40	1,498.92

## 8. Krizia International

（1）收购意大利品牌“KRIZIA”的进展情况，公司经营情况，并表后对发行人财务情况的影响

### ①收购意大利品牌“KRIZIA”的进展情况

#### A. 交易对方设立意大利新 K 有限

2013年10月15日，Krizia S.p.A（“Krizia”女装品牌由朱赛佩娜·玛丽亚·曼德丽女士于1954年创立，Krizia S.p.A是该品牌的运营主体）全资设立了 New K S.r.l（以下简称“意大利新 K 有限”），在意大利共和国（米兰省）米兰手工业和农业商会（CCIAA）的公司注册登记序列号为 MI-2023746，税号 08406910961，注册资本为 1 万欧元，注册地址为意大利（米兰省）米兰市曼宁-丹尼列大街 19 号，邮编地址 20121。意大利新 K 有限是意大利 Krizia 公司为与发行人进行的收购交易而设立的公司主体，设立后暂未从事实际的经营活

动。

意大利新 K 有限的经营期截止 2050 年 12 月 31 日，经营范围包括：对所有属于该公司的类别产品进行创造，设计和买卖，对“Krizia”品牌所有产品商标/专利进行转让或申请备案/储存；服饰类商品以及室内和花园设计装饰，首饰类商品，耳环，香水，化妆品，皮具皮革类产品，鞋类，办公室用品和文具用品，家具用品和装饰用品类，陶瓷产品及与以上所表述类别相似的产品。

#### B. 交易双方签订《份额购买协议》

2014 年 1 月 26 日，意大利 Krizia 公司与发行人在米兰签订《份额购买协

议》。根据《份额购买协议》，意大利 Krizia 公司已设立全资子公司意大利新 K 有限，在与玛丝菲尔达成完全一致的情况下，意大利 Krizia 公司将向意大利新 K 有限转让带有“Krizia”商标的女士手袋、服装、鞋靴和配饰的设计和制造业务中卖方的某些资产、权利和义务，该转让以非货币资产增资的方式进行。非货币资产增资完成后，玛丝菲尔计划向卖方购买并取得卖方持有的意大利新 K 有限全部股权。

《份额购买协议》暂定上述股权购买价款为 3,500 万美元（按 2014 年 1 月 26 日当日银行卖出汇率 6.0631 折算人民币金额为 21,220.85 万元）。暂定购买价款将根据协议约定的“交割后价款调整”进行调整，并确定最终购买价款。

#### C. 交易对方将业务和资产注入意大利新 K 有限

2014 年 2 月 28 日，意大利 Krizia 公司召开董事会，同意将按照《份额购买协议》的约定将相关业务、资产注入意大利新 K 有限。根据董事会决议，意大利 Krizia 公司向意大利新 K 有限注入的相关业务、资产，其价值以 2014 年 4 月 10 日阿德里安娜·卡拉贝雷萨女士（Adriana Carabellesen）签署的《专业评估报告》为参考（评估基准日为 2013 年 12 月 31 日），《专业评估报告》所载相关资产评估价值为 25,883,335 欧元。该评估报告由米兰公证员阿万多拉·多明尼哥·迪·朱塞佩予以公证。

#### D. 2014 年 6 月 10 日交易完成

2014 年 5 月 28 日，意大利新 K 有限召开董事大会，公司名称变更为 Krizia International S.r.L（以下简称“Krizia International”）。经营范围变更为：时尚产品的创意、设计、生产及贸易，包括但不限于：服装、室内装饰品、花园装饰品、首饰、眼镜、香水、化妆品、皮制品、鞋类、文具及办公用品、家居用品、普通装饰用品、瓷器及其他类似上述产品的产品；购买、出售、重组和交换不动产以进行民用、旅游用或商用，管理公司所属不动产；为第三方提供服装及时尚领域的推广活动，管理广告开支、公共关系、为顾客提供服务、时尚产品分销项目的执行。

2014 年 6 月 10 日，意大利 Krizia 公司将持有的 Krizia International 100% 的股权受让与发行人全资子公司玛丝菲尔时装（香港），资产注入于当日生效，双方签订《有限责任公司份额转让书》。根据该协议，转让金额合计为 3,500 万美元，其中 2,990 万美元于 2014 年 6 月 10 日由玛丝菲尔时装（香港）向意大

利 Krizia 公司支付完成，另外 510 万美元由玛丝菲尔（香港）支付予经玛丝菲尔（香港）、意大利 Krizia 公司确认的中国银行米兰分行的共管账户。

2014 年 6 月 10 日，Krizia International 完成变更登记，玛丝菲尔时装（香港）成为其唯一股东，董事会主席、董事长变更为朱崇恽，董事变更为 SPAGGIARI DOMENICO（同时担任首席执行官）。同时意大利 Krizia 公司已更名为 M.M.K. S.p.A.，不再使用“Krizia”的名号。2015 年 1 月 15 日，董事 SPAGGIARI DOMENICO 变更为李乐。2015 年 6 月 17 日董事李乐变更为洪频。

资产注入完成后，Krizia International 的注册资本由 1 万欧元增加至 100 万欧元，以意大利 Krizia 公司 2014 年 2 月 28 日董事会决议注入的资产（的评估值）中 99 万欧元为注册资本，并额外支付 2,460 万欧元（计入资本公积，本次合计增加所有者权益为 2,559 万欧元）。本次注册资本及公司资产的变更（除相关商标资产尚待办理商标权人变更手续以外）于 2014 年 6 月 13 日完成并经过工商变更登记手续。本次董事会由米兰市公证员阿万多拉·多明尼哥·迪·朱塞佩予以公证。

截至 2016 年 6 月 30 日，股权转让双方所设立的共管账户合计已向意大利 Krizia 公司另行支付 494.36 万美元，向玛丝菲尔时装（香港）支付 10 万美元。截至基准日，共管账户的剩余金额为 6.64 万美元。

## ②经营情况

本次收购是玛丝菲尔走向世界舞台的重要一步。收购完成后，玛丝菲尔相应开始了对 Krizia 品牌的重新规划，根据当地市场实际情况，组织设计师团队，并重建采购、生产销售渠道，截至目前上述供应链体系尚在构建当中。截至 2016 年 6 月 30 日，Krizia International 总资产 24,396.07 万元，负债 18,683.68 万元，净资产 5,712.39 万元；2016 年 1-6 月，Krizia International 实现收入 431.35 万元，净利润-2,810.43 万元。

## ③并表后对发行人财务情况的影响

由于本次收购前，标的资产经营处于萎缩状态，本次收购后对发行人财务状况的影响主要体现在资产科目，具体情况如下：

单位：人民币万元

合并前财务情况		合并后财务情况			
项目	2014-6-30	项目	2014-6-30	变动金额	变动率
资产	194,749.75	资产	223,756.13	29,006.38	14.89%



合并前财务情况		合并后财务情况			
项目	2014-6-30	项目	2014-6-30	变动金额	变动率
负债	91,722.88	负债	99,395.79	7,672.91	8.37%
收入	100,601.33	收入	100,601.33	0.00	0.00%
净利润	31,609.38	净利润	31,400.01	-209.38	-0.66%

对资产科目的影响主要体现在其他应收款、无形资产、本次收购在合并报表层面确认的商誉、优惠租赁权及外币报表折算差异，相关科目的具体情况如下：

单位：人民币万元

序号	主要影响科目	2014年6月30日			
		报表合并前	报表合并后	变动金额	变动率
1	无形资产	4,504.97	23,230.68	18,725.71	415.67%
2	商誉	2,191.46	5,561.77	3,370.31	153.79%
3	长期待摊费用	39.83	6,913.40	6,873.57	17257.27%
4	外币报表折算差额	-51.90	15.93	67.83	-130.69%

上述主要影响科目变动的主要原因为：

A. Krizia International 的无形资产 18,725.71 万元，占合并后无形资产账面价值 80.61%，其中 Krizia International 的商标权 13,461.14 万元、非专利技术 5,264.57 万元；

B. 收购 Krizia International 的在合并报表层面确认的商誉 3,370.31 万元，占合并后商誉账面价值 60.6%；

C. 长期待摊费用核算 Krizia International 享有的优惠租赁权 6,873.57 万元，占合并后长期待摊费用账面价值 99.42%；

D. 外币欧元汇率变动较大，汇率从 1 欧元对人民币 8.5756 元到 1 欧元对人民币 8.2557 元范围浮动，由此引起相关外币资产、负债科目的外币报表折算差额 67.83 万元。

## （2）商誉相关处理

### ①收购 Krizia 时确认商誉的计算过程及相关会计处理

#### A. 收购 Krizia 时确认商誉的计算过程

2014 年 6 月 10 日，发行人通过子公司玛丝菲尔（香港）时装完成收购境外品牌 Krizia 100% 的股权，包括其拥有的商标、非专利技术资产，双方签订《有限责任公司份额转让书》，转让金额 3,500 万美元，折算人民币 21,446.40 万元，经评估 Krizia 可辨认净资产总额为 2,164.72 万欧元，折算人民币 18,076.09 万元，合并日发行人据此应确认的商誉金额为 3,370.31 万元。

#### B. 收购 Krizia 时确认商誉的相关会计处理

按照《企业会计准则第 20 号-企业合并》第十三条，购买方对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，应当确认为商誉。在个别报表中，玛丝菲尔（香港）时装以支付对价确认长期股权投资的初始投资成本；在编制合并报表时，发行人支付的合并对价与 Krizia 可辨认净资产的差额确认为商誉。

#### ②报告期对该商誉进行减值测试的过程、计算依据及相关会计处理

发行人在报告期各期末对该商誉进行了减值测试，商誉减值测试过程中发行人采用了与商誉有关的资产组合来预计未来现金流量现值，即依据管理层制定的未来五年财务预测和折现率，预计未来现金流量现值，超过五年财务预算之后年份的现金流量均保持稳定。未来现金流量折现方法的主要假设包括预计开店数量、预计销售额及相关的成本和费用。发行人根据现有品牌的发展状况及市场发展规划设定上述关键假设，并采用能够反映相关资产组特定风险的利率即 12% 作为折现率。

在测试过程中，对资产组的认定，发行人以收购时 Krizia 账面的主要资产即商标、非专利技术和优惠租赁权作为创造现金流的资产组构成，而对于其可回收金额则以商标未来期限内的授权许可费收入和未来期限内的商品销售现金净流入作为未来现金净流入的计算依据，比较资产组的账面价值与其可收回金额。

测试时，首先对不包含商誉的资产组进行减值测试计算可收回金额并与相关的资产组账面价值相比较，确认相应的资产减值损失，然后再对包含所分摊商誉的资产组进行减值测试，比较资产组与其可收回金额，如果相关的资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值，即确认为商誉减值。

最后，根据减值测试的结果进行会计处理，借记资产减值损失，贷记商誉减值准备或者相关资产减值准备等科目。

由于 Krizia 品牌收购完成后，尚处于培育期，经发行人测试，该商誉在 2015 年度及 2016 年上半年度均出现了减值情形，发行人对其计提了减值准备，计提金额分别为 1,342.97 万元和 302.58 万元，累计计提金额占商誉初始确认金额的 48.82%。报告期内商誉减值测试过程如下：

#### A. 确定资产组账面价值

单位：万元

项目	2016-6-30	2015-12-31	2014-12-31
----	-----------	------------	------------

项目	2016-6-30	2015-12-31	2014-12-31
样衣	3,720.50	3,803.05	4,388.02
商标	9,513.06	9,724.15	11,219.86
优惠租赁权	4,971.09	5,025.66	5,792.00
商誉	3,370.31	3,370.31	3,370.31
资产组账面价值	21,574.95	21,923.18	24,770.19

注：样衣包括 Krizia 从 1964 年至并购当时的近 15,000 件样衣、与样衣对应的设计图纸、纸板模型、打样铜版纸（附有研发面料及纱线）及摄影存档等系列记录。商标包括 Krizia 系列的在世界各地进行注册的商标。优惠租赁权为 Krizia International 为正常开展经营业务低于市场水平的租赁价格向其原股东方 M.A.P. S.r.l. 租赁的办公、门店及仓储场所。

## B. 确定可回收金额

资产组的未来可回收金额是根据商标未来期限内的授权许可费收入和未来期限内的商品销售净流入进行确定，其中：

授权许可费为已签订 Krizia 系列商标授权第三方使用且收取的商标许可费；对于商品销售现金净流入的测算，发行人根据 Krizia 未来发展趋势及商业计划拟定的开店数量，结合发行人现有各销售模式的盈利水平进行估算商品销售的毛利，而 Krizia 日常运营所需的费用如门店装修费、卖场人工费、租金、运输费、广告宣传费等销售费用及管理所需的人员薪酬、租金等管理费用，发行人在参考当地费用开支水平的基础上，结合总部管理、销售和渠道建设等相关费用和税负水平预测最终的现金净流入。

### a. 2014 年 12 月 31 日资产组未来期限可回收金额

2014 年为发行人完成收购 Krizia 品牌当年，发行人尚未明确该品牌的设计风格、品牌定位和目标客户群；此外，发行人需要结合意大利当地市场情况，重新组建设计团队、销售渠道、供应链和管理团队等。因此，收购完成当年发行人并未实质开展生产经营活动，2014 年 12 月 31 日资产组未来期限可回收金额预测主要基于收购当时的商业计划。

单位：万元

项目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	未来永续	合计
授权许可费现金净流入	975.42	997.78	931.95	537.03	-	-	3,442.18
商品销售现金净流入	-2,977.11	-1,825.34	687.58	1,925.25	4,648.60	4,648.60	7,107.58
小计	-2,001.69	-827.56	1,619.53	2,462.28	4,648.60	4,648.60	10,549.76
折现系数	0.8929	0.7972	0.7118	0.6355	0.5674	4.7286	
现值	-1,787.22	-659.72	1,152.75	1,564.82	2,637.74	21,981.15	24,889.52

注 1：折现系数系结合意大利国债收益率与收购评估选取的风险报酬率确定，下同。

注2：现金净流入主要依据已签订的商标授权许可合同以及未来期间预测的门店及加盟销售收入进行确定，下同。

#### b. 2015年12月31日资产组未来期限可回收金额

2015年，上述设计团队、销售渠道、供应链和管理团队仍在构建当中。经过一年多时间对当地市场的了解，发行人调整了商业计划，结合品牌整合进度，将原定开店计划整体推迟1年，其余假设不变。

单位：万元

项目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	未来永续	合计
授权许可费现金净流入	949.55	886.90	511.07	-	-	-	2,347.52
商品销售现金净流入	-1,916.74	-1,397.99	905.24	1,661.30	3,736.29	3,736.29	6,724.39
小计	-967.19	-511.09	1,416.31	1,661.30	3,736.29	3,736.29	9,071.90
折现系数	0.8929	0.7972	0.7118	0.6355	0.5674	4.7286	
现值	-863.56	-407.44	1,008.10	1,055.79	2,120.07	17,667.26	20,580.21

#### c. 2016年6月30日资产组未来期限可回收金额

2016年上半年，考虑到宏观经济环境影响，相应调高新品牌广告费投入占收入的比例；预计开店数结合半年口径进行统计，得出2016年6月30日资产组未来期限可回收金额如表所示。其余假设保持不变。

单位：万元

项目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	未来永续	合计
授权许可费现金净流入	954.44	848.13	265.61	-	-	-	2,068.17
商品销售现金净流入	-2,036.49	-1,034.62	911.37	1,802.63	3,599.11	3,599.11	6,841.11
小计	-1,082.06	-186.49	1,176.99	1,802.63	3,599.11	3,599.11	8,909.28
折现系数	0.8929	0.7972	0.7118	0.6355	0.5674	4.7286	
现值	-966.12	-148.67	837.75	1,145.60	2,042.23	17,018.60	19,929.39

#### C. 比较资产组账面价值与可回收金额

单位：万元

项目	2016.6.30	2015.12.31	2014.12.31	备注
资产组账面价值：				
不包含商誉	18,204.64	18,552.87	21,399.88	
包含商誉	21,574.95	21,923.18	24,770.19	a
可回收金额	19,929.39	20,580.21	24,889.52	b
应计提的减值金额	1,645.55	1,342.97	-	c=a-b

根据《企业会计准则第8号--资产减值》第二十二规定，资产组或者资产组组合的可回收金额低于其账面价值的（总部资产和商誉分摊至某资产组或资产

组组合的，该资产组或资产组组合的账面价值应当包括相关总部资产和商誉的分摊额），应当确认相应的减值损失。据此，发行人 2015 年度及 2016 年上半年分别计提减值准备 1,342.97 万元和 302.58 万元。

③报告期对该商誉进行减值测试的相关会计处理

报告期内，发行人合并报表层面商誉减值准备计提的会计处理如下：

2015 年 12 月 31 日计提商誉减值时：

借：资产减值损失 1,342.97 万元

贷：商誉减值准备 1,342.97 万元

2016 年 6 月 30 日，发行人在上年度商誉减值准备计提的基础上，补充计提的会计处理如下：

借：资产减值损失 302.58 万元

贷：商誉减值准备 302.58 万元

（3）其他法律及财务信息

发行人通过玛丝菲尔时装（香港）全资拥有 Krizia International，并以其作为经营“Krizia”品牌的实体。

根据意大利 Carnelutti Studio Leagale Associato 律师事务所于 2016 年 1 月 22 日出具的《法律意见书》，主要内容包括：“……克芮绮亚国际是一家依照意大利法律有效存续的有限责任公司，其地址位于米兰市玛涅·丹尼尔路 19 号，已在米兰公司注册处登记，纳税编码和登记号码为 08406910961，法定公司股本为 1,000,000.00 欧元，且已悉数缴足。”，“……克芮绮亚国际由玛丝菲尔时装（香港）有限公司全资拥有。根据登记摘要，玛丝菲尔时装（香港）有限公司所持克芮绮亚国际的股本和股权将不附带任何留置权、押记或其他抵押权益。”、“克芮绮亚国际已被克芮绮亚股份公司于 2013 年 10 月 15 日以 10,000.00 欧元的公司资本购入。2014 年 5 月 28 日，作为唯一股东的克芮绮亚股份公司批准将克芮绮亚国际的资本扩增至 1,000,000.00 欧元，且扩增资本将按认购协议的约定以含“KRIZIA”商标的业务的形式出资认购；相关出资契据（见随附出资契据）已由克芮绮亚股份公司与克芮绮亚国际于 2014 年 6 月 9 日签订并于 2014 年 6 月 10 日生效。2014 年 6 月 10 日，克芮绮亚股份公司向玛丝菲尔时装（香港）有限公司出售克芮绮亚国际的全部公司股本……克芮绮亚国际概无进行其他的股权转让。”，“克里琪亚国际……已获得注资契约所列的知识产权和其他资

产……”，“与克芮绮亚国际的资产及/或业务有关的税项概不存在任何其他待决的或被威胁提起的诉讼。”，“2014年6月10日后，克里琪亚国际管理层已适时支付全部报酬给所有员工，并按照当地法律法规支付所有社会保险和其他福利……”，“……克芮绮亚国际的业务活动也是按照适用的环境法律开展。”

Krizia International 最近一年及一期经审计的主要财务数据如下：

单位：人民币万元

项目	2016.6.30 / 2016年1-6月	2015.12.31 / 2015年
总资产	24,396.07	23,086.49
净资产	5,712.39	8,252.54
净利润	-2,810.43	-4,634.00

## 9. 噢姆（澳门）

噢姆（澳门）是噢姆在澳门特别行政区设立的用于运营“AUM”品牌女装的全资子公司。

### （1）基本信息

名称	噢姆（澳门）服饰一人有限公司
成立时间	2015年9月1日
注册编号	58608(SO)
注册地址	澳门路氹连贯公路澳门金光大道金沙城中心金沙广场2楼2031B
经营范围	制造及以批发及零售方式出售服装及有关之附属品及一般服装贸易
董事	张芳、赵金龙

### （2）历史沿革

2015年8月12日，噢姆召开股东会，决议在澳门设立全资子公司。2015年8月17日，商务部核发《企业境外投资证书》（商境外投资证第N4403201500972号），核准设立噢姆（澳门），投资总额40.00万美元。2015年9月29日，澳门特别行政区政府商业及动产登记局核准设立噢姆（澳门），商业登记证明编号为58608(SO)，注册资本澳门币320万元，董事为张芳和赵金龙。

噢姆（澳门）最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：人民币万元

项目	2016.6.30 / 2016年1-6月	2015.12.31 / 2015年
总资产	266.30	259.55
净资产	29.96	255.87
净利润	-228.97	-3.68

## 10、设计集合公司

设计集合公司是发行人设立的用于运营设计师集合品牌的全资子公司。

### （1）基本信息

名称	深圳玛丝菲尔设计集合有限公司
成立时间	2016年3月31日
注册编号	440301115575500（社会信用代码：91440300MA5D9Q6KXL）
注册地址	深圳市龙华新区大浪街道大浪北路玛丝菲尔工业厂区2#厂房4楼-1室
经营范围	服装、饰品、手提包及鞋、帽、服装面料、辅料、陈列道具和展示道具的销售、设计；经济信息咨询（不含限制项目）；货物及技术进出口。（法律、行政法规禁止的项目除外；法律、行政法规限制的项目须取得许可后方可经营）
法定代表人	姚建华

### （2）历史沿革

2016年3月21日，玛丝菲尔召开总经理办公会议，决定以全资方式设立设计集合公司，并于2016年3月21日签署了《章程》，2016年3月31日，设计集合公司取得深圳市市场监督管理局颁发的社会信用代码为91440300MA5D9Q6KXL的营业执照，注册资本为1,000万元，玛丝菲尔持股比例为100%。

设计集合公司最近一期的主要财务数据如下：

单位：人民币万元

项目	2016.6.30 / 2016年1-6月
总资产	-
净资产	-
净利润	-

## 11、设计研发公司

设计研发公司是发行人设立的用于独立的设计研发的全资子公司。

### （1）基本信息

名称	深圳玛丝菲尔设计研发中心有限公司
成立时间	2016年4月7日
注册编号	440301115655296（社会信用代码：91440300MA5DA5CQ50）
注册地址	深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室
经营范围	从事服装、饰品及相关面辅料的新技术、新产品的设计、研发、自有研究成果转让；提供服装、饰品及相关面辅料开发的技术咨询；服装饰品的新技术、新产品展示策划（以上内容根据法律、行政法规、国务院决定等规定需要审批的，依法取得相关审批文件后方可经营）
法定代表人	姚建华

### （2）历史沿革

2016年4月6日，玛丝菲尔召开总经理办公会议，决定以全资方式设立设计研发公司，并于2016年4月6日签署了《章程》，2016年4月7日，设计

研发公司取得深圳市市场监督管理局颁发的社会信用代码为 91440300MA5DA5CQ50 的营业执照，注册资本为 500 万元。

设计研发公司最近一期的主要财务数据如下：

单位：人民币万元

项目	2016.6.30 / 2016 年 1-6 月
总资产	-
净资产	-
净利润	-

## 12、Krizia 中国

Krizia 中国是发行人通过 Krizia International 设立的用于运营“Krizia”、“ZhuChongYun”品牌在中国境内业务的全资子公司。

### （1）基本信息

名称	克芮绮亚时装（中国）有限公司
成立时间	2016 年 6 月 21 日
注册编号	440301503541121（社会信用代码：91440300088727561A）
注册地址	深圳市龙华新区大浪街道大浪北路玛丝菲尔工业厂区 1#厂房
经营范围	各类服装、饰品（不含裸钻及金、银等贵金属原材料）、手提包、鞋、帽、服装面料、辅料、陈列道具和展示道具（以上产品不含承办展览展示业务及汽车等国家限制类、禁止类项目）的研发；货物及技术进出口（不含分销、国家专营专控商品）；经济信息咨询。
法定代表人	姚建华

### （2）历史沿革

2016 年 6 月 10 日，Krizia International 作出董事会决议，在中国设立全资子公司 Krizia 中国，深圳市龙华新区经济服务局于 2016 年 6 月 20 日颁发《关于设立外资企业克芮绮亚时装（中国）有限公司的通知》（深外资龙华复[2016]165 号），核准 Krizia International 设立外商独资企业 Krizia 中国，深圳市人民政府于同日核发《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资粤深龙华外资证字[2016]0036 号），投资总额 5,000 万元。2016 年 6 月 21 日，Krizia 中国取得深圳市市场监督管理局颁发的社会信用代码为 91440300088727561A 的营业执照，注册资本为 5,000 万元。

Krizia 中国最近一期的主要财务数据如下：

单位：人民币万元

项目	2016.6.30 / 2016 年 1-6 月
总资产	-
净资产	-
净利润	-



### 13、素时装

素时装是发行人设立的拟用于独立运营“Masfer.SU”品牌的全资子公司。

#### （1）基本信息

名称	深圳玛丝菲尔素时装有限公司
成立时间	2016年8月16日
信用代码	91440300MA5DJAPF0P
注册地址	深圳市龙华新区大浪街道浪腾路玛丝菲尔大厦501室
经营范围	服装、饰品、手提包及鞋、帽，服装面料、辅料、陈列道具和展示道具以及香水、美容品、化妆品、洗护用品的批发、零售；货物及技术进出口（同意登记机关调整规范经营范围表述，以登记机关登记为准）
法定代表人	王立军

#### （2）历史沿革

2016年8月11日，玛丝菲尔召开总经理办公会议，决定以全资方式设立素时装，并于2016年8月11日签署了《章程》，2016年8月16日素时装取得深圳市市场监督管理局颁发的社会信用代码为91440300MA5DJAPF0P的营业执照，注册资本为1,000万元。

素时装最近一期的主要财务数据如下：

单位：人民币万元

项目	2016.6.30 / 2016年1-6月
总资产	-
净资产	-
净利润	-

#### （二）报告期内注销的发行人子公司

##### 1. 杭州恩情

杭州恩情贸易有限公司（以下简称“杭州恩情”）成立于2005年6月7日，成立时注册资本和实收资本均为120万元，其中朱崇恽持有该公司90%股权，姚建华持有该公司5%的股权，朱宇枫持有该公司5%的股权。本次出资经杭州金汇联合会计师事务所于2005年6月3日出具的《验资报告》（杭金会验字（2005）第987号）予以验证。杭州恩情住所为杭州市江干区富春路701号万象城333号商铺，经营范围为批发、零售服装、服饰、日用百货、工艺美术品、其他无需报经审批的一切合法项目（上述经营范围不含国家法律法规规定禁止、限制和许可经营的项目）。

杭州恩情于2010年4月18日作出股东会决议，同意朱崇恽将其持有杭州

恩情 90%的股权（对应的出资额为 108 万元），朱宇枫将其持有杭州恩情 5%的股权（对应的出资额为 6 万元），姚建华将其持有杭州恩情 5%的股权（对应的出资额为 6 万元）分别以 1 元的价格转让给玛丝菲尔有限。同日，朱崇恽、朱宇枫、姚建华分别与玛丝菲尔有限签订了《股权转让协议》，并于 2010 年 4 月 26 日完成其工商变更登记手续。

杭州恩情是发行人位于杭州的一家直营店。为了优化公司内部组织结构和管理层级，发行人决定注销以独立法人形式存在的门店，并在原门店地址上设立分支结构。2012 年 9 月 26 日，发行人作为杭州恩情的唯一股东作出股东决定，成立清算组并注销杭州恩情，并于 2013 年 1 月 23 日办理完毕工商注销登记手续。同时，发行人设立分支机构深圳玛丝菲尔时装股份有限公司杭州万象城专卖店。

## 2. 益之田时装

深圳市贸易工业局于 2008 年 10 月 31 日作出《关于中外合资企业深圳玛丝菲尔时装有限公司境内再投资的批复》（深贸工资复[2008]2917 号），同意设立深圳市益之田时装有限公司（以下简称“益之田时装”）。益之田时装成立于 2008 年 11 月 18 日，成立时注册资本和实收资本均为 100 万元，其中玛丝菲尔有限持有该公司 100%的股权。本次出资经深圳德源会计师事务所于 2008 年 8 月 25 日出具的《验资报告》（深德源所验字[2008]301 号）予以验证。益之田时装住所为深圳市南山区深南大道 9028 号益田假日广场 L1 层 16 号铺位，经营范围为服装、鞋帽、饰品、皮包的零售。

益之田是发行人位于深圳的一家直营店。为了优化公司内部组织结构和管理层级，发行人决定注销以独立法人形式存在的门店，并在原门店地址上设立分支结构。2012 年 9 月 19 日，发行人作为益之田时装的唯一股东作出股东决定，成立清算组并注销益之田时装，并于 2013 年 3 月 29 日办理完毕工商注销登记手续。同时，发行人设立分支机构深圳玛丝菲尔时装股份有限公司益田专卖店。

## 3. 惠州艺都实业

惠州艺都由自然人莘静轩、徐维忆分别出资人民币 70 万元和 30 万元设立。双方于 2007 年 7 月 16 日签订出资协议。2007 年 10 月 30 日，惠州宏帮会计师事务所出具《验资报告》（宏帮验字[2007]第 285 号）验证其出资足额到位。2007

年 11 月 1 日，惠州艺都实业取得惠州市惠阳区工商行政管理局颁发的 441381000007861 号营业执照，注册资本为人民币 100 万元，注册地址为惠阳区镇隆镇井龙村，经营范围包括国内贸易及房地产开发经营，法定代表人为莘静轩。

2010 年 2 月 28 日，惠州艺都实业召开股东会，同意股东莘静轩、徐维忆将持有股份以 100 万元转让给朱崇恂、姚建华。交易各方于 2010 年 3 月 11 日签订股权转让协议书。转让完成后，朱崇恂、姚建华分别持有惠州艺都实业 70% 及 30% 股份。2010 年 3 月 19 日，惠州艺都实业取得惠州市惠阳区工商行政管理局颁发的 441381000007861 号营业执照，法定代表人变更为姚建华。股权转让当时，惠州艺都实业的主要资产为位于镇隆镇井龙青沥公路旁的工业用地，土地证号惠阳国用（2008）0700566 号，面积 13,000.70 平方米，无营业收入。

2011 年下半年，惠州艺都实业开始就建设工程向有关部门履行报批手续，由于报批手续较为繁多，经常需要股东亲自完成相关手续，为提高效率，朱崇恂、姚建华决定将惠州艺都实业的股权转由博睿财智员工姚仁江、李鑫代持，2011 年 7 月 11 日分别签订了《股权代持协议》。

2011 年 8 月 30 日，惠州艺都实业召开股东会，同意股东朱崇恂、姚建华将持有的股份以出资额转让给姚仁江、李鑫，转让各方于同日签订《股权转让协议书》，深圳市公证处于 2011 年 9 月 1 日出具了（2011）深证字第 120037 号《公证书》，对上述《股权转让协议书》予以公证。转让完成后，姚仁江、李鑫分别代朱崇恂和姚建华持有惠州艺都实业 70% 及 30% 股份。2011 年 9 月 9 日，惠州艺都实业取得惠州市惠阳区工商行政管理局颁发的变更后营业执照，法定代表人变更为姚仁江。

2012 年 7 月 4 日，为解决代持问题，惠州艺都实业召开股东会，同意姚仁江、李鑫将持有股份全部转让予玛丝菲尔。同日，玛丝菲尔召开第一届董事会第二次会议，同意受让上述股权。朱崇恂、姚建华与姚仁江、李鑫于 2012 年 10 月 8 日共同签署《授权委托协议》，约定朱崇恂、姚建华分别授权姚仁江、李鑫将其代为持有的艺都 70% 和 30% 的股权全部转让给玛丝菲尔，并确认相应的代持关系自工商变更登记之日自动解除。

依据北京中企华资产评估有限责任公司出具的《深圳玛丝菲尔时装股份有限公司拟收购惠州市艺都实业有限公司股权项目评估报告》（中企华评报字

（2012）3305号），评估基准日2012年4月30日惠州艺都实业净资产评估值为75.23万元，其中总资产1,599.88万元，负债1,524.65万元。姚仁江和李鑫所持70%和30%股份的转让价格分别为52.661万元及22.569万元。2012年7月12日，交易各方签订了《股权转让合同》。同时，姚仁江、李鑫作为上述股份代持协议的受托方，与委托方朱崇恽、姚建华，就本次向玛丝菲尔转让全部出资额的事宜，履行了律师见证程序。广东远明律师事务所于2012年10月8日出具（2012）粤远明见字第1-1号《律师见证书》对上述代持关系及其解除进行了律师见证。本次转让完成后，玛丝菲尔持有惠州艺都实业100%注册资本，法定代表人变更为刘礼希。

2013年11月15日，惠州艺都实业的经营范围变更为仓储管理服务，法定代表人变更为洪频。

惠州艺都实业主要为惠州明佳豪实业的服装生产提供仓储服务，二者同属于发行人自制生产环节。为进一步整合资源，便于管理，2014年8月15日，发行人作为惠州艺都实业与明佳豪实业的唯一股东做出股东决定并签署了《吸收合并协议》，同意惠州明佳豪吸收合并惠州艺都，并将惠州艺都实业注销，惠州明佳豪实业承接惠州艺都实业所有的财产及权利义务，承担其所有债务并享有其债权。2014年11月7日，惠州市惠阳区工商行政管理局出具核准注销登记通知书（惠核注通内字[2014]第1400302073号），核准注销惠州艺都实业。

#### 4. 惠州恒龙商贸

惠州恒龙商贸由自然人刘益秋、刘爱珠分别出资人民币19万元和1万元设立。双方于2008年1月25日签订出资协议。2008年1月28日，惠州宏帮会计师事务所出具《验资报告》（宏帮验字[2008]第052号）验证其出资足额到位。2008年1月31日，惠州恒龙商贸取得惠州市惠阳区工商行政管理局颁发的441381000012133号营业执照，注册资本为人民币20万元，注册地址为广东省惠州市惠阳区镇隆镇井龙村，经营范围为国内贸易，货物及技术进出口，物业管理，信息咨询（法律、法规禁止的不得经营），法定代表人为刘爱珠。公司成立时的主要资产为位于镇隆镇井龙青沥公路旁的工业用地，土地证号惠阳国用（2012）0700011号，面积19,054.21平方米，无营业收入。

2010年9月1日，惠州恒龙商贸召开股东会，同意股东刘爱珠将持有的

5%股份以其出资额 1 万元转让给刘志森。交易各方于同日签订了股权转让合同，转让完成后，刘益秋、刘志森分别持有惠州恒龙商贸 95%、5%股份，法定代表人变更为刘志森。

2015 年 4 月 29 日，惠州恒龙商贸召开股东会，同意股东刘益秋、刘志森将其持有的 95%、5%的股权分别以 106.2391 万元、5.5915 万元的价格转让给明佳豪，2015 年 4 月 30 日，交易双方签订了股权转让合同。转让完成后，惠州恒龙商贸成为明佳豪的全资子公司。2015 年 5 月 5 日，惠州恒龙商贸取得变更后的营业执照，法定代表人变更为洪频。2015 年 11 月 27 日，惠州恒龙商贸的法定代表人变更为李令云。

惠州恒龙商贸已于 2016 年 7 月 4 日注销，注销情况请参见招股书本节“五、发行人控股及参股公司情况（一）发行人全资及控股子公司 2、惠州明佳豪实业”相关内容。

## 5. 惠州龙益商贸

惠州龙益商贸由自然人刘志娟、刘小芳分别出资人民币 19 万元和 1 万元设立。双方于 2008 年 1 月 25 日签订出资协议。2008 年 1 月 28 日，惠州宏帮会计师事务所出具《验资报告》（宏帮验字[2008]第 053 号）验证其出资足额到位。2008 年 2 月 1 日，惠州龙益商贸取得惠州市惠阳区工商行政管理局颁发的 441381000012168 号营业执照，注册资本为人民币 20 万元，注册地址为广东省惠州市惠阳区镇隆镇井龙村，经营范围为国内贸易（国家法律、法规禁止的不得经营）（不含仓储、商场）；货物进出口、技术进出口（国家法律、行政法规禁止的项目除外；法律、行政法规禁止的项目须取得许可后方可经营）；物业管理、信息咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动），法定代表人为刘小芳。公司成立时的主要资产为位于镇隆镇井龙青沥公路旁的工业用地，土地证号惠阳国用（2012）0700012 号，面积 20,000 平方米，无营业收入。

2015 年 4 月 29 日，惠州龙益商贸召开股东会，同意股东刘志娟、刘小芳将其持有的 95%、5%的股权分别以 111.3447 万元、5.8602 万元的价格转让给明佳豪，2015 年 4 月 30 日，交易双方签订了股权转让合同。转让完成后，惠州龙益商贸成为明佳豪的全资子公司。2015 年 5 月 5 日，惠州龙益商贸取得变

更后的营业执照，法定代表人变更为洪频。2015年11月27日，惠州龙益商贸的法定代表人变更为李令云。

惠州龙益商贸已于2016年7月4日注销，注销情况请参见招股书本节“五、发行人控股及参股公司情况（一）发行人全资及控股子公司 2、惠州明佳豪实业”相关内容。

### （三）发行人下属分支机构情况

发行人在全国各大城市设立了直营门店，是其产品实现销售的主要渠道。为满足业务和人员管理需要，部分直营门店以分支机构的形式设立。截至本招股书签署日，发行人及子公司共有98家分支机构作为直营门店，其概况如下：

序号	分支机构	注册地址
1	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司益田假日第二专卖店	深圳市南山区沙河街道南山区深南大道9028号益田假日广场L2层57号商铺
2	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司广州天河城分店	广州市天河区天河路208号天河城购物中心第二层239-241号商铺
3	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司上海正大广场专卖店	上海市浦东新区陆家嘴西路168号3F04-05室
4	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司广州分公司	广州市天河区黄埔大道西100号富力盈泰广场（A栋）4层403-407房
5	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司京基百纳空间专卖店	深圳市罗湖区蔡屋围京基金融中心裙楼自用商业03层01-305
6	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司万象城专卖店	深圳市罗湖区宝安南路1881号华润中心一期中区万象城3层375商铺
7	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司海岸城专卖店	深圳市南山区文心五路33号海岸城广场第216-217号
8	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司沈阳分公司	沈阳市和平区青年大街288号（380号商铺）
9	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司广州太古汇分店	广州市天河区天河路383号太古汇商场裙楼第二层L228号商铺
10	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司广州缤缤专卖店	广州市越秀区起义路1号112号商铺
11	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司成都草市街专卖店	成都市青羊区德盛路91号1层
12	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司北京分公司	北京市朝阳区建国门外大街甲14号12层
13	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司北京东城专卖店	北京市东城区东长安街1号东方广场东方新天地商场首层A201A、AA10号店铺
14	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司上海分公司	上海市长宁区淮海西路666号1201-1204室
15	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司重庆西城天街分店	重庆市九龙坡区杨家坪珠江路48号2幢龙湖西城天街LG层XLG12号
16	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司南宁万象城专卖店	南宁市青秀区民族大道136号南宁华润中心万象城第L3层315号商铺

序号	分支机构	注册地址
17	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司沈阳恒隆分店	沈阳市沈河区青年大街1号(305-308号铺位)
18	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司重庆北城天街分店	重庆市江北区北城天街10号龙湖北城天街B1馆-3F-008
19	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司丰泽万达广场分店	泉州丰泽区宝洲路689号浦西万达广场室内步行街一层1-13号商铺
20	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司益田专卖店	深圳市南山区深南大道9028号益田假日广场L1层16号铺位
21	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司上海徐家汇专卖店	上海市徐汇区虹桥路1号三层322号铺位
22	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司重庆龙湖分店	重庆市渝中区长江二路174号龙湖时代天街B-L2-05
23	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司重庆时代天街分店	重庆市渝中区长江二路174号龙湖时代天街B馆L1-06号
24	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司成都万象城一分店	成都市成华区双庆路8号万象城第二层236号商铺
25	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司上海中环广场专卖店	上海市黄浦区淮海中路1038号101室
26	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司杭州万象城专卖店	杭州市江干区富春路701号杭州万象城第3层3003
27	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司武汉分公司	武汉市江汉区青年路378号万国花园6栋7层1-3室
28	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司广州西城都荟分店	广州市荔湾区黄沙大道8号第一层175-176号铺
29	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司成都分公司	成都市高新区天晖中街56号曙光科技大厦621、622号
30	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司重庆分公司	重庆市北部新区高新园金开大道68号3幢4-2
31	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司太古城分店	深圳市南山区中心路2199号宝能太古城花园购物中心北区一层N1108号
32	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司上海静安分店	上海市静安区延安中路1218号地下一层SB1-20号单元
33	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司重庆美美分店	重庆市渝中区邹容路100号L301b号商铺
34	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司上海南京西路分店	上海市静安区南京西路1038号406-408号铺位
35	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司郑州二七万达分公司	郑州市二七区大学路8号1层1031号
36	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司上海静安第二分店	上海市静安区南京西路1168号二层225-226室
37	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司成都交大路分店	成都市金牛区交大路183号凯德商用广场(B)01层10号
38	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司南昌万达分店	南昌市红谷滩新区会展路999号一层1009号商铺
39	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司成都天府大道分店	成都市高新区天府大道北段1700号新世纪环球中心1FB23
40	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司上海陆家嘴分店	上海自由贸易试验区陆家嘴西路168号3层03FL52室
41	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司成都	成都市锦江区红星路三段1号国际金融中心4

序号	分支机构	注册地址
	国金分店	楼 L417 号商铺
42	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司无锡恒隆广场分店	无锡市崇安区人民中路 139 号无锡恒隆广场 327/328 号铺位
43	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司北京朝阳分店	北京市朝阳区朝阳北路 101 号 2F-65 号商铺
44	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司厦门 SM 新生活广场第一分公司	厦门市思明区嘉禾路 399 号 SM 新生活广场 A200-201 店铺
45	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司厦门 SM 新生活广场第二分公司	厦门市思明区嘉禾路 399 号 SM 新生活广场 C206B-207 店铺
46	深圳玛丝菲尔噢姆服饰有限公司京基百纳空间专卖店	深圳市罗湖区桂园街道深南东路 5016 号京基百纳空间 3 楼 303 号
47	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司呼和浩特新华一分店	呼和浩特市万达广场室内步行街一层 107 号
48	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司青岛万达分店	青岛市李沧区巨峰路 178 号一层 119A 商铺
49	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司郑州万象城一分店	郑州市二七区民主路 10 号华润万象城购物中心 320、321 号
50	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司郑州万象城二分店	郑州市二七区民主路 10 号华润万象城购物中心 408 号
51	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司济南泉城路分店	济南市历下区泉城路 188 号恒隆广场西翼 2 楼 273、275、276 号商铺
52	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司西安太华北路分公司	西安市未央区太华北路 369 号西安大明宫万达广场一层 1057 号
53	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司上海静安第三分店	上海市静安区南京西路 1168 号第三层 317 单元
54	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司宁波万达广场分店	宁波市鄞州区万达商业广场步行街一层 1A-19 号
55	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司福州金融街万达广场分店	福州市台江区鳌峰路金融街万达广场购物中心一层 138B/139 号商铺
56	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司无锡英特宜家分店	无锡市锡山经济技术开发区团结中路 3 号 (5-11-30-SU)
57	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司无锡海岸城分店	无锡市滨湖区海岸城 39-201 第 230-232 号商铺
58	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司重庆万象城玛分店	重庆市九龙坡区谢家湾正街 55 号华润中心万象城第三层 388 号商铺
59	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司重庆万象城素分店	重庆市九龙坡区谢家湾正街 55 号华润中心万象城第四层 413 号商铺
60	深圳玛丝菲尔噢姆服饰有限公司上海南京西路分店	上海市静安区南京西路 1038 号 310 室
61	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司珠海华发分店	珠海市珠海大道 8 号华发商都购物中心 3 号楼一层 C1025、C1026、C1027 号商铺
62	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司上海徐汇第二分店	上海市徐汇区虹桥路 1 号 403A 号铺位
63	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司厦门湖里万达广场分公司	厦门市湖里区仙岳路 4666 号厦门湖里万达广场购物中心室内步行街一层 160 号商铺
64	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司无锡万象城店	无锡市滨湖区金石路 88 号无锡万象城 2-51、2-53 号店铺
65	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司南宁	南宁市青秀区民族大道 136 号南宁华润中心



序号	分支机构	注册地址
	万象城一分店	万象城第 L4 层 435 号商铺
66	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司宁波来福士分店	宁波市江北区大庆南路 99 号来福士广场 L2-235 号商铺
67	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司成都万象城二分店	四川省成都市成华区双庆路 8 号成都万象城第三层 330 号商铺
68	深圳玛丝菲尔噢姆服饰有限公司重庆北城天街分店	重庆市江北区北城天街 10 龙湖·北城天街商场 B1 馆-2F-019、020、028、029 号
69	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司苏州唯泰分店	苏州工业园区唯亭阳澄环路 969 号苏州精品购物村 C4 单元
70	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司苏州印象城分店	苏州市工业园区现代大道 1699 号苏州印象城 2 层 2026 号商铺
71	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司赣州九方购物中心分店	赣州市章贡区长征大道 1 号赣州中航城招商用房一层 L113
72	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司常州新北万达广场分店	常州市新北区通江中路 88 号新北万达广场 2 号门 1 层 1038 号商铺
73	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司青岛万象城第一分店	青岛市市南区山东路华润中心万象城 L316/L317 商铺
74	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司青岛万象城第二分店	青岛市市南区山东路 6 号甲华润中心万象城 L309 商铺
75	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司珠海富华一分店	珠海市九州大道西 2023 号中海富华里中心之 1-101/102/103 号商铺
76	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司珠海富华二分店	珠海市九州大道西 2023 号中海富华里中心之 6-102/103 号商铺
77	深圳玛丝菲尔噢姆服饰有限公司昆明顺城购物中心分店	云南省昆明市五华区顺城街顺城购物中心 E2-12 号
78	深圳玛丝菲尔噢姆服饰有限公司厦门中华城分公司	厦门市思明区思明南路 175 号之 42 中华城 A2 地块 C 区二楼 2048 号店面
79	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司厦门思明南路第一分公司	厦门市思明南路 175 号之 40~41 中华城 A2 地块 C 区二楼 2046~2047 号店面
80	深圳玛丝菲尔噢姆服饰有限公司珠海华发分店	珠海市珠海大道 8 号 2 号楼 1 层 B1021 号商铺
81	深圳玛丝菲尔噢姆服饰有限公司北京分公司	北京市朝阳区酒仙桥路 18 号第 2 层第 33 号单元
82	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司厦门思明南路第二分公司	厦门市思明南路 177 号之 6 中华城 A2 地块 C 区三楼 3007 号店面
83	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司南京龙江分店	南京市草场门大街 99 号 1/41、1/42
84	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司大连凯德和平广场分店	大连市沙河区高尔基路 667 号 1 层 3 号
85	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司郑州中原万达分公司	郑州市中原区中原万达广场室内步行街一层 1023 号
86	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司昆明顺城分公司	昆明市五华区顺城购物中心 D1-0708 号
87	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司长沙开福万达广场分店	长沙市开福区中山路 589 号开福万达广场 B 区综合体室内步行街二层 2011 商铺
88	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司泸州万象汇分店	泸州市江阳区康城路一段 1 号华润万象汇 L132 号

序号	分支机构	注册地址
89	深圳玛丝菲尔噢姆服饰有限公司杭州第一分公司	杭州市江干区富春路701号万象城第3层第3008号商铺
90	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司上海川沙分店	上海市浦东新区申迪东路88号O1单元
91	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司赣州万象城分店	江西省赣州市章贡区章江新区华润中心万象城281号商铺
92	深圳玛丝菲尔噢姆服饰有限公司广州正佳广场分店	广州市天河区天河路228号正佳广场1F1D143-145号商铺
93	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司武汉万达一分店	武昌区水果湖沙湖大道18号K5地块汉街万达广场1-6层1室2F2022
94	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司武汉万达二分店	武昌区水果湖沙湖大道18号K5地块汉街万达广场1-6层1室2F2025
95	深圳玛丝菲尔噢姆服饰有限公司武汉万达店	武昌区水果湖沙湖大道18号K5地块汉街万达广场2层2030室
96	深圳玛丝菲尔噢姆服饰有限公司温州万象城分公司	温州市瓯海温瑞大道999号温州万象城二楼L216号
97	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司上海静安第四分店	上海市静安区南京西路1551号N2-05A室
98	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司惠州分公司	惠州市惠阳区镇隆镇井龙村青沥公路边（本公司厂区内）职工配套服务楼三楼（仅限办公）

#### （四）报告期内已注销的分支机构

报告期内发行人注销的分支机构为深圳玛丝菲尔时装股份有限公司苏活购物广场专卖店，该分支机构系玛丝菲尔有限公司于2009年11月30日设立，营业场所为深圳市福田区民田路东福华三路北路星河苏活购物公园111L1S-108-111，负责人为张学华（后更名为张漫蕲，下同）。由于正常业务调整，发行人于2015年5月25日将其注销。

## 六、实际控制人、发起人和主要股东情况

### （一）控股股东及实际控制人情况

发行人的控股股东为深圳恩情，持有发行人33,940.25万股股份，持股比例91.98%。

深圳恩情的股东为朱崇恇女士及姚建华先生，持股比例分别为98.48%和1.52%。截至本招股书签署日，朱崇恇与姚建华通过深圳恩情、睿远投资、崇远投资、华睿财智合计控制发行人的股份比例为95.01%。朱崇恇女士及姚建华先生为夫妻关系，共同构成玛丝菲尔的实际控制人。

### 1. 深圳恩情的基本情况

#### （1）1996年成立

深圳恩情成立于 1996 年 4 月 9 日，设立时注册资本 100 万元，分别由朱崇恽、黄英祝、朱宇枫出资，股权结构如下表所示：

股东名称	出资额（万元）	比例
朱崇恽	90	90%
黄英祝	5	5%
朱宇枫	5	5%
合计	100	100%

上述出资经深圳北成会计师事务所于 1996 年 3 月 11 日出具的北成验字[96]第 016 号《验资报告》验证；成立时公司注册地址为深圳市罗湖莲塘工业区 710 栋 3 楼东侧；经营范围包括兴办实业，国内商业，物质供销业。深圳恩情于 1996 年 4 月 9 日在深圳市工商行政管理局办理完毕工商注册登记手续，并取得了该局核发的注册号为 19242506-1 的《企业法人营业执照》。

### （2）2001 年第一次股权转让及增资

2001 年 6 月 10 日，深圳恩情召开股东会议，同意黄英祝将其持有的深圳恩情 5% 股权作价 5 万元转让给姚建华；股权转让完成后，深圳恩情的股东变更为朱崇恽、姚建华和朱宇枫。

股权转让完成后，各股东按股权比例以货币资金增加注册资本至 1,000 万元，朱崇恽、姚建华和朱宇枫分别增资 810 万元、45 万元、45 万元。上述增资由深圳市远东会计师事务所于 2001 年 7 月 23 日出具的深远东验字[2001]第 441 号《验资报告》验证，并于 2001 年 8 月 14 日办理完毕工商变更登记手续。本次增资完成后，深圳恩情的股权结构变更为：

股东名称	出资额（万元）	比例
朱崇恽	900	90%
姚建华	50	5%
朱宇枫	50	5%
合计	1,000	100%

### （3）2011 年第二次股权转让

2010 年 12 月 28 日，深圳恩情召开股东会议，同意朱宇枫将其持有的 5% 股权作价 50 万元转让给朱崇恽；双方于 2010 年 12 月 29 日签订股权转让协议，并于 2011 年 1 月 11 日办理完毕工商变更登记手续。本次增资完成后，深圳恩情的股权结构变更为：

股东名称	出资额（万元）	比例
朱崇恽	950	95%
姚建华	50	5%

股东名称	出资额（万元）	比例
合计	1,000	100%

#### （4） 2012 年增资

2012 年 2 月 10 日，深圳恩情召开股东会会议，同意朱崇辉以其持有的位于深圳市福田区天安数码城天祥大厦 2D 的房产（房产证号为深房地字 3000064647）增资，使深圳恩情注册资本从 1,000 万元增加至 3,300 万元。同日，朱崇辉与姚建华、深圳恩情签订了《深圳市恩情投资发展有限公司增资协议》，根据中企华 2011 年 6 月 21 日出具的中企华评报字（2011）第 3090-4 号《评估报告》，该房产以 2011 年 3 月 31 日为评估基准日评估作价 2,502.70 万元，其中 2,300 万元用于增加注册资本，剩余 202.7 万元计入资本公积。本次增资经深圳德源会计师事务所于 2012 年 2 月 16 日出具的深德源所验字[2012]10 号《验资报告》验证，并于 2012 年 2 月 20 日办理完毕工商变更登记手续。本次增资完成后，深圳恩情的股权结构变更为：

股东名称	出资额（万元）	比例
朱崇辉	3,250	98.48%
姚建华	50	1.52%
合计	3,300	100.00%

#### （5） 深圳恩情的历史经营情况

深圳恩情是公司实际控制人朱崇辉、姚建华夫妇早期从事服装业务的经营实体。发行人成立后，深圳恩情的主营业务逐步转由发行人经营，即注销深圳恩情开设的门店，由发行人在该门店原址重新设立分支机构或直营店继续经营，同时由发行人承接特许经营合同。

深圳恩情法人营业执照注册号为 440301105159596，经营期限为 20 年，现注册地址为深圳市福田区沙头街道天安工业区天祥大厦 F6、13 栋二楼 C2-2 室，法定代表人朱崇辉。目前深圳恩情的经营范围为兴办实业（具体项目另报），国内商业、物资供销业（不含专营、专卖、专控商品）。深圳恩情除持有玛丝菲尔、海南博睿传媒和辽宁萃兮华都商业发展有限公司股权外，未从事其他生产经营活动。

深圳恩情最近一年又一期的财务数据如下表所示，其中 2015 年数据已经审计，2016 年 1-6 月数据未经审计：

单位：万元

项目	2016.6.30 / 2016 年 1-6 月	2015.12.31 / 2015 年
----	--------------------------	---------------------

项目	2016.6.30 / 2016年1-6月	2015.12.31 / 2015年
总资产	396,905.46	387,494.79
净资产	328,255.54	332,129.99
净利润	-3,874.46	63,399.52

注：上表中为母公司数据

## 2. 实际控制人的基本情况

朱崇辉女士：中国国籍，1964年出生，持有香港居民身份证（非永久）及新西兰永久居留权，身份证号码33010619640909\*\*\*\*。住所为深圳市福田区。

姚建华先生，中国国籍，1956年出生，持有香港居民身份证（非永久）及新西兰永久居留权，身份号码为330102219560323\*\*\*\*。住所为深圳市福田区。

朱崇辉女士和姚建华先生的简历请参见本招股书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员 一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介（一）董事”。

### （二）发起人股东情况

公司发起人股东为深圳恩情、睿远投资、崇远投资和华睿财智。其中深圳恩情的情况参见本招股书本节“六、实际控制人、发起人和主要股东情况（一）控股股东及实际控制人情况 1. 深圳恩情的基本情况”，其他发起人股东情况如下：

#### 1. 深圳市睿远投资管理企业（有限合伙）

睿远投资成立于2012年1月10日，营业执照号码为440304602295140。成立时姚建华为普通合伙人和执行事务合伙人，朱崇辉为有限合伙人，出资额分别为45万元和5万元；经营范围为投资管理、企业管理咨询、投资咨询；投资兴办实业、股权投资。经营场所为深圳市福田区车公庙天祥大厦2C2-5室。

2012年11月2日，经全体合伙人同意，睿远投资的普通合伙人和执行事务合伙人变更为朱崇辉，姚建华为有限合伙人。

2012年11月19日，朱崇辉、姚建华与张漫蕲等39名玛丝菲尔员工签订了《深圳市睿远投资管理企业（有限合伙）之合伙协议》，协议约定出资总额为2,400.8632万元，经营期限20年，经营范围为：投资管理、企业管理咨询、投资咨询（不含人才中介、证券、保险、基金、金融业务及其他限制项目）；投资兴办实业（具体项目另行申报）；股权投资。具体经营范围仅限于持有及买卖玛

丝菲尔公司股份。

2012年11月29日，姚建华与张漫蕻等39名玛丝菲尔员工合计以现金增资2,350.86万元。2012年9月20日，睿远投资与崇远投资、华睿财智、深圳恩情共同签订了《关于深圳玛丝菲尔时装股份有限公司增资合同书》，约定睿远投资以人民币2,350.86万元的总价款认购玛丝菲尔新增的35.49万股股份（每股面值人民币1元），占本次增资后玛丝菲尔注册资本的1.03%，即投资价格为每股人民币66.24元，投资总价款超出新增注册资本部分人民币2,315.37万元计入公司资本公积。睿远投资向玛丝菲尔增资完成后，各合伙人的出资情况如下表所示：

序号	姓名	入伙金额 (元)	享有合伙企业中的权益	资金来源	在发行人及其子公司的任职情况(注)
1	朱崇辉	50,000	5.85%	自有资金	董事长、玛丝菲尔（新加坡）董事、玛丝菲尔（澳门）董事、玛丝菲尔（韩国）代表董事、玛丝菲尔时装（香港）董事、Krizia International 董事长及创意总监
2	姚建华	5,048,459	60.76%	自有资金	董事及总经理、设计集合公司执行（常务）董事及总经理、设计研发公司执行（常务）董事及总经理、Krizia 中国董事长
3	张漫蕻	445,012	0.79%	自有资金	深圳旗舰店负责人
4	楼赛晖	1,001,277	1.77%	自有资金	片区首席代表
5	刘丽华	148,337	0.26%	自有资金	片区首席代表
6	田湘蓉	296,675	0.52%	自有资金	片区首席代表
7	余婷	148,337	0.26%	自有资金	片区首席代表
8	龙宇	207,672	0.37%	自有资金	片区首席代表
9	张书萍	890,024	1.57%	自有资金	片区首席代表
10	孙强	890,024	1.57%	自有资金	片区首席代表
11	陈宝凤	296,800	0.52%	自有资金	片区（品牌）销售代表
12	顾利军	296,675	0.52%	自有资金	片区首席代表
13	邹小玲	445,012	0.79%	自有资金	片区首席代表
14	舒心	445,012	0.79%	自有资金	片区首席代表
15	郭洸	148,337	0.26%	自有资金	片区（品牌）销售代表
16	郑萍	296,675	0.52%	自有资金	片区首席代表
17	高月霞	148,337	0.26%	自有资金	片区（品牌）销售代表
18	王小芳	1,335,037	2.36%	自有资金	片区首席代表
19	谭文军	296,675	0.52%	自有资金	片区首席代表
20	张力军	890,024	1.57%	自有资金	市场发展中心副总经理、兼任片区首席代表
21	王建莉	148,337	0.26%	自有资金	片区首席代表

序号	姓名	入伙金额（元）	享有合伙企业中的权益	资金来源	在发行人及其子公司的任职情况（注）
22	刘北华	1,483,374	2.62%	自有资金	市场发展中心副总经理、兼任片区首席代表
23	赵蕊	148,338	0.26%	自有资金	片区（品牌）销售代表
24	张媛	296,675	0.52%	自有资金	片区首席代表
25	肖坤	148,337	0.26%	自有资金	片区首席代表
26	钱冬梅	148,337	0.26%	自有资金	片区首席代表
27	王丽媛	148,337	0.26%	自有及借贷资金	片区首席代表
28	段煜	296,675	0.52%	自有资金	片区首席代表
29	郗建平	296,675	0.52%	自有资金	片区首席代表
30	王红玲	296,675	0.52%	自有资金	片区首席代表
31	黄明红	741,687	1.31%	自有资金	片区首席代表
32	杨素萍	890,024	1.57%	自有资金	国际业务部经理、兼任片区首席代表
33	张显军	741,687	1.31%	自有资金	片区首席代表
34	郭朝查	741,687	1.31%	自有资金	片区首席代表
35	洪频	1,335,037	2.36%	自有资金	副总经理、董事会秘书；Krizia International 董事及总经理；Krizia 中国董事、副总经理
36	高沛晴	741,687	1.31%	自有资金	MF 事业部加盟管理部经理
37	祖秀峰	445,012	0.79%	自有资金	MASFER.SU 销售中心综合企划部高级主管
38	王顺文	148,337	0.26%	自有资金	采购中心皮革制品部跟单员
39	姚仁江	296,675	0.52%	自有资金	行政部总务后勤员工
40	张一晗	48,951	0.09%	自有资金	品牌管理中心高级平面设计师
41	孙佳莹	741,687	1.31%	自有资金	数据控制中心副主任
	合计	24,008,632	100.00%		

注：上表中合伙人职务为目前最新信息，已退伙人员职务为入伙时信息。

2013 年及 2014 年，陈宝凤、王丽媛、张一晗、田湘蓉因个人原因离职，将其出资额按合伙协议约定全部转让给姚建华。2015 年，刘丽华、段煜因个人原因离职，将其出资额按合伙协议约定分别转让给洪频、姚建华。2016 年，刘北华因个人原因离职，将其出资额按合伙协议约定转让给姚建华。

截至本招股书签署日，除姚建华、陈宝凤、王丽媛、张一晗、田湘蓉、刘丽华、段煜、洪频和刘北华的出资情况变更之外，其余合伙人出资额情况及间接持有玛丝菲尔股份数如下表所示：

序号	姓名	出资金额（元）	享有合伙企业中的权益	间接持有发行人的股份数（股）
1	朱崇辉	50,000	5.85%	223,289
2	姚建华	7,619,271	65.30%	2,492,885

序号	姓名	出资金额（元）	享有合伙企业中的权益	间接持有发行人的股份数（股）
3	张漫蕻	445,012	0.79%	30,000
4	楼赛晖	1,001,277	1.77%	67,500
5	余婷	148,337	0.26%	10,000
6	龙宇	207,672	0.37%	14,000
7	张书萍	890,024	1.57%	60,000
8	孙强	890,024	1.57%	60,000
9	顾利军	296,675	0.52%	20,000
10	邹小玲	445,012	0.79%	30,000
11	舒心	445,012	0.79%	30,000
12	郭洸	148,337	0.26%	10,000
13	郑萍	296,675	0.52%	20,000
14	高月霞	148,337	0.26%	10,000
15	王小芳	1,335,037	2.36%	90,000
16	谭文军	296,675	0.52%	20,000
17	张力军	890,024	1.57%	60,000
18	王建莉	148,337	0.26%	10,000
19	赵蕊	148,338	0.26%	10,000
20	张媛	296,675	0.52%	20,000
21	肖坤	148,337	0.26%	10,000
22	钱冬梅	148,337	0.26%	10,000
23	郜建平	296,675	0.52%	20,000
24	王红玲	296,675	0.52%	20,000
25	黄明红	741,687	1.31%	50,000
26	杨素萍	890,024	1.57%	60,000
27	张显军	741,687	1.31%	50,000
28	郭朝查	741,687	1.31%	50,000
29	洪频	1,483,374	2.62%	100,000
30	高沛晴	741,687	1.31%	50,000
31	祖秀峰	445,012	0.79%	30,000
32	王顺文	148,337	0.26%	10,000
33	姚仁江	296,675	0.52%	20,000
34	孙佳莹	741,687	1.31%	50,000
	<b>合计</b>	<b>24,008,632</b>	<b>100.00%</b>	<b>3,817,674</b>

睿远投资最近一年及一期的财务数据如下表所示（数据未经审计）：

单位：万元

项目	2016.6.30 / 2016年1-6月	2015.12.31 / 2015年
总资产	2,526.32	2,526.46
净资产	2,387.42	2,389.71
净利润	-2.29	616.98

## 2. 深圳市崇远投资管理企业（有限合伙）

崇远投资成立于2012年1月10日，营业执照号码为440304602295088。



成立时姚建华为普通合伙人和执行事务合伙人，朱崇恽为有限合伙人，出资额分别为 45 万元和 5 万元；经营范围为投资管理、企业管理咨询、投资咨询；投资兴办实业、股权投资。经营场所为深圳市福田区车公庙天祥大厦 2C2-6 室。

2012 年 11 月 2 日，经全体合伙人同意，崇远投资的普通合伙人和执行事务合伙人变更为朱崇恽，姚建华为有限合伙人。

2012 年 11 月 19 日，朱崇恽、姚建华与张芳等 46 名玛丝菲尔员工签订了《深圳市崇远投资管理企业（有限合伙）之合伙协议》，协议约定出资总额为 2,484.22 万元，经营期限 20 年，经营范围为：投资管理（不含证券、期货、保险及其他金融业务）；企业管理咨询、投资咨询（不含人才中介、证券、保险、基金、金融业务及其它限制项目）（不含限制项目）；投资实业（具体项目另行申报）；股权投资。具体经营范围仅限于持有及买卖玛丝菲尔公司股份。

2012 年 11 月 29 日，姚建华与张芳等 46 名玛丝菲尔员工合计以现金增资 2,434.22 万元。2012 年 9 月 20 日，崇远投资与睿远投资、华睿财智、深圳恩情共同签订了《关于深圳玛丝菲尔时装股份有限公司增资合同书》，约定崇远投资以人民币 2,434.22 万元的总价款认购玛丝菲尔新增的 36.75 万股股份（每股面值人民币 1 元），占本次增资后公司注册资本的 1.05%，即投资价格为每股人民币 66.24 元，投资总价款超出新增注册资本部分人民币 2,397.47 万元计入公司资本公积。崇远投资向玛丝菲尔增资完成后，各合伙人出资情况如下表所示：

序号	姓名	入伙金额 (元)	享有合伙企业权益	资金来源	在发行人及其子公司的 任职情况（注）
1	朱崇恽	50,000	5.76%	自有资金	董事长、玛丝菲尔（新加坡）董事、玛丝菲尔（澳门）董事、玛丝菲尔（韩国）代表董事、玛丝菲尔时装（香港）董事、Krizia International 董事长及创意总监
2	姚建华	1,933,374	54.46%	自有资金	董事及总经理、设计集合公司执行（常务）董事及总经理、设计研发公司执行（常务）董事及总经理、Krizia 中国董事长
3	张芳	1,483,374	2.58%	自有资金	董事、玛丝菲尔噢姆服饰董事及总经理、噢姆（澳门）董事
4	王立军	1,483,374	2.58%	自有及借贷资金	副总经理、素时装董事及总经理
5	储波兰	1,038,362	1.81%	自有及借贷资金	采购中心副总经理、监事会主席
6	张梅	1,068,030	1.86%	自有及借贷资金	饰品皮革制造中心副总经理、职工代表监事

序号	姓名	入伙金额 (元)	享有合伙企业权益	资金来源	在发行人及其子公司的 任职情况（注）
7	黄金香	445,014	0.77%	自有资金	职工代表监事、人力资源部人事薪酬专员、玛丝菲尔噢姆服饰监事
8	焦凤	1,186,699	2.07%	自有资金	片区首席代表、职工代表董事
9	彭世琼	519,181	0.90%	自有资金	财务总监
10	胡红云	1,483,374	2.58%	自有资金	副总经理，兼任市场发展中心总经理
11	吕亚九	1,483,374	2.58%	自有资金	总工程师，兼任总部工程筹建中心总经理
12	洪雅丽	296,675	0.52%	自有资金	技术中心技术部副经理
13	王清军	296,675	0.52%	自有资金	技术中心品质管理部跟单员
14	周奎章	445,012	0.77%	自有资金	技术中心品质管理部制单员
15	程功	445,012	0.77%	自有及借贷资金	数据控制中心维护工程组组长
16	文丽萍	445,012	0.77%	自有资金	财务管理中心总账管理部经理
17	李知力	786,188	1.37%	自有及借贷资金	审计部部长、玛丝菲尔噢姆服饰董事、Krizia 中国监事、素时装监事
18	蔡军辉	148,337	0.26%	自有资金	品牌管理中心摄影工作室经理
19	郭苏英	445,012	0.77%	自有资金	退休
20	隋敏霞	74,169	0.13%	自有资金	人力资源中心薪酬绩效组主管
21	李令云	890,024	1.55%	自有及借贷资金	惠州明佳豪实业执行董事及经理、阿卡特时装执行（常务）董事
22	吴艳	296,675	0.52%	自有资金	设计中心开发部经理
23	赵辉	148,337	0.26%	自有及借贷资金	采购中心纺织品原辅材料采购部副经理
24	熊娟娟	148,338	0.26%	自有资金	片区 VIP 专员
25	官红梅	148,337	0.26%	自有资金	饰品皮革制造中心皮革部综合计划组组长
26	胡发新	445,012	0.77%	自有资金	产品制造中心副总经理助理
27	柳建连	296,674	0.52%	自有资金	退休
28	罗金香	148,337	0.26%	自有资金	品质管理部跟单员
29	刘礼希	222,506	0.39%	自有资金	产品制造中心生产部副经理，阿卡特时装总经理
30	陈勇	148,337	0.26%	自有资金	行政部经理
31	陈有华	296,675	0.52%	自有资金	MDC 商品副经理
32	楼淑平	148,337	0.26%	自有资金	技术中心品质管理部样品管理组主管
33	朱兴华	890,024	1.55%	自有资金	产品制造中心职员
34	郭艳波	148,337	0.26%	自有资金	采购中心针织品部跟单主管
35	李洪波	445,012	0.77%	自有资金	产品制造中心生产部放码组组长
36	许中文	192,839	0.34%	自有资金	技术中心品质管理部品检组职员
37	杨昌斌	44,501	0.08%	自有资金	产品制造中心跟单员
38	邓飞跃	148,337	0.26%	自有资金	仓储物流中心副主任
39	罗春仙	445,012	0.77%	自有资金	采购中心纺织品原辅材料采购部采购员
40	吴静	296,675	0.52%	自有及借贷资金	行政部职员
41	刘锡林	148,337	0.26%	自有资金	工程部店柜设计工作室高级空间设计师

序号	姓名	入伙金额 (元)	享有合伙企业权益	资金来源	在发行人及其子公司的 任职情况（注）
42	俞立华	445,012	0.77%	自有及借 贷资金	噢姆采购中心经理
43	黄慧强	1,335,036	2.32%	自有资金	网络销售中心总经理
44	陈文龙	296,675	0.52%	自有及借 贷资金	技术中心技术部副经理
45	于青春	178,005	0.31%	自有资金	技术中心技术部纸样师
46	王江华	296,675	0.52%	自有资金	市场发展中心店柜陈列管理部主管
47	高万喜	341,176	0.59%	自有及借 贷资金	MF 事业部综合计划部高级主管
48	李志立	296,675	0.52%	自有资金	二分厂厂长
	<b>合计</b>	<b>24,842,165</b>	<b>100.00%</b>		

注：上表中合伙人职务为目前最新信息，已退伙人员职务为入伙时信息。第 31 项中的 MDC 为公司正在筹划的新品牌。

2013 年、2014 年及 2015 年，郭艳波、罗金香、胡发新、李志立、许中文、邓飞跃、赵辉、楼淑平、刘锡林因个人原因离职，分别将其出资额按合伙协议约定全部转让给姚建华。2016 年，王江华因个人原因离职，将其出资额按合伙协议约定转让给彭瑞群。

截至本招股书签署日，除姚建华、郭艳波、罗金香、胡发新、李志立、许中文、邓飞跃、赵辉、楼淑平、刘锡林、王江华和彭瑞群的出资情况变更之外，其余合伙人出资情况及间接所持玛丝菲尔股份数量情况如下表所示：

序号	姓名	出资金额（元）	享有合伙企业中的权 益	间接持有发行人的股份 数（股）
1	朱崇恽	50,000	5.76%	223,283
2	姚建华	3,757,922	57.63%	2,232,479
3	张芳	1,483,374	2.58%	100,000
4	王立军	1,483,374	2.58%	100,000
5	储波兰	1,038,362	1.81%	70,000
6	张梅	1,068,030	1.86%	72,000
7	黄金香	445,014	0.77%	30,000
8	焦凤	1,186,699	2.07%	80,000
9	彭世琼	519,181	0.90%	35,000
10	胡红云	1,483,374	2.58%	100,000
11	吕亚九	1,483,374	2.58%	100,000
12	程功	445,012	0.77%	30,000
13	文丽萍	445,012	0.77%	30,000
14	李知力	786,188	1.37%	53,000
15	蔡军辉	148,337	0.26%	10,000
16	郭苏英	445,012	0.77%	30,000
17	隋敏霞	74,169	0.13%	5,000
18	洪雅丽	296,675	0.52%	20,000

序号	姓名	出资金额（元）	享有合伙企业中的权益	间接持有发行人的股份数（股）
19	王清军	296,675	0.52%	20,000
20	周奎章	445,012	0.77%	30,000
21	李令云	890,024	1.55%	60,000
22	吴艳	296,675	0.52%	20,000
23	熊娟娟	148,338	0.26%	10,000
24	官红梅	148,337	0.26%	10,000
25	柳建连	296,674	0.52%	20,000
26	刘礼希	222,506	0.39%	15,000
27	陈勇	148,337	0.26%	10,000
28	陈有华	296,675	0.52%	20,000
29	朱兴华	890,024	1.55%	60,000
30	李洪波	445,012	0.77%	30,000
31	杨昌斌	44,501	0.08%	3,000
32	罗春仙	445,012	0.77%	30,000
33	吴静	296,675	0.52%	20,000
34	俞立华	445,012	0.77%	30,000
35	黄慧强	1,335,036	2.32%	90,000
36	陈文龙	296,675	0.52%	20,000
37	于青春	178,005	0.31%	12,000
38	彭瑞群	296,675	0.52%	20,000
39	高万喜	341,176	0.59%	23,000
	合计	<b>24,842,165</b>	<b>100.00%</b>	<b>3,873,762</b>

崇远投资最近一年及一期的财务数据如下表所示（数据未经审计）：

单位：万元

项目	2016.6.30 / 2016年1-6月	2015.12.31 / 2015年
总资产	2,612.44	2,612.30
净资产	2,471.68	2,473.69
净利润	-2.01	626.16

### 3. 深圳市华睿财智投资管理企业（有限合伙）

华睿财智成立于2012年1月10日，营业执照注册号为440304602295220，成立时姚建华为普通合伙人和执行事务合伙人，朱崇恽为有限合伙人，出资额分别为45万元和5万元；经营范围为投资管理、企业管理咨询、投资咨询；投资兴办实业、股权投资。经营场所为深圳市福田区车公庙天祥大厦2C2-7室。

2012年11月19日，朱崇恽、姚建华与史莉萍等19名外部人士签订了《深圳市华睿财智投资管理企业（有限合伙）之合伙协议》，协议约定出资总额为1,919.05万元，经营期限20年，经营范围为：投资管理、企业管理咨询；投资兴办实业、股权投资（具体项目另行申办）。具体经营范围仅限于持有及买卖玛丝菲尔公司股份。

2012年11月26日，经全体合伙人同意，华睿财智的普通合伙人和执行事务合伙人变更为朱崇辉。

2012年11月29日，姚建华与史莉萍等19名外部人士合计增加出资1,869.05万元。2012年9月20日，华睿财智与睿远投资、崇远投资、深圳恩情共同签订了《关于深圳玛丝菲尔时装股份有限公司增资合同书》，约定华睿财智以人民币1,869.05万元的总价款认购公司新增的28.21万股股份（每股面值人民币1元），占本次增资后公司注册资本的0.95%，即投资价格为每股人民币66.24元，投资总价款超出新增注册资本部分人民币1,840.83万元计入公司资本公积。华睿财智向玛丝菲尔增资完成后，各合伙人的出资情况及间接持有玛丝菲尔股份数量如下表所示：

序号	姓名	入伙金额 (元)	占合伙企业 中的权益	资金 来源	任职情况
1	朱崇辉	50,000	6.39%	自有资金	董事长、深圳恩情董事长、博睿财智董事、崇远投资执行事务合伙人、睿远投资执行事务合伙人、华睿财智执行事务合伙人、现代厨坊董事、上海扒工房董事、海南博睿传媒董事长、香港统生董事、玛丝菲尔（新加坡）董事、玛丝菲尔（澳门）董事、玛丝菲尔（韩国）代表董事、玛丝菲尔时装（香港）董事、Krizia International 董事长及创意总监
2	姚建华	2,081,711	60.68%	自有资金	董事及总经理、设计集合公司执行（常务）董事及总经理、设计研发公司执行（常务）董事及总经理、Krizia 中国董事长、深圳恩情董事、博睿财智董事长、博睿创业监事、现代厨坊董事长、深圳钦舟实业执行（常务）董事、海南博睿传媒董事、真彩投资董事、企泽有限董事
3	史莉萍	2,966,748	5.73%	自有资金	海南博睿传媒董事
4	李林华	1,483,374	2.86%	自有资金	上海华浙投资公司执行董事、青莲地产总经理
5	朱宇枫	1,483,374	2.86%	自有资金	群山服饰总经理
6	彭瑞涛	1,483,374	2.86%	自有资金	深圳相为资本投资管理有限公司执行（常务）董事及总经理、广州大麦信息科技有限公司董事、深圳微禾投资有限公司监事、广州欧粒信息科技有限公司监事
7	缪建东	741,687	1.43%	自有资金	张家港利东贸易发展有限公司执行董事兼总经理
8	邬锡娣	741,687	1.43%	自有资金	宁波保税区宝利来国际贸易有限公司总经理兼董事长
9	庞建军	741,687	1.43%	自有资金	内蒙古精雕贸易有限公司执行董事
10	宋敏	741,687	1.43%	自有资金	安徽上东商贸有限公司执行董事兼总经理
11	刘俊义	741,687	1.43%	自有资金	潍坊博越贸易有限公司财务总监
12	陈强	741,687	1.43%	自有资金	襄阳怡博服饰有限公司执行董事兼总经理

序号	姓名	入伙金额 (元)	占合伙企业 中的权益	资金 来源	任职情况
13	丁玲	741,687	1.43%	自有资金	河南省南阳市丽晶服饰有限公司实际控制人
14	高峡	741,687	1.43%	借贷资金	宜昌市海韵商贸有限公司执行董事
15	李晴	741,687	1.43%	自有资金	深圳市妇幼保健院科室副主任
16	宋彦淑	445,012	0.86%	自有资金	噢姆服饰董事、阿卡特时装监事、设计集合公司监事、设计研发公司监事、合肥蓝玛赫董事（注）
17	郭碧陵	890,024	1.72%	自有资金	深圳恩情总经理、博睿财智董事及总经理、现代厨坊总经理、峰昭科技（深圳）有限公司监事
18	韩梅花	445,012	0.86%	自有资金	现代厨坊采购部经理、监事及博睿财智监事、深圳扒工房监事
19	张丽英	445,012	0.86%	自有资金	博睿财智行政后勤人员
20	杨迪英	296,675	0.57%	自有资金	博睿财智行政后勤人员
21	孙文亿	445,012	0.86%	自有资金	现代厨坊出品总监
	合计	19,190,511	100%		

注：宋彦淑入伙华睿财智时的职务为现代厨坊营运督导部经理，2014年3月起，在发行人先后担任人力资源部薪酬管理组主管，人力资源部副经理等职务，现因个人原因已经离职。

2016年，宋彦淑因个人原因离职，将其出资额按合伙协议约定转让给姚建华。截至本招股书签署日，除姚建华和宋彦淑的出资情况变更之外，其余合伙人出资情况及间接所持玛丝菲尔股份数量情况如下表所示：

序号	姓名	出资金额(元)	占合伙企业中的权益	间接持有发行人股份数（股）
1	朱崇恽	50,000	6.39%	223,294
2	姚建华	2,526,723	61.54%	2,149,660
3	史莉萍	2,966,748	5.73%	200,000
4	李林华	1,483,374	2.86%	100,000
5	朱宇枫	1,483,374	2.86%	100,000
6	彭瑞涛	1,483,374	2.86%	100,000
7	缪建东	741,687	1.43%	50,000
8	邬锡娣	741,687	1.43%	50,000
9	庞建军	741,687	1.43%	50,000
10	宋敏	741,687	1.43%	50,000
11	刘俊义	741,687	1.43%	50,000
12	陈强	741,687	1.43%	50,000
13	丁玲	741,687	1.43%	50,000
14	高峡	741,687	1.43%	50,000
15	李晴	741,687	1.43%	50,000
16	郭碧陵	890,024	1.72%	60,000
17	韩梅花	445,012	0.86%	30,000
18	张丽英	445,012	0.86%	30,000

序号	姓名	出资金额(元)	占合伙企业中的权益	间接持有发行人股份数（股）
19	杨迪英	296,675	0.57%	20,000
20	孙文亿	445,012	0.86%	30,000
	合计	<b>19,190,511</b>	<b>100%</b>	<b>3,492,954</b>

华睿财智最近一年及一期的财务数据如下表所示（数据未经审计）：

单位：万元

项目	2016.6.30 / 2016年1-6月	2015.12.31 / 2015年
总资产	2,133.96	2,309.26
净资产	1,906.81	1,908.66
净利润	-1.85	564.18

### （三）控股股东和实际控制人控制的其他企业

截至本招股书签署日，除发行人及其子公司外，实际控制人控制的其他企业简要情况如下：

#### 1. 深圳恩情

参见本招股书本节“六、实际控制人、发起人和主要股东情况（一）控股股东及实际控制人情况”。

#### 2. 海南博睿传媒

成立时间：2001年11月6日

注册资本：1,250万元

实收资本：1,250万元

住所：海口市龙昆南路89号汇隆广场三单元四、五、六层

主营业务：投资管理；报刊的发行；信息咨询服务；企业形象策划等

股东构成：深圳恩情出资700万元，占比56%，海南特区报社出资300万元，占比24%，博睿财智出资250万元，占比20%

海南博睿传媒最近一年及一期经审计的财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	2016.6.30 / 2016年1-6月	2015.12.31 / 2015年
总资产	3,378.34	4,821.61
净资产	2,667.90	2,766.11
净利润	-98.21	-2,854.22

#### 3. 博睿财智

成立时间：2004年7月5日

注册资本：1,000万元

实收资本：1,000万元

住所：深圳市福田区车公庙天祥大厦2C2-8（仅限办公）

主营业务：兴办实业（具体项目另行申报）；国内商业、物资供销业（不含专营、专控、专卖商品）

股东构成：朱崇恂出资500万元，姚建华出资500万元，各占50%出资比例

博睿财智最近一年及一期的财务数据如下表所示（数据未经审计）：

单位：万元

项目	2016.6.30 / 2016年1-6月	2015.12.31 / 2015年
总资产	251,992.24	254,108.94
净资产	80,081.48	76,181.76
净利润	3,899.72	41,630.71

#### 4. 企泽有限（RICHFUL FOREST LIMITED）

成立时间：2011年11月9日

投资总额：156.25万美元

地址：香港九龙新浦岗大有街29号宏基中心10楼1003室

主营业务：投资管理、投资咨询

股东构成：博睿财智出资156.25万美元，占比100%

企泽有限最近一年及一期的财务数据如下表所示（数据未经审计）：

单位：港币万元

项目	2016.6.30 / 2016年1-6月	2015.12.31 / 2015年
总资产	8,499.24	10,227.51
净资产	-9,381.96	-7,646.30
净利润	-1,735.66	-3,731.20

#### 5. 真彩投资（TRUECOLOR INVESTMENTS LIMITED）

成立时间：2004年11月12日

投资总额：5万美元

注册地（主要生产经营地）：P.O. Box 957, Offshore Incorporations Centre, Road Town, Tortola, British Virgin Islands

主营业务：股权性投资及管理



股东构成：企泽有限出资 5 万美元，占比 100%

真彩投资最近一年及一期的财务数据如下表所示（数据未经审计）：

单位：港币万元

项目	2016.6.30 / 2016 年 1-6 月	2015.12.31 / 2015 年
总资产	179.76	191.16
净资产	51.72	52.13
净利润	-0.41	-2.40

## 6. 香港统生（United Wise Investment Limited）

成立时间：1997 年 2 月 26 日

发行股本：1 万港元

地址：香港九龙新浦岗大有街 29 号宏基中心 10 楼 1002 室

主营业务：贸易

股东构成：企泽有限出资 1 万港币，占比 100%

香港统生最近一年及一期的财务数据如下表所示（数据未经审计）：

单位：港币万元

项目	2016.6.30 / 2016 年 1-6 月	2015.12.31 / 2015 年
总资产	391.81	914.03
净资产	-778.03	-255.62
净利润	-16.61	-30.98

## 7. 博睿创业

成立时间：2010 年 3 月 18 日

注册资本：5,000 万元

实收资本：5,000 万元

住所：深圳市福田区车公庙天祥大厦 2C2-3

主营业务：创业投资业务；创业投资咨询；为创业企业提供创业管理服务业务；参与设立创业投资企业与创业投资管理顾问机构

股东构成：深圳市博睿财智控股有限公司出资 5,000 万元，占比 100%

博睿创业最近一年及一期的财务数据如下表所示（数据未经审计）：

单位：万元

项目	2016.6.30 / 2016 年 1-6 月	2015.12.31 / 2015 年
总资产	5,987.01	6,013.53
净资产	5,573.32	5,693.02
净利润	-119.70	-10.09

## 8. 深圳钦舟实业

成立时间：1995年6月22日

注册资本：34,375万元

实收资本：34,375万元

住所：深圳市福田区车公庙天祥大厦2C2-1单元

主营业务：房地产开发、销售；日用百货、化工产品（不含危险化学品）、建筑材料的批发、代购代销。（以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营）

股东构成：博睿财智出资34,375万元，占比100%

深圳钦舟实业最近一年及一期的财务数据如下表所示（数据未经审计）：

单位：万元

项目	2016.6.30 / 2016年1-6月	2015.12.31 / 2015年
总资产	91,908.47	76,968.68
净资产	90,897.91	74,908.85
净利润	15,989.06	9,536.41

## 9. 现代厨坊

成立时间：2006年8月7日

注册资本：1,000万元

实收资本：1,000万元

住所：深圳市福田区车公庙天祥大厦2C1-2（仅限办公）

主营业务：餐饮管理；餐具、办公用品、包装用品、劳保用品、冷冻海鲜、冻肉的销售；从事广告业务；投资兴办实业（具体项目另行申报）。西餐制售（含西式糕点制售、裱花蛋糕、沙拉；不含其他须特别申报的许可项目，仅限于分支机构）

股东构成：博睿财智出资850万元，占比85%；姚建华出资137.5万元，占比13.8%；朱崇辉出资12.5万元，占比1.2%

现代厨坊最近一年及一期的财务数据如下表所示（数据未经审计）：

单位：万元

项目	2016.6.30 / 2016年1-6月	2015.12.31 / 2015年
总资产	6,692.34	6,686.68
净资产	-1,165.71	-1,161.37
净利润	-4.34	-183.27

## 10. 武汉新晟

成立时间：2003年05月16日

注册资本：5,000万元人民币

实收资本：5,000万元人民币

住所：武汉市江岸区永清街中原大厦20层E、F室

主营业务：日用百货、针纺织品、计算机及配件、建筑及装饰材料批零兼营；金属材料加工、销售；装饰材料开发、生产、销售；汽车（不含小轿车）销售。（上述经营范围中国家有专项规定的，凭许可证经营）

股东构成：深圳钦舟实业出资4,000万元，占比80%；陈起贵出资1000万元，占比20%

武汉新晟2014年6月30日/2014年1-6月的财务数据如下表所示（数据未经审计）：

单位：万元

项目	2014.6.30 / 2014年1-6月
总资产	4,860.37
净资产	4,844.82
净利润	-13.65

根据朱崇晖、姚建华、玛丝菲尔、博睿财智、深圳钦舟实业、武汉新晟出具的承诺，以及武汉新晟的财务报表，武汉新晟报告期内未实际开展经营活动，且至2013年5月15日其经营期限已届满，而武汉新晟股东会并未作出修改公司章程延长经营期限的决议。鉴于武汉新晟已停止生产经营活动，发行人律师认为，截至基准日，从实质重于形式的角度出发，武汉新晟与发行人不存在实质意义上的同业竞争。

## 11. 又一会餐饮

成立时间：2007年11月7日

注册资本：50万元

实收资本：50万元

住所：上海市杨浦区淞沪路8号7层24-28室

主营业务：大型饭店（含熟食卤味）

股东构成：现代厨坊出资50万元，占比100%

又一会餐饮最近一年及一期的财务数据如下表所示（数据未经审计）：

单位：万元

项目	2016.6.30 / 2016年1-6月	2015.12.31 / 2015年
总资产	1.76	1.81
净资产	-2,562.56	-2,562.51
净利润	-0.05	282.22

## 12. 深圳扒工房

成立时间：2008年3月27日

注册资本：100万元

实收资本：100万元

住所：深圳市南山区商业文化中心区海岸城广场423号

主营业务：西餐制售

股东构成：现代厨坊出资100万元，占比100%

深圳扒工房最近一年及一期的财务数据如下表所示（数据未经审计）：

单位：万元

项目	2016.6.30 / 2016年1-6月	2015.12.31 / 2015年
总资产	555.31	681.92
净资产	-1,494.14	-1,363.37
净利润	-130.77	454.99

## 13. 蓝玛赫餐饮

成立时间：2011年10月24日

注册资本：50万元

实收资本：50万元

住所：深圳市南山区白石路东8号欢乐海岸曲水湾8栋

主营业务：西餐制售，日本料理制售

股东构成：现代厨坊出资50万元，占比100%

蓝玛赫餐饮最近一年及一期的财务数据如下表所示（数据未经审计）：

单位：万元

项目	2016.6.30 / 2016年1-6月	2015.12.31 / 2015年
总资产	148.81	234.45
净资产	-624.63	-534.33
净利润	-90.30	-170.63

## 14. 上海扒工房

成立时间：2010年5月27日

注册资本：100万元

实收资本：100万元

住所：上海市浦东新区三林路235号8幢457室

主营业务：餐饮管理，企业管理，市场营销策划，投资管理，酒店管理

股东构成：现代厨坊出资100万元，占比100%

上海扒工房最近一年及一期的财务数据如下表所示（数据未经审计）：

单位：万元

项目	2016.6.30 / 2016年1-6月	2015.12.31 / 2015年
总资产	8,101.85	8,102.18
净资产	-601.42	-601.09
净利润	-0.33	-135.70

### 15. 合肥蓝玛赫

成立时间：2012年8月10日

注册资本：100万元

实收资本：100万元

住所：合肥市庐阳区长江中路98号银泰中心六层

主营业务：中型餐馆（按许可证核准范围在有效期内经营）

股东构成：现代厨坊出资51万元，占比51%，安徽上东商贸有限公司出资49万元，占比49%

合肥蓝玛赫最近一年及一期的财务数据如下表所示（数据未经审计）：

单位：万元

项目	2016.6.30 / 2016年1-6月	2015.12.31 / 2015年
总资产	47.62	67.03
净资产	-250.88	-226.28
净利润	-24.60	-80.35

### 16. 青莲地产

成立时间：2002年3月28日

注册资本：5,000万元

实收资本：5,000万元

住所：上海市长宁区延安西路500号2504室

主营业务：房地产开发经营；销售建筑装饰材料，金属材料（除贵稀金属），

计算机软硬件，通讯器材（除专控），办公用品，家具，日用百货（涉及行政许可的，凭许可证经营）

股东构成：绿城房地产集团有限公司出资 1,020 万元，占比 20.40%；上海扒工房出资 1,350 万元，占比 27.00%；上海华浙投资管理有限公司出资 980 万元，占比 19.60%；博睿财智出资 1,650 万元，占比 33.00%

青莲地产最近一年及一期的财务数据如下表所示（数据未经审计）：

单位：万元

项目	2016.6.30 / 2016 年 1-6 月	2015.12.31 / 2015 年
总资产	88,540.95	85,581.01
净资产	35,006.84	35,210.07
净利润	-203.23	-151.82

### 17. 河源华崇

成立时间： 2014 年 05 月 29 日

注册资本： 200 万元

实收资本： 200 万元

住所：河源市兴源路广晟花园广场 A305-3

主营业务：实业投资（具体项目另行审批）、酒店管理、社会经济信息咨询、林木种植（不含桉树），销售：农产品（不含蔬菜、肉类初级农产品）

股东构成：姚建华出资 188 万元，占比 94%；蔡体法、陈汉武、段邦湖、颜惠元、于湘勇和张庆坚每人分别出资 2 万元，分别占比 1%。

河源华崇最近一年及一期的财务数据如下表所示（数据未经审计）：

单位：万元

项目	2016.6.30 / 2016 年 1-6 月	2015.12.31 / 2015 年
总资产	48.49	50.98
净资产	48.49	50.98
净利润	-2.50	-148.57

### 18. 美清文化

成立时间： 2013 年 07 月 1 日

注册资本： 100 万元

实收资本： 0 万元

住所：海南省海口市琼山区龙昆南路 89 号汇隆广场三单元 3-412 房

主营业务：设计、制作、代理、发布国内各类广告。（以上项目凡涉及许

可经营的凭许可证经营)

股东构成：海南博睿传媒投资有限公司出资 60 万元，分别占比 60%；海南暴雪广告投资有限公司出资 40 万元，占比 40%。

美清文化最近一年及一期经审计的财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	2016.6.30 / 2016 年 1-6 月	2015.12.31 / 2015 年
总资产	-	-
净资产	-	-
净利润	-	-

### 19. 德逸物业

成立时间： 2014 年 6 月 11 日

注册资本： 100 万元

实收资本： 100 万元

住所：上海市长宁区宣化路 3 号 2119 室

主营业务：物业管理，保洁服务，建筑装修装饰建设工程设计施工一体化，绿化工程；汽车租赁（不含操作人员）；停车场（库）管理；租售花木

股东构成：上海青莲房地产开发有限公司出资 100 万元，占比 100%。

德逸物业最近一年及一期的财务数据如下表所示（数据未经审计）：

单位：万元

项目	2016.6.30 / 2016 年 1-6 月	2015.12.31 / 2015 年
总资产	99.33	99.39
净资产	99.33	99.39
净利润	-588.38	-0.59

### 20. 睿远投资

参见本招股书本节“六、实际控制人、发起人和主要股东情况（二）发起人股东情况”。

### 21. 崇远投资

参见本招股书本节“六、实际控制人、发起人和主要股东情况（二）发起人股东情况”。

### 22. 华睿财智

参见本招股书本节“六、实际控制人、发起人和主要股东情况（二）发起

人股东情况”。

#### （四）实际控制人在报告期内曾经控制的企业

报告期内，实际控制人之一姚建华曾经控制东百集团（SH.600693）及其子公司，东百集团的基本情况如下：

成立时间：1981年10月31日

注册资本：44,911.46万元

实收资本：44,911.46万元

注册地（主要生产经营地）：福建省福州市八一七北路84号

主营业务：一般经营项目：黄金、珠宝首饰零售；针、纺织品，百货，家具，日用杂货，五金、交电、化工产品（不含危险化学品及易制毒化学品），仪器仪表，计量衡器具，电子计算机及配件，工艺美术品，建筑材料，工艺生产资料的批发、零售；信息服务；物业管理；房地产开发。许可经营项目：零售保健食品（详见闽食健经营证第2010-1A0154号）（以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营）

股东构成：发行人的实际控制人之一姚建华直接持有东百集团3.54%的股份，姚建华、朱崇恂夫妇所控制的深圳钦舟实业直接持有东百集团17.54%的股份，从而姚建华、朱崇恂通过直接和间接方式合计持有东百集团21.08%的股份，在2012年9月至2013年9月期间成为东百集团的实际控制人，其简要情况如下：

2012年7月，博睿财智与东百集团的控股股东深圳钦舟实业及其股东签订了《增资协议》，博睿财智出资23,375万元，出资比例为68%，成为深圳钦舟实业的控股股东。此前，姚建华直接持有东百集团1,213.78万股股份，占东百集团总股本的3.54%，深圳钦舟实业持有东百集团6,020.41万股股份，占东百集团总股本的17.54%。因此姚建华与博睿财智合计持有东百集团股份的比例达到21.08%。由于姚建华、朱崇恂夫妇分别持有博睿财智50%的股权，故增资后东百集团控股股东虽未变更但实际控制人发生了变更，姚建华、朱崇恂成为东百集团的实际控制人。

2013年9月3日，东百集团发布《关于控股股东变动的提示性公告》。公告称，2013年8月28日至2013年9月3日期间，福建丰琪投资有限公司（以



下简称“丰琪投资”）通过证券交易系统集中竞价交易持续买入东百集团股份共计 4,011,683 股，占上市公司总股本的 1.17%。至此，丰琪投资共计持有东百集团 72,888,452 股股份，占上市公司总股本的 21.24%，已超过姚建华持有及通过博睿财智间接持有的东百集团股份比例 21.08%，成为东百集团的控股股东，丰琪投资的单一股东郑淑芳女士成为东百集团的实际控制人。

2014 年 2 月 27 日，东百集团召开第七届董事会第二十次会议，通过了《关于公司董事会换届选举的议案》，董事会换届选举后，发行人的实际控制人在东百集团董事会中只剩余一位董事。

2015 年 1 月 5 日，钦舟公司将其持有的部分东百集团无限售流通股共计 43,962,100 股，占东百集团总股本的 12.81%，以协议方式分别转让给许惠君和王红伟。本次权益变动完成后，钦舟公司及其一致行动人仍共计持有东百集团无限售流通股 28,379,875 股，占东百集团总股本的 8.27%。截至 2016 年 8 月 25 日，姚建华直接持有东百集团 1,600.00 万股，通过钦舟公司间接持有东百集团 3,006.10 万股，合计持股比例 5.13%。

## （五）报告期内注销的实际控制人控制的企业

### 1. 博睿设计

2006 年 1 月 19 日，深圳市福田区经济贸易局出具《关于设立合资企业“深圳博睿空间设计有限公司”的批复》（深福经贸资复[2006]0039 号），批准博睿财智和罗淳阳（台湾籍自然人）合资成立深圳博睿空间设计有限公司（以下简称“博睿设计”）。博睿设计成立于 2006 年 2 月 23 日，成立时注册资本和实收资本均为 100 万元，其中博睿财智持有该公司 70.00%的股权，罗淳阳持有该公司 30.00%的股权。地址为深圳市福田区天安工业区天祥大厦二楼 C 座；经营范围为室内装饰设计；计算机效果图设计。

2012 年 7 月 16 日，博睿设计董事会通过注销博睿设计的决议。2013 年 5 月 21 日，深圳市福田区经济促进局出具《关于同意合资企业“深圳博睿空间设计有限公司”提前解散的批复》（深外资福复[2013]0322 号），批准博睿设计提前解散。2012 年 10 月 18 日博睿设计刊登清算公告并于 2013 年 9 月 27 日办理完毕工商注销登记手续。

### 2. 博睿软件

深圳市博睿软件有限公司（以下简称“博睿软件”）成立于 2008 年 7 月 2 日，成立时注册资本和实收资本均为 100 万元，其中博睿财智持有该公司 100.00% 的股权。博睿软件地址为深圳市福田区车公庙天祥大厦 2C1-3 房（仅限办公）；经营范围为计算机软件和硬件的技术开发及销售。

2012 年 6 月 18 日，博睿软件唯一股东博睿财智通过注销博睿软件的决议。2012 年 10 月 18 日，博睿软件刊登清算公告，并于 2013 年 9 月 27 日办理完毕工商注销登记手续。

### 3. 慧维时装

2002 年 5 月 17 日，深圳市对外贸易经济合作局出具《关于设立合资企业“深圳慧维时装有限公司”的批复》（深外经贸资复[2002]1441 号），批准玛丝菲尔有限和统生投资合资成立慧维时装。2002 年 5 月 20 日，慧维时装获得《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（外经贸粤深合资证字[2002]0135 号）。

2002 年 5 月 29 日，慧维时装正式成立，成立时注册资本和实收资本均为 100 万元，其中玛丝菲尔有限持有该公司 75% 的股权，香港统生持有该公司 25% 的股权。本次出资经深圳中鹏会计师事务所 2002 年 7 月 4 日出具的《验资报告》（深鹏会验字[2002]第 347 号）予以验证；慧维时装住所为深圳市南山区桃源街道平山大园工业区 14 栋四楼；经营范围为生产经营各类时装，服装面料、辅料的批发及进出口（涉及配额许可证管理、专项规定管理的商品按国家有关规定办理）。

2011 年 12 月 15 日，慧维时装董事会通过决议，同意玛丝菲尔将其持有的慧维时装 75% 的股权以人民币 248 万元的价格转让给深圳恩情。2011 年 12 月 19 日，玛丝菲尔与深圳恩情签订《股权转让协议书》，双方约定转让价格系以中企华于 2011 年 12 月 13 日出具的《评估报告》（中企华评报字（2011）第 3090-6 号）的评估结果为参考，经双方协商一致，同意股权转让款为 248 万元。上述价款已于 2011 年 12 月 31 日支付完毕。2011 年 12 月 30 日，慧维时装完成股权转让的相关工商变更登记手续。

2011 年 12 月 20 日，慧维时装与阿卡特时装签订《厂房宿舍、设备转租合同》，双方约定由慧维时装将位于深圳市南山区桃源街道平山大园工业区 14 栋

4楼、6楼的厂房、仓库（建筑面积3,100平方米）以及深圳市南山区桃源街道平山村一区137号2-3楼的员工宿舍（面积为490.74平方米）转租给阿卡特时装使用，同时慧维时装将其上述厂房中的自有机器设备出租给阿卡特时装，上述房屋及设备租金合计每月7.7万元，租赁期限为2012年1月1日起至2012年8月31日止。

2011年12月27日，深圳市南山区经济促进局出具《关于中外合资企业“深圳慧维时装有限公司”投资者股权变更的批复》（深外资南复[2011]0800号），批准玛丝菲尔转让其持有的慧维时装的股权。

2011年12月31日，慧维时装董事会通过决议：（1）同意慧维时装自2012年1月1日起将所有生产相关业务转移到阿卡特时装；（2）同意慧维时装所有员工编制由阿卡特时装承接，续签合同后，工资社保等由阿卡特时装承担；（3）同意慧维时装经营期满当日（即2012年5月29日）将全部机器设备转让给阿卡特时装。同意届时设备转让定价将依据截至2012年5月29日的慧维时装的固定资产的账面价值确定。2012年5月29日，慧维时装与阿卡特时装签订《设备转让协议》，确定设备转让价格为人民币7.42万元，有关设备转让款已于2012年11月21日支付完毕。自2012年1月1日起，慧维时装停止实际生产经营活动。

2012年8月6日，经慧维时装董事会决议通过，同意慧维时装经营期满后终止经营并成立清算组。2012年8月10日，慧维时装刊登清算公告。慧维时装于2013年9月27日办理完毕工商注销登记手续。

#### 4. 美利景制衣

2003年5月20日，深圳市对外贸易经济合作局出具《关于设立外资企业“美利景制衣（深圳）有限公司”的通知》（深外经贸资复[2003]1811号），批准美景制衣有限公司设立美利景制衣（深圳）有限公司。2003年5月21日，美利景制衣获得《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（批准号：外经贸粤深外资证字[2003]0616号）。

2003年5月26日，美利景制衣正式成立，成立时注册资本和实收资本均为港币120万元，美景制衣有限公司持有该公司100%的股权。本次出资已经深圳市宝龙会计师事务所有限公司2003年6月26日出具的《验资报告》（深宝

龙会验字[2003]第 387 号) 予以验证; 美利景制衣住所为深圳市南山区西丽镇南岗第二工业园 5 栋 4 楼; 经营范围为生产经营各类服装 (凭深环批[2005]11432 号经营)。

美景制衣由实际控制人朋友朱兴华出资设立, 其中朱兴华持股 60%, 并通过其朋友骆美玲代持 40% 股权。成立后, 美景制衣主要持有美利景制衣的股权, 并未从事其他经营活动。由于美利景制衣经营不善, 朱兴华与香港统生签署了《协议书》, 约定朱兴华将美景制衣 100% 的股权、美利景制衣 100% 股权及全部生产设备转让给香港统生, 转让时间为 2009 年 4 月 1 日, 转让的价格为人民币 60 万元。同时, 该《协议书》还约定, 2009 年 4 月 1 日以后, 美景及美利景所产生的收益及债务均由香港统生承受。姚建华于 2009 年 5 月和 2009 年 7 月分两次将上述股权转让款支付给朱兴华及其配偶傅燕儿。出于双方多年建立的信任关系, 其时美景制衣并未办理股东变更登记手续, 仍归朱兴华所有, 但美利景制衣自 2009 年 4 月起由朱崇恂和姚建华夫妇实际控制, 日常运营管理由玛丝菲尔代管, 注销前主要为发行人提供服装生产服务。

为解决美利景制衣与发行人在生产方面的同业竞争问题, 发行人与实际控制人协商一致, 决定由阿卡特时装整合美利景制衣的相关业务。由于美利景历史存在股权转让未办理登记手续的瑕疵, 为避免对发行人的影响, 决定采用业务合并后注销的方式整合。阿卡特通过业务合并吸收了美利景制衣相关业务从而形成报告期内对美利景制衣的同一控制下的业务合并。具体整合过程如下:

2011 年 12 月 20 日, 美利景制衣与阿卡特时装签订《厂房宿舍转租合同》, 双方约定由美利景制衣将位于深圳市南山区西丽南岗第二工业园 5 栋 4 楼的厂房 (面积 1,768 平方米) 以及深圳市南山区西丽南岗第二工业园 3 栋 5 楼、6 楼、7 楼、8 楼、2 栋 4 楼等共计 42 间员工宿舍转租给阿卡特时装使用, 上述厂房及宿舍租金合计每月 4.93 万元, 租赁期限为 2012 年 1 月 1 日起至 2012 年 5 月 31 日止。

2011 年 12 月 30 日, 美利景制衣与阿卡特时装签订《机器设备转让协议》, 双方约定美利景制衣将其厂房内的设备全部转让给阿卡特时装, 确定转让价格为人民币 15.76 万元。有关设备转让款已于 2012 年 11 月 22 日支付完毕。

2012 年 11 月 21 日, 经美利景制衣董事会决议通过, 同意注销美利景制衣并成立清算组。2012 年 11 月 24 日, 美利景制衣刊登清算公告。2012 年 12 月

5日，深圳市南山区经济促进局出具《关于外资企业“美利景制衣（深圳）有限公司”提前解散企业的批复》（深外资南复[2012]0703号），批准美利景制衣终止经营，提前解散，并于2013年12月30日办理完毕工商注销登记手续。2013年6月28日，统生投资、美景制衣、朱崇恂、姚建华、朱兴华、傅燕儿共同签订了《关于美景制衣有限公司及美利景制衣（深圳）有限公司相关情况的说明》，证明自2009年4月1日以来，姚建华、朱崇恂夫妇一直合法、有效行使对美利景制衣的股权、经营权以及实际控制权。

## 5. 实际控制人曾经控制（目前已注销）的分支机构

详见本招股书“第七节 同业竞争与关联交易 二、同业竞争情况（一）关于同业竞争情况的说明 2. 报告期内曾受实际控制人控制但已整合和注销的主体或企业”。

## （六）控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人股份质押或其他有争议的情况

截至本招股书签署日，控股股东深圳恩情直接持有的发行人股份，以及实际控制人朱崇恂、姚建华夫妇通过睿远投资、崇远投资和华睿财智间接持有的发行人股份不存在质押或其他有争议的情况。

## 七、发行人股本情况

### （一）本次发行前后股本的变化情况

本次发行前，发行人股本为36,900万股，本次拟公开发行不超过5,000万股股票。

假设公司本次发行股数为5,000万股，且均为公司公开发行新股，公司老股东均不发售股份，则发行前后发行人股本结构如下：

股份类别	本次发行前		本次发行后	
	股份数（股）	持股比例	股份数（股）	持股比例
<b>有限售条件的流通股</b>				
深圳恩情	339,402,510.00	91.98%	339,402,510.00	81.00%
崇远投资	3,873,762.00	1.05%	3,873,762.00	0.92%
睿远投资	3,817,674.00	1.03%	3,817,674.00	0.91%
华睿财智	3,492,954.00	0.95%	3,492,954.00	0.83%
Venus Victrix Limited	18,413,100.00	4.99%	18,413,100.00	4.39%
小计	369,000,000.00	100.00%	369,000,000.00	88.07%

股份类别	本次发行前		本次发行后	
	股份数（股）	持股比例	股份数（股）	持股比例
本次发行社会公众流通股	-	-	50,000,000.00	11.93%
合计	<b>369,000,000.00</b>	<b>100.00%</b>	<b>419,000,000.00</b>	<b>100.00%</b>

股东深圳恩情、睿远投资、崇远投资和华睿财智的基本情况参见本招股书本节“六、实际控制人、发起人和主要股东情况（二）发起人股东情况”，股东VVL的基本情况如下：

VVL是一家注册于香港的有限责任公司，持有玛丝菲尔4.99%股份。截至本招股书签署日，VVL的基本情况如下：

设立时间：2011年12月21日（设立时名称为Oriental Home Shopping Limited，2012年7月31日更名为Venus Victrix Limited）

商业登记证号：59279765-000-12-14-0

注册地址：香港中环夏悫道10号和记大厦15楼1508室

法定股本总面值：337,302,255港元

股权结构：Boyu Capital Fund I, L.P.（以下简称“博裕资本”）持有VVL 100%股权。博裕资本是一家注册在开曼群岛的有限合伙企业，设立于2011年3月18日，普通合伙人为Boyu Capital General Partner I, L.P.

业务性质：股权投资

VVL 2015年末总资产5,930.17万美元，净资产5,929.79万美元，2015年度净利润417.94万美元（以上数据未经审计）。

发行人律师认为，“截至查询日或境外律师法律意见书出具日，参照《上市公司国有股东标识管理暂行规定》、《关于施行〈上市公司国有股东标识管理暂行规定〉有关问题的函》的相关规定，发行人的全部股东均不应被界定为国有股东，发行人不含有国有股，发行人股东无需按照《境内证券市场转持部分国有股充实全国社会保障基金实施办法》承担转持义务”。

本次发行前，发行人股东均为非国有控股企业，其所持有的发行人股份性质均为非国有法人股，不存在需按《境内证券市场转持部分国有股充实全国社会保障基金实施办法》履行国有股转持的情况。

## （二）本次发行前各股东的关联关系及各自持股情况

本次发行前，发行人实际控制人朱崇辉、姚建华夫妇同时控制深圳恩情、

睿远投资、崇远投资和华睿财智四家公司（企业），持股（享有权益）比例分别为 100%、71.15%、63.39%和 67.93%，朱崇恂、姚建华夫妇通过上述四家公司（企业）分别控制玛丝菲尔 91.98%、1.03%、1.05%和 0.95%股份，合计控制股份比例为 95.01%。

除上述情况外，本次发行前发行人各股东之间无其他关联关系。

华睿财智、崇远投资和睿远投资三家合伙企业中，除姚建华和朱崇恂是夫妻关系、姚仁江和储波兰是夫妻关系、朱崇恂和朱宇枫是姐弟关系之外、彭瑞涛和彭瑞群是姐妹关系之外，合伙人之前不存在近亲关系。

### （三）本次发行前各股东所持股份流通限制和自愿锁定股份的承诺

本次发行前股东对所持股份自愿锁定的承诺详见本招股书“重大事项提示一、关于所持股份锁定及减持意向的承诺”。

## 八、内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股和委托持股等情况

本次发行前发行人未发行过内部职工股，不存在工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过 200 人的情况。

## 九、员工及社会保障情况

### （一）员工的基本情况

#### 1. 员工人数及变化情况

报告期各期末，发行人及其子公司的员工变化情况如下：

时间	2016年6月30日	2015年12月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
员工人数（人）	6,496	6,249	5,455	4,316

#### 2. 员工专业结构

截至 2016 年 6 月 30 日，公司员工的专业结构如下表：

专业结构	人数（人）	占总人数比例
设计研发	281	4.34%
采购、生产、仓储	1,127	17.35%
销售	4,825	74.27%
财务	39	0.60%
信息技术、工程建设	85	1.31%
行政管理	139	2.14%

专业结构	人数（人）	占总人数比例
总计	6,496	100%

### 3. 员工受教育程度

截至 2016 年 6 月 30 日，公司员工的受教育程度构成情况如下表：

教育水平	人数（人）	占总人数比例
硕士及以上	54	0.83%
本科	555	8.54%
大专	1,123	17.30%
大专以下	4,764	73.33%
总计	6,496	100.00%

### 4. 员工年龄分布

截至 2016 年 6 月 30 日，公司员工的年龄分布情况如下表：

年龄分布	人数（人）	占总人数比例
25 以下（不含 25）	897	13.81%
25-45（不含 45）	5,258	80.93%
45 以上	341	5.26%
总计	6,496	100.00%

## （二）发行人执行社会保障、住房公积金制度的情况

### 1. 社会保障及住房公积金制度的执行

根据《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》等国家法律、法规，以及公司注册地政府的有关规定，发行人及其控股子公司实行劳动合同制度及劳务派遣制度，与员工签订《劳动合同》或《劳务派遣合同》，双方根据劳动合同承担义务和享受权利。发行人及其控股子公司按国家有关社会保障法律法规及属地化管理要求，为合同制员工及劳务派遣员工办理了基本养老保险、医疗保险、生育保险、失业保险、工伤保险和住房公积金（以下简称“五险一金”）。截至 2016 年 6 月 30 日，发行人及其子公司五险一金缴纳人数如下表所示：

项目	员工人数（人）	缴纳人数（人）
医疗保险	6,496	6,231
养老保险	6,496	6,231
失业保险	6,496	6,231
工伤保险	6,496	6,231
生育保险	6,496	6,231
住房公积金	6,496	6,219

截至 2016 年 6 月 30 日，发行人共聘用 12 名台湾籍员工及 3 名香港籍、1



名韩国员工，主要从事服装及饰品设计、平面设计、品质管理、陈列等工作，工作地点主要位于深圳。发行人与其签订了深圳市全日制用工劳动合同，并根据《在中国境内就业的外国人参加社会保险暂行办法的规定》，为上述员工在深圳市涉外就业管理办公室办理了《中华人民共和国台港澳人员就业证》，并自办理就业证件之日起 30 日内办理了社会保险。同时，发行人及子公司在新加坡、澳门等地设立的门店聘用了 31 名外籍员工在当地从事销售工作，Krizia International 在当地聘用了 33 名外籍员工从事设计、生产、销售等工作。

## 2. 公司员工人数与缴纳人数存在差异

截至 2016 年 6 月 30 日，社会保险中医疗保险、养老保险、工伤保险、失业保险及生育保险未缴人数为 265 人，原因分别为：A、当月新入职员工尚未办理五险一金缴纳手续合计 179 人；B、退休反聘员工未缴纳合计 14 人；C、因为专业职称需挂靠在其他单位缴纳合计 7 人；D、因员工未及时提交资料暂未购买 1 人。此外，发行人及子公司境外门店、Krizia Internatianl 聘用当地员工不需要缴纳境内社会保险合计 64 人。

住房公积金未缴纳人数为 277 人，原因分别为：A、当月新入职员工尚未办理五险一金缴纳手续合计 179 人；B、退休反聘员工未缴纳合计 13 人；C、在境内工作的外籍员工不需要缴纳合计 12 人；D、正在办理从原单位转移至发行人缴纳合计 9 人；此外，发行人及子公司境外门店、Krizia Internatianl 聘用当地员工不需要缴纳境内住房公积金合计 64 人。

## 3. 五险一金缴纳守法情况

深圳市社会保险基金管理局分别向玛丝菲尔、阿卡特时装和噢姆出具《证明》，证明其报告期内无因违反社会保险法律、法规或者规章而被该局行政处罚的记录。

惠州市社会保险基金管理局惠阳分局分别向艺都和明佳豪出具《证明》，证明两家公司按照社会保险法律法规的政策规定在该局参加社会保险，无收到违法社会保险法律、法规或者规章投诉的记录。

深圳市住房公积金管理中心分别向玛丝菲尔、阿卡特时装和噢姆出具《证明》，证明三家公司报告期内没有因违法违规而被该中心处罚的情况。

惠州市住房公积金管理中心惠阳管理部分别向惠州艺都实业和惠州明佳豪

实业出具《证明》，证明两家公司近年无违反住房公积金相关管理条例的记录。

报告期内，张与何律师事务所（新加坡）、华年达律师事务所（澳门）、DAWOO 法务社（韩国）、香港华马黄杨律师行、意大利 Carnelutti Studio Leagale Associato 律师事务所分别出具了综合法律意见书，认为发行人在当地的境外子公司在报告期内执行的劳动用工及相应的社会保障等方面符合当地规定。

针对社会保险及住房公积金缴纳事项，发行人控股股东及实际控制人作出了相应承诺，具体如下：

**发行人控股股东承诺：**

“如发行人及其下属子公司因社会保险或住房公积金问题，被有权机关要求补缴应缴而未缴金额，支付滞纳金或因此而受到处罚的，本公司将连带承担全部费用，或在发行人及其下属子公司先行向该等有权机关支付相关费用的情况下，由本公司及时补偿发行人及其下属子公司因上述事宜所遭受的全部损失。

本公司愿意对违反上述承诺而给发行人造成的经济损失承担全部赔偿责任，且若本公司违反上述承诺，本公司自愿在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺之日起，停止在发行人处分红，同时本公司持有的发行人股份将不得转让，若转让的，则转让所得归公司所有，直至按上述承诺采取相应措施并实施完毕时为止。”

**发行人实际控制人承诺：**

“如发行人及其下属子公司因社会保险或住房公积金问题，被有权机关要求补缴应缴而未缴金额，支付滞纳金或因此而受到处罚的，本人将连带承担全部费用，或在发行人及其下属子公司先行向该等有权机关支付相关费用的情况下，由本人及时补偿发行人及其下属子公司因上述事宜所遭受的全部损失。

朱崇恽、姚建华愿意对违反上述承诺而给发行人造成的经济损失承担全部赔偿责任，且若本人违反上述承诺，本人自愿在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺之日起，停止在发行人处领取薪酬或津贴，且本人控制的深圳市恩情投资发展有限公司停止在发行人处分红，同时本人直接或间接持有的发行人股份将不得转让，若转让的，则转让所得归公司所有，直至按上述承诺采取相应措施并实施完毕时为止。”

### （三）员工薪酬情况

1. 公司员工薪酬制度、各级别、各类岗位员工收入水平、大致范围及与当地平均工资水平比较情况

#### （1）公司员工薪酬制度概述

按照公司经营理念和管理模式，遵照国家有关劳动人事管理政策和公司其它有关规章制度，公司制定了《薪酬与福利管理制度》。以各尽所能、按劳分配为原则，坚持工资变动趋势与公司经济效益趋势相匹配，同时结合地区、行业的实际情况，确保公司薪酬水平对外具有竞争性、对内具有公平性、激励性。

公司员工薪资由月薪及年终双薪构成，月薪=固定工资+绩效工资（业绩奖）+工龄奖+年终双薪。

#### （2）公司各级别、各类岗位员工收入水平

级别	岗位	薪酬范围（年）
公司总经理、副总经理	公司总经理、副总经理	480,220.00-2,400,000.00
中心负责人	中心总经理/总监	364,910.00-1,200,000.00
	中心副总经理/副总监	270,400.00-563,160.00
经理	高级经理	244,530.00-480,220.00
	经理	218,660.00-364,910.00
	副经理	166,920.00-244,530.00
主管	高级主管	152,685.00-218,660.00
	主管	126,815.00-192,790.00
组长	组长	114,530.00-166,920.00
	副组长	102,245.00-152,685.00
助理级技术骨干		75,725.00-139,750.00
新员工/应届生		58,560.00-89,960.00
门店销售人员		55,172.00-172,842.00

#### （3）公司员工薪酬与当地平均工资水平比较情况

根据公司本部、下属子公司及门店所在主要城市社保局公布的当地年度在岗职工月平均工资水平（以下简称“社平工资”），与公司当地员工月平均工资总额比较如下：

单位：元

城市	地域	2013年		2014年		2015年	
		当地社平工资	公司当地员工月平均工资总额	当地社平工资	公司当地员工月平均工资总额	当地社平工资	公司当地员工月平均工资总额
深圳(总部)	华南	5,218.00	9,365.77	6,054.00	10,137.53	6,753.00	10,888.94
深圳(片区)	华南	5,218.00	4,399.00	6,054.00	4,730.00	6,753.00	5,292.70
北京	华北	5,793.00	5,676.00	6,463.00	6,846.00	7,086.00	6,771.25
上海	华东	5,036.00	5,026.00	5,451.00	5,305.00	5,939.00	5,606.32

城市	地域	2013年		2014年		2015年	
		当地社平工资	公司当地员工月平均工资总额	当地社平工资	公司当地员工月平均工资总额	当地社平工资	公司当地员工月平均工资总额
广州	华南	5,808.00	5,095.00	6,187.00	5,362.00	6,764.00	5,250.99
武汉	华中	4,478.80	4,482.00	4,365.00	4,710.00	4,708.10	4,627.45
成都	西南	3,970.00	4,774.00	4,307.00	4,690.00	4,790.00	4,777.86
郑州	华中	3,718.50	4,684.00	4,106.58	4,742.00	4,415.58	4,656.45
太原	华北	3,867.00	3,968.00	4,081.00	4,016.00	4,196.00	4,121.35
福州	华南	4,444.42	4,851.00	4,903.00	4,611.00	5,207.00	4,827.70
呼和浩特	西北	4,052.92	4,456.00	4,205.58	4,459.00	4,475.00	4,965.84
宁波	华东	4,077.00	4,231.00	4,479.00	4,324.00	4,796.00	4,653.51
无锡	华东	5,048.00	4,138.00	5,587.00	3,770.00	5,990.16	4,299.12
兰州	西北	3,676.00	3,780.00	4,500.42	4,328.00	5,027.00	4,893.21
苏州	华东	5,118.00	3,758.00	5,580.00	4,318.00	5,600.00	4,264.77
珠海	华南	4,665.00	5,357.00	5,227.00	5,558.00	5,663.00	4,942.97
大连	东北	4,922.00	4,279.00	5,301.00	5,088.00	5,783.00	5,004.91
吉林	东北	3,437.33	3,573.00	3,725.67	3,437.00	4,668.00	3,960.27
三亚	华南	3,944.00	5,404.00	4,553.00	5,708.00	4,867.00	5,679.70
中山	华南	2,240.00	4,009.00	2,451.00	4,098.00	2,620.00	4,439.72
泸州	西南	3,137.33	4,376.00	3,426.75	4,816.00	3,729.00	4,533.90
佛山	华南	4,196.00	4,006.00	4,640.00	4,289.00	5,151.00	4,707.80

按城市区分，公司当地员工的平均月工资总额与当地社平工资总体上不存在大的差异。

## 2. 公司未来薪酬制度及水平变化趋势

发行人将加强人力成本预算的管理和控制，作为薪酬管理的重点。随着企业规模的不断扩大，各中心及部门将继续做好人力资源的规划，优化人力资本的结构、优胜劣汰、提高效率，使员工的薪资、绩效奖励与其工作贡献度相匹配。

发行人将继续执行现行《薪酬制度》。结合 2015 年 GDP 增幅、2015 年深圳社会平均工资增幅、华南地区服装行业 2015 年薪资增幅、2016 年业绩预计增幅等因素，未来公司薪酬仍保持平稳增长趋势；同时继续倡导优秀的企业文化、良好的组织氛围、顺畅的职业发展通道，制定具有竞争力的薪酬制度。

### （四）劳务派遣情况

#### 1. 发行人劳务派遣用工的基本情况

截至 2016 年 6 月 30 日，发行人及其下属子公司劳务派遣员工的人数合计 206 人，占发行人全体员工总数的 3.17%。

项目	2016年6月末	2015年末	2014年末	2013年末
自有员工人数	6,290	5,744	4,407	2,362
劳务派遣员工人数	206	505	1,048	1,954

合计	6,496	6,249	5,455	4,316
劳务派遣员工比例	3.17%	8.08%	19.21%	45.27%

## 2. 发行人本部及下属子公司以劳务派遣形式用工的基本情况

截至 2016 年 6 月 30 日，发行人本部及下属子公司劳务派遣用工基本信息

如下：

序号	名称	类型	主要从事业务	劳务派遣用工人数
1	发行人（本部）	境内股份有限公司，母公司	服装设计、销售	155
2	深圳阿卡特时装有限公司	境内全资子公司	皮具生产	0
3	惠州市明佳豪实业有限公司	境内全资子公司	服装生产	0
4	玛丝菲尔（韩国）时装有限公司	境外全资子公司	境外销售	0
5	玛丝菲尔（新加坡）时装有限公司	境外全资子公司	境外销售	11
6	玛丝菲尔（澳门）时装一人有限公司	境外全资子公司	境外销售	16
7	深圳玛丝菲尔噢姆服饰有限公司	境内控股子公司	“AUM”品牌女装的设计、生产及销售	18
8	玛丝菲尔时装（香港）有限公司	境外全资子公司	管理“Krizia”品牌	0
9	Krizia International	境外全资子公司	“Krizia”品牌女装的设计、生产及销售	0
10	噢姆（澳门）服饰一人有限公司	境外全资子公司	“AUM”品牌女装的设计、生产及销售	6
11	深圳玛丝菲尔设计集合有限公司	境内全资子公司	设计师集合品牌运营	0
12	深圳玛丝菲尔设计研发中心有限公司	境内全资子公司	设计、研发	0
13	克芮绮亚时装（中国）有限公司	境内全资子公司	“Krizia”、“ZhuChongYun”品牌在中国境内业务运营	0

从上表分析，发行人及其下属子公司玛丝菲尔噢姆，以及境外门店玛丝菲尔（韩国）、玛丝菲尔（澳门）和玛丝菲尔（新加坡）在报告期内存在劳务派遣用工方式。其中，发行人本部劳务派遣员工的人数为 155 人，占发行人本部员工总数的 3.33%；玛丝菲尔噢姆劳务派遣员工的人数为 18 人，占该公司员工总数的 2.86%。上述劳务派遣人员均为直营店销售导购或销售片区文员。

玛丝菲尔（韩国）、玛丝菲尔（澳门）和玛丝菲尔（新加坡）为发行人境外门店，其劳务派遣员工的工种主要是门店导购及销售片区文员，劳务派遣用工主要适用所在地法律法规。根据境外律师事务所对三家子公司出具的法律意见书，三家子公司的劳动用工情况符合当地法律法规要求。

### 3. 是否符合派遣用工临时性、辅助性的特征，是否符合《劳动法》、《劳动合同法》等法律、法规的规定

（1）是否符合派遣用工临时性、辅助性的特征

截至 2016 年 6 月 30 日，发行人开设直营店合计 683 家。上述门店遍布全

国 200 多个城市、地区。

根据产品终端销售的需要，玛丝菲尔旗下的门店销售人员需要熟悉门店当地的消费人群特点，且需具备一定程度的工作稳定性，因此聘用人员主要来自当地。由于门店众多，所需销售人员的数量庞大而且分散，出于经营和管理的实际需要，公司在部分销售区域设立了分公司或分支机构，并通过其完成人员的招募、聘用及社会保险、住房公积金缴纳等相关事宜。

由于部分销售区域无法在较短时间内完成分公司或分支机构的设立，这部分区域的销售人员的用工、社会保险及住房公积金缴纳事宜主要委托前锦网络信息技术（上海）有限公司、深圳易才人力资源顾问有限公司等劳务派遣公司来完成。待分公司或分支机构成立后，上述销售人员、片区文员将由劳务派遣转为正式员工。因此，上述劳务派遣用工符合派遣用工临时性、辅助性的特征。

根据发行人与劳务派遣公司签订的《劳务派遣协议》约定，由劳务派遣公司与所派遣员工签署劳动合同，并由其派遣至用工单位，派遣员工的工资由发行人发放，社会保险及住房公积金由劳务派遣公司代为缴纳。

（2）是否符合《劳动法》、《劳动合同法》等法律、法规的规定

① 《劳动合同法》相关规定

2012 年 12 月修改的《劳动合同法》，主要相关规定如下：

“第六十六条规定，劳动合同用工是我国的企业基本用工形式。劳务派遣用工是补充形式，只能在临时性、辅助性或者替代性的工作岗位上实施。前款规定的临时性工作岗位是指存续时间不超过六个月的岗位；辅助性工作岗位是指为主营业务岗位提供服务的非主营业务岗位；替代性工作岗位是指用工单位的劳动者因脱产学习、休假等原因无法工作的一定期间内，可以由其他劳动者替代工作的岗位。用工单位应当严格控制劳务派遣用工数量，不得超过其用工总量的一定比例，具体比例由国务院劳动行政部门规定。”

发行人劳务派遣用工符合派遣用工临时性的特征。

② 《劳务派遣暂行规定》

2014 年 1 月颁布的《劳务派遣暂行规定》，主要相关规定如下：

“第三条 用工单位只能在临时性、辅助性或者替代性的工作岗位上使用被派遣劳动者。前款规定的临时性工作岗位是指存续时间不超过 6 个月的岗位；辅助

性工作岗位是指为主营业务岗位提供服务的非主营业务岗位；替代性工作岗位是指用工单位的劳动者因脱产学习、休假等原因无法工作的一定期间内，可以由其他劳动者替代工作的岗位。用工单位决定使用被派遣劳动者的辅助性岗位，应当经职工代表大会或者全体职工讨论，提出方案和意见，与工会或者职工代表平等协商确定，并在用工单位内公示。

第四条 用工单位应当严格控制劳务派遣用工数量，使用的被派遣劳动者数量不得超过其用工总量的 10%。前款所称用工总量是指用工单位订立劳动合同人数与使用的被派遣劳动者人数之和。计算劳务派遣用工比例的用工单位是指依照劳动合同法和劳动合同法实施条例可以与劳动者订立劳动合同的用人单位。

第二十八条 用工单位在本规定施行前使用被派遣劳动者数量超过其用工总量 10%的，应当制定调整用工方案，于本规定施行之日起 2 年内降至规定比例。”

根据第三条，发行人针对劳务派遣履行了相应的程序：①发行人于 2014 年 5 月 12 日召开职工代表大会，通过了“关于在销售岗位使用被派遣劳动者的决议”，同意销售岗位为公司的临时性岗位，及可在销售岗位合法合理使用被派遣劳动者；②发行人控股子公司噢姆于 2014 年 5 月 12 日召开职工代表大会，通过了“关于在销售岗位使用被派遣劳动者的决议”，同意销售岗位为公司的临时性岗位，及可在销售岗位合法合理使用被派遣劳动者。”

根据第四条及第二十八条，截至 2016 年 6 月 30 日，发行人及其下属子公司玛丝菲尔噢姆的劳务派遣用工数量占各自用工总量的占比分别为 3.33%和 2.86%。同时，报告期内公司制定了相应计划，在保证销售业务正常有序开展的前提下，在相关法律、法规许可的期限内，大幅减少劳务派遣的用工方式。

综上所述，发行人劳务派遣用工符合《劳动法》、《劳动合同法》等法律、法规的规定。

#### 4. 风险控制及相关承诺

综上所述，发行人下属子公司以劳务派遣形式用工，符合《劳动法》、《劳动合同法》等法律、法规的规定。但根据《劳动合同法》规定，劳务派遣单位违反《劳动合同法》的规定，给被派遣劳动者造成损害的，用工单位与劳务派遣单位承担连带赔偿责任。因此，发行人存在因劳务派遣单位违反《劳动合同法》的

规定而给派遣员工造成损害，从而导致发行人与劳务派遣公司承担连带赔偿责任的风险。对于上述风险，为保障发行人利益，发行人控股股东和实际控制人作出了相应承诺，具体如下：

发行人控股股东承诺：

“若发行人因劳务派遣用工方式或相关劳动报酬、社会保险、住房公积金等的支付、缴纳、代扣代缴等相关事项而导致发行人及/或其控股子公司受到有权主管机关行政处罚，或者被劳动仲裁部门裁定或法院判决承担民事赔偿责任的，本公司自愿在不需发行人及其控股子公司支付对价的情况下，无条件承担该等行政罚款及所有相关费用的经济赔偿责任。

本公司愿意对违反上述承诺而给发行人造成的经济损失承担全部赔偿责任，且若本公司违反上述承诺，本公司自愿在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺之日起，停止在发行人处分红，同时本公司持有的发行人股份将不得转让，若转让的，则转让所得归公司所有，直至按上述承诺采取相应措施并实施完毕时为止。”

发行人实际控制人承诺：

“若发行人因劳务派遣用工方式或相关劳动报酬、社会保险、住房公积金等的支付、缴纳、代扣代缴等相关事项而导致发行人及/或其控股子公司受到有权主管机关行政处罚，或者被劳动仲裁部门裁定或法院判决承担民事赔偿责任的，朱崇恽、姚建华自愿在不需发行人及其控股子公司支付对价的情况下，无条件承担该等行政罚款及所有相关费用的经济赔偿责任。

朱崇恽、姚建华愿意对违反上述承诺而给发行人造成的经济损失承担全部赔偿责任，且若本人违反上述承诺，本人自愿在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺之日起，停止在发行人处领取薪酬或津贴，且本人控制的深圳市恩情投资发展有限公司停止在发行人处分红，同时本人直接或间接持有的发行人股份将不得转让，若转让的，则转让所得归公司所有，直至按上述承诺采取相应措施并实施完毕时为止。”

经核查，保荐机构认为：公司及下属子公司的劳务派遣用工符合劳务派遣用工的辅助性特征，并经过发行人及其子公司职工代表大会决议，符合《劳动法》、



《劳动合同法》等法律、法规的规定。同时，公司制定了相应计划，在保证销售业务正常有序开展的前提下，在相关法律、法规许可的期限内，大幅减少劳务派遣的用工方式。

经核查，发行人律师认为：发行人及其控股子公司以劳务派遣形式聘用员工的人数占发行人全体员工人数的比例较小，采用劳务派遣用工形式的岗位已经职工代表大会决议确认为辅助性的岗位，发行人及其控股子公司在相关辅助性岗位采取劳务派遣的用工形式符合《劳动法》、《劳动合同法》等法律、法规的规定。

### （五）职工薪酬费用核算的完整性

1. 报告期各期发行人自有员工及劳务派遣员工人数、工种，支付给自有员工和劳务派遣员工的薪酬，是否存在差异

（1）报告期各期发行人自有员工及劳务派遣员工人数、工种

报告期各期末，发行人及其子公司自有员工及劳务派遣员工人数如下表所示：

项目	2016年6月末	2015年末	2014年末	2013年末
自有员工人数	6,290	5,744	4,407	2,362
劳务派遣员工人数	206	505	1,048	1,954
合计	6,496	6,249	5,455	4,316
劳务派遣员工比例	3.17%	8.08%	19.21%	45.27%

报告期内，发行人自有员工的工种按职能区分主要为设计研发、采购、生产、仓储、销售、财务、信息技术、工程建设及行政管理等。劳务派遣员工的工种则主要是直营店负责销售的导购人员及销售片区文员。

（2）支付给自有员工和劳务派遣员工的薪酬，并对比是否存在差异

①自有员工和劳务派遣员工薪酬比较

为增强数据可比性，将劳务派遣员工薪酬和自有员工中的销售人员薪酬进行比较。报告期内，发行人支付给自有员工中的销售人员和劳务派遣员工人均月工资情况分别如下：

单位：元/人

项目	2016年6月	2015年12月	2014年12月	2013年12月
自有员工人均工资	4,974.58	5,149.25	5,588.62	6,105.33
劳务派遣人均工资	4,465.96	4,678.61	4,563.31	4,910.08

## ②差异说明

发行人在境内的销售门店分布在全国主要城市。其中，一线城市门店均采用自有员工用工方式，一线城市以外其他城市门店，自有员工及劳务派遣用工方式并存。因此，一线城市以外其他城市门店的自有员工及劳务派遣员工具有可比性，其人均工资水平分别如下：

单位：元/人

报告期	2016年6月	2015年12月	2014年12月	2013年12月
项目	一线以外城市	一线以外城市	一线以外城市	一线以外城市
自有员工人均工资	4,650.64	4,884.05	5,206.22	5,541.73
劳务派遣员工人均工资	4,465.96	4,678.61	4,563.31	4,910.08

门店销售人员的工资主要由基本工资、津贴及补贴、加班工资、销售提成组成。发行人对劳务派遣员工实行了同工同酬，员工的基本工资均保持一致，实发工资的差别主要体现在与销售业绩挂钩的销售提成方面。例如，以无锡某门店为例，其于2016年6月完成劳务派遣用工向合同制用工的转移，其中某导购人员在转移前后的月度薪酬对比情况如下（单位：元）：

时间	用工方式	基本工资	津贴及补贴	加班工资	销售提成	合计应发	合计应扣	实发工资
2016.6	劳务派遣	1,800	3,000	248.28	409.94	5,458.22	466.79	4,991.43
2016.7	合同	1,800	3,000	-	553.29	5,353.29	460.42	4,892.87

通过上述对比可以发现，同一员工在从劳务派遣用工转移为合同制后，月度薪酬除销售提成与业绩挂钩外，工资的其余构成部分未发生变化。

## 2. 支付劳务派遣公司费用的金额、依据

## (1) 支付劳务派遣公司费用的金额

报告期内发行人及子公司在境内的劳务派遣业务主要委托前锦网络信息技术（上海）有限公司、深圳易才人力资源顾问有限公司等劳务派遣公司来完成。

报告期内，发行人支付给劳务派遣公司费用的情况如下（单位：元）：

劳务公司	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
智联易才	379,675.37	724,034.83	614,962.00	569,032.15
前程无忧	616,157.02	1,135,919.60	1,096,079.19	1,020,933.19
合计	995,832.39	1,859,954.43	1,711,041.19	1,589,965.34

报告期内，发行人子公司噢姆支付给劳务公司费用的情况如下（单位：元）：

劳务公司	2016年1-6月	2015年	2014年
智联易才	62,490.12	71,045.00	17,650.00
前程无忧	74,552.65	90,197.00	21,500.00
合计	137,042.77	161,242.00	39,150.00

注：噢姆从2013年12月开始采用劳务派遣用工。

## （2）支付劳务派遣公司费用的依据

发行人及子公司噢姆均与劳务派遣公司签署了劳务派遣协议，约定劳务派遣公司与所派遣员工签署劳动合同，并由其派遣至用工单位。派遣员工的工资由发行人直接发放，社会保险及住房公积金由劳务派遣公司代为缴纳。

根据发行人与劳务派遣公司签署的协议，相关费用的支付依据如下：

合同名称	合同期限	服务费用结算
智联易才委托代理服务合同（劳务派遣）	2011年11月1日起生效，有效期36个月（到期后无异议自动续期）	服务费从派遣员工派遣开始日起计算，按月计费，50元/人/月
智联易才劳务派遣服务协议（社保派遣）	2013年11月1日起，至最后一名被代理人服务的员工办理减员手续完毕为止	服务费按月计费，45元/人/月
智联易才劳务派遣协议（劳务派遣）	2014年11月1日起生效。至最后一个员工办理离职手续完毕或双方协商一致解除为止	服务费从派遣员工派遣开始日起计算，按月计费，50元/人/月；服务人数不足5人的，按季度计算，其中服务费、社保费和住房公积金费用按季度一次性收取
前程无忧人事外包服务协议（社保派遣）	2012年11月1日至2014年10月31日。有效期满，双方如无异议，协议将自动延长	用工、社保缴纳55元/人/月；社保补缴55元/人/月；档案费用20元/人/月（按实际发生收取）
前程无忧人事外包服务协议（劳务派遣）	2012年4月1日至2014年3月31日。有效期满，双方如无异议，协议将自动延长	用工、社保缴纳、社保补缴60元/人/月

根据发行人子公司噢姆与劳务派遣公司签署的协议，相关费用的支付依据如下：

合同名称	合同期限	服务费用结算
前程无忧劳务派遣服务协议（劳务派遣）	2013年12月1日至2015年11月30日。有效期满，双方如无异议，协议将自动延长一年。	用工、社保缴纳60元/人/月；社保补缴60元/人/月；档案费用20元/人/月，按实际发生收取
前程无忧人事外包服务协议（社保派遣）	2014年3月20日至2016年4月1日（到期后无异议自动续期）	用工、社保缴纳55元/人/月；社保补缴55元/人/月；档案费用20元/人/月，按实际发生收取
智联易才劳务派遣服务协议（劳务派遣）	2014年1月1日起生效，有效期36个月。如被派遣人员中派遣结束时间有超过前述终止日期的，本协议有效期自动延续到劳务派遣结束日期	服务费按月计费，50元/人/月
智联易才委托服务合同（社保派遣）	2014年9月1日至2016年8月31日。本合同到期前，双方若对合同续延无异议，合同有效期则自动延长两年，依次类推。	服务费从派遣员工派遣开始日开始计算，按月计费，50元/人/月；服务人数不足5人的，按季度计算，其中服务费、社保费和住房公积金费用按季度一次
智联易才东营片区服务补充协议	2014年1月1日起，有效期36个月。	服务费用按月计费，85元/人/月

注：不同片区适用不同结算条款。

### 3、发行人职工薪酬费用核算的完整性

根据报告期各期发行人自有员工及劳务派遣员工人数、工种，发行人已完整统计了公司全体员工人数。同时，根据支付给自有员工和劳务派遣员工的薪酬相比较，发行人不存在通过劳务派遣用工变相减少员工薪酬的情形。因此，发行人职工薪酬费用核算具备完整性。

经核查，保荐机构认为：发行人报告期各期职工薪酬费用的核算真实、完整。

经核查，会计师认为：发行人报告期各期职工薪酬费用的核算真实、完整。

## 十、发行人股东以及董事、监事、高级管理人员、中介机构作出的重要承诺

### （一）发行人股东所持股份锁定及减持意向的承诺

相关承诺内容详见本招股书“重大事项提示 一、关于所持股份锁定及减持意向的承诺”。

### （二）发行人、控股股东及董事、高级管理人员关于稳定股价的预案

发行人制订了《关于公司首发上市后股价低于每股净资产时稳定股价预案》，相关稳定股价内容及承诺请参见本招股书“重大事项提示 二、稳定股票价格的预案”。

### （三）控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的承诺

发行人控股股东和实际控制人均出具了避免与发行人同业竞争和利益冲突的承诺，详见本招股书“第七节 同业竞争与关联交易 二、同业竞争情况（二）关于避免同业竞争的承诺”。

### （四）控股股东、实际控制人关于规范和减少关联交易的承诺

发行人控股股东和实际控制人均出具了关于规范和减少关联交易的承诺，详见本招股书“第七节 同业竞争与关联交易 五、规范关联交易的措施及制度安排（六）控股股东和实际控制人关于规范和减少关联交易的承诺”。

### （五）关于社会保险及住房公积金缴纳事项的承诺

为保障发行人利益，发行人控股股东及实际控制人针对社会保险及住房公积金缴纳事项作出了相应承诺，详见本招股书本节“九、员工及社会保障情况

（二）发行人执行社会保障、住房公积金制度的情况”。

#### （六）关于劳务派遣用工的承诺

为保障发行人利益，发行人控股股东和实际控制人针对劳务派遣情况作出了相应承诺，详见本招股书本节“九、员工及社会保障情况（三）劳务派遣情况”。

#### （七）控股股东、实际控制人承担发行人及阿卡特时装被追缴企业所得税风险的承诺

针对阿卡特时装可能被追缴企业所得税的风险，发行人控股股东及实际控制人作出了相应承诺，详见“第四节 风险因素 二、财务风险（三）子公司被追缴企业所得税的风险”。

#### （八）发行人及其控股股东、实际控制人、发行人董事、监事及高级管理人员关于招股说明书真实性的承诺及关于因虚假陈述导致回购股份和向投资者赔偿及相关约束措施承诺

相关承诺内容详见本招股书“重大事项提示 五、关于招股书真实性的承诺”。

#### （九）控股股东、董事、高管关于摊薄即期回报及填补措施承诺

相关承诺内容详见本招股书“重大事项提示 六、关于摊薄即期回报及填补措施的承诺”。

#### （十）中介机构关于申报材料的承诺

相关承诺内容详见本招股书“重大事项提示 七、证券服务机构关于申请文件真实、准确、完整的承诺”。

## 第六节 业务与技术

### 一、发行人主营业务及其变化情况

玛丝菲尔成立于 1999 年 11 月。公司主营业务为高端时装的设计、生产及销售，作为国内较早从事高端女装设计、生产、销售的企业之一，公司始终坚持产品自主设计与开发，研发设计团队主要由多位台湾设计师组成，该团队深谙亚洲女性特点，具备丰富的服装设计实践经验，将简约时尚的设计风格同亚洲女性体型特征和审美观相结合，引领时尚趋势。同时，公司与意大利、日本、法国等国家的知名面料供应商建立了长期的合作关系，并与国内外众多中高端商场保持长期稳定的合作关系。

公司现有“Marisfrolg”（玛丝菲尔女装）、“MARISFROLG”（玛丝菲尔男装）、“MASFER.SU”（玛丝菲尔素女装）、“AUM”（噢姆女装）、“ZhuChongYun”（朱崇恽女装）、“Krizia”品牌，在设计风格、品牌内涵和目标客户等方面形成互补和延伸，具体情况如下表：

#### （一）主要品牌

品牌	玛丝菲尔女装	玛丝菲尔素女装
主要商标	<b>Marisfrolg</b>	<b>MASFER.SU</b>
品牌风格	“大女人”风格	青春与活力风格
品牌内涵	时尚、优雅、内敛、经典、大气	活力、率真、个性
核心客户年龄段	30-50 岁	20-40 岁
核心客户特性	具有一定社会地位、文化素养、时尚品味和经济实力，知性、含蓄的都市商务、行政精英女性和时尚界人士	有一定购买能力、时尚、都市、活力的青春都市女性

“Marisfrolg”品牌创立于 1996 年，在 2004 年、2008 年经历了两次品牌升级后，逐步确立高端女装的定位，设计上体现为时尚、优雅、内敛、经典、大气的“大女人”风格，核心消费群体主要集中在 30-50 岁、具有一定社会地位、文化素养、时尚品味和经济实力、知性含蓄的都市商务、行政精英女性和时尚界人士。该品牌运用色彩的搭配和自然的剪裁，展示亚洲女性简约、温婉的特质，展现“成熟中散发青春魅力、优雅中蕴涵时尚气息”的独特时装文化，以优良的制作工艺和简约时尚的设计风格，获得众多消费者的认同。

“Marisfrolg”品牌的产品风格如下图：



2004年，针对年轻女性的不同审美观和消费需求，公司推出少淑女装品牌MASFER.SU，以“时尚、活力、都会”为设计理念，结合年轻女性特有的活力、率真和个性，形成独特的时装风格。MASFER.SU品牌消费群体集中在20-40岁的年轻白领一族，充分展现年轻人的青春与活力。MASFER.SU品牌在设计上包括休闲时尚、职业时尚、街头时尚，侧重通过组合搭配展现整体风格和个性。

“MASFER.SU”品牌的产品风格如下图：



## （二）新品牌

品牌	朱崇恽女装	噢姆女装	玛丝菲尔男装
主要商标	ZHU CHONGYUN 朱崇恽	AUM	MARISFROLG

品牌	朱崇恽女装	噢姆女装	玛丝菲尔男装
品牌风格	浪漫、纯粹、精致、平和	原生态、随意和自然风格	非传统的正式商务和休闲风格
品牌内涵	纯粹典雅、精致简约的艺术气质	简单、清静、自在、无边	内涵、修养、时尚
核心客户年龄段	30-50岁	28-45岁	30-50岁
核心客户特性	有独立思想与价值观，对有生活深度追求的独立女性	生活淡定而充实的女性	有强烈的责任感和事业心，理性规划职业方向的男性

2013年，为在国内市场与国际一、二线女装品牌展开直接的竞争，公司推出高端品牌“ZhuChongYun”，其品牌定位高于“Marisfrolg”品牌，针对年龄在30-50岁，对着装有高要求的职场女性。该品牌崇尚简约、优雅、质感，同时强调整体干净利落及服装穿着的舒适性，彰显女性的温柔气质与窈窕身形。

“ZhuChongYun”品牌的产品风格如下图：



2013年，公司收购了“AUM”品牌的设计师团队，以及渠道、商标、存货等主要资产，进行整合后开始运营。“AUM”品牌针对28-45岁生活淡定而充实的女性，以原生态、随意和自然的艺术休闲为设计主调，以天然环保的棉、麻、丝为主要原材料，结合肃静雾亮的黑白灰与淡彩的主色调，带来纯净、高雅的独有气息。款式简约大气，素静优雅。公司收购后重新打造“AUM”运营管理团队，从文化建设、人员规模、制度建立、工作流程、部门衔接等方面整合。“AUM”品牌的加入，区别于公司现有品牌产品风格及客群定位，将作为企业拓展高端女



装市场的新力量。2014 年以来，“AUM” 品牌女装在客户美誉度、门店数量和销售收入上取得了快速的发展，初步体现了发行人对新品牌的发掘、资源的整合及综合运营能力。

“AUM” 品牌的产品风格如下图：



为充分利用“Marisfrolg”的品牌知名度，提高品牌使用效率，公司 2013 年推出“MARISFROLG”男装产品，以经典时尚生活为设计理念，以 30-50 岁对生活品味有要求，有内涵和修养的独立、时尚男性为目标客户，打破沉闷的传统经典男装形象，在面料、版型、设计细节和配搭上体现大方得体又不浮夸的精神特质。

“MARISFROLG”男装品牌的产品风格如下图：



### （三）新收购的品牌“Krizia”

2013 年玛丝菲尔计划收购意大利知名品牌“Krizia”。KRIZIA 源于拉丁语中的“高贵”一词，该品牌由 Mrs. Mariuccia Mandelli 女士创立于 1954 年，至今已有 60 年历史，主营产品为女装、手袋、鞋、香水等。Mrs. Mariuccia Mandelli 在意大利时装设计界有崇高的地位，其品牌也曾经与其他国际顶级一线奢侈品品牌并列，在意大利时装界一直享有较高知名度。Giorgio Armani, Valentino Garavani, Gianni Versace 等时尚界的风云人物早年都曾受到 Mrs. Mariuccia Mandelli 和指导帮助，米兰之所以能够取代佛罗伦萨成为新的意大利时尚之都也与其有着不可分割的关系。从 21 世纪开始，由于 Mrs. Mariuccia Mandelli 逐渐步入老年，该品牌的设计及经营能力逐年降低，因经营状况不佳寻求被收购。玛丝菲尔在设计及市场运营方面有丰富的经验，且背靠中国市场。收购完成后，玛丝菲尔将通过自身优势与该品牌历史相结合，使该品牌重放光彩。目前，收购的程序性工作已经完成，相关业务整合工作正有序开展中。整合后的产品生产、品牌建设、渠道推广、人员安排等公司经营的具体运行情况如下：

#### 1. 产品生产

“Krizia”品牌的 2016 年秋冬季的所有服装、副品基本在意大利生产。产品种类包括服装、鞋、围巾、丝巾、包等，产品数量共计 2 千多件。目前 2017 年春季前款的样品已经全部在意大利生产完成。

“Krizia”品牌的 2016 秋冬系列产品风格如下图所示：



Krizia 品牌的 2017 年春季前款系列产品风格如下图所示：



## 2. 品牌建设

2015年 Krizia 重新回归公众视线后，2016年继续在品牌宣传上大力推进，主要通过媒体和静态展来宣传产品：（1）与全球知名时尚杂志合作，在 Vogue, WWD, W Magazine 等 20 家媒体上投放了 2016 春夏广告大片；（2）在 Krizia 展厅举行了 2016 年秋冬静态展；（3）拍摄了具有历史价值和时尚价值的纪录片《A cena di Krizia》，并邀请了近 30 位在全球时尚，艺术，买手领域的重要人物参加录制，在媒体界反映良好。目前正在筹划意大利米兰时装周 2017 年春夏 KRIZIA 的大秀。

2016年，Krizia 在意大利米兰举办的秋冬静态展的现场照片如下所示：





### 3. 渠道推广

2015年9月，位于意大利米兰 Via della Spiga 的 Krizia 旗舰店正式营业，这也是收购完成后 Krizia International 开设的第一家门店。目前门店在售 2016 年春夏季和 2016 年秋冬季商品，目前正在开展 2017 年春夏季产品订购会的活动，并邀约全球顶尖买手到公司参加订货会。未来，Krizia 计划以欧美市场为基点，加强与欧美顶级买手的合作并积极拓展日本和韩国的买手店合作，逐步恢复并提高 Krizia 在全球市场的知名度；同时也将充分利用玛丝菲尔在国内多年来积累的营销渠道及模式，开拓 Krizia 在中国的市场。目前公司正陆续与多家国内知名商场及购物中心展开洽谈合作。

Krizia 位于的意大利米兰旗舰店图片如下：



### 4. 人员安排

Krizia 收购完成后，雇佣了少量原有公司员工，在进行业务整合的同时重点着手整个团队的搭建工作。截至 2016 年 6 月 30 日，该公司有员工 39 人，其中已陆续建立了 16 人的设计团队。

#### （四）品牌影响力

经过多年的积累，公司品牌影响力、市场竞争力逐渐增强，设计研发能力、

产品质量及市场占有率均处于业内前列，产品得到市场肯定，先后获得“广东省著名商标（Marisfrolg）”、“广东省名优产品”、“时尚品牌企业奖”等荣誉。2015年，“Marisfrolg”获得中国驰名商标。自2008年以来，公司“Marisfrolg”品牌女装在全国高端女装综合市场占有率保持前三名，2012-2015年蝉联第一名。

截至2016年6月30日，玛丝菲尔及其控股子公司在全国200多个城市（包括澳门特别行政区）以及新加坡、意大利的中高端商场共有直营店683家，加盟店201家。以下为部分直营店的最新展示图片：



（成都市成华区万象城2楼“Marisfrolg”直营门店）



（重庆市沙坪坝步行街新世纪百货凯瑞商都2楼“MASFER.SU”直营门店）



（西安市高新区海星城市广场 2 楼 “AUM” 直营门店）



（深圳旗舰店 “ZhuChongYun” 店）

公司主要产品包括品牌服装（如上衣、裤子、裙子、外套等）以及相关的配饰（如包、首饰、丝巾、项链、鞋子等）。

自设立以来，公司主营业务未发生变更。

## 二、发行人所处行业的基本情况

### （一）行业管理体系

#### 1. 主管部门和监管体制

国家发展和改革委员会是国内服装行业的主管部门，负责产业政策的制定、产品开发和推广的政府指导、项目审批和产业扶持基金的管理。

中国服装协会是我国服装行业自律性、非营利性的行业组织，以推动中国



服装行业良性发展为宗旨，为政府、行业、企业以及社会提供与服装业相关的行业研究、信息服务等各种服务。中国服装协会下设女装专业委员会，作为女装行业的自律指导机构，主要职能包括开展专业委员会基本情况的调研、分析工作，组织开展产品质量检测工作，表彰优质产品、优秀企业；组织专业委员会开展新技术、新工艺、新产品、新材料的开发及应用；加强专业委员会信息交流及网络建设、编辑出版行业专业材料；组织加强国际同行业联系、交流、参加国际有关的展览和参观等活动。

我国服装行业处于完全竞争状态，行业管理体制以间接管理为主，政府部门和行业协会对行业的管理仅限于宏观管理和政策指引，企业的生产经营和业务管理完全基于市场化方式。

## 2. 主要法律法规及产业政策

我国现行法规对服装行业无准入性的明确限制，目前适用于我国服装行业的主要法律法规和产业政策主要包括：

法律法规及政策	涉及的核心内容
《中华人民共和国商标法》	加强商标管理，保护商标专用权，促使生产、经营者保证商品和服务质量，维护商标信誉，以保障消费者和生产、经营者的利益。
《中华人民共和国反不正当竞争法》	为保障社会主义市场经济健康发展，鼓励和保护公平竞争，制止不正当竞争行为，保护经营者和消费者的合法权益，经营者不得采取的不正当经营活动及相关违法处罚规定。
《中华人民共和国消费者权益保护法》	明确了经营者和消费者各自享有的权利和应当履行的义务，是维护消费者权益的主要法律规范。
《中华人民共和国产品质量法》	明确了产品经营者、生产者享有的权利及应当履行的义务，是规范产品责任领域的主要法律规范。
《零售商促销行为管理办法》	明确规定零售商促销活动的安全、广告宣传方式内容的真实性、促销商品的质量价格和退货以及促销活动管理等内容。
《零售商供应商公平交易管理办法》	对零售商和供应商收取费用、支付货款、退货条件以及妨碍公平竞争行为等作出了规定，是规范零售商供应商公平交易行为的主要法律规定。
《商业特许经营管理条例》及《商业特许经营备案管理办法》	明确了特许人与被特许人需具备的条件、基本权利与义务，特许经营合同需包括的主要内容，对特许经营费用和特许经营合同的期限约定、信息披露等有关规定。
《关于加快纺织行业结构调整促进产业升级若干意见的通知》	强调了结构调整的重点主要包括：①加快技术结构调整，提高产品附加价值。②大力推进自主品牌建设，创建有国际影响的自主知名品牌。重点支持、大力培育一批在品牌设计、技术研发、市场营销渠道建设方面的优势企业；鼓励创建具有公共属性的行业品牌、区域品牌
《纺织工业调整和振兴规划》	产业调整和振兴的主要任务和政策措施包括：①实施自主品牌建设工程，培育形成若干个具有国际影响力的自主知名品牌，提高纺织服装自有品牌出口比重 10 个百分点，提升我国

法律法规及政策	涉及的核心内容
	纺织业在全球产业分工中的地位。②鼓励和引导品牌企业“走出去”，通过收购、入股等形式进行境外投资、品牌收购、设立境外合作区、设置销售网络等。③进一步扩大国内消费，优化商业环境，扩大营销网络，减少流通费用，制定加快推进我国服装自主品牌建设的指导意见。④鼓励企业实施兼并重组和加大金融支持。
《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》	总体目标为“到 2015 年，基本形成健康、规范的服装、家纺自主品牌发展的市场和社会环境；培育发展一批以自主创新为核心、以知名品牌为标志、具有较强竞争力的优势服装、家纺企业；服装、家纺自主品牌在国内国际市场占有率显著提高；形成若干具有国际影响力的服装、家纺自主品牌”；工作任务主要包括：提高自主品牌服装、家纺企业综合实力；营造良好的外部环境；建立和完善公共服务体系；积极开拓国内市场；大力开拓海外市场；实施自主品牌重点工程等。
《国家安全监管总局关于印发石膏板饮料调味品酒类服装生产企业和酒店业企业安全生产标准化评定标准的通知》	要求“各有关企业要严格对照评定标准开展安全生产标准化创建工作，持续改进，建立企业安全生产长效机制”；其中《服装生产企业安全生产标准化评定标准》适用于以面料为主要原料，进行裁剪、缝制等加工后生产服装、服饰的生产企业，该标准考评内容涵盖广泛，包括职业病危害因素检测和职业健康检查、缴纳足额的保险费、建立安全教育培训的管理制度、定期对设备设施和安全设备设施进行检修等。
《国务院关于促进加工贸易创新发展若干意见》	要求“三、发挥沿海地区示范带动作用，促进转型升级提质增效（七）稳定传统优势产业。继续发展纺织服装、鞋类、家具、塑料制品、玩具等传统劳动密集型加工贸易产业，巩固传统优势。支持企业加强技术研发和设备改造，提升产品技术含量和附加值，增强企业核心竞争力。”

## （二）我国服装行业基本情况

### 1. 我国服装行业发展概述

我国是世界上最大的纺织服装生产国、消费国和出口国<sup>7</sup>。2014 年，根据国家统计局数据<sup>8</sup>，在限额以上服装行业的批发和零售金额合计约 11,510.7 亿元，其中出口部分合计约 2,747.3 亿元。

在生产领域，我国服装行业已形成比较完整的产业链，但国际比较优势更多体现在生产加工环节，而在附加值更高的研发、设计等方面与国际先进水平相比仍存在较大差距。有别于发展初期的依托贴牌进行简单的加工生产（OEM），我国服装行业已经逐渐开始向设计生产（ODM）和品牌生产（OBM）转变，纱线、面料、辅料等原料和中间产品的品牌价值正逐渐得到市场认可，国内外消费者对我国服装自主品牌认知度也有所提高。换言之，我国的服装企业目前正进入

<sup>7</sup> 《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》（工信部联消费[2009]481 号）

<sup>8</sup> 来源于国家统计局《中国统计年鉴》



转型期，面临从以产量取胜的外延型发展向以产品质量和创意、品牌美誉度和经营管理模式取胜的重要转变。

在销售领域，从上世纪 90 年代至今，我国服装行业经历了三个发展阶段：

第一阶段，1990-2000 年，服装批发商时代

20 世纪 90 年代是我国服装行业发展的初级阶段，其竞争格局尚未形成，整体呈现供小于求的状况。本阶段的显著特征是最终产品质量好、品质优即可满足消费需求，因此产能扩张是企业发展的核心驱动力，同时成就了以雅戈尔、杉杉股份等为代表的一批从纺织制造向品牌服装成功转型的老牌服装企业。

第二阶段，2000-2010 年，服装零售商时代

2000-2010 年，服装行业进入成长期，服装消费逐步升级，大批优秀品牌逐步涌现，但由于行业整体的容量较大，服装企业可以凭借个性化大规模扩张而不用过多考虑产品销路，企业间的竞争更像是一场“圈地运动”；竞争方式主要表现在店铺资源上的竞争，渠道扩张是企业发展的核心驱动力，同时成就了以李宁、美特斯邦威等门店遍及全国的知名品牌。

第三阶段，2010 年以后，服装品牌商时代

2010 年以后，服装行业进入发展的成熟期，转型升级步伐加快，行业趋势具体表现为高端服装品牌逐步崛起，差异化服务已成为服装企业未来发展的核心驱动力。与此同时，服装企业的渠道布局空间逐步缩减，以往单纯依靠开店扩张即可支持业绩增长的局面已经难以为继。而行业壁垒相对较低，国内对手和国际品牌的双重压力，直营门店库存累积、加盟商压货较为严重等现象，均对我国服装企业的生存和发展提出了新的挑战，加速了其优胜劣汰进程和行业战略转型。

服装行业发展至今，服装消费者除了看重产品本身外，已经越来越重视品牌的象征意义和消费时获得的购物体验，二者正在越来越深的影响着人们的购物倾向，能否快速、有效的响应消费者的消费需求已经成为一个企业成功与否的关键。因此，对在压力中前行的中国服装企业来说，已经渐成规模的享有一定品牌美誉度的行业领先者将在行业转型中占得先机。

鉴于我国服装行业的品牌建设周期较短和目前消费者的品牌意识稳步提升的现状，如何加快品牌建设已经成为我国服装行业的普遍共识和当务之急。自 2005 年以来，国务院、发改委、工信部等先后出台了上述一系列的政策文件，共同强调要给予有实力的中国服装企业以政策支持，加快品牌建设，使其增强自

主创新能力，以便培育形成具有国际影响力的自主知名品牌。在宽松积极的政策环境之下，我国服装行业的品牌建设和结构升级迎来了良好的时机，部分实力较强的中国服装企业也已经开始通过加强产品研发和设计，提高产品附加值，国外采购等手段，逐渐尝试战略转型和产业链地位提升，为未来诞生世界级的中国服装品牌提供了契机。

## 2. 行业经营模式

目前中国服装企业的经营模式主要有以下几种：

### （1）贴牌代工模式

贴牌代工模式一般代表了服装发展的最初形态，即处于产业链附加值较低环节的制造企业在拥有纺织原料和劳动力价格优势的同时，受制于设计水平、管理水平等因素，只能为国际和国内服装品牌企业生产加工。根据制造企业对设计的参与程度不同又可分为 OEM 模式和 ODM 模式：OEM 模式为品牌企业向制造企业提供完整的设计方案并下订单，由制造企业生产产品或零件再销售给品牌商，最终完工后贴上品牌企业的标牌进行销售；而 ODM 模式则为品牌企业负责整体设计，制造企业参与部分设计，后端则与 OEM 业务相同。这些企业在生产加工过程中积累了产品生产、工艺和质量控制等基础经验，并拥有一定的生产管理水平后，逐渐向自主品牌模式过渡转型。

### （2）自主品牌模式

自主品牌模式涉及较多的产业链节点。采用这种经营模式的服装企业，首先具备一定的市场需求分析能力和产品开发设计能力，同时能够全部或部分通过自有生产线和生产设备进行生产，最后通过自己的营销网络销售自主品牌的产品。这种模式下，企业既控制了服装产业链上附加值最高的研发和销售两个节点并赚取利润，也兼顾了生产过程，更有力的保证产品质量。但这种市场导向外加品牌核心的全体系经营模式，对企业和管理者都提出了很高的要求。

自主品牌模式的必要条件之一是服装企业的“全产业链”经营模式已较为稳定成熟，在此前提和驱动下，才能在流通渠道给消费者以强劲有力的品牌效应感受。对品牌服装企业尤其是中高端品牌服装企业来说，最重要的流通渠道包括三种<sup>9</sup>：

<sup>9</sup> 《2010-2011 中国服装行业发展报告》，P107-110，中国纺织出版社

### ①百货商场

中国的百货商场经过半个多世纪的发展，已经初步形成多种流通渠道、多种经济成分、多种经营形式的商业流通格局。尽管百货商场目前仍是服装类商品销售的主要渠道，但随着消费者的消费心态和消费者结构的变化，传统百货零售业面临着同商圈同行业过度集聚竞争、同质服务同质产品缺少差异化、交通拥堵停车场所缺乏、其他商业业态异军突起等几大问题，正在谋求转型变革。

### ②购物中心

购物中心（Shopping Mall）是指以零售业为主，将一个建筑物内或一个区域内的业态不同的商店群和功能各异的文化、娱乐、金融、服务、会展等设施有计划的组织的聚集在一起的全新商业形式。购物中心在国内兴起于 20 世纪 90 年代，目前全国各地购物中心的建设规模和建设速度均领先于世界<sup>10</sup>。根据世邦魏理仕（CBRE Group, Inc.）2016 年公布的数据显示<sup>11</sup>：168 个被调查的全球主要城市中，中国的城市持续成为最活跃的市场。按正在建设的购物中心面积计算，中国城市占据了全球的三分之二。重庆、深圳、成都和上海每个城市都有 30 多个在建项目，总在建面积均超过 300 万平方米。而消费者在购物时也日益青睐这种新颖的商业形式。有调查显示<sup>12</sup>，消费者在购物中心的滞留时间一般达到 120 分钟左右，远远超过社区便利店的 10 分钟、小型超市的 30 分钟和百货公司的 60 分钟，原因在于购物中心提供了其他商业形式所不具备的包括购物、休闲、娱乐等在内的多种互动型体验功能。对于采用自主品牌模式的服装企业来说，作为未来购物商业形式趋势的购物中心将对其品牌价值的传递和品牌形象的提升起到重要的促进作用。

### ③旗舰店

在品牌知名度具备相应条件的前提下，企业会在大城市的繁华地段选择开设旨在展示品牌形象、传递品牌文化的门店。该类门店一般是企业在该城市规模最大、同类产品最全、装修最豪华的门店。旗舰店在装修、规模、风格、服务等各种细节方面都非常出色，在强烈吸引着人们的视线的同时，意在为消费者营造出充满人文情怀的购物环境，使其能够充分享受购物的过程并感受品牌文化。

<sup>10</sup> [http://www.mof.gov.cn/preview/ytcej/pdlb/wmkzg/201204/t20120427\\_647099.html](http://www.mof.gov.cn/preview/ytcej/pdlb/wmkzg/201204/t20120427_647099.html)

<sup>11</sup> <http://www.cbre.com.hk/EN/aboutus/asiamedia/Pages/Global-Shopping-Center-Pipeline-Rises-to-41-9-Million-sq-m--While-Overall-Completions-Start-to-Slow.aspx>

<sup>12</sup> 《2010-2011 中国服装行业发展报告》，P109，中国纺织出版社；<http://shipin.people.com.cn/GB/6091294.html>

### （3）轻资产模式<sup>13</sup>

轻资产运营模式指的是企业保留轻资产运营环节而放弃需要耗费大量资金而附加值低的重资产经营环节，或者企业通过某种方式利用轻资产运营环节获取重资产运营环节，其与前两种运营模式不同之处在于企业已经将产品制造和零售分销业务完全外包，自身专注于设计开发和市场推广等业务。

上述三种模式是服装企业的三种不同发展阶段所具有的相应业态模式：贴牌代工模式侧重于生产，是较为初级的行业发展模式；服装企业在逐渐成熟后便会进入自主品牌模式，开始涉足生产的上下游设计和销售，努力建设自己的品牌；轻资产模式对于高端时装品牌没有普遍适用性。

## （三）我国女装行业基本情况

### 1. 我国女装行业的现状概述

新中国成立特别是改革开放以来，中国女装的功能已从最初的保暖御寒、遮风挡雨的物质层面上升到自我认知、自我标识的精神层面；相应的中国女装的风格也从最初的与男装同形同质，转变为现在的个性化和多样化融合的特点。与之相适应，中国女装企业也经历了从少到多，从小到大的发展历程，一批具有一定规模的女装企业已经诞生。

### 2. 女装行业特点

除具备服装行业的共性外，由于女性消费者本身的特性，女装行业目前的发展还呈现以下几个特点：

#### ①女装行业对设计能力的要求更高

爱美是女性的天性。与男性消费者相比，女性消费者更重视服装的流行度并渴望走在流行的前端，一年四季都会根据流行趋势购置不同的服饰，因而要求女装企业有敏锐的设计嗅觉，能牢牢把握流行趋势，快速对潮流变化做出反应，并有强大的设计能力及时把理念变为现实。

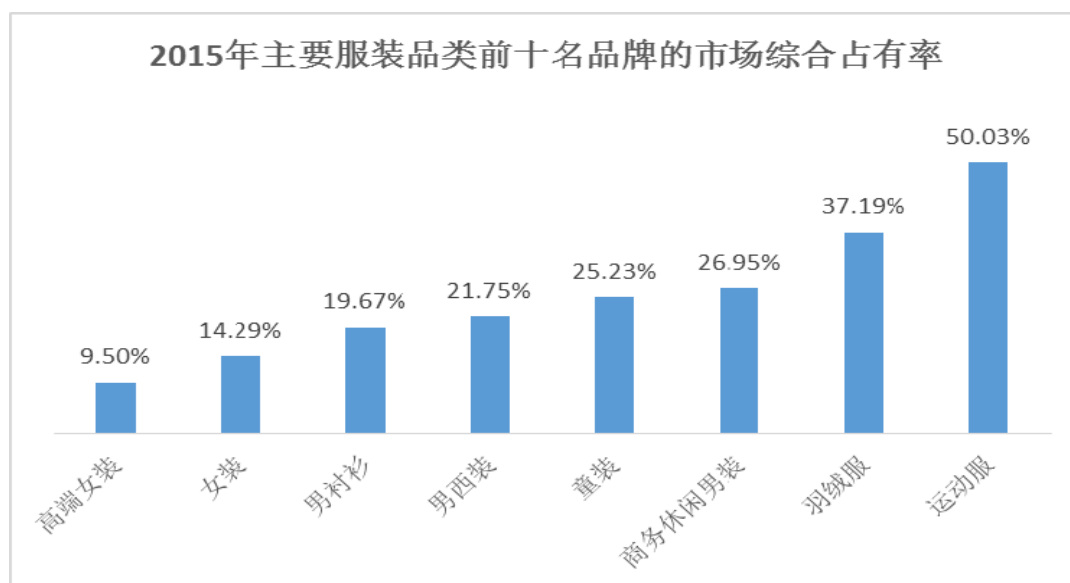
国内女装行业整体的设计力量还较为薄弱，国际主流时装秀上鲜见中国设计师的身影，中国女装设计人才的匮乏和设计理念的落后直接导致了产品同质化现象严重，较难形成独有的品牌风格。

<sup>13</sup> 《2010-2011 中国服装行业发展报告》，P109，中国纺织出版社

## ②女装行业集中度相对较低

中国幅员辽阔，风俗迥异，各地女性在身型气质、穿着习惯以及对国际流行时尚文化和新鲜事物的接受程度方面均有所不同，导致中国女装品牌的区域化特征较为显著。此外，与男性消费者相比，女性消费者的需求更加多样化、多层次，由情感支配带来的随意性，决定了女装品牌产品多变性、周期短的特征。上述原因共同决定了女装消费群体不稳定，消费者品牌忠诚度也相对偏低，女装品牌的市场占有率和行业集中度均相对较低。

根据中华全国商业信息中心数据统计，2015年主要服装品类前十名品牌集中度中，女装和高端女装的相应数据分别为14.29%和9.50%，均处于较低水平。尽管玛丝菲尔、宝姿、朗姿等一批销售规模较大、细分市场份额较高的高端女装企业已经声名遐迩，但中国女装行业总体上仍处于“春秋战国时代”，真正意义上的全国性品牌并不多见。



注：根据中华全国商业信息中心数据整理<sup>14</sup>

通常，百货商场面积在3-5万平方米，按目前单一品牌店铺面积120平米估算，一个百货商场可以容纳35-50个品牌。在中高端商场从地域性向全国性发展的大背景下，由于商场和企业存在联营关系，商场本身会对女装企业进行筛选，知名度好的女装企业将得到更好的店铺资源，同时议价能力变得更强，而知名度差的企业会逐步被淘汰，形成一定的马太效应。因此，长远来看，高端女装的行业领先者大有可为。

<sup>14</sup> 《全国大型零售企业服装市场2015年度监测报告》

### ③女装行业细分市场及其特征

国际顶级奢侈品牌，包括 CHANEL、DIOR、LV、BURBERRY 等，具备深厚的品牌价值和积淀，国内高端女装品牌暂时不具备与其直接竞争的實力。除了国际顶级奢侈品牌女装外，国内女装细分市场还可分为高端女装、快时尚女装、少女少淑装、传统休闲女装和网购女装等，女装行业发展趋向专业化，细分化。其中，快时尚和少女少淑装则注重经营模式和管理能力，国外知名企业如 ZARA、H&M、UNIQLO、ONLY、VERO MODA、ETAM 等等，在中国扩张速度迅猛，国内大规模企业较有竞争优势；网购、传统休闲等低价位女装注重成本和价格，大量品牌产品同质化；而国内高端品牌女装的市场空间较大，已有国内知名女装企业初具规模但尚无行业巨头，各品牌圈地竞争渠道，外延扩张的同时还要面临国外二线品牌如 MAXMARA、MIUMIU 和 MARNI 等的直接竞争，此局面将持续未来数年，长期来看将受益于女性收入增加和女性服装消费的上升。

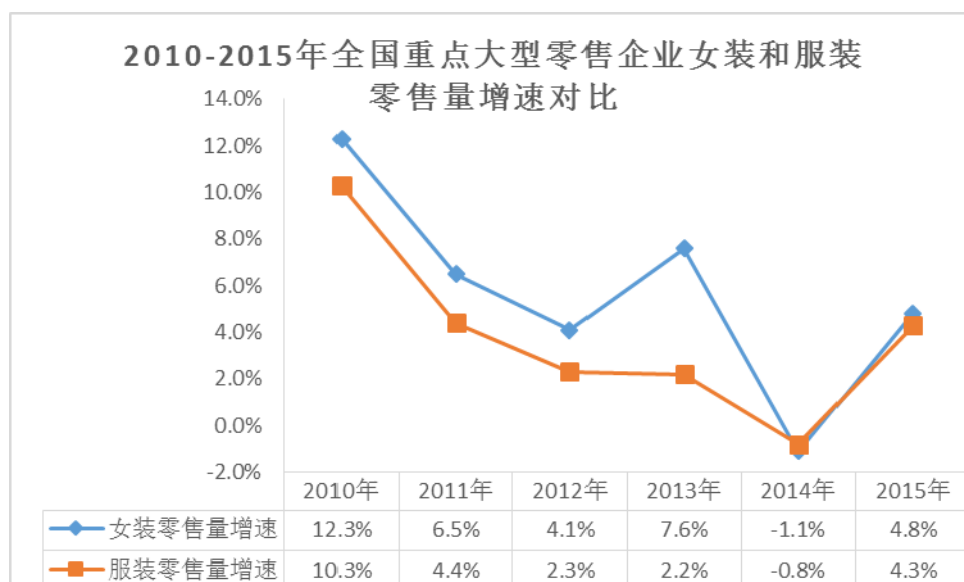
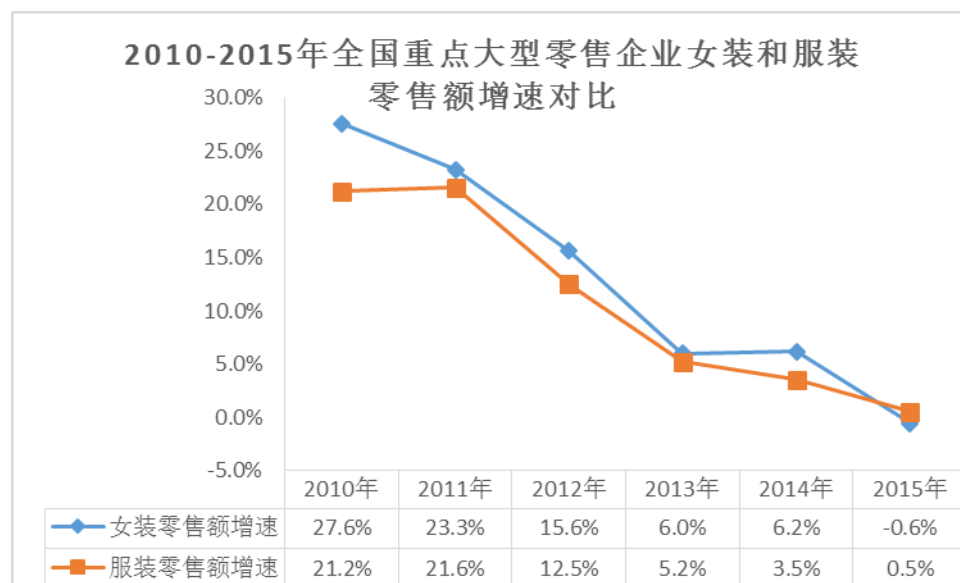
类型	休闲	少女少淑	快时尚	网络购物	高端女装
发展阶段	1980s 末-1990s 初	1990s 后期	2000 年后	2003 年起	2000 年后
渠道特征	专卖店、商场店中店	商场店中店	超大面积、商场店中店	网络	商场店中店
内地代表品牌	美邦、森马、真维斯等	歌莉娅、自由鸟等	美邦等众多尝试转型企业	韩都衣舍等众多淘品牌；传统品牌进驻天猫	玛丝菲尔、朗姿、雅莹等
海外代表品牌	佐丹奴、佑威、堡狮龙等	ONLY、VERO MODA、ETAM 等	ZARA、H&M、UNIQLO 等	ONLY 等进驻天猫；国际名品代购	MAXMARA、MIUMIU、MARNI
市场状况	2000 年后竞争激烈，巨头出现，同质化低价竞争，受少女少淑、快时尚休闲、网购冲击大	外资品牌强势、市场份额大、网络仿品多、奢侈品牌集团可能加入竞争	外资品牌企图依靠资金、营销经验优势快速扩张，争夺市场份额；质量遭诟病	淘品牌多为低价同质竞争，质量差；传统品牌面临线上和实体销售的平衡问题	市场正在成长，品牌集中度低，进入壁垒较高
内资企业应对策略	引入新中档品牌；尝试转型	淘宝天猫线上销售	加速渠道扩张，加大营销力度，模仿“变快”	7 天无理由退换货，建设线上销售团队	跑马圈地建设渠道

注：根据长江证券的研究报告整理<sup>15</sup>

### 3. 近年来女装行业的销售情况

可得公开数据数据显示，尽管女装销售增速受到总体经济环境的影响体现出一定波动，我国女装的销售仍基本保持了增长。根据中华全国商业信息中心数据统计：①2010-2015 年，全国重点大型零售企业女装零售额增速和服装零售额增速均呈下降趋势，但从各年来看，女装零售额增速基本高于服装零售额增速。②2010-2015 年，全国重点大型零售企业女装零售量增速和服装零售量增速均基本呈下降趋势，2015 年女装零售量增速和服装零售量增速均出现了反弹。从各年来看，女装零售量增速基本高于服装零售量增速。

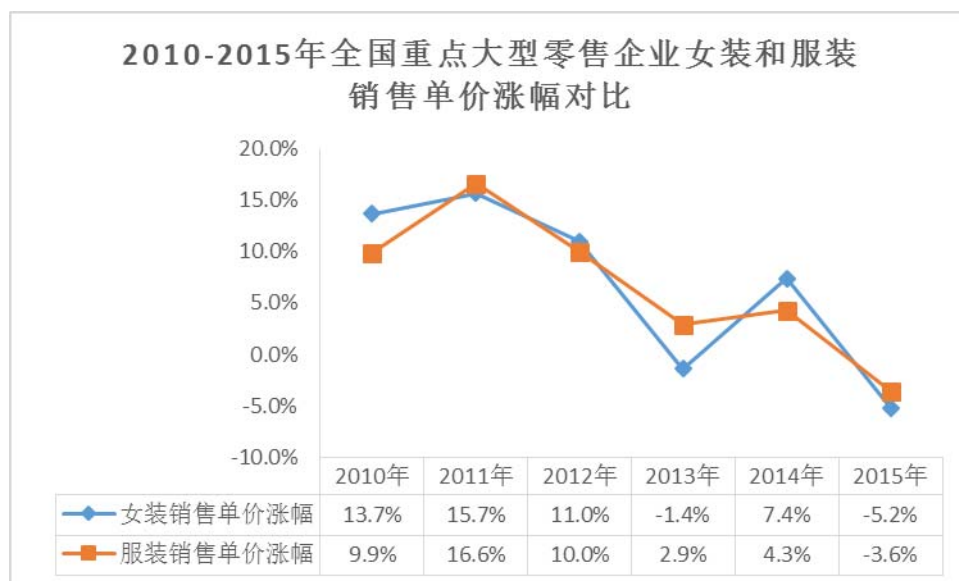
<sup>15</sup> 《云想衣裳花想容：看好国内中高端女装市场》，P17，长江证券



注：根据中华全国商业信息中心有关数据整理<sup>16</sup>

2015年以来，受消费者通胀预期的上升、商品价格上涨、就业形势艰难、股市低迷不振、房价高企、利率上升等多重因素的影响，中国消费者信心指数有所下降，对服装行业及女装行业也造成了一定影响，消费者对高端女装的消费需求有所下降，而对中低端女装的消费需求相应提高，从而对高端女装市场形成一定的负面影响。待市场和消费者信息恢复后，女装行业有望进入新一轮增长周期。

<sup>16</sup> 《全国大型零售企业暨消费品市场 2015 年度监测报告》



注：根据中华全国商业信息中心有关数据整理<sup>17</sup>

#### （四）高端女装行业进入壁垒

##### 1. 品牌壁垒

品牌是优良的产品质量、出众的产品形象、时尚的文化内涵、完善的售后服务等一系列密不可分的因素共同形成的消费者对企业及其产品的一种认知和评价，是企业倾全力打造和建立起来的被消费者信任的一种单向关系，是消费者有消费冲动时脑海中浮现的与企业及产品有关的第一要素。对于服装企业特别是高端女装企业，品牌的培养是长期的系统工程，需要持续的投入和积累以及经受市场竞争的残酷考验。培养一个品牌至少要 3-5 年的时间，纵观欧美顶级女装品牌，无不经历了几十年甚至上百年的积淀和培育。因此，对于高端女装的新进入者而言，品牌是短时期内难以逾越的重要壁垒。

##### 2. 设计研发壁垒

设计研发实力是高端女装企业的灵魂所在，也形成了高端女装行业的设计研发壁垒。只有具有强大的设计研发实力的高端女装企业才有可能持续产生符合流行趋势和市场需求的版型和款式，从而使企业基业长青。尽管国内高端女装企业的产品定价低于国际奢侈女装品牌，但是国内知名高端女装企业正越来越依靠独具特色的设计保持了粘性较高的客户和忠实的客户群：

（1）版型和审美观更适合中国人：国际顶级奢侈女装品牌主要针对欧美女

<sup>17</sup> 《全国大型零售企业暨消费市场 2015 年度监测报告》



性的特点进行设计，对不同人种的体型差异考虑较少；而国内高端女装则优先从亚洲女性体型特点和审美观出发进行版型设计，更贴近中国女性的着装需要；

（2）款式相对较多：国际顶级奢侈女装品牌受风格和档次的限制，每年推出的款式有限；而国内高端女装的设计风格更具多样性，可选择的款式更多；

（3）设计风格中更多的融入休闲元素：欧美上流女性参加酒席、舞会等场合的机会较多，因而国际奢侈品牌的设计偏正式和隆重；而由于生活习惯的不同，国内相应的场合较少，国内高端女装的设计兼顾了客户对着装高贵而不失休闲的要求。

综上所述，设计团队是否了解亚洲女性消费特点是国内高端女装企业的核心，其对流行趋势的感知水平也是企业最重要的技术要求之一，直接决定了面料、版型、裁剪、色彩、图案、搭配等方面的综合水准和设计高度，也决定了设计各环节的衔接能否做到无缝连接，进而决定了最终产品能否体现优雅气质、时尚风格、文化内涵等关键要素并博得目标消费群体的青睐。对于新进入企业来说，符合以上要求的设计团队难以在短期内形成，且高端品牌女装设计研发投入较大，只有具备一定规模和市场知名度的品牌企业才能保持充足的研发投入。

### **3. 销售渠道壁垒**

覆盖广泛的销售网络是高档品牌服装企业销售的必要条件之一。以百货商场和购物中心为销售主渠道的高端女装企业，需要经过百货商场和购物中心所在物业业主基于品牌影响力、产品档次、历史销售额等多种因素的审核考察后方能常驻。目前市场占有率在前 5 位的高端女装品牌均在全国中高端百货商场、购物中心拥有数百家门店，已经形成一定的规模效应。而同时随着商场租金的上涨，商场扣点优惠更多的倾向于销售规模靠前、品牌美誉度高的女装品牌，而新进入企业很难争取到与这些女装品牌同等条件。此外营销网络的布局 and 更新，营销人才的培养和积累，都需要企业持续投入，而对于新进入企业来说，这些很难在短时间内取得。

### **4. 工艺技术壁垒**

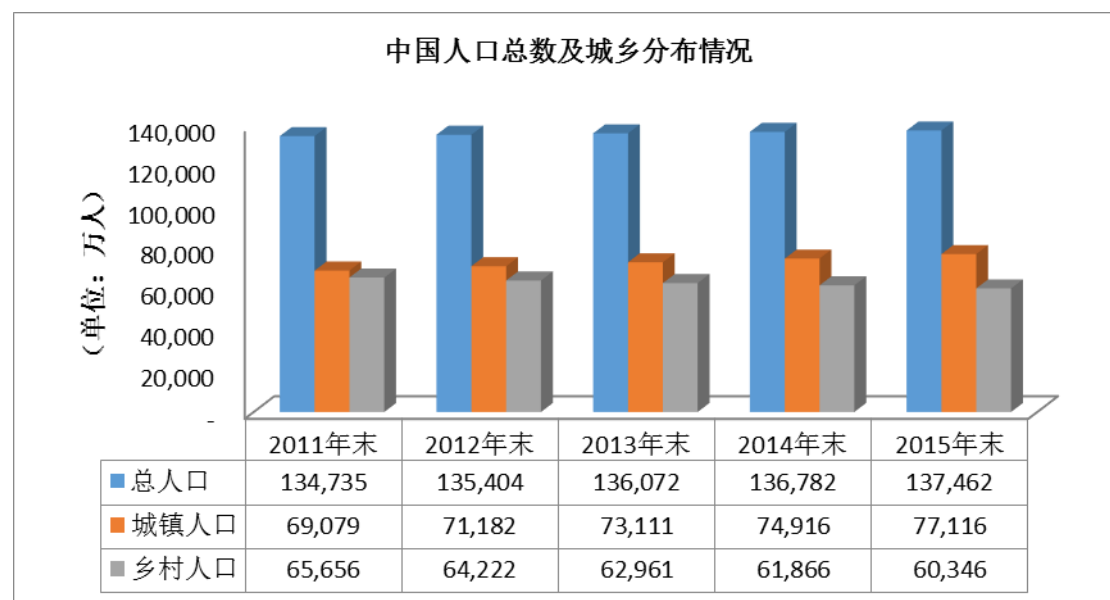
高端女装价位较高，其面料、裁剪、做工、质量检验等工艺技术细节处理要求较高，存在一定的技术壁垒。因此，网络店铺和传统中低端女装品牌的企业涉足高端女装行业并形成规模效应的难度较大，其冲击影响程度也较小。

## （五）影响行业发展的有利和不利因素

### 1. 有利因素

#### （1）城镇化率持续提高

根据国家统计局的数据显示，在 2011-2015 年期间，我国每年的人口总量以 700 万人左右的速度上升，至 2015 年末已将近 13.8 亿人。在人口基数巨大且稳步增长的情况下，作为“衣食住行”之首的服装无疑形成了一个庞大的潜在消费市场。同时随着我国城镇化进程的深入，我国城镇人口数量亦呈现稳步上升的趋势。2011 年末，消费能力相对更强的城镇人口已经超过了农村人口并继续增加，故随着城镇化进程的推进，中高端服装市场的消费能力有望进一步增强。

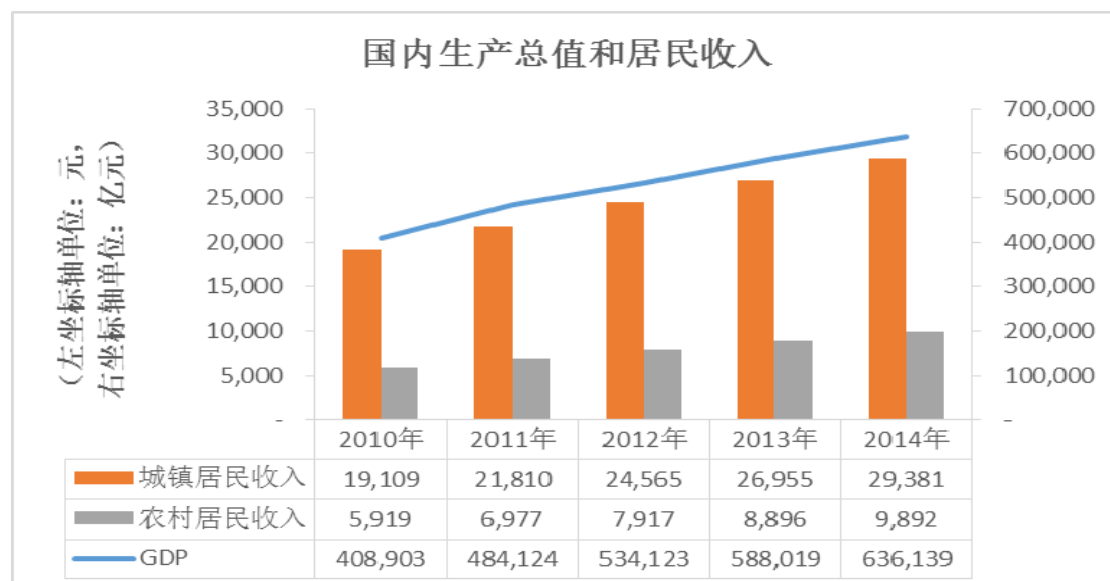


注：根据国家统计局《中国统计年鉴》、《2015 年国民经济和社会发展统计公报》<sup>18</sup>整理。

#### （2）居民收入水平持续提升

我国的经济总量和居民收入保持着持续稳定的快速增长，潜在的服装市场容量亦有望随之进一步向真实购买力转化。据国家统计局数据显示，2014 年我国国内生产总值已经超过 63 万亿元，而城镇居民的年人均可支配收入和农村居民的年人均纯收入也分别逼近了 30,000 元和 10,000 元。

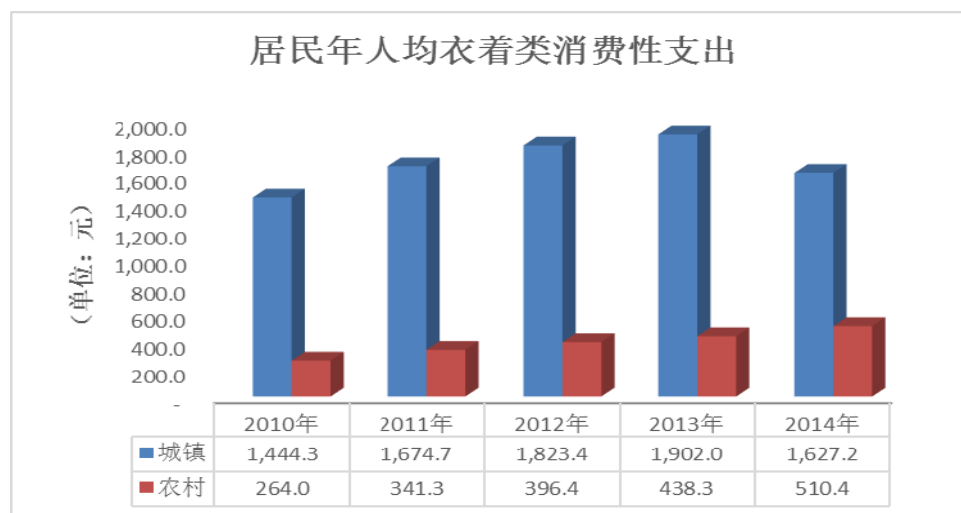
<sup>18</sup> [http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201502/t20150226\\_685799.html](http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201502/t20150226_685799.html)



注：根据国家统计局《中国统计年鉴》整理，其中：城镇居民收入指年人均可支配收入，农村居民收入指年人均纯收入，二者由左坐标轴表示；GDP由右坐标轴表示。

### （3）城镇居民服装消费明显高于农村居民

随着我国国民收入的提升和城镇化进程的深入，一方面我国城镇和农村居民的年人均消费性支出和年人均衣着类消费性支出的绝对金额均有所增长，另一方面由于城镇居民主要从事室内工作，衣着的档次和数量需求都相对较大，故城镇居民的年人均衣着类消费性支出占年人均消费性支出的比例要高于农村居民的相应比例。



注：根据国家统计局《中国统计年鉴》整理，其中2015年中国统计年鉴中的可得数据来源变化为国家统计局开展的城乡一体化住户收支与生活状况调查。

国家统计局数据显示，城镇居民年人均消费支出由2010年的13,471.5元上升至2014年的19,968.1元，复合年均增长率为10.34%；农村居民年人均消

费性支出由 2010 年的 4,381.8 元上升至 2014 年的 8,382.6 元，复合年均增长率为 17.61%，低于相同期间农村居民年人均衣着类消费性支出 17.91% 的复合年均增长率；城镇居民衣着消费比例高于农村居民 2-4 个百分点左右。

#### （4）我国女装消费升级且成长空间较大

从未来市场发展趋势上看，随着中国女性接受高等教育和就业的机会增多，她们的经济实力正在增强，消费习惯正在悄然改变。尤其是在城市，女性享有更大的经济独立性和消费选择，其品牌意识和忠诚度更加强烈，具体来看中国女性对女装的消费也正在升级并呈现出以下特点：

##### ① 消费意愿和消费能力进一步增强

随着社会地位和生活状况的改善，加之女性对时尚和美丽的持续追求，中国女性对高端女装的意愿和能力正在加强。根据万事达卡国际组织的预计<sup>19</sup>，中国女性中独居或已婚未育的年轻妇女总购买力很可能从 2005 年的 1,800 亿美元增至 2015 年的 2,600 亿美元；而子女已经长大离家的“空巢”家庭的年长妇女的购买力预计也将从 2005 年的 1,000 亿美元增至 2015 年的 1,500 亿美元。根据华坤女性消费指导中心调查结果显示<sup>20</sup>：按人数比例，服装服饰自 2008-2014 年连续 7 年位居中国城市女性个人最大一笔开支的榜首，2014 年所占百分比为 50.8%。

##### ② 注重消费质量和品味，款式是购买的最重要影响因素之一

高端女装的消费群体相对来说收入较宽裕，生活环境和生活空间较为舒适优雅，其消费视点聚焦于有品位、有个性、质量好的品牌服装，即愿意花钱购买实用又时尚的衣服，以修饰外在并显示自身气质，体现一定文化底蕴。根据华坤女性消费指导中心调查结果显示<sup>21</sup>，平均来看，各个年龄段的中国女性在女装消费中最关注的因素之一就是款式。

与此同时，我国女装的市场存在较大的提升空间。根据 Euromonitor International 统计<sup>22</sup>，1998-2010 年我国女装人均消费额呈逐年上升趋势，2010 年达到人均 43.9 美元，逐渐接近世界平均水平，但离欧美发达国家 300-450

<sup>19</sup> [http://www.cs.com.cn/yh/06/200903/t20090307\\_1780899.htm](http://www.cs.com.cn/yh/06/200903/t20090307_1780899.htm)

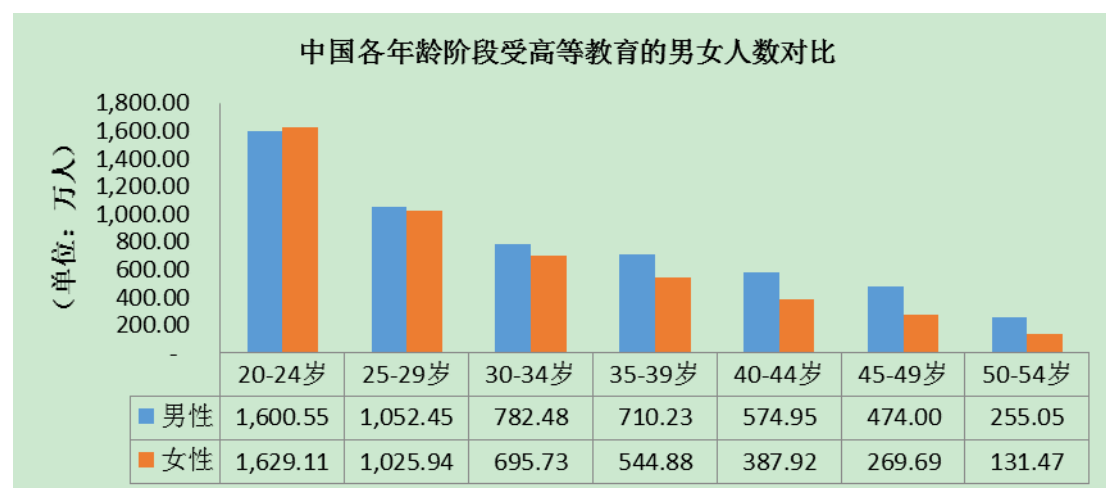
<sup>20</sup> 《女性生活蓝皮书：中国女性生活状况报告 NO. 8（2014）》，P161、P202；《女性生活蓝皮书：中国女性生活状况报告 NO. 9（2015）》，P193、P215

<sup>21</sup> 《女性生活蓝皮书：中国女性生活状况报告 NO. 5（2011）》，P342-343，《2010 年城市女性服装服饰消费调查报告》

<sup>22</sup> 《蓬勃兴起的女装行业，三大层次细分市场发展探究》，P11，光大证券，可以被《云想衣裳花想容：看好国内中高端女装市场》，P1，长江证券，验证

美元的水平有着较大差距。

我国女性受教育水平正在日益提高，同时职业收入较高的女性人群的增加，将进一步保障女性的经济地位，促进未来女装的消费增长。根据第六次全国人口普查数据显示<sup>23</sup>，男女间受高等教育的人数差距与年龄区间基本成正比，在20-24岁区间，女性受高等教育的人数甚至超过了男性。换言之，当代女性在高收入职业中发展机会较其父母辈而言，与男性更为接近，经济上更为独立，预期也将带来未来女装消费的增长。



注：根据全国第六次人口普查数据整理<sup>24</sup>

## （5）我国高端女装行业的成长空间巨大

### ① 高端女装行业容量可观但市场集中度低

根据中华全国商业信息中心数据<sup>25</sup>，我国高端女装的总体市场容量约为680亿元，其中来自于高级百货商场渠道的市场容量为约500亿元。而在可观的市场容量下，高端女装的品牌集中度仍处于较低的水平。根据中华全国商业信息中心数据，2015年高端女装品牌前十名市场占有率的合计为9.50%，低于商务休闲男装、男衬衫、牛仔服、童装等其他细分服装市场，高端女装的行业领先者大有可为。

### ② 成熟女性的人口红利促使高端女装行业进入成长期

女性比男性更注重“形象购物”，会积攒经济实力去购买一些高于自身消费层次的产品，其通过服装来展示高雅品味的愿望相对更为强烈。加上中国女性接受高等教育和就业的机会增多，工作稳定并收入增长，其消费习惯也正在发生变

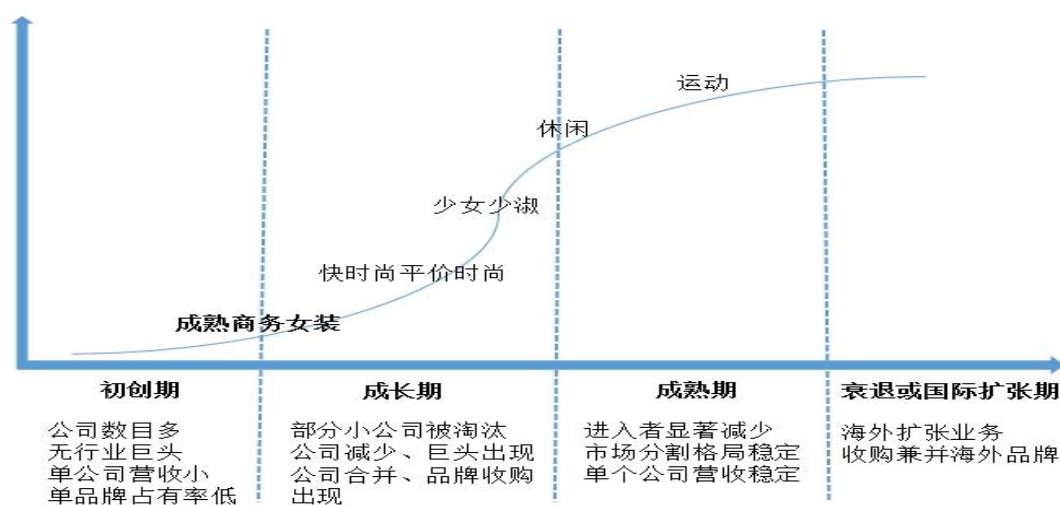
<sup>23</sup> 2010年的第六次人口普查数据，下一次人口普查是2020年

<sup>24</sup> 样本总数为6岁以上的人口

<sup>25</sup> 《蓬勃兴起的女装行业，三大层次细分市场发展探究》，P23，光大证券

化；尤其是在城市，女性享有更大的经济独立性和消费选择。而高端女装的主要消费群体正是 30-50 岁的女性，这个年龄段的消费群通常已经工作多年，事业稳定，有一定的经济基础和文化素养，强调生活品质和格调，认为服装是个人品位和身份的代表和象征，品牌意识较强，故在服装的选择和购买上具有较高的要求。

根据第六次全国人口普查数据显示<sup>26</sup>，高端女装的消费主力“60 后”和“70 后”女性占女性人口总数的比例合计约为 35.82%，而即将成为高端女装的消费主力的“80 后”女性占女性人口总数的比例约为 18.64%。而根据华坤女性消费指导中心调查结果显示<sup>27</sup>，31-40 岁城市女性个人的服装开支平均达到 5,082.1 元，位居各年龄段之首。41-50 岁女性购买一件（套）最贵的服装开支平均达到 2,019.9 元。因此可以预计，随着消费倾向更强、高端服装消费更高、价格承受能力更强的 80 后女性逐渐成熟，其女装消费需求也将逐渐向高端化成熟化转型，未来若干年高端女装、成熟女装的消费规模将随之扩大，我国高端女装行业相应正在沿着国外高端女装的发展路径进入成长期。



注：根据长江证券的研究报告整理<sup>28</sup>

同时，成熟女性的人口红利能够保持国内高端女装行业持续向上的另一个重要因素是，国内高端女装的消费者较之少女少淑装的消费者，对于国内品牌有更多的认可度，原因在于少女少淑装的消费群体主要为 16-25 岁的年轻女性，其相对更易于接受外来事物，接触体验外国文化更多，对外资品牌的尝试和选择

<sup>26</sup> 样本总数为 6 岁以上的人口

<sup>27</sup> 《女性生活蓝皮书：中国女性生活状况报告 NO. 5（2011）》，P340，《2010 年城市女性服装服饰消费调查报告》

<sup>28</sup> 《云想衣裳花想容：看好国内中高端女装市场》，P16，长江证券

也相对更踊跃。因此，国内的少淑少女装市场更多被外资品牌占据分割，而国内高端女装市场国内的品牌相对更容易被消费者认可和接受。

③高端女装零售额的非省会城市所占比重继续提升，未来发展趋势可观

我国区域经济的发展目前较为不均衡，东南沿海发达地区以及省会级城市的人口密度较大，人均收入较高，消费能力较强，相应高端女装的消费更集中于这些区域和城市。根据中华全国商业信息中心公开的数据统计<sup>29</sup>，2011年的高端女装零售额中有39.95%来自于非省会级城市，该比例在2008年、2009年和2010年分别为12.20%、26.44%和37.73%，这说明非省会级城市的高端女装消费能力正在逐渐提升，未来非省会级城市对高端女装的消费潜力巨大。

高端女装销售分布呈现这种态势的主要原因是：随着省会级城市竞争的愈加激烈和市场空间的日益收窄，以及非省会级城市居民收入水平和消费能力的快速提升的影响，许多大型零售企业甚至国际奢侈品牌在金融危机之后纷纷将扩张的下一个目标投向了中国的非省会级城市，且扩张速度加快。因此非省会级城市吸引众多国际知名品牌进驻的同时，也促进了高端女装的消费渠道下沉。

（6）高端女装库存压力相对较小

从经营模式上看，相比快时尚等其他类型女装，高端女装企业最终产品的销售有效时段相对较长，推陈出新的频率相对较低，加之高端女装需要众多的营销终端来传递品牌形象和实现产品交付，因此，库存更多体现了经营业务的需要而非负担，存货带来的压力也相对较低。

## 2. 不利因素

（1）高端女装品牌影响力进一步提升受国际品牌制约

服装品牌的形成需要一个长期的客户认知过程，国际一二线品牌一般都经历了数十年甚至数百年的历史，他们注重品牌文化沉淀，形成各自独特文化内涵。我国高端女装品牌出现的时间相对较晚，生命周期较为短暂，最多二十余年历史，每年均有众多品牌被边缘化甚至淘汰，品牌影响力和国际一二线品牌相比有较大差距，能走出国门、走向世界的国内品牌更是寥寥无几。究其原因在于国内女装品牌大都源于速成，倾向于利用大量资金在短时间内通过市场营销等手段提高品牌的知名度，而缺失夯实沉淀品牌的基础，缺乏品牌文化的积累，因此存续期较

<sup>29</sup> 中华全国商业信息中心：《2011年高端女装市场品牌发展分析报告》

短。目前国内奢侈品市场被国际一二线品牌垄断，品牌集中度高，且销售渠道开始向二三线城市下沉。

根据美国贝恩公司的《2015 全球奢侈品市场研究》，中国消费者贡献了全球奢侈品消费的 30%以上<sup>30</sup>。国人消费观念上崇尚国际品牌，甚至部分高端商场对国内品牌入驻设置高门槛，高端女装品牌影响力的进一步提升受到国际品牌的制约。

#### （2）研发设计和创新能力不足

研发设计和创新能力是我国服装企业普遍存在的软肋，虽然较以前更加受到重视，但多数品牌特色风格不明显，缺乏个性、独创性和相对独立的特色风格，模仿现象仍然较为严重，产品定位趋同现象仍然较为突出，互补性和辨识度均不高。尽管加强了与国外先进设计文化的交流，但目前我国服装行业的整体设计水准与国际水平尚存差距，国内服装设计师的输送培养机制也有待改进。我国服装企业的研发投入相对不足，跟风模仿和产品同质化现象普遍，制约了我国服装品牌的设计水平再迈上一个新台阶。

#### （3）渠道资源稀缺，市场占有率存在天花板效应

由于全国的一二线城市及其可容纳的中高端商场的数量有限，国内中高端商场资源相对稀缺，制约了高端服装单一品牌的门店数量。根据中华全国商业信息中心的数据统计，2009 年至今，高端女装单一品牌的市场占有率均未超过 4%，当门店开到一定规模后，将遇到瓶颈，从而导致单一品牌市场占有率存在天花板效应，高端女装企业需要借助多品牌策略来突破。

#### （4）劳动力成本不断攀升

服装行业总体上属于劳动力密集型行业，员工成本在总成本中占比较高。近年来，国民名义收入增长和劳动年龄人口减少的综合影响下，我国的劳动力成本呈上升趋势。以公司所在地深圳市为例，最近三年当地社保局公布的当地年度在岗职工月平均工资水平分别为 5,218 元、6,054 元和 6,753 元，年均复合增长率为 13.76%。持续上涨的劳动力成本已经成为影响行业发展的不利因素之一。

#### （六）行业技术水平及技术特点

服装行业的技术水平和技术特点主要体现在以下两大方面：

<sup>30</sup> <http://www.bain.cn/news.php?act=show&id=584>



## 1. 软性技术

服装行业尤其是高端女装行业对时尚潮流的敏感度较高，故决定了其在设计研发能力、生产管理效率、市场运作能力、快速反应能力等方面要求也较高。只有对研发、生产、销售等进行规范科学的管理，加强各部门及上下游的沟通和协调，才能提高软实力，增强企业的核心竞争力。就高端女装来说，能否体现优雅气质、时尚风格、文化内涵等关键要素，取决于面料、版型、裁剪、色彩、图案、搭配等方面，故服装设计团队对流行趋势的感知水平和设计研发能力是高端女装企业最重要的软性技术之一。目前我国高端女装行业正在逐步积累和沉淀设计理念，一方面来自于国内各所大专院校特别是服装院校培养的毕业生，一方面借重于外聘或者合作的日韩、台湾、欧美等国家或地区的设计师；同时外在交流也在增加，与国际先进设计水平的差距逐渐缩小。

## 2. 硬性技术

2010年4月，中国服装协会对外发布了《创建中国服装强国发展纲要导向意见（讨论稿）》，明确提出科技创新是实现服装强国的重要手段之一。近年来，得益于纺织工业整体产业链的完善，服装行业在大力引进先进技术的同时，加大自主创新和科技研发的力度，带动了行业的整体硬件进步，具体表现在：

（1）基础研究：我国服装行业目前在人体测量、数据库建设和服装舒适度等方面加强了研究投入，取得了一定的成果。

（2）专业设备：装备升级更新为代表的技术改造目前正在服装行业大规模的展开，全行业的机电一体化、电脑控制、特种专用缝纫设备应用比例明显增加。

（3）信息化：总体来说，目前服装企业对单个信息化软件应用率较高，但集成应用的企业资源计划系统（ERP）的应用率还较低。

（4）新型原料及产品：很多服装企业已开始通过新材料、新工艺、新技术的开发应用来提高产品的技术含量和附加值。

### （七）行业周期性、季节性和地域性

服装作为人们日常生活的必需品，其行业周期性具有双重性，一方面服装具有基础必需品的特性，故具备一定刚性；另一方面服装特别是高端女装作为可选消费品，对经济周期具有一定的敏感性，但这种敏感性在一定程度上受到三个

因素的抵消：持续增长的居民收入、相对稳定的客户群体、款式多样的创新设计。

与行业周期性相比，季节性则是服装行业尤其是女装行业更为明显的标志性特征。较之男装，女装的时尚性和个性化需求更加突出，相应的款式也更为多样，使得女装销售与气候的关联度更为紧密，其行业的季节性特点也更为明显。一般来说，秋冬季是女装行业的销售旺季，期间的销售额要明显高于春夏季，主要原因有二：一是秋冬季女装产品多采用毛料等高档面料，其销售单价和毛利普遍高于春夏季产品；二是春节因素带动了消费增长。

在区域性方面，我国女装行业呈现两个特点：一是北方由于四季较为分明，秋冬款女装的上架时间均早于南方；二是东南沿海地区 and 一二线城市由于经济较为发达，对女装尤其是高端女装的消费较之其他地区更为集中。

#### （八）所处行业与上下游行业的关联关系及其影响

发行人所处服装行业的上游行业是面辅料行业，面辅料的价格、质量工艺、功能与服装行业的衔接与融合日益紧密。价格方面，面辅料中的羊毛、化纤、棉花、丝绸等价格的上涨，使纺织行业的成本持续上升，逐渐传导到服装行业后，其中的品牌企业可通过涨价转嫁成本压力，保证盈利；质量工艺方面，面辅料的质地、等级、裁剪、缝制等方面在很大程度上决定了服装的款式和风格，特别是高端服装品牌企业往往更多的选择高档进口面料；功能方面，由于现代人的生活节奏加快，对衣服简约舒适的要求越来越高，而这种要求很大程度上由各种新型纤维、抗菌、免烫抗皱、防静电等高科技面料所满足，进而提高了服装的附加值和档次。

发行人所处行业的下游面对的主要是女性消费者。消费者的购买意愿和购买能力受到较多因素影响，包括宏观经济景气程度、居民可支配收入、时尚潮流、媒体风向等外在因素，以及消费者的性别、年龄、教育背景、品味等内在因素。同时，服装的款式、价格、面料、品牌、时尚、购物环境等也是影响消费者购买服装的重要因素。女性消费者具有多层次性和感性的特点，其消费具有一定的主观随意性，造成女装消费具有短周期、多变性的特点，这也相应的对涉足产业链各环节的女装企业提出了更高的要求。

#### （九）行业利润水平的变动趋势及变动原因

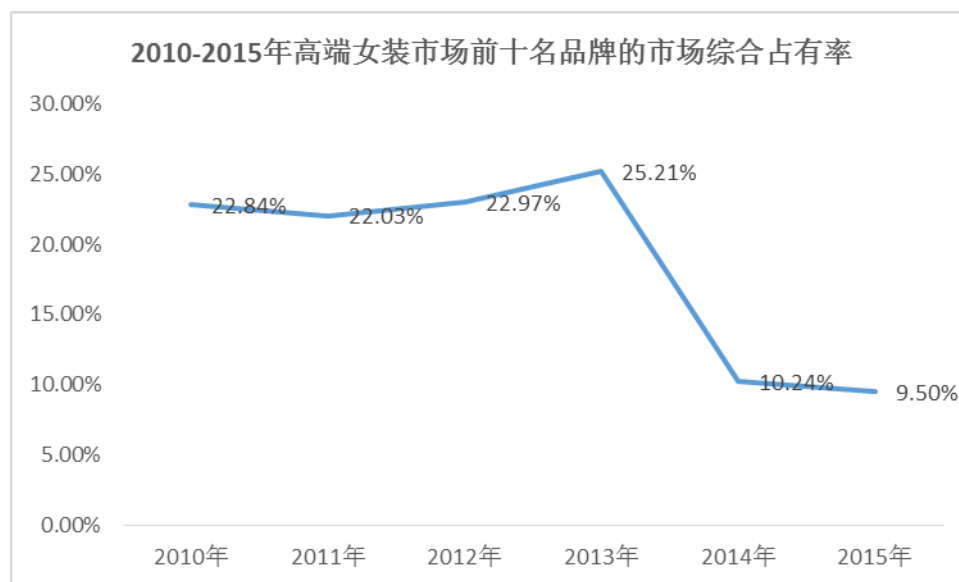
传统服装制造行业进入壁垒较低，产品附加值不高，价格竞争激烈，利润

率较低。而高端品牌女装行业的利润水平远高于传统服装制造行业，例如香港上市的宝国国际 2015 年毛利率为 80.43%，国内上市的朗姿股份 2015 年毛利率为 58.99%。高端女装行业的利润水平较高的主要原因有两个：一是高端女装企业占据了研发设计和销售终端这两个服装行业产业链的制高点，产品具有更高的附加值，具备一定的议价能力；二是高端女装的消费客户群体相对较为稳定且消费能力较强。

### 三、发行人的行业地位

#### （一）行业竞争格局

目前我国高端女装市场的竞争比较激烈。一方面，国际品牌竞相抢滩中国女装市场，其进驻中国各大百货商场和购物中心的速度有增无减，这其中既包括 CHANEL、DIOR、LV、BURBERRY 等一线品牌，也包括 MAXMARA、MIUMIU、MARNI 等二线品牌；另一方面，国内高端女装企业的市场集中度总体上仍处于较低水平。根据中华全国商业信息中心的统计，2015 年，全国重点大型零售企业高端女装销售前十位品牌的市场综合占有率合计为 9.50%，低于男装、童装等其他品类服装。

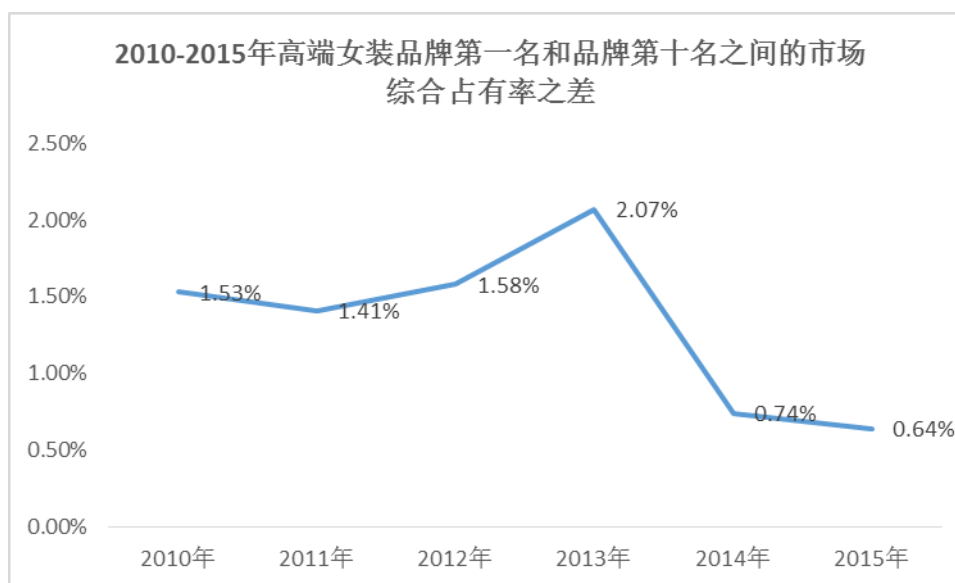


注：根据中华全国商业信息中心数据整理<sup>31</sup>

同时，由于竞争激烈程度加剧，高端女装领先品牌的市场综合占有率差距

<sup>31</sup> 中华全国商业信息中心：《2011 年高端女装市场品牌发展分析报告》、《全国大型零售企业暨消费品市场 2012 年度监测报告》、《全国大型零售企业暨消费品市场 2013 年度监测报告》、《全国大型零售企业服装市场 2014 年度监测报告》、《全国大型零售企业服装市场 2015 年度监测报告》

总体不大。高端女装市场综合占有率第一名和第十名之间的差距从 2010 年的 1.53% 下降到 2015 年的 0.64%。



注：数据来源为中华全国商业信息中心<sup>32</sup>

## （二）发行人的市场地位

### 1. 行业主要竞争对手简要情况

在国内高端女装市场上，公司的主要竞争对手包括国际一二线服装品牌和国内高端女装品牌，二者与公司的竞争关系有所差异：

#### （1）国际一二线女装品牌

国际一线女装品牌（如 CHANEL、DIOR、LV、PRADA、BURBERRY 等）和国际二线女装品牌（如 MAXMARA、MIUMIU、MARNI 等）由于历史悠久、工艺精湛、品质奢华、款式新颖、品牌标识和文化深入人心等特点，颇受高端消费者青睐，加之这些国际品牌目前主要在国内一线城市的高端商场设立门店进行销售，故与发行人构成一定的竞争关系。玛丝菲尔推出的“ZhuChongYun”（朱崇恽女装）和新收购的“Krizia”，在不久的未来将逐渐与国际一二线女装品牌展开直接竞争。

#### （2）国内中高端女装品牌

国内主流中高端女装的销售终端和目标人群均与本公司相似度较大，构成

<sup>32</sup> 中华全国商业信息中心：《2011 年高端女装市场品牌发展分析报告》、《全国大型零售企业暨消费品市场 2012 年度监测报告》、《全国大型零售企业暨消费品市场 2013 年度监测报告》、《全国大型零售企业服装市场 2014 年度监测报告》、《全国大型零售企业服装市场 2015 年度监测报告》

直接的竞争关系，主要包括<sup>33</sup>：

名称	注册地	主营业务	女装风格	最近1年销售收入 (万元)
宝国国际控股有限公司	百慕大	主要经营自有品牌 PORTS，同时从事 BMW Lifestyle、Armani（包括 Armani Jeans 以及 Armani Collezioni）、Versace Collection 以及 Ferrari 四个品牌的特许经营	简约、优雅、精致	159,457.5
慕诗国际集团有限公司	开曼群岛	主要经营自有品牌 MOISELLE、mademoiselle 和 imaroon 等，同时从事包括 GERMAIN、COCCINELLE 和 SEQUOIA 等海外时装品牌的专利分销权业务	时尚、精巧、典雅	32,799.60
朗姿股份有限公司	北京	经营的主要品牌有一线奢侈品牌“FF”、优雅成熟品牌“LANCY FROM25”、“MOJO.S.PHINE”、“LIME FLARE”、“LIAA”、流行少淑品牌“marie n°mary”、时尚个性品牌“JIGOTT”等	成熟、典雅、妩媚、精致、时尚、个性	114,425.28
深圳歌力思服饰股份有限公司	深圳	旗下共有成熟的时装品牌5个，其中 Ellassay、WithSong 为公司自有品牌，Laurèl、Ed Hardy、IRO 为公司通过收购方式持有的国际品牌	优雅、时尚、品味、成熟	83,528.97
维格娜丝时装股份有限公司	南京	旗下有“V-grass”和“吉祥云锦”两个品牌	时尚、修身、优雅、唯美、凝练	82,435.18
欣贺股份有限公司	厦门	旗下品牌包括 JORYA、JORYA weekend、ANMANI、GIVH SHYH、CAROLINE、AIVEI、QDA	精致、优雅、时尚、简约	181,301.24

注：上述公司中，除慕诗国际的销售收入来自其 2016 年年报（但会计期间为完整的会计年度为 2015 年 4 月 1 日-2016 年 3 月 31 日），以港币列示外，其他公司的销售收入均来自于 2015 年年报或者预披露的招股书，单位为人民币。

## 2. 发行人的市场地位和变化

根据中华全国商业信息中心的数据统计，按市场综合占有率来看，公司主要品牌“Marisfrolg”的品牌地位稳步提升，2008 年和 2009 年均位居第 3 位，2010 年和 2011 年均位居第 2 位，2012 年已经升至第 1 位，2013-2015 年蝉联榜首。

### 2010-2015 年高端女装市场前十位品牌市场综合占有率

排序	2010 年		2011 年		2012 年	
	品牌	占有率	品牌	占有率	品牌	占有率
1	宝姿	3.05%	宝姿	2.99%	玛丝菲尔	3.15%
2	玛丝菲尔	2.95%	玛丝菲尔	2.88%	宝姿	2.87%
3	朗姿	2.78%	雅莹	2.70%	朗姿	2.75%
4	雅莹	2.71%	朗姿	2.22%	维格娜丝	2.69%
5	阿玛施	2.35%	维格娜丝	2.14%	雅莹	2.52%
6	白领	2.11%	阿玛施	2.13%	歌力思	2.16%
7	维格娜丝	2.02%	歌力思	2.10%	阿玛施	2.00%
8	歌力思	1.70%	娜尔思	1.71%	白领	1.68%
9	音儿	1.65%	白领	1.58%	珂莱蒂尔	1.58%
10	娜尔思	1.52%	音儿	1.58%	敦奴	1.57%
排序	2013 年		2014 年		2015 年	
	品牌	占有率	品牌	占有率	品牌	占有率

<sup>33</sup> 以下信息均来自于各公司的官方网站、年报或公开招聘信息

1	玛丝菲尔	3.66%	玛丝菲尔	1.46%	玛丝菲尔	1.31%
2	雅莹	3.58%	雅莹	1.41%	雅莹	1.23%
3	朗姿	3.10%	玖姿	1.29%	玖姿	1.11%
4	宝姿	2.56%	朗姿	1.12%	维格娜丝	0.96%
5	维格娜丝	2.52%	维格娜丝	1.00%	珂莱蒂尔	0.94%
6	歌力思	2.27%	娜尔思	0.97%	朗姿	0.94%
7	敦奴	2.11%	珂莱蒂尔	0.78%	娜尔思	0.90%
8	声雨竹	2.02%	歌力思	0.77%	敦奴	0.75%
9	斯尔丽	1.80%	宝姿	0.72%	声雨竹	0.69%
10	珂莱蒂尔	1.59%	声雨竹	0.72%	歌力思	0.67%

注：数据来源为中华全国商业信息中心<sup>34</sup>

报告期各期，玛丝菲尔合并报表口径的净利润分别为 56,168.75 万元、66,991.91 万元、70,518.73 万元和 18,672.96 万元，具备较强的盈利能力。中国服装协会发布的 2012 年和 2013 年服装行业“销售利润率”百强企业名单中，公司位居第三位和第一位<sup>35</sup>。

### （三）发行人的竞争地位

#### 1. 竞争优势

##### （1）品牌影响力

##### ①多年的高端品牌积累

公司通过长期的发展和市场检验，积累了丰富的设计、采购、生产、营销和管理经验。“Marisfrolg”品牌创立于 1996 年，是国内较早进入高端女装行业的品牌之一，凭借高品质制造、独到的版型、简约时尚的设计风格同亚洲女性体型特征及审美相结合，逐渐发展成为国内时尚女装行业知名品牌，为中国市场提供国际化的流行元素。“MASFER.SU”品牌创立于 2004 年，目前品牌初创期已过，品牌定位和设计团队基本成型；同时，“MASFER. SU”定位于少女女装，相比“Marisfrolg”而言，其可选渠道资源更广，未来成长空间较大。

公司的两个品牌依靠产品设计、质量以及良好的销售业绩，获得了众多中高端商场的肯定。商场的认可有助于玛丝菲尔得到更好的店铺资源，同时议价能力变得更强，可争取到较低的商场扣点，品牌效应正在逐步释放。

##### ②核心品牌定位清晰

<sup>34</sup> 中华全国商业信息中心：《2011 年高端女装市场品牌发展分析报告》、《全国大型零售企业暨消费品市场 2012 年度监测报告》、《全国大型零售企业暨消费品市场 2013 年度监测报告》、《全国大型零售企业暨消费品市场 2014 年度监测报告》、《全国大型零售企业暨消费品市场 2015 年度监测报告》

<sup>35</sup> 《2012-2013 中国服装行业发展报告》，P160，中国纺织出版社；《2013-2014 中国服装行业发展报告》，P155，中国纺织出版社

公司“Marisfrolg”品牌自创建以来一直专注于高端女装的设计、生产、销售，将目标消费群体锁定在 30-50 岁成功的商务界、行政界女性，她们强调生活品质，注重生活品味，对高档服装的追求尤其明显，对服装风格、时尚元素已形成一定的偏好，品牌影响力已经成为影响其购买意愿的重要因素。公司在设计中揉入目标客户群的服装偏好，设计出符合这一年龄段女性成熟美特性，充分彰显“时尚、优雅、内敛、经典、大气”的风格。

“MASFER.SU”品牌消费群体集中在 20-40 岁的年轻白领一族。

“MASFER.SU”品牌在设计上包括休闲时尚、职业时尚、街头时尚，侧重通过组合搭配展现整体风格和个性，以“时尚、活力、都会”为设计理念，将考究的面料和精湛的工艺，结合年轻女性特有的活力、率真和个性，形成独特的时装风格。公司一直保持自己清晰的品牌定位，以独特的产品风格吸引着一大批中高端客户，形成了较强的品牌忠诚度。

在品牌定位的基础上，公司加强品牌知名度的推广，建立了多种品牌推广渠道：通过多种知名时尚杂志等展现公司时尚新款式；为多位影视界明星提供公司设计或定制的服装，进一步提升公司产品的知名度；公司在每季度至少召开一次新产品发布会及订货会，展示公司强大的设计实力与产品形象，加强公司品牌的推广力，公司通过全方位的产品品牌推广与宣传，进一步加强了产品品牌的影响力。

## ② 新品牌的加入使整体品牌布局更为合理

与国内部分其他女装企业比较，公司在核心品牌上的沉淀时间相对较长，在设计、生产和销售等环节上经过了长时间的优化，具备了较强的竞争力，为企业的持续发展奠定了比较扎实的基础。2013 年以来，公司逐步开始在新品牌上加大投入，陆续推出了新的高端女装品牌“ZhuChongYun”，收购了“AUM”女装品牌，上述新品牌与原有的两个核心品牌“Marisfrolg”及“MASFER.SU”形成了互补和延伸，使得公司的设计风格、产品系列、消费群体更为丰富、多样，同时可以挖掘公司在各业务环节的潜力，对内形成了资源的充分利用，对外形成了对各个细分市场的延伸，从而使得公司的整体业务布局更趋合理、有效。同时，公司已完成对意大利知名女装品牌“Krizia”的收购，有望进入国际女装品牌行列。

## （2）直营店为主，遍布全国的营销网络

公司经过十多年的发展，积累了丰富的终端销售渠道经验，已经形成了一套完整、高效的销售管理模式，信息反馈涵盖设计、采购、生产、物流、销售、信息反馈等多个阶段，具有较强的资源调配能力。公司在全国经济发达的省会城市和直辖市及部分消费能力强的地级市建立了营销网络，形成了稳定的终端销售渠道管理团队和较完善的销售管理体系。截至 2016 年 6 月 30 日，公司共有直营店 683 家，占比约 77%，加盟店 201 家，占比约 23%，公司销售渠道以直营店为主。直营店的优势在于公司可以凭借资金及管理优势，自主选择较为理想的经营场所，直接控制销售终端的业务活动，有利于维护公司品牌的知名度及美誉度，而且对客户意见等信息的反馈更及时、准确。

公司门店已覆盖全国 32 个省级行政区以及新加坡等地区的商场。公司相应制定了严格的直营业务管理制度，以区域管理及业务管理为单位，分片区对各直营店的日常经营进行规范，包括人事管理、培训机制、卖场协调、商品陈列、商品销售、客户服务、货品管理、数据管理、财务管理、市场拓展、门店装修等方面。通过长时间的培养和积累，公司拥有一批经验丰富的店面管理和商品导购人员，善于帮助消费者辨识、发掘、强化其着装喜好，并得到消费者普遍认可。

### （3）掌握优质的渠道资源

公司产品销售商场主要位于中高端商场，包括购物中心、百货商场等。商场的选择主要考虑当地的人口结构、时尚程度、居民消费能力等因素。其中，二三线城市主要以百货商场为主，一线城市则主要以购物中心、百货商场为主，此外，公司在商场销售的基础上，推出符合高端品牌服装特征的旗舰店。旗舰店为独立店铺，消费人群大多为公司常年稳定客户，人均年消费额较大，店内汇集公司所有品牌，产品种类齐全。

公司入驻商场均为大型中高端商场，覆盖了商务部评定的大部分“达标百货店”及“金鼎百货店”。经过多年的营销网络拓展，公司与国内主要的精品百货、购物中心建立了良好的合作关系，同时公司品牌影响力的提升也促使众多高端商场主动邀请其入驻。这些高端商场普遍具备了位于城市核心商圈，国际一线品牌集中等特征。截至 2016 年 6 月 30 日，公司入驻的高端商场包括：

序号	城市	商业场所名称	直营店柜地址
1	哈尔滨	松雷国际商厦（南岗店）	南岗区东大直街 329 号松雷商业大厦 3 楼
2	哈尔滨	麦凯乐百货	道里区尚志大街 73 号麦凯乐百货总店 3 楼
3	长春	卓展时代广场	朝阳区重庆路 1255 号卓展时代广场 3 楼



序号	城市	商业场所名称	直营店柜地址
4	沈阳	万象城	和平区青年大街 288 号万象城 3 楼
5	沈阳	卓展时代购物中心	沈河区北京街卓展时代广场购物中心 3 楼
6	苏州	美罗商城	苏州市观前街 245 号美罗商城 2 楼
7	昆明	金格百货（时光店）	北京路时光俊园金格百货时光店 2 楼
8	昆明	金格百货（汇都店）	白塔路 131 号金格百货汇都店 3 楼
9	北京	东方新天地	东城区东长安街 1 号首层
10	北京	新光天地	朝阳区建国路 87 号华贸中心新光天地百货 2 楼
11	青岛	海信广场	市南区青岛奥帆赛基地奥林匹克大道海信广场 3 楼
12	青岛	万象城	市南区山东路 6 号甲华润中心万象城 3F
13	西安	世纪金花（钟楼店）	莲湖区西大街 1 号世纪金花钟楼购物中心负 1 楼
14	天津	海信广场	和平区解放北路 188 号海信广场 3 楼
15	天津	友谊商厦	河西区友谊路 21 号友谊商厦 2 楼
16	太原	天美新天地购物中心	长风大街 113 号天美新天地购物中心 2 楼
17	济南	银座商城	历下区泺源大街 66 号银座商城 3 楼
18	乌鲁木齐	美美百货	沙区友好北路 689 号美美购物中心 2 楼
19	上海	港汇恒隆广场	徐汇区虹桥路 1 号港汇恒隆广场 3 楼
20	上海	中信泰富广场	静安区南京西路 1168 号中信泰富广场 2 楼
21	上海	嘉里中心	静安区延安中路 1218 号嘉里中心 B1 层
22	杭州	万象城	江干区富春路 701 号万象城购物中心 3 楼
23	杭州	杭州大厦	下城区武林广场 1 号杭州大厦 A 座 3 楼
24	南京	德基广场	白下区中山路 18 号德基广场 3 楼
25	无锡	恒隆广场	崇安区人民中路 139 号恒隆广场 3 楼
26	无锡	八佰伴	崇安区中山路 168 号八佰伴 2 楼
27	武汉	国际广场	解放大道 690 号武汉国际广场 2 楼
28	长沙	友谊商店	五一大道 368 号 B 座友谊商店 2 楼
29	成都	仁和春天百货（人东店）	青羊区人民东路 61 号仁和春天人东店 2 楼
30	成都	仁和春天百货（光华店）	二环路西 2 段 19 号仁和春天光华店 2 楼
31	成都	国际金融中心	锦江区红星路三段 1 号国际金融中心 4 楼
32	成都	万象城	成华区双庆路 8 号 2 楼
33	南宁	万象城	青秀区民族大道 136 号华润万象城 3 楼
34	广州	太古汇	天河区天河路 383 号太古汇商场裙楼第 2 楼
35	深圳	万象城	罗湖区深南中路与宝安南路交汇处华润万象城 3 楼
36	深圳	益田假日广场	南山区华侨城益田假日广场 1 楼
37	新加坡	金沙购物中心	新加坡贝弗兰道滨海湾金沙购物中心#01-27/28
38	郑州	大卫城	郑州市金水区二七路与太康路交叉口丹尼斯大卫城 4 楼
39	宁波	和义大道	宁波海曙区和义大道 66 号和义大道购物中心二层 B 区 2009A 商铺
40	澳门	大运河	澳门氹仔路金光大道望德圣母湾大马路威尼斯人酒店大运河购物中心 3 楼 2619 铺

同时，优质的渠道资源将为公司多品牌战略奠定发展基础。基于公司品牌常年积累的客户美誉度和与商场良好的合作关系，在公司旗下品牌进驻商场时能起到相互引荐的作用，同时在店铺位置选择上增加谈判筹码，新品牌成立初期即可获得较好的店铺位置，同时降低综合运营成本。

#### （4）强大的研发设计能力

### ① 设计团队深谙亚洲女性体型特征和审美观

领先的产品设计水平是高端女装品牌核心竞争力之一。目前，公司拥有一支由多位台湾设计师为首的研发设计团队。该团队深谙亚洲女性特征，具备丰富的服装设计实践经验。公司准确把握国际流行趋势，将简约时尚的设计风格同亚洲女性体型特征和审美观相结合，摒弃浮夸和繁杂的装饰，以经典设计和优良的质感吸引了众多女性消费者。

### ② 业内先进的制版水平

公司的设计水平处于业内领先水平，制版是将设计师的设计方案转换为实际生产的重要业务环节，公司拥有经验丰富的制版人员、高效率的生产模式以及生产设备。公司的制版师从业时间较长，经验丰富，同时在制版环节公司配备了 ETSYSTEM 服装 CAD 软件等辅助工具，进一步提高了制版技术水平。在自制生产环节，公司采用了单件流的高效生产流程，在缩短单位产品生产耗时的同时，也提升了产品的品质。公司还采用了服装模板机、立体订扣机、电脑平车的较为先进的生产设备，以数字化的工艺能力进一步保障了生产环节的高品质。

### ③持续的设计创新能力

公司拥有持续的设计创新能力，显示出强大的设计能力与设计的专业性，保证了产品的丰富性，保持与国际时装潮流的同步性，凸显了公司强大的市场竞争力。公司旗下各品牌新产品、新款式推陈出新，在报告期内，设计师团队以客户体验为核心，质量优先、数量为辅的理念，各年度设计款式<sup>36</sup>如下表所示：

单位：款

品牌	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
Marisfrolg	557	1,530	1,599	1,466
MASFER.SU	411	1,003	1,359	1,232
ZhuChongYun	349	658	628	107
AUM	549	1,046	1,050	1,180
MARISFROLG	124	368	233	190
Krizia	147	254	-	-
合计	<b>2,137</b>	<b>4,859</b>	<b>4,869</b>	<b>4,175</b>

### ④高效的研发管理体系

经过长期发展，公司已经形成了一整套高效的设计研发管理体系。首先，公司设计人员需要通过严格的实际操作考试和考核。其次，公司重视内部设计研

<sup>36</sup> 设计款式的数量统计包含服装及配饰

发人员的培养，各项奖励措施和薪酬体系向设计研发人员倾斜，营造良好的设计研发环境，为设计研发人员提供广阔的发展平台。此外公司鼓励设计师加强同香港等地区的设计公司交流学习，通过参加各种国际服装展，增强设计师艺术设计能力，提升设计灵感。经过多年的经验积累，公司形成了积极向上的研发设计氛围，设计研发团队稳定，公司产品美誉度和品牌影响力的稳步提升。

#### ⑤丰富的店铺形象设计经验

目前，公司拥有一支深入了解公司品牌定位、产品设计理念及消费者心理的空间设计团队，负责公司所有店铺的设计，其设计能力在业内口碑良好。公司现阶段的店铺装修已升级为第八代，在品牌标识、专厅货架、整体色调、橱窗展示、平面展示、专柜前台等方面实现标准统一，装修风格与服装设计整体基调相契合，满足高端消费者对购物环境的要求，吸引更多的消费者体验。在商品展示上则简练而精致，讲究衣服、鞋子、饰品的整体搭配，激发消费者的购买欲望。

#### ⑥地处国内女装品牌之都深圳的优势

深圳服装产业经过多年的发展，从最初的传统优势行业逐步向高设计含量、高附加值的时尚创意型产业过渡，形成了国内最大的女装品牌生产基地，拥有3,000多个女装品牌。深圳毗邻时尚之都香港，信息灵敏、交通便捷，易于通过香港及时了解国际服装市场的动态，因此深圳女装品牌的创新设计能力在全国遥遥领先，深圳服装业以女装品牌设计制造形成了产业聚集优势，深圳已成为国内女装品牌之都。公司发端于深圳，在产品的设计创新方面较其他地区高端女装品牌具备一定的区域优势。

### （5）供应链优势

#### ①优秀的产品品质

作为高端女装企业，产品品质是公司巩固现有消费者及开拓潜在消费者的关键因素。在面料选择上，公司强调面料的质量，用丝、棉、羊毛等天然材质的高级面料，带给销售者舒适的着装感受。例如，“Marisfrolg”品牌所采用的面料有相当比例来自意大利、日本和法国等国家。

在生产环节，公司非常重视产品质量控制。对于生产工艺简单，生产技术要求较低的产品，公司采用委托加工的生产方式，这类产品往往生产周期长，公司派技术员全程跟单指导、监督，保障产品准时、高质量的完成；对于生产难度高、订单时间短的服装，则由公司自制，在生产过程中针对每个重点环节进行质

量检测，以保障产品质量。

### ②与欧洲主流面料供应商合作，把握时尚前沿

公司与意大利、日本、法国等国家的知名面料供应商建立了长期的合作关系。一些为玛丝菲尔提供面料的欧洲厂商同时也向国际服装品牌供货。欧洲在国际时尚界具有重要的地位，产生了众多成功的奢侈品牌，例如 **Hermès**、**CHANEL**（源自法国），**BVLGARI**（源自意大利），**BURBERRY**（源自英国）等。目前，国际时装界流行路线通常是源于欧洲并传播到全球各地。欧洲设计师习惯于与面料厂商合作开发其所需的原材料，因此，在面料方面欧洲厂商具备先发优势。公司通过与这些欧洲厂商以及一些亚洲主流面料厂商合作，不仅获得了高品质的面料，保证了产品的品质，而且为充分实现设计师意图，把握时尚前沿，提升客户体验创造了有利条件。

### ③对供应商的议价能力较强

作为国内高端女装的行业龙头，公司对供应商的议价能力较强。在设计方面，部分具备一定研发能力的供应商可以参与公司产品早期研发设计，依据公司设计师的创意，开发出独特的面料。在生产方面，供应商可以集中资源确保供货时间和产品质量，同时公司在成本上有议价能力。

### （6）掌握众多高端客户资源

高端品牌较一般品牌更注重品牌忠诚度。公司拥有一批忠诚度较高的 **VIP** 客户，主要包括贵宾卡客户（商场会员）和友谊卡客户（旗舰店会员）。完善的 **VIP** 管理制度是掌握高端客户资源的关键。公司针对 **VIP** 客户成立了客户管理中心，构建了完善的售后服务体系。

### （7）多样化营销打造品牌高端形象

公司在品牌推广方面形式多样。从硬广告、软广告、活动策划等多方位展示品牌的高端形象。其中在时尚杂志方面，公司持续与 **ELLE** 世界时装之苑、**BAZAAR** 芭莎时尚、**VOGUE**、**Marie Claire** 嘉人等主流平面时尚媒体进行合作，以跨页、单页广告，活动报道，资讯报道，文章报道，品牌宣传册等多种形式开展品牌宣传。同时，为中华小姐环球大赛提供服装赞助服务。此外，公司每年度定期在北京、上海、深圳分别推出品牌专题时装秀，聘请了国际名模走秀，其中包括孙菲菲、游天翼、王潇等，最近一期在意大利举行的“**Krizia**”品牌时装秀还聘请了 **Sung Hee Kim**。近期时装秀的部分现场效果图如下：



2015年3月“Krizia”秀 意大利 米兰



2015年3月“Marisfrolg”秋冬秀 深圳





2015年10月“ZHUCHONGYUN”春夏秀 上海



2016年3月“Marisfrolg”秋冬秀 深圳



2016年4月“ZHUCHONGYUN”秋冬秀 上海

（8）贴心的售前售后服务

公司在店铺销售中秉承“真诚服务、强势导入”的服务理念。公司对所有导购人员进行品牌维护、服装搭配等方面的知识培训，只有培训合格后才能上岗。导购员能针对不同消费者的特征提供专业的服装信息以及款式、色调、配饰等搭配方案。公司系统的培训体系、稳定的消费群体使公司销售人员的流失率低于同

行业平均水平，保证了公司店铺销售的服务质量。另外，公司也十分注重售后服务，及时处理消费者反映的问题，最低程度减少客户损失，确保消费者对公司产品信赖。贴心的服务，既提升了公司的品牌形象，也增加了店铺终端的销售。

## 2. 竞争劣势

### （1）与国际一二线女装品牌相比，品牌文化沉淀相对不足

品牌影响力是企业开拓市场、占领市场，并获得利润的能力，是由产品、形象、商誉、渠道及视觉等多个因素综合而成。国际一二线女装品牌注重长期品牌文化沉淀，各品牌均经历了数十载积淀，且形成各自独特文化内涵。拥有历久弥新的品牌文化，以及忠实的客户群体。而玛丝菲尔旗下品牌最多仅有十余年历史，公司品牌影响力和国际一二线女装品牌有一定差距。

### （2）旗下品牌渐趋多样化，抗风险能力仍需增强

由于消费者需求日趋多样化，多品牌战略是高端时装企业普遍采用的运营模式。多品牌战略能充分利用企业资源，较好地定位不同的消费群体，从而占有更多的细分市场，增强抗风险能力。公司发展初期仅有“Marisfrolg”及“MASFER.SU”两个核心品牌，品牌数量及针对目标客户群体比较单一。2013年，公司推出了新品牌“ZhuChongYun”，及“MARISFROLG”，收购了“AUM”品牌，2014年二季度完成了对意大利品牌“Krizia”的收购，上述品牌的扩充有利于公司向细分市场以及国际市场的延伸。

### （3）单一品牌利用率不高

ARMANI、Hermès、BURBERRY等国际一二线品牌，都是用单一品牌提供多元化产品，打造时尚产业链。以BURBERRY为例，其产品系列包括女装、女装配饰、手袋和鞋履，男装、男装配饰、腕表，童装，美妆、香水，家居用品及礼品。目前高端女装企业品牌利用率不高，除女装以外，较少向男装等其他产品系列延伸。虽然公司目前已开始尝试向细分产品延伸，如2013年推出了“MARISFROLG”男装，但总体上主要产品仍来自于高端女装，对品牌的利用率有待提高。

### （4）与国际品牌相匹配的高端品牌设计、品牌管理人才不足

进一步提升设计研发、品牌管理能力是国内高端女装品牌企业确保可持续发展，并与国际品牌竞争的关键。公司拥有实力较强的设计研发中心及经验丰富

的品牌管理团队，但高级设计研发及品牌管理人才还需要持续扩充，团队能力还有待进一步提高，以适应国际品牌冲击下竞争越来越激烈的高端女装市场。

#### （5）销售网络渠道广度和深度仍显不足

随着我国居民收入水平的提高、消费能力的增长，消费者对中高端产品的消费需求将快速增长。公司“Marisfrolg”品牌作为国内高端女装的知名品牌，其销售网络在部分城市的高端商业圈资源不足，在部分核心商业中心覆盖深度不够。“MASFER.SU”品牌拥有着中高端消费群体的广阔市场，从其网点覆盖面来看，在省会城市还存在较大的潜在的市场，在地级市、县级市的营销网点的发展速度和规模与市场需求不匹配，不能有效覆盖目标客户群体。公司2013年推出的三个新品牌，也要一定程度上借助原有的渠道来作为其快速发展的销售途径。因此，公司品牌直营店都亟待扩充，以完善销售网络多层次的布局，巩固公司的市场领先地位。

#### （6）生产能力亟待提升

根据主营产品对技术、设备和工艺的要求，公司报告期内的自制生产能力主要用于梭织产品，主要由阿卡特时装、慧维时装及美利景制衣等完成。报告期末，经过资产及股权的整合以及根据公司的发展战略，发行人的自制生产业务基本集中由全资子公司阿卡特时装和惠州明佳豪实业完成，其产能自投产后逐步提升，其他类别产品则由委托加工及成品定制补充完成，对其的生产周期管理、品质控制等方面比自制生产相对较弱。随着公司业务规模的扩大，自制生产能力亟待提升，高端品牌需由自制生产完成。2013年，惠州明佳豪实业和惠州艺都实业完成了生产及物流基地的建设工作，并已逐步投入使用，使得自制生产瓶颈有所缓解。随着新品牌的加入、市场规模的扩展及对产品品质要求的进一步提升，未来的3-5年后将对公司的自制生产能力提出更高的要求。

### 四、发行人主营业务情况

#### （一）主营业务及品牌

公司主营业务为高端时装的设计、生产及销售，现有“Marisfrolg”（玛丝菲尔女装）、“MARISFROLG”（玛丝菲尔男装）、“MASFER.SU”（玛丝菲尔素女装）、“AUM”（噢姆女装）、“ZhuChongYun”（朱崇恽女装）、“Krizia”六个品牌，在设计风格、品牌内涵和目标客户等方面形成互补，具体



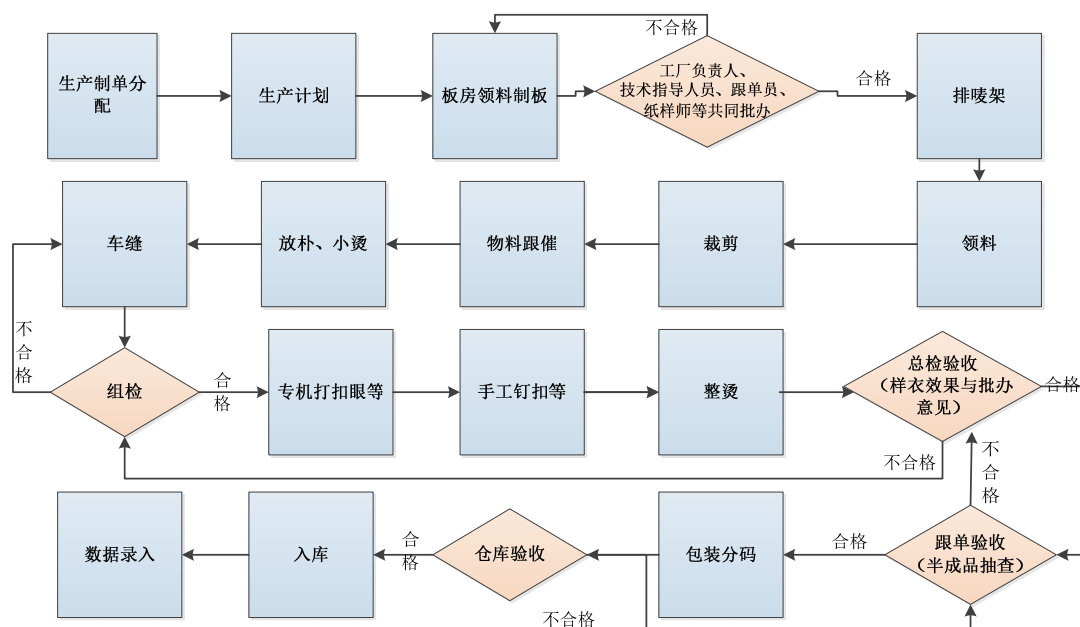
内容详见本招股书本节“一、发行人主营业务及其变化情况”。

## （二）主要产品及用途

公司主要产品包括品牌服装（如上衣、裤子、裙子、外套等）等，以及相关的配饰（如包、首饰、丝巾、项链、鞋子等）。品牌服装除满足人们日常生活的保暖、御寒、消暑等基本需求外，还通过不同的设计语言塑造、润色和装饰着人们的生活。

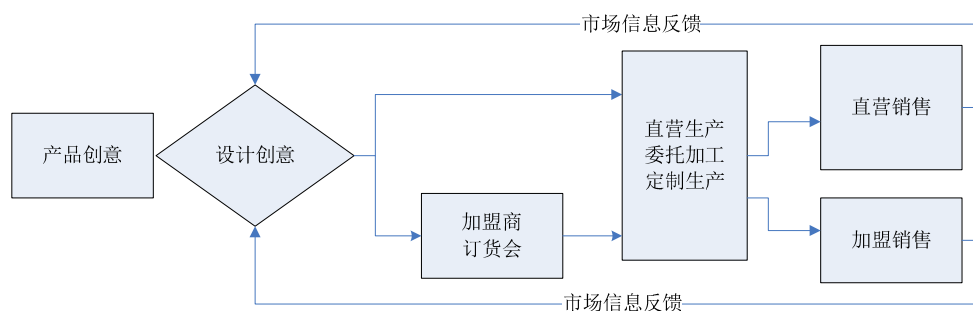
## （三）主要产品的生产工艺流程

公司自营工厂的生产工艺流程如下图所示：



## （四）发行人的经营模式

公司经营采用自主品牌模式，覆盖研发设计、采购、生产和销售完整的业务体系。在该模式下，公司一方面可以控制研发设计、产品质量，降低生产成本；另一方面有利于品牌建设和产品价值链的延伸，提高对市场需求的反应速度。公司的业务流程如下表所示：



## 1. 设计模式

公司服装产品的设计工作主要可分为企划、设计开发、定版等三个阶段。

**企划阶段：**是指设计师在具体实施设计前，结合产品的市场销售情况，借鉴国际流行趋势，以品牌风格为基调，确定产品的企划方案。包括构思主题、廓型与线条、花稿、颜色、面辅料材质及其搭配、生产工艺、货品销售时段、款式开发等要素，并充分考虑设计艺术性与商业性的有机结合。为获得对最新流行趋势的及时把握，公司设计师团队不定期前往欧洲、美国、韩国等时尚之都进行采风考察，对国际流行趋势、流行面料等进行研究和运用，向采购中心提交面辅料的采购要求，并核定样布及大货面料品质。

**设计开发阶段：**是指企划方案在设计图纸上的具体实现，包括版型款式勾画、花稿定制等程序。此后，样衣缝制人员根据设计图纸完成纸样及样衣制作，并在设计师指导下通过试穿反复进行调整直至初样完成。

**定版阶段：**设计师根据公司订货会反馈信息对设计进行适度调整，并与技术中心确定版样方面的技术细节，最终确定设计版样，制作供销售部门使用的产品手册，同时提交产品制造中心完成生产。

## 2. 采购模式

公司的面辅料等主要原材料采购是围绕设计及生产两个环节的需要进行的。在设计中心确定设计需求后，采购中心筛选符合要求的供应商，发出邀约索取样品；在对供应商提供的样品进行甄别、选择，并经设计中心认可后，送交第三方检测部门进行质检；质检确认合格后，采购中心结合面料库存、生产数量及交货周期等因素，最终确定采购数量、价格、交货时间等，并与供应商签订采购合同；在批量货物运抵后，采购中心履行二次质量检验手续，确定无误后入库，

供产品制造中心使用。采购中心通过持续的市场调研，选择、评审、考核供应商，建立完善的供应商档案体系，并以严格的第三方检测及自我检验的方式，确保所采购材料的品质能够符合生产经营需求。

公司的具体采购模式分为直接采购和向代理采购两种。其中：直接采购是指由公司与原材料厂商直接洽谈、沟通，签订采购合同并完成交易的模式。报告期内，公司主要面向国内厂商及少部分国外厂商进行直接采购；代理采购是指公司通过代理商向生产厂商进行采购的模式。报告期内公司代理采购的主要是国外进口原材料。大部分国外原材料厂商出于其商业模式的考虑，集中资源从事产品的研发生产，其销售均通过专业代理的形式与公司开展业务合作。在此种模式下，代理商具备多年的服装面辅料代理经验，能够在厂商和公司之间起到良好的沟通作用。

### 3. 生产模式

基于不同类别服装、服饰产品生产所需设备、技能以及质量管理上的区别，公司的生产模式分为成衣定制、委托加工及自制生产三种。

#### （1）成衣定制模式

成衣定制模式是指由公司向第三方成品定制厂商提供具体的设计版式，面辅料规格，裁剪、缝制等要求，由定制厂商按要求采购指定的面辅料进行生产，公司派驻员工在其生产现场进行监督、检验，待其完成成品后予以采购。对羽绒、裘皮、皮草等对原材料、生产工艺、生产设备有特定要求的产品，公司采取了定制生产模式。

#### （2）委托加工模式

##### ①委托加工模式基本情况

委托加工模式是指公司将产品委托第三方厂商加工生产，向其提供公司自行采购的面辅料，提出设计版式，裁剪、缝制等要求，公司派驻员工在其生产现场进行监督、检验，待其完成成品生产后，支付加工费用并获取成品。除自制生产及成品定制外，对于生产技术难度低、生产工艺简单、供货时间要求长的产品，公司采取了委托加工模式。

##### ③ 高端品牌采取委托生产的产品质控情况

目前，公司经营的品牌中，“Aum”、“Marisfrolg”和“MASFER.SU”的服装生

产均涉及自制生产、定制生产及委托加工模式；“MARISFROLG”和“ZhuChongYun”的服装大部分由自制生产完成；“Krizia”由于目前尚在品牌重建阶段，主要通过委托意大利当地加工厂进行生产。

#### A. 制度保障

针对委托生产加工的产品质控情况，公司制订多项制度，包括但不限于《面辅料采购流程》、《供应商评估手册》、《供应商管理规定》、《产品执行标准》、《质量管理手册》、《质量管理制度》、《检验检测实验设备管理制度》等。

#### B. 供应商管理

由于公司的供应商数量较多，采购分散，公司相应对供应商进行了严格评审和分类管理。在供应商的寻找和评审方面，公司通过参加面辅料展会、网络搜索、实地考察、样本试制等方式寻找潜在供应商，并且建立供应商名录，根据供应商的各自特点，包括不限于基本情况、生产规模、技术水平、人员、交期、品质、价格、服务意识及合作态度等多方面进行综合评价，评估合格的各类供应商经审批后进入合格供应商数据库，再分别根据拟生产产品的品牌定位对应各自的品牌进行供应，高端品牌只能由 A 类供应商进行委托加工。公司每年定期会对供应商上一年度的供货情况进行评估和考核，调整其在数据库中的类别。

#### C. 生产过程控制

公司与委托加工厂商签订协议后，提供设计图纸和原材料，严格规定订单产品的生产质量标准。生产过程中，由公司的 QC 品检员根据订单产品的制造工艺和全部工序，抽检成品并出具《验货报告》，由公司的 QC 品检员和复检人员、厂方代表三方共同确认，及时反馈解决问题。

#### D. 入库验收

成品经过上述检验向公司的成品仓交货时，由公司成品仓的质检员通过目测和手感等方式将每一件成品进行检测后，抽取部分样本送至外部独立检验机构进行检验。高端品牌抽检的比例相应较高。通过全部检验后，公司成品仓才会收货。

### （3）自制生产模式

自制生产模式是指公司在自主设计、自主采购原材料的基础上，自行完成产品的生产。公司自制生产部分主要是梭织类产品，该类产品生产工艺复杂，技术水平要求高，流程及品质控制复杂且供货时间紧，由公司及其下属子公司组织

完成生产。在同等情况下，公司生产首先考虑自有设备的生产能力，当生产能力不能满足市场要求时，再委托其他公司生产。

目前，公司经营的品牌中，“Aum”、“Marisfrolg”和“MASFER.SU”的服装生产均涉及自制生产、定制生产及委托加工模式；“MARISFROLG”和“ZhuChongYun”的服装大部分由自制生产完成；“Krizia”由于目前尚在品牌重建阶段，主要通过委托意大利当地加工厂进行生产。

报告期内，公司自制生产、委托加工及成品定制生产的产量情况如下表：

单位：件/套

生产类别	2016年1-6月		2015年		2014年		2013年度	
	入库量	比例	入库量	比例	入库量	比例	入库量	比例
自制生产	377,636	34%	758,869	26%	517,794	19%	388,146	17%
委托加工	459,580	41%	1,207,934	42%	1,287,928	48%	1,121,429	49%
成衣定制	282,612	25%	904,654	32%	871,809	33%	778,540	34%
合计	<b>1,119,828</b>	<b>100%</b>	<b>2,871,457</b>	<b>100%</b>	<b>2,677,531</b>	<b>100%</b>	<b>2,288,115</b>	<b>100%</b>

2015年起，总产量和外协产量增速放缓或有所下降，一方面由于位于惠州工业园的生产基地逐渐成熟，生产效率提高，产能逐步得到释放，公司逐渐将生产重心转向位于惠州工业园的生产基地自制生产，另一方面随着行业环境走弱，注重以销定产的公司审时度势，主动控制委托加工和成衣定制的产量的同时更多的利用自制产能进行生产。

#### 4. 销售模式

公司的销售通过直营及加盟两种模式进行。其中：

直营模式是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。

加盟模式是指公司法人、个体工商户向公司采购商品后，在许可的地理区域范围内，以自己的名义开设门店，以零售的方式按照公司制定的统一市场价格，销售公司的品牌产品。

截至本招股书签署日，直营及加盟门店在全国及部分海外城市的分布情况如下图所示：



公司对直营模式及加盟模式执行相同的价格政策，即主要产品零售价格由公司统一制定，新品上市两年之内，严格按照公司制定的全国统一零售价格正价销售，VIP 客户根据类型不同可以享受不同优惠力度的折扣。货品一般上市两年之后，可视情况调整为特卖商品，价格范围通常在 3-6 折之间，在相应的特卖场所销售。

### （1）直营模式

#### ①直营店的基本情况

公司直营店主要开设在省会城市、直辖市及地级市及少数境外城市。并根据当地的消费能力、时尚程度，商圈布局等因素，确定具体开店地点。报告期各期末，公司的直营店数量分别为 460 家、550 家、645 家和 683 家。截至 2016 年 6 月 30 日，公司直营店的分布情况如下：

城市类别	数量	比例
省会城市及直辖市	421	61.64%
地级市及县级市	249	36.46%
特别行政区及境外城市 <sup>37</sup>	6	1.90%
网上店铺	7	

<sup>37</sup> 包括：韩国首尔特别市、新加坡、澳门，有关情况请参见本招股书本节“七、公司境外经营情况”

城市类别	数量	比例
合计	683	100%

A. 截至 2016 年 6 月 30 日，玛丝菲尔母公司及海外子公司<sup>38</sup>的 566 家直营店的具体情况如下表：

序号	省份/直辖市	城市	店柜名称	经营品牌	详细地址
1	北京市	北京	旗舰店	M+SU+ZCY+男装	朝阳区建外大街甲 14 号广播大厦主楼 12 楼
2			双安商场	M	海淀区西北三环路畔双安商场 2 楼
3			双安商场	SU	海淀区西北三环路畔双安商场 3 楼
4			燕莎友谊商城	M	朝阳区亮马桥路 52 号燕莎友谊商城 3 楼
5			翠微大厦	M	海淀区复兴路 33 号翠微大厦 2 楼
6			翠微大厦	SU	海淀区复兴路 33 号翠微大厦 4 楼
7			翠微大厦牡丹园店	T	海淀区花园路 2 号翠微大厦牡丹园店 2 楼
8			北京翠微百货龙德店	T	昌平区天通苑南翠微龙德广场 2 楼
9			北京翠微大成路店	T	丰台区大成南里三区 13 号 2 楼
10			翠微清河店	T	海淀区清河嘉园东区甲一号翠微百货 2 楼
11			长安商场	M+T	西城区复兴门外大街 15 号长安商场 2 楼
12			燕莎奥莱店 C 座	T	朝阳区东四环南路 9 号燕莎奥特莱斯 C 座 2 楼
13			当代商城	M+ZCY	海淀区海淀路 130 号当代商城 2 楼
14			当代商城	SU	海淀区海淀路 130 号当代商城 3 楼
15			当代商城鼎城店	T	石景山区阜石路与杨庄东路交汇处当代商城 2 楼
16			赛特购物中心	M	朝阳区建国门外大街 22 号赛特购物中心 3 楼
17			燕莎友谊商城金源店	M	海淀区远大路 1 号燕莎友谊商城金源店 3 楼
18			王府井百货	M	东城区王府井大街 255 号王府井百货大楼 2 楼
19			崇光百货	M	宣武区宣武门外大街 8 号庄胜崇光百货本馆 2 楼
20			新光天地	M	朝阳区建国路 87 号华贸中心新光天地百货 2 楼
21			新光天地	SU	朝阳区建国路 87 号华贸中心新光天地百货 3 楼
22			百盛购物中心（复兴门店）	M	西城区复兴门内大街 101 号百盛购物中心 2 楼
23			百盛购物中心（太阳宫店）	M+T	朝阳区东北三环七圣中街 12 号院 1 号楼百盛购物中心 2 楼
24			汉光百货	SU	西城区西单北大街 176 号汉光百货 3 楼
25			新世界百货	SU	东城区崇文门外大街 3 号新世界百货一期 2 楼
26			华联商厦（阜成门店）	SU	西城区阜外大街 1 号华联商厦 2 楼
27			朝阳大悦城	SU	朝阳区朝阳北路 101 号朝阳大悦城 2 楼
28			复兴门百盛	SU	西城区复兴门内大街 101 号百盛大厦南楼 4 楼
29			东安市场	SU	东城区王府井大街 138 号东安市场 2 楼
30			东方新天地	M+ZCY+男装	东城区东长安街 1 号首层
31			赛特奥莱	T	朝阳区香江北路 28 号北京赛特奥莱 1-028 铺位
32			百盛购物中心（复兴门店）	ZCY	西城区复兴门内大街 101 号百盛购物中心南楼 1 楼
33			汉光百货	M	西城区西单北大街 176 号汉光百货 3 楼
34			八达岭奥特莱斯	T	昌平区南口镇八达岭八达岭奥特莱斯 C 区 720
35			大兴王府井百货	M	大兴区黄村东大街火神庙商业中心 F 座王府井百货 2 楼
36	上海市	上海	华润时代广场	M	浦东新区张杨路 500 号华润时代广场 3 楼
37			第一八佰伴	M	浦东新区张杨路 501 号第一八佰伴 2 楼
38			百联又一城	M	杨浦区淞沪路 8 号百联又一城 2 楼

<sup>38</sup> 噢姆澳门在噢姆门店列表中统计

序号	省份/直辖市	城市	店柜名称	经营品牌	详细地址		
39			中环广场	M	黄浦区淮海中路 1038 号中环广场 1 楼		
40			南方友谊商城	M	沪闵路 7388 号南方友谊商城 3 楼		
41			百联奥特莱斯	T	上海沪青平公路 2888 号奥特莱斯品牌直销广场 1 楼		
42			东方商厦	M	徐汇区漕溪北路 8 号东方商厦 2 楼		
43			太平洋百货	SU	徐汇区漕衡山路 932 号太平洋广场 3 楼		
44			正大广场	SU	陆家嘴西路 168 号正大广场 3 楼 04-05 号		
45			虹桥友谊	M	遵义南路 6 号虹桥友谊商城 3 楼		
46			港汇恒隆广场	M+ZCY	徐汇区虹桥路 1 号港汇恒隆广场 3 楼		
47			梅龙镇广场	M	南京西路 1038 号梅龙镇广场 4 楼		
48			旗舰店	M+SU+ZCY+男装	长宁区淮海西路 666 号中山万博广场 15 楼		
49			高岛屋	M	长宁区虹桥路 1438 号高岛屋百货 2 楼		
50			巴黎春天五角场店	SU+T	杨浦区淞沪路 1 号巴黎春天百货 3 楼		
51			新世界百货南京路店	SU	南京西路 2-68 号新世界 3 楼		
52			月星环球港店	M	普陀区中山北路 3300 号月星环球港 2 楼		
53			月星环球港店	SU	普陀区中山北路 3300 号月星环球港 3 楼		
54			静安嘉里中心	M	静安区延安中路 1218 号嘉里中心 B1 层		
55			正大广场	M	陆家嘴西路 168 号正大广场 3 楼		
56			中信泰富广场	ZCY	静安区南京西路 1168 号中信泰富广场 2 楼		
57			世博园	M+T	上海世博大道 1368 号 3L155+156		
58			中信泰富	M	静安区南京西路 1168 号中信泰富广场 3 楼		
59			港汇恒隆广场	SU	徐汇区虹桥路 1 号港汇恒隆广场 403A 号铺位		
60			新世界大丸百货	M	黄浦区南京东路 228 号 3 楼		
61			新世界大丸百货	SU	黄浦区南京东路 228 号 4 楼		
62			华润时代广场	ZCY	浦东新区张杨路 500 号华润时代广场 1 楼		
63			友谊商城	ZCY	遵义南路 6 号虹桥友谊商城 1 楼		
64			久光百货	M	静安区南京西路 1618 号久光百货 3 楼		
65			佛罗伦萨小镇	T	浦东新区卓耀路 58 弄 Marisfrolg 专柜 E1+E2		
66			奕欧来购物村	T	浦东新区申迪东路 88 号 01 单元		
67			广东	广州	天河城	M	天河区天河路 208 号天河城 2 楼
68					天河城	SU	天河区天河路 208 号天河城 2 楼
69					王府井百货	M	农林下路 40 号王府井百货 3 楼
70					王府井百货	SU	农林下路 40 号王府井百货 4 楼
71					广百百货	M	北京路 295 号广百百货 2 楼
72					广百百货	SU	北京路 295 号广百百货 3 楼
73					友谊商店（正佳店）	M	天河区天河路 228 号正佳广场 2 楼
74					海印缤缤广场	AUM（代销）	越秀区起义路 1 号海印缤缤广场 112 号商铺
75	友谊商店（环东店）	M+ZCY+男装			环市东路 369 号友谊商店 2 楼		
76	友谊商店（环东店）	SU			环市东路 369 号友谊商店 3 楼		
77	旗舰店	M+SU+ZCY+男装			黄埔大道西 100 号富力盈泰广场 A 座 4 楼 403-407		
78	友谊商店（国金店）	M			珠江新城珠江江西路 5 号国际金融大厦裙楼友谊商店 2 楼		
79	广州百货（中怡店）	M			天河区天河路 200 号中怡时尚购物中心 3 楼		
80	广州百货（中怡店）	SU			天河区天河路 201 号中怡时尚购物中心 2 楼		
81	太古汇	M+ZCY			天河区天河路 383 号太古汇商场裙楼第二层 L228 号商铺		
82	海印又一城	T			番禺 383 号海印奥特莱斯又一城 2 楼		
83	广百太阳新天地	SU			天河区马场路 36 号太阳新天地购物中心 2 楼		
84	友谊商店（正佳店）	SU			天河区天河路 228 号正佳广场 2 楼		
85	番禺新大新百货	SU			番禺区市桥镇大北路易发商业街新大新百货 2 楼		
86	深圳				旗舰店	M+SU+ZCY+男装	福田区车公庙工业区天祥大厦 CD 座 2 楼



序号	省份/直辖市	城市	店柜名称	经营品牌	详细地址	
87	江苏	南京	万象城	M+ZCY	罗湖区深南中路与宝安南路交汇处华润万象城 3 楼	
88			茂业百货（和平店）	T	罗湖区和平路 3009 号茂业百货奥特莱斯 3 楼	
89			茂业百货（华强店）	M	福田区华强北路茂业天地 3 楼	
90			茂业百货（华强店）	SU	福田区华强北路茂业天地 4 楼	
91			茂业百货（南山店）	M	南山区文心二路茂业百货 2 楼	
92			金光华广场	M	罗湖区人民南路金光华广场 3 楼	
93			海岸城购物中心	M	深圳市南山区文心五路海岸城购物中心 2 楼	
94			益田假日广场	M	南山区华侨城益田假日广场 1 楼	
95			君尚百货	SU	福田区福华三路星河国际君尚百货 2 楼	
96			君尚百货	M	福田区福华三路星河国际君尚百货 1 楼	
97			宝能太古城	SU	南山区宝能太古城花园购物中心北区 1 楼	
98			海雅缤纷城	M	宝安区建安一路 99 号海雅缤纷城 L2-013 号铺	
99			南山常兴天虹	SU	南山区桃园路 86 号常兴天虹 3 楼	
100			益田假日广场	ZCY	南山区深南大道 9028 号益田假日广场 2 楼	
101			九方购物中心	SU	福田区中航路 1 号中航华强北九方购物中心北区 1 楼	
102			茂业奥特莱斯	SU+T	罗湖区和平路 3009 号茂业奥特莱斯 2 楼	
103			天虹商场	M	龙岗区龙岗中心城吉祥中路与清林中路交汇处天虹商场 3 楼	
104			珠海	免税商场	M	吉大景山路免税商场 3 楼
105				免税商场	SU	吉大景山路免税商场 1 楼
106				华发商都购物中心	M	珠海大道 8 号华发商都购物中心 C 馆
107		富华里		M+ZCY+男装	九州大道西 2023 号富华里中心之 1 栋 1 楼	
108		富华里		SU	九州大道西 2023 号富华里中心之 6 栋 1 楼	
109		东莞		海雅百货（东城店）	M	东城区世博广场 A 区海雅百货 2 楼
110			海雅百货（南城店）	T	南城区莞太路与鸿福路交汇处海雅百货 3 楼	
111			君尚百货	M	莞城区东纵大道威尼斯广场 93 号君尚百货 2 楼	
112			君尚百货	SU	莞城区东纵大道威尼斯广场 93 号君尚百货 2 楼	
113			第一国际汇一城	SU	南城区鸿福路 200 号第一国际汇一城 1 期 1 楼	
114		中山	益华百货	M	中山三路益华百货 1 楼	
115			益华百货	SU	中山三路益华百货 1 楼	
116		佛山	顺联国际购物中心	M	禅城区季华五路 33 号顺联国际购物中心 2 楼	
117			佛罗伦萨小镇购物中心	T	南海区桂城街道疏港路 28 号佛罗伦萨小镇购物中心 1 楼	
118		江门	益华购物广场	SU	迎宾大道中 118 号益华百货一期 2 楼	
119		无锡	无锡	八佰伴	M+男装	崇安区中山路 168 号八佰伴 2 楼
120				八佰伴	SU	崇安区中山路 168 号八佰伴 3 楼
121				大东方百货	M	崇安区中山路 343 号大东方百货 A 座 2 楼
122				大东方百货	SU	崇安区中山路 343 号大东方百货 A 座 3 楼
123				大东方百货	ZCY	崇安区中山路 343 号大东方百货 A 座 1 楼
124				恒隆广场	M+男装	崇安区人民中路 139 号恒隆广场 3 楼
125				百联奥特莱斯	T	新区锡勤路 18 号百联奥特莱斯 1 楼
126	海岸城			M+T	滨湖区海岸城 2 楼	
127	荟聚购物中心			SU	锡山区团结路 3 号荟聚购物中心 2 楼	
128	万象城			M+男装	滨湖区金石路 88 号万象城 2 楼	
129	三阳百盛广场			SU	崇安区人民中路 121 三阳百盛广场 2 楼	
130	苏州			泰华商城	M	人民路 383 号泰华商城 3 楼
131			泰华商城	SU	人民路 23--29 号泰华商城西楼 4 楼	
132			美罗商城	M	观前街 245 号美罗商城 2 楼	
133			美罗商城（新区店）	M	高新区长江路 211 号美罗新区店 2 楼	
134			时尚舞台商城（奥莱店）	T	苏州工业园区现代大道后戴街 9 号的时尚舞台	

序号	省份/直辖市	城市	店柜名称	经营品牌	详细地址	
					品牌城3号楼	
135			印象城购物中心	SU	工业园区现代大道1699号印象城2楼2026号店铺	
136			唯泰精品购物村	T	工业园区唯亭镇阳澄环路969号唯泰精品购物村奕欧莱奥特莱斯1楼	
137			诚品生活百货	SU	工业园区月廊街8号诚品生活百货1楼	
138		南京	金鹰国际购物中心	M	白下区汉中路89号金鹰国际购物中心B座2楼	
139			德基广场	M+ZCY	白下区中山路18号德基广场二期3楼	
140			德基广场（二期）	SU	白下区中山路18号德基广场二期4楼	
141			中央商场	SU	白下区中山南路79号中央商场2楼	
142			新城市广场	M+男装	鼓楼区草场门大街99号新城市广场1楼	
143			新街口百货	SU	白下区中山南路3号新街口百货2楼	
144			江宁金鹰购物中心	SU	江宁区双龙大道1688号江宁金鹰购物中心负一楼	
145			汤山百联奥特莱广场	T	江宁区汤山街道圣汤大道与泉都大街交叉口南京汤山百联奥特莱斯	
146			常州	泰富百货	M	天宁区延陵西路121号常州泰富百货3楼
147				购物中心	SU	天宁区延陵西路1-7号常州购物中心4楼
148				新北万达	SU+T	通江中路88号新北万达广场1楼1038号
149		江阴	华地百货	M	人民中路18号华地百货2楼	
150			华地百货	SU	人民中路18号华地百货3楼	
151			华联商厦	M	人民中路85号华联商厦4楼	
152		淮安	中央新亚百货	M	清河区淮海东路142号中央新亚百货2楼	
153			中央新亚百货	SU	清河区淮海东路142号中央新亚百货2楼	
154			金鹰国际购物中心	M	清河区淮海东路130号金鹰国际购物中心2楼	
155		镇江	八佰伴	SU	中山东路334号八佰伴2楼	
156			八佰伴	M	中山东路334号八佰伴2楼	
157		扬州	金鹰国际购物中心	M	汶河南路120号扬州金鹰国际购物中心2楼	
158			金鹰国际购物中心	SU	汶河南路120号扬州金鹰国际购物中心3楼	
159		徐州	金鹰国际购物中心	M	彭城广场北侧徐州金鹰国际购物中心2楼	
160			金鹰国际购物中心	SU	彭城广场北侧徐州金鹰国际购物中心3楼	
161		泰州	金鹰百货	SU	东进东路18号金鹰百货大楼3楼	
162			金鹰百货	M	东进东路18号金鹰百货大楼2楼	
163		南通	文峰大世界	M	南通市南大街3-21号文峰大世界3楼	
164			文峰大世界	SU	南通市南大街3-21号文峰大世界2楼	
165		盐城	金鹰国际购物中心	M	建军中路169号金鹰国际购物中心2楼	
166		连云港	苏宁广场	M	海州区通灌北路58号苏宁广场2楼	
167	重庆市	重庆	旗舰店	M+SU+ZCY+男装	北部新区高新园金开大道68号3幢5楼	
168				万象城	M+男装	九龙坡区谢家湾华润万象城3楼
169				万象城	SU	九龙坡区谢家湾华润万象城4楼
170				新世纪百货（世纪新都）	M	江北区步行街7号世纪新都3楼
171				新世纪百货（世纪新都）	SU	江北区步行街7号世纪新都4楼
172				新世纪百货（瑞成商都）	SU	九龙坡区杨家坪步行街瑞成商都2楼
173				新世纪百货（瑞成商都）	M	九龙坡区杨家坪步行街瑞成商都3楼
174				新世纪百货（涪陵商都）	SU	涪陵区新世纪百货涪陵商都2楼
175				新世纪百货（涪陵商都）	M	涪陵区新世纪百货涪陵商都3楼
176				新世纪百货（解放碑）	M	渝中区邹容路123号新世纪百货3楼
177				新世纪百货（解放碑）	SU	渝中区邹容路123号新世纪百货2楼
178				龙湖时代天街	SU	渝中区长江2路174号时代天街B-L2-05
179				太平洋百货	M+ZCY	渝中区邹容路68号太平洋百货3楼
180				太平洋百货	SU	渝中区邹容路68号太平洋百货2楼

序号	省份/直辖市	城市	店柜名称	经营品牌	详细地址		
181	重庆市	重庆市	远东百货	M	江北区北城天街10号远东百货3楼		
182			西部奥特莱斯	T	重庆经济技术开发区机场高速金渝立交处奥特莱斯2楼		
183			协信星光时代广场	SU	南岸区南坪街道南坪南路28号16-3号协信星光5楼		
184			新世纪盛汇百货	T	南岸区南坪工贸新世纪百货3楼		
185			美美时代广场	M+ZCY	渝中区解放碑邹容路100号时代广场301B		
186			新世纪百货凯瑞商都	M	沙坪坝步行街煌华新纪元新世纪百货凯瑞商都3楼		
187			阳光世纪	SU	江北区阳光世纪购物中心1楼(L1-06)		
188			北碚重百	SU	北碚区天生新村63号重百商场3楼		
189			新世纪百货凯瑞商都	SU	沙坪坝步行街煌华新纪元新世纪百货凯瑞商都2楼		
190			解放碑协信星光广场	M+T	渝中区解放碑步行街协信星光广场二楼玛丝菲尔		
191			解放碑重百	SU	渝中区重庆解放碑重百大厦4楼		
192			龙湖北城天街	SU	江北区北城天街B馆3楼		
193			永川商都	SU	永川俊豪中央大街永川商都3楼		
194			江北星光68广场	M+ZCY	江北区观音桥星光68广场3楼		
195			新世纪百货万州商都	M	万州区太白路2号新世纪百货万州商都3楼		
196			新世纪百货万州商都	SU	万州区太白路2号新世纪百货万州商都3楼		
197			大都会东方广场	M	渝中区邹容路68号大都会广场2楼		
198			天津市	天津市	友谊商厦	M+男装	河西区友谊路21号友谊商厦2楼
199					友谊商厦	ZCY	河西区友谊路21号友谊商厦1楼
200	乐天百货	M			南开区东马路137号2楼		
201	乐天百货	SU			南开区东马路137号3楼		
202	乐天百货文化中心	M			河西区乐园道9号2楼		
203	乐天百货文化中心	SU			河西区乐园道9号3楼		
204	金元宝滨海国际店	M+ZCY			天津开发区黄海路19号金元宝滨海国际2楼		
205	金元宝滨海国际店	SU			天津开发区黄海路19号金元宝滨海国际2楼		
206	金元宝商厦	SU			塘沽区解放路536号金元宝商厦2楼		
207	友谊名都	M			塘沽经济开发区第一大街市民广场友谊名都2楼		
208	海信广场	M			和平区解放北路188号海信广场3楼		
209	友谊新天地广场	SU			和平区滨江道208号2楼		
210	燕莎奥莱	T			东丽区环河北路98号燕莎奥特莱斯1楼		
211	佛罗伦萨小镇	T			武清区前进道北侧佛罗伦萨小镇ON区		
212	四川省	成都市	旗舰店	M+SU+ZCY+男装	高新区天晖中街56号曙光国际大厦6楼		
213			万象城	M+男装	成华区双庆路8号2楼		
214			万象城	SU	成华区双庆路8号2楼		
215			王府井百货	M+ZCY	锦江区总府路15号王府井百货3楼		
216			王府井百货	SU	锦江区总府路15号王府井百货3楼		
217			王府井购物中心	M	武侯区科华中路9号王府井购物中心2楼		
218			王府井购物中心	SU	武侯区科华中路9号王府井购物中心2楼		
219			仁和春天百货(棕北店)	M	武侯区人民南路四段19号仁和春天3楼		
220			仁和春天百货(人东店)	M	锦江区人民东路仁和春天百货2楼		
221			仁和春天百货(人东店)	ZCY	锦江区人民东路仁和春天百货1楼		
222			仁和春天百货(光华店)	M+ZCY	二环路西2段19号仁和春天光华店2楼		
223			太平洋百货(全兴店)	M+T	青羊区人民中路2段68号太平洋百货全兴店3楼		
224			时代奥特莱斯	T	双流县双楠大道263号时代奥特莱斯商场1楼		

序号	省份/直辖市	城市	店柜名称	经营品牌	详细地址	
225	四川省	成都	伊藤洋华堂双楠店	SU	金牛区二环路西一段逸都路6号2楼	
226			群光广场百货	SU	春熙路南8号群光广场3楼	
227			国际金融中心	M+ZCY	锦江区红星路三段1号国际金融中心4楼	
228			草市街专卖店	T	青羊区德盛路91号	
229			乐天百货（环球中心店）	M	高新区天府大道1700号乐天百货环球中心2楼	
230			远东百货（天府店）	M	锦江区东御街18号远东百货4楼	
231		南充	天赐名店	M	顺庆区文化路213号天赐时代1楼	
232			天赐名店	SU	花市街8号天赐时代商场中央银座2楼	
233			南充新世纪百货	SU	顺庆区人民南路89号2楼	
234		泸州	汇通百货	M	江阳北路6号汇通百货大楼3楼	
235			汇通百货	SU	江阳北路6号汇通百货大楼2楼	
236			万象汇	M	江阳区康城路一段1号万象汇1楼	
237		乐山	王府井购物中心	M	市中区天星路118王府井购物中心1楼	
238		宜宾	叙府商城	SU	翠屏区人民路14号叙府商城2楼	
239			叙府商城	M	翠屏区人民路14号叙府商城2楼	
240		湖北省	武汉	东湖万达	SU	武昌区水果湖横路3号武汉东湖万达广场3楼
241				东湖万达	M	武昌区水果湖横路3号武汉东湖万达广场2楼
242				武商广场	M	解放大道688号武商广场2楼
243				武商广场	SU	解放大道688号武商广场2楼
244	新世界百货（国贸店）			M	汉口建设大道566号新世界百货3楼	
245	中商百货购物中心			M+T	武昌区中南路中商百货购物中心2楼	
246	中商百货购物中心			SU	武昌区中南路中商百货购物中心3楼	
247	群光百货			M	洪山区珞瑜路6号群光百货3楼	
248	群光百货			SU	洪山区珞瑜路6号群光百货2楼	
249	亚贸广场			M+T	武昌区武珞路628号亚贸广场2楼	
250	亚贸广场			SU	武昌区武珞路628号亚贸广场3楼	
251	武商众园广场			SU	青山区和平大道959号武商众园广场C区1楼	
252	武商众园广场			M+T	青山区和平大道959号武商众园广场B区2楼	
253	新世界百货时尚店			SU+T	江岸区江汉路118号港澳中心时尚广场3楼	
254	王府井百货			T	汉口中山大道858号王府井百货3楼	
255	国际广场			M+男装	解放大道690号武汉国际广场B区3楼	
256	百联奥特莱斯			T	黄陂区盘龙大道51号奥特莱斯广场14号楼1楼	
257	国际广场			ZCY	解放大道687号武汉国际广场A区2楼	
258	旗舰店			M+SU+ZCY+男装	江汉区青年路378号万景国际写字楼378号A座7楼	
259	河南省			郑州	丹尼斯百货（人民店）	M
260		丹尼斯百货（人民店）	SU		人民路2号丹尼斯百货负1楼	
261		丹尼斯百货（花园店）	M		郑花路1号丹尼斯百货5楼	
262		丹尼斯百货（花园店）	SU		郑花路1号丹尼斯百货3楼	
263		丹尼斯百货（七天地店）	M		郑东新区商务西七街与商务外环交叉口丹尼斯七天地百货一天地1楼	
264		万象城	M		民主路10号华润万象城购物中心320-321号	
265		万象城	SU		民主路10号华润万象城购物中心408号	
266		新玛特（国贸总店）	SU		花园路38号大商新玛特国贸总店2楼	
267		二七万达广场	SU		二七区大学路8号郑州二七万达广场购物中心1楼	
268		大卫城	M+男装		二七路与太康路交叉口丹尼斯大卫城4楼	
269		大卫城	SU		二七路与太康路交叉口丹尼斯大卫城5楼	
270		大卫城	ZCY		二七路与太康路交叉口丹尼斯大卫城1楼	
271		丹尼斯五天地	T		郑东新区商务内环与众意西路交叉口丹尼斯五天地2楼	
272		中原万达广场	SU		中原区中原万达广场室内步行街1楼	
273		焦作	王府井百货	M	解放区人民路669号王府井百货2楼	

序号	省份/直辖市	城市	店柜名称	经营品牌	详细地址	
274	河南	开封	三维商业广场	M	解放中路三维商业广场 3 楼	
275			新玛特购物中心	M	西门大街 388 号新玛特 2 楼	
276			新玛特购物中心	SU	西门大街 388 号新玛特 2 楼	
277			安阳	丹尼斯百货	M	文峰中路与三道街交叉口丹尼斯百货 2 楼
278		丹尼斯百货		SU	文峰中路与三道街交叉口丹尼斯百货 2 楼	
279		平顶山	丹尼斯百货	M	开源路与曙光街交叉口丹尼斯百货开源店 3 楼	
280			丹尼斯百货	SU	开源路与曙光街交叉口丹尼斯百货开源店 2 楼	
281		商丘	新玛特	M	神火大道 556 号大商新玛特 3 楼	
282		周口	万顺达百货	M	川汇区七一路万顺达百货 3 楼	
283		三门峡	丹尼斯百货	M	六峰路与和平路交叉口丹尼斯百货 3 楼	
284		洛阳	丹尼斯百货	SU	涧西区南昌路 130 号丹尼斯百货 2 楼	
285		山西	太原	王府井百货	M+男装	小店区亲贤北街 99 号阳光王府井百货 2 楼
286				王府井百货	SU	小店区亲贤北街 99 号阳光王府井百货 3 楼
287				天美新天地购物中心	M+ZCY	长风大街 113 号天美新天地购物中心 3 楼
288	天美新天地购物中心			SU	长风大街 113 号天美新天地购物中心 4 楼	
289	华宇购物中心			M	迎泽区开化寺 87 号华宇购物中心 2 楼	
290	华宇购物中心			SU	迎泽区开化寺 87 号华宇购物中心 4 楼	
291	燕莎友谊商城			M	小店区长风大街 705 号燕莎友谊商城 3 楼	
292	百盛商场			M+T	小店区亲贤北街 189 号百盛商场 2 楼	
293	百盛商场			SU	小店区亲贤北街 189 号百盛商场 2 楼	
294	天美名店			M/SU	新建路 39 号天美名店 4 楼	
295	巴黎春天百货			T	迎泽区开化寺街 42 号巴黎春天百货 2 层	
296	百盛长风店			SU+T	长风大街 125 号百盛长风商场 2 层	
297	铜锣湾百货			SU	五一路 77 号铜锣湾国际购物中心 2 层	
298	大同			丽盛名品广场	M	小南街 5 号丽盛名品广场 1 楼
299			百盛购物中心	M	永泰南路凯德世家广场百盛购物中心 2 楼	
300			百盛购物中心	SU	永泰南路凯德世家广场百盛购物中心 2 楼	
301	临汾		世纪百悦购物中心	M	尧都区解放西路商会巷 37 号世纪百悦购物中心 3 楼	
302			世纪百悦购物中心	SU+T	尧都区解放西路商会巷 37 号世纪百悦购物中心 4 楼	
303	福建		福州	东百百货	M	鼓楼区八一七北路 84-88 号东百百货 4 楼
304				东百百货	SU	鼓楼区八一七北路 84-88 号东百百货 3 楼
305		东方百货		M	鼓楼区杨桥路 8 号东方百货 3 楼	
306		东方百货		SU	鼓楼区杨桥路 8 号东方百货 3 楼	
307		东方百货		ZCY	鼓楼区杨桥东路 8 号东方百货 1 楼	
308		元洪购物广场		SU+T	台江区台江路 95 号元洪购物广场 2 楼	
309		王府井百货		M	鼓楼区五四路 128 号王府井百货 2 楼	
310		王府井百货		SU	鼓楼区五四路 128 号王府井百货 3 楼	
311		大洋百货		SU	福州鼓楼区八一七北路 133 号大洋百货东街店 3 楼	
312		天虹百货		SU	台江区工业路万象城天虹百货 1 楼	
313		金融街万达广场		SU	台江区鳌峰路 8 号金融街万达广场室内步行街 1-39 号商铺	
314		东百红星商业广场		M	仓山区浦上大道 198 号东百红星商业广场 2 楼	
315		东百红星商业广场		SU	仓山区浦上大道 198 号东百红星商业广场 3 楼	
316		厦门		信达免税商场	M	湖里区兴隆路 27 号信源大厦免税商场 3 楼
317			莲花百货	M	湖里区嘉禾路 261-265 号武汉大厦莲花百货 3 楼	
318			中华城购物中心	M	思明区中山路中华城购物中心 2 楼	
319			SM 广场二期	SU	湖里区嘉禾路 SM 广场二期红宝石 2 楼	

序号	省份/ 直辖市	城市	店柜名称	经营品牌	详细地址
320	浙江	温州	SM 广场二期	M+ZCY	湖里区嘉禾路 SM 广场二期黄宝石 2 楼
321			湖里万达广场	SU	湖里区仙岳路 4666 号万达广场 1 楼
322			巴黎春天百货（中山店）	M	思明区中山路 76-132 号巴黎春天百货 3 楼
323			中华城购物中心	SU	思明区中山路中华城购物中心 3 楼
324			磐基名品中心	M	厦门市思明区莲岳路 1 号磐基名品中心 3 楼
325			新华都百货	M	丰泽区田安北路丰泽广场新华都百货 1 楼
326			浦西万达广场	M	丰泽区宝洲路 689 号浦西万达广场室内步行街 1 楼
327			万象城	M	瓯海区温瑞大道 1001 号万象城 2 楼
328			万象城	SU	瓯海区温瑞大道 1001 号万象城 2 楼
329		银泰世贸	M	鹿城区解放南路荷花路口银泰百货 3 楼	
330		宁波	银泰百货（万达店）	M	鄞州区四明中路 999 号宁波银泰百货 3 楼
331			银泰百货（天一店）	M	海曙区中山东路 188 号银泰百货 2 楼
332			银泰百货（天一店）	SU	海曙区中山东路 188 号银泰百货 2 楼
333			国际购物中心	M	中山东路 166 号国际购物中心 3 楼
334			国际购物中心	SU	中山东路 166 号国际购物中心 3 楼
335			宁波杉井奥特莱斯店	T	鄞州区春华路 1399 号杉井奥特莱斯广场 1 楼
336			鄞州万达广场	SU	鄞州区四明中路 999 号万达广场 1 楼
337			来福士广场	SU	江北区大闸南路 500 号来福士广场 2 楼
338			和义大道购物中心	M+ZCY	海曙区和义大道 66 号和义大道购物中心 2 楼
339	银泰百货（武林店）		M	延安路 530 号银泰百货 3 楼	
340	银泰百货（武林店）	SU	延安路 530 号银泰百货 4 楼		
341	银泰百货（西湖店）	M	延安路 98 号银泰百货西湖店 2 楼		
342	银泰百货（城西店）	M	萍水路城西银泰百货 2 楼		
343	万象城	M	江干区富春路 701 号万象城购物中心 3 楼		
344	解百商场	M	上城区解放路 251 号解百商场 3 楼		
345	杭州大厦	M	下城区武林广场 1 号杭州大厦 A 座 3 楼		
346	解百商场	SU	上城区解放路 251 号解百商场 2 楼		
347	湖州	浙北大厦购物中心	M	南街 659-697 号浙北购物中心 2 楼	
348		浙北大厦购物中心	SU	南街 659-697 号浙北购物中心 3 楼	
349	金华	帝壹城购物中心	M	婺城区婺江东路 188 号帝壹城购物中心 1 楼	
350		第一百货（江北店）	M	西市街 159 号金华江北第一百货 3 楼	
351	长兴	八佰伴	M	解放西路 2 号长兴八佰伴 2 楼	
352	海宁	百联奥特莱斯	T	经济技术开发区启潮路 199 号百联奥特莱斯 1 楼	
353	嘉兴	八佰伴	M	中山东路与越秀路交叉口（越秀南路 968 号）嘉兴八佰伴商场 2 楼	
354	山东	青岛	海信广场	M+ZCY	市南区青岛奥帆赛基地奥林匹克大道海信广场 3 楼
355			阳光百货	M	市南区香港中路 38 号阳光百货 2 楼
356			永旺佳世客（东部店）	SU	市南区香港中路 72 号永旺佳世客 1 楼
357			麦凯乐	SU	市南区香港中路 69 号麦凯乐 1 楼
358			李沧万达广场	SU+T	李沧区巨峰路 178 号万达广场 1 楼
359			万象城	M	市南区山东路 6 号甲华润中心万象城 3 楼
360			万象城	SU	市南区山东路 6 号甲华润中心万象城 3 楼
361			海信广场	ZCY	市南区澳门路 117 号海信广场 2 楼
362			烟台	振华商厦	M
363		振华商厦		SU	西大街 8 号振华商厦东区 2 楼
364		振华购物中心		T	烟台市芝罘区南大街 78 号振华购物中心 3 楼
365		振华商厦		M	威海市新威路 89 号振华商厦 3 楼
366		银座商城		M	威海市世昌大道一号（海滨路）银座商城 3 楼
367		济南	银座商城	M+ZCY	历下区泺源大街 66 号银座商城 3 楼
368	银座商城		SU	历下区泺源大街 66 号银座商城 4 楼	

序号	省份/直辖市	城市	店柜名称	经营品牌	详细地址	
369	山东		贵和购物中心	M	天地坛街1号贵和购物中心3楼	
370			恒隆广场	SU	历下区泉城路188号恒隆广场西翼2楼	
371		东营	东营百货（中心店）	M	东营区西四路641号东营百货中心店3楼	
372			东营百货（中心店）	SU+T	东营区西四路641号东营百货中心店3楼	
373			银座（中心店）	M	东营区西二路银座中心店2楼	
374			银座（中心店）	SU	东营区西二路银座中心店2楼	
375		临沂	银座商城	M	兰山区红旗路13号银座商城2楼	
376			振华百货	M	兰山区涑河南街3号万兴都商业国际公园一号振华百货2楼	
377			银座商场	SU	兰山区红旗路13号银座商城2楼	
378		威海	振华商厦	SU	新威路89号振华商厦4楼	
379		潍坊	中百百货（胜利店）	M	潍城区胜利西街233号中百大厦2楼	
380			中百百货（胜利店）	SU	潍城区胜利西街233号中百大厦3楼	
381			中百谷德店	M	高新区福寿东街4369号2楼	
382		滨州	银座商城	M	滨城区黄河四路539号滨州银座商城2楼	
383		德州	百货大楼	M	湖滨中大道118号德州百货大楼3楼	
384		湖南	长沙	王府井百货	M	黄兴中路27号王府井百货3楼
385				王府井百货	SU	黄兴中路27号王府井百货4楼
386				平和堂（一店）	SU	黄兴中路88号平和堂2楼
387				平和堂（二店）	SU	韶山北路488号平和堂1楼
388				友谊商店	M+ZCY	五一大道368号B座友谊商店3楼
389	友谊商店			SU	五一大道368号B座友谊商店2楼	
390	平和堂			M	黄兴中路88号湖南平和商贸大厦2楼	
391	万达广场			M	开福区中山路589号长沙万达百货2楼	
392	王府井商业广场			SU	岳麓区金星中路河西王府井商业广场2楼	
393	友谊商城			M	雨花区劳动中路2号友谊商城2楼	
394	海信广场		M	天心区湘江中路36号海信广场3楼		
395	湘潭		步步高广场	M	岳塘区建设南路102号步步高广场2楼	
396			步步高广场	SU	岳塘区建设南路102号步步高广场2楼	
397	衡阳		晶珠百货	M+T	蒸湘区船山西路2号晶珠广场1楼	
398			连卡福百货	M	蒸湘区解放大道42号连卡福百货2楼	
399	辽宁		沈阳	卓展时代购物中心	M+ZCY	沈河区北京街卓展时代广场购物中心3楼
400		卓展时代购物中心		SU	沈河区北京街卓展时代广场购物中心4楼	
401		万象城		M+ZCY+男装	和平区青年大街288号万象城3楼	
402		万象城		SU	和平区青年大街288号万象城4楼	
403		中兴商业大厦		M	和平区太原北街88号中兴商业大厦2楼	
404		萃兮华都		M	和平区市府大路190-5号1门萃兮华都4楼	
405		萃兮华都		SU	和平区市府大路190-5号1门萃兮华都4楼	
406		万象汇		M+T	铁西区兴华北街45号万象汇2楼	
407		大连	麦凯乐（总店）	SU	中山区青泥街57号麦凯乐大连总店新馆3楼	
408			麦凯乐（总店）	M+ZCY+男装	中山区青泥街57号麦凯乐大连总店本馆3楼	
409			麦凯乐（开发区店）	SU	开发区金马路198号麦凯乐开发区店2楼	
410			友谊商城	M	人民路8号友谊商城4楼	
411			凯德和平广场	SU	沙河口区高尔基路凯德和平广场1楼	
412		鞍山	天兴百盛购物中心	M	铁东区2道街88号天兴百盛购物中心3楼	
413	新玛特（总店）		SU	铁东区胜利南路42号鞍山新玛特（总店）3楼		
414	抚顺	百货大楼	M	新抚区东一路四号抚顺百货大楼女装商场2楼		
415	黑龙江	哈尔滨	松雷国际商厦（道里店）	T	道里区中央大街66号松雷商业大厦2楼	
416			松雷国际商厦（南岗店）	M	南岗区东大直街329号松雷商业大厦3楼	
417			松雷国际商厦（南岗店）	SU	南岗区东大直街329号松雷商业大厦4楼	
418			麦凯乐百货（总店）	M+男装	道里区尚志大街73号麦凯乐百货总店3楼	
419			麦凯乐百货（总店）	SU	道里区尚志大街73号麦凯乐百货总店4楼	
420			麦凯乐百货（总店）	ZCY	道里区尚志大街73号哈麦凯乐总店1楼	

序号	省份/ 直辖市	城市	店柜名称	经营品牌	详细地址
421			燕莎奥特莱斯	T	道里区地段街 123 号燕莎奥特莱斯 2 楼
422			卓展购物中心	M	道里区安隆街 106 号卓展时代广场 3 楼
423			百盛购物中心	SU	道里区中央大街 222 号百盛购物中心 2 楼
424			枫叶小镇购物村	T	松北区中源大道 16999 号枫叶小镇购物村
425		大庆	新玛特购物休闲广场	M	大庆开发区纬 2 路 39 号新玛特购物休闲广场 2 楼
426			麦凯乐	SU	让胡路区唐人中心麦凯乐 4 楼
427			麦凯乐	M	让胡路区唐人中心麦凯乐 3 楼
428			新玛特购物休闲广场	SU	开发区纬二路 39 号新玛特购物休闲广场 2 楼
429		牡丹江	百货大楼	M	东安区太平路 31 号牡丹江百货大楼有限公司 3 楼
430			百货大楼	SU+T	东安区太平路 31 号牡丹江百货大楼有限公司 3 楼
431	陕西	西安	世纪金花（钟楼店）	M	莲湖区西大街 1 号世纪金花钟楼购物中心负 2 楼
432			世纪金花（高新店）	M	高新区科技路高新商务中心世纪金花高新店 2 楼
433			世纪金花（赛高店）	M	未央区凤城五路十字世纪金花赛高店 1 楼
434			开元商城（钟楼店）	M	碑林区东大街解放市场 6 号开元商城 2 楼
435			开元商城（钟楼店）	SU	碑林区东大街解放市场 6 号开元商城 3 楼
436			时代百盛	SU	莲湖区西大街广济街口 101 号时代百盛 3 楼
437			金鹰购物中心（高新店）	M	高新技术开发区科技路 37 号金鹰购物中心 2 楼
438			大明宫万达广场	SU	未央区太华北路 369 号西安大明宫万达广场 1 楼
439			赛格国际购物中心	SU	雁塔区长安中路 123 号赛格国际购物中心 1 楼
440			王府井百货（南门外店）	M	碑林区南关正街 88 号王府井百货 3 楼
441			民生百货（解放路店）	M	新城区解放路 103 号民生百货 2 楼
442			民生百货（解放路店）	SU	新城区解放路 103 号民生百货 3 楼
443			兴正元购物中心	SU	碑林区东大街骡马市 1 号兴正元购物中心 2 楼
444			珠江金花时代广场	M+男装	碑林区环城南路 336 号世纪金花珠江时代商场 2 楼
445			珠江金花时代广场	ZCY	碑林区环城南路 336 号世纪金花珠江时代商场 1 楼
446			世纪金花钟楼购物中心	SU	西大街 1 号世纪金花钟楼购物中心负 2 楼
447			世纪金花珠江时代商场	SU	碑林区环城南路 336 号世纪金花珠江时代商场 3 楼
448		宝鸡	宝鸡天下汇	SU	经二路天下汇 3 楼
449	广西	南宁	梦之岛购物中心	M	青秀区古城路 5 号梦之岛购物中心 3 楼
450			梦之岛百货	M	青秀区民族大道 49 号梦之岛百货 2 楼
451			梦之岛百货	SU	青秀区民族大道 49 号梦之岛百货 3 楼
452			梦之岛水晶城百货	SU	青秀区金湖路 61 号梦之岛水晶城百货 2 楼
453			梦之岛水晶城	M+男装	青秀区金湖路 61 号梦之岛水晶城 2 楼
454			万象城	M+ZCY+男装	青秀区民族大道 136 号华润万象城 3 楼
455			万象城	SU	青秀区民族大道 136 号华润万象城 4 楼 435 铺
456			南宁百盛	SU	兴宁区青云街 18 号百盛悦荟 3 楼
457		柳州	工贸大厦	SU	龙城路 2 号柳州工贸大厦 3 楼
458			五星商业大厦	SU	中山中路 1 号五星商业大厦 4 楼
459	工贸大厦		M	龙城路 2 号柳州工贸大厦 2 楼	
460	五星商业大厦		M	中山中路 1 号五星商业大厦 3 楼	
461	桂林	微笑堂商厦	SU	中山中路 37 号微笑堂商厦 2 楼	
462	河北	石家庄	北国商城	M	中山东路 188 号北国商城 2 楼新区
463			北国商城	SU	中山东路 188 号北国商城新区 3 楼
464			人民商场（新百店）	M	桥西区中山西路 139 号人民商场 2 楼
465			人民商场（新百店）	SU	桥西区中山西路 139 号人民商场 2 楼
466			先天下购物广场	M+ZCY	桥东区中山东路 326 号先天下购物广场 2 楼
467			先天下购物广场	SU	桥东区中山东路 326 号先天下购物广场 3 楼



序号	省份/直辖市	城市	店柜名称	经营品牌	详细地址	
468	河北省	唐山	先天下购物广场	ZCY	桥东区中山东路 326 号先天下购物广场 1 楼	
469			银泰百货	M	路南区新华西道 2 号银泰百货 2 楼	
470			银泰百货	SU	路南区新华西道 2 号银泰百货 2 楼	
471			凤凰购物广场	M	路北区北新西道 22 号凤凰购物广场 3 楼	
472			凤凰购物广场	SU	路北区北新西道 22 号凤凰购物广场 4 楼	
473			百货大楼	SU	路北区新华东道 125 号唐山百货大楼 3 楼	
474			百货大楼	M	路北区新华东道 125 号唐山百货大楼 2 层	
475			张家口	百盛百货	M	滨河中路 2 号百盛百货 1 楼
476				百盛百货	SU	滨河中路 2 号百盛百货 2 楼
477		衡水	衡水百货	M	人民东路 106 号衡水百货大楼 3 楼	
478		山西省	太原	天山百货	M	天山区和平北路 16 号天山百货大楼 3 楼
479				美美百货	M+男装	沙区友好北路 689 号美美购物中心 2 楼
480				美美百货	SU	沙区友好北路 689 号美美购物中心 3 楼
481				美美百货	ZCY	沙区友好北路 689 号美美购物中心 1 楼
482				友好商场	T	沙区友好北路 518 号友好商场 3 楼
483				友好商场	SU	沙区友好北路 518 号友好商场 3 楼
484				友好百盛购物中心	M	沙区友好南路 668 号友好百盛购物中心 2 楼
485				友好百盛购物中心	SU	沙区友好南路 668 号友好百盛购物中心 2 楼
486				汇嘉时代广场	M	新市区北京中路 147 号北京路汇嘉时代广场 2 楼
487	汇嘉时代广场			SU	新市区北京中路 147 号北京路汇嘉时代广场 2 楼	
488	昌吉			汇嘉时代	M	延安北路 198 号汇嘉时代 2 楼
489	内蒙古自治区			呼和浩特	维多利商厦	M+男装
490			维多利国际广场		M+ZCY	赛罕区新华东街 8 号维多利广场 3 楼
491		维多利国际广场	SU		赛罕区新华东街 8 号维多利广场 3 楼	
492		维多利时代城	SU		回民区中山西路维多利时代城 A 栋 2 楼	
493		维多利购物中心	SU		回民区中山西路维多利购物中心 3 楼	
494		万达广场	SU		赛罕区新华东街 26 号万达广场 1 楼	
495		摩尔城	SU		赛罕区新华东街 62 号摩尔城 A 座 2 楼	
496		民族商场	M+T		回民区中山西路 69 号民族商场 3 楼	
497		集宁	维多利广场		SU+T	集宁市桥东恩河路维多利广场百货 3 楼
498		赤峰	众联广场	M	新城区玉龙大街众联广场 2 楼	
499	云南省	昆明	金格中心	M	东风东路 9 号金格中心 3 楼	
500			金格奥特莱斯	T	度假区前卫西路 19 号金格百货奥特莱斯店 2 楼	
501			金格百货（汇都店）	M	白塔路 131 号金格百货汇都店 3 楼	
502			金格百货（时光店）	M	北京路 985 号时光俊园金格百货时光店 2 楼	
503			王府井百货	T	五华区沿河路 7 号王府井百货 3 楼	
504			百货大楼	SU	东风西路 99 号昆明百货大楼 2 楼	
505			柏联百盛	M	五华区三市街 6 号柏联广场百盛 3 楼	
506			柏联百盛	SU	五华区三市街 6 号柏联广场百盛 2 楼	
507			金格百货（时光店）	ZCY	北京路 985 号时光俊园金格百货时光店 2 楼	
508			王府井百货	SU	五华区沿河路 7 号王府井百货 2 楼	
509			顺城购物中心	M	东风西路 11 号顺城购物中心 1 楼	
510	贵州省	贵阳	星力百货（购物广场店）	SU	南明区富水南路 2 号星力百货购物广场 3 楼	
511			星力百货（瑞金店）	SU	云岩区中山西路 88 号星力百货瑞金店 2 楼	
512			国晨百货	SU	云岩区中山西路 78 号国晨百货 2 楼	
513			国贸广场	M+ZCY	云岩区中华北路 1 号国贸广场 3 楼	
514			南国花锦购物中心	SU	云岩区中华中路 130 号南国花锦购物中心 3 楼	
515			国贸国贸逸天城	SU	南明区市南路国贸逸天城购物中心 3 楼	
516			国贸逸天城	M	南明区市南路国贸逸天城购物中心 2 楼	
517			遵义	国贸百货	M	红花岗区中山路 103 号遵义国贸广场 2 楼
518		国贸百货		SU	红花岗区中山路 103 号遵义国贸广场 2 楼	
519		国贸购物中心		M	汇川区珠海路遵义国贸购物中心 3 楼	
520	江西省	南昌	百盛商场	M	中山路 177 号百盛商场 3 楼	

序号	省份/直辖市	城市	店柜名称	经营品牌	详细地址	
521			洪客隆百货	T	南昌八一大道 358 号洪客隆百货 4 楼	
522			财富购物广场	M	东湖区八一大道 357 号财富购物广场 3 楼	
523			绿地百盛购物中心	M	红谷滩新区红谷中大道 998 号绿地百盛购物中心 2 楼	
524		赣州	九方购物中心	SU+T	长征大道 1 号九方购物中心 1 楼	
525			万象城	M	章江新区华润中心万象城 2 楼	
526		海南	海口	生生百货	M	龙华区龙昆北路 2 号珠江广场生生百货 2 楼
527				生生百货	SU	龙华区龙昆北路 2 号珠江广场生生百货 3 楼
528				望海国际广场	M	美兰区海秀路 8 号望海国际广场 2 楼
529				望海国际广场	SU	美兰区海秀路 8 号望海国际广场 2 楼
530	友谊商业广场			SU	龙华区大同路 2 号友谊商业广场 2 楼	
531	生生国际购物中心			M	滨海大道 26-1 号生生国际购物中心 3 楼	
532	三亚		夏日百货	M+T	大东海海韵路 1 号夏日百货 2 楼	
533			夏日百货	SU	大东海海韵路 1 号夏日百货 3 楼	
534	儋州		夏日国际购物中心	SU	那大镇兰洋北路夏日国际购物中心 2 楼	
535	吉林		吉林	国贸购物中心	M	国贸重庆街 1188 号国贸购物中心 3 楼
536		国贸购物中心		SU	国贸重庆街 1188 号国贸购物中心 3 楼	
537		财富购物广场		SU+T	重庆街 1367 号财富购物广场 2 楼	
538		财富购物广场		M	重庆街 1367 号财富购物广场 2 楼	
539		长春	卓展时代广场	M	朝阳区重庆路 1255 号卓展时代广场 3 楼	
540			欧亚商都	SU	朝阳区工龙大路 1128 号欧亚商都 3 楼	
541	甘肃	兰州	国芳百货	M	城关区东方红广场东侧国芳百货 2 楼	
542			国芳百货	SU	城关区东方红广场东侧国芳百货 3 楼	
543			亚欧商厦	M	城关区中山路 120 号亚欧商厦 3 楼	
544			时尚百盛	M+T	庆阳路 111 号时尚百盛 2 楼	
545			新世界百货	SU	城关区张掖路 89 号新世界百货 3 楼	
546	青海	西宁	王府井百货（一店）	M	城中区西大街 40 号王府井百货大楼 2 楼	
547			王府井百货（一店）	SU	城中区西大街 40 号王府井百货大楼 B 馆 2 楼	
548			王府井百货（二店）	M	城西区五四西路 1 号王府井百货二店 2 楼	
549			国芳百货	T	城西区 42-52 号国芳百货 2 楼	
550	宁夏	银川	国芳百货	M+T	兴庆区新华东街国芳百货 3 楼	
551			新华百货	M	兴庆区新华东街新华百货 3 楼	
552			新华百货东方红广场	SU	兴庆区新华东街新华百货东方红广场 2 楼	
553			新华鼓楼时尚广场	SU	兴庆区解放东街鼓楼时尚广场 1 楼	
554		石嘴山	华欣百货	M	大武口区游艺东街 1 号华欣百货 2 楼	
555	西藏	拉萨	百益百货	M	宇拓路 8 号百益百货 1 楼	
556	意大利	米兰	旗舰店	K	米兰史皮卡大道 23 号	
557	新加坡	新加坡	滨海湾金沙购物中心	M+ZCY	新加坡贝弗兰道滨海湾金沙购物中心#01-27/28	
558			ION Orchard 购物中心	M+ZCY	新加坡乌节路 ION Orchard 购物中心 3 楼	
559	澳门	澳门	大运河购物中心	M+ZCY	澳门氹仔路金光大道望德圣母湾大马路威尼斯人酒店大运河购物中心 3 楼 2619 铺	
560			大运河购物中心	SU	澳门氹仔路金光大道望德圣母湾大马路威尼斯人酒店大运河购物中心 3 楼 2627 铺	
561	天猫旗舰店	不适用		M 正+T	<a href="http://marisfrog.tmall.com">http://marisfrog.tmall.com</a>	
562				SU 正+T	<a href="http://masfersu.tmall.com">http://masfersu.tmall.com</a>	
563	唯品会（非独立店）			M 及 SU 的 T	<a href="http://www.vip.com">http://www.vip.com</a>	
564	京东网			SU 正+T	<a href="http://masfersu.jd.com/">http://masfersu.jd.com/</a>	
565	京东网			M 正+T	<a href="http://marisfrog.jd.com/">http://marisfrog.jd.com/</a>	
566	鹿顶记			M 正+SU 正	<a href="http://www.lu9.com/#page2">http://www.lu9.com/#page2</a>	

注：上表中经营品牌中，“M”代表“Marisfrolg”女装，“SU”代表“MASFER.SU”女装，“男装”代表“MARISFOLG”男装，“T”代表特卖门店，“ZCY”代表“ZhuChongYun”女装，“K”代表“KRIZIA”女装。

B. 截至 2016 年 6 月 30 日，公司控股子公司玛丝菲尔噢姆服饰运营的 117 家直营门店情况如下：

序号	城市	店柜名称	店柜地址
1	深圳	KKMALL	罗湖区蔡屋围金融中心京基百纳空间 KKmall3 楼
2		茂业百货（华强店）	福田区华强北路茂业集团 3 楼
3		君尚百货	福田区福华三路星河国际君尚百货 2 楼
4		旗舰店	福田区天安数码城天祥大厦 CD 座 2 楼
5		九方购物中心（华强店）	福田区华强北中航路 1 号中航华强北九方购物中心北区 1 楼
6		金光华 AUM	罗湖区人民南路金光华广场 3 楼
7	广州	海印又一城（奥特莱斯店）	番禺 383 号海印奥特莱斯又一城 B 座 2 楼
8		王府井百货	越秀区农林下路 40 号王府井百货 3 楼
9		友谊商店（环东店）	越秀区环市东路 369 号友谊商店 3 楼
10		旗舰店	黄埔大道 100 号富力盈泰广场 A 座 3 楼
11		正佳广场	天河区天河路 228 号正佳广场 1F-1D143-145 号铺
12	珠海	免税商场	吉大景山路免税商场 3 楼
13		华发商都	珠海大道 8 号华发商都 B 馆 1021
14	东莞	海雅百货（东城店）	东城区世博广场海雅百货 2 楼
15		君尚百货	莞城区东纵大道愉景威尼斯广场君尚百货 2 楼
16	苏州	泰华商城	人民路 388 号泰华商场西楼 4 楼
17		美罗商场	观前街 245 号美罗商场 3 楼
18		诚品生活百货	工业园区月廊街 8 号诚品生活百货 1 楼
19		新区美罗	高新区长江路 211 号美罗商城 2 楼
20	张家港	凯丽百货	沙洲中路步行街 89 号凯丽百货 2 楼
21	江阴	华联商厦	人民中路 85 号华联商厦 3 楼
22	南京	金鹰国际购物中心	白下区汉中中路 89 号金鹰国际购物中心 A 座 3 楼
23		德基广场（二期）	中山路 18 号德基广场二期 3 楼
24	南通	文峰大世界	南大街 3-21 号文峰大世界 2 楼
25	徐州	金鹰国际购物中心	彭城广场北侧徐州金鹰国际购物中心 2 楼
26	宜兴	华地百货	人民中路 227 号华地百货 2 楼
27	镇江	八佰伴	中山东路 334 号八佰伴 2 楼
28		苏宁广场	京口区中山东路苏宁广场 2 楼 226
29	常州	泰富百货	天宁区延陵西路 121 号常州泰富百货 3 楼
30	北京	百盛购物中心（复兴门店）	西城区复兴门内大街 101 号百盛购物中心南楼 4 楼
31		百盛购物中心（太阳宫店）	朝阳区东北三环七圣中街 12 号院 1 号楼百盛购物中心 2 楼
32		赛特购物中心	朝阳区建国门外大街 22 号赛特购物中心 3 楼
33		旗舰店	朝阳区建外大街甲 14 号广播大厦主楼 12 楼
34		太古颐堤港	朝阳区酒仙桥路 18 号太古颐堤港 2 楼
35		双安商场	海淀区北三环西路 38 号双安商场 2 楼
36		金源燕莎购物中心	海淀区远大路 1 号金源燕莎购物中心 3 楼

序号	城市	店柜名称	店柜地址
37		王府井百货	东城区王府井大街 255 号王府井百货大楼 2 楼
38		燕莎友谊商城	朝阳区亮马桥路 52 号燕莎友谊商城 3 楼
39		当代商城	海淀区中关村大街 40 号当代商城 2 楼
40	重庆	远东百货（大都会店）	渝中区解放碑大都会 3 楼
41		星光 68 广场	江北星光 68 广场 3 楼
42		新世纪百货（万州商都）	万州区太白路 2 号新世纪百货万州商都 3 楼
43		旗舰店	北部新区高新园金开大道 68 号 3 幢 5 楼
44		新世纪百货世纪新都	江北区步行街 7 号世纪新都 2 楼
45		龙湖北城天街	江北区观音桥步行街北城天街 2 楼
46		北碚重百商城	北碚区天生新村 63 号重百商场 3 楼
47	郑州	丹尼斯百货（花园店）	农业路花园路丹尼斯 4 楼
48		大卫城	二七路与太康路交叉口丹尼斯大卫城 3 楼
49		丹尼斯百货（人民店）	人民路丹尼斯百货三楼
50	安阳	丹尼斯百货	文峰中路与三道街交叉口丹尼斯百货 2 楼
51	洛阳	丹尼斯百货	涧西区南昌路 130 号丹尼斯百货 3 楼
52	东营	东营百货（中心店）	东营区西四路 641 号东营百货中心店 3 楼
53	青岛	海信广场	市南区澳门路 117 号海信广场二期 3 楼
54	济南	贵和购物中心	历下区天地坛街 1 号贵和购物中心 3 楼
55	威海	振华商厦	新威路 89 号振华商厦 3 楼
56	烟台	振华商厦	芝罘区西大街 8 号振华精品商厦 3 楼
57	西安	珠江金花	碑林区南门外珠江时代广场世纪金花 A 座 2 楼
58		世纪金花钟楼购物中心	西大街 1 号世纪金花钟楼购物中心负 2 楼
59		中大国际	碑林区南大街 14 号中大国际 5 楼 A515 单元
60		海星城市广场	高新区科技路 37 号海星城市广场 2 楼
61	福州	王府井百货	鼓楼区五四路 128 号王府井百货 2 楼
62		东百百货	鼓楼区八一七北路 84-88 号东百百货 3 楼
63	厦门	信达免税商场	湖里区兴隆路 27 号信源大厦免税商场 3 楼
64		中华城购物中心	思明区中山路中华城购物中心 2 楼
65	哈尔滨	麦凯乐（总店）	道里区尚志大街 73 号麦凯乐总店 3 楼
66		松雷国际商厦（南岗店）	南岗区东大直街 329 号松雷商业大厦 4 楼
67		杉杉奥特莱斯广场	呼兰区利民大道学院路交汇处杉杉奥特莱斯广场 1 楼
68	大庆	新玛特休闲广场	开发区纬二路 39 号新玛特购物休闲广场 2 楼
69	宁波	银泰百货（天一店）	海曙区中山东路 188 号银泰百货 2 楼
70	杭州	万象城	江干区富春路 701 号杭州万象城 3 楼
71	舟山	凯虹广场	普陀区兴普大道 288 号凯虹广场 2 楼
72	金华	第一百货	西市街 159 号金华江北第一百货 3 楼
73	沈阳	萃兮华都	和平区市府大路 190-5 号 1 门萃兮华都 4 楼
74		万象城	和平区青年大街 288 号沈阳万象城 358 商铺
75		卓展时代广场购物中心	沈河区北京街卓展时代广场购物中心 4 楼
76	乌鲁木齐	友好百盛购物中心	沙区友好南路 668 号友好百盛购物中心 2 楼
77		友好时尚购物城	新市区西环北路 989 号友好时尚购物城 3 楼
78		汇嘉时代广场	新市区北京中路 147 号汇嘉时代广场 2 楼
79	上海	梅龙镇广场	南京西路 1038 号梅龙镇广场 3 楼
80		旗舰店	淮海西路 666 号中山万博广场 15 楼
81		久光百货	静安区南京西路 1618 号久光百货 3 楼
82	天津	金元宝滨海店	滨海新区黄海路商圈金元宝滨海店 2 楼
83		友谊商厦	河西区友谊路 21 号友谊商厦 3 楼

序号	城市	店柜名称	店柜地址
84		友谊名都	滨海新区第一大街市民广场 86 号友谊名都 2 楼
85	昆明	顺城购物中心	东风西路 11 号顺城购物中心二楼 E2-12 号噢姆专卖店
86		金格百货（中心店）	东风东路 9 号金格百货 3 楼
87		柏联广场百盛	五华区三市街 6 号柏联广场百盛 3 楼
88	武汉	东湖万达	武昌区水果湖横路 3 号武汉东湖万达广场 2 楼
89		国际广场	解放大道 690 号武汉国际广场 4 楼
90	成都	旗舰店	高新区天晖中街 56 号曙光国际大厦 6 楼
91		王府井购物中心	武侯区科华中路 9 号王府井购物中心 2 楼
92	赤峰	众联广场	新城区玉龙大街众联广场 2 楼
93	呼和浩特	维多利亚国际广场	新华东街维多利亚国际广场 3 楼
94	临汾	世纪百悦购物中心	尧都区解放西路商会巷 37 号世纪百悦购物中心 3 楼
95	大同	丽盛名品广场	小南街 5 号丽盛名品广场 1 楼
96	南昌	百盛购物广场	中山路 177 号百盛购物广场 3 楼
97		财富广场	八一大道 357 号财富购物广场 3 楼
98	南宁	梦之岛水晶城百货	青秀区金湖路 61 号梦之岛水晶城百货 2 楼
99		梦之岛（新梦）	民族大道 49 号梦之岛百货（新梦）2 楼
100	三亚	夏日百货	大东海海韵路 1 号夏日百货 2 楼
101	长春	卓展时代广场	朝阳区重庆路 1225 号卓展时代广场 4 楼
102	吉林	国贸购物中心	重庆街 1188 号吉林国贸购物中心 3 楼
103	唐山	凤凰购物中心	路北区北新西道 22 号凤凰购物广场四层 AUM 专柜
104	唐山	百货大楼	路北区新华东道 125 号唐山百货大楼 3 楼
105	芜湖	华亿国际购物中心	中山路步行街华亿国际 B 座 2 楼
106	兰州	国芳百货	城关区东方红广场国芳百货 2 楼
107	贵阳	国贸广场	中华北路 1 号国贸广场 3 楼
108	长沙	王府井百货	天心区黄兴中路 27 号王府井百货 3 楼
109	澳门	金沙城中心	澳门路氹连贯公路澳门金光大道金沙城中心金沙广场 2 楼 2031B
110	海口	生生百货	龙昆北路 2 号珠江广场生生百货 2 楼
111	大连	麦凯乐（总店）	中山区青泥街 57 号麦凯乐大连总店 4 楼
112	温州	万象城	瓯海区温瑞大道 1001 号万象城 2 楼
113	潍坊	中百大厦	潍城区胜利西街 233 号中百大厦 2 楼
114	商丘	新玛特（商丘总店）	神火大道 556 号大商新玛特商丘总店 2 楼
115	银川	新华百货	新华街 3 号新华百货 2 楼
116	西宁	王府井	城中区西大街 40 号王府井百货大楼 2 楼
117	不适用	天猫旗舰店	http://aumfs.tmall.com

## ②直营店分类

公司直营店主要包括商场联营店、购物中心店和旗舰店三种形式。其中：

商场联营店是指公司与商场签订联营合同，自主开展经营活动的直营店。

发行人在商场中设专柜（厅）销售公司产品，商场并不参与具体的销售活动，通常仅负责统一收取货款并对外开具发票，并按销售额乘以经双方协商确定百分比收取一定分成（以下简称“商场扣点”），发行人依据合同约定结算期依据商场提供销售结算单确认销售收入，相应结转销售成本。

购物中心店是指公司与购物中心签订联营合同，自主开展经营活动的直营店。购物中心通常处于当地核心商圈，在位置、人流量及国际一二线品牌入驻方面具备优势，通常要求公司以分支机构的形式设立专卖店开展经营活动。购物中心店模式下，商场并不参与具体的销售活动，通常按扣点与双方协商的固定金额孰高原则收取商场扣点，也有通过收取固定租金的方式开展业务合作。一般情况下商场负责统一收取货款并对外开具发票，并按合同约定提取商场扣点或收取租金，发行人依据合同约定结算期依据商场提供销售结算单确认销售收入，相应结转销售成本；另外也有公司自收货款的专卖店，公司在取得收款权利时确认销售收入，相应结转销售成本。

此外，广州海印缤缤广场店是公司设立的专门从事批发业务的直营门店，营业场所为广州市越秀区起义路1号。该店面向公司直营模式及加盟模式尚未覆盖的销售区域，以批发“MASFER.SU”、“AUM”品牌产品为主，批发价格基本为公司全国统一零售价格的5折，买家一次性买断，公司不提供退货及售后服务。2013年、2014年、2015年和2016年1-6月，该门店销售收入分别为2,118.59万元、623.31万元、1,369.46万元和1,060.38万元，分别占同期公司主营业务收入的1.16%、0.29%、0.56%和1.03%。2014年该门店销售收入下降较多的主要原因为当年该门店改为主要经营“AUM”品牌所致。

除商场联营店、购物中心店外，为提升服务质量，树立公司品牌在消费者心目中的形象，公司还购置商业物业设立旗舰店，主要服务于对购物体验有较高要求的客户群体。

报告期内，为丰富直营销售渠道，公司下属部分品牌在天猫商城<sup>39</sup>开设网上旗舰店，2014年在京东商城<sup>40</sup>开设网上旗舰店，2016年在鹿顶记app开设网上旗舰店，按照公司统一的价格政策销售部分当季或过季商品。此外，公司还在电子购物平台唯品会<sup>41</sup>开设了销售专区。2015年和2016年1-6月，公司通过网络平台实现销售收入10,268.39万元和5,101.96万元，占当年主营业务收入的比重为4.21%和4.95%。

截至2016年6月30日，玛丝菲尔本部及海外子公司直营模式下的三种门店（发行人控股子公司玛丝菲尔噢姆服饰拥有的直营店除外，下同）情况如下：

<sup>39</sup> <http://marisfrolg.tmall.com>、<http://masfersu.tmall.com>

<sup>40</sup> <http://mall.jd.com/index-59365.html>

<sup>41</sup> <http://www.vip.com/>

分类情况	直营店数量（家）
商场联营店	472
购物中心店	80
旗舰店（含天猫、京东等网上旗舰店）	14
<b>合计</b>	<b>566</b>

### ③直营店的区域分布

公司在直营门店销售渠道建设上遵循“全面覆盖，重点布局”的基本原则，在华东、华北、华南等地区设立门店。截至2016年6月30日，玛丝菲尔本部及海外子公司直营店具体的区域分布情况如下表：

区域	门店数量（家）	比例
华东	157	27.74%
华北	93	16.43%
华南	76	13.43%
西南	81	14.31%
华中	66	11.66%
东北	38	6.71%
西北	44	7.77%
境外	5	1.94%
网上店铺	6	
<b>合计</b>	<b>566</b>	<b>100%</b>

### ④直营店的经营情况

直营店所处商圈、商场的选择，门店在商场内的楼层、朝向、面积，相邻门店所经营女装品牌等因素是衡量一个品牌商业定位的主要依据。公司直营店在选址上主要选择核心商圈、主流商业场所内位置较好、面积较大的门店。报告期各期末，公司各年度直营店数量分别为460家、550家、645家和683家，2014年末、2015年末和2016年6月末，直营门店数量比上年末分别增长20%、17%和6%。由于新增门店需要一定培育期方能达到较为理想的效益水平，培育期销售通常会低于平均水平。报告期内直营店的期末单店平均营业收入情况如下：

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
直营店数（个）	683	645	550	460
直营收入（万元）	91,622.71	206,347.25	175,329.32	146,949.19
直营店期末单店收入（万元）	268.29	319.92	318.78	319.45

注：2016年1-6月数据已经年化

受宏观经济放缓和服装消费疲软等因素影响，2016年1-6月直营店期末单店收入有所下降。

⑤报告期各期直营店增减数量及变动原因、在租赁合同到期后续租的店面数量、直营店的经营年限及对应的销售额

A. 报告期内直营店数量及变动原因

a. 直营店数量及变动情况

各报告期期末，发行人旗下的直营店数量信息如下：

公司	2016年6月末	2015年末	2014年末	2013年末
玛丝菲尔（注）	566	549	503	442
噢姆	117	96	47	18
合计	683	645	550	460

注：玛丝菲尔指玛丝菲尔本部统计的直营店数量，包含玛丝菲尔本部运营的各品牌门店，以及境外全资子公司玛丝菲尔（韩国）、玛丝菲尔（新加坡）、玛丝菲尔（澳门）、Krizia International 经营管理的海外直营店；噢姆指噢姆公司下属“Aum”品牌直营店，下同。

上述门店在报告期内的增减变动情况如下：

玛丝菲尔：

年度	年初数量	关店数量	开店数量	年末数量
2016年1-6月	549	23	40	566
2015	503	44	90	549
2014	442	28	89	503
2013	360	13	95	442

噢姆：

年份	年初数量	关店数量	开店数量	年末数量
2016年1-6月	96	3	24	117
2015	47	1	50	96
2014	18	7	36	47
2013	11（注）	1	8	18

注：2013年5月，发行人设立噢姆并收购深圳市深浅服饰设计有限公司的品牌、门店、设计师团队等相关资产，2013年年初数量为收购时噢姆所拥有的直营店数量。

b. 直营店数量变动原因

报告期各期直营店数量的增加主要是由于发行人业务规模不断扩大，根据经营需要新增或调整门店所致。

报告期各期直营店数量的减少主要原因包括：直营门店所在商场转型或关闭、商场定位无法持续符合品牌要求、因直营店经营业绩没有达到公司要求而关闭、因直营店合同到期终止经营、正常经营调整等。

B. 在租赁合同到期后续租的店面的数量、直营店的经营年限及对应的销售额



## a. 在合同到期后续租的店面的数量

根据发行人及其子公司的门店联营合同、租赁合同统计，报告期内，合同到期后续租和未续租的店面数量分别如下表所示。

## I. 玛丝菲尔

项目	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
报告期内合同到期家数	414	472	374	324
合同到期后续租的店面的家数	391	436	351	314
合同到期后未续约的店面的家数	23	36	23	10
合同到期门店家数合计	94%	92%	94%	97%

注：商场联营店通常为一年一签；专卖店通常为三年一签。

## II. 噢姆

项目	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
报告期内合同到期家数	45	32	16	11
合同到期后续租的店面的家数	42	31	9	10
合同到期后未续约的店面的家数	3	1	7	1
合同到期门店家数合计	93%	97%	56%	91%

自收购完成后，噢姆在2014年集中关闭了不符合新的产品及市场标准的门店。同时在2014、2015、2016年1-6月陆续新开门店，数量分别为36家、50家、24家，上述门店部分将在2016年下半年到期并续签合同。

截至2016年6月30日，除7家网络直营店及12家自有物业门店外，其余664家直营店根据正在执行的合同租期长短具体分类如下：

合同租期	玛丝菲尔	噢姆	合计	占总家数比率
一年之内（含一年）	381	70	451	67.92%
大于一年，两年之内（含两年）	78	23	101	15.21%
大于两年，三年之内（含三年）	71	16	87	13.10%
大于三年	24	1	25	3.77%
合计	554	110	664	100%

## b. 直营店的经营年限及对应的销售额

截至2016年6月30日，玛丝菲尔直营店的经营年限及其数量的占比情况如下：

单位：万元

经营年限	数量	占比	2016年1-6月平均单店销售收入	2015年平均单店销售收入	2014年平均单店销售收入	2013年平均单店销售收入
10年以上	86	15.02%	231.62	564.38	580.39	547.64
5-10年	109	19.26%	202.81	508.47	514.34	447.56
3-5年	118	20.85%	165.30	371.83	345.07	258.40
1-3年	149	26.50%	86.09	182.21	135.42	67.06
1年以下	104	18.37%	69.64	31.67	-	-

经营年限	数量	占比	2016年1-6月平均单店销售收入	2015年平均单店销售收入	2014年平均单店销售收入	2013年平均单店销售收入
合计	566	100.00%				

注：上表经营年限1-3年的门店中，2013年的平均单店销售收入较低。主要原因是，经营年限3年的门店，2013年为其开店第一年，处于培育期，实现销售收入较少。

截至2016年6月30日，噢姆直营店的经营年限及其数量占比情况如下：

单位：万元

经营年限	数量	占比	2016年1-6月平均单店销售收入	2015年平均单店销售收入	2014年平均单店销售收入	2013年平均单店销售收入
1年以上	66	56.41%	92.36	180.21	84.63	50.68
1年以下	51	43.59%	73.84	49.75	-	-
合计	117	100%				

注：上表经营年限1年以上的门店中，2013年的平均单店销售收入较低。主要原因是，经营年限3年的门店，2013年为其开店第一年，处于培育期，实现销售收入较少，且发行人自2013年收购噢姆品牌后进行了设计、销售等一系列的整合，因此2013年当年新开店的收入水平较低，2014年至2015年则出现快速增长的趋势。

⑥报告期各期直营店关店的原因、关店门店的基本情况、资产情况、盈利情况，门店关店后与店铺出租人的结算情况、租约违约赔偿情况、人员安置情况、装修处理情况

A. 报告期各期直营店关店的原因、关闭门店的基本情况和人员安置情况

a. 报告期各期玛丝菲尔直营店关店的原因、关闭门店的基本情况和人员安置情况

I. 玛丝菲尔关闭直营店的基本情况

报告期内，玛丝菲尔关闭直营店共计110家，其中实体店108家，网络销售店2家，基本信息如下：

编号	门店名称	品牌	门店地址	关店时间	开店时间	营运时间(年)
1	红博新世纪	SU	黑龙江省哈尔滨市南岗区红旗大街301号哈尔滨红博会展购物广场C座8号	2013年2月	2011年6月	1.7
2	中商百货	M/T	湖北省武汉市武昌区中南路中商广场3楼	2013年2月	2001年10月	11.3
3	伊势丹百货	M	天津市和平区南京路108号现代城	2013年3月	2009年9月	3.5
4	丹璐购物中心	M/T	新疆乌鲁木齐市中山路161号丹璐购物中心	2013年5月	2010年4月	3.1
5	仁恒置地广场	M	四川省成都市人民南路二段一号仁恒	2013年6月	2010年6月	3.0

编号	门店名称	品牌	门店地址	关店时间	开店时间	营运时间(年)
			置地广场			
6	银座德州店	SU/T	山东省德州市德城区解放北路76号	2013年7月	2012年4月	1.3
7	友谊精品广场	M/T	天津市和平区曲阜道38号友谊精品广场	2013年7月	2012年4月	1.3
8	久光百货	M	江苏省苏州市苏州工业园区旺墩路268号久光百货	2013年8月	2009年1月	4.6
9	卓展购物中心	SU/T	北京市海淀区复兴路69号3号楼B2层101室	2013年9月	2012年9月	1.0
10	国贸春天	M	陕西省西安市南关正街88号	2013年10月	2012年9月	1.1
11	茂业百货南山店	M/T	广东省深圳市南山区文化中心区海德2路茂业时代广场2楼	2013年8月	2009年10月	3.8
12	友谊商店时代广场店	M	广东省广州天河区天河北路25号时代广场2楼	2013年11月	2008年11月	5.0
13	世纪金花	SU	陕西省西安市高新区科技路33号高新国际商务中心1楼	2013年11月	2012年2月	1.8
14	高岛屋	SU/T	上海市长宁区虹桥路1438号高岛屋百货4楼	2014年2月	2012年12月	1.2
15	王府井	SU	辽宁省抚顺市新抚区东一路12号世城财富广场抚顺王府井3楼	2014年2月	2013年1月	1.1
16	SOGO百货	SU/T	北京市宣武区宣武门外大街8号庄胜崇光百货本馆3楼	2014年3月	2012年1月	2.2
17	信达免税商场	SU/T	福建省厦门市湖里区兴隆路27号信源大厦3楼	2014年3月	2013年1月	1.2
18	津乐汇	SU	天津市和平区南京路189号2楼	2014年3月	2012年9月	1.5
19	百货大楼	M	黑龙江省大庆市萨尔图区会战大街22号大庆百货大楼3楼	2014年3月	2010年4月	3.9
20	银座商城玉函店	M/T	山东省济南市经十路19288号银座商城玉函店3楼	2014年5月	2011年1月	3.3
21	龙湖北城天街	SU/T	重庆市江北区北城天街6、8号龙湖北城天街X馆-2F-018a、b、c	2014年4月	2012年9月	1.6
22	远东天府店	SU/T	四川省成都市锦江区东御街18号远东百货4楼	2014年4月	2011年6月	2.8
23	友谊精品广场	M	天津市滨海新区一商友谊5号院4楼	2014年6月	2012年4月	2.2
24	卓越世纪中心	M	广东省深圳市福田区福华三路与海田路交汇处卓越世纪中心1楼	2014年2月	2012年6月	1.7
25	COCOPARK	M/T	广东省深圳市福田区福华三路COCOPRAK购物中心1楼	2014年6月	2006年9月	7.8
26	海雅百货	M/SU	广东省深圳市南山区海雅百货4楼	2014年6月	2000年9月	13.8
27	第一国际汇一城	M	广东省东莞市南城区新城中心区第一国际汇一城1楼	2014年7月	2012年10月	1.8
28	群升百货	M	福建省福州市八一七中路760号群升百货3楼	2014年5月	2008年12月	5.4
29	群升百货	SU/T	福建省福州市八一七中路760号群升百货4楼	2014年5月	2008年12月	5.4
30	宁波新世界百货江东店	SU/T	浙江省宁波市江东区中山东路269号2楼	2014年7月	2013年7月	1.0
31	银泰百货西湖店	SU/T	浙江省杭州市延安路98号银泰百货西湖店4楼	2014年8月	2013年11月	0.8

编号	门店名称	品牌	门店地址	关店时间	开店时间	营运时间(年)
32	巴黎春天百货	M	山东省青岛市市南区山东路9号巴黎春天广场3楼	2014年8月	1997年7月	17.1
33	金鹰天地	SU/T	江苏省南京市玄武区珠江路1号金鹰天地购物中心3楼	2014年9月	2012年6月	2.3
34	新世界百货中心店	M	湖北省武汉市解放大道634号武汉新世界百货中心店3楼	2014年9月	2006年9月	8.0
35	星力百货荔星名店	M	贵州省贵阳市中华南路52号钻石广场荔星名店3楼	2014年9月	2007年5月	7.3
36	新世纪百货凯瑞商都	M	重庆市沙坪坝区双巷子9号三峡广场凯瑞商都4楼	2014年10月	2003年9月	11.1
37	新世纪百货凯瑞商都	SU/T	重庆市沙坪坝区双巷子9号三峡广场凯瑞商都3楼	2014年10月	2010年3月	4.6
38	金格中心	SU/T	云南省昆明市东风东路9号金格中心4楼	2014年10月	2010年5月	4.4
39	新世界百货中心店	SU/T	湖北省武汉市解放大道634号武汉新世界百货中心店2楼	2014年10月	2006年9月	8.1
40	海雅缤纷城	SU/T	广东省深圳市宝安区5区建安一路与新圳路交汇处海雅广场2楼	2014年12月	2013年3月	1.8
41	佛山友谊	M	广东省佛山市禅城区城门头路18号友谊商店2楼	2014年12月	2011年12月	3.0
42	沙井京基百纳广场	SU/T	广东省深圳市宝安区沙井街道办沙井路与新沙路交汇处京基百纳广场1楼	2015年1月	2014年1月	1.0
43	东方购物中心	T	河北省石家庄市桥西区中山西路87号银座东购2楼	2015年1月	2011年9月	3.3
44	太百百货	SU/T	新疆乌鲁木齐市沙区友好北路566号太百购物3楼	2015年2月	2013年9月	1.4
45	百联上海城购物中心	T	重庆市南坪西路58号百联南岸上海城购物中心1楼	2015年3月	2009年12月	5.3
46	西城都荟	T	广东省广州市西关黄沙大道西城都荟购物中心1楼	2015年3月	2013年2月	2.1
47	世纪金花时代广场	M	新疆乌鲁木齐市天山区光明路39号世纪金花时代广场购物中心2楼	2015年3月	2012年12月	2.3
48	莲花百货	SU/T	福建省厦门市嘉禾路261-265号武汉大厦莲花百货2楼	2015年3月	2010年9月	4.5
49	国商大厦	SU/T	浙江省绍兴市解放北路449号国商大厦2楼	2015年3月	2011年11月	3.3
50	华润时代广场	SU/T	上海市浦东新区张杨路500号华润时代广场4楼	2015年3月	2012年9月	2.5
51	王府井	M/T	辽宁省抚顺市新抚区东一路12号世城财富广场抚顺王府井2楼	2015年4月	2013年1月	2.3
52	泰富百货	SU/T	江苏省常州市延林西路95-97号泰富百货4楼	2015年5月	2010年5月	5.0
53	百货大楼	SU	江苏省常州市钟楼区南大街1号百货大楼2楼	2015年5月	2013年4月	2.1
54	东方商厦淮海店	M/T	上海市淮海中路755号东方商厦2楼	2015年5月	2009年1月	6.3
55	超百百货	M	河北省唐山市路北区新华东道125号百货大楼集团超级商场2楼	2015年5月	2002年9月	12.7
56	星力购物广场	M	贵州省贵阳市富水南路2号星力购物	2015年6月	2012年10月	2.7

编号	门店名称	品牌	门店地址	关店时间	开店时间	营运时间(年)
			广场 2 楼			
57	龙港百盛	SU/T	贵州省贵阳市云岩区中华中路 117 号龙港百盛 2 楼	2015 年 6 月	2013 年 9 月	1.8
58	海滨城	SU/T	四川省成都市双流县蛟龙港双流园区海滨城 1 楼	2015 年 6 月	2014 年 12 月	0.5
59	美岁百货（中华城）	SU/T	福建省厦门市思明南路 195 号中华城美岁百货 3 楼	2015 年 6 月	2012 年 9 月	2.8
60	龙湖三千集	M/T	四川省成都市成华区建设北路三段 6 号龙湖天街三千集购物中心 1 楼	2015 年 6 月	2012 年 8 月	2.8
61	新世界百货国贸店	SU/T	湖北省武汉市汉口建设大道 568 号新世界百货 3 楼	2015 年 6 月	2012 年 8 月	2.8
62	君尚百货（深南）	M	广东省深圳市福田区深南中路 3018 号君尚百货 2 楼	2015 年 7 月	2014 年 8 月	0.9
63	仁恒置地广场	SU	四川省成都市人民南路 2 段 1 号仁恒置地广场 3 楼	2015 年 7 月	2010 年 7 月	5.0
64	东湖万达	ZCY	湖北省武汉市武昌区水果湖横路 3 号武汉东湖万达广场 1 楼	2015 年 8 月	2013 年 9 月	1.9
65	美嘉森奥特莱斯	T	四川省成都市天府大道新国际会展中心美嘉森奥特莱斯品牌直销广场 1 楼	2015 年 8 月	2007 年 10 月	7.8
66	金鹰国际购物中心	SU/T	江苏省南京市白下区汉中路 89 号金鹰国际购物中心 A 座 4 楼	2015 年 8 月	2014 年 4 月	1.3
67	尚柏奥莱	M	辽宁省沈阳市沈北新区蒲河路 98 号 1F064 号 1 楼	2015 年 8 月	2012 年 12 月	2.7
68	红谷滩万达	SU	江西省南昌市红谷滩新区会展路 999 号红谷滩万达广场一层 1009 商铺	2015 年 8 月	2013 年 11 月	1.8
69	星力百货中山店	SU	贵州省贵阳市中山西路 88 号星力百货中山店 2 楼	2015 年 8 月	2005 年 4 月	10.3
70	新世界北仑店	M	浙江省宁波市北仑区黄山路 857 号宁波新世界百货北仑店 1 楼	2015 年 8 月	2012 年 10 月	2.8
71	银座芝罘店	M	山东省烟台市芝罘区南大街 126 号烟台银座 3 楼	2015 年 8 月	2013 年 6 月	2.2
72	三维商业广场	M	河南省焦作市解放中路三维商业广场 3 楼	2015 年 9 月	2014 年 1 月	1.7
73	远东百货	M	重庆市江北区北城天街 10 号远东百货 2 楼	2015 年 9 月	2007 年 3 月	8.5
74	松雷	SU	黑龙江省大庆市让胡路区中原路 3 号松雷购物休闲 3 楼	2015 年 10 月	2014 年 3 月	1.6
75	凯德广场金牛店	SU	四川省成都市金牛区交大路 183 号凯德商用广场金牛店 1 楼 01-10	2015 年 10 月	2013 年 8 月	2.2
76	市府恒隆广场	SU	辽宁省沈阳市沈阳青年大街 1 号 3 楼（305-308 号铺位）	2015 年 10 月	2012 年 9 月	3.1
77	金格百货白塔店	SU	云南省昆明市白塔路 90 号金格百货金龙店 3 楼	2015 年 10 月	2011 年 4 月	4.5
78	步步高广场	SU	广西柳州市广场路与八一路交汇处东北角步步高广场 2 楼	2015 年 10 月	2011 年 9 月	4.1
79	商之都	M	安徽省淮南市田家庵区龙湖路 33 号淮南商之都二楼	2015 年 11 月	2013 年 11 月	2.0
80	汉沽友谊	M	天津市滨海新区茶淀街四纬路 166 号	2015 年 11 月	2014 年 12 月	0.9

编号	门店名称	品牌	门店地址	关店时间	开店时间	营运时间(年)
			汉沽友谊百货 1 楼			
81	太平洋百货全兴店	SU	四川省成都市青羊区人民中路 2 段 68 号太平洋百货全兴店 3 楼	2015 年 11 月	2008 年 9 月	7.2
82	优越百货	SU	广东省中山市石岐区大信新都汇优越城百货 2 楼	2015 年 12 月	2014 年 12 月	1.0
83	丽达购物中心	SU	山东省青岛市崂山区秦岭路 18 号丽达购物中心 1 楼	2015 年 12 月	2012 年 12 月	3.0
84	武进金鹰	M	江苏省常州市武进花园街 33 号武进金鹰购物中心 2 楼	2015 年 12 月	2012 年 5 月	3.6
85	巴黎春天五角场店	M	上海市杨浦区淞沪路 1 号巴黎春天百货 2 楼	2015 年 12 月	2012 年 12 月	3.0
86	王府井	M	河南省郑州市中原区桐柏路与棉纺路交叉口棉纺路 4 号王府井百货 2 楼	2016 年 1 月	2012 年 12 月	3.1
87	KKmall	M	广东省深圳市罗湖区深南东路 5016 号京基百纳 KKALL3 楼	2016 年 1 月	2010 年 11 月	5.2
88	步步高广场	SU	湖南省长沙市岳麓区金星中路 428 号步步高广场 2 楼	2016 年 1 月	2012 年 6 月	3.6
89	麦凯乐	M	辽宁省盘锦市兴隆台区石油大街麦凯乐 4 楼	2016 年 1 月	2014 年 5 月	1.7
90	东方商城	M	江苏省南京市中山南路 2 号东方商城 2 楼	2016 年 2 月	2003 年 9 月	12.4
91	龙湖西城天街	SU	重庆市九龙坡区杨家坪珠江路 48 号 2 栋龙湖西城天街 LG 层 XLG12 号	2016 年 2 月	2012 年 7 月	3.6
92	王府井百货	T	北京市东城区王府井大街 255 号王府井百货大楼 2 楼北馆	2016 年 3 月	2011 年 4 月	4.9
93	世纪金花购物中心	T	新疆乌鲁木齐市友好北路 688 号世纪金花购物中心 2 楼	2016 年 3 月	2003 年 9 月	12.5
94	新世界百货江东店	SU	浙江省宁波市江东区中山东路 269 号新世界百货 3 楼	2016 年 3 月	2003 年 9 月	12.5
95	海雅百货	M/SU	广东省深圳市南山区海雅百货 4 楼	2016 年 3 月	2015 年 2 月	1.1
96	百货大楼	SU	江西省南昌市东湖区中山路 1 号百货大楼 2 楼	2016 年 3 月	2010 年 4 月	6.0
97	购物中心	SU	江苏省常州市天宁区延陵西路 1-7 号常州购物中心 2 楼	2016 年 4 月	2010 年 4 月	6.0
98	友谊商店	M	广西南宁市青秀区金湖路 59 号友谊商店 1 楼	2016 年 4 月	2007 年 7 月	8.8
99	银泰湖滨二期	M	浙江省杭州市延安路 258 号湖滨银泰二期 B 馆 230 号	2016 年 4 月	2013 年 4 月	3.0
100	银泰湖滨二期	SU	浙江省杭州市延安路 258 号湖滨银泰二期 A 馆 315 号	2016 年 4 月	2013 年 4 月	3.0
101	友谊春天百货	SU	湖南省长沙市芙蓉区黄兴中路 69 号友谊春天百货 3 楼	2016 年 4 月	2013 年 3 月	3.1
102	平和堂	SU	湖南省株洲市芦淞区车站路 61 号平和堂商贸大厦 1 楼	2016 年 5 月	2014 年 7 月	1.8
103	卓展购物中心	M	北京市海淀区复兴路 69 号北京卓展商场 3 楼	2016 年 6 月	2012 年 9 月	3.8
104	首尔乐天本店	M	韩国首尔特别市中区小公洞 1 号 LOTTE（乐天）百货商店 3 楼	2016 年 6 月	2011 年 11 月	4.6

编号	门店名称	品牌	门店地址	关店时间	开店时间	营运时间(年)
105	龙湖时代天街	M/T	重庆市渝中区长江 2 路 174 号时代天街 B 馆 L1-06 号	2016 年 6 月	2010 年 12 月	5.5
106	新华都百货	SU	福建省泉州市丰泽区田安北路丰泽广场新华都百货 1 楼	2016 年 6 月	2010 年 6 月	6.0
107	海雅百货东城店	SU	广东省东莞市东城区世博广场 A 区海雅百货 2 楼	2016 年 6 月	2008 年 4 月	8.2
108	新世纪环球购物中心	SU	四川省成都市高新区天府大道 1700 号 1 楼	2016 年 6 月	2013 年 6 月	3.0
109	当当网	SU+T	<a href="http://shop.dangdang.com/10153">http://shop.dangdang.com/10153</a>	2015 年 8 月	2013 年 10 月	1.83
110	久罗商城(非独立店)	M/SU+T	<a href="http://www.jiuluomall.com">http://www.jiuluomall.com</a>	2015 年 7 月	2014 年 9 月	0.75

## II. 关闭门店的主要原因

报告期内，因直营门店所在商场转型、关闭，以及商场定位无法持续符合品牌要求等原因而关闭的家数为 24 家，因直营店经营业绩没有达到公司要求而关闭的家数为 79 家，因直营店合同到期终止经营而关闭的家数为 5 家，其他原因而关闭的 2 家。

## III. 关闭门店的人员安置情况

上述关闭的直营店中，85 家实体门店的员工由公司调整至其他正常经营的直营店继续工作，23 家实体门店的员工经协商后离职或员工主动离职，2 家网络营销门店的员工继续公司品牌的其他网店服务。

b. 报告期各期玛丝菲尔噢姆直营店关店的原因、关闭门店的基本情况和人员安置情况

### I. 玛丝菲尔噢姆关闭直营店的基本情况

噢姆是发行人 2013 年通过股权收购取得的女装品牌。发行人取得该品牌后，对其品牌设计、生产、销售进行了重建，关闭了部分以前年度开设的店柜。

报告期内，玛丝菲尔噢姆关闭实体直营店共计 12 家，基本信息如下：

序号	门店名称	门店地址	关店时间	开店时间	营运时间(年)
1	麦凯乐二店	辽宁省大连市沙河口区西安路麦凯乐 2 楼	2014 年 8 月	2012 年 10 月	1.8
2	麦凯乐总店	辽宁省大连市中山区青泥街 57 号麦凯乐新馆 4 楼	2014 年 8 月	2012 年 9 月	1.8
3	临沂广场银座	山东省临沂市兰山区红旗路 11 号临沂广场银座 2 楼	2014 年 6 月	2012 年 3 月	2.8
4	波斯特购物中心	黑龙江省牡丹江市西安区太平路 146 号波斯特购物中心 2 楼	2015 年 1 月	2012 年 12 月	1.3
5	卓展时代广场	辽宁省沈阳市沈河区北京街卓展时代广场购物	2014 年 2 月	2012 年 3 月	2.3

序号	门店名称	门店地址	关店时间	开店时间	营运时间（年）
	购物中心	中心4楼			
6	华联商厦	黑龙江省绥化市市直南路一号华联商厦	2014年3月	2012年3月	1.8
7	中南商业	湖北省武汉市武昌区中南路9号中南商业大楼3楼	2014年4月	2012年12月	1.3
8	八一银座商城	山东省济南市市中区银座商城八一店3楼	2014年1月	2012年4月	1.8
9	新玛特购物广场	辽宁省沈阳市大东区小东路1号新玛特购物广场2楼	2013年9月	2012年9月	1.0
10	天山百货	新疆乌鲁木齐市天山区和平北路16号天山百货3楼	2016年6月	2014年5月	2.1
11	百花时代广场	广东省东莞市常平镇市场路1号百花时代广场3楼	2016年1月	2012年10月	3.3
12	景文百货	浙江省衢州市道前街时代广场景文百货3楼	2016年1月	2012年3月	3.8

## II. 关闭门店的主要原因

报告期内噢姆直营店关闭的主要原因为与商场的合同到期后不再续期经营或正常经营调整。

## III. 关闭门店的人员安置情况

报告期内噢姆关闭自营店后相应的员工均已离职。

B. 以上门店的资产情况、收入情况、盈利情况，门店关店后与店铺出租人的结算情况、租约违约赔偿情况、装修处理情况

### a. 直营门店的利润核算依据

直营门店的利润核算依据如下：

直营店利润总额=直营店财务销售收入-销售成本-营业税金及附加-销售费用-管理费用

公司直营店包括专卖店及商场联营店两种形式：

专卖店在 SAP 中有唯一的利润、成本中心归集其专门的销售收入、销售成本及费用。专卖店销售费用包括直接费用和销售部管理费用。直接费用主要有租赁费、水电费、导购人工工资、装修费用分摊、产品运输费；销售部管理费用主要包括分摊的片区及总部销售管理部门费用。

商场联营店的收入及销售成本在 SAP 中独立核算。商场联营店销售费用包括直接费用和销售部管理费用。商场联营店直接费用采取片区汇总的核算方式，将直接费用通过片区汇总后，根据直接费用分摊率进行分摊，计入各联营店直接费用支出，直接费用主要有导购人员工资，装修费用分摊、产品运输费。销售部管理费用主要包括分摊的片区及总部销售管理部门费用。



专卖店及商场联营店管理费用支出均系分摊总部管理费用。

b. 玛丝菲尔关闭直营店的资产情况、盈利情况，门店关店后与店铺出租人的结算情况、租约违约赔偿情况、装修处理情况

I. 玛丝菲尔关闭直营店的资产、收入、盈利情况

玛丝菲尔关闭直营店在关闭前的资产、收入、盈利情况如下：

单位：万元

序号	门店	城市	品牌	关闭当年营业收入	关闭当年盈利	关闭时资产
1	市府恒隆广场	沈阳	SU	92.77	-108.3	101.11
2	龙湖时代天街	重庆	M/T	55.56	-40.6	56.86
3	龙湖北城天街	重庆	SU/T	67.85	-28.2	31.71
4	海雅百货	深圳	M/SU	10.38	-19.41	53.30
5	西城都荟	广州	T	8.5	-17.72	-
6	新世界百货江东店	宁波	SU	18.74	-17.57	68.13
7	王府井	郑州	M	2.68	-16.47	43.01
8	中商百货	武汉	M/T	6.92	-16.1	35.01
9	汉沽友谊	天津	M	14.42	-14.6	57.06
10	凯德广场金牛店	成都	SU	60.25	-14.01	43.38
11	百货大楼	常州	M	13.09	-12.96	16.11
12	购物中心	常州	SU	13.09	-12.96	22.13
13	银座芝罘店	烟台	M	21.36	-12.88	64.12
14	王府井百货	北京	T	27.15	-11.76	22.18
15	红谷滩万达	南昌	SU	50.58	-11.16	23.06
16	卓越世纪中心	深圳	M	1	-10.87	8.31
17	金鹰国际购物中心	南京	SU/T	27.47	-10.17	21.51
18	银泰湖滨二期	杭州	SU	-14.41	-9.93	24.17
19	海雅百货	深圳	M/SU	50.2	-9.21	0.88
20	新华都百货	泉州	SU	36.72	-6.2	30.73
21	友谊商店	南宁	M	50.28	-5.98	78.33
22	海雅百货东城店	东莞	SU	31.09	-5.65	48.83
23	三维商业广场	焦作	M	47.02	-5.6	17.12
24	龙湖西城天街	重庆	SU	6.75	-4.08	38.28
25	东方商厦淮海店	上海	M/T	8.6	-4	9.56
26	新世纪环球购物中心	成都	SU	71.49	-2.45	48.83
27	华润时代广场	上海	SU/T	16.27	-2.25	6.11
28	君尚百货（深南）	深圳	M	32.48	-1.53	31.14
29	东方商城	南京	M	38.17	-1.27	45.65
30	当当网	-	SU+T	1.6	-1.2	1.00
31	沙井京基百纳广场	东莞	SU/T	0.8	-1	0.15
32	KKmall	深圳	SU	12.68	-0.45	18.35
33	百联上海城购物中心	重庆	T	14.39	0	10.51
34	久罗商城（非独立店）	-	M/SU+T	0.47	0.22	1.00

序号	门店	城市	品牌	关闭当年营业收入	关闭当年盈利	关闭时资产
35	海滨城	成都	SU/T	28.69	0.34	1.64
36	麦凯乐	盘锦	M	1.64	0.57	66.69
37	COCOPARK	深圳	M/T	110.49	0.7	2.32
38	东方购物中心	石家庄	T	6.82	1.85	0.85
39	百货大楼	常州	SU	16.36	1.95	7.22
40	高岛屋	上海	SU/T	6.57	2.19	12.81
41	友谊精品广场	天津	M	13.1	2.69	3.49
42	新世界百货国贸店	武汉	SU/T	28.59	2.99	3.18
43	平和堂	株洲	SU	14.32	3.75	22.08
44	仁恒置地广场	成都	su	21.24	3.94	41.23
45	银泰湖滨二期	杭州	M	34.06	6.11	46.27
46	新世界北仑店	宁波	M	32.31	6.73	28.29
47	王府井	抚顺	SU	21.27	7.49	6.82
48	太古百货	乌鲁木齐	SU/T	23.07	8.16	12.28
49	远东天府店	成都	SU/T	25.83	9.09	4.59
50	信达免税商场	厦门	SU/T	27.3	9.15	9.37
51	国商大厦	绍兴	SU/T	24.37	9.25	12.25
52	友谊春天百货	长沙	SU	31.73	9.38	17.62
53	松雷	大庆	SU	55.27	9.62	69.13
54	步步高广场	柳州	M	28.22	9.77	10.49
55	王府井	抚顺	M/T	22	9.92	12.43
56	津乐汇	天津	SU	25.03	10.24	1.59
57	宁波新世界百货江东店	宁波	SU/T	33.86	11.27	7.37
58	优越百货	中山	SU	45.37	11.52	14.84
59	SOGO 百货	北京	SU/T	39.01	11.65	6.21
60	银泰百货西湖店	杭州	SU/T	34.83	11.92	6.91
61	银座商城玉函店	济南	M/T	30.97	12.15	2.23
62	红博新世纪	哈尔滨	SU	29.8	12.5	14.40
63	巴黎春天百货	青岛	M	30.72	12.79	8.65
64	银座德州店	德州	SU/T	36.66	13.58	43.21
65	海雅缤纷城	深圳	SU/T	41.42	13.88	2.52
66	丹璐购物中心	乌鲁木齐	M/T	44.66	14.4	45.08
67	莲花百货	厦门	SU/T	43.34	16.83	4.05
68	卓展购物中心	北京	SU/T	40.27	17.38	10.19
69	群升百货	福州	SU/T	53.23	18.38	0.69
70	卓展购物中心	北京	M	88.37	18.39	86.93
71	世纪金花购物中心	乌鲁木齐	T	66.74	18.47	279.53
72	世纪金花	银川	SU	64.63	19.7	37.04
73	太平洋百货全兴店	成都	SU	54.08	20.41	27.16
74	金格中心	昆明	SU/T	82.5	22.41	19.82
75	伊势丹百货	天津	M	55.23	22.94	13.02
76	国贸春天	西安	M	71.99	23.39	50.24
77	百货大楼	大庆	M	67.42	24.46	23.65
78	龙港百盛	贵阳	SU/T	67.7	25.38	8.63

序号	门店	城市	品牌	关闭当年营业收入	关闭当年盈利	关闭时资产
79	美岁百货（中华城）	厦门	SU/T	70.22	25.49	9.24
80	步步高广场	湘潭	SU	104.69	27.19	16.96
81	龙湖三千集	成都	M/T	144.43	27.75	8.94
82	群升百货	福州	M	77.22	29.86	2.17
83	尚柏奥莱	沈阳	M	115.45	30.08	94.92
84	新世界百货中心店	武汉	SU/T	89.23	30.19	10.79
85	友谊精品广场	天津	M/T	77.47	30.71	3.80
86	星力百货中山店	贵阳	SU	102.27	31.26	12.74
87	金鹰天地	南京	SU/T	92.91	32.06	4.58
88	东湖万达	武汉	ZCY	73.51	33.26	26.35
89	丽达购物中心	青岛	SU	100.61	39.05	27.99
90	世纪金花时代广场	乌鲁木齐	M	90.64	39.24	34.11
91	第一国际汇一城	东莞	M	90.74	39.38	0.20
92	商之都	淮南	M	107.16	39.98	78.29
93	友谊商店时代广场店	广州	M	96	40.99	7.67
94	首尔乐天本店	韩国	M	122.85	41.48	0.02
95	星力购物广场	贵阳	M	97.92	42.96	27.31
96	武进金鹰	武进	M	103.07	45.1	70.93
97	茂业百货南山店	深圳	M/T	187.32	62.27	86.88
98	美嘉森奥特莱斯	成都	T	180.83	63.84	225.14
99	新世界百货中心店	武汉	M	166.92	64.96	6.55
100	金格百货白塔店	昆明	SU	229.9	73.79	124.53
101	星力百货荔星名店	贵阳	M	195.89	74.66	26.49
102	仁恒置地广场	成都	M	173.7	76.17	5.56
103	佛山友谊	佛山	M	201.34	86.46	55.64
104	远东百货	重庆	M	238.14	86.55	9.99
105	新世纪百货凯瑞商都	重庆	SU/T	265.43	88.18	4.67
106	久光百货	上海	M	213.09	88.91	36.77
107	泰富百货	常州	SU/T	203.85	89.78	5.23
108	超百百货	唐山	M	368.74	140.33	88.07
109	巴黎春天五角场店	上海	M	346	149.44	63.92
110	新世纪百货凯瑞商都	重庆	M	472.2	185.83	11.09

上述门店关闭时盈利的门店共计 77 家，盈利门店关闭的主要原因是：（1）因所在商场关闭、转让，或商场管理方与出租方结束合作而关闭的合计 13 家；（2）因商场装修、商场定位与公司品牌定位不相符，以及商场客流少导致整体业绩下滑而关闭的合计 54 家；（3）因商场租金、扣点提高，不再符合门店效益要求而关闭的合计 8 家；（4）因个别商场长期拖欠货款而关闭的合计 2 家。

## II. 门店关店后与店铺出租人的结算情况

上述门店中，商场联营店不存在店铺租赁问题，关店前，公司与商场协商一致后，即可撤走商品，腾出场地，结清货款及其他杂费并收回押金（如有）。

专卖店则需要解除与店铺出租人的租赁合同。截至 2016 年 6 月 30 日，上述关闭的门店均已与商场或出租人完成应收款、押金及杂费等款项的结算。

### III. 门店关店租约违约赔偿情况

上述门店中，除卓越世纪中心店在关闭后因租约违约赔偿 17 万元外，其他关闭的直营店不存在租约违约赔偿情况。

c. 玛丝菲尔噢姆关闭直营店的资产情况、盈利情况，门店关店后与店铺出租人的结算情况、租约违约赔偿情况、装修处理情况

#### I. 玛丝菲尔噢姆关闭直营店的资产、收入、盈利情况

玛丝菲尔噢姆关闭直营店在关闭前的资产、收入、盈利情况如下：

单位：万元

序号	门店	城市	关闭当年营业收入	关闭当年盈利情况	关闭时资产
1	麦凯乐二店	大连	67.06	6.34	1.37
2	麦凯乐总店	大连	45.15	5.36	12.76
3	临沂广场银座	临沂	23.83	2.98	13.88
4	波斯特购物中心	牡丹江	7.23	2.27	25.69
5	卓展时代广场购物中心	沈阳	6.9	1.86	22.86
6	华联商厦	绥化	2.18	0.52	9.71
7	中南商业	武汉	2.24	0.57	23.05
8	八一银座商城	济南	14.78	3.96	18.22
9	新玛特购物广场	沈阳	17.39	4.51	9.16
10	天山百货	乌鲁木齐	56.31	23.68	67.87
11	百花时代广场（注）	东莞	-	-	17.01
12	景文百货	衢州	5.58	1.42	13.19

除天山百货店因商场提高到期续约条件而关闭外，噢姆其他关闭门店均系发行人收购完成后，噢姆逐步关闭收购前开设的直营店，根据产品定位对门店所在区域、商场、楼层、柜位等均进行了调整。

#### II. 门店关店后与店铺出租人的结算情况

上述关闭门店均为商场联营店，不存在店铺租赁问题。关店前，公司与商场协商一致后，即可撤走商品，腾出场地，结清货款及其他杂费并收回押金（如有）。

### III. 门店关店租约违约赔偿情况

噢姆关闭的直营店不存在租约违约赔偿情况。

⑦报告期内主要直营店的简要经营情况、销售收入、利润情况、人均消费、

## 租金情况及装修费的会计处理

A. 报告期内玛丝菲尔主要直营店的简要经营情况、销售收入、利润情况、租金情况

为便于分析，主要门店选取标准为报告期 2013-2016 年 1-6 月销售收入累计在 3,500 万元以上的门店。

## a. 报告期内玛丝菲尔主要直营店的简要经营情况

序号	城市	店柜名称	经营品牌	详细地址	开业时间	营业面积(m <sup>2</sup> )	首次装修费(万元)
1	重庆	西部奥特莱斯	T	重庆经济技术开发区机场高速金渝立交处奥特莱斯 2 楼	2009/1/20	180	63.00
2	郑州	丹尼斯百货(人民店)	M	人民路 2 号丹尼斯百货 4 楼	2006/8/27	240	67.20
3	长沙	友谊商店	M+ZCY	五一大道 368 号 B 座友谊商店 3 楼	2009/5/23	238	83.30
4	网络销售	天猫旗舰店(M)	M 正+T	http://marisfrolg.tmall.com	2012/7/4	不适用	不适用
5	网络销售	唯品会(非独立店)	M 及 SU 的 T	http://www.vip.com	2012/12/1	不适用	不适用
6	网络销售	天猫旗舰店(SU)	SU 正+T	http://masfersu.tmall.com	2013/3/27	不适用	不适用
7	天津	佛罗伦萨小镇	T	武清区前进道北侧佛罗伦萨小镇 ON 区	2011/12/17	424	126.00
8	深圳	旗舰店	全部品牌	福田区车公庙工业区天祥大厦 CD 座 2 楼	1999/3/1	1,472	841.40
9	深圳	万象城	M+ZCY	罗湖区深南中路与宝安南路交汇处华润万象城 3 楼	2004/12/10	135	47.25
10	上海	港汇恒隆广场	M+ZCY	徐汇区虹桥路 1 号港汇恒隆广场 3 楼	2012/9/30	173	57.25
11	广州	旗舰店	除 Krizia 外全部品牌	黄埔大道西 100 号富力盈泰广场 A 座 4 楼 403-407	2010/2/8	979	628.91
12	广州	海印缤缤广场	AUM(代销)	越秀区起义路 1 号海印缤缤广场 112 号商铺	1998/8/1	184	68.6
13	成都	王府井百货	M+ZCY	锦江区总府路 15 号王府井百货 3 楼	2003/4/11	103	27.44
14	成都	时代奥特莱斯	T	双流县双楠大道 263 号时代奥特莱斯商场 1 楼	2010/1/19	316	87.50
15	成都	仁和春天百货(人东店)	M	锦江区人民东路仁和春天百货 2 楼	2006/11/15	103	36.05
16	北京	燕莎奥莱店 C 座	T	朝阳区东四环南路 9 号燕莎奥特莱斯 C 座 2 楼	2003/12/1	203	71.05
17	北京	东方新天地	M+ZCY+男装	东城区东长安街 1 号首层	2014/12/11	511	103.07
18	北京	当代商城	M+ZCY	海淀区海淀路 130 号当代	2004/2/28	266	36.40

序号	城市	店柜名称	经营品牌	详细地址	开业时间	营业面积 (m <sup>2</sup> )	首次装修费 (万元)
				商城 2 楼			
19	澳门	大运河购物中心	M+ZCY	澳门氹仔路金光大道望德圣母湾大马路威尼斯人酒店大运河购物中心 3 楼 2619 铺	2008/9/25	229	79.39

## b. 报告期内玛丝菲尔主要直营店的销售收入情况

报告期内，玛丝菲尔主要门店的销售收入情况如下表所示：

单位：万元

序号	城市	店柜名称	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
1	重庆	西部奥特莱斯	426.38	1,127.57	1,098.23	878.02
2	郑州	丹尼斯百货（人民店）	608.3	1,885.76	1,168.59	1,324.22
3	长沙	友谊商店	545.04	1,280.66	1,205.11	1,044.01
4	网络销售	天猫旗舰店（M）	2,457.77	5,541.33	5,348.04	3,642.34
5	网络销售	唯品会	1,557.98	2,635.33	632.54	511.49
6	网络销售	天猫旗舰店（SU）	751.75	1,549.19	1,031.10	378.83
7	天津	佛罗伦萨小镇	549.58	1,224.16	1,191.82	915.46
8	深圳	旗舰店	2,112.07	5,726.19	5,097.55	4,737.55
9	深圳	万象城	498.78	1,205.18	1,072.53	962.31
10	上海	港汇恒隆广场	357.4	1,055.63	1,147.94	1,069.39
11	广州	旗舰店	660.09	1,899.91	1,603.41	1,223.49
12	广州	海印缤缤广场	1,060.38	1,369.46	623.31	2,118.59
13	成都	王府井百货	524.24	1,323.17	1,335.41	1,290.47
14	成都	时代奥特莱斯	572.75	1,315.24	1,174.65	984.4
15	成都	仁和春天百货（人东店）	356.11	1,225.58	1,300.08	1,055.59
16	北京	燕莎奥莱店 C 座	579.51	1,484.46	1,959.72	1,771.53
17	北京	东方新天地	726.47	2,095.25	842.51	1,022.61
18	北京	当代商城	408.17	1,002.24	1,493.48	1,266.74
19	澳门	大运河购物中心	1,086.36	2,530.62	2,269.10	1,477.61
		<b>平均</b>	<b>833.64</b>	<b>1,972.47</b>	<b>1,662.90</b>	<b>1,456.56</b>

注：东方新天地 2014 年门店装修，因此当年销售收入受影响。

## c. 报告期内玛丝菲尔主要直营店的利润情况

报告期各期，玛丝菲尔主要门店的利润情况如下表所示：

单位：万元

序号	城市	店柜名称	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
1	重庆	西部奥特莱斯	174.92	331.19	340.7	296.39
2	郑州	丹尼斯百货（人民店）	219.65	809.44	523.16	631.98
3	长沙	友谊商店	190.3	510.42	497.84	489.42
4	网络销售	天猫旗舰店（M）	1,204.31	2,733.89	2,562.00	1,615.54
5	网络销售	唯品会	763.41	1,272.18	275.95	225
6	网络销售	天猫旗舰店（SU）	368.36	773.09	581.19	168.13
7	天津	佛罗伦萨小镇	236.47	418.72	342.91	283.71
8	深圳	旗舰店	738.6	2,280.13	2,283.48	2,301.10

序号	城市	店柜名称	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
9	深圳	万象城	169.95	612.9	489.84	434.01
10	上海	港汇恒隆广场	10.91	443.71	523.73	517.84
11	广州	旗舰店	333.47	1,331.07	934.54	718.12
12	广州	海印缤缤广场	342.02	798.43	101.02	1,332.27
13	成都	王府井百货	191.83	539.79	543.07	610.16
14	成都	时代奥特莱斯	255.64	461.5	370.88	317.49
15	成都	仁和春天百货（人东店）	116.09	507.01	561.67	530.08
16	北京	燕莎奥莱店 C 座	238.97	468.99	562.35	568.38
17	北京	东方新天地	-411.75	71.27	-10.31	436.15
18	北京	当代商城	139.34	403.22	673.92	603.21
19	澳门	大运河购物中心	338.96	957.68	1,135.69	613.49
平均			<b>306.96</b>	<b>829.23</b>	<b>759.61</b>	<b>668.02</b>

注：东方新天地 2014 年门店装修，但门店租金照常支付，因此当年业绩受影响

#### d. 报告期内玛丝菲尔主要直营店的人均消费情况

经过多年积累，发行人已经拥有形成相对稳定的消费群。报告期各期末，公司活跃的（即有实际消费记录的）VIP 客户总数分别为 20.67 万人、19.28 万人、18.6 万人和 11.36 万人。受国内经济下行，消费疲软等因素影响，报告期活跃 VIP 客户数量有所下降，但该等客户人均消费呈现逐年上升态势，属于公司忠实的优质客户。

玛丝菲尔本部各主要直营门店中活跃的 VIP 人均消费情况如下：

单位：元/人

序号	城市	店柜名称	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
1	重庆	西部奥特莱斯	6,937.43	11,798.41	12,217.14	9,332.77
2	郑州	丹尼斯百货（人民店）	9,992.77	13,169.06	11,975.60	10,116.45
3	长沙	友谊商店	9,073.73	11,524.26	11,880.87	9,457.75
4	天津	佛罗伦萨小镇	3,889.69	5,048.42	4,083.61	3,473.44
5	深圳	旗舰店	41,555.48	85,964.85	63,477.21	65,928.70
6	深圳	万象城	12,793.16	12,925.14	10,576.15	9,109.74
7	上海	港汇恒隆广场	10,616.41	15,054.66	11,312.09	12,563.29
8	广州	旗舰店	62,491.67	137,896.19	104,720.55	88,838.45
9	成都	王府井百货	8,450.43	12,538.68	10,416.96	10,667.15
10	成都	时代奥特莱斯	3,731.97	5,279.24	5,309.05	4,694.98
11	成都	仁和春天百货（人东店）	8,015.24	12,838.34	12,829.99	10,667.52
12	北京	燕莎奥莱店 C 座	3,968.12	5,270.59	5,772.95	5,023.14
13	北京	东方新天地	10,447.18	12,595.14	6,562.47	6,460.11
14	北京	当代商城	10,466.17	11,880.81	12,091.99	9,979.69
15	澳门	大运河购物中心	12,294.90	17,446.76	12,723.82	8,744.62
16	广州	海印缤缤广场	-	-	-	-
17	网络销售	天猫旗舰店（M）	-	-	-	-
18	网络销售	唯品会	-	-	-	-
19	网络销售	天猫旗舰店（SU）	-	-	-	-

序号	城市	店柜名称	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
平均值			11,996.78	17,001.93	13,915.68	12,140.66

注 1：第 16-19 项中，海印缤缤广场店从事批发业务，网络销售门店主要进行过季商品销售，均未对 VIP 客户开展业务，因此未统计 VIP 人均消费，下同。

注 2：平均值=报告期主要门店活跃 Vip 客户总销量 / 报告期主要门店活跃 Vip 客户数量，下同。

#### e. 报告期内玛丝菲尔主要直营店的租金情况

在商场联营店中，商场根据门店销售情况提取扣点，因此不存在租赁行为和收取租金的情况。因此主要分析专卖店租金情况。

报告期各期，玛丝菲尔主要专卖店的租金情况如下表所示：

单位：万元

序号	城市	店柜名称	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
1	广州	海印缤缤广场	19	42.2	42.2	39.1
2	澳门	大运河购物中心（注 1）	206.52	565.6	323.9	247.2
3	北京	东方新天地（注 2）	838.09	1,418.8	561.8	299.6
4	上海	港汇恒隆广场	221	346.1	303.1	278.0
5	深圳	万象城	159.07	310.6	273.0	256.9
平均			288.74	541.26	300.80	224.16

注 1：大运河购物中心 2015 年涨租，导致租金较 2014 年大幅提高。

注 2：东方新天地 2015 年门店面积增加近一倍，导致租金较 2014 年大幅提高。

#### B. 报告期内噢姆主要直营店的简要经营情况、销售收入、利润情况、租金情况

为便于分析，主要门店选取标准为报告期 2013-2016 年 1-6 月销售收入在 250 万元以上的门店。

##### a. 报告期内噢姆主要直营店的简要经营情况

序号	城市	店柜名称	详细地址	开业时间	营业面积 (m <sup>2</sup> )	首次装修费 (万元)
1	三亚	夏日百货	大东海海韵路 1 号夏日百货 2 楼	2014/3/28	127	24.68
2	武汉	国际广场	解放大道 690 号武汉国际广场 4 楼	2014/4/1	128	48.77
3	徐州	金鹰国际购物中心	彭城广场北侧徐州金鹰国际购物中心 2 楼	2014/6/20	102	19.61
4	深圳	旗舰店	福田区天安数码城天祥大厦 CD 座 2 楼	2013/7/25	369	24.23
5	不适用	天猫旗舰店	http://aumfs.tmall.com	2014/8/6	不适用	-
6	南宁	梦之岛水晶城百货	青秀区金湖路 61 号梦之岛水晶城百货 2 楼	2014/11/7	92	28.58



序号	城市	店柜名称	详细地址	开业时间	营业面积 (m <sup>2</sup> )	首次装修费 (万元)
7	北京	百盛购物中心（复兴门店）	西城区复兴门内大街 101 号百盛购物中心南楼 4 楼	2013/12/20	172	53.75
8	哈尔滨	松雷国际商厦（南岗店）	南岗区东大直街 329 号松雷商业大厦 4 楼	2014/5/1	124	24.16
9	天津	金元宝滨海店	滨海新区黄海路商圈金元宝滨海店 2 楼	2013/11/16	110	29.43
10	郑州	丹尼斯百货（人民店）	人民路丹尼斯百货三楼	2015/7/1	77	15.42
11	重庆	龙湖北城天街	江北区观音桥步行街北城天街 2 楼	2015/1/14	145	29.65
12	东营	东营百货（中心店）	东营区西四路 641 号东营百货中心店 3 楼	2013/12/28	150	40.13
13	深圳	茂业百货（华强店）	福田区华强北路茂业集团 3 楼	2014/11/8	150	31.69
14	深圳	KKMALL	罗湖区蔡屋围金融中心京基百纳空间 KKmall3 楼	2013/11/27	106	28.36
15	南昌	百盛购物广场	中山路 177 号百盛购物广场 3 楼	2013/12/23	142	37.99
16	上海	梅龙镇广场	南京西路 1038 号梅龙镇广场 3 楼	2014/10/3	160	39.03
17	重庆	新世纪百货（万州商都）	万州区太白路 2 号新世纪百货万州商都 3 楼	2014/9/30	70	15.66
18	深圳	君尚百货	福田区福华三路星河国际君尚百货 2 楼	2014/11/20	83	33.25
19	南京	金鹰国际购物中心	白下区汉中路 89 号金鹰国际购物中心 A 座 3 楼	2014/5/13	70	13.75
20	重庆	新世纪百货世纪新都	江北区步行街 7 号世纪新都 2 楼	2015/5/16	110	21.22
21	乌鲁木齐	友好百盛购物中心	沙区友好南路 668 号友好百盛购物中心 2 楼	2014/9/1	145	20.94
22	长春	卓展时代广场	朝阳区重庆路 1225 号卓展时代广场 4 楼	2014/4/18	100	19.69
23	广州	王府井百货	越秀区农林下路 40 号王府井百货 3 楼	2014/8/28	92	22.67
24	南通	文峰大世界	南大街 3-21 号文峰大世界 2 楼	2014/12/11	130	25.86
25	重庆	远东百货（大都会店）	渝中区解放碑大都会 3 楼	2014/8/21	71	14.88
26	武汉	东湖万达	武昌区水果湖横路 3 号武汉东湖万达广场 2 楼	2013/9/28	237	63.40
27	厦门	信达免税商场	湖里区兴隆路 27 号信源大厦免税商场 3 楼	2014/3/21	65	20.29
28	江阴	华联商厦	人民中路 85 号华联商厦 3 楼	2014/4/12	110	23.33
29	昆明	顺城购物中心	东风西路 11 号顺城购物中心二楼 E2-12 号噢姆专卖店	2015/4/8	214	37.84
30	赤峰	众联广场	新城区玉龙大街众联广场 2 楼	2014/10/23	110	22.39

序号	城市	店柜名称	详细地址	开业时间	营业面积 (m <sup>2</sup> )	首次装修费 (万元)
31	福州	王府井百货	鼓楼区五四路 128 号王府井百货 2 楼	2014/5/8	196	34.55
32	北京	太古颐堤港	朝阳区酒仙桥路 18 号太古颐堤港 2 楼	2015/4/29	160	31.25
33	广州	海印又一城 (奥特莱斯店)	番禺 383 号海印奥特莱斯又一城 B 座 2 楼	2014/2/15	200	18.80
34	苏州	美罗商场	观前街 245 号美罗商场 3 楼	2014/9/5	70	29.75
35	大庆	新玛特休闲 广场	开发区纬二路 39 号新玛特购物休闲 广场 2 楼	2015/4/18	185	33.87
36	广州	旗舰店	黄埔大道 100 号富力盈泰广场 A 座 3 楼	2014/9/21	70	0.00 (注)
37	唐山	凤凰购物中 心	路北区北新西道 22 号凤凰购物广场 四层 AUM 专柜	2015/4/29	136	25.11
38	重庆	星光 68 广 场	江北星光 68 广场 3 楼	2014/10/24	109	28.20
39	北京	赛特购物中 心	朝阳区建国门外大街 22 号赛特购物 中心 3 楼	2014/11/1	51	11.41
40	珠海	免税商场	吉大景山路免税商场 3 楼	2015/1/29	141	25.17
41	南宁	梦之岛 (新 梦)	民族大道 49 号梦之岛百货 (新梦) 2 楼	2015/4/29	92	20.21
42	福州	东百百货	鼓楼区八一七北路 84-88 号东百百货 3 楼	2014/6/1	80	18.02
43	广州	友谊商店 (环东店)	越秀区环市东路 369 号友谊商店 3 楼	2014/11/22	77	19.89

注：广州旗舰店经营除 Krizia 以外的全部品牌，其中 Aum 品牌经营仅利用其中一个销售区域，因此未发生装修支出。

#### b. 报告期内噢姆主要直营店的销售收入情况

报告期各期，噢姆的主要门店的销售收入情况如下表所示：

单位：万元

序号	城市	店柜名称	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
1	三亚	夏日百货	396.46	504.18	158.28	-
2	武汉	武汉国际	181.10	450.74	207.21	-
3	徐州	金鹰	233.15	474.75	165.40	-
4	深圳	旗舰店	190.08	299.20	187.74	64.56
5	网络销售	天猫	225.01	405.09	29.35	-
6	南宁	水晶城梦之岛	195.71	415.86	47.79	-
7	北京	百盛复兴门店	108.00	283.69	202.85	-
8	哈尔滨	松雷商厦 (南岗店)	93.35	244.19	137.34	39.01
9	天津	金元宝滨海国际店	116.69	233.83	136.73	3.04
10	郑州	丹尼斯百货 (人民店)	233.33	242.94	-	-
11	重庆	龙湖北城天街	147.41	325.36	-	-

序号	城市	店柜名称	2016年 1-6月	2015年	2014年	2013年
12	东营	百货大楼	76.19	212.33	173.87	-
13	深圳	茂业百货（华强店）	172.38	262.22	-	-
14	深圳	KKMALL	68.34	203.06	156.74	-
15	南昌	百盛	61.67	216.00	146.70	-
16	上海	上海梅龙镇	135.83	270.94	-	-
17	重庆	万州商都	110.98	241.10	45.48	-
18	深圳	君尚百货	115.85	278.31	-	-
19	南京	南京金鹰	122.73	173.91	85.29	-
20	重庆	新世纪百货世纪新都	157.20	218.27	-	-
21	乌鲁木齐	友好百盛	102.49	206.30	65.56	-
22	长春	长春卓展	62.10	146.16	108.29	31.10
23	广州	王府井百货	90.21	213.68	41.85	-
24	南通	文峰大世界	98.28	238.96	-	-
25	重庆	远东百货大都会店	73.28	196.21	64.71	-
26	武汉	武汉东湖万达	63.17	102.44	86.93	26.97
27	厦门	信达免税商场	43.58	159.89	113.01	-
28	江阴	华联商厦	72.48	141.52	93.99	-
29	昆明	顺城购物中心	110.48	195.38	-	-
30	赤峰	众联广场	94.89	188.44	22.37	-
31	福州	王府井百货	67.72	162.33	74.61	-
32	北京	太古颐堤港	128.25	163.83	-	-
33	广州	海印又一城奥特莱斯店	68.40	131.14	87.92	-
34	苏州	美罗商场	62.98	167.52	53.16	-
35	大庆	新玛特购物休闲广场	103.12	178.94	-	-
36	广州	旗舰店	74.87	148.78	51.02	-
37	唐山	凤凰购物广场	87.90	183.80	-	-
38	重庆	星光 68 广场	62.20	207.53	-	-
39	北京	赛特购物中心	93.79	160.68	11.27	-
40	珠海	免税商场	80.82	180.95	-	-
41	南宁	梦之岛新梦	110.56	147.15	-	-
42	福州	东百百货	44.51	134.95	77.16	-
43	广州	环市东友谊商店	82.68	166.15	4.85	-
平均			<b>116.75</b>	<b>229.74</b>	<b>97.28</b>	<b>32.94</b>

注：上表中噢姆大部分门店于 2013 年收购完成后开业，因此 2013 年无数据。下同

### c. 报告期内噢姆主要直营店的利润情况

报告期各期，噢姆的主要门店的利润情况如下表所示：

单位：万元

序号	城市	店柜名称	2016年 1-6月	2015年	2014年	2013年
1	三亚	夏日百货	188.04	211.62	19.92	-
2	武汉	武汉国际	79.04	184.32	19.72	-
3	徐州	金鹰	101.17	194.96	29.35	-
4	深圳	旗舰店	72.11	102.64	31.40	14.41
5	网络销售	天猫	132.96	72.90	16.00	-

序号	城市	店柜名称	2016年 1-6月	2015年	2014年	2013年
6	南宁	水晶城梦之岛	87.30	176.27	12.31	-
7	北京	百盛复兴门店	46.73	113.52	15.77	-
8	哈尔滨	松雷商厦（南岗店）	40.27	98.70	19.20	25.15
9	天津	金元宝滨海国际店	52.44	97.34	23.51	2.13
10	郑州	丹尼斯百货（人民店）	98.97	99.51	-	-
11	重庆	龙湖北城天街	67.66	90.54	-	-
12	东营	百货大楼	34.23	90.26	29.64	-
13	深圳	茂业百货（华强店）	79.57	111.42	-	-
14	深圳	KKMALL	31.72	68.78	10.80	-
15	南昌	百盛	27.04	90.03	23.86	-
16	上海	上海梅龙镇	61.03	0.73	-	-
17	重庆	万州商都	49.74	98.92	10.66	-
18	深圳	君尚百货	51.83	116.43	-	-
19	南京	南京金鹰	50.80	63.01	10.02	-
20	重庆	新世纪百货世纪新都	69.85	91.39	-	-
21	乌鲁木齐	友好百盛	45.47	84.36	14.20	-
22	长春	长春卓展	25.85	58.26	16.14	8.41
23	广州	王府井百货	39.32	87.15	8.61	-
24	南通	文峰大世界	43.16	101.60	-	-
25	重庆	远东百货大都会店	30.77	78.48	12.93	-
26	武汉	武汉东湖万达	33.03	53.40	33.12	10.35
27	厦门	信达免税商场	18.32	65.50	18.22	-
28	江阴	华联商厦	30.86	57.42	15.78	-
29	昆明	顺城购物中心	50.44	26.28	-	-
30	赤峰	众联广场	43.12	82.61	5.56	-
31	福州	王府井百货	30.49	67.59	10.96	-
32	北京	太古颐堤港	58.78	7.14	-	-
33	广州	海印又一城奥特莱斯店	37.39	37.28	22.37	-
34	苏州	美罗商场	26.02	67.12	11.86	-
35	大庆	新玛特购物休闲广场	44.69	72.30	-	-
36	广州	旗舰店	27.64	52.45	11.66	-
37	唐山	凤凰购物广场	38.50	80.30	-	-
38	重庆	星光68广场	25.23	82.37	-	-
39	北京	赛特购物中心	38.70	62.57	2.90	-
40	珠海	免税商场	35.72	76.64	-	-
41	南宁	梦之岛新梦	48.25	61.73	-	-
42	福州	东百百货	20.34	55.52	12.25	-
43	广州	环市东友谊商店	36.84	63.37	1.27	-
平均			<b>52.36</b>	<b>84.99</b>	<b>16.21</b>	<b>12.09</b>

d. 报告期内噢姆主要直营店的人均消费情况

噢姆各主要直营店的VIP人均消费情况如下：

单位：元/人

序号	城市	店柜名称	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
1	三亚	夏日百货	6,926.98	6,110.98	5,260.16	-

序号	城市	店柜名称	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
2	武汉	武汉国际	5,211.75	5,676.56	5,065.19	-
3	徐州	金鹰	6,470.81	8,597.07	5,441.84	-
4	深圳	旗舰店	8,839.93	9,697.38	8,148.07	-
5	南宁	水晶城梦之岛	6,901.28	6,357.53	5,449.19	-
6	北京	百盛复兴门店	5,102.50	5,524.45	4,114.55	-
7	哈尔滨	松雷商厦（南岗店）	5,845.62	6,467.57	4,566.94	-
8	天津	金元宝滨海国际店	5,395.12	5,268.88	5,303.82	-
9	郑州	丹尼斯百货（人民店）	6,445.11	6,726.38	-	-
10	重庆	龙湖北城天街	5,055.84	5,572.46	-	-
11	东营	百货大楼	7,029.61	6,167.90	5,375.08	-
12	深圳	茂业百货（华强店）	6,106.77	5,235.52	5,117.23	-
13	深圳	KKMALL	8,258.60	7,214.63	5,208.48	-
14	南昌	百盛	5,415.39	6,144.56	5,365.23	-
15	上海	上海梅龙镇	12,407.52	9,868.37	-	-
16	重庆	万州商都	4,902.21	5,612.73	4,932.13	-
17	深圳	君尚百货	5,537.07	5,989.42	5,800.16	-
18	南京	南京金鹰	5,579.52	5,394.88	3,611.90	-
19	重庆	新世纪百货世纪新都	4,575.14	6,252.97	-	-
20	乌鲁木齐	友好百盛	4,176.79	6,532.07	5,122.78	-
21	长春	长春卓展	4,528.20	5,032.28	4,108.16	-
22	广州	王府井百货	8,279.63	7,759.92	5,437.39	-
23	南通	文峰大世界	7,125.31	7,534.78	4,674.95	-
24	重庆	远东百货大都会店	5,434.91	7,992.37	7,169.13	-
25	武汉	武汉东湖万达	4,480.80	4,294.00	4,054.72	-
26	厦门	信达免税商场	6,281.17	6,712.40	6,792.44	-
27	江阴	华联商厦	5,683.18	6,122.37	4,089.46	-
28	昆明	顺城购物中心	5,721.09	5,858.53	-	-
29	赤峰	众联广场	6,683.51	7,740.82	5,754.74	-
30	福州	王府井百货	5,076.68	6,738.44	5,481.41	-
31	北京	太古颐堤港	6,015.50	5,209.53	-	-
32	广州	海印又一城奥特莱斯店	4,035.82	4,278.34	2,732.43	-
33	苏州	美罗商场	6,435.26	5,415.01	3,429.57	-
34	大庆	新玛特购物休闲广场	6,495.52	5,479.51	-	-
35	广州	旗舰店	14,110.18	17,786.90	8,459.76	-
36	唐山	凤凰购物广场	5,148.39	6,466.92	-	-
37	重庆	星光 68 广场	5,983.05	9,938.53	9,964.28	-
38	北京	赛特购物中心	6,610.20	5,873.60	5,257.68	-
39	珠海	免税商场	6,977.80	7,997.54	-	-
40	南宁	梦之岛新梦	5,356.02	5,270.75	-	-
41	福州	东百百货	5,013.03	6,156.67	5,231.35	-
42	广州	环市东友谊商店	5,910.35	6,778.60	5,754.43	-
43	网销	天猫旗舰店	-	-	-	-
平均值			<b>6,038.24</b>	<b>6,425.39</b>	<b>5,112.04</b>	-

注：2013年AUM品牌尚未完成收购，因此未统计人均消费数据；目前，AUM品牌已进入成长期，2016年上半年同比增长较快，VIP人均消费水平也增加较快。

e. 报告期内噢姆主要直营店的租金情况

在商场联营店中，商场根据门店销售情况提取扣点，因此不存在租赁行为和收取租金的情况。因此主要分析专卖店租金情况。

报告期各期，噢姆的主要专卖店的租金情况如下表所示：

单位：万元

序号	城市	店柜名称	2016年1-6月	2015年	2014年
1	上海	上海梅龙镇	106.17	181.51	注
2	北京	太古颐堤港	67.8	87.90	尚未开业
3	武汉	武汉东湖万达	32.83	17.33	注
4	深圳	KKMALL	29.37	52.09	48.97
5	珠海	华发商都购物中心	25.5	34	尚未开业
6	重庆	龙湖北城天街	73.36	129.3	尚未开业
7	昆明	顺城购物中心	68.18	111.00	尚未开业
8	澳门	金沙城中心	125.44	尚未开业	尚未开业
平均			66.08	87.59	

注：当年该门店的经营模式为商场联营，无需缴纳租金。

C. 结合门店租期补充披露门店装修费的会计处理、结合租期说明装修支出中的大件设备在关店后如何进行会计处理，并对纳入固定资产核算的装修支出的摊销年限的确定依据进行补充披露

公司新开门店以及在门店后续经营过程中，需要根据品牌定位和门店形象设计需要，对门店进行装修和翻新。门店装修支出的多少，取决于所经营门店面积大小、品牌定位高低、所在商场设施齐备程度以及当季门店形象设计需要。装修所需支出具体主要分为两部分，一部分是店面装修费，另一部分是门店装修所需的大件设施和设备。

a. 门店装修费

公司的门店装修费主要包括低值易耗品及门店装修装饰施工费，其中低值易耗品主要为装修材料、灯具、货柜、模特、家具、地板及货架等，对于门店装修费中的低值易耗品和施工费，发行人均实行一次性摊销政策，与租期无关，主要原因如下：

高端女装行业属于时尚产业，其店铺装修风格受到当下流行趋势的影响，需要与当季所设计服装配套以体现整体风格，并不断推陈出新以改善客户体验；同时，可能根据同商场其他品牌店铺装修风格变化而进行装修风格的升级。此外，公司会不定期对店铺进行重新装修；对销售业绩较好的店铺实施扩容、翻新；商

场或公司有时也会根据门店销售情况调整门店所在位置，相应需要对调整后门店进行装修。因此，公司的店铺装修耐用时间并不确定，不能根据合同上的租期来分期摊销。

《企业会计准则》对长期待摊费用的规定是指企业已经支出，但摊销期限在1年以上的各项费用。虽然部分门店装修支出使用年限在1年以上，发行人基于谨慎性原则，在发生时按照权责发生制的原则一次性计入当期损益。

b. 对于门店装修所需要的大件设备

公司门店装修所需要的大件设备主要包括收银设备、防盗设备、落地式空调、一体展示机等，发行人均通过固定资产进行核算。该等大件设备，发行人在门店关店后转用于其他门店，并遵循对固定资产的统一政策，按照不同类别按月计提折旧。

具体不同类别的该些大件设备分类的折旧政策如下：

固定资产小类	固定资产类别	残值率	预计使用年限
收银设备	电子设备	0%	3年
防盗设备	电子设备	0%	3年
落地式空调	办公设备	2%	5年
一体展示机	电子设备	0%	3年

⑧主要门店的店面开办费和装修费情况

A. 报告期玛丝菲尔主要门店的开办费和装修费情况

报告期内，玛丝菲尔主要门店的开办费和首次装修费情况如下表所示：

单位：万元

序号	城市	店柜名称	开办费 (包含铺货成本)	开办费 (扣除铺货成本)	首次装修费
1	深圳	旗舰店	1,255.85	854.00	841.4
2	网络销售	天猫旗舰店(M)	-	-	-
3	澳门	大运河购物中心	168.06	105.59	79.39
4	北京	燕莎奥莱店C座	141.87	86.45	71.05
5	广州	旗舰店	929.06	642.90	628.91
6	不适用	唯品会(非独立店)	778.99	-	-
7	广州	海印缤缤广场(租)	99.36	76.56	68.6
8	郑州	丹尼斯百货人民店	140.42	74.90	67.2
9	北京	东方新天地店	290.80	254.92	103.07
10	成都	王府井百货	59.79	33.04	27.44
11	北京	当代商城	80.99	45.50	36.4
12	长沙	友谊商店	155.27	90.30	83.3
13	成都	时代奥特莱斯	164.85	96.60	87.5
14	成都	仁和春天百货人东店	70.47	42.35	36.05

序号	城市	店柜名称	开办费 (包含铺货成本)	开办费 (扣除铺货成本)	首次装修费
15	天津	佛罗伦萨小镇	236.18	137.90	126
16	深圳	万象城	107.26	70.40	47.25
17	网络销售	天猫旗舰店（SU）	-	-	-
18	上海	港汇恒隆广场	124.89	102.48	57.25
19	重庆	西部奥特莱斯	119.14	70.00	63
		平均（注）	<b>289.60</b>	<b>173.99</b>	<b>151.49</b>

注 1：发行人门店的开办费与企业开办费性质不完全一致，需结合门店筹建期间主要费用开支特点进行统计。结合发行人的实际情况来看，主要包括直营门店的首次装修费、开办期间人员薪酬、商场租金等。同时，管理上，发行人在统计开办费时增加了门店的铺货成本，以更好的反映开设一家门店需要垫付的资金，下同。

注 2：上述平均值已经扣除了网络门店对应的零值的影响，下同。

报告期内，玛丝菲尔主要门店的开办费（包含铺货成本）平均为 289.60 万元，主要门店的开办费（扣除铺货成本）平均为 173.99 万元。除深圳旗舰店、广州旗舰店属于自有物业，经营公司品牌种类较全且场所面积较大，相应筹建期间费用较高，以及北京东方新天地经营面积较大导致租金、装修费等开办费超出正常水平外，其余主要门店的开办费（扣除铺货成本）均波动不大。剔除实体旗舰店和北京东方新天地影响后，玛丝菲尔主要门店的开办费（扣除铺货成本）平均为 79.39 万元。

报告期内，玛丝菲尔主要门店的首次装修费平均为 151.49 万元。

#### B. 报告期玛丝菲尔噢姆主要门店的开办费和装修费情况

报告期内，玛丝菲尔噢姆主要门店的的开办费和首次装修费情况如下表所示：

单位：万元

城市	店柜名称	开办费 (包含铺货成本)	开办费 (扣除铺货成本)	首次装修费
三亚	夏日百货	41.14	27.18	24.68
武汉	国际广场	68.37	51.77	48.77
徐州	金鹰国际购物中心	34.25	22.61	19.61
深圳	旗舰店	39.23	24.23	24.23
网络销售	天猫旗舰店	-	-	-
南宁	梦之岛水晶城百货	62.20	32.08	28.58
北京	百盛购物中心（复兴门店）	96.57	57.25	53.75
哈尔滨	松雷国际商厦（南岗店）	44.02	27.16	24.16
天津	金元宝滨海店	67.93	32.43	29.43
郑州	丹尼斯百货（人民店）	37.83	18.42	15.42



城市	店柜名称	开办费 (包含铺货成本)	开办费 (扣除铺货成本)	首次装修 费
重庆	龙湖北城天街	60.92	44.25	29.65
东营	东营百货（中心店）	71.96	43.13	40.13
深圳	茂业百货（华强店）	59.80	34.69	31.69
深圳	KKMALL	67.47	35.81	28.36
南昌	百盛购物广场	65.17	40.99	37.99
上海	梅龙镇广场	91.81	52.83	39.03
重庆	新世纪百货（万州商都）	44.71	18.66	15.66
深圳	君尚百货	59.98	36.25	33.25
南京	金鹰国际购物中心	28.14	16.75	13.75
重庆	新世纪百货世纪新都	35.66	24.22	21.22
乌鲁木齐	友好百盛购物中心	49.08	23.94	20.94
长春	卓展时代广场	34.22	22.69	19.69
广州	王府井百货	39.70	25.67	22.67
南通	文峰大世界	45.79	28.86	25.86
重庆	远东百货（大都会店）	33.17	17.88	14.88
武汉	东湖万达	90.79	66.40	63.40
厦门	信达免税商场	36.41	23.29	20.29
江阴	华联商厦	38.30	26.33	23.33
昆明	顺城购物中心	71.26	52.18	37.84
赤峰	众联广场	55.20	25.39	22.39
福州	王府井百货	50.57	37.55	34.55
北京	太古颐堤港	58.77	44.65	31.25
广州	海印又一城（奥特莱斯店）	51.67	21.80	18.80
苏州	美罗商场	54.62	32.75	29.75
大庆	新玛特休闲广场	51.30	36.87	33.87
广州	旗舰店	14.59	-	-
唐山	凤凰购物中心	41.60	28.11	25.11
重庆	星光 68 广场	48.44	31.20	28.20
北京	赛特购物中心	33.92	14.41	11.41
珠海	免税商场	45.72	28.17	25.17
南宁	梦之岛（新梦）	35.16	23.21	20.21
福州	东百百货	32.22	21.02	18.02
广州	友谊商店（环东店）	42.75	22.89	19.89
	<b>平均</b>	<b>50.77</b>	<b>31.61</b>	<b>27.48</b>

报告期内，玛丝菲尔噢姆主要门店的开办费（包含铺货成本）为平均 50.77 万元，主要门店的开办费（扣除铺货成本）平均为 31.61 万元，主要门店的首次装修费为 27.48 万元。

### ⑨主要直营店的店面租赁情况

#### 1、玛丝菲尔

玛丝菲尔本部现有 19 家主要直营店中，存在租赁情况共计 5 家，全部为专卖店，具体信息如下：

序号	城市	店柜名称	租赁期间	续租权利
1	广州	海印缤缤广场	2013/9/1-2016/12/31	到期后协商
2	澳门	大运河购物中心	2014/9/1- 2017/8/31	到期后协商
3	北京	东方新天地	2014/10/1-2017/9/30	到期后协商
4	上海	港汇恒隆广场	2015/8/25-2018/8/24	到期后协商
5	深圳	万象城	2016/3/1-2017/2/28	到期后协商

注：广州海印缤缤广场出租人无法提供房产证；其余门店均为在大型商场开设的专卖店，门店没有独立产权证书，商场也未提供商场整体产权证书。

## 2、噢姆

发行人子公司噢姆现有 43 家主要直营店中，存在租赁情况的合计 8 家，全部为专卖店，具体信息如下：

序号	城市	店柜名称	租赁期间	续租权利
1	上海	上海梅龙镇	2014/9/1-2017/8/31	到期后协商
2	北京	太古颐堤港	2015/5/1-2018/5/31	到期后协商
3	武汉	武汉东湖万达	2015/9/26-2018/9/25	到期后协商
4	深圳	KKMALL	自交付日起 36 个月，交付日为 2015 年 3 月 18 日	到期后协商
5	珠海	华发商都购物中心	2015/5/1-2018/5/31	到期后协商
6	重庆	龙湖北城天街	2014/12/15-2016/12/31	到期后协商
7	昆明	顺城购物中心	2015/03/20-2017/03/19	到期后协商
8	澳门	金沙城中心	2015/10/1-2018/9/30	到期后协商

注：上述门店均为在大型商场开设的专卖店，门店没有独立产权证书，商场也未提供商场整体产权证书。

## （2）加盟模式

公司及子公司在直营模式尚未覆盖的部分城市引入加盟商，授权其开展加盟销售业务，作为对直营模式的补充，因此，公司及子公司加盟店主要开设在经济较不发达的地级市和县级市。截至 2016 年 6 月 30 日，公司与各加盟商分别签订了《特许经营合同》。报告期各期末，公司加盟店数量合计为 204 家、232 家、219 家和 201 家。

### ① 加盟店的基本情况

截至 2016 年 6 月 30 日，公司及子公司加盟店的城市类别分布情况如下：

城市类别	本部数量（家）	噢姆数量（家）	合计	比例
地级市	139	24	163	81.09%
县级市	32	-	32	15.92%
省会城市及直辖市	6	-	6	2.99%
合计	177	24	201	100%

### ② 报告期内加盟店数量及变动原因

#### A. 加盟店数量及变动情况

各报告期期末，发行人及其子公司旗下的加盟店数量信息如下：

公司	2016年6月末	2015年末	2014年末	2013年末
玛丝菲尔	177	190	213	189
噢姆	24	29	19	15
合计	201	219	232	204

上述主体在报告期内的门店增减变动情况如下：

玛丝菲尔：

年份	年初数量	关店数量	开店数量	年末数量
2016年1-6月	190	15	2	177
2015	213	44	21	190
2014	189	14	38	213
2013	207	38	20	189

噢姆：

年份	年初数量	关店数量	开店数量	年末数量
2016年1-6月	29	5	-	24
2015	19	3	13	29
2014	15	7	11	19
2013	15	3	3	15

#### B. 加盟店数量变动原因

发行人的加盟模式自2013年末开始发展较快，新开门店较多，2014年为加盟店增长高峰期。2014年末开始，发行人主动调减加盟模式占比，优胜劣汰。2016年起，发行人基本停止发展新加盟商，以调整优化为主。

2015年下半年以来，部分加盟商因市场因素出现不同程度的经营困难。发行人为了实现与优质加盟商长远发展，维护市场秩序，取消了对加盟商最低提货标准的要求，共同渡过市场低谷。2016年上半年，直营店收入同比下降9.95%，加盟店收入同比下降23.28%。

自2013年收购完成后，噢姆逐步用发行人自有销售渠道取代原销售渠道；目前噢姆不主动扩充加盟商，基本保持现有门店数量。

#### ③加盟模式的管理

##### A. 加盟模式概述

加盟模式丰富了公司的销售渠道，有利于公司突破阶段性的管理、资金的局限，是行业较为普遍的运营模式。为保证加盟模式下经营的规范性和可控性，公司制定了严格的管理制度，包括加盟商资格认定、合同管理、加盟店面开设、订货、货款结算、仓储物流、退换货、店面管理、人员培训及激励制度等几个方面，具体情况如下：

公司要求加盟商具备品牌意识、品牌经营的理念；在加盟前需具备两年以上高档服装品牌的经营经历，对拟加盟区域当地的服装市场、顾客群体及其消费习惯有较深刻的理解；具备良好的商业信誉、社会关系和商业关系；具备足够的经济实力；加盟商应认同公司的经营管理理念，并能接受并执行严格的规范化管理。公司综合各类信息后，就加盟商资质、加盟店经营计划、店铺投资、加盟店盈利预测四个方面作出综合判断评估后，准予加盟并签订年度《特许经营合同》。

发行人及其子公司对加盟商每新增一个加盟城市，按 Marisfrog 品牌 10 万元、SU 品牌 3 万元、AUM 品牌 2 万元的标准一次性收取加盟费。各品牌在报告期内新增加盟商、加盟城市相对较少。Marisfrog 品牌在 2015 年之后，SU 品牌在 2016 年后，分别暂停了新增加盟经营城市；AUM 品牌是发行人 2014 年收购的新品牌，其在 2013 年收取的加盟费不予计入。发行人不存在向加盟商收取管理费的情形。

报告期内发行人各品牌收取的加盟费合计情况如下：

单位：万元

品牌	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
Marisfrog	-	-	20.00	30.00
SU	-	12.00	48.00	15.00
AUM	2.00（注）	16.00	4.00	-
合计	2.00	28.00	72.00	45.00

注：噢姆 2016 年 1-6 月实际未新增加盟城市，在本报告期内收取 AUM 品牌加盟费 2 万元系 2015 年底新增加盟城市的加盟费在 2016 年年初收取。

#### B. 前五大加盟商简要信息

报告期内，公司的前五大加盟商（合并口径）情况如下：

单位：万元

2013 年度			
序号	加盟商	金额	比例
1	张家港利东贸易发展有限公司	2,541.11	7.12%
2	常德市迪瑞贸易有限公司	1,617.99	4.53%
3	内蒙古精雕贸易有限公司	1,277.84	3.58%
4	襄阳怡博服饰有限公司	1,180.32	3.31%
5	潍坊博越贸易有限公司	1,126.24	3.15%
前五大小计		7,743.50	21.69%
2013 年加盟收入合计		35,712.49	100.00%
2014 年度			
序号	加盟商	金额	比例
1	张家港利东贸易发展有限公司	2,306.95	5.37%
2	常德市迪瑞贸易有限公司	1,972.46	4.59%

3	襄阳怡博服饰有限公司	1,522.29	3.54%
4	内蒙古精雕贸易有限公司	1,263.30	2.94%
5	贵州省安顺市六合时尚服饰有限公司	1,228.19	2.86%
前五大小计		<b>8,293.19</b>	<b>19.29%</b>
2014年加盟收入合计		<b>42,998.08</b>	<b>100.00%</b>
<b>2015年度</b>			
序号	加盟商	金额	比例
1	张家港利东贸易发展有限公司	2,529.24	5.75%
2	常德市迪瑞贸易有限公司	2,036.48	4.63%
3	内蒙古精雕贸易有限公司	1,596.01	3.63%
4	襄阳怡博服饰有限公司	1,528.94	3.48%
5	贵州省安顺市六合时尚服饰有限公司	1,314.50	2.99%
前五大小计		<b>9,005.18</b>	<b>23.88%</b>
2015年加盟收入合计		<b>37,708.39</b>	<b>100.00%</b>
<b>2016年1-6月</b>			
序号	加盟商	金额	比例
1	张家港利东贸易发展有限公司	676.26	5.86%
2	常德市迪瑞贸易有限公司	622.28	5.39%
3	襄阳怡博服饰有限公司	455.45	3.95%
4	内蒙古精雕贸易有限公司	400.66	3.47%
5	安徽上东商贸有限公司	391.97	3.40%
前五大小计		<b>2,546.62</b>	<b>22.08%</b>
2016年1-6月加盟收入合计		<b>11,535.30</b>	<b>100.00%</b>

报告期内发行人主要加盟商较为稳定，不存在单一加盟商的销售金额超过加盟销售总收入 50%的情形。公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其关联方和持有公司 5%以上股份的股东在上述加盟商中均未占有任何权益。

### C. 现有主要加盟店的基本信息

截至 2016 年 6 月 30 日，发行人主要加盟店的基本信息如下所示。

#### a. 玛丝菲尔前五大加盟商所开加盟店基本信息

序号	加盟商及实际控制人	店柜名称	开业时间	城市	详细地址	营业面积 (m <sup>2</sup> )
1	张家港利东贸易发展有限公司 (缪建东)	常熟华地百货 M	2008/7/25	常熟	常熟市方塔街 9 号华地百货 2 楼	112
		丹阳华地百货 M	2011/11/18	丹阳	丹阳市新民中路 2 号华地百货 2 楼	150
		溧阳华地百货 M	2011/12/18	溧阳	溧阳市燕山路 1 号华地百货 2 楼	163
		宜兴华地百货 M	2003/8/10	宜兴	宜兴市人民中路 227 号华地百货 3 楼	95
		张家港第一人民商场 M	2003/8/1	张家港	张家港市步行街第一人民商场 2 楼	90
		张家港凯丽百货 M	2005/12/20	张家港	张家港市步行街凯丽百货 2 楼	102
		张家港曼巴特 M	2014/10/21	张家港	张家港市南门路曼巴特购物广场 2 楼	162
		常熟华地百货 SU	2013/6/28	常熟	常熟市方塔东街 9 号楼华地百货 2 楼	94
		宜兴华地百货 SU	2012/8/10	宜兴	宜兴市华地百货 2 楼	78
		张家港凯丽百货 SU	2010/7/31	张家港	张家港市步行街凯丽百货 2 楼	53
		宜兴八佰伴 M	2003/8/10	宜兴	宜兴市八佰伴 3 楼	150
		昆山商厦 M	2014/6/18	昆山	昆山市人民南路 146-148 号昆山南	152

序号	加盟商及实际控制人	店柜名称	开业时间	城市	详细地址	营业面积 (m <sup>2</sup> )
					路	
2	常德市迪瑞贸易有限公司 (刘传忠)	常德金色名店 M	2014/1/1	常德	常德市武陵区建设中路 1062 号金色名店 1 楼	185
		常德朗州路专卖店 M	2006/10/1	常德	常德市武陵区朗州路玛丝菲尔专卖店 (电信局对面)	180
		益阳桃花仑专卖店 M	2011/11/28	益阳	益阳市赫山区大桃路 281 号金色会所	168
		常德金色名店 SU	2014/1/1	常德	常德市武陵区建设中路 1062 号金色名店 2 楼	133
		常德柳城百货 SU	2007/9/12	常德	常德市武陵区金钻广场柳城百货 2 楼	116
		澧县金色名店 SU	2014/9/4	澧县	常德市澧县解放路与人民路交汇处丁公桥广场华联世纪百货	100
		益阳金色名店 SU	2013/9/10	益阳	益阳市赫山区大桃路 355 号	110
3	襄阳怡博服饰有限公司 (陈强)	荆门东方百货 M	2007/9/8	荆门	荆门市东方百货 5 楼	152
		荆州安良百货 M	2011/12/18	荆州	荆州市沙市区安良百货 3 楼	150
		随州购物中心 M	2007/11/29	随州	随州市购物中心 3 楼	119
		襄阳华洋堂商场 M	2004/9/1	襄阳	襄阳市华洋堂百货 2 楼	170
		襄阳武商广场 M	2007/9/28	襄阳	襄阳市长虹路武商百货 2 楼	155
		东方百货 SU	2014/8/4	荆门	荆门市东方百货 4 楼	102
		荆州安良百货 SU	2014/4/25	荆州	荆州市沙市区安良百货 3 楼	97
		武商购物广场 SU	2014/9/4	襄阳	襄阳市长虹路武商百货 2 楼	111
		襄阳华洋堂商场 SU	2011/9/17	襄阳	襄阳市华洋堂百货 2 楼	90
4	安徽上东商贸有限公司 (宋敏)	合肥百盛 SU	2015/1/1	合肥	合肥市淮河路百盛广场 3 楼	138
		合肥百盛购物中心 M	2008/10/1	合肥	合肥市淮河路百盛逍遥广场 2 楼	120
		合肥鼓楼商厦 M	2002/1/1	合肥	合肥市宿州路鼓楼商厦 2 楼	145
		合肥淮河路专卖店 M	2005/12/1	合肥	合肥市中房名城 1 楼	100
		合肥商之都 M	2005/4/24	合肥	合肥市宿州路商之都 3 楼	100
		合肥银泰百货 M	2012/1/8	合肥	合肥市长江路银泰商厦 3 楼	136
		合肥奥特莱斯 T	2016/8/21	合肥	合肥市肥西区奥特莱斯	336
5	成都三智一境贸易有限公司 (黄飞尔)	达州新世纪百货 M	2010/8/31	达州	达州市通川区通川中路 130 号达州新世纪百货 3 楼	120
		绵阳富安百货 M	2006/4/14	绵阳	绵阳市涪城路 48 号富安百货 1 楼	175
		西昌达达百货 M	2014/1/18	西昌	西昌市大巷口下西街达达春天百货二楼玛丝菲尔专柜	200
		绵阳万达 M	2016/4/28	绵阳	绵阳市万达购物广场	120
		新世纪百货 SU	2014/10/25	达州	达州市通川区通川中路 130 号达州新世纪百货 2 楼	70

## 2、噢姆前五大加盟商所开加盟店基本信息

序号	加盟商及实际控制人	店柜名称	开业时间	城市	详细地址	营业面积 (m <sup>2</sup> )
1	内蒙古精雕贸易有限公司 (庞建军)	王府井百货店	2014/11/14	包头	包头市昆区钢铁大街 69 号王府井百货 2 楼	90
		王府井百货店	2015/8/19	鄂尔多斯	鄂尔多斯市东胜区伊金霍洛西街王府井百货 2 楼	150
2	韦永健	建安店	2014/10/1	贺州	贺州市八步区建安街专卖店	115
3	王敏	王府井购物中心	2015/9/26	乐山	乐山市市中区天星路王府井购物中	182

序号	加盟商及实际控制人	店柜名称	开业时间	城市	详细地址	营业面积 (m <sup>2</sup> )
		店			心3楼	
		子午道店	2014/4/20	乐山	乐山市中区金城大厦子午道	122
4	乌鲁木齐市嘉禾尚美商贸有限公司（杨建江）	茂业广场店	2014/10/1	伊宁	伊宁市阿合买提江街七巷一号茂业广场2楼	105
5	哈尔滨桦宁商贸股份合作公司分公司（赵娟）	伊仕丹商场店	2014/5/1	海拉尔	呼伦贝尔海拉尔伊仕丹商场3楼	152

#### D. 各加盟店的特许经营到期后的相关信息

##### （一）发行人现有加盟店特许经营到期后的商业合作安排

发行人及子公司噢姆与加盟门店特许经营合同均为每年一签，合同到期后，双方根据实际经营情况决定是否续签下一年度合同。在加盟店未达到最低进货要求、违反加盟合同的禁止性规定、门店所在区域经营模式调整等情况下，发行人可选择不予续签合同。在加盟商存在资金困难、门店经营业绩不佳等情况下，加盟商也可选择不予续签合同。

##### （二）历史上加盟店到期后续约的比例

玛丝菲尔：

项目	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
报告期内合同到期家数	188	205	189	205
合同到期后续约的店面的家数	175	169	175	169
合同到期后未续约的店面的家数	13	36	14	36
合同到期后续约店面的比例	93%	82%	93%	82%

噢姆：

项目	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
报告期内合同到期家数	26	18	12	15
合同到期后续约的店面的家数	24	16	8	12
合同到期后未续约的店面的家数	2	2	4	3
合同到期后续约店面的比例	92%	89%	67%	80%

注：2014年，aum门店合同到期续约比例下降，主要因为发行人收购该品牌后，于2014年对该品牌调整销售渠道，对收购前开设的门店到期后不再续约。

##### （三）发行人与现有加盟店相关利益主体是否存在纠纷

保荐机构、会计师及律师对发行人主要加盟商进行了现场访谈，取得了其营业执照、股东身份证明文件、公司章程等基本信息文件，通过全国企业信用信息公示系统等公开信息平台对主要加盟商提供的基本信息进行了核对，取得了发行人及其子公司现有加盟店相关的股东、实际控制人、主要负责人、业务联系人等

相关利益主体信息。发行人加盟商主要负责人填写并签署了访谈表，确认上述主要加盟商与发行人不存在关联关系或其他利益安排，也不存在重大法律纠纷。

### （五）公司主营产品的产量及销售情况

报告期各期，公司主营产品的产销量情况如下：

单位：件

产品分类	2016年1-6月			2015年度			2014年度			2013年度		
	产量	销量	产销率	产量	销量	产销率	产量	销量	产销率	产量	销量	产销率
上衣	355,842	337,232	95%	934,396	870,531	93%	903,829	806,367	89%	1,102,275	862,095	78%
裙子	392,679	268,150	68%	853,739	605,412	71%	581,700	534,176	92%	340,977	403,489	118%
裤子	144,872	115,667	80%	246,091	236,418	96%	307,053	251,010	82%	314,401	258,271	82%
外套	66,118	114,599	173%	382,973	286,041	75%	495,939	292,593	59%	203,123	108,614	53%
饰品及其他	160,317	164,545	103%	454,258	325,967	72%	389,010	317,687	82%	327,339	311,892	95%
合计	1,119,828	1,000,193	89%	2,871,457	2,324,369	81%	2,677,531	2,201,833	82%	2,288,115	1,944,361	85%

### （六）报告期内主营产品的收入情况

#### 1. 按产品类别划分的主营业务收入

项目	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	金额(万元)	占比	金额(万元)	占比	金额(万元)	占比	金额(万元)	占比
上衣	27,799.68	26.95%	76,871.75	31.50%	65,982.08	30.22%	82,088.78	44.94%
裙子	32,582.20	31.58%	70,405.01	28.85%	59,799.92	27.39%	41,943.21	22.96%
裤子	7,938.68	7.70%	16,414.59	6.73%	17,562.72	8.04%	16,983.65	9.30%
外套	28,715.10	27.84%	61,729.15	25.29%	60,001.43	27.48%	26,344.97	14.42%
饰品及其他	6,122.35	5.93%	18,635.14	7.64%	14,981.25	6.86%	15,301.06	8.38%
合计	103,158.00	100.00%	244,055.64	100.00%	218,327.40	100.00%	182,661.68	100.00%

#### 2. 按品牌划分的主营业务收入

项目	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	金额(万元)	占比	金额(万元)	占比	金额(万元)	占比	金额(万元)	占比
Marisfrolg	63,895.93	61.94%	164,270.07	67.31%	163,687.81	74.97%	143,426.47	78.52%
MASFER.SU	20,575.70	19.95%	50,493.83	20.69%	44,882.86	20.56%	37,430.38	20.49%
AUM	12,927.51	12.53%	20,009.87	8.20%	7,068.49	3.24%	1,663.49	0.91%
MARISFROLG	129.63	0.13%	209.12	0.09%	238.92	0.11%	117.70	0.06%
ZhuChongYun	5,597.04	5.43%	9,059.71	3.71%	2,449.32	1.12%	23.64	0.01%
Krizia	32.19	0.03%	13.03	0.01%	-	-	-	-
合计	103,158.00	100.00%	244,055.64	100.00%	218,327.40	100.00%	182,661.68	100.00%

#### 3. 按经营模式划分的主营业务收入

项目	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	金额(万元)	占比	金额(万元)	占比	金额(万元)	占比	金额(万元)	占比
直营模式	91,622.71	88.82%	206,347.25	84.55%	175,329.32	80.31%	146,949.19	80.45%



加盟模式	11,535.30	11.18%	37,708.39	15.45%	42,998.08	19.69%	35,712.49	19.55%
<b>总计</b>	<b>103,158.00</b>	<b>100.00%</b>	<b>244,055.64</b>	<b>100.00%</b>	<b>218,327.40</b>	<b>100.00%</b>	<b>182,661.68</b>	<b>100.00%</b>

### （七）报告期内主要产品的价格变化情况

单位：元/件

品牌	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
Marisfrolg	1,296.21	1,355.45	1,222.30	1,171.47
MASFER.SU	549.48	582.65	588.21	544.46
AUM	1,163.49	958.87	790.36	525.44
MARISFROLG	1,118.49	1,198.38	1,412.03	1,463.96
ZhuChongYun	2,734.27	2,562.21	2,886.31	2,655.99
Krizia	5,747.90	3,948.53	-	-

### （八）报告期内主要产品的成本构成及能源供应情况

#### 1. 报告期发行人入库产品的成本构成情况

报告期各期发行人入库产品的成本构成如下表所示：

单位：万元

项目	2016年1-6月	占比	2015年	占比	2014年	占比	2013年	占比
原材料	5,591.80	64%	12,403.84	66%	8,387.27	64%	4,558.51	62%
直接人工	2,477.96	28%	5,430.70	29%	3,495.77	27%	2,047.01	28%
制造费用	721.77	8%	1,007.41	5%	1,158.86	9%	696.37	10%
自产小计	8,791.54	39%	18,841.95	30%	13,041.90	24%	7,301.88	17%
委托加工	7,651.09	34%	20,892.94	34%	20,201.56	38%	19,377.62	45%
成衣定制	5,859.45	26%	22,499.72	36%	20,369.31	38%	16,390.80	38%
<b>合计</b>	<b>22,302.08</b>	<b>100%</b>	<b>62,234.61</b>	<b>100%</b>	<b>53,612.77</b>	<b>100%</b>	<b>43,070.29</b>	<b>100%</b>

报告期各期，公司的生产模式以委托加工和成衣定制为主，二者模式下入库总成本合计占比分别为 83%、76%、70%和 61%，呈下降趋势，主要原因是公司的生产线自 2013 年搬至惠州工业园后，经过几年的整合和发展，自制产能正在逐步恢复和释放。

#### 2. 报告期公司主要原材料采购价格情况

发行人采购的主要原材料为各种款式、质地面料。公司产品生产所需的面料与同质化严重的中低端服装面料不同，以高级面料居多，且为专款专订。由于每年流行款式和样式的不同，公司每年采购的材料种类会有所差异，根据订货量的差异相应的采购价格也会呈现波动。

报告期各期，公司主要原材料的采购平均价格情况如下表：

项目	计量单位	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
针织面料	元/千克	121.67	135.73	100.82	177.61
梭织面料	元/米	72.12	84.76	69.35	59.91
兔皮毛	元/张	-	605.31	549.23	512.74
皮草原料	元/条	-	132.72	208.62	179.44

注：兔皮毛和皮草原料上半年下采购订单，下半年入仓。

2014年针织面料采购价格为100.82元/千克，较2013年的177.61元/千克大幅下降，其主要原因是公司根据业务需要，采购的规格和型号有所变化所致。

2013年和2014年，公司的针织面料采购的主要情况如下：

时期	项目	采购金额		采购数量		采购平均单价 (元/千克)
		数值(元)	占比	数值(千克)	占比	
2013年	单位价值较高的羊毛针织、丝类等针织面料	2,357,850.20	45.86%	6,353.80	21.95%	371.09
	其他针织面料	2,783,030.05	54.14%	22,590.97	78.05%	123.19
	<b>针织面料合计</b>	<b>5,140,880.25</b>	<b>100.00%</b>	<b>28,944.77</b>	<b>100.00%</b>	<b>177.61</b>
2014年	单位价值较高的羊毛针织、丝类等针织面料	512,583.36	9.96%	1,421.62	2.79%	360.56
	其他针织面料	4,632,689.75	90.04%	49,611.43	97.21%	93.38
	<b>针织面料合计</b>	<b>5,145,273.11</b>	<b>100.00%</b>	<b>51,033.05</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.82</b>

根据当年设计产品的生产需要，2013年采购的针织面料中，高单价的羊毛针织、丝类等针织面料采购的数量占比相对较高；而同类型单位价值高的针织面料在2014年的采购的数量占比下降较多，故拉低了采购的整体平均单价，属于由正常业务变化造成的合理变动。

此外，面料的整体采购金额中，约90%以上由梭织面料构成。针织面料采购的金额和数量都占比较小，容易造成平均单价的一定波动。

### 3. 主要能源供应情况

本公司生产所需的主要能源消耗为水和电，具体情况主要如下表所示：

项目	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
电费(元)	1,542,416	3,557,440	3,232,488	2,048,975
数量(度)	1,804,627	4,162,205	3,498,181	1,668,393
单位价格(元/度)	0.85	0.85	0.92	1.23
项目	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
水费(元)	73,315	149,520	178,709	96,981
数量(立方米)	26,660	63,887	79,426	31,254
单位价格(元/m <sup>3</sup> )	2.75	2.34	2.25	3.10

报告期内，公司能源耗用占营业成本的比例较低，能源供应完全能够满足正常生产需要且价格基本保持稳定。

## （九）报告期内主要供应商及客户情况

### 1. 报告期前五大原材料供应商

单位：万元

2013 年度			
序号	原材料供应商名称	采购金额	比例
1	嘉兴市立诚精毛纺织有限责任公司	2,132.89	13%
2	FINTEX (HONGKONG) LIMITED	913.15	5%
3	深圳市鑫镜峰时装有限公司	693.28	4%
4	深圳市欧美佳纺织有限公司	568.55	3%
5	深圳市华綾丝绸纺织品有限公司	556.04	3%
前五大小计		<b>4,863.91</b>	<b>28%</b>
2013 年原材料采购金额合计		<b>16,674.72</b>	<b>100%</b>
2014 年度			
序号	原材料供应商名称	采购金额	比例
1	嘉兴市立诚精毛纺织有限责任公司	2,683.40	12%
2	深圳市华綾丝绸纺织品有限公司	1,146.57	5%
3	FINTEX (HONG KONG) LIMITED	1,009.06	5%
4	深圳市欧美佳纺织有限公司	909.5	4%
5	SHINING PROFIT INVESTMENTS LTD	717.83	3%
前五大小计		<b>6,466.36</b>	<b>30%</b>
2014 年原材料采购金额合计		<b>21,684.98</b>	<b>100%</b>
2015 年度			
序号	原材料供应商名称	采购金额	比例
1	嘉兴市立诚精毛纺织有限责任公司	3,344.21	11%
2	FINTEX (HONG KONG) LIMITED	2,944.69	10%
3	深圳市华綾丝绸纺织品有限公司	1,453.62	5%
4	SHINING PROFIT INVESTMENTS LTD	1,211.84	4%
5	Lanificio Luigi Ricceri S.P.A.	901.90	3%
前五大小计		<b>9,856.27</b>	<b>32%</b>
2015 年原材料采购金额合计		<b>30,432.53</b>	<b>100%</b>
2016 年 1-6 月			
序号	原材料供应商名称	采购金额	比例
1	深圳市华綾丝绸纺织品有限公司	1,014.78	9%
2	FINTEX (HONG KONG) LIMITED	969.96	9%
3	深圳市芳成纺织贸易有限公司	460.35	4%
4	深圳市欧美佳纺织有限公司	452.05	4%
5	SHINING PROFIT INVESTMENTS LTD	346.32	3%
前五大小计		<b>3,243.45</b>	<b>30%</b>
2016 年 1-6 月原材料采购金额合计		<b>10,688.09</b>	<b>100%</b>

### 2. 报告期前五大成衣定制供应商

单位：万元

2013 年度			
序号	成衣定制供应商名称	采购金额	比例
1	东莞市锦宏贸易有限公司	1,538.15	15%
2	东莞市沛颖针织有限公司	1,314.59	13%
3	上海意上实业有限公司	950.97	9%
4	惠州市万达服装有限公司	745.24	7%
5	深圳市荣丰鞋业有限公司	705.46	7%
前五大小计		<b>5,254.41</b>	<b>51%</b>
2013 年成衣定制金额合计		<b>10,360.95</b>	<b>100%</b>
2014 年度			
序号	成衣定制供应商名称	采购金额	比例
1	东莞市沛颖针织有限公司	1,673.24	16%
2	东莞市锦宏贸易有限公司	1,359.92	13%
3	深圳市荣丰鞋业有限公司	990.68	9%
4	上海意上实业有限公司	731.29	7%
5	广州达铭皮具有限公司	503.20	5%
前五大小计		<b>5,258.33</b>	<b>50%</b>
2014 年成衣定制金额合计		<b>10,572.17</b>	<b>100%</b>
2015 年度			
序号	成衣定制供应商名称	采购金额	比例
1	东莞市荣林服饰有限公司	2,898.11	20%
2	上海意上实业有限公司	1,801.62	13%
3	东莞市锦宏贸易有限公司	1,145.00	8%
4	深圳市荣丰鞋业有限公司	1,100.05	8%
5	东莞市天元制衣有限公司	880.04	6%
前五大小计		<b>7,824.82</b>	<b>55%</b>
2015 年成衣定制金额合计		<b>14,333.73</b>	<b>100%</b>
2016 年 1-6 月			
序号	成衣定制供应商名称	采购金额	比例
1	深圳市荣丰鞋业有限公司	446.79	13%
2	佛山市顺天意鞋业有限公司	405.82	12%
3	东莞市荣林服饰有限公司	385.31	11%
4	东莞市锦宏贸易有限公司	297.82	9%
5	上海意上实业有限公司	231.54	7%
前五大小计		<b>1,767.28</b>	<b>52%</b>
2016 年 1-6 月成衣定制金额合计		<b>3,388.47</b>	<b>100%</b>

报告期内发行人主要成衣定制供应商较为稳定，不存在向单一成衣定制供应商采购比例超过成衣采购总额 50% 的情形。公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其关联方和持有公司 5% 以上股份的股东在上述成衣定制商中均未占有任何权益，上述定制商与公司及公司股东不存在关联关系。

### 3. 报告期前五大委托加工商

#### （1）报告期前五大委托加工商基本情况

单位：万元

2013 年度			
序号	委托加工商名称	采购金额	比例
1	东莞市天元制衣有限公司	1,151.81	9%
2	深圳市源锦昌服饰有限公司	737.63	6%
3	东莞市锦宏贸易有限公司	727.95	6%
4	东莞市伟恩时代服饰有限公司	628.90	5%
5	深圳市颖灏时装有限公司	624.33	5%
前五大小计		<b>3,870.62</b>	<b>31%</b>
2013 年委托加工金额合计		<b>12,801.43</b>	<b>100%</b>
2014 年度			
序号	委托加工商名称	采购金额	比例
1	东莞市沛颖针织有限公司	1,149.41	8%
2	东莞市天元制衣有限公司	931.77	7%
3	深圳市源锦昌服饰有限公司	817.10	6%
4	上海意上实业有限公司	727.16	5%
5	杭州卓高服饰有限公司	721.73	5%
前五大小计		<b>4,347.17</b>	<b>31%</b>
2014 年委托加工金额合计		<b>14,095.63</b>	<b>100%</b>
2015 年度			
序号	委托加工商名称	采购金额	比例
1	东莞市荣林服饰有限公司	1,023.48	7%
2	东莞市天元制衣有限公司	932.37	7%
3	深圳市源锦昌服饰有限公司	853.90	6%
4	上海意上实业有限公司	701.60	5%
5	简美诗服装（深圳）有限公司	685.89	5%
前五大小计		<b>4,197.24</b>	<b>30%</b>
2015 年委托加工金额合计		<b>14,223.17</b>	<b>100%</b>
2016 年 1-6 月			
序号	委托加工商名称	采购金额	比例
1	东莞市荣林服饰有限公司	760.75	15%
2	深圳市源锦昌服饰有限公司	444.87	9%
3	东莞市天元制衣有限公司	401.96	8%
4	简美诗服装（深圳）有限公司	352.16	7%
5	深圳市花田纺织时装有限公司	266.35	5%
前五大小计		<b>2,226.09</b>	<b>45%</b>
2016 年 1-6 月委托加工金额合计		<b>4,965.22</b>	<b>100%</b>

（2）主要的委托加工方与发行人是否具有关联关系、委托加工合作模式、是否独家委托加工

#### ①主要的委托加工方与发行人是否具有关联关系

报告期内，公司不存在向单一委托加工商采购比例超过委托加工总额 50% 的情形。公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其关联方和持有公司 5% 以上股份的股东及其关联方在上述委托加工商中均未占有任何权益，上述委托加工商与公司及其公司股东不存在关联关系。

### ②主要的委托加工方的委托加工合作模式简介

#### A. 确定委托加工商

发行人根据单笔订单数量和工艺难度、交货期要求、委托加工商综合实力及其和合作记录等因素，综合决定采取何种生产方式，以及选择相应的委托加工厂商。

#### B. 合作模式

主要委托加工方和发行人的合作模式较为单一，即公司与委托加工厂商签订协议后，提供设计图纸和原材料。委托加工厂商根据公司的要求进行生产。公司对委托加工厂商进行严格持续的筛选和考核，并辅以跟单员全程跟踪和监督委托加工厂商的生产过程，生产后加强质量检查的措施，力图做到对生产过程和产品质量的把控。

在结算方面，主要委托加工方和发行人的结算方式有月结和按单结算两种。月结方式更多的适用于合作量较大、合作关系较密切的委托加工商；按单结算则更多的适用于合作量较小或合作关系时间不长的委托加工商。

### ③主要的委托加工方是否存在独家委托加工的情形

报告期各期出现的主要委托加工商供应的主要种类如下表所示：

序号	委托加工商名称	主要供应品类
1	深圳市颖灏时装有限公司	梭织服装：上衣、单裙、裤子、连衣裙、大衣、西服、T恤、背心
2	简美诗服装（深圳）有限公司	梭织服装：上衣、单裙、裤子、连衣裙、大衣、西服、T恤、背心
3	深圳市源锦昌服饰有限公司	梭织服装：上衣、单裙、裤子、连衣裙、大衣、西服、T恤、背心
4	东莞市天元制衣有限公司	针织服装：针织衫、针织连衣裙、针织背心、针织中裙、针织裤
5	东莞市锦宏贸易有限公司	针织服装：针织衫、针织连衣裙、针织背心、针织中裙、针织裤、罗纹
6	东莞市伟恩时代服饰有限公司	针织服装：针织衫、针织连衣裙、针织背心、针织中裙、针织裤
7	东莞市沛颖针织有限公司	针织服装：针织衫、针织连衣裙、针织背心、针织中裙、针织裤、罗纹

序号	委托加工商名称	主要供应品类
8	上海意上实业有限公司	针织服装：针织衫、针织连衣裙、针织背心、针织中裙、针织裤
9	杭州卓高服饰有限公司	羽绒服：羽绒上衣、羽绒大衣；裘皮
10	东莞市荣林服饰有限公司	针织服装：针织衫、针织连衣裙、针织背心、针织中裙、针织裤、罗纹
11	深圳市花田纺织时装有限公司	梭织服装：上衣、单裙、裤子、连衣裙、大衣、西服、T恤、背心

上述主要委托加工商的主要供应品类，均有其他委托加工商同时供应，不存在依赖某家委托加工商，进而影响公司订单的情况。

#### 4. 报告期前五大客户

单位：万元

2013 年度			
序号	客户名称	销售金额	比例
1	北京王府井百货(集团)股份有限公司	9,552.30	5%
2	百盛商业集团有限公司	3,814.64	2%
3	大商集团股份有限公司	3,474.99	2%
4	百联集团有限公司	3,186.09	2%
5	北京翠微大厦股份有限公司	3,139.13	2%
前五大小计		<b>23,167.16</b>	<b>13%</b>
2013 年营业收入合计		<b>184,883.13</b>	<b>100%</b>
2014 年度			
序号	客户名称	销售金额	比例
1	北京王府井百货(集团)股份有限公司	9,740.61	4%
2	百盛商业集团有限公司	5,159.43	2%
3	大商集团股份有限公司	4,047.70	2%
4	郑州丹尼斯百货有限公司	3,764.29	2%
5	重庆商社(集团)有限公司	3,705.52	2%
前五大小计		<b>26,417.55</b>	<b>12%</b>
2014 年营业收入合计		<b>220,822.53</b>	<b>100%</b>
2015 年度			
序号	客户名称	销售金额	比例
1	北京王府井百货(集团)股份有限公司	9,984.27	4%
2	百盛商业集团有限公司	5,944.54	2%
3	郑州丹尼斯百货有限公司	5,551.26	2%
4	大商集团股份有限公司	4,958.25	2%
5	百联集团有限公司	4,812.86	2%
前五大小计		<b>31,251.19</b>	<b>13%</b>
2015 年营业收入合计		<b>247,989.57</b>	<b>100%</b>
2016 年 1-6 月			
序号	客户名称	销售金额	比例
1	北京王府井百货(集团)股份有限公司	4,455.17	4%
2	郑州丹尼斯百货有限公司	2,799.97	3%
3	百盛商业集团有限公司	2,551.27	2%

4	百联集团有限公司	2,110.50	2%
5	重庆商社(集团)有限公司	1,823.31	2%
前五大小计		13,740.22	13%
2016年1-6月营业收入合计		104,270.86	100%

报告期内发行人主要客户较为稳定，不存在单一客户的销售金额超过销售总收入 50% 的情形。除姚建华直接和间接方式合计持有东百集团 5.13% 的股份之外，公司其他董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其关联方和持有公司 5% 以上股份的股东在上述客户中均未占有任何权益，上述客户与公司及公司股东不存在关联关系。

（十）发行人从定制厂商或委托加工方采购的平均单价或加工费（按产品分类）的变化情况及原因

服装行业尤其女装行业，产品时尚性较强且迭代更新快，每年流行的面料印花款式不尽相同，每一单季的商品很难重复，是典型的非标产品。因此，从定制厂商或委托加工方采购的平均单价或加工费不会一成不变，受到当年设计款式、用料配比、原材料价格、工艺繁简、供应商变动等多种因素的影响，从而呈现波动趋势。

1. 发行人从定制厂商采购的平均单价或加工费（按产品分类）的变化情况及原因

报告期内，发行人自定制厂商采购的不同类别产品，按平均采购价进行分类汇总如下表所示：

单位：元/件

分类	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
上衣	292.20	318.79	295.39	339.03
裙子	338.65	398.32	205.23	-
裤子	1,294.87	987.70	166.00	612.29
外套	-	1,202.50	1,398.23	1,848.86
饰品及其他	159.33	173.82	166.32	104.05

报告期发行人从定制厂商采购的产品价格存在波动受多方面因素的影响，主要影响因素包括产品的结构、品牌、材料成本等因素，具体如下：

（1）上衣：上衣定制的采购平均单价有所波动，主要原因是主要定制供应商东莞市锦宏贸易有限公司在产品品质、货期等方面较其他定制厂商有一定优势，采购价格也相对较高；而该公司在 2013 年起进行内部人员结构调整，发行人为了防范风险，逐步减少了从该公司定制上衣的订单数量，因此拉低了发行人



2014 年上衣定制的采购平均单价；2015 年度发行人主要加大对东莞市荣林服饰有限公司和上海意上实业有限公司的订单数量，并相应提升了品质，因此发行人 2015 年度上衣定制的采购平均单价有所上涨。

（2）裙子与裤子：裙子与裤子定制的采购平均单价各期波动较大，主要原因是报告期内公司对裙子与裤子的采购主要通过委托加工及自制生产方式，总体上对裙子和裤子定制的采购订单数量较少，2013 年-2015 年裙子与裤子的定制采购占成衣定制采购总额均不足 1%。2016 年 1-6 月裤子定制的采购平均单价增幅较大，主要原因为公司本期定制的裤子以皮制为主。不同产品款式、品牌对生产工艺、材料等要求不尽一致，因此采购单价也会存在较大的波动。

（3）外套：2013-2015 年外套定制的采购平均单价呈下降趋势，主要原因为发行人对裘皮与非裘皮外套采购的结构调整。2016 年 1-6 月因季节性因素的影响发行人未进行羽绒、裘皮等外套定制。报告期各期裘皮的平均采购单价为 2,861.95 元/件、1,480.07 元/件、2,405.54 元/件和 0 元/件，其中 2014 年度出现明显下降的情况，主要影响因素为当期采购了较多的含兔毛的外套及马甲背心，与水貂皮、狐狸皮相比，该类裘皮价格相对较低，平均采购价不足 800 元/件，致使 2014 年度外套的平均采购单价较 2013 年度大幅下降；随着发行人 2015 年度减少了裘皮的采购数量，外套的平均采购单价相应下降。

2. 发行人从委托加工厂商采购的平均单价或加工费（按产品分类）的变化情况及原因

报告期内，发行人委托外部厂商加工的不同类别产品，按平均加工费进行分类汇总如下表所示：

单位：元/件

分类	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
上衣	78.29	88.59	81.30	84.52
裙子	57.54	45.01	42.91	50.68
裤子	37.38	35.63	35.12	34.69
外套	74.98	126.87	212.26	162.58
饰品及其他	12.29	11.42	7.29	12.29

从表中看出：

（1）上衣：上衣的平均加工费呈现一定波动。上衣主要包括毛衣、衬衫、内搭等，而毛衣是上衣中的主要产品，上衣加工费与毛衣的加工数量直接相关，

平均加工费波动情况与毛衣的加工数量占比直接相关；且由于毛衣工序相比衬衫与内搭的工艺相对复杂，平均加工费也相对高，导致报告期加工费出现一定波动。

（2）裙子与裤子：2012年，发行人根据各供应商生产强弱项分析后，有针对性的对供应商进行了生产类别调整和资源整合。调整基本完成后，2013-2015年裙子与裤子的采购平均单价趋于稳定；2016年上半年，发行人委外加工的裙子主要为针织连衣裙，针织做工较为复杂且连衣裙加工面积较大，本期裙子平均加工费出现上涨。

（3）外套：外套加工费在2014年骤升的原因在于，当年皮衣与羽绒的加工数量增多。发行人在2014年特别推出了“大衣季”的营销活动，在产品设计、终端宣传、陈列、包装、对首席和导购的培训上做了大量工作，并专门要求片区对大衣销售情况进行专项反馈。因此，片区对大衣销售的专注度极高，销量都几乎翻倍增长。为满足销售需求，外套的采购加工数量也随之增加，尤其是平均加工费较高的皮衣与羽绒加工比例均较其他各期有所增加，因此外套加工费在2014年出现波动。2015年度，外套加工费较2014年下降约40%，主要原因为当年全年外套加工中，价格较贵的裘皮仅占全年外套加工总数量的1.84%，较2014年的6.36%有大幅减少，导致大衣的平均单件加工费大幅减少。2016年上半年发行人委外加工的外套以风衣为主而非价值较高的皮衣、裘皮、大衣等，故当期外套的平均加工单价降幅较大。

（4）饰品及其他：饰品及其他类产品的加工费受所加工材料的影响，价格波动较大。不考虑所加工材料因素，报告期各期平均加工费分别为1.56元/件、2.17元/件、2.66元/件、2.62元/件。价格波动的主要原因在于工艺的复杂程度，例如简单的锁边装订吊牌的加工单价差异较小，饰品增加绣花和订珠的加工工艺则加工单价增加，即每年饰品根据设计流行趋势，其工艺难度和加工单价出现波动。

## 五、公司主要固定资产及无形资产

### （一）固定资产

截至2016年6月30日，公司的固定资产情况如下：

单位：万元

类别	原值	累计折旧	资产净值	成新率
----	----	------	------	-----

类别	原值	累计折旧	资产净值	成新率
房屋及建筑物	53,147.94	3,248.50	49,899.44	93.89%
机器设备	2,229.32	597.90	1,631.42	73.18%
运输工具	1,422.97	1,064.81	358.16	25.17%
电子及其他设备	2,887.25	1,586.53	1,300.73	45.05%
合计	59,687.49	6,497.74	53,189.75	89.11%

### 1. 房屋建筑物

截至本招股书签署日，公司共拥有 11 处房屋及建筑物，均为购置取得，建筑面积共计 48,003.70 平方米，该等房屋部分已取得房屋所在地房产管理局颁发的《房屋所有权证》，如下表所示：

序号	物业地址	经营用途	建筑面积 (m <sup>2</sup> )	房地产权证号码	备注
1	深圳市福田区车公庙天祥大厦 2D	旗舰店	1,055.99	深房地字第 3000698117 号	-
2	广州市天河区黄埔大道西 100 号广州富力盈泰广场第 A 栋 4 层 403-407 房	旗舰店	1,048.18	穗字第 0920133878、0920133897、0920133937、0920133917、0920133898 号	-
3	上海市长宁区淮海西路中山万博广场 666 号 12 层 1201-1206 室	旗舰店	1,769.94	沪房地长字（2012）第 006633、006636、006632、006635、006634、006637 号	-
4	重庆市北部新区高新园金开大道 68 号 3 栋 6-1、4-1、4-2	旗舰店	1,531.91	房地证 2013 字第 22219、22225、22229 号	-
5	内蒙古呼和浩特市回民区中山西路海亮广场 D 座 1528	办事处	137.45	呼房权证回民区字第 2014102207 号	-
6	太原市寇庄西路与长风街交叉口泰华城市广场 B 座一单元 10 层 1101 室	办事处	182	暂无	办理中
7	深圳市福田区保税区福保桂花苑 1 栋 D 座 602 房	员工宿舍	87.08	无	政策性福利房，无房产证
8	深圳市福田区保税区福保桂花苑 1 栋 D 座 1602 号	员工宿舍	87.35	无	政策性福利房，无房产证
9	武汉市江汉区长青街青年路 378 号万景国际花园 6 幢 7、8 层	旗舰店	1,969.62	武房权证江字第 2013005283、2013005300、2013005282、2013005287、2013005299、2013005301、2013005281、2013005298、2013005288、2013005284、2013005286、2013005285 号	-
10	成都市高新区天晖中街 56 号曙光国际 B 座 6 楼	旗舰店	1,794.28	成房权证监证字第 3928362、3928369、3928370、3928371、3928372、3928373、	-

序号	物业地址	经营用途	建筑面积(m <sup>2</sup> )	房地产权证号码	备注
				3929169、3943013 号	
11	深圳市宝安区大浪街道大浪北路玛丝菲尔工业厂区1#厂房、2#厂房	部门办公场所	38,339.9	粤(2015)深圳市不动产权第0008591号	-
	合计		<b>48,003.70</b>		

公司全资子公司明佳豪拥有 4 处建筑物，均为自建，建筑面积合计 99,856.72 平方米，具体情况如下：

物业地址	用途	建筑面积(m <sup>2</sup> )	房地产权证号码
惠州市惠阳区镇隆镇井龙村青沥公路边(本公司厂区内)2号厂房	厂房	12,603.85	粤房地权证惠州字第1110178918号
惠州市惠阳区镇隆镇井龙村青沥公路边(本公司厂区内)1号仓库	仓库	65,761.32	粤房地权证惠州字第1110178915号
惠州市惠阳区镇隆镇井龙村青沥公路边(本公司厂区内)宿舍	宿舍	14,444.31	粤房地权证惠州字第1110178916号
惠州市惠阳区镇隆镇井龙村青沥公路边(本公司厂区内)职工配套服务楼	配套服务	7,047.24	粤房地权证惠州字第1110178917号
合计		<b>99,856.72</b>	

## 2. 主要生产设备

截至 2016 年 6 月 30 日，公司固定资产中机器设备账面价值合计为 1,631.42 万元，其中，净值 5 万元以上的主要生产设备情况如下表：

名称	数量	账面原值(元)	净值	剩余年限(年)	成新率
货架	1	5,094,017.05	3,909,658.09	7.5	76.75%
物流传送带	1	1,769,230.77	1,480,553.37	7.83	83.68%
货架一批	1	1,331,266.61	1,281,344.11	9.67	96.25%
自动裁剪设备一套 (力克自动裁剪系统 VT-FA-Q80-71 )	1	1,068,054.25	1,003,971.00	9.42	94.00%
发电机	1	892,991.45	781,367.52	7.83	87.50%
发电机	1	425,000.00	122,187.50	2.17	28.75%
货架	1	399,850.60	324,878.60	8	81.25%
缩水机	1	239,316.24	144,188.04	5.67	60.25%
货架	1	194,151.28	149,011.11	7.5	76.75%
缩水机	1	135,042.74	108,709.39	7.92	80.50%
发电机	1	124,998.52	115,623.62	9.25	92.50%
货架	1	107,583.42	82,570.26	7.5	76.75%
铲皮机	1	104,326.50	96,502.01	9.25	92.50%
叉车	1	85,470.09	62,393.15	7.08	73.00%
锁眼机(凤眼机)	1	78,461.50	56,099.98	6.92	71.50%
锁眼机(凤眼机)	1	72,649.57	59,572.65	8.08	82.00%
锁眼机(凤眼机)	1	72,649.57	59,572.65	8.08	82.00%
锁眼机(凤眼机)	1	72,649.57	54,318.43	7.33	74.77%

名称	数量	账面原值（元）	净值	剩余年限（年）	成新率
自动模板车	1	64,957.26	53,264.95	8.08	82.00%
自动模板车	1	64,957.26	53,264.95	8.08	82.00%
自动模板车	1	64,957.26	53,264.95	8.08	82.00%
自动模板车	1	64,957.26	53,264.95	8.08	82.00%
自动模板车	1	64,957.26	53,264.95	8.08	82.00%
合计	23	12,592,496.03	10,158,846.23		80.67%

## （二）无形资产

公司主要无形资产为土地使用权、软件、商标等。截至 2016 年 6 月 30 日，公司主要无形资产情况如下表：

单位：万元

项目	原值	累计摊销	账面净值
土地使用权	4,662.69	574.47	4,088.21
软件	3,062.94	989.37	2,073.57
商标	12,022.04	2,444.00	9,578.04
非专利技术	4,699.67	590.78	4,108.89
合计	24,447.33	4,598.62	19,848.71

### 1. 土地使用权

截至 2016 年 6 月 30 日，公司及其全资子公司合计持有国有土地使用权合计 4 宗，均为通过出让、收购股权方式取得的工业用地，不存在他项权利。具体情况如下表：

序号	使用权人	土地使用证号码	坐落位置	面积（m <sup>2</sup> ）	到期日
1	玛丝菲尔	深房地字第 5000560898 号	深圳市宝安区大浪街道大浪北路	49,869.79	2057.6.14
2	惠州明佳豪实业	惠阳国用（2015）字第 0700068 号	惠州市镇隆镇井龙青沥公路边	38,363.50	2052.10.25
3	惠州恒龙商贸	惠阳国用（2012）第 0700011 号	惠州市镇隆镇井龙村	19,054.21	2052.10.25
4	惠州龙益商贸	惠阳国用（2012）第 0700012 号	惠州市镇隆镇井龙村青沥公路边	20,000.00	2052.10.25

其中，惠州明佳豪实业于 2016 年 6 月吸收合并惠州恒龙商贸及惠州龙益商贸，惠州恒龙商贸及惠州龙益商贸已于 2016 年 7 月 4 日注销，其持有的 2 宗国有土地使用权正在办理更名至惠州明佳豪实业相关手续。

### 2. 软件

截至 2016 年 6 月 30 日，公司无形资产中软件的账面价值合计为 2,073.57 万元，其中，净值 1 万元以上的主要软件情况如下表：

单位：万元

软件名称	原值	净值
SAP 管理软件	2,508.64	1,756.68
微软产品软件	81.23	55.45
服装企业 ERP 软件	403.15	161.00

### 3. 商标

2012 年之前，公司主营业务在用商标原属公司的控股股东深圳恩情所有。为支持公司发展，2004 年 7 月 23 日，深圳恩情与玛丝菲尔、慧维时装分别签订《商标使用许可合同》，约定将深圳恩情其拥有的“Marisfrolg”商标（注册商标证号：第 3349192 号，核定使用商品第 25 类，商品使用范围：婴儿全套衣；防水服；服装；鞋；袜；围巾；领带；帽；手套（服装））无偿授权玛丝菲尔和慧维时装使用，使用期限为 2004 年 6 月 21 日至 2014 年 6 月 20 日；2006 年 5 月 19 日，深圳恩情与阿卡特时装签订《商标使用许可合同》，也约定将上述商标无偿授权给阿卡特时装使用，使用期限为 2006 年 4 月 9 日至 2014 年 6 月 20 日。

为了保障玛丝菲尔的公司利益，深圳恩情决定将其拥有的境内和境外全部商标无偿转让给玛丝菲尔。

2012 年 6 月 20 日，深圳恩情与玛丝菲尔签订《商标转让及许可使用协议》，协议约定深圳恩情自愿将所拥有的及正在申请的共计 158 件境内商标（包括公司主营业务所有在用商标）无偿转让给公司，并同意在上述商标转让完成前，许可发行人无偿使用上述商标，并对发行人在该协议签署之前的无偿使用行为予以认可。

截至招股书签署日，除一件非主营业务非在用商标“MARJO”（注册商标证号：第 6709872 号，核定使用商品第 42 类，商品使用范围：质量控制，化妆品研究，材料测试，纺织品测试，工业品外观设计，室内装饰设计，服装设计，计算机编程，艺术品鉴定，书画刻印艺术设计）转让申请被驳回且已经失效外，其余 157 件境内商标的转让手续已办理完毕。至此，深圳恩情与玛丝菲尔、阿卡特时装和慧维时装签订的《商标许可合同》、《商标使用许可合同》随之终止。

2011年10月25日，深圳恩情与玛丝菲尔有限签订《商标转让及许可使用协议》，双方约定由深圳恩情将所拥有的在中国境外注册使用的22件商标（包括“Marisfrolg”商标）无偿、永久转让给公司，并同意在上述商标转让完成前，许可发行人以独占方式无偿使用上述商标，并对发行人在该协议签署之前无偿使用行为予以认可。截至招股书签署日，全部22件境外商标的转让手续已办理完毕。

截至2016年6月30日，发行人及其子公司已获得注册的主营业务在用的境内商标具体情况如下：

序号	商标样式	注册号	核定类别	核定使用商品	有效期限	取得方式
1	Marisfrolg	11243968	9	眼镜；太阳镜；眼镜盒；眼镜架；防事故、防辐射和防火服装；电暖衣服；笔记本电脑；计算机外围设备；手提电话；照相机(摄影)；扬声器音箱；电子防盗装置；测量器械和仪器；电子公告牌；投币启动设备用机械装置；衣裙下摆贴边标示器；复印机(照相、静电、热)；秤；尺(量器)；光学镜头；电线；半导体；集成电路；电位器；集电器；荧光屏；遥控装置；高压防爆配电装置；避雷针；灭火器；电池；动画片；电解装置；便携式遥控阻车器；时间记录装置；护目镜	2013/12/21-2023/12/20	申请
2	Marisfrolg	11243862	18	钱包(钱夹)；手提包；旅行包；家具用皮装饰；皮制带子；伞；手杖；宠物服装；制香肠用肠衣；动物皮	2013/12/21-2023/12/20	申请
3	Marisfrolg	11243765	25	服装；上衣；裤子；裙子；衬衫；皮制服装；内衣；风衣；羽绒服装；童装；婴儿全套衣；游泳衣；体操服；防水服；戏装；足球鞋；鞋(脚上的穿着物)；帽；袜；手套(服装)；围巾；披肩；腰带；皮带(服饰用)；十字褙；服装绶带；修女头巾；神父左臂上的佩带的饰带；浴帽；睡眠用眼罩；婚纱	2013/12/14-2023/12/13	申请
4	Marisfrolg	11243805	26	服装花边；发饰品；衣服装饰品；服装扣；拉链；假发；缝纫针；人造花；服装垫肩；修补纺织品用热粘合补片；亚麻织品标记用数字或字母；装饰徽章(纽扣)	2013/12/21-2023/12/20	申请
5	Marisfrolg	11243894	35	广告；商业橱窗布置；为零售目的在通讯媒体上展示商品；组织商业或广告交易会；为广告或销售组织时装展览；替他人推销；进出口代理；演员的商业管理；商业企业迁移；将信息编入计算机	2013/12/14-2023/12/13	申请

序号	商标样式	注册号	核定类别	核定使用商品	有效期限	取得方式
				数据库；会计；自动售货机出租；寻找赞助		
6	Marisfrolg	5333757	9	计算机；电子日程表；电传真设备；测量器具；千分表；电子公告牌；手提电话；电视机；照相机(摄影)；激光导向仪；电缆；天体照像用镜头；晶片(锗片)；电镀设备；灭火设备；电焊设备；工业用放射设备；个人用防事故装置；报警器；太阳镜；电池充电器；动画片；电暖衣服；光学品	2009/5/14-2019/5/13	受让
7	Marisfrolg	3399579	14	手表；珍珠(珠宝)；装饰品(珠宝)；玉雕；银饰品；宝石(珠宝)；仿金制品；链(珠宝)；钟；戒指(珠宝)	2004/8/21-2024/8/20	受让
8	Marisfrolg	3399577	18	手提包；小皮夹；旅行包(箱)；钱包(小钱袋)；伞；皮制带子；手杖；购物袋；书包；旅行用衣袋	2004/10/7-2024/10/6	受让
9	Marisfrolg	5333751	18	钱包；仿皮；旅行包；皮床单；兽皮(动物皮)；皮带(非服饰用)；伞；手杖；马具；香肠肠衣	2009/8/7-2019/8/6	受让
10	Marisfrolg	5333743	25	服装；婴儿全套衣；游泳衣；雨衣；舞衣；足球鞋；鞋；帽；袜；手套(服装)；领带；皮带(服饰用)；婚纱	2009/8/7-2019/8/6	受让
11	Marisfrolg	3349192	25	游泳衣；婴儿全套衣；防水服；服装；鞋；袜；围巾；领带；帽；手套(服装)	2014/6/21-2024/6/20	受让
12	Marisfrolg	5333741	26	发带；鸵鸟羽毛(服装附属品)；鞋扣(鞋链)；假胡子；针；人造花；妇女紧身衣上衬骨；修补纺织用热粘胶布片；亚麻布标记用铅字或数码；茶壶保暖套	2009/8/28-2019/8/27	受让
13	Marisfrolg	3399583	26	发带；绣花饰品；衣服装饰品；胸针(服装配件)；发饰品；钮扣；提包卡锁；假发；人造花；服装垫肩	2004/10/14-2024/10/13	受让
14	Marisfrolg	5335188	35	广告；商业管理辅助；进出口代理；职业介绍所；商业区迁移(提供信息)；照相复制；会计；自动售货机出租；拍卖；推销(替他人)	2009/9/7-2019/9/6	受让
15	Marisfrolg	3399578	35	进出口代理；推销(替他人)；室外广告；商业管理辅助；计算机文档管理；计算机数据库信息系统化	2004/7/14-2024/7/13	受让
16	玛丝菲尔	8141117	14	银饰品；手镯(首饰)；小饰物(首饰)；胸针(首饰)；项链(首饰)；耳环；装饰别针；表；首饰盒；戒指(首饰)	2011/3/28-2021/3/27	受让
17	玛丝菲尔	8141214	18	裘皮；皮肩带；皮制带子；钱包；手提包；小皮夹；旅行包；公文包；运动包；伞	2011/3/28-2021/3/27	受让
18	玛丝菲尔	9941296	25	游泳衣；跑鞋(带金属钉)；鞋；十字襪；服装绶带；修女头巾；神父左臂上佩戴的饰带；浴帽；睡眠用面罩；靴	2012/12/14-2022/12/13	申请



序号	商标样式	注册号	核定类别	核定使用商品	有效期限	取得方式
19	玛丝菲尔	8141213	25	服装；服装带（衣服）；帽；披肩；披巾；皮带（服饰用）；手套（服装）；袜；围巾；鞋	2013/1/28-2023/1/27	受让
20	玛丝菲尔	8141226	26	发带；帽饰品（非贵金属）；鞋饰品（非贵金属）；衣服装饰品；发针；头发装饰品；别针（非饰品）；假发；衣服饰边；绳编工艺品	2011/3/28-2021/3/27	受让
21	玛丝菲尔	11117194	9	眼镜；眼镜盒；太阳镜；电热袜；电暖衣服；学习机；网络通讯设备；计算机；计算机外围设备；耐酸衣、裙	2013/11/14-2023/11/13	申请
22	玛丝菲尔	8141091	9	电热袜，电暖衣服，学习机，网路通信设备，计算机，计算机周边设备，卸妆用电力器具	2011-6/21-2021-6-20	受让
23	Masfer-SU	4230641	9	软盘；计算机；已录制的计算机程序（程序）；计算机软件（已录制）；激光视盘播放机；密纹光盘（可读存储器）；工业操作遥控电力装置；电话机；眼镜；传真机	2007/1/28-2017/1/27	受让
24	Masfer-SU	3914193	14	手表；珍珠；装饰品（珠宝）；玉雕；银饰品；宝石（珠宝）；仿金制品；链（珠宝）；钟；戒指（珠宝）	2006/7/28-2016/7/27	受让
25	Masfer-SU	4056992	18	手提包；小皮夹；旅行包（箱）；钱包；伞；皮带（非服饰用）；手杖；购物袋；书包；旅行用衣袋	2007/11/7-2017/11/6	受让
26	Masfer-SU	3914189	25	服装；围巾；鞋；帽；袜；手套；婴儿全套衣；游泳衣；防水服；舞衣	2007/3/28-2017/3/27	受让
27	Masfer-SU	3914187	26	发带；绣花饰品；衣服装饰品；胸针（服装配件）；发饰品；钮扣；提包卡锁；假发；人造花；服装垫肩	2007/4/14-2017/4/13	受让
28	Masfer-SU	3914186	35	推销（替他人）；商业信息代理；广告策划；广告代理；拍卖；进出口代理；职业介绍所；速记；文秘；会计	2006/10/7-2016/10/6	受让
29	MARISFROIG	11948667	25	衬衫；裙子；羽绒服装；童装；上衣；皮制服装；裤子；服装；风衣；婴儿全套衣；服装；游泳衣；服装；游泳衣；服装；体操服；服装；防水服；服装；体操服；服装；戏装；足球鞋；鞋（脚上的穿着物）；帽；袜；手套（服装）；领带；围巾；腰带；皮带（服饰用）	2014/6/14-2024/6/13	申请
30	MASFER.SU	12113102	9	眼镜；太阳镜；眼镜盒；眼镜架；防事故、防辐射和防火服装；电暖衣服；笔记本电脑；手提电话；照相机（摄影）；扬声器音箱	2014/7/21-2024/7/20	申请
31	MASFER.SU	12113166	14	未加工或半加工贵金属；首饰盒；小饰物（首饰）；领带夹；装饰品（珠宝）；珠宝首饰；鞋饰品（贵金属）；胸针（首饰）；钟；表	2014/7/21-2024/7/20	申请

序号	商标样式	注册号	核定类别	核定使用商品	有效期限	取得方式
32	MASFER.SU	12113243	18	钱包(钱夹); 手提包; 旅行包; 家具用皮装饰; 皮制带子; 伞; 手杖; 宠物服装; 制香肠用肠衣; 动物皮	2014/7/21-2024/7/20	申请
33	MASFER.SU	12113568	25	服装; 上衣; 裤子; 裙子; 衬衫; 皮制服装; 风衣; 羽绒服装; 童装; 婴儿全套衣; 游泳衣; 体操服; 防水服; 戏装; 足球鞋; 鞋(脚上的穿着物); 帽; 袜; 手套(服装); 围巾; 领带; 腰带; 皮带(服饰用)	2014/7/21-2024/7/20	申请
34	MASFER.SU	12113591	26	服装花边; 发饰品; 衣服装饰品; 服装扣; 拉链; 假发; 缝纫针; 服装垫肩; 亚麻织品标记用数字或字母; 装饰徽章(纽扣)	2014/7/21-2024/7/20	申请
35	MASFER.SU	12113733	35	广告; 商业橱窗布置; 为零售目的在通讯媒体上展示商品; 特许经营的商业管理; 为广告或销售组织时装展览; 替他人推销; 进出口代理; 将信息编入计算机数据库; 会计; 寻找赞助	2014/7/21-2024/7/20	申请
36	玛丝菲尔·素	12324892	25	服装; 上衣; 裤子; 裙子; 衬衫; 皮制服装; 风衣; 羽绒服装; 童装; 婴儿全套衣; 游泳衣; 体操服; 防水服; 戏装; 足球鞋; 鞋(脚上的穿着物); 帽; 袜; 手套(服装); 围巾; 领带; 腰带; 皮带(服饰用)	2014/9/7-2024/9/6	申请
37	玛丝菲尔·素	12324772	9	眼镜; 太阳镜; 眼镜盒; 眼镜架; 防事故、防辐射、防火用服装; 电暖衣服; 笔记本电脑; 手提电话; 照相机(摄影); 扬声器音箱;	2014/9/7-2024/9/6	申请
38	玛丝菲尔·素	12324793	14	未加工或半加工贵金属; 首饰盒; 小饰物(首饰); 领带夹; 装饰品(珠宝); 珠宝首饰; 鞋饰品(贵金属); 胸针(首饰); 钟; 表	2015/4/21-2025/4/20	申请
39	玛丝菲尔·素	12324833	18	钱包(钱夹); 手提包; 旅行包; 家具用皮装饰; 皮制带子; 伞; 手杖; 宠物服装; 制香肠用肠衣; 动物皮	2014/9/7-2024/9/6	申请
40	MARISFROLG	11948424	18	钱包(钱夹); 手提包; 旅行包; 家具用皮装饰; 皮制带子; 伞; 手杖; 宠物服装; 制香肠用肠衣; 动物皮	2014/6/14-2024/6/13	申请
41	MARISFROLG	11948699	26	服装花边; 发饰品; 衣服装饰品; 服装扣; 拉链; 假发; 缝纫针; 服装垫肩; 亚麻织品标记用数字或字母; 装饰徽章(纽扣)	2014/6/14-2024/6/13	申请
42	MARISFROLG	11950308	9	眼镜; 太阳镜; 眼镜盒; 眼镜架; 防事故、防辐射和防火服装; 电暖衣服; 笔记本电脑; 手提电话; 照相机(摄影); 扬声器音箱;	2014/6/14-2024/6/13	申请

序号	商标样式	注册号	核定类别	核定使用商品	有效期限	取得方式
43	MARISFROLG	11948255	14	未加工或半加工贵金属；首饰盒；小饰物（首饰）；领带夹；装饰品（珠宝）；珠宝首饰；鞋饰品（贵金属）；胸针（首饰）；钟；表	2014/6/14-2024/6/13	申请
44	ZHUCHONGYUN	13076970	25	服装；上衣；裤子；裙子；衬衫；皮制服装；风衣；羽绒服装；童装；婴儿全套衣；游泳衣；体操服；防水服；戏装；足球鞋；鞋（脚上的穿着物）；帽；袜；手套（服装）；围巾；领带；腰带；皮带（服饰用）；浴帽；睡眠用眼罩；婚纱；服装绶带	2015/1/7-2025/1/6	申请
45	ZHUCHONGYUN	13291123	14	未加工或半加工贵金属；首饰盒；小饰物（首饰）；领带夹；装饰品（珠宝）；珠宝首饰；鞋饰品（贵金属）；胸针（首饰）；钟；表	2015/1/7-2025/1/6	申请
46	ZHUCHONGYUN	13291203	18	钱包（钱夹）；手提包；旅行包；家具用皮装饰；皮制带子；伞；手杖；宠物服装；制香肠用肠衣；动物皮	2015/1/14-2025/1/13	申请
47	噢姆	13058114	14	未加工或半加工贵金属；首饰盒；小饰物（首饰）；领带夹；装饰品（珠宝）；珠宝首饰；鞋饰品（贵金属）；胸针（首饰）；钟；表	2015/1/28-2025/1/27	申请
48	AUM	9276605	25	服装；内衣；袜；婚纱；童装；舞衣；帽子；鞋；围巾；腰带	2013/11/14-2022/4/6	受让
49	噢姆	9276569	25	服装；内衣；袜；婚纱；童装；舞衣；帽子；鞋；围巾；腰带	2012/4/7-2022/4/6	受让
50	AUM	13058673	14	未加工或半加工贵金属；首饰盒；小饰物（首饰）；领带夹；装饰品（珠宝）；珠宝首饰；鞋饰品（贵金属）；胸针（首饰）；钟；表	2014/12/28-2024/12/27	申请
51	AUM	13058777	18	钱包（钱夹）；手提包；旅行包；家具用皮装饰；皮制带子；伞；手杖；宠物服装；制香肠用肠衣；动物皮	2014/12/28-2024/12/27	申请
52	AUM	14185300	25	服装；裤子；风衣；皮制服装；衬衫；羽绒服装；裙子；上衣；婴儿全套衣；服装；游泳衣；体操服；戏装；披肩；皮带（服饰用）；修女头巾；服装绶带；十字褙；浴帽；睡眠用眼罩；神父左臂上佩带的饰带	2015/4/28-2025/4/27	申请
53	噢姆	13058201	18	钱包（钱夹）；手提包；旅行包；家具用皮装饰；皮制带子；伞；手杖；宠物服装；制香肠用肠衣；动物皮	2014/12/28-2024/12/27	申请
54	噢姆	13058390	26	服装花边；发饰品；衣服装饰品；服装扣；拉链；假发；缝纫针；服装垫肩；修补纺织用热粘胶布片；亚麻布标记用数字或字母；	2014/12/21-2024/12/20	申请

序号	商标样式	注册号	核定类别	核定使用商品	有效期限	取得方式
55	噢姆	13058437	35	广告；组织商业或广告交易会；特许经营的商业管理；替他人采购(替其它企业购买商品或服务)；替他人推销；为广告或销售组织时装展览；会计；为零售目的在通讯媒体上展示商品；商业橱窗布置；商业场所搬迁	2014/12/28-2024/12/27	申请

注：上表中，第 24 项已提交续展期限申请，并已取得《商标续展申请受理通知书》，截至本招股书签署日尚未取得续展相关的核准文件。第 44 项、45 项、46 项为原为发行人拥有，于 2014 年以协议方式转让给发行人的二级子公司 Krizia International，截止本招股书签署日，所有权人变更已经办理完成。第 47 项至 55 项商标的所有权人为发行人控股子公司深圳玛丝菲尔噢姆服饰有限公司。

截至 2016 年 6 月 30 日，公司及其子公司主营业务在用的境外商标具体情况如下：

序号	商标样式	注册号	核定使用商品类别	取得方式	注册国家	有效期限
1	Marisfrolg	904737	25	受让	韩国 新加坡	2006.7.18-2016.7.18 (注)
2	Marisfrolg	T1007351Z	9、14、18、26、 35	受让	新加坡	2010.6.11-2020.6.11
3	玛丝菲尔	T1007350A	9、14、18、25、 26、35	受让	新加坡	2010.6.11-2020.6.11
4	Marisfrolg	N/051038	9	受让	澳门	2010.12.29-2017.12.29
5	Marisfrolg	N/051037	14	受让	澳门	2010.12.29-2017.12.29
6	Marisfrolg	N/051036	18	受让	澳门	2010.12.29-2017.12.29
7	Marisfrolg	N/051035	25	受让	澳门	2010.12.29-2017.12.29
8	Marisfrolg	N/051034	26	受让	澳门	2010.12.29-2017.12.29
9	Marisfrolg	N/051033	35	受让	澳门	2010.12.29-2017.12.29
10	玛丝菲尔	N/051044	9	受让	澳门	2010.12.29-2017.12.29
11	玛丝菲尔	N/051043	14	受让	澳门	2010.12.29-2017.12.29
12	玛丝菲尔	N/051042	18	受让	澳门	2010.12.29-2017.12.29
13	玛丝菲尔	N/051041	25	受让	澳门	2010.12.29-2017.12.29
14	玛丝菲尔	N/051040	26	受让	澳门	2010.12.29-2017.12.29
15	玛丝菲尔	N/051039	35	受让	澳门	2010.12.29-2017.12.29
16	玛丝菲尔	40-0938351	9	受让	韩国	2012.10.23-2022.10.23
17	玛丝菲尔	40-0939014	14	受让	韩国	2012.10.30-2022.10.30
18	玛丝菲尔	40-0939710	18	受让	韩国	2012.11.5-2022.11.5

序号	商标样式	注册号	核定使用商品类别	取得方式	注册国家	有效期限
19	玛丝菲尔	40-0939715	25	受让	韩国	2012.11.5-2022.11.5
20	玛丝菲尔	40-0939717	26	受让	韩国	2012.11.5-2022.11.5
21	玛丝菲尔	41-0240060	35	受让	韩国	2012.9.13-2022.9.13
22	<b>Marisfrolg</b>	40-0939010	9	受让	韩国	2012.10.30-2022.10.30
23	<b>Marisfrolg</b>	40-0939707	14	受让	韩国	2012.11.5-2022.11.5
24	<b>Marisfrolg</b>	40-0939711	18	受让	韩国	2012.11.5-2022.11.5
25	<b>Marisfrolg</b>	40-0957716	26	受让	韩国	2013.3.11-2023.3.11
26	<b>Marisfrolg</b>	41-0240061	35	受让	韩国	2012.9.13-2022.9.13
27		40-0939012	9	申请	韩国	2012.10.30-2022.10.30
28		40-0938352	14	申请	韩国	2012.10.23-2022.10.23
29		40-0939713	18	申请	韩国	2012.11.5-2022.11.5
30		40-0939716	25	申请	韩国	2012.11.5-2022.11.5
31		40-0939718	26	申请	韩国	2012.11.5-2022.11.5
32		41-0240063	35	申请	韩国	2012.9.13-2022.9.13
33		40-0939011	9	申请	韩国	2012.10.30-2022-10.30
34		40-0939708	14	申请	韩国	2012.11.5-2022.11.5
35		40-0939712	18	申请	韩国	2012.11.5-2022.11.5
36		40-0957714	25	申请	韩国	2013.3.11-2023.3.11
37		40-0957717	26	申请	韩国	2013.3.11-2023.3.11
38		41-0240062	35	申请	韩国	2012.9.13-2022.9.13
39	마리스프롤그	40-0939013	9	申请	韩国	2012.10.30-2022.10.30
40	마리스프롤그	40-0939709	14	申请	韩国	2012.11.5-2022.11.5
41	마리스프롤그	40-0939714	18	申请	韩国	2012.11.5-2022.11.5
42	마리스프롤그	40-0957715	25	申请	韩国	2013.3.11-2023.3.11
43	마리스프롤그	40-0957718	26	申请	韩国	2013.3.11-2023.3.11
44	마리스프롤그	41-0240064	35	申请	韩国	2012.9.13-2022.9.13
45	<b>KRIZIA</b>	1208826	3,9,14,18,25	受让	意大利	2009.2.26-2019.2.26

注：该商标已于 2016 年 4 月 8 日申请续展至 2026 年 7 月 18 日，尚未取得批复。

公司于 2014 年二季度完成对 Krizia International 的收购，收购的资产中包括该品牌使用的“KRIZIA”注册商标。截至 2016 年 6 月 30 日，与该品牌后续经营相关的商标承接、转让工作正在进行中。此外，意大利 Krizia 公司在此前经营该品牌期间，将商标授权给第三方使用，上述授权协议仍在约定的有效期内，将由 Krizia International 承接，具体情况如下：

被许可方	产品	商标	商标使用范围	使用费	期限
MA-GA S.r.l.	女士袜、男士袜、儿童袜	K OF KRIZIA	意大利和欧洲	年交易总额的 10%	2013.11-2017 年春夏季
MIROGLIO FASHION S.r.l.	女士服装：连衣裙、衬衫、裙装、外套、裤装、夹克衫、雨衣	PER TE BY KRIZIA、PER TE TRIKOT by KRIZIA	所有注册国家	年交易总额的 8%	2013.7-2018 年秋冬季
THE FIRST S.p.A.	男士化妆品和香水、女士化妆品和香水、以及个人护理产品，比如沐浴露、须后水等	KRIZIA、KRIZIA UOMO	所有注册国家	2012-2013 年为年交易总额的 7%； 2014 年为年交易总额的 6%； 2015-2017 年为年交易总额的 5%	2011.7-2017 年底

KRIZIA KIDS、KRIZIA TEEN、KRIZIA BABY 商标的授权期已届满，不再续期。

### （三）在建工程

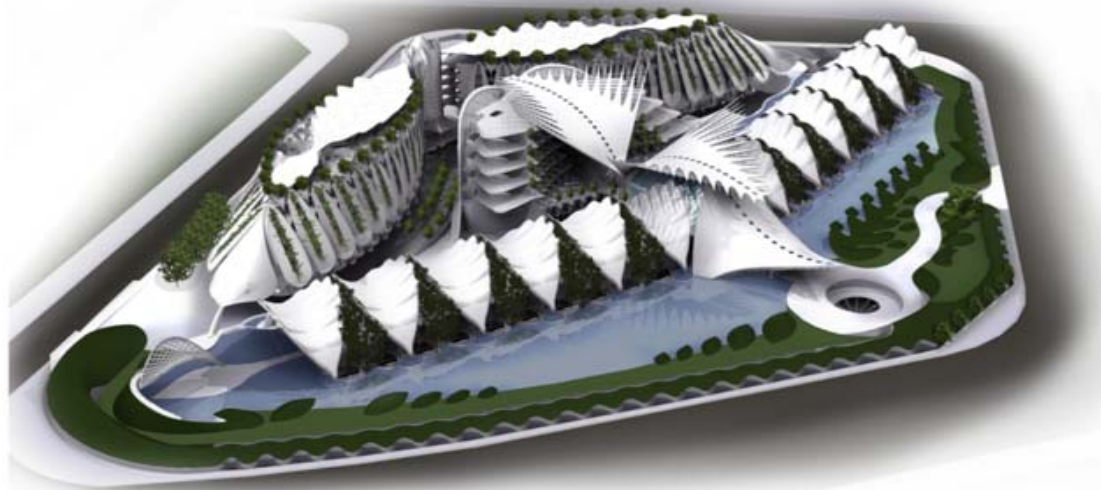
截至 2016 年 6 月 30 日，发行人的主要在建工程情况如下表所示：

序号	物业地址	用途	建筑面积(m <sup>2</sup> )
1	龙华工业园一期	总部运营	30,337.72
2	龙华工业园二期	总部运营	68,788.52

上表中龙华工业园的平面效果图如下所示：



## 公司总部大楼



### （四）公司租赁的房屋及建筑物

#### 1、租赁用房的情况

公司租赁的房屋及建筑物有固定租金和浮动租金两种租赁方式。固定租金方式下，出租方按租赁合同约定的固定金额向作为承租方的公司收取租金。而浮动租金方式下，作为出租方的商场向以分支机构形式开设的公司直营门店定期按销售金额扣取一定比例提成，或按租金与扣取一定比例提成较高者收取费用，该方式是较为普遍的商场与门店之间的租赁结算方式。

截至招股书签署日，公司及下属子公司租赁的房屋及建筑物分类别列示如下：

#### （1）固定租金

序号	地址	面积 (m <sup>2</sup> )	用途	租赁期间	出租人
1	深圳市福田区车公庙天安数码时代大厦副楼 401-408	1,658.52	办公	2016/1/1-2016/12/31	朱崇辉
2	深圳市福田区泰然一路天安高尔夫珑园第6栋 11层 11A	232.5	办公	2016/1/1-2016/12/31	朱崇辉
3	深圳市福田区天祥大厦 2C1-3	274	门店	2016/1/1-2016/12/31	朱崇辉
4	深圳市福田区天祥大厦 2C2-1	142	门店	2016/1/1-2016/12/31	朱崇辉
5	郑州市二七区大学路 8 号郑州二七万达广场购物中心 1 层 1011-A-B/1011-B-A	170.81	门店	2015/8/12-2018/8/11	郑州二七万达广场有限公司
6	宁波市鄞州区四明中路 999 号万达广场 1 楼 1A-19	102.49	门店	2016/4/1-2018/3/31	宁波万达商业广场有限公司
7	呼和浩特市万达广场室内步行街一层 107 号	149.18	门店	2013/11/5-2016/11/4	呼和浩特万达广场投资有限公司

序号	地址	面积 (m <sup>2</sup> )	用途	租赁期间	出租人
8	青岛市李沧区巨峰路 178 号万达广场 1 楼	162.45	门店	2015/9/5-2017/9/4	青岛李沧万达广场投资有限公司
9	泉州市丰泽区宝洲路 689 号浦西万达广场室内步行街 1 楼 1-13 号	231.7	门店	2012/9/29-2017/4/28	泉州浦西万达广场投资有限公司
10	福州市台江区鳌峰路 8 号金融街万达广场室内步行街 1 层 138 B/139	142.2	门店	2014/3/1-2017/2/28	福州万达广场投资有限公司
11	厦门市湖里区仙岳路 4666 号室内步行街 1 楼 160 号商铺	120.12	门店	2014/9/2-2017/9/1	厦门湖里万达广场投资有限公司
12	广州市越秀区起义路 1 号广东海印缤缤广场 1 楼西厅 112 号	58.45	门店	2013/9/1-2016/12/31	广东海印缤缤广场商业市场经营管理有限公司
13	成都市青羊区德盛路 91 号公司大楼楼底铺面	171	门店	2014/5/20-2017/5/19	四川五交化股份有限公司
14	广州市天河城购物中心第二层 239-241 号铺	80.42	门店	2015/4/1-2017/3/31	广东天河城（集团）股份有限公司
15	北京市朝阳区建外大街甲 14 号广播大厦主楼 12 层整层	1,545.53	门店	2013/11/1-2019/10/31	北京广播大厦管理有限责任公司
16	南京市鼓楼区草场门大街 99 号新城市广场 1 楼	340	门店	2015/7/10-2017/7/9	南京新城市商业置业有限公司
17	长沙市开福区中山路 589 号开福万达广场室内步行街二层 2011 商铺	354.43	门店	2015/11/01-2018/10/31	长沙开福万达广场投资有限公司
18	昆明市五华区顺城购物中心 D1-0708 号	272.37	门店	2015/8/1-2017/7/31	昆明顺城若普商贸有限公司
19	郑州市中原区中原万达广场室内步行街一层 1023 号	145.32	门店	2015/11/01-2018/10/27	郑州二七万达广场有限公司
20	深圳市南山区登良路南油天安工业村 1 号厂房 7 楼 705、706 室	177	销售片区办公	2014/4/1-2017/4/30	大南制衣厂（深圳）有限公司
21	杭州市朝晖路施家花园 22 号 504 室	219.95	销售片区办公	2016/6/1-2018/6/15	虞狄新（代管人）
22	成都市天晖中街路 56 号曙光国际大厦 9 楼 21 室	376.53	销售片区办公	2014/1/18-2019/1/17	温数理
23	南昌市中山路 135 号中山名座 1011 室	94.4	销售片区办公	2016/3/1-2017/2/28	何易（代管人）
24	青岛市南区山东路 7 号乙 2 号楼 2 单元 1602 户	89.67	销售片区办公	2016/3/1-2017/2/28	王丽凡
25	西安市莲湖区西大街旭弘家园 2 号 10303 室	161.9	销售片区办公	2016/7/1-2018/6/30	陈海娟
26	长沙市芙蓉区犁头街 2 号 1614 室	142.4	销售片区办公	2015/10/11-2016/10/11	颜福建
27	苏州市东吴北路 181 号 703 室	98.66	销售片区办公	2015/7/1-2017/6/30	张侠
28	无锡市中山路 88-1-1702	134.83	销售片区办公	2015/3/1-2017/2/29	唐翠凤
29	昆明市武成路片区 13 号地块富春大厦 A 幢 6 层 618 室	109.03	销售片区办公	2015/8/1-2017/7/31	刘妍
30	贵阳市合群路 1 号 23-3 室	139	销售片区办公	2014/8/1-2018/8/31	李宗武



序号	地址	面积 (m <sup>2</sup> )	用途	租赁期间	出租人
31	宁波市海曙区大梁街 48 号 2305 室	132	销售片区办公	2016/6/16-2017/6/15	张亚萍
32	南宁市民族大道 139 号 B1 栋 101 室	171	销售片区办公	2016/1/1-2018/12/3	梁志东
33	东莞市莞城区东湖花园 2 座 6E	130	销售片区办公	2012/11/20-2017/11/19	钟凯(代管人)
34	海口市龙昆北路 2 号珠江广场帝晶大厦 12B-F	143.37	销售片区办公	2015/10/1-2016/9/30	王和平(代管人)
35	兰州市东岗西路 685 号春风大厦 706 室	107.22	销售片区办公	2016/4/10-2019/4/9	冯博
36	珠海市石花西路 215 号 21 栋 3103 室	122.58	销售片区办公	2016/6/1-2017/5/31	陈丽娟、苏航
37	乌鲁木齐市西北路 1085 号新关酒店 18A	156.46	销售片区办公	2016/6/14-2017/6/13	谷云涛
38	哈尔滨市南岗区人和街 43-6 号人和小区 A 栋 28 层 3 号	204.46	销售片区办公	2015/12/1-2017/11/30	刘孟迪
39	广州市天河区黄埔大道西路 367 号 2811 室	89.88	销售片区办公	2016/6/15-2017/6/14	徐卫红
40	大连市中山区独立街 19 号 B 座 24 层 8 号	102.33	销售片区办公	2016/9/1-2017/8/31	俞阐华
41	石家庄市广安大街 43 号广安大厦东单元 804 室	137	销售片区办公	2016/6/1-2017/5/31	陈洪亮
42	济南市历下区历山路 175 号历山名郡 16 号楼 3-102	86.3	销售片区办公	2015/11/1-2016/10/31	张晓梅
43	南京市白下区鼎新路一号天安恒隆花园 2 栋一单元 502 室	131.26	销售片区办公	2015/1/1-2017/12/31	刘洪峰、张元生
44	武汉市江汉区青年路 378 号万景国际写字楼 B 座 1605-1606 室	125.26	销售片区办公	2014/5/1-2017/4/30	付艳平
45	武汉市江汉区京汉大道城华庭翠逸阁 A 座 12 层 1201 房	157.46	销售片区办公	2016/1/1-2017/12/31	陆柳柳
46	唐山 72 师家属院 121 楼 4 门 202 室	125	销售片区办公	2016/3/1-2017/2/29	张英
47	天津市河东区新天地家园 7-1-601	106.56	销售片区办公	2015/10/1-2016/9/30	赵欣
48	郑州市纬二路 16 号府苑公寓 1203 室	189.9	销售片区办公	2016/2/1-2017/1/31	师秀琴
49	长春市南昌路 5 号 201 室	82.13	销售片区办公	2016/9/1-2017/8/31	杨玉秋
50	福州市杨桥路 19 号 5#1007 室	186.69	销售片区办公	2015/10/1-2018/9/30	唐锋
51	北京市东城区体育馆路 8 号多功能楼一层	550	办事处	2016/5/20-2017/5/19	中国体育报业总社
52	郑州市纬二路 16 号府苑公寓营业房	31	仓库	2015/1/1-2016/12/31	河南省豫勤实业集团有限公司
53	武昌区水果湖沙湖大道 18 号 K5 地块汉街万达广场 2 层 2030 室	248.72	门店	2015/9/26-2018/9/25	武汉东湖万达精品百货有限公司
54	云南省昆明市五华区顺城街顺城购物中心 E2-12 号	214.39	门店	2015/3/20-2017/3/19	昆明顺城若普商贸有限公司

序号	地址	面积 (m <sup>2</sup> )	用途	租赁期间	出租人
	小计	<b>11,827.83</b>			
55	意大利（米兰省）米兰曼宁-丹尼列 19、21、21A 号	3,345.00	办公	2014/6/10-2020/6/9	M.A.P. S.r.l.
56	意大利（米兰省）米兰史皮卡大道 23 号	593	门店	2014/6/10-2020/6/9	M.A.P. S.r.l.
57	圣朱利亚诺-米拉塞内塞市（MI）伊塞奥大街 2 号和 4 号	2,990.00	仓储	2014/6/10-2020/6/9	M.A.P. S.r.l.
	小计	<b>6,928</b>			
	合计	<b>18,755.83</b>			

注：第 55 项房产的租赁，根据意大利 Carnelutti Studio LegaleAssociato 律师事务所于 2016 年 1 月 22 日出具的《法律意见书》，上述房屋的原业主 M.A.P. S.r.l 已并入 M.M.K. 股份公司，后者已成为所租物业的合法业主，根据 2015 年 10 月 30 日开始生效的租赁协议的规定，它已成为新业主。

第 55、56、57 项房产的租赁，如租赁期限届满前 12 个月，双方未提出异议的，租赁期限将自动延续同一租期，且 Map S.r.l. 放弃对协议首个六年租期届满之续租更新的否定权。

## （2）浮动租金

序号	地址	面积 (m <sup>2</sup> )	用途	租赁期间	出租人
1	深圳市南山区益田假日广场 L2-57 号商铺	241.53	门店	2015/10/21-2018/10/31	深圳市益田假日广场有限公司
2	上海市浦东新区陆家嘴西路 168 号 3F04-05 室	169.39	门店	2015/11/1-2016/10/31	上海帝泰发展有限公司
3	深圳市罗湖区华润中心万象城 375 号商铺	135	门店	2016/3/1-2017/2/28	华润（深圳）有限公司
4	深圳市南山区文心五路 33 号海岸城广场二层第 216-217 号	213	门店	2016/9/1-2018/8/31	深圳市海岸城投资有限公司
5	广州市天河区 383 号太古汇商场裙楼第二层 L228 号商铺	220	门店	2015/4/1-2018/3/31	太古汇（广州）发展有限公司
6	北京市东城区东长安街 1 号东方广场东方新天地商场首层 A201A、AA10 号店铺	511.32	门店	2014/10/1-2017/9/30	北京东方广场有限公司
7	重庆市江北区北城天街 10 号龙湖·北城天街 B1 馆-3F-008 号	196.3	门店	2015/8/15-2017/7/31	重庆龙湖企业拓展有限公司
8	深圳市南山区益田假日广场 L1-16 号商铺	139.66	门店	2015/9/1-2017/8/31	深圳市益田假日广场有限公司
9	上海市徐汇区虹桥路 1 号港汇恒隆广场 330/331 铺位	173	门店	2015/8/25-2018/8/24	上海港汇房地产开发有限公司
10	成都市成华区成都万象城第二层 236 号商铺	292	门店	2014 年 6 月 16 日签署。自该商铺起租日起 3 年，起租日为免租装修期结束之次日，商铺的交付日期为 2014 年 8 月 1 日前，有 40 天的免租装修期	华润置地（成都）发展有限公司
11	重庆市渝中区长江 2 路 174 号龙湖时代天街 B 馆-L2-05	261	门店	2012/11/1-2016/10/31	重庆龙湖恒成地产开发有限公司

序号	地址	面积 (m <sup>2</sup> )	用途	租赁期间	出租人
12	上海市淮海中路 381 号中环广场商场第一层第 101 单元	132	门店	2014/9/30-2016/9/30	上海中环广场房地产有限公司
13	杭州市江干区四季青街道富春路 701 号杭州万象城第 3 层第 3003 号商铺	332	门店	自商铺交付日起 2 年，合同于 2015 年 7 月 1 日签署	华润新鸿基房地产（杭州）有限公司
14	杭州市江干区四季青街道富春路 701 号杭州万象城第 3 层第 3008 号商铺	116	门店	自商铺交付日起 2 年，合同于 2015 年 8 月 20 日签署	华润新鸿基房地产（杭州）有限公司
15	深圳市南山区宝能太古城花园购物中心北区一楼 NL108	232	门店	2016/3/9-2019/3/8	宝能地产股份有限公司
16	南宁市青秀区民族大道 136 号南宁华润中心万象城第 L3 层 315 号商铺	252	门店	2016/7/18-2017/7/17	华润置地（南宁）有限公司
17	上海市静安区延安中路 1218 号静安嘉里中心商场 SB1-20 室	119	门店	自起租日起三年，起租日为装修期届满的次日或开业日当日。合同签署日期为 2013 年 4 月 26 日	上海吉祥房地产有限公司
18	重庆市渝中区邹容路 100 号 L301b 号商铺	356	门店	自交付日起三年，2013 年 8 月 31 日之后交付	重庆时代广场商业有限公司
19	上海南京西路 1038 号梅龙镇广场第 4 层 406-408 号铺位	162.13	门店	2014/9/1-2017/8/31	上海梅龙镇广场有限公司
20	上海市静安区南京西路 1168 号中信泰富广场第二层 225-226 室	160	门店	2015/5/25-2018/5/24	上海中信泰富广场有限公司
21	上海市浦东新区陆家嘴西路 168 号三层 03FL52 室	256.7	门店	2013/10/19-2016/10/18	上海帝泰发展有限公司
22	成都市锦江区红星路国际金融中心商场 L417 号商铺	167	门店	实际场地交付日起三年，根据租赁合同，出租方暂定在 2013 年 6 月 3 日或之后交付租赁场地	龙锦综合开发（成都）有限公司
23	无锡市崇安区人民中路 139 号无锡恒隆广场 3 层 327/328 号铺位	356	门店	2016/8/2-2017/2/1	无锡恒隆地产有限公司
24	北京市朝阳区朝阳北路 101 号朝阳大悦城 1 号商业楼 2F-65 号商铺	95	门店	自商铺交付日起三年，2013.10.31 前交付	北京弘泰基业房地产有限公司
25	厦门市思明区嘉禾路 399 号 SM 新生活广场 A200-201 店铺	233.74	门店	2013/12/1-2016/11/30	厦门 SM 商业城有限公司
26	厦门市思明区嘉禾路 399 号 SM 新生活广场 C206B-207 店铺	135.2	门店	2013/12/10-2016/11/30	厦门 SM 商业城有限公司
27	郑州市二七区华润万象城购物中心 320、321 号商铺	272	门店	自免租装修期结束至次日三年，合同 2012 年 11 月 5 日签署	华润置地（郑州）有限公司
28	郑州市二七区华润万象城购物中心 408 号商铺	178	门店	自免租装修期结束至次日三年，合同 2012 年 12 月 5 日签署	华润置地（郑州）有限公司
29	济南市历下区泉城路 188 号恒隆广场西翼 2 楼 273、275、276 号商铺	168	门店	2016/9/3-2017/9/2	山东恒隆地产有限公司
30	上海市静安区南京西路 1168 号之中信泰富广场商场第三层 317 单元	375	门店	2014/3/1-2017/2/28	上海中信泰富广场有限公司
31	无锡市锡山经济开发区团结中路 3 号荟聚购物中心 L11 层 5-11-30-SU 单元	205	门店	从交付日起 3 年，计划不迟于 2014 年 4 月 28 日前交付，估计承租方 2014 年 6 月 27 日开业	无锡英特宜家置业有限公司
32	无锡市海岸城购物中心 230-232 号房屋	262.88	门店	自交付日期三年（交付日：2013 年 12 月 12 日），合同于 2013	无锡海岸城投资有限公司

序号	地址	面积 (m <sup>2</sup> )	用途	租赁期间	出租人
				年5月25日签署	
33	重庆市九龙坡区重庆华润中心万象城第三层388号商铺	330	门店	自该商铺起租日起三年，起租日为免租装修结束之次日，承租方有90天的免租装修期，自该商铺交付之日起算，根据租赁合同，该商铺的交付日期为2014年5月1日前	华润（重庆）实业有限公司
34	重庆市九龙坡区重庆华润中心万象城第四层413号商铺	158	门店	自该商铺起租日起三年，起租日为免租装修结束之次日，承租方有90天的免租装修期，自该商铺交付之日起算，根据租赁合同，该商铺的交付日期为2014年5月1日	华润（重庆）实业有限公司
35	珠海市珠海大道8号3#楼1层C1025\C1026\C1027号商铺	495	门店	2014/8/21-2017/9/19	珠海华福商贸发展有限公司
36	上海市徐汇区虹桥路1号港汇恒隆广场403A铺位	59	门店	2016/3/1-2017/2/28	上海港汇房地产开发有限公司
37	无锡市滨湖区金石路88号无锡万象城第2层51、53号商铺	375	门店	租期自商铺装修期届满之次日起三年，商铺暂定于2013年12月1日交付，60日的装修期自商铺交付之日起	华润新鸿基房地产（无锡）有限公司
38	成都市成华区成都万象城第三层330号商铺	169	门店	自该商铺起租日起3年，起租日为免租装修期结束之次日，商铺的交付日期为2014年8月1日之前，有40天的免租装修期	华润置地（成都）发展有限公司
39	南宁市青秀区民族大道136号南宁华润中心万象城第L4层435号商铺	162	门店	2016/9/14-2017/09/15	华润置地（南宁）有限公司
40	宁波市江北区大庆南路99号来福士广场L2层L235号	139.57	门店	2015/1/29-2018/01/28	宁波新鄞房地产开发有限公司
41	青岛市市南区华润中心万象城L316/L317号商铺	238	门店	自商铺交付日起3年，交付日为开业前30日。合同签署日为2014年9月1日	华润置业（山东）有限公司
42	青岛市市南区华润中心万象城L309号商铺	158	门店	自商铺交付日起3年，交付日为开业前30日。合同签署日为2014年9月1日	华润置业（山东）有限公司
43	苏州市苏州工业园区唯亭阳澄环路969号215121“Suzhou Village”C4单元	285	门店	自租金起算日起为期五年。租金起算日为下述时间中较早者：1. 装修期届满后第一日，或2. 承租人开业经营之日。承租人应不晚于2014年10月16日在单元开业经营。	唯泰精品购物村（苏州）有限公司
44	苏州市工业园区现代大道1699号苏州印象城第2层编号2026商铺	371.03	门店	2014/12/5-2018/1/4	苏州深国投商用置业有限公司
45	厦门市思明南路177号之40、41中华城A2地块C区二楼2046、2047号店面	291	门店	2015/4/16-2019/4/15	厦门市融坤商贸发展有限公司
46	珠海市九洲大道西2023号富华里中心之1-101/102/103号商铺	391.68	门店	2015/4/11-2020/4/10	珠海市永福通房地产开发有限公司

序号	地址	面积 (m <sup>2</sup> )	用途	租赁期间	出租人
					司
47	珠海市九洲大道西 2023 号富华里中心之 6-102/103 号商铺	183.36	门店	2015/4/11-2020/4/10	珠海市永福通房地产开发有限公司
48	常州新北万达广场内购物中心室内步行街一层 1038 号商铺	145.46	门店	2014/11/25-2017/9/9	常州新北万达广场投资有限公司
49	赣州市章贡区长征大道 1 号九方购物中心一层 L113	111.59	门店	2014/12/11-2017/12/31	赣州中航房地产发展有限公司
50	赣州市章贡区华润中心万象城 281 号商铺	285	门店	自交付日起 3 年，应于 2014 年 1 月 30 日前签署	华润置地（赣州）有限公司
51	厦门市思明南路 177 号之 6 中华城 A2 地块 C 区三楼 3007 号店面	172	门店	2015/8/1-2019/7/31	厦门市融坤商贸发展有限公司
52	大连市沙河区高尔基路 667 号 1 层 3 号 01 层 92 号	137	门店	2015/7/15-2017/7/14	大连凯锦商用设施经营管理有限公司
53	上海南京西路 1038 号梅龙镇广场第 3 层 310 号铺	160.87	门店	2014/9/1-2017/8/31	上海梅龙镇广场有限公司
54	珠海市珠海大道 8 号 2#楼 1 层 B1021	250	门店	2015/5/1-2018/5/31	珠海华发购物中心经营有限公司
55	重庆市江北区洋河路 10 号龙湖·北城天街 B1 馆-2F-019、020、028、029 号	145	门店	2014/12/15-2016/12/31	重庆龙湖企业拓展有限公司
56	北京市颐堤港商场第 L233 号单元	160	门店	自交付日起 36 个月，交付日为 2015 年 3 月 18 日	北京麟联置业有限公司
57	厦门市思明区思明南路 175 号之 42 中华城 A2 地块 C 区二楼 2048 号店面	209	门店	2015/4/16-2019/4/15	厦门市融坤商贸发展有限公司
58	泸州市江阳区泸州万象汇 L132 号商铺	216	门店	自该商铺起租日起算 3 年零 45 天，起租日为免租装修期结束之次日，如此时万象汇尚未对外开业，则起租日为万象汇对外营业之日起。对外营业日应不迟于 2015 年 11 月 6 日	泸州华润置地商业管理有限公司
59	深圳市罗湖区蔡屋围京基金融中心裙楼自用商业 3 层 01303 号商铺	212	门店	2015/11/3-2016/11/2	深圳市京基房地产股份有限公司
60	上海浦东新区国际旅游度假村：“Shanghai Village”O1 单元	419	门店	自租金起算日开始为期 5 年	唯泰精品购物村（上海）有限公司
61	武汉市武昌区水果湖横路 3 号东湖万达广场 2 层	229	门店	2015/9/26-2018/9/25	武汉东湖万达精品百货有限公司
62	武汉市武昌区水果湖横路 3 号武汉东湖万达广场 3 层	163	门店	2015/9/26-2018/8/31	武汉东湖万达精品百货有限公司
63	陕西省西安市碑林区环城南路 336 号世纪金花商场一层经营一部国际精品区 104#	147	门店	2016.01.20-2018.01.19	西安世纪金花珠江时代广场购物有限公司
64	上海市东新区祝桥镇卓耀 58 弄一层 E1&E2	408	门店	2016.03.01-2021.02.28	上海毅明商业有限公司
65	温州市瓯海温瑞大道 999 号温州万象城二楼 L216 号	355	门店	2016.03.15-2019.04.29	华润置地森马实业（温州）有限

序号	地址	面积 (m <sup>2</sup> )	用途	租赁期间	出租人
					公司
66	温州市瓯海温瑞大道 999 号温州万象城三楼 L315 号	199	门店	2016.03.15-2019.04.29	华润置地森马实业（温州）有限公司
67	新加坡贝弗兰道滨海湾金沙购物中心 #B2-25	233	门店	2014/1/16-2019/1/17	Marina Bay Sands Pte Ltd
68	2 Orchard Turn #03-11 Ion Orchard, Singapore	107	门店	2015/7/24-2018/7/23	Orchard Turn Retail Investment Pte Ltd
69	澳门氹仔路金光大道望德圣母湾大马路威尼斯人酒店大运河购物中心 3 楼 2619 铺	228.82	门店	2014/9/1-2017/8/31	Venetian Cotai Limited
70	澳门氹仔路金光大道望德圣母湾大马路威尼斯人酒店大运河购物中心 3 楼 2627 铺	92	门店	2015/9/1-2018/8/31	Venetian Cotai Limited
71	澳门路氹连贯公路澳门金光大道金沙城中心金沙广场 2 楼 2031b 铺	139.4	门店	2015/10/1-2018/9/30	Venetian Cotai Limited
	合计	<b>16,016.63</b>			

## 2、租赁房屋产权是否清晰

上述以固定租金方式租赁的房产中，第 5-10、12-13、41-42、46、48、51-54 共计 16 处房屋的出租人无法提供房产证，合计租赁面积 2,270.59 平方米，占发行人以固定租金方式租赁用房面积的 14.77%。

上述以浮动租金方式租赁的房产中，均为公司及子公司在商场设立的直营门店，未办理店柜的独立产权证书，出租方也未提供商场整体的房屋产权证书。

上述房屋的出租人没有或无法提供出租房屋的产权证明文件，存在租赁行为被认定无效的风险。上述房屋主要用作发行人的办公场所或销售门店，面积较小，若因相关房屋的产权原因而无法继续租赁，可及时找到替代性房产，对正常业务的影响较小。

上述固定租金租赁房产中，第 46 项房产出租人提供了军队产权证明。截至招股书签署日，未有其他有权第三方提出质疑；第 27、28、47 项房产出租人提供了共有产权证明，但未提供共有产权人出租该房屋的书面同意。截至招股书签署日，共有产权人对租赁关系未提出质疑；第 21 项租赁合同出租人签署人为房产代管人，该房产代管人已取得房屋所有权人的书面授权；第 23、33、34 项租赁合同出租人签署人为该房产代管人，但未提供房屋所有权人对该房产代管人的

书面授权，截至招股书签署日，未有房屋产权人对房屋租赁提出质疑。发行人依据租赁协议可以正常使用上述 8 处固定租金租赁房产。

### 3、租赁是否合法合规

上述以固定租金方式租赁的房产中第 5-7、9-13、18、21-23、25-31、34-44、46-54 项合计 39 项租赁合同未办理房屋租赁登记备案手续，合计租用面积 6,167.53 平方米，占发行人全部境内固定资金形式租赁用房面积的 52.14%。

上述以浮动租金方式租赁的房产中，均为公司及子公司在商场设立的直营门店，除 13-15 项房产外，出租方未办理租赁备案手续。

根据我国现行《商品房屋租赁管理办法》第十四条第一款之规定，“房屋租赁合同订立后三十日内，房屋租赁当事人应当到租赁房屋所在地直辖市、市、县人民政府建设（房地产）主管部门办理房屋租赁登记备案”，第二十三条之规定，“违反本办法第十四条第一款、第十九条规定的，由直辖市、市、县人民政府建设（房地产）主管部门责令限期改正；个人逾期不改正的，处以一千元以下罚款；单位逾期不改正的，处以一千元以上一万元以下罚款”，故而对于对上表所列部分租赁合同未办理房屋租赁登记备案的情况，发行人存在被主管部门处以罚款的法律风险。

自上述未进行房屋租赁登记备案手续的租赁合同签署至今，发行人未曾收到相关主管部门责令限期改正的通知，亦未因该不规范行为受到相关主管部门的处罚，若未来相关主管部门责令公司限期改正的，发行人保证将积极协调并尽力促成出租方与发行人共同依法办理房屋租赁登记备案手续。

综上，上述房屋主要用作发行人的办公场所或销售门店，面积较小。若因相关房屋的租赁备案原因而无法继续租赁，可及时找到替代性房产，对正常业务的影响较小。同时，鉴于对于未依法办理房屋租赁登记备案手续的情况，主管部门需先责令限期改正，当事人逾期不予改正时方可处以罚款且罚款金额较小，对发行人的正常生产经营不会造成实质影响，上述部分租赁合同未办理房屋租赁登记备案手续的情况不会对本次发行上市构成实质性障碍。

经核查，保荐机构认为：发行人租赁的房屋主要用途为办公、销售门店、销售片区办公及仓库，是发行人日常经营所需场所的一部分。（1）其中部分租赁房屋存在未能提供房屋产权证书、出租方与产权人不一致及租赁合同未办理备案手续的瑕疵。若因相关房屋的产权原因而无法继续租赁，可及时找到替代性房

产，对正常业务的影响较小；（2）其中部分租赁房屋未办理房屋租赁登记备案手续，发行人未曾因此收到相关主管部门责令限期改正的通知，亦未因该不规范行为受到相关主管部门的处罚，对发行人的正常生产经营不会造成实质影响，因此不会对本次发行上市构成实质性障碍。

经核查，发行人律师认为：发行人租赁的部分房屋存在出租人未能提供房屋产权证书、出租方与产权人不一致及租赁合同未办理备案手续的瑕疵，但鉴于报告期内该等情形并未对发行人使用该等租赁房屋造成实质影响，且发行人的控股股东及实际控制人已连带作出承诺，愿意承担该等瑕疵给发行人导致的所有经济损失。因此，该等情形不会对发行人的持续生产经营造成重大不利影响，也不会对本次发行上市构成实质障碍。

#### （五）公司拥有的特许经营权情况

2013年4月19日，公司在广东省经济和信息化委员会完成商业特许经营备案，备案号为0440300111300069号。公司与所有加盟商均签署了《特许经营合同》，以合同形式将公司的注册商标、门店形象设计、门店经营管理方法与技术等经营资源授予加盟商有偿使用。公司与加盟商签订特许经营权合同的情况参见本招股书“第十五节 其他重要事项 二、重大合同”。

截至本招股说明书签署日，本公司及其子公司不存在取得他人特许经营授权的情况。

### 六、公司的技术与研发情况

#### （一）公司的设计、研发情况

##### 1. 研发机构设置

公司研发机构由设计中心和技术中心组成，其组织结构如下：





设计中心下设七个部门，其中 MF 设计工作室（Marisfrolg 女装）、SU 设计工作室（MASFER.SU 女装）、MDC 设计工作室（MDC 品牌）、ZCY 设计工作室（ZhuChongYun 女装）、男装设计工作室（MARISFROLG 男装），各设计工作室相互独立，具备完整的企划、设计开发、定版职能，分别负责各自品牌的服装类产品的全部设计工作，开发部负责为上述设计部门提供服装面料的开发。箱包鞋饰品设计部独立承担箱包鞋饰品类产品的设计、开发。

此外，“AUM”品牌的设计工作则由噢姆的设计师独立完成，主要包括梭织、针织、羽绒、皮衣及配饰设计部门。“Krizia”品牌的设计由 Krizia International 的设计部门独立完成。

## 2. 设计师团队的基本情况

截至 2016 年 6 月 30 日，公司的设计师团队共计 281 人。其中公司本部主要设计师及助理人员 55 人，皮革制品设计人员 28 人，品牌形象设计人员 21 人，技术中心 112 人，噢姆主要设计师及助理人员 29 人，技术中心 20 人。Krizia International 设计及相关工作人员 16 人。

公司的设计师团队经过十余年的品牌女装运营实践，充分理解亚洲女性体型特征、审美观念的前提下，着力为客户提供轻松、自信的穿着体验。关于公司设计能力的竞争优势请参见招股书本节“三、发行人的行业地位”。

为达到设计上的创新，设计师在企划阶段即与采购中心合作，与面料供应商共同开发出符合设计意图的，具备独特质地、印花、工艺的面料，尽可能完美的实现设计构想，并得到了客户群体的认可。公司设计师不定期前往欧洲、美国

等地时装之都，参与国际时装界主要活动，从专业角度获得时装面料及成衣设计最新的时尚信息，并及时将其融入到公司的产品设计之中，在为中国市场提供国际化的流行元素的同时，逐步形成独特的品牌设计风格。

为持续保持优秀的设计能力，公司重视内部设计研发人员的培养，制定针对研发人员的奖励措施、薪酬体系，营造良好的设计研发环境，为设计研发人员提供广阔的发展平台。同时，通过收购“AUM”、“Krizia”品牌，公司的产品在设计风格上将更加多元化，不同细分风格的设计间相互借鉴，融合，设计师团队获得了更丰富和更加国际化的视野，有利于公司多品牌战略的实施。

### 3. 设计、研发投入情况

报告期内公司加大对研发费用的投入，具体情况如下：

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
研发投入	3,490.31	5,017.64	3,964.89	3,281.58
营业收入	104,270.86	247,989.57	220,822.53	184,883.13
占比	3.35%	2.02%	1.80%	1.77%

### 4. 设计研发的未来规划

多品牌战略的延伸发展及产品线的扩充要求发行人储备更高的设计研发能力。基于多年设计研发经验的积累，发行人在强化现有品牌和优化产品结构的同时，以差异化竞争获取细分市场的份额。未来发行人将拓展设计展示中心，提升设计方面的硬件及人才的水准，优化设计研发制度、产品创意、产品设计体系。

## （二）公司的安全生产及环保情况

### 1. 安全生产情况

公司的主营业务不涉及高危险行业，生产业务主要是将采购的面辅料加工为成品，生产设备主要为行业通用的裁剪、缝纫及熨烫等设备。

公司制定了安全生产管理制度，设立安全生产委员会，实行总经理负责制，在具体的生产单位成立安全生产领导小组，各机楼（房）、生产班组选配一名不脱产的安全员，共同组成安全生产的逐级责任制度，从设备、工程建设、场所、电信线路、易燃易爆物品管理、个人防护用品及职业危害等几个方面实施了全面的安全生产管理。报告期内，公司未发生过重大安全生产事故。

深圳市福田区安全生产监督管理局于 2014 年 2 月 13 日出具了《安全生产情况证明表》，认为玛丝菲尔“自 2011 年 1 月 1 日至 2014 年 1 月 31 日，未因违反安全生产法律法规而受到我局行政处罚，我局也未接到有关该公司发生安全生产事故的报告。”

深圳市福田区安全生产监督管理局于 2014 年 3 月 28 日出具了《安全生产情况证明表》，认为玛丝菲尔噢姆服饰“自 2013 年 5 月 13 日至 2014 年 1 月 31 日，未因违反安全生产法律法规而受到我局行政处罚，我局也未接到有关该公司发生安全生产事故的报告。”

深圳市南山区安全生产监督管理局于 2014 年 3 月 5 日出具了《关于深圳阿卡特时装有限公司安全生产守法情况的说明》，认为：“2011 年 1 月 1 日至 2014 年 1 月 31 日，该公司在我区管辖范围内无违反安全生产相关法律法规受到我局行政处罚的记录。”

惠州市安全生产监督管理局于 2014 年 3 月 24 日，出具了《关于惠州市明佳豪实业有限公司安全生产情况的函》和《关于惠州市艺都实业有限公司安全生产情况的函》，认为两家公司：“自 2011 年 1 月 1 日至 2014 年 1 月 31 日，没有因安全生产违法行为而受到惠州市安全生产监督管理部门处罚的记录。”

## 2. 环保情况

公司主营业务属于轻工业，在生产过程中不涉及废气、废水的排放。

深圳市人居环境委员会于 2014 年 4 月 2 日出具了《关于深圳玛丝菲尔时装股份有限公司等公司环保守法情况的证明》，认为：“经审查，深圳玛丝菲尔时装股份有限公司、深圳阿卡特时装有限公司、深圳市恩情投资发展有限公司、深圳市博睿财智控股有限公司、深圳玛丝菲尔噢姆服饰有限公司自 2011 年 1 月 1 日至 2014 年 1 月 31 日未发生环境污染事故和环境违法行为；现阶段未对环境造成污染，已达到国家和地方规定的环保要求”。2014 年 8 月 4 日，深圳市人居环境委员会出具了《关于深圳玛丝菲尔时装股份有限公司等公司环保守法情况的证明》，认为：“经审查，深圳玛丝菲尔时装股份有限公司、深圳阿卡特时装有限公司、深圳玛丝菲尔噢姆服饰有限公司自 2014 年 1 月 1 日起至 2014 年 6 月 30 日未发生环境污染事故和环境违法行为；现阶段未对环境造成污染，已达到国家和地方规定的环保要求”。

惠州市惠阳区环境保护局于2014年5月30日出具了《关于惠州市艺都实业有限公司/惠州市明佳豪实业有限公司的情况说明》，认为两家公司“自2011年5月至今我局未有其行政处罚的记录”。

### （三）公司主要产品的质量控制情况

#### 1. 原材料采购质量控制

公司对于原材料采购制定并实施了严格的质量控制制度。

（1）在供应商管理方面，公司制定了供应商开发、准入评审、开展业务、考核分级的流程。采购中心首先收集供应商基本的工商信息、人员信息、产品信息、工厂信息，并由采购中心的评审小组对上述信息进行初步评审，必要时进行实地考察。经分析筛选后，采购中心会同设计中心，与经评审合格的供应商开展合作，并对合作期间供应商的公司规模、产品质量、开发能力、工艺水平、品质保障、价格水平、交货期、服务水平和管理水平进行综合考核，每年度进行评分，根据评分结果，分别做出优先采购、正常采购、不预支订金采购、暂停采购一年、予以淘汰的决定。同时，公司制定了《采购价格管理制度》、《采购合同管理制度》、《交期控制管理制度》、《品质控制流程》等内控制度并有效执行。

（2）在面辅料采购管理方面，公司制定并实施了《面、辅料采购程序规范》，以控制面辅料看样、订货、运输、进仓的全部采购业务环节。对于所有面料，公司在签订采购合同前均将样品送交广东省及深圳市级第三方检验机构按照国家标准进行检测，检验机构出具合格检验报告的，方与供应商签订购货合同。

#### 2. 生产质量控制

在生产环节，公司制定了《产品编码规定》、《面、辅料编码规定》、《质量管理目标及手册》、《安全生产管理制度》、《大货生产作业规范》、《检验检测实验设备管理制度》、《工厂作业管理》等质量控制制度，对自制生产、委托加工及成品定制进行管理。公司生产环节主要执行以下51项标准规范：

序号	服装类别	标准规范
1	连衣裙、裙套	FZ/T81004-2012
2	单、夹服装	FZ/T81007-2012
3	女西服、大衣	GB/T2665-2009
4	男、女西裤	GB/T2666-2009
5	皮革服装	QB/T1615-2006

序号	服装类别	标准规范
6	羽绒服装	GB/T14272-2011
7	针织裙套	FZ/T73026-2014
8	针织休闲服装	FZ/T73020-2012
9	丝绸服装	GB/T18132-2008
10	毛皮服装	QB/T2822-2006
11	牛仔服装	FZ/T81006-2007
12	棉服装	GB/T2662-2008
13	衬衫	GB/T2660-2008
14	风衣	FZ/T81010-2009
15	礼服	FZ/T81015-2008
16	水洗整理服装	GB/T22700-2008
17	针织牛仔服装	FZ/T73032-2009
18	毛革服装	QB/T2856-2007
19	人造毛皮	FZ/T81009-2014
20	针织拼接服装	GB/T26385-2011
21	针织人造革	FZ/T73028-2009
22	毛针织品	FZ/T73018-2012
23	低含毛混纺及仿毛针织品	FZ/T73005-2012
24	亚麻针织品	FZ/T73015-2009
25	针织工艺衫	FZ/T73010-2008
26	羊绒针织品	FZ/T73009-2009
27	羊绒及羊毛针织品	Q/MSFE002-2015
28	围巾、披肩	FZ/T81012-2006
29	羊绒机织围巾、披肩	FZ/T24011-2010
30	背包、提包	QB/T1333-2010
31	皮鞋	QB/T1002-2005
32	皮凉鞋	GB/T22756-2008
33	丝绸围巾	FZ/T43014-2008
34	皮腰带	QB/T1618-2006
35	针织帽子	FZ/T73002-2006
36	缝制（梭织）帽子	FZ/T82002-2006
37	日用皮手套	QB/T1584-2005
38	毛皮围巾、毛皮披肩	QB/T2954-2008
39	仿真配饰品	Q/MSFE001-2015
40	袜子	FZ/T73001-2008
41	太阳镜	QB2457-1999
42	针织袜套	FZ/T73030-2009
43	休闲鞋、雪地鞋	QB/T2955-2008
44	针织围巾、披肩	FZ/T73042-2011
45	针织配饰品	FZ/T73044-2012
46	乙烯-醋酸乙烯酯共聚物（EVA）拖鞋和凉鞋	QB/T2977-2008
47	橡塑凉、拖鞋	HG/T3086-2011
48	手袋企标	Q/MSFE003-2014
49	时尚包	Q/MSFE004-2015
50	灯芯绒服装	FZ/T81019-2014

序号	服装类别	标准规范
51	钢勾心	GB 28011-2011

注：GB 国家强制标准；GB/T 为国家标准；FZ/T 为服装行业推荐性标准；QB/T 为轻工类推荐性标准；HG/T 为化工行业推荐性标准；Q/MSFE 为公司自定标准。

除在采购环节对面料进行省、市级第三方检测外，公司对部分成衣也一并送交上述机构检测，检测项目包括：规格尺寸、外观（感官要求、辅料与配件、缝制要求、外观质量）、标准标签、染色牢度（耐水、耐汗渍、耐干摩擦）、纤维成分含量、游离甲醛、异味等。

对于自制生产中的裁剪、缝制等重要岗位，公司聘用并培养了一批技术熟练的工作人员。生产工人流动性较小，保障了公司自制生产产品质量的稳定性。

对于委托加工及成品定制，公司派遣员工长驻对方生产场所，依据《大货生产作业规范》及双方签订的合同，对生产的每个环节逐一监督。成品需经过严格检验，合格率达到公司确定的标准后方确认收货，以确保和自制生产的制造水平保持一致。

### 3. 售后质量控制

在售后服务方面，公司提供衣物护理、整形熨烫、局部修色等七项人性化服务，并为了保护消费者权益并提高客户满意度，根据国家相关法规，制定并实施了《售后服务三包办法》。对售出的服饰类产品及饰品类产品，在规定时间内如发现质量问题，公司分别给予免费维修，退换货等服务。

### 4. 直营店及加盟店装修质量控制

直营店及加盟店作为直接面向消费者的销售平台，发挥了品牌形象展示的重要作用。随着消费者对购物体验的要求日益提高，门店装修的升级换代日益频繁。公司一直以来十分重视门店的装修管理，制定了一系列严格的内部控制制度，包括《设计工作流程及施工图注意事项》、《装修材料及施工基本要求》、《道具管理流程》、《照明产品识别和使用手册》、《装饰工程竣工验收评分细则》、《工程结算流程》等，详细规范了与门店装修相关的作业流程，包括现场测量、设计出图、道具下单、施工监督、竣工验收等环节。例如，竣工验收环节设立了天花板、墙体、地面、道具及其他 5 个大项目 38 个小项 80 条评分标准，通过逐一检查，确保向消费者提供优质、舒适的购物环境。

深圳市市场监督管理局分别对玛丝菲尔、阿卡特、噢姆开具证明，认为该等公司报告期内没有违反市场监督管理有关法律法规的记录。

惠州市惠阳区工商行政管理局分别对艺都、明佳豪、恒龙、龙益出具证明，认为该等公司报告期内没有违反工商行政管理法律法规的记录。

## 七、公司境外经营情况

业务规模扩大后，公司开始尝试进入国际市场，积累相应的运营经验，为品牌国际化奠定基础，同时为国际化运营储备相应的人才。截至本招股书签署日，公司分别在韩国、新加坡及中国香港、澳门特别行政区设立了 4 家全资一级子公司和 1 家二级子公司，在意大利设立了 1 家全资二级子公司。

其中在韩国、新加坡、澳门特别行政区设立的子公司是目前境外直营店的经营主体。具体情况如下：

序号	门店名称	经营主体	成立日期
1	韩国首尔乐天本店（注）	玛丝菲尔时装（韩国）有限公司	2011.9.20
2	新加坡滨海湾金沙购物中心店	玛丝菲尔（新加坡）时装有限公司	2010.6.21
3	Ion Orchard 购物中心店		
4	澳门大运河购物中心店	玛丝菲尔（澳门）时装一人有限公司	2009.4.20
5	澳门金沙城中心金沙广场店	噢姆（澳门）服饰一人有限公司	2015.9.29

注：该门店已于 2016 年 6 月关闭

除上述经营主体外，发行人于 2014 年 1 月在香港特别行政区设立了玛丝菲尔时装（香港），并由其收购 Krizia International 的全部股权，此次收购于 2014 年 6 月完成，Krizia International 正逐步开展业务。境外子公司最近一年的简要财务数据请参见本招股书“第五节 发行人基本情况 五、发行人控股及参股公司情况（一）发行人全资及控股子公司”。

除上述情形之外，发行人不存在中国大陆以外的其他子公司、分公司或办事机构。

## 第七节 同业竞争与关联交易

### 一、发行人独立运行情况

公司整体变更设立后，严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，在资产、人员、财务、机构、业务等方面与现有股东完全分开，具有独立、完整的资产和业务，具备独立面向市场自主经营的能力。

#### （一）资产完整

本公司是由玛丝菲尔有限整体变更设立。公司拥有业务经营所需的完整的生产设备、厂房、专有技术和商标使用权，具备完整的采购、生产和销售系统及配套设施。公司资产权属清晰、完整，不存在对控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的依赖情况。

#### （二）人员独立

本公司设立专门的人力资源部，独立管理与人员相关的劳动、薪酬等工作。董事、监事以及经理、财务总监及董事会秘书等高级管理人员均未在控股股东、实际控制人控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，专职在本公司工作并领取薪酬。公司的财务人员直接独立受聘于发行人，不存在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业兼职和领取报酬的情形。

#### （三）财务独立

本公司独立核算，自负盈亏，独立开设银行账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况。截至报告期末，本公司独立支配自有资金，不存在资金或其他资产被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用而损害公司利益的情况。本公司同时设立了独立的财务部门，建立了规范的会计核算体系，制定了相应的财务管理制度和内部审计制度，独立聘用财务人员。

#### （四）机构独立

本公司依据《公司法》、《上市公司股东大会规则》、《上市公司章程指



引》及玛丝菲尔《公司章程》等相关法律、法规及规章，依法设立了股东大会、董事会、监事会等决策和监督机构，并根据公司经营需要，设立了设计中心、采购中心、产品制造中心、市场发展中心等完整的组织架构，分工明确、合作有效，各机构与各股东完全分开、不存在合署办公、混合经营的情况。

### （五）业务独立

本公司的主营业务为高端时装的设计、生产及销售，具备独立完整的设计、采购、生产及销售体系，能够独立开展日常经营活动。公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公允的关联交易。

保荐机构认为，公司在资产、人员、财务、机构和业务等方面的内容披露真实、准确、完整。

## 二、同业竞争情况

### （一）关于同业竞争情况的说明

本公司主营业务为高端时装的设计、生产及销售，产品主要包括上衣、裤子、裙子、外套、饰品等。自设立以来，公司主营业务未发生变更。

#### 1. 发行人与控股股东、实际控制人不存在同业竞争

本次发行前后，公司控股股东均为深圳恩情，实际控制人均为朱崇恽、姚建华夫妇。

截至本招股书签署日，公司的控股股东深圳恩情的经营范围为兴办实业（具体项目另报）；国内商业、物资供销业（不含专营、专买、专控商品）。截至本招股书签署日，深圳恩情除持有发行人 91.98% 的股权、海南博睿传媒 56% 的股权和辽宁萃兮华都商业发展有限公司 12.47% 的股权外，未实际从事其他生产经营活动，与发行人之间不存在同业竞争。

截至本招股书签署日，发行人的实际控制人朱崇恽、姚建华夫妇控制的其他企业的基本情况如下表：

序号	与实际控制人关系	公司名称	注册资本/ 合伙出资额	实际控制人任职		主营业务
				朱崇恽	姚建华	
1	控制	深圳市恩情投资发展有限公司	3,300.00 万元	董事长	董事	股权性投资

序号	与实际控制人关系	公司名称	注册资本/ 合伙出资额	实际控制人任职		主营业务
				朱崇恽	姚建华	
2	控制	深圳市博睿财智控股有限公司	1,000.00 万元	董事	董事长	股权性投资
3	控制	RICHFUL FOREST LIMITED	156.25 万美元	-	董事	股权性投资及管理咨询
4	控制	TRUECOLOR INVESTMENTS LIMITED	5 万美元	-	董事	股权性投资及管理咨询
5	控制	UNITED WISE INVESTMENT LIMITED	1 万港币	董事	-	股权性投资及管理咨询
6	控制	深圳市博睿创业投资有限公司	5,000.00 万元	-	监事	创业投资、创业投资咨询
7	控制	深圳钦舟实业发展有限公司	34,375.00 万元	-	执行（常务）董事	房地产开发、销售；日用百货等
8	控制	深圳市现代厨坊餐饮管理有限公司	1,000.00 万元	董事	董事长	餐饮管理、西餐制售等
9	控制	上海又一会餐饮有限公司	50.00 万元	-	-	大型饭店（含熟食卤味）
10	控制	深圳市扒工房餐饮有限公司	100.00 万元	-	-	西餐制售
11	控制	深圳市蓝玛赫欢乐海岸餐饮有限公司	50.00 万元	-	-	西餐制售
12	控制	上海扒工房餐饮管理有限公司	100.00 万元	董事	-	餐饮管理、酒店管理
13	控制	合肥市蓝玛赫餐饮有限公司	100.00 万元	-	-	中型餐馆
14	控制	上海青莲房地产开发有限公司	5,000.00 万元	-	-	房地产开发经营
15	控制	海南博睿传媒投资有限公司	1,250.00 万元	董事长	董事	报业的投资管理及发行
16	控制	武汉新晟实业有限公司	5,000.00 万元	-	-	计算机及配件、建筑料件等
17	控制	深圳市睿远投资管理企业（有限合伙）	2,400.86 万元	执行事务合伙人	有限合伙人	股权投资、企业管理咨询等
18	控制	深圳市崇远投资管理企业（有限合伙）	2,484.22 万元	执行事务合伙人	有限合伙人	股权投资、企业管理咨询等
19	控制	深圳市华睿财智投资管理企业（有限合伙）	1,919.05 万元	执行事务合伙人	有限合伙人	股权投资、企业管理咨询等
20	控制	海口美清文化传播有限公司	100 万元	-	-	广告设计和制作
21	控制	河源华崇投资发展有限公司	200 万元	-	-	酒店管理等
22	控制	上海德逸物业管理有限公司	100 万元	-	-	物业管理等

有关以上企业的具体情况详见本招股书“第五节 发行人基本情况 六、实际控制人、发起人和主要股东情况（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业”。

此外，报告期内，发行人实际控制人姚建华曾经于 2012 年 9 月至 2013 年 9 月期间控制东百集团，2013 年 9 月之后由于第二大股东增持以及姚建华控制的深圳钦舟实业转让其持有的股份，导致姚建华对东百集团由控制变为参股。有关东百集团的具体情况详见本招股书“第五节 发行人基本情况 六、实际控制人、发起人和主要股东情况（四）实际控制人在报告期内曾经控制的企业”。东百集团的主营业务为零售商业百货，与发行人不构成同业竞争。

综上，发行人控股股东、实际控制人及其控制的其他公司未从事服装有关业务，因此，与发行人不存在同业竞争。

## 2. 报告期内曾受实际控制人控制但已整合和注销的主体或企业

### （1）报告期内注销或整合的分支机构和个体工商户

①报告期内注销或整合的分支机构和个体工商户的基本情况、后续处理及原因

1999-2009 年，为快速获取优质商铺以拓展当地营销网络，朱崇恂、姚建华夫妇以个人名义或口头委托公司员工及其亲属，设立了一些分支机构和个体工商户从事服装销售业务。这些分支机构和个体工商户均在 2009 年以前成立，当时尚未明确以发行人作为上市主体。

2011 年，在确定玛丝菲尔为上市主体之后，保荐机构进场对实际控制人控制的分支机构和个体工商户进行了仔细排查，并提出集中主业以避免同业竞争的建议；随后，实际控制人通过关停等方式对上述分支机构和个体工商户进行了清理与整合。其中，对于已经停业不再从事服装销售业务的分支机构和个体工商户，直接采用注销方式进行清理；对于尚在从事服装销售业务的分支机构和个体工商户，其门店由玛丝菲尔设立分支机构予以承接，原主体予以注销。

具体情况如下表所示：

序号	名称	类别	成立时间	负责人	注销前经营状况	后续处理方式
1	深圳市嘉缘实业有限公司幸福廊时装屋	分支机构	1999 年 2 月 8 日	姚建华	停业	注销
2	深圳市嘉缘实业有限公司地王幸福廊	分支机构	1999 年 2 月 11 日	姚建华	停业	注销

序号	名称	类别	成立时间	负责人	注销前经营状况	后续处理方式
	时装屋					
3	深圳市恩情实业有限公司玛丝菲尔时装商店	分支机构	1996年5月27日	朱崇恽	停业	注销
4	深圳市恩情实业有限公司时装厂	分支机构	1996年12月24日	朱宇枫	停业	注销
5	深圳市恩情实业有限公司睿时装屋	分支机构	1999年2月5日	朱崇恽	停业	注销
6	深圳市恩情实业有限公司北京分公司	分支机构	1999年7月19日	彭律兵	歇业	工商局出说明
7	深圳市恩情实业有限公司丑孃专卖店	分支机构	2000年7月31日	朱崇恽	停业	注销
8	深圳市恩情投资发展有限公司玛丝菲尔专卖店	分支机构	2001年4月12日	姚建华	正常经营	注销，由深圳玛丝菲尔时装股份有限公司万象城专卖店承接
9	深圳市恩情实业有限公司北京新东安丑娘服装专卖店	分支机构	2001年7月24日	朱崇恽	歇业	工商局出说明
10	深圳市恩情投资发展有限公司北京销售分公司	分支机构	2002年5月13日	朱崇恽	正常经营	注销，由深圳玛丝菲尔时装股份有限公司北京东城专卖店承接
11	深圳市恩情投资发展有限公司厦门世贸商城分店	分支机构	2002年7月5日	郭朝查	停业	注销
12	深圳市恩情投资发展有限公司北京市玛丝菲尔服装专卖店	分支机构	2003年3月10日	朱崇恽	正常经营	注销，由深圳玛丝菲尔时装股份有限公司北京分公司承接
13	深圳市恩情投资发展有限公司上海淮海路专卖店	分支机构	2008年1月10日	朱崇恽	正常经营	注销，由深圳玛丝菲尔时装股份有限公司上海中环广场专卖店承接
14	深圳市福田区玛丝菲尔服装中心城店	个体工商户	2007年6月18日*	朱崇恽	停业	注销
15	深圳市福田区玛丝服装店	个体工商户	2007年7月27日	高沛晴	停业	注销
16	深圳市南山区海岸玛服装店	个体工商户	2007年12月17日	高沛晴	正常经营	注销，由深圳玛丝菲尔时装股份有限公司海岸城专卖店承接
17	深圳市南山区海岸素服装店	个体工商户	2007年12月17日	高沛晴	停业	注销
18	广东素时装店	个体工商户	2009年3月11日	朱崇恽	正常经营	注销，由深圳玛丝菲尔时装股份有限公司广州缤缤专卖店承接
19	成都市青羊区玛丝菲尔服装专卖店	个体工商户	2001年11月19日	姚建华	正常经营	注销，由深圳玛丝菲尔时装股份有限公司成都草市街专卖店承接

截至招股书签署日，相关主体的清理与整合工作已基本完成，具体情况如下

表所示：

序号	名称	处置情况	工商注销时间
1	深圳市嘉缘实业有限公司幸福廊时装屋	注销完成	2011年12月15日
2	深圳市嘉缘实业有限公司地王幸福廊时装屋	注销完成	2011年12月15日
3	深圳市恩情实业有限公司玛丝菲尔时装商店	注销完成	2012年2月24日
4	深圳市恩情实业有限公司时装厂	注销完成	2012年2月24日
5	深圳市恩情实业有限公司睿时装屋	注销完成	2012年2月21日
6	深圳市恩情实业有限公司北京分公司	歇业状态	不适用（注）
7	深圳市恩情实业有限公司丑孃专卖店	注销完成	2012年2月21日
8	深圳市恩情投资发展有限公司玛丝菲尔专卖店	注销完成	2012年7月31日
9	深圳市恩情实业有限公司北京新东安丑娘服装专卖店	歇业状态	不适用（注）
10	深圳市恩情投资发展有限公司北京销售分公司	注销完成	2016年3月22日
11	深圳市恩情投资发展有限公司厦门世贸商城分店	注销完成	2012年7月11日
12	深圳市恩情投资发展有限公司北京市玛丝菲尔服装专卖店	注销完成	2013年3月18日
13	深圳市恩情投资发展有限公司上海淮海路专卖店	注销完成	2012年11月20日
14	深圳市福田区玛丝菲尔服装中心城店	注销完成	2011年9月7日
15	深圳市福田区玛丝服装店	注销完成	2011年9月19日

序号	名称	处置情况	工商注销时间
16	深圳市南山区海岸玛服装店	注销完成	2012年3月22日
17	深圳市南山区海岸素服装店	注销完成	2012年3月2日
18	广东素时装店	注销完成	2012年2月27日
19	成都市青羊区玛丝菲尔服装专卖店	注销完成	2012年4月20日

注：深圳市恩情实业有限公司北京分公司、深圳市恩情实业有限公司北京新东安丑娘服装专卖店吊销已满10年，吊销至今没有实际经营，当地工商部门和深圳恩情已就相关情况分别出具说明。

## ②存续期间是否存在重大违法违规

根据工商资料以及实际控制人朱崇恽、姚建华夫妇出具的声明，上述分支机构和个体工商户在其存续期间不存在重大违法违规事项。

此外，深圳恩情获得深圳市市场监督管理局出具的守法证明，证明报告期各期该公司没有违反市场监督管理有关法律法规的记录。

## （2）报告期内注销或整合的公司

确认玛丝菲尔为上市主体后，实际控制人报告期内对其控制下的公司进行了清理和整合。具体情况如下：

公司名称	工商注销时间	曾从事业务
阿卡特时装	-	服装生产
慧维时装	2013年9月27日	服装生产
美利景制衣	2013年12月30日	服装生产
博睿设计	2013年9月27日	装饰设计
博睿软件	2013年9月27日	软件开发

注：除阿卡特时装成为发行人的全资子公司继续存续外，其余主体均已注销，注销后与发行人不存在同业竞争。

阿卡特时装的具体情况参见本招股书“第五节 发行人基本情况 五、发行人控股及参股公司（一）发行人全资及控股子公司”。其余公司的具体情况参见本招股书“第五节 发行人基本情况 六、实际控制人、发起人和主要股东情况（五）报告期内注销的实际控制人控制的企业”。

## 3. 实际控制人其他对外投资情况及其近亲属的投资企业情况

### （1）实际控制人对外财务性投资

截至2016年8月25日，公司实际控制人朱崇恽、姚建华夫妇及其控制的企业合计持有国内上市公司雅戈尔集团股份有限公司（股票代码：600177，以下简称“雅戈尔”）4.88%的股份。雅戈尔的经营范围有“服装制造”、“针纺织

品”，根据其公开披露资料，其主营业务为品牌服装经营和地产开发，与发行人的经营范围和主营业务存在相同或相似之处。

经核查：（1）朱崇恂和姚建华直接和间接持有雅戈尔的股份均系通过股票二级市场购买所得，属于财务性投资，并无收购、控制或重大影响雅戈尔的意图；

（2）朱崇恂和姚建华未在雅戈尔担任任何职务，未曾参与雅戈尔的经营决策及管理，持股比例亦无法对雅戈尔的生产经营产生重大实质影响。

因此，虽然雅戈尔从事服装相关业务，但实际控制人对其投资属于二级市场的财务性投资，与发行人不构成同业竞争。

## （2）实际控制人近亲属投资的企业

截至本招股书签署日，公司实际控制人之一朱崇恂之弟朱宇枫控股的群山服饰主要从事童装业务。具体情况如下：

朱宇枫与其亲友于 2012 年 4 月 5 日成立群山服饰，现注册资本和实收资本均为 100 万元，其中朱宇枫持有该公司 50.00% 股权，朱宇枫之妻郑环宇持有该公司 39.40% 的股权，郑凯持有该公司 0.60% 的股权，吴家儿持有该公司 10.00% 的股权。群山服饰地址为深圳市南山区沙河西路 3011 号白沙物流公司仓库之二 6 楼 Q 区；经营范围为服装设计及销售；国内贸易（不含专营、专控、专卖商品）。服装的加工生产。

截至 2016 年 7 月 30 日，群山服饰及朱宇枫控制的个体工商户共有门店 17 家，经营规模较小。

群山服饰的业务运营和管理系统均独立于玛丝菲尔，两家公司的业务目标客户群不存在重合。此外，童装业务使用的面料与女装存在较大差异。因此，群山服饰与玛丝菲尔之间不存在同业竞争。

朱宇枫除上述投资外，还通过公司股东华睿财智间接持有公司股份，其占华睿财智的收益分配比例为 2.86%。

2014 年 3 月 15 日，朱宇枫、群山服饰已就避免同业竞争问题做出说明和承诺，参见本招股书本节之“二、同业竞争情况（二）关于避免同业竞争的承诺”。

综上所述，截至本招股书签署日，发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争或潜在的同业竞争。

## （二）关于避免同业竞争的承诺

### 1. 控股股东的承诺

为避免未来可能发生的同业竞争，控股股东深圳恩情作出如下承诺：“

（1）本公司及本公司控制的其他企业未经营或从事任何在商业上对发行人及其所控制的公司构成直接或间接同业竞争的业务或活动；

（2）本公司及本公司控制的其他企业在今后的任何时间不会以任何方式经营或从事与发行人及其所控制的公司构成直接或间接竞争的业务或活动；

（3）凡本公司及本公司控制的其他企业有任何商业机会可从事、参与或入股任何可能会与发行人及其所控制的公司生产经营构成竞争的业务，本公司及本公司控制的其他企业会将上述商业机会让予发行人或采用任何其他可以被监管部门所认可的方案，以最终排除本公司及本公司控制的其他对该等商业机会所涉及资产/股权/业务之实际管理、运营权，从而避免与发行人形成同业竞争的情况。

（4）本公司愿意对违反上述承诺而给发行人造成的经济损失承担全部赔偿责任，且若本公司违反上述承诺，本公司自愿在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺之日起，停止在发行人处分红，同时本公司持有的发行人股份将不得转让，若转让的，则转让所得归发行人所有，直至按上述承诺采取相应措施并实施完毕时为止。”

### 2. 实际控制人的承诺

为避免未来可能发生的同业竞争，实际控制人朱崇恂、姚建华夫妇作出如下承诺：“

（1）本人（包括本人及本人直系亲属控制的企业）目前没有、将来也不会经营或从事任何在商业上对发行人及其所控制的公司构成直接或间接同业竞争的业务或活动；

（2）若发行人今后从事新的业务领域，本人（包括本人及本人直系亲属控制的企业）在今后的任何时间将不会以控股方式或以其他拥有实际控制权的方式，从事与发行人新的业务领域有直接竞争的业务活动；

（3）凡本人（包括本人及本人直系亲属控制的企业）在今后任何时间有任何商业机会可以控股方式，或以其他拥有实际控制权的方式从事可能会与发行人

及其所控制的公司生产经营构成竞争的业务，本人（包括本人及本人直系亲属控制的企业）会将上述商业机会让予发行人或采用任何其他可以被监管部门所认可的方案，以最终排除本人（包括本人及本人直系亲属控制的企业）对该等商业机会所涉及资产/股权/业务之实际管理、运营权，从而避免与发行人形成同业竞争的情况；

（4）本人朱崇恽、姚建华愿意对违反上述承诺而给发行人造成的经济损失承担全部赔偿责任，且若本人违反上述承诺，本人自愿在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺之日起，停止在发行人处领取薪酬或津贴，且本人控制的深圳市恩情投资发展有限公司停止在发行人处分红，同时本人直接或间接持有的发行人股份将不得转让，若转让的，则转让所得归发行人所有，直至按上述承诺采取相应措施并实施完毕时为止。”

### 3、实际控制人之弟朱宇枫的承诺

实际控制人之一朱崇恽之弟朱宇枫为避免群山服饰与玛丝菲尔之间的同业竞争，于2014年3月15日作出如下承诺：

“（1）群山服饰经主管部门登记的经营范围为服装设计及销售；国内贸易（不含专营、专控、专卖商品）；玛丝菲尔经主管部门登记的经营范围为许可经营项目：生产经营各类服装、饰品、手提包及鞋、帽。一般经营项目：从事上述产品、及服装面料、辅料、陈列道具和展示道具的批发、零售、进出口及相关配套服务业务（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理及其他专项规定管理的商品，按国家有关规定办理申请）；经济信息咨询、以特许经营方式从事商业活动。

群山服饰自成立以来实际的经营范围一直为婴幼儿服饰及童装的设计、生产和销售，而玛丝菲尔不涉及此类服装的设计、生产及销售，群山服饰实际的经营范围、产品类别及客户群体与玛丝菲尔存在显著不同。

群山服饰及朱宇枫同时承诺：今后在任何时间不会以任何方式实际经营或从事与玛丝菲尔及其所控制的公司构成直接或间接竞争的业务或活动。



（2）群山服饰自成立以来独立运营，未与玛丝菲尔在设计、采购、生产和销售等方面共用资源，群山服饰及朱宇枫同时承诺：今后在任何时间不会以任何方式与玛丝菲尔在设计、采购、生产和销售等方面共用资源。

（3）群山服饰自成立以来未与玛丝菲尔之间发生过关联交易，群山服饰及朱宇枫同时承诺：今后将尽量避免同玛丝菲尔之间发生关联交易，若确属无法避免之关联交易，群山服饰及朱宇枫亦将确保该等关联交易按照市场公允价格进行。

（4）朱宇枫承诺：本人及本人配偶控制的其他企业（如有）也将严格遵守上述声明与承诺。”

### 三、关联方与关联交易

#### （一）关联方和关联关系

截至本招股说明书签署日，根据《公司法》、《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第1号—招股说明书》、《企业会计准则》、《深圳证券交易所股票上市规则》等规范性文件的有关规定，本公司的关联方及其与本公司关联关系如下：

#### 1. 持有发行人 5%以上股份的股东和实际控制人

深圳恩情为持有发行人 5%以上股份的股东，其持有公司 33,940.25 万股股份，占公司发行前总股本的 91.98%，为公司的控股股东。朱崇辉、姚建华夫妇为公司的实际控制人。

关于公司股东和实际控制人的基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况 六、实际控制人、发起人和主要股东情况”。

#### 2. 控股股东、实际控制人控制及重大影响的其他企业

截至招股说明书签署日，实际控制人控制的企业如下表所示：

序号	关联方名称	关联关系
1	深圳市恩情投资发展有限公司	控股股东，实际控制人直接持股 100%
2	海南博睿传媒投资有限公司	实际控制人间接持股 76%
3	深圳市博睿财智控股有限公司	实际控制人直接持股 100%
4	RICHFUL FOREST LIMITED	实际控制人间接持股 100%
5	TRUECOLOR INVESTMENTS LIMITED	实际控制人间接持股 100%
6	UNITED WISE INVESTMENT LIMITED	实际控制人间接持股 100%
7	深圳市博睿创业投资有限公司	实际控制人间接持股 100%

序号	关联方名称	关联关系
8	深圳钦舟实业发展有限公司	实际控制人间接持股 100%
9	深圳市现代厨坊餐饮管理有限公司	实际控制人直接持股 15%，间接持股 85%
10	武汉新晟实业有限公司	实际控制人间接持股 80%
11	上海又一会餐饮有限公司	实际控制人间接持股 100%
12	深圳市扒工房餐饮有限公司	实际控制人间接持股 100%
13	深圳市蓝玛赫欢乐海岸餐饮有限公司	实际控制人间接持股 100%
14	上海扒工房餐饮管理有限公司	实际控制人间接持股 100%
15	合肥市蓝玛赫餐饮有限公司	实际控制人间接持股 51%
16	上海青莲房地产开发有限公司	实际控制人间接持股 60%
17	深圳市睿远投资管理企业（有限合伙）	发行人股东，实际控制人朱崇恽女士为普通合伙人和执行事务合伙人
18	深圳市崇远投资管理企业（有限合伙）	发行人股东，实际控制人朱崇恽女士为普通合伙人和执行事务合伙人
19	深圳市华睿财智投资管理企业（有限合伙）	发行人股东，实际控制人朱崇恽女士为普通合伙人和执行事务合伙人
20	河源华崇投资发展有限公司	实际控制人直接持股 94%
21	海口美清文化传播有限公司	实际控制人间接持股 60%
22	上海德逸物业管理有限公司	实际控制人间接持股 60%

以上关联方的基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况 六、实际控制人、发起人和主要股东情况（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业”。

2014年12月17日，深圳恩情与沈阳市异空间房产置业有限公司签订《股权转让协议》，双方约定由沈阳市异空间房产置业有限公司将其截至协议签订之日对辽宁萃兮华都商业发展有限公司未出资的25%股权全部转让给深圳恩情，并于2014年12月25日完成工商变更登记手续。2015年，辽宁萃兮华都商业发展有限公司增资引入新股东黑龙江奇力体育用品销售有限公司，深圳恩情持有辽宁萃兮华都商业发展有限公司的股权比例下降至12.47%。

### 3. 报告期内控股股东、实际控制人曾经控制的企业

报告期内控股股东、实际控制人曾经控制的企业如下表所示：

序号	曾经控制的企业	关联关系	现状
1	深圳市博睿软件有限公司	实际控制人间接持股 100%	已注销
2	深圳博睿空间设计有限公司	实际控制人间接持股 70%	已注销
3	UNITED WISE INVESTMENT (MACAU) LIMITED	实际控制人直接持股 98% 实际控制人间接持股 2%	已注销
4	美利景制衣（深圳）有限公司	实际控制人间接持股 100%	已注销
5	深圳慧维时装有限公司	实际控制人间接持股 100%	已注销
6	福建东百集团股份有限公司及其下属子公司（注）	实际控制人直接持股 1.78%，间接持股 3.35%	存续

注：报告期内与发行人发生关联交易的东百集团子公司有：福建东方百货管理有限公司、福建东方百货群升购物中心有限公司（2013 年被福建东百元洪购物广场有限公司吸收合并，并新设立福建东百元洪购物广场有限公司福州群升分公司持续经营）、福建东百元洪购物广场有限公司、福建东百红星商业广场有限公司。

以上关联方的基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况 六、实际控制人、发起人和主要股东情况（四）和（五）”。

#### 4. 发行人的子公司

##### （1）发行人现有子公司

截至本招股书签署日，发行人拥有 9 家全资一级子公司、1 家全资二级子公司、1 家全资三级子公司、1 家控股一级子公司及 1 家控股二级子公司，具体如下所示：

序号	名称	与本公司关系
1	深圳阿卡特时装有限公司	全资一级子公司
2	惠州市明佳豪实业有限公司	全资一级子公司
3	玛丝菲尔（韩国）时装有限公司	全资一级子公司
4	玛丝菲尔（新加坡）时装有限公司	全资一级子公司
5	玛丝菲尔（澳门）时装一人有限公司	全资一级子公司
6	玛丝菲尔时装（香港）有限公司	全资一级子公司
7	深圳玛丝菲尔噢姆服饰有限公司	控股一级子公司，直接持股比例为 80%
8	Krizia International S.R.L	全资二级子公司
9	噢姆（澳门）服饰一人有限公司	控股二级子公司，间接持股比例为 80%
10	深圳玛丝菲尔设计集合有限公司	全资一级子公司
11	深圳玛丝菲尔设计研发中心有限公司	全资一级子公司
12	克芮绮亚时装（中国）有限公司	全资三级子公司
13	深圳玛丝菲尔素时装有限公司	全资一级子公司

上述子公司的基本情况请参见本招股书“第五节 发行人基本情况 五、发行人控股及参股公司情况”。

##### （2）报告期内注销的子公司

公司名称	工商注销时间
杭州恩情贸易有限公司	2013 年 1 月 23 日
深圳市益之田时装有限公司	2013 年 3 月 29 日
惠州市艺都实业有限公司	2014 年 11 月 7 日
惠州市恒龙商贸有限公司	2016 年 7 月 4 日
惠州市龙益商贸有限公司	2016 年 7 月 4 日

上述子公司的具体情况请参见本招股书“第五节 发行人基本情况 五、发行人控股及参股公司情况（二）报告期内注销的发行人子公司”。

## 5. 本公司合营、联营企业

本公司无合营企业、联营企业。

## 6. 发行人的董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员

发行人的董事、监事与高级管理人员的基本情况及其兼职情况详见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”。实际控制人朱崇辉之弟朱宇枫通过公司股东华睿财智间接持有公司 10 万股股份，其控股的群山服饰目前主要从事童装业务。具体情况详见本招股书本节“二、同业竞争情况（一）关于同业竞争情况的说明 3、实际控制人其他对外投资情况及其近亲属的投资企业情况”。群山服饰与发行人之间不存在关联交易。

经核查，截至本招股书签署日，除本招股书披露的任职情况之外，发行人的董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员不存在在其他单位或组织担任董事、监事、高级管理人员的情形或控制其他单位或组织的情形。

### （二）关联交易情况

#### 1. 经常性关联交易情况

##### （1）购销商品、提供和接受劳务的关联交易

##### ①采购商品/接受劳务的关联交易

关联方	关联交易类型及内容	关联交易定价原则及决策程序	2016年1-6月（万元）	2015年（万元）	2014年（万元）	2013年（万元）
深圳市蓝玛赫欢乐海岸餐饮有限公司	接受劳务	市场协商价	19.93	12.04	13.47	24.44

##### ②出售商品/提供劳务的关联交易

关联方	关联交易类型及内容	2016年1-6月（万元）	2015年（万元）	2014年（万元）	2013年（万元）
福建东百红星商业广场有限公司	商品销售	141.52	96.22	-	-
福建东百集团股份有限公司	商品销售	466.73	1,435.24	1,442.72	1,272.96
福建东百元洪购物广场有限公司	商品销售	75.91	149.49	275.15	160.81
福建东方百货管理有限公司	商品销售	411.37	865.26	790.89	853.79
福建东方百货群升购物中心有限公司	商品销售	-	-	-	442.29
深圳市蓝玛赫欢乐海岸餐饮有限公司	商品销售	-	-	1.93	10.24
深圳市扒工房餐饮有限公司	商品销售	-	-	-	1.17

##### （2）关联租赁

## ①关联租赁情况

报告期内，本公司未作为出租人与关联方发生租赁事项，但本公司及下属子公司作为承租方向朱崇辉等关联方租赁物业作为生产经营场所。

## A. 2013 年度关联租赁情况

出租方名称	承租方名称	租赁资产	租赁起始日	租赁终止日	租赁费定价依据	年度确认的租赁费（万元）
朱崇辉	本公司	时代大厦副楼401-408	2012年3月1日	2013年2月28日	市场协商价	38.43
朱崇辉	本公司	时代大厦副楼401-408	2013年3月1日	2014年2月28日	市场协商价	192.16

## B. 2014 年度关联租赁情况

出租方名称	承租方名称	租赁资产	租赁起始日	租赁终止日	租赁费定价依据	本期确认的租赁费（万元）
朱崇辉	本公司	时代大厦副楼401-408	2013年3月1日	2014年2月28日	市场协商价	38.47
朱崇辉	本公司	时代大厦副楼401-408	2014年3月1日	2014年9月30日	市场协商价	154.41
朱崇辉	本公司	时代大厦副楼401-408	2014年10月1日	2015年12月31日	市场协商价	69.66
朱崇辉	本公司	天祥大厦2C1-3	2014年10月1日	2015年12月31日	市场协商价	6.99
朱崇辉	本公司	天祥大厦2C2-1	2014年3月1日	2015年2月28日	市场协商价	14.91
朱崇辉	本公司	天安高尔夫珑园第6栋一座11层11A号房	2014年1月1日	2014年12月31日	市场协商价	24.00

## C. 2015 年度关联租赁情况

出租方名称	承租方名称	租赁资产	租赁起始日	租赁终止日	租赁费定价依据	本期确认的租赁费（万元）
朱崇辉	本公司	时代大厦副楼401-408	2014年10月1日	2015年12月31日	市场协商价	278.63
朱崇辉	本公司	天祥大厦2C1-3	2014年10月1日	2015年12月31日	市场协商价	27.95
朱崇辉	本公司	天祥大厦2C2-1	2014年3月1日	2015年2月28日	市场协商价	2.98
朱崇辉	本公司	天祥大厦2C2-1	2015年3月1日	2015年12月31日	市场协商价	14.91
朱崇辉	本公司	天安高尔夫珑园第6栋一座11层11A号房	2015年1月1日	2015年12月31日	市场协商价	24.00

## D. 2016 年 1-6 月关联租赁情况

出租方名称	承租方名称	租赁资产	租赁起始日	租赁终止日	租赁费定价依据	本期确认的租赁费（万元）
朱崇恽	本公司	时代大厦副楼401-408	2016年1月1日	2016年12月31日	市场协商价	142.00
朱崇恽	本公司	天祥大厦2C1-3	2016年1月1日	2016年12月31日	市场协商价	19.41
朱崇恽	本公司	天祥大厦2C2-1	2016年1月1日	2016年12月31日	市场协商价	10.22
朱崇恽	本公司	天安高尔夫珑园第6栋一座11层11A号房	2016年1月1日	2016年12月31日	市场协商价	13.04

②关联交易是否充分披露，关联交易的程序完备性、交易价格公允性；关联租赁是否影响公司的资产完整性

**A. 关联交易是否充分披露**

上述关联租赁交易已经充分披露了发行人报告期内的关联租赁交易。

**B. 关联租赁的程序完备性**

上述关联租赁交易履行了相应的程序，包括：

a. 公司第一届董事会第十五次会议审议通过了《关于租赁公司实际控制人朱崇恽个人房产的议案》，对关联租赁行为予以审批；

b. 第一届董事会第十九次会议、2014年第二次临时股东大会审议通过了《关于确认公司近三年（2011年-2013年）关联交易合法性及公允性的议案》，对发行人2011-2013年的关联租赁行为予以追加确认；

c. 第一届董事会第二十一次会议、2014年第四次临时股东大会审议通过了《审议公司2014年度日常关联交易事项的议案》；

d. 第一届董事会第二十四次会议、2014年年度股东大会审议通过了《关于预计2015年度日常关联交易的议案》，对发行人2015年的关联租赁行为予以事前审批；

e. 第二届董事会第五次会议、2015年年度股东大会审议通过了《关于预计2016年度日常关联交易的议案》，对发行人2016年的关联租赁行为予以事前审批；

f. 独立董事对报告期内的关联交易发表了以下意见：公司章程中关于关联交易的决策程序符合现行法律、法规及规范性文件的规定；公司报告期内发生的重大关联交易公允合理，审议程序符合公司章程规定，关联交易的发生有其必要

性，不存在通过关联交易操纵利润的情形，不存在损害公司利益及其他股东利益的情况。

### C. 关联租赁价格公允性

公司关联租赁涉及房产与独立第三方的同类建筑物的租赁参考案例对比如下表所示：

关联租赁			参考案例（注 5）		
房产位置	面积（m <sup>2</sup> ）	租金水平（元/ m <sup>2</sup> /月）	房源编号及房产位置	建筑面积（m <sup>2</sup> ）	租金水平（元/ m <sup>2</sup> /月）
时代大厦副楼 401-408	1,658.52	116、133、140、145（注 1）	房源编号：182711330；高区（共 26 层）	1,135	170
			房源编号：186715128；高区（共 26 层）	1,019.2	149
			房源编号：185512848；高区（共 26 层）	1,019.2	149
天祥大厦 2C1-3	274	85、120（注 2）	房源编号：188123441；中区（共 13 层）	258	138
			房源编号：186018689；低区（共 10 层）	256	120
天祥大厦 2C2-1	142	105、120（注 3）	房源编号：187946574；中区（共 12 层）	190	110
			房源编号：188122991；中区（共 13 层）	190	138
天安高尔夫珑园第 6 栋一座 11 层 11A 号房	233	86、94.37（注 4）	房源编号：188137679；高层（共 32 层）	248	104.84
			房源编号：188137626；中层（共 30 层）	248	137.10
			房源编号：187942941；低层（共 36 层）	245	106.12

注 1：2010 年 3 月-2014 年 2 月为 116 元/ m<sup>2</sup>/月，2014 年 3 月-2014 年 9 月为 133 元/ m<sup>2</sup>/月，2014 年 10 月-2015 年 12 月为 140 元/ m<sup>2</sup>/月，2016 年 1 月-2016 年 12 月为 145 元/ m<sup>2</sup>/月，系根据市价水平正常上浮。

注 2：2014 年 10 月-2015 年 12 月为 85 元/ m<sup>2</sup>/月，2016 年 1 月-2016 年 12 月为 120 元/ m<sup>2</sup>/月，系根据市价水平正常上浮。

注 3：2014 年 3 月-2015 年 12 月为 105 元/ m<sup>2</sup>/月，2016 年 1 月-2016 年 12 月为 120 元/ m<sup>2</sup>/月，系根据市价水平正常上浮。

注 4：2014 年 1 月-2015 年 12 月为 86 元/ m<sup>2</sup>/月，2016 年 1 月-2016 年 12 月为 94.37 元/ m<sup>2</sup>/月，系根据市价水平正常上浮。

注 5：房屋参考信息来自于搜房网的数据搜索。

综合面积、租金水平来看，公司与关联方的房屋租赁价格是参考当时的市场价格协商确定，且公司与关联方发生的房屋租赁交易金额较小，不存在利益输送和损害公司利益的情形。

### D. 关联租赁是否影响公司的资产完整性

截至本招股书签署日，上述关联租赁的物业用途和面积如下：

出租方名称	承租方名称	租赁资产	用途	租赁面积（平方米）
朱崇辉	发行人	时代大厦副楼 401-408	部门办公	1,658.52

出租方名称	承租方名称	租赁资产	用途	租赁面积（平方米）
朱崇辉	发行人	天祥大厦 2C1-3	玛丝菲尔旗舰店	274
朱崇辉	发行人	天祥大厦 2C2-1	噢姆旗舰店	142
朱崇辉	发行人	天安高尔夫珑园第 6 栋一座 11 层 11A 号房	部门办公	232.50

发行人租用的天祥大厦物业，主要用于经营玛丝菲尔深圳旗舰店。截至 2016 年 6 月 30 日，发行人开设的直营店铺为 683 家，上述关联租赁的房产不构成发行人的核心在用资产。

发行人租用的时代大厦副楼和天安高尔夫珑园主要用于办公用途。随着公司业务不断发展，部分部门已经逐渐迁往位于龙华大浪的公司总部。预计 2016 年公司剩余部门陆续搬往龙华大浪后，办公用途关联租赁将进一步减少。

## 2. 偶发性关联交易

### （1）关联担保情况

担保方	被担保方	担保金额（万元）	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
朱崇辉、姚建华	本公司、噢姆	2,200 (注)	2016 年 6 月 2 日	保证书签署之日起至银行收到终止通知后满一（1）个日历月之日止的期间	否
朱崇辉、姚建华	本公司	26,000.00	2016 年 1 月 22 日	自单笔授信业务起始日起至该笔债务履行期限届满日后两年止	否
朱崇辉、姚建华	本公司	40,000.00	2015 年 10 月 16 日	从本合同生效日起至主合同下每笔贷款或其他融资或银行受让的应收债权的到期日或每笔垫款的垫款日另加两年	否
朱崇辉、姚建华	本公司	35,000.00	2015 年 11 月 5 日	主合同约定的主债权发生期间届满之日起两年	否
朱崇辉、姚建华	本公司	30,000.00	2015 年 10 月 26 日	本合同生效日起至主合同下各具体授信的债务履行期限届满之日后两年	否
朱崇辉、姚建华	本公司	2,200 (注)	2015 年 6 月 23 日	保证书签署之日起至银行收到终止通知后满一（1）个日历月之日止的期间	是
深圳恩情	本公司	1,870 (注)	2014 年 11 月 10 日	保证书签署之日起至银行收到终止通知后满一（1）个日历月之日止的期间	是
朱崇辉、姚建华	本公司	1,100 (注)	2014 年 10 月 13 日	保证书签署之日起至银行收到终止通知后满一（1）个日历月之日止的期间	是
朱崇辉、姚建华	本公司	35,000.00	2014 年 6 月 6 日	本合同确定的主债权发生期间届满之日起两年	是
朱崇辉、姚建华	本公司	50,000.00	2014 年 4 月 30 日	自单笔授信业务起始日起	是



担保方	被担保方	担保金额 (万元)	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
				至该笔债务履行期限届满日后两年止	
朱崇辉、姚建华	本公司	30,000.00	2014年3月1日	从本合同生效日起至主合同项下各具体授信的债务履行期限届满之日后两年	是
朱崇辉、姚建华	本公司	50,000.00	2013年4月18日	自单笔授信业务的主合同签订之日起至债务人在该主合同项下的债务履行期限届满之日后两年止	是
朱崇辉、姚建华	本公司	20,000.00	2013年3月14日	主合同约定的债务人债务履行期限届满之日起三年	是
朱崇辉、姚建华	本公司	30,000.00	2012年8月1日	从合同生效日起至主合同项下各具体授信的债务履行期限届满之日后两年	是
阿卡特时装、深圳恩情、姚建华、朱崇辉	本公司	30,000.00	2011年9月23日	单笔授信业务的主合同签订之日起至债务人在该主合同项下的债务履行期限届满日后两年止	是
朱崇辉、阿卡特时装、姚建华	本公司	12,000.00	2011年7月25日	从合同生效日起至主合同项下各具体授信的债务履行期限届满之日后两年	是
朱崇辉、姚建华	本公司	20,000.00	2011年7月26日	主合同约定的债务人债务履行期限届满之日起两年	是
阿卡特时装、深圳恩情、姚建华、朱崇辉	本公司	25,000.00	2010年7月28日	自单笔贷款发放之日起至该笔贷款项下的债务履行期限届满之日后两年止	是
朱崇辉、姚建华	本公司	10,000.00	2010年7月27日	主合同约定的债务人债务履行期限届满之日起两年	是
阿卡特时装、姚建华、朱崇辉	本公司	12,000.00	2010年6月3日	从合同生效日起至主合同项下各具体授信的债务履行期限届满之日后另加两年	是
朱崇辉、姚建华	本公司	25,000.00	2009年12月3日	合同生效之日起至《授信协议》项下每笔贷款或其他融资或银行受让的应收账款债权的到期日或每笔垫款的垫款日另加两年	是

注：金额单位为美元

## （2）关联方资金往来

报告期内，关联方之间往来款的资金余额及资金流情况如下表：

### ① 关联方应收、预付款项

单位：万元

项目名称	2016年6月30日	2015年12月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
------	------------	-------------	-------------	-------------

	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
应收账款：								
福建东百集团股份有限公司	9.41	-	141.93	-	54.07	-	234.42	-
福建东方百货管理有限公司	98.95	-	5.37	-	12.92	-	84.90	-
福建东百元洪购物广场有限公司	1.12	-	1.10	-	3.02	-	61.36	-
福建东百红星商业广场有限公司	1.18	-	27.91	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>110.67</b>	<b>-</b>	<b>176.32</b>	<b>-</b>	<b>70.01</b>	<b>-</b>	<b>380.68</b>	<b>-</b>
其他应收款：								
福建东百红星商业广场有限公司	2.00	-	2.00	-	-	-	-	-
福建东百元洪购物广场有限公司	0.35	-	0.35	-	0.35	-	0.35	-
福建东百集团股份有限公司	0.50	-	0.50	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>2.85</b>	<b>-</b>	<b>2.85</b>	<b>-</b>	<b>0.35</b>	<b>-</b>	<b>0.35</b>	<b>-</b>

## ② 关联方应付、预收款项

单位：万元

项目名称	2016年6月30日	2015年12月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
其他应付款：				
深圳恩情	-	-	-	14.09
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>14.09</b>

## ③ 公司与关联方之间的资金流情况

单位：万元

关联方	2016年1-6月		2015年		2014年		2013年	
	流入	流出	流入	流出	流入	流出	流入	流出
深圳恩情	-	-	-	-	-	14.09	-	1,030.64
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>14.09</b>	<b>-</b>	<b>1,030.64</b>

2012年前，公司实际控制人朱崇辉、姚建华夫妇通过其下属企业间接持有公司100%的股权，公司关联方资金拆借主要是公司股东有效利用盈余资金的体现，不存在损害其他股东利益的情形。

报告期内，公司曾为控股股东深圳恩情提供资金拆借，存在资金往来。公司改制设立为股份公司的过程中，公司已经对关联方资金拆借进行了逐步清理及规范，目前已不存在关联方占用发行人资金的情形。

## 四、关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

报告期内公司与关联方发生的经常性关联交易主要包括关联租赁以及出售商品和提供劳务等，上述交易均系根据生产经营需要产生，并按照市场化原则拟定交易价格和交易条件，对公司报告期的财务状况和经营成果的影响较小。

报告期内公司与关联方发生的偶发性关联交易主要包括接受关联方担保、向关联方提供资金等。其中，关联方资金往来的情形自 2011 年起逐步规范。关联资金往来按照银行同期贷款利率计提了资金占用费，并列为非经常性损益；其他偶发性关联交易均系不同历史阶段公司生产经营需要产生。上述偶发性关联交易对公司报告期的财务状况和经营成果的影响较小。

## 五、规范关联交易的措施及制度安排

### （一）《公司章程》

《公司章程》对关联交易决策权力和程序做了明确规定，包括：

第三十八条：“公司的控股股东、实际控制人员不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定的，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

公司控股股东及实际控制人对公司和公司其他股东负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，控股股东不得利用关联交易、利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和其他股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和其他股东的利益。

公司董事会建立对控股股东所持有的公司股份“占用即冻结”的机制，即发现控股股东侵占公司资产的，立即申请对控股股东所持股份进行司法冻结。凡不能对所侵占公司资产恢复原状，或以现金、公司股东大会批准的其他方式进行清偿的，通过变现控股股东所持股份偿还侵占资产。

公司董事长为“占用即冻结”机制的第一责任人，财务负责人、董事会秘书协助董事长做好“占用即冻结”工作。具体按以下规定执行：

（一）财务负责人在发现控股股东侵占公司资产当天，应以书面形式报告董事长；若董事长为控股股东的，财务负责人应在发现控股股东侵占资产当天，以书面形式报告董事会秘书，同时抄送董事长；

（二）董事长或董事会秘书应当在收到财务负责人书面报告的当天发出召开董事会临时会议的通知；

（三）董事会秘书根据董事会决议向控股股东发送限期清偿通知，向相关司法部门申请办理控股股东所持股份冻结等相关事宜，并做好相关信息披露工作；

（四）若控股股东无法在规定期限内对所侵占公司资产恢复原状或进行清偿，公司应在规定期限届满后三十日内向相关司法部门申请将冻结股份变现以偿还侵占资产，董事会秘书做好相关信息披露工作。

公司董事、监事和高级管理人员负有维护公司资产安全的法定义务。公司董事、高级管理人员协助、纵容控股股东、实际控制人及其附属企业侵占公司资产的，公司董事会视情节轻重对直接负责人给予处分，对负有严重责任的董事，提请股东大会予以罢免”。

第七十六条：“股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

关联股东在股东大会审议有关关联交易事项时，应当主动向股东大会说明情况，并明确表示不参与投票表决。关联股东没有主动说明关联关系的，其他股东可以要求其说明情况并回避表决。关联股东没有说明情况或回避表决的，就关联交易事项的表决，其所持有的股份不计入有效表决权股份总数。

股东大会结束后，其他股东发现有关联股东参与有关关联交易事项投票的，或者股东对是否应适用回避有异议的，有权就相关决议根据本章程第三十三条规定向人民法院起诉。

关联股东明确表示回避的，由出席股东大会的其他股东对有关关联交易事项进行审议表决，表决结果与股东大会通过的其他决议具有同等法律效力”。

第一百一十六条：“董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议应由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足三人的，应将该事项提交股东大会审议”。

## （二）《独立董事制度》

第十七条：“独立董事除应当具有公司法和其他相关法律、法规、规范性文件赋予董事的职权外，还拥有以下特别职权：

（一）重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据……”。

第二十一条：“独立董事除履行上述职责外，还应当对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：……

（四）公司的股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款；

（五）需要披露的关联交易、对外担保（不含对合并报表范围内子公司提供担保）、委托理财、对外提供财务资助、变更募集资金用途、股票及其衍生品种投资等重大事项；……

独立董事应当就上述事项发表以下几类意见之一：同意；保留意见及其理由；反对意见及其理由；无法发表意见及其障碍。”

### （三）《关联交易决策制度》

第九条：“公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上 3000 万元（不含 3000 万元）以下的关联交易或公司与关联法人发生的交易金额在 300 万元（含 300 万元）以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%（含 0.5%）以上、3000 万元（不含 3000 万元）以下且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%（不含 5%）以下之间的关联交易由董事会批准。”

第十条：“公司与关联人发生的交易（公司获赠现金和提供担保除外）金额在 3000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易由股东大会审议批准。”

第十一条：“公司与关联自然人发生的交易金额低于 30 万元的关联交易，或公司与关联法人发生的交易金额低于 300 万元或占公司最近一期经审计净资产绝对值低于 0.5%的关联交易由总经理批准，但交易对方与总经理有关联关系情形除外。”

第十二条：“公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。”

第十三条：“公司董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的非关联董事出席即可举行，董事会会议所做决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会的非关联董事人数不足三人的，公司应当将该交易提交股东大会审议。”

第十四条：“股东大会审议关联交易事项时，下列股东应当回避表决：

- （一）交易对方；
- （二）拥有交易对方直接或间接控制权的；
- （三）被交易对方直接或间接控制的；
- （四）与交易对方受同一法人或自然人直接或间接控制的；
- （五）在交易对方任职，或在能直接或间接控制该交易对方的法人单位或者该交易对方直接或间接控制的法人单位任职的（适用于股东为自然人的）；
- （六）因与交易对方或者其关联人存在尚未履行完毕的股权转让协议或者其他协议而使其表决权受到限制或影响的；
- （七）中国证监会或证券交易所认定的可能造成公司对其利益倾斜的法人或自然人。”

第十五条：“公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易，应当及时披露。

公司不得直接或者通过子公司向董事、监事、高级管理人员提供借款。”

第十六条：“公司与关联法人发生的交易金额在 300 万元以上，且占上市公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易，应当及时披露。”

第十七条：“公司与关联人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在 3000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易，除应当及时披露外，还应当聘请具有执行证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行评估或审计，并将该交易提交股东大会审议。”

#### （四）《规范关联方资金往来管理制度》

发行人为规范公司与公司控股股东、实际控制人及关联方的资金往来，避免公司控股股东、实际控制人及其它关联方占用公司资金，根据《中华人民共和国

公司法》、《中华人民共和国证券法》、《深圳证券交易所股票上市规则》及其他有关法律、行政法规、部门规章和其他规范性文件的规定，结合《公司章程》制定本制度。该制度对防止资金占用原则与公司关联方资金往来规范、资金往来支付程序、审计及建档管理、责任追究等方面作出了切实可行的规定。

#### （五）《防止控股股东及其关联方资金占用制度》

为了进一步规范公司控股股东及其关联方的行为，建立防止控股股东及关联方占用资金的长效机制，杜绝控股股东及关联方资金占用行为的发生，公司根据相关法律法规及《公司章程》的规定，制定了本制度。对防止控股股东及关联方资金占用的原则、控股股东行为规范、责任追究及处罚等方面均作出了详细规定。

#### （六）控股股东和实际控制人关于规范和减少关联交易的承诺

##### 1. 控股股东的承诺：

“1. 本公司按照证券监管法律、法规以及规范性文件的要求对关联方以及关联交易进行了完整、详尽披露。除已披露的关联交易外，本公司以及下属全资/控股子公司及其他可实际控制企业（以下简称“附属企业”）与发行人之间现时不存在其他任何依照法律法规和中国证监会的有关规定应披露而未披露的关联交易；

2. 在本公司作为发行人控股股东期间，本公司及本公司直接、间接控制的其他经济实体将尽量避免、减少与发行人之间产生关联交易事项，对于无法避免或者有合理原因而发生的关联业务往来或交易，将在平等、自愿的基础上，按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格将按照市场公认的合理价格确定。本公司将严格遵守《深圳玛丝菲尔时装股份有限公司章程》等规范性文件中关于关联交易事项的回避规定，所涉及的关联交易均将按照规定的决策程序进行，并将履行合法程序，及时对关联交易事项进行信息披露。本公司承诺不会利用关联交易转移、输送利润，不会利用对发行人的控制权损害发行人及其他股东的合法权益。

3. 本公司愿意对违反上述承诺而给发行人造成的经济损失承担全部赔偿责任，且若本公司违反上述承诺，本公司自愿在发行人股东大会上说明未履行的具体原因，并在违反上述承诺之日起，停止在发行人处领取股东分红，直至按上述承诺采取相应措施并实施完毕时为止。”

## 2、实际控制人的承诺：

“1. 本人按照证券监管法律、法规以及规范性文件的要求对关联方以及关联交易进行了完整、详尽披露。除已披露的关联交易外，本人以及下属全资/控股子公司及其他可实际控制企业（以下简称“附属企业”）与发行人之间不存在其他任何依照法律法规和中国证监会的有关规定应披露而未披露的关联交易；

2. 在本人作为发行人实际控制人期间，本人及本人直接、间接控制的其他经济实体将尽量避免、减少与发行人之间产生关联交易事项，对于无法避免或者有合理原因而发生的关联业务往来或交易，将在平等、自愿的基础上，按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格将按照市场公认的合理价格确定。本人将严格遵守《深圳玛丝菲尔时装股份有限公司章程》等规范性文件中关于关联交易事项的回避规定，所涉及的关联交易均将按照规定的决策程序进行，并将履行合法程序，及时对关联交易事项进行信息披露。本人承诺不会利用关联交易转移、输送利润，不会通过对发行人的控制权损害发行人及其他股东的合法权益。

本人朱崇恽、姚建华愿意对违反上述承诺而给发行人造成的经济损失承担全部责任，且若本人违反上述承诺，本人自愿在发行人股东大会上说明未履行的具体原因，并在违反上述承诺之日起，停止在发行人处领取薪酬或津贴，且本人控制的深圳市恩情投资发展有限公司停止在发行人处分红，直至按上述承诺采取相应措施并实施完毕时为止。”

上述措施将有利于保证关联交易的公平、公正、公允，保障股东和公司的合法权益，有利于公司进一步规范和减少关联交易。

## 六、公司股东大会、董事会以及独立董事对公司关联交易执行情况的核查意见

### （一）股东大会、董事会对关联交易履行程序的情况

2014年3月26日，发行人第一届董事会第十九次会议审议并通过了《关于确认公司近三年（2011年-2013年）关联交易合法性及公允性的议案》，关联董事朱崇恽和姚建华在该议案审议时予以了回避表决。

2014年4月15日，发行人2014年第二次临时股东大会审议并通过了《关于确认公司近三年（2011年-2013年）关联交易合法性及公允性的议案》，关



联股东深圳恩情、睿远投资、崇远投资和华睿财智在该议案审议时予以了回避表决。

2014年8月25日，发行人第一届董事会第二十一次会议审议并通过了公司2014年关联交易事项的相关议案，关联董事朱崇晖和姚建华在该等议案审议时予以了回避表决。

2014年9月10日，发行人2014年第四次临时股东大会审议并通过了公司2014年关联交易事项的相关议案，关联股东深圳恩情、睿远投资、崇远投资和华睿财智在该等议案审议时予以了回避表决。

2015年3月10日，发行人第一届董事会第二十四次会议审议并通过了预计2015年度日常关联交易等议案，关联董事朱崇晖和姚建华在该等议案审议时予以了回避表决。

2015年3月31日，发行人2014年度股东大会审议并通过了预计2015年度日常关联交易等议案，关联股东深圳恩情、睿远投资、崇远投资和华睿财智在该等议案审议时予以了回避表决。

2016年3月10日，发行人第二届董事会第五次会议审议并通过了预计2016年日常关联交易等议案，关联董事朱崇晖和姚建华在该等议案审议时予以了回避表决。

2016年3月31日，发行人2015年年度股东大会审议并通过了关于预计2016年度日常关联交易的议案，关联股东深圳恩情、睿远投资、崇远投资和华睿财智在该等议案审议时予以了回避表决。

## （二）独立董事发表的独立意见

本次申请首次公开发行股票前，发行人全体独立董事对公司报告期内所有关联交易发表了如下独立意见：

“公司章程中关于关联交易的决策程序符合现行法律、法规及规范性文件的规定；公司报告期内发生的重大关联交易公允合理，审议程序符合公司章程规定，关联交易的发生有其必要性，不存在通过关联交易操纵利润的情形，不存在损害公司利益及其他股东利益的情况。”

## 七、发行人拟减少关联交易的措施

报告期内，发行人实施了一系列减少关联交易的措施，包括积极通过收购股权和资产进行业务整合，解决关联购销的问题、清理关联方资金占用，以及有针对性的制定了《防止控股股东及其关联方资金占用制度》、《规范关联方资金往来管理制度》等相关制度，以严格防范公司的资金被关联方占用的情况。

在今后的日常运营中，对业务发展确实需要的关联交易，公司将严格按照《公司章程（草案）》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事制度》和《关联交易决策制度》等相关规定进行。

## 第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

### 一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介

#### （一）董事

发行人第一届董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 名，分别由公司 2012 年第一次股东大会及 2012 年第五次临时股东大会选举产生，任期 3 年，任期届满可连选连任。

发行人第二届董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 名，由公司第一届董事会第二十五次会议、2015 年第一次临时股东大会及 2015 年年度股东大会选举产生，任期 3 年，任期届满可连选连任。

发行人现任董事基本情况如下：

序号	姓名	本公司任职	提名人	任职期限
1	朱崇恽	董事长	深圳恩情	2015.5-2018.5
2	姚建华	董事、总经理	深圳恩情	2015.5-2018.5
3	张芳	董事	深圳恩情	2015.5-2018.5
4	蓝晓雯	董事、MF 设计工作室设计总监	深圳恩情	2015.5-2018.5
5	焦凤	职工代表董事、武汉片区首席代表	职工代表大会选举	2015.5-2018.5
6	黄宇铮	董事	VVL	2015.5-2018.5
7	李南峰	独立董事	睿远投资、崇远投资	2015.5-2018.5
8	黄康熙	独立董事	深圳恩情	2015.5-2018.5
9	刘雪生	独立董事	深圳恩情	2016.3-2018.5

上述各位董事简历如下：

朱崇恽女士：中国国籍，1964 年出生，持有香港居民身份证（非永久）及新西兰永久居留权。朱崇恽女士 1987 年毕业于浙江大学机电系，本科学历，先后任职于浙江冶金研究院、深圳昌利丝绸制品有限公司（后更名为“深圳泰格实业股份有限公司”）、深圳法兰特贸易公司、深圳恩情等公司。1999 年创立玛丝菲尔有限，曾担任董事、首席设计师等职务，现任玛丝菲尔的董事长。朱崇恽女士是公司的主要创始人之一，并与姚建华先生为公司的共同实际控制人。朱崇恽女士同时兼任深圳恩情董事长、博睿财智董事、崇远投资执行事务合伙人、睿远投资执行事务合伙人、华睿财智执行事务合伙人、现代厨坊董事、上海扒工房董事、海南博睿传媒董事长、香港统生董事、玛丝菲尔（新加坡）董事、玛丝菲尔（澳门）董事、玛丝菲尔（韩国）代表董事、玛丝菲尔时装（香港）董事、

**Krizia International** 董事长及创意总监。

姚建华先生：中国国籍，1956年出生，持有香港居民身份证（非永久）及新西兰永久居留权。初中学历，先后任职于杭州纺织品采购供应站、浙江日报、钱江晚报、浙江省经济建设投资公司、深圳市金汇经济建设发展公司、深圳昌利丝绸制品有限公司、深圳恩情等公司。1999年创立玛丝菲尔有限，曾担任董事长职务，现任发行人董事、总经理。姚建华先生是发行人的主要创始人之一，并与朱崇恽女士为发行人的共同实际控制人。姚建华先生同时兼任深圳恩情董事、博睿财智董事长、博睿创业监事、现代厨坊董事长、深圳钦舟实业执行（常务）董事、海南博睿传媒董事、真彩投资董事、企泽有限董事、Krizia 中国董事长、设计集合公司执行（常务）董事及总经理、设计研发公司执行（常务）董事及总经理。

张芳女士：中国国籍，1976年出生，无境外永久居留权。浙江大学经济贸易专业大专毕业。1999年入职，历任发行人货品部经理，MF 销售中心经理，现任发行人董事、玛丝菲尔噢姆服饰董事及总经理、噢姆（澳门）董事。

蓝晓雯女士：中国台湾籍，1977年出生。台湾实践大学服装设计毕业。曾就职于台湾泰麒威服饰国际股份有限公司，2008年入职，担任设计师，现任发行人董事及 MF 设计工作室设计总监。

焦凤女士：中国国籍，1975年出生，无境外永久居留权。武汉大学工商管理学本科（成人高等教育）毕业。1999年入职，从事销售工作，现任发行人职工代表董事及武汉片区首席代表。

黄宇铮先生：中国香港籍，1978年出生。香港中文大学工商管理学士毕业。先后任职于麦肯锡公司、高盛（亚洲）有限责任公司及博裕投资顾问有限公司。现任发行人董事，同时担任博裕投资顾问有限公司董事总经理，Phoenix Dawn Limited 董事、Uni-Champion International Limited 董事、Stelux Holdings International Limited 董事、Sunrise Duty Free Group Limited 董事、Boyu Capital Investment Management Co., Limited 董事、深圳前海微众银行股份有限公司董事。

李南峰先生：中国国籍，1953年出生，无境外永久居留权。四川大学经济系经济学学士，高级经济师，历任中国人民银行深圳特区分行办公室主任，深圳

国际信托投资公司总经理、董事长，国信证券董事长，华润深国投公司副董事长，四川信托有限公司董事长，现任发行人独立董事，博时基金独立董事。

黄廉熙女士：中国国籍，1962年出生，无境外永久居留权。华东政法大学法律专业本科毕业。第十二届全国政协委员。历任浙江天册律师事务所合伙人；第九届浙江省律师协会副会长，中华全国律师协会公司法专业委员会委员，中国国际经济贸易仲裁委员会仲裁员。现任发行人独立董事，并同时担任友邦吊顶（SZ.002718）和康盛股份（SZ.002418）独立董事。黄廉熙女士于2008年5月取得独立董事资格。

刘雪生先生：中国国籍，1963年出生，无境外永久居留权。经济学硕士，中国注册会计师，毕业于上海财经大学会计学系会计专业。曾担任深圳蛇口中华会计师事务所审计员，深圳华侨城集团公司财务经理，深圳市第五届政协委员，现任深圳市注册会计师协会副秘书长，宝鹰建设（SZ.002047）、天音控股（SZ.000829）、华孚色纺（SZ.002042）和理邦仪器（SZ.300206）独立董事。刘雪生先生于2011年3月取得独立董事资格。

本公司董事会下设战略与发展委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会，其成员及相关内容参见本招股书“第九节 公司治理结构 二、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立、运行情况（二）董事会制度的建立、运行情况 4、专门委员会的设立及运行情况”。

## （二）监事

发行人第一届监事会由3名监事组成，含1名股东代表监事及2名职工代表监事。股东代表监事由公司第一次股东大会选举产生，职工代表监事由职工代表大会民主选举产生。监事任期为3年，任期届满可连续连任。

发行人第二届监事会由3名监事组成，含1名股东代表监事及2名职工代表监事。股东代表监事由公司监事会第一届第十次会议及2015年第一次临时股东大会选举产生，职工代表监事由职工代表大会民主选举产生。监事任期为3年，任期届满可连续连任。

发行人现任监事基本情况如下：

序号	姓名	本公司任职	提名人	任职期限
1	储波兰	监事会主席、采购中心副总经理	深圳恩情	2015.5-2018.5
2	张梅	职工代表监事、饰品皮革制造中心副总经理	职工代表大会选举	2015.5-2018.5

序号	姓名	本公司任职	提名人	任职期限
3	黄金香	职工代表监事、人力资源部人事薪酬专员、玛丝菲尔噢姆服饰监事	职工代表大会选举	2015.5-2018.5

上述监事简历如下：

储波兰女士：中国国籍，1965年出生，无境外永久居留权。高中学历。曾在深圳昌利丝绸制品有限公司、深圳协孚服装有限公司，深圳市恩情投资发展有限公司任职。1999年加入公司，任职采购中心采购人员，现担任采购中心副总经理、监事会主席。

张梅女士：中国国籍，1969年出生，无境外永久居留权。高中学历。1999年加入公司，先后任职发行人生产部门及针织部，现任饰品皮革制造中心副总经理、职工代表监事。

黄金香女士：中国国籍，1975年出生，无境外永久居留权。福建师范大学服装设计专业大专毕业。1999年加入公司，从事人事管理工作，现任公司职工代表监事、人力资源部人事薪酬专员、玛丝菲尔噢姆服饰监事。

### （三）高级管理人员

根据发行人《公司章程》，公司总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监、技术总监和总工程师为高级管理人员。上述人员于发行人第二届董事会第一次会议选聘，其基本情况如下：

序号	姓名	本公司任职	任职期限
1	姚建华	董事、总经理	2015.5-2018.5
2	彭瑞群	常务副总经理	2015.5-2018.5
3	王立军	副总经理	2015.5-2018.5
4	胡红云	副总经理、市场发展中心总经理	2015.5-2018.5
5	洪频	董事会秘书、副总经理	2015.5-2018.5
6	彭世琼	财务总监	2015.5-2018.5
7	黄秋纯	技术总监	2015.5-2018.5
8	吕亚九	总工程师、总部工程筹建中心总经理	2015.5-2018.5

上述高级管理人员简历如下：

姚建华先生简历参见本招股书本节“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介（一）董事”。

彭瑞群女士：中国国籍，1969年出生，无境外永久居留权。中国人民警官大学道路交通管理系本科，西安交通大学经济法学专业毕业，硕士研究生学历。曾先后任职于深圳市公安交通管理局秩序处、科研院所，深圳市委办公厅。2014

年加入公司，现任公司常务副总经理、噢姆董事长、Krizia 中国董事、素时装董事长。

王立军先生：中国国籍，1965 年出生，无境外永久居留权。初中学历。先后任职于荆门市化工厂及深圳深南服装公司。1999 年加入公司，历任生产部经理，工厂总厂长，“MASFER.SU”品牌营运总监。现任公司副总经理、博睿财智董事、素时装董事及总经理。

胡红云女士：中国国籍，1970 年出生，无境外永久居留权。中央党校函授学院（安徽大学）经济管理专业毕业，本科学历，曾先后任职于安徽汇通商厦、安徽商之都有限公司。2007 年加入公司，现任公司副总经理兼市场发展中心总经理。

洪频女士：中国国籍，1968 年出生，无境外永久居留权。江苏广播电视大学电子技术及应用专业毕业，大专学历。曾任职于江苏春兰（集团）公司。2008 年加入公司，担任人事行政部经理。现任公司董事会秘书、副总经理，深圳恩情董事，Krizia International 董事及总经理，Krizia 中国董事及副总经理。

彭世琼先生：中国国籍，1965 年出生，无境外永久居留权。安徽财贸学院会计学审计方向毕业，硕士学历。先后任职于广东商学院会计系、珠海经济特区华发实业股份公司、珠海经济特区会计师事务所、珠海经济特区华发集团公司、珠海拱辰律师事务所、广东玉成律师事务所、安莉芳（中国）服装有限公司。2011 年加入公司，现任公司财务总监。

黄秋纯女士：中国台湾籍，1965 年出生。高中学历。曾先后任职于莱卡佛国际开发有限公司、依洛国际开发有限公司。2008 年加入公司，现任公司技术总监。

吕亚九先生：中国国籍，1969 年出生，无境外永久居留权。南京建筑工程学院工民建专业毕业，本科学历。高级工程师。先后任职于湖北省荆州市建筑设计院、广东省城乡规划设计研究院深圳分院。2008 年加入公司，历任总工程师，现任公司总工程师、总部工程筹建中心总经理、青莲地产董事长、河源华崇董事长。

#### （四）核心技术人员

发行人及子公司的核心技术人员基本情况如下：

序号	姓名	职务
1	蓝晓雯	董事、MF 设计工作室设计总监
2	黄秋纯	技术总监
3	黄耿华	玛丝菲尔噢姆服饰设计总监、副董事长

蓝晓雯及黄秋纯简历分别参见本招股书本节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简历”。

黄耿华先生的简介如下：中国国籍，1983 年出生，无境外永久居留权。江西服装学院大专毕业。先后在深圳市星河作品服饰文化有限公司，深圳市形上服饰设计有限公司任设计师，2009 年任深圳市深浅摄影设计有限公司执行董事，2011 年担任深圳市深浅服饰设计有限公司执行（常务）董事兼总经理，2013 年 5 月起在玛丝菲尔噢姆服饰任职，现任副董事长及设计总监。

## （五）董事、监事、高级管理人员提名及选聘情况

### 1. 董事提名及选聘情况

2012 年 5 月 28 日，经深圳恩情提名及公司 2012 年第一次股东大会表决通过，选举朱崇恽、姚建华、张芳、蓝晓雯为董事，与经职工代表大会选举产生的职工代表董事焦凤共同组成发行人第一届董事会，并选举朱崇恽为董事长。2012 年 9 月 24 日，经 VVL 提名，增选黄宇铮为董事；经睿远投资和崇远投资提名，增选何文炯为独立董事；经深圳恩情提名，增选黄廉熙、汪祥耀为独立董事。上述增选董事经公司 2012 年第五次临时股东大会表决通过。

2015 年 5 月 11 日及 2015 年 5 月 27 日，经深圳恩情、睿远投资、崇远投资、VVL 提名及公司第一届董事会第二十五次会议、2015 年第一次临时股东大会表决通过，选举朱崇恽、姚建华、张芳、蓝晓雯、黄宇铮为董事，并选举朱崇恽为董事长。选举李南峰、黄廉熙、汪祥耀为独立董事，与经第二届职工代表大会第一次会议选举产生的职工代表董事焦凤共同组成发行人第二届董事会。

2016 年 3 月 8 日及 2016 年 3 月 31 日，经深圳恩情提名及公司第二届董事会第五次会议、2015 年年度股东大会表决通过，同意汪祥耀辞去独立董事，选举刘雪生为独立董事。

### 2. 监事提名及选聘情况

2012 年 5 月 28 日，经深圳恩情提名并经股份公司第一次股东大会表决通过，选举储波兰为股东代表监事；与经职工代表大会选举产生的职工代表监事张



梅、黄金香共同组成发行人第一届监事会，同时选举储波兰为监事会主席。

2015年5月11日及2015年5月27日，经深圳恩情提名及公司第一届监事会第十次会议、2015年第一次临时股东大会表决通过，选举储波兰为股东代表监事；与经第二届职工代表大会第一次会议选举产生的职工代表监事张梅、黄金香共同组成发行人第二届监事会，同时选举储波兰为监事会主席。

### 3. 高级管理人员提名及选聘情况

2012年5月28日，经董事长提名并经公司第一届董事会第一次会议表决通过，聘任姚建华为总经理；经总经理提名并经公司第一届董事会第一次会议表决通过，聘任王立军、胡红云、洪频为副总经理，黄秋纯为技术总监，吕亚九为总工程师，彭世琼为财务总监。

2015年5月27日，经董事长提名并经公司第二届董事会第一次会议表决通过，聘任姚建华为总经理；经总经理提名并经公司第二届董事会第一次会议表决通过，聘任彭瑞群、王立军、胡红云、洪频为副总经理，黄秋纯为技术总监，吕亚九为总工程师，彭世琼为财务总监。

## 二、公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属最近三年直接或间接持有发行人股份的情况

### （一）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员直接或间接持有发行人股份的情况

截至本招股书签署日，下列董事、监事、高级管理人员均以间接方式持有发行人股份，具体情况如下表所示：

编号	姓名	本公司任职	直接享有发行人股东的权益		间接持有发行人比例
			主体	比例	
1	朱崇辉	董事长	深圳恩情	98.48%	90.581%
			睿远投资	5.85%	0.061%
			崇远投资	5.76%	0.061%
			华睿财智	6.39%	0.061%
2	姚建华	董事、总经理	深圳恩情	1.52%	1.398%
			睿远投资	65.30%	0.676%
			崇远投资	57.63%	0.605%
			华睿财智	61.54%	0.583%
3	张芳	董事	崇远投资	2.58%	0.027%
4	焦凤	职工代表董事、武汉片区首席代表	崇远投资	2.07%	0.022%

编号	姓名	本公司任职	直接享有发行人股东的权益		间接持有发行人比例
			主体	比例	
5	储波兰	监事会主席、采购中心副总经理	崇远投资	1.81%	0.019%
6	张梅	监事、饰品皮革制造中心副总经理	崇远投资	1.86%	0.020%
7	黄金香	职工代表监事、人力资源部人事薪酬专员	崇远投资	0.77%	0.008%
8	王立军	副总经理	崇远投资	2.58%	0.027%
9	胡红云	副总经理、市场发展中心总经理	崇远投资	2.58%	0.027%
10	洪频	副总经理、董事会秘书	睿远投资	2.62%	0.027%
11	吕亚九	总工程师、总部工程筹建中心总经理	崇远投资	2.58%	0.027%
12	彭世琼	财务总监	崇远投资	0.90%	0.009%
13	彭瑞群	常务副总经理	崇远投资	0.52%	0.005%
<b>合计</b>					<b>94.242%</b>

此外，公司核心技术人员黄耿华通过深圳良庚文化投资发展有限公司持有本公司控股子公司玛丝菲尔噢姆服饰 20% 的股权。

上述人员持有深圳恩情、华睿财智、崇远投资和睿远投资的股份（或出资），以及深圳恩情、华睿财智、崇远投资和睿远投资持有发行人的股份均不存在质押或冻结的情况。

除以上披露信息外，发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员未通过任何其他方式直接或间接持有发行人股份。

## （二）董事、监事、高级管理人员和核心技术人员的近亲属直接或间接持有发行人股份的情况

公司董事长朱崇恽之弟朱宇枫为华睿财智的有限合伙人，享有华睿财智的权益比例为 2.86%，并通过华睿财智间接持有发行人 100,000 股股份，占发行人股权比例为 0.027%。

公司监事会主席储波兰的配偶姚仁江系公司行政部总务后勤员工，为睿远投资的有限合伙人，享有睿远投资的权益比例为 0.52%。姚仁江间接持有发行人 20,000 股股份，占发行人股权比例为 0.005%。

公司常务副总彭瑞群为崇远投资的有限合伙人，享有崇远投资的权益比例为 0.52%。彭瑞群之妹彭瑞涛为华睿财智的有限合伙人，享有华睿财智的权益比例为 2.86%，并通过华睿财智间接持有发行人 100,000 股股份，占发行人股权比例为 0.027%。

除上述情形外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的近亲属不存在其他直接或间接持有本公司股份的情形。

### （三）董事、监事、高级管理人员和核心技术人员近亲属情况说明

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员中，除朱崇恽与姚建华为夫妻关系外，不存在其他近亲属关系。

### （四）董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属报告期内持股变动情况

报告期内，本公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属均未直接持有发行人股份，而是分别通过深圳恩情或崇远投资、睿远投资、华睿财智三家合伙企业间接持股。其中：

1. 朱崇恽、姚建华夫妇作为实际控制人，在报告期内通过其控制的深圳恩情和崇远投资、睿远投资、华睿财智三家合伙企业控制公司的比例为 95.01%。实际变动情况参见本招股书“第五节 发行人基本情况 三、发行人股本形成、变化及历次的验资情况（一）发行人的股本形成及其变化情况”。

2. 2012 年 11 月，董事张芳、焦凤，监事储波兰、张梅、黄金香，高级管理人员王立军、胡红云、洪频、吕亚九、彭世琼，以及朱崇恽之弟朱宇枫、储波兰的配偶姚仁江、彭瑞群及其妹彭瑞涛通过崇远投资、睿远投资、华睿财智三家合伙企业向玛丝菲尔出资。截至本招股书签署日，上述人员所持发行人股份情况未发生变动。

### 三、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员其他对外投资情况

截至本招股书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员中，只有朱崇恽女士和姚建华先生存在其他对外投资情形，详见本招股书“第五节 发行人基本情况 六、实际控制人、发起人和主要股东情况（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业”。除朱崇恽和姚建华之外，本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员只有部分人员在崇远投资、睿远投资和华睿财智中间接持有发行人的股份，不存在其他对外投资情况。

### 四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员兼职情况

截至本招股书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员

兼职情况如下表所示：

姓名	兼职单位	兼任职务	兼职单位与发行人关系
朱崇恽	深圳恩情	董事长	控股股东
	睿远投资	执行事务合伙人	股东
	崇远投资	执行事务合伙人	股东
	华睿投资	执行事务合伙人	股东
	博睿财智	董事	实际控制人控制的其他企业
	现代厨坊	董事	实际控制人控制的其他企业
	上海扒工房	董事	实际控制人控制的其他企业
	海南博睿传媒	董事长	控股股东控制的其他企业
	统生投资	董事	实际控制人控制的其他企业
	玛丝菲尔（澳门）	董事	发行人全资子公司
	玛丝菲尔（新加坡）	董事	发行人全资子公司
	玛丝菲尔（韩国）	代表董事	发行人全资子公司
	玛丝菲尔时装（香港）	董事	发行人全资子公司
	Krizia International	董事长、创意总监	发行人全资子公司
姚建华	深圳恩情	董事	控股股东
	博睿财智	董事长	实际控制人控制的其他企业
	深圳钦舟实业	执行（常务）董事	实际控制人控制的其他企业
	现代厨坊	董事长	实际控制人控制的其他企业
	博睿创业	监事	实际控制人控制的其他企业
	海南博睿传媒	董事	控股股东控制的其他企业
	企泽有限	董事	实际控制人控制的其他企业
	真彩投资	董事	实际控制人控制的其他企业
	设计集合公司	执行（常务）董事、 总经理	发行人全资子公司
	设计研发公司	执行（常务）董事、 总经理	发行人全资子公司
	Krizia 中国	董事长	发行人全资子公司
张芳	玛丝菲尔噢姆服饰	董事、总经理	发行人控股子公司
	噢姆（澳门）	董事	发行人控股子公司
黄金香	玛丝菲尔噢姆服饰	监事	发行人控股子公司
彭瑞群	玛丝菲尔噢姆服饰	董事长	发行人控股子公司
	Krizia 中国	董事	发行人全资子公司
	素时装	董事长	发行人全资子公司
王立军	博睿财智	董事	实际控制人控制的其他企业
	素时装	董事及总经理	发行人全资子公司
洪频	深圳恩情	董事	控股股东
	Krizia International	董事、总经理	发行人全资子公司
	Krizia 中国	董事、副总经理	发行人全资子公司
吕亚九	青莲地产	董事长	实际控制人控制的其他企业
	河源华崇	董事长	实际控制人控制的其他企业
黄宇铮	博裕投资顾问公司	董事总经理	无关联关系
	Phoenix Down Limited	董事	无关联关系
	Uni-Champion International Limited	董事	无关联关系
	Stelux Holdings International Limited	董事	无关联关系

姓名	兼职单位	兼任职务	兼职单位与发行人关系
	Sunrise Duty Free Group Limited	董事	无关联关系
	Boyu Capital Investment Management Co., Limited	董事	无关联关系
	深圳前海微众银行股份有限公司	董事	无关联关系
李南峰	博时基金	独立董事	无关联关系
黄廉熙	第十二届全国政协	委员	无关联关系
	浙江天册律师事务所	合伙人	无关联关系
	第九届浙江省律师协会	副会长	无关联关系
	中华全国律师协会公司法专业委员会	委员	无关联关系
	中国国际经济仲裁委员会委员	仲裁员	无关联关系
	浙江康盛股份有限公司	独立董事	无关联关系
	浙江友邦集成吊顶股份有限公司	独立董事	无关联关系
刘雪生	深圳市宝鹰建设控股集团股份有限公司	独立董事	无关联关系
	天音通信控股股份有限公司	独立董事	无关联关系
	华孚色纺股份有限公司	独立董事	无关联关系
	深圳市里邦精密仪器股份有限公司	独立董事	无关联关系
	深圳市注册会计师协会	副秘书长	无关联关系

### 五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在发行人及其关联方领取薪酬的情况

序号	姓名	职务	2015年薪酬（万元）	领薪单位
<b>董事</b>				
1	朱崇辉	具体职务请参见本招股书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员 一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介（一）董事”	240	发行人
2	姚建华	具体职务请参见本招股书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员 一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介（一）董事”	240	发行人
3	张芳	董事、玛丝菲尔噢姆服饰董事及总经理、噢姆（澳门）董事	95.1	发行人
4	蓝晓雯	董事、MF设计工作室设计总监	105.8	发行人
5	焦凤	职工代表董事、武汉片区首席代表	55	发行人
6	黄宇铮	董事	-	-
<b>监事</b>				
1	储波兰	监事会主席、采购中心副总经理	62.9	发行人
2	张梅	职工代表监事、饰品皮革制造中心副总经	52.8	发行人

序号	姓名	职务	2015年薪酬（万元）	领薪单位
		理		
3	黄金香	职工代表监事、人力资源部人事薪酬专员、玛丝菲尔噢姆服饰监事	21.2	发行人
<b>高级管理人员</b>				
1	姚建华	同本表中董事一栏	240	发行人
2	彭瑞群	常务副总经理、玛丝菲尔噢姆服饰董事长、Krizia 中国董事、素时装董事长	130	发行人
3	王立军	副总经理、素时装董事及总经理	99.4	发行人
4	胡红云	副总经理、市场发展中心总经理	108.5	发行人
5	洪频	董事会秘书、副总经理，深圳恩情董事，Krizia International 董事兼总经理，Krizia 中国董事及副总经理	99.4	发行人
6	彭世琼	财务总监	78.7	发行人
7	黄秋纯	技术总监	99.5	发行人
8	吕亚九	总工程师、总部工程筹建中心总经理、青莲地产董事长、河源华崇董事长	95.1	发行人

发行人独立董事李南峰、黄康熙、汪祥耀（现已更换为刘雪生）年度薪酬为 7.2 万元（税后）。

除上述薪酬外，公司对董事、监事、高级管理人员及核心技术人员没有其他待遇或退休金计划。

## 六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议及承诺事项

### （一）签订协议的情况

截至本招股书签署日，除与公司签订的劳动合同及保密协议外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与公司之间不存在其他正在履行的协议。

### （二）关于股份锁定及减持的承诺

相关承诺事项详见本招股书“重大事项提示 一、关于所持股份锁定及减持意向的承诺”。

### （三）避免同业竞争承诺

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员中，实际控制人朱崇恽、姚建华夫妇已作出有关避免同业竞争的承诺，请参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易 二、同业竞争情况 （二）关于避免同业竞争的承诺”。

### （四）关于招股说明书真实性的承诺

相关承诺事项详见本招股书“重大事项提示 五、关于招股书真实性的承诺”。

#### （五）关于公司首发上市后股价低于每股净资产时稳定股价的承诺

相关承诺事项详见本招股书“重大事项提示 二、稳定股票价格的预案”。

#### （六）董事、高管关于摊薄即期回报及填补措施的承诺

相关承诺内容详见本招股书“重大事项提示 六、关于摊薄即期回报及填补措施的承诺”。

### 七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的任职资格

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员的选举、提名、选聘经过相应的法律程序，不存在违反相关法律、法规以及《公司章程》中关于董事、监事、高级管理人员任职资格禁止性规定的情形。

### 八、董事、监事、高级管理人员最近三年的变动情况

报告期内，为了完善公司治理结构，以及日常业务管理需要，公司调整并增选了部分董事、监事、高级管理人员，人员变动均履行了必要的程序。

#### （一）董事任职的变动情况

公司职务	2016.3 至今	2015.5-2016.3	2012.10-2015.5	2012.6-2012.10	2011.11-2012.6
董事长	朱崇恽	朱崇恽	朱崇恽	朱崇恽	朱崇恽
董事	姚建华	姚建华	姚建华	姚建华	姚建华
董事	张芳	张芳	张芳	张芳	应铭
董事	蓝晓雯	蓝晓雯	蓝晓雯	蓝晓雯	-
职工代表董事	焦凤	焦凤	焦凤	焦凤	-
董事	黄宇铮	黄宇铮	黄宇铮	-	-
独立董事	李南峰	李南峰	何文炯	-	-
独立董事	黄廉熙	黄廉熙	黄廉熙	-	-
独立董事	刘雪生	汪祥耀	汪祥耀	-	-

2012年5月28日，股份公司第一次股东大会选举朱崇恽、姚建华、张芳、蓝晓雯为公司董事，与经职工代表大会选举产生的职工代表董事焦凤共同组成发行人第一届董事会。2012年10月9日，经公司2012年第五次临时股东大会选举，增选黄宇铮为公司董事，何文炯、黄廉熙、汪祥耀为独立董事。第一届董事会董事任期三年。

2015年5月27日，股份公司2015年第一次临时股东大会表决通过，选举朱崇恽、姚建华、张芳、蓝晓雯、黄宇铮为董事，选举李南峰、黄廉熙、汪祥耀为独立董事，与经第二届职工代表大会第一次会议选举产生的职工代表董事焦凤共同组成发行人第二届董事会。第二届董事会董事任期三年。

2016年3月31日，股份公司2015年年度股东大会表决通过，同意汪祥耀辞去独立董事，选举刘雪生为独立董事。第二届董事会由朱崇恽、姚建华、张芳、蓝晓雯、黄宇铮、李南峰、黄廉熙、刘雪生组成，任期三年。

## （二）监事任职的变动情况

公司职务	2012.6-至今	2011.11-2012.6
监事	储波兰	-
监事	张梅	-
监事	黄金香	黄金香

2012年5月28日，股份公司第一次股东大会选举储波兰为公司第一届监事会股东代表监事，另两位监事张梅、黄金香由职工代表大会选举产生，任期三年。

2015年5月11日，股份公司2015年第一次临时股东大会表决通过，选举储波兰为股东代表监事；与经第二届职工代表大会第一次会议选举产生的职工代表监事张梅、黄金香共同组成发行人第二届监事会，任期三年。

## （三）高级管理人员任职的变动情况

公司职务	2015.2-至今	2012.6-2015.2	2011-2012.6
总经理	姚建华	姚建华	姚建华
常务副总经理	彭瑞群	-	-
副总经理	王立军	王立军	-
副总经理	胡红云	胡红云	-
副总经理、董事会秘书	洪频	洪频	-
技术总监	黄秋纯	黄秋纯	-
总工程师	吕亚九	吕亚九	-
财务总监	彭世琼	彭世琼	-

2012年5月28日，股份公司第一届董事会第一次会议经董事长提名，聘任姚建华为总经理，王立军、胡红云、洪频为副总经理，黄秋纯为技术总监，吕亚九为总工程师，彭世琼为财务总监。

2015年5月27日，股份公司第二届董事会第一次会议经董事长提名，聘任姚建华为总经理；经总经理提名并经公司第二届董事会第一次会议表决通过，



聘任彭瑞群、王立军、胡红云、洪频为副总经理，黄秋纯为技术总监，吕亚九为总工程师，彭世琼为财务总监。

除上述情形外，公司的董事、监事、高级管理人员近三年内未发生其他变化。发行人的董事、监事和高级管理人员在最近三年的变化符合法律、法规、规范性文件 and 公司章程的规定，并履行了必要的法律程序。上述变化系基于适应公司长远发展之需求及完善公司治理结构和符合上市规则之需要而进行的适当、必要的调整。发行人最近三年内的董事、高级管理人员的变动没有构成重大变化，不会成为发行人本次发行上市的实质性障碍。

## 第九节 公司治理

### 一、发行人公司治理概述

发行人依据《公司法》、《上市公司治理准则》、《上市公司章程指引》等有关法律、法规，结合公司的实际情况，制定了《公司章程》，建立了股东大会、董事会、监事会、经理层组成的法人治理结构，能够保障股东，特别是中小股东充分行使股东权利。

发行人依据相关法律、法规和《公司章程》，制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《董事会专门委员会工作细则》、《董事会秘书工作制度》、《独立董事工作制度》、《监事会议事规则》、《总经理工作细则》、《对外担保管理制度》、《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》等相关制度，为发行人的法人治理提供了制度保障。

### 二、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

#### （一）股东大会制度的建立健全及运行情况

##### 1. 股东的权利及义务

按照《公司章程》第三十一条规定，公司股东享有下列权利：

- （1） 依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；
- （2） 依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；
- （3） 对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；
- （4） 依照法律、行政法规及本章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；
- （5） 查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；
- （6） 公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；
- （7） 对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；

(8) 法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他权利。

按照《公司章程》第三十六条的规定，公司股东的义务如下：

(1) 遵守法律、行政法规和本章程；

(2) 依其所认购的股份和入股方式缴纳股金；

(3) 除法律、法规规定的情形外，不得退股；

(4) 不得滥用股东权利损害公司或者其他股东的利益；不得滥用公司法人独立地位和股东有限责任损害公司债权人的利益。

公司股东滥用股东权利给公司或者其他股东造成损失的，应当依法承担赔偿责任。

公司股东滥用公司法人独立地位和股东有限责任，逃避债务，严重损害公司债权人利益的，应当对公司债务承担连带责任。

(5) 法律、行政法规及本章程规定应当承担的其他义务。

## 2. 股东大会的职权

根据《公司章程》第三十九条，股东大会是公司的权力机关，行使以下职权：

(1) 决定公司的经营方针和投资计划；

(2) 选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；

(3) 审议批准董事会的报告；

(4) 审议批准监事会的报告；

(5) 审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；

(6) 审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；

(7) 对公司增加或者减少注册资本作出决议；

(8) 对发行公司债券作出决议；

(9) 对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；

(10) 修改本章程；

(11) 对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；

(12) 审议批准本章程第四十条规定的交易事项；

(13) 审议批准本章程第四十一条规定的担保事项；

（14）审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30%的事项；

（15）审议批准公司与关联方发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在 3000 万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易事项；

（16）审议批准变更募集资金用途事项；

（17）审议股权激励计划；

（18）审议法律、行政法规、部门规章、本章程及经公司股东大会审议通过的相关管理制度等规定应当由股东大会决定的其他事项

《公司章程》第四十条规定，以下交易事项需要提交股东大会审议：

（1）交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 50%以上，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算数据；

（2）交易标的(如股权)在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 50%以上，且绝对金额超过 5,000 万元；

（3）交易标的(如股权)在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 500 万元；

（4）交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 50%以上，且绝对金额超过 5,000 万元；

（5）交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 500 万元。

第四十条所称“交易”系指下列事项：

（1）购买或者出售资产（不含购买原材料、燃料和动力，以及出售产品、商品等与日常经营相关的资产，但资产置换中涉及购买、出售此类资产的，仍包含在内。）；

（2）对外投资（含委托理财，委托贷款，对子公司、合营企业、联营企业投资，投资交易性金融资产、可供出售金融资产、持有至到期投资等）；

（3）提供财务资助；

（4）提供担保（包含以公司资产、权益为公司自身债务提供担保）；

（5）租入或者租出资产；

（6）签订管理方面的合同（含委托经营、受托经营等）；

- （7） 赠与或者受赠资产（受赠现金资产除外）；
- （8） 债权或者债务重组；
- （9） 研究与开发项目的转移；
- （10） 签订许可协议；
- （11） 签订借款合同；
- （12） 其他法律法规规范性文件规定、本章程或公司股东大会认定的其他交易。

本条第二款第（十一）项交易即“签订借款合同”不适用本条第一款第（五）项有关“交易产生利润”占比的判断标准。

《公司章程》第四十一条规定，以下对外担保事项需要提交股东大会审议：

- （1） 单笔担保金额超过公司最近一期经审计净资产 10%的担保；
- （2） 公司及公司控股子公司的对外担保总金额，超过公司最近一期经审计净资产的 50%以后提供的任何担保；
- （3） 为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；
- （4） 连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30%；
- （5） 连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50%且绝对金额超过人民币 5,000 万元；
- （6） 对股东、实际控制人及其关联人提供的担保；
- （7） 本章程或股东大会认定的其他对外担保情形。

《公司章程》第四十条有关提供担保的规定与第四十一条规定不一致的，以第四十一条规定为准。

股东大会审议第四十一条第（4）项担保事项时，必须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联人提供的担保议案时，该股东或者受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决由出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。

对于第四十一条第二款规定须经股东大会审议通过的对外担保事项以外的公司其他对外担保事项，须由董事会审议通过。董事会审议担保事项时，必须经出席董事会会议的三分之二以上董事审议同意并经全体独立董事三分之二以上同意。

### 3. 股东大会议事规则

公司现行有效之《股东大会议事规则》系经公司 2012 年第一次股东大会审议通过并经公司 2014 年第四次临时股东大会修订，其主要内容如下：

#### （1）股东大会的召集

第四条规定，股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开一次，应当于上一会计年度结束后的 6 个月内举行。临时股东大会不定期召开，出现《公司法》第一百零一条规定的应当召开临时股东大会的情形时，临时股东大会应当在 2 个月内召开。

第七条规定，独立董事有权向董事会提议召开临时股东大会。对独立董事要求召开临时股东大会的提议，董事会应当根据法律、行政法规和《公司章程》的规定，在收到提议后 10 日内提出同意或不同意召开临时股东大会的书面反馈意见；

董事会同意召开临时股东大会的，应当在作出董事会决议后的 5 日内发出召开股东大会的通知；董事会不同意召开临时股东大会的，应当说明理由并公告；

第八条规定，监事会有权向董事会提议召开临时股东大会，并应当以书面形式向董事会提出。董事会应当根据法律、行政法规和《公司章程》的规定，在收到提议后 10 日内提出同意或不同意召开临时股东大会的书面反馈意见。

董事会同意召开临时股东大会的，应当在作出董事会决议后的 5 日内发出召开股东大会的通知，通知中对原提议的变更，应当征得监事会的同意。

董事会不同意召开临时股东大会，或者在收到提议后 10 日内未作出书面反馈的，视为董事会不能履行或者不履行召集股东大会会议职责，监事会可以自行召集和主持。

第九条规定，单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东有权向董事会请求召开临时股东大会，并应当以书面形式向董事会提出。董事会应当根据法律、行政法规和《公司章程》的规定，在收到请求后 10 日内提出同意或不同意召开临时股东大会的书面反馈意见。

董事会同意召开临时股东大会的，应当在作出董事会决议后的 5 日内发出召开股东大会的通知，通知中对原请求的变更，应当征得相关股东的同意。

董事会不同意召开临时股东大会，或者在收到请求后 10 日内未作出反馈的，

单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东有权向监事会提议召开临时股东大会，并应当以书面形式向监事会提出请求。

监事会同意召开临时股东大会的，应在收到请求 5 日内发出召开股东大会的通知，通知中对原请求的变更，应当征得相关股东的同意；

监事会未在规定期限内发出股东大会通知的，视为监事会不召集和主持股东大会，连续 90 日以上单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东可以自行召集和主持；

第十条规定，监事会或股东决定自行召集股东大会的，应当书面通知董事会。

在股东大会决议公告前，召集股东持股比例不得低于 10%。

第十一条规定，对于监事会或股东自行召集的股东大会，董事会和董事会秘书应予配合。董事会应当提供股权登记日的股东名册。董事会未提供股东名册的，召集人可以持召集股东大会通知的相关公告，向证券登记结算机构申请获取。

## （2）股东大会的提案与通知

《公司章程》第五十一条规定，提案的内容应当属于股东大会职权范围，有明确议题和具体决议事项，并且符合法律、行政法规和《公司章程》的有关规定；

第五十二条规定，公司召开股东大会，董事会、监事会以及单独或者合并持有公司 3%以上股份的股东，有权向公司提出提案。

单独或者合计持有公司 3%以上股份的股东，可以在股东大会召开十日前提出临时提案并书面提交召集人。召集人应当在收到提案后二日内发出股东大会补充通知。除前款规定的情形外，召集人在发出股东大会通知公告后，不得修改股东大会通知中已列明的提案或增加新的提案。

股东大会通知中未列明或不符合《公司章程》第五十一条规定的提案，股东大会不得进行表决并作出决议；

## （3）股东大会的召开

《公司章程》第四十四条规定，公司召开股东大会的地点为公司会议室或会议通知规定的其他地点。股东大会将设置会场，以现场会议形式召开。公司还将按照有关规定及董事会作出的决议，提供其他方式为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

第五十八条规定，所有股东或其代理人，均有权出席股东大会。并依照有关法律、法规及本章程行使表决权。

股东可以亲自出席股东大会，也可以委托代理人代为出席和表决；

第六十三条规定，公司召开股东大会，全体董事、监事和董事会秘书应当出席会议，总经理和其他高级管理人员应当列席会议；

第六十四条规定，股东大会由董事长主持。董事长不能履行职务或者不履行职务时，由半数以上董事共同推举的一名董事主持；

监事会自行召集的股东大会，由监事会主席主持。监事会主席不能履行职务或不履行职务时，由半数以上监事共同推举的一名监事主持；

股东自行召集的股东大会，由召集人推举代表主持；

召开股东大会时，会议主持人违反议事规则使股东大会无法继续进行的，经现场出席股东大会有表决权过半数的股东同意，股东大会可推举一人担任会议主持人，继续开会；

#### （4）股东大会的表决与决议

《公司章程》第七十二条规定，股东大会决议分为普通决议和特别决议。

股东大会作出普通决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上通过。股东大会作出特别决议，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。

《公司章程》第七十三条规定，下列事项由股东大会以普通决议通过：

- ① 董事会和监事会的工作报告；
- ② 董事会拟定的利润分配方案和弥补亏损方案；
- ③ 董事会和监事会成员的任免及其报酬和支付方法；
- ④ 公司年度预算方案、决算方案；
- ⑤ 公司年度报告；
- ⑥ 除法律、行政法规规定或者本章程规定应当以特别决议通过以外的其他事项。

《公司章程》第七十四条规定，下列事项由股东大会以特别决议通过

- ① 公司增加或者减少注册资本；
- ② 公司的分立、合并、解散和清算；
- ③ 本章程的修改；



- ④ 公司在一年内购买、出售重大资产或者担保金额超过公司最近一期经审计总资产 30%的；
- ⑤ 股权激励计划；
- ⑥ 法律、行政法规或本章程规定的，以及股东大会以普通决议认定会对公司产生重大影响的、需要以特别决议通过的其他事项。

《公司章程》第七十六条规定，股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

关联股东在股东大会审议有关关联交易事项时，应当主动向股东大会说明情况，并明确表示不参与投票表决。关联股东没有主动说明关联关系的，其他股东可以要求其说明情况并回避表决。关联股东没有说明情况或回避表决的，就关联交易事项的表决，其所持有的股份不计入有效表决权股份总数。

股东大会结束后，其他股东发现有关联股东参与有关关联交易事项投票的，或者股东对是否应适用回避有异议的，有权就相关决议根据本章程第三十四条规定向人民法院起诉。

关联股东明确表示回避的，由出席股东大会的其他股东对有关关联交易事项进行审议表决，表决结果与股东大会通过的其他决议具有同等法律效力。

#### 4. 股东大会运行情况

股份公司成立及之后，发行人共召开 20 次股东大会，审议并通过了章程修订、股东大会议事规则、董事议事规则、监事会议事规则、设立董事会专门委员会及其、累积投票制度实施细则、独立董事制度、控股子公司管理制度、关联交易决策制度、对外担保管理制度、对外投资管理制度、募集资金管理制度（草案）、防止控股股东及其关联方资金占用制度等公司治理相关的规章制度，并对董事监事选举及薪酬、董事会及监事会工作报告、章程修改、增资扩股、变更经营范围、设立分支机构、财务决算报告、贷款及授信申请、利润分配、关联交易和发行新股、首次公开发行股票对每股收益摊薄事项等各项其他议案予以了审议。上述股东大会的会议通知方式、召开方式、表决方式符合《公司法》、《深圳玛丝菲尔时装股份有限公司章程》、《深圳玛丝菲尔时装股份有限公司股东大会议事规则》的规定，会议记录完整规范。

## （二）董事会制度的建立健全及运行情况

### 1. 董事会的构成及职权

#### （1）董事会的构成

公司第一届董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 名，由公司 2012 年度第一次股东大会、2012 年度第五次临时股东大会根据《公司章程》的规定选举产生，任期三年。公司第二届董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 名，由公司第一届董事会第二十五次、2015 年第一次临时股东大会及 2015 年年度股东大会选举产生，职工代表董事由职工代表大会民主选举产生，董事任期三年，上述董事均符合《公司法》及相关法规要求的任职资格上述董事均符合《公司法》及相关法规要求的任职资格。

#### （2）董事会的职权

根据公司章程规定，董事会职权如下：

- ① 召集股东大会，并向股东大会报告工作；
- ② 执行股东大会的决议；
- ③ 决定公司的经营计划和投资方案；
- ④ 制订公司的年度财务预算方案、决算方案；
- ⑤ 制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- ⑥ 制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；
- ⑦ 拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；
- ⑧ 在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；
- ⑨ 决定公司内部管理机构的设置；
- ⑩ 聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务总监、技术总监、总工程师等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；
- ⑪ 制订公司的基本管理制度；
- ⑫ 制订本章程的修改方案；
- ⑬ 管理公司信息披露事项；

- ⑭ 向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；
- ⑮ 听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；
- ⑯ 法律、行政法规、部门规章或本章程授予的其他职权。

## 2. 董事会议事规则

2012年5月28日，发行人第一次股东大会审议并通过了《董事会议事规则》，主要内容如下：

董事会会议分为定期会议和临时会议。董事会每年应当至少在上下两个半年度各召开一次定期会议。

董事会会议由董事长召集和主持；董事长不能履行职务或者不履行职务的，由副董事长召集和主持；未设副董事长、副董事长不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上董事共同推举一名董事召集和主持。

董事会会议应当有过半数的董事出席方可举行。有关董事拒不出席或者怠于出席会议导致无法满足会议召开的最低人数要求时，董事长和董事会秘书应当及时向监管部门报告。

监事可以列席董事会会议；总经理和董事会秘书未兼任董事的，应当列席董事会会议。会议主持人认为有必要的，可以通知其他有关人员列席董事会会议。

董事会会议以现场召开为原则。必要时，在保障董事充分表达意见的前提下，经召集人（主持人）、提议人同意，也可以通过视频、电话、传真或者电子邮件表决等方式召开。董事会会议也可以采取现场与其他方式同时进行的方式召开。

会议表决实行一人一票，以计名和书面等方式进行。

董事的表决意向分为同意、反对和弃权。

董事会审议通过会议提案并形成相关决议，必须有超过公司全体董事人数之半数的董事对该提案投赞成票。法律、行政法规和本公司《公司章程》规定董事会形成决议应当取得更多董事同意的，从其规定。

董事会根据本公司《公司章程》的规定，在其权限范围内对担保事项作出决议，除公司全体董事过半数同意外，还必须经出席会议的三分之二以上董事的同意。

公司为关联方提供担保，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。

### 3. 董事会的设立及运行情况

公司董事会的设立情况，请参见本招股书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员 一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介（一）董事”相关内容。

股份公司成立及之后，发行人共召开 33 次董事会，审议了设立董事会专门委员会并制定实施细则、选举董事、章程修订、累积投票制度、独立董事制度等公司治理相关的规章制度，并对变更经营范围、增资扩股、利润分配、股权收购、贷款及授信的申请、董事会、独立董事及总经理工作报告、设立分支机构、首次公开发行股票对每股收益摊薄事项等其他议案进行了审议，并按规定将相关议案提交股东大会审议。

上述董事会的会议通知方式、召开方式、表决方式符合《公司法》、《深圳玛丝菲尔时装股份有限公司章程》、《深圳玛丝菲尔时装股份有限公司董事会议事规则》的规定，会议记录完整规范。

#### （三）监事会制度的建立健全及运行情况

##### 1. 监事会构成及职权

2012 年 5 月 28 日，公司第一次股东会议选举储波兰为股东代表监事，与由职工民主选举产生的监事张梅、黄金香共同组成公司监事会。发行人第一届监事会由 3 名监事组成，任期 3 年。公司第二届监事会由 3 名监事组成，含 1 名股东代表监事及 2 名职工代表监事。股东代表监事由公司监事会第一届第十次会议及 2015 年第一次临时股东大会选举产生，职工代表监事由职工代表大会民主选举产生。监事任期为 3 年，上述监事的任职资格符合《公司法》及相关法规所要求的任职资格。

根据《公司章程》的规定，监事会职权如下：

- （1）应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；
- （2）检查公司财务；
- （3）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；
- （4）当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；

- （5） 提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；
- （6） 向股东大会提出提案；
- （7） 依照相关规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；
- （8） 发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担；
- （9） 列席董事会会议；
- （10） 本章程规定或公司股东大会授予的其他职权。

## 2. 监事会议事规则

2012年5月28日，发行人第一次股东大会审议并通过了《监事会议事规则》，主要内容如下：

监事会会议分为定期会议和临时会议。

监事会定期会议应当每六个月召开一次。

监事会会议由监事会主席召集和主持；监事会主席不能履行职务或者不履行职务的，由监事会副主席召集和主持；未设副主席、副主席不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上监事共同推举一名监事召集和主持。

监事会会议应当有过半数的监事出席方可举行。相关监事拒不出席或者怠于出席会议导致无法满足会议召开的最低人数要求的，其他监事应当及时向监管部门报告。

董事会秘书和证券事务代表应当列席监事会会议。

监事会会议的表决实行一人一票，以记名和书面等方式进行。

监事的表决意向分为同意、反对和弃权。

监事会形成决议应当全体监事过半数同意。

监事会办公室工作人员应当对现场会议做好记录。出席会议的监事和记录人员应当在会议记录上签字，对会议记录进行签字确认。监事对会议记录有不同意见的，可以在签字时作出书面说明。必要时，应当及时向监管部门报告，也可以发表公开声明。

## 3. 监事会的运行情况

股份公司成立及之后，发行人共召开 15 次监事会议，审议了并通过了选举

监事会主席、股权收购、监事会工作报告、财务决算报告、利润分配等议案。

上述监事会的会议通知方式、召开方式、表决方式符合《公司法》、《深圳玛丝菲尔时装股份有限公司章程》、《深圳玛丝菲尔时装股份有限公司监事会议事规则》的规定，会议记录完整规范。

#### （四）独立董事制度的建立健全及运行情况

##### 1. 独立董事的聘用、构成及职权

2012年10月9日，2012年第五次临时股东大会选举何文炯、黄廉熙、汪祥耀为公司独立董事，其中汪祥耀先生为会计专业人士。2015年5月27日，股份公司2015年第一次临时股东大会表决通过，选举李南峰、黄廉熙、汪祥耀为独立董事。2016年3月31日2015年年度股东大会表决通过，同意汪祥耀辞去独立董事，选举刘雪生为独立董事，刘雪生为会计专业人士。

根据《公司章程》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》的规定，独立董事除履行相关法律、法规赋予董事的职权外，还拥有以下特别职权：

（1）重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于300万元或高于公司最近经审计净资产值的5%的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。

（2）向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；

（3）向董事会提请召开临时股东大会；

（4）提议召开董事会；

（5）独立聘请外部审计机构和咨询机构；

（6）可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

此外，独立董事须对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：

（1）提名、任免董事；

（2）聘任或解聘高级管理人员；

（3）公司董事、高级管理人员的薪酬；

（4）公司的股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于300万元或高于公司最近经审计净资产值的5%的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款；

（5）需要披露的关联交易、对外担保（不含对合并报表范围内子公司提供担保）、委托理财、对外提供财务资助、变更募集资金用途、股票及其衍生品种投资等重大事项；

（6）公司当年盈利但年度董事会未提出包含现金分红的利润分配预案；

（7）重大资产重组方案、股权激励计划；

（8）独立董事认为可能损害中小股东权益的事项；

（9）法律、法规、规范性文件及《公司章程》规定的其他事项。

独立董事应当就上述事项发表以下几类意见之一：同意；保留意见及其理由；反对意见及其理由；无法发表意见及其障碍。

## 2. 独立董事在公司治理中的发挥作用的情况

独立董事当选至今，根据《公司章程》的规定，遵循《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》，谨慎、认真、勤勉地行使权利并履行义务，积极参与董事会各项议案讨论，独立行使表决权，积极参与公司治理各项事务，结合公司实际情况，在完善公司法人治理结构、提高公司决策水平、提升公司财务管理能力等方面提出有建设性的意见和建议。

### （五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

#### 1. 董事会秘书职责

2012年5月28日，发行人第一届董事会第一次会议聘请洪频为董事会秘书。

2012年9月24日，发行人第一届董事会第七次会议审议通过了《董事会秘书工作制度》。董事会秘书是公司高级管理人员，履行如下职责：

（1）负责公司信息披露事务，协调公司信息披露工作，组织制订公司《信息披露管理办法》，督促公司及相关信息披露义务人遵守信息披露相关规定；

（2）负责公司投资者关系管理和股东资料管理工作，协调公司与证券监管机构、股东及实际控制人、保荐人、证券服务机构、媒体等之间的信息沟通；

（3）组织筹备董事会会议和股东大会，参加股东大会、董事会会议、监事会会议及高级管理人员相关会议，负责董事会会议记录工作并签字；

（4）负责公司信息披露的保密工作，在未公开重大信息出现泄露时，及

时向深圳证券交易所报告并办理公告；

（5）关注媒体报道并主动求证真实情况，督促董事会及时回复深圳证券交易所所有问询；

（6）组织董事、监事和高级管理人员进行证券法律法规、本工作制度及相关规定的培训，协助前述人员了解各自在信息披露中的权利和义务；

（7）督促董事、监事和高级管理人员遵守法律、法规、规章、规范性文件、本工作制度、深圳证券交易所其他相关规定及《公司章程》，切实履行其所作出的承诺；在知悉公司作出或可能作出违反有关规定的决议时，应予以提醒并立即如实地向深圳证券交易所报告；

（8）《公司法》、《证券法》、中国证监会和深圳证券交易所要求履行的其他职责。

## 2. 董事会秘书履行职责的情况

董事会秘书洪频自任职之日起，认真履行各项职责，在完善公司法人治理结构、参与公司重大事项决策、组织相关人员进行证券知识培训、与监管机关沟通交流、与各中介机构协调等事务中发挥了积极的作用。

### （六）董事会专门委员会的设立及运行情况

#### 1. 董事会专门委员会的设立、人员构成

2012年5月28日第一届董事会第一次会议通过了设立第一届董事会战略与发展委员会、审计委员会、提名委员会和薪酬与考核委员会的决议，上述专门委员会的人员组成情况如下：

专门委员会	召集人	委员	独董人数	会计专业人士
战略与发展委员会	朱崇恂	姚建华、汪祥耀、何文炯、黄康熙	3	不适用
审计委员会	汪祥耀	何文炯、姚建华	2	汪祥耀
薪酬与考核委员会	何文炯	黄康熙、朱崇恂	2	不适用
提名委员会	黄康熙	汪祥耀、张芳	2	不适用

2015年6月1日第二届董事会第一次会议通过了设立第二届董事会战略与发展委员会、审计委员会、提名委员会和薪酬与考核委员会的决议，上述专门委员会的人员组成情况如下：

专门委员会	召集人	委员	独董人数	会计专业人士
战略与发展委员会	朱崇恂	姚建华、汪祥耀、李南峰、黄康熙	3	不适用
审计委员会	汪祥耀	李南峰、姚建华	2	汪祥耀



专门委员会	召集人	委员	独董人数	会计专业人士
薪酬与考核委员会	李南峰	黄廉熙、朱崇恽	2	不适用
提名委员会	黄廉熙	汪祥耀、张芳	2	不适用

2016年4月6日第二届董事会第六次会议通过了改选第二届董事会专门委员会的决议，上述专门委员会的人员组成情况如下：

专门委员会	召集人	委员	独董人数	会计专业人士
战略与发展委员会	朱崇恽	姚建华、刘雪生、李南峰、黄廉熙	3	不适用
审计委员会	刘雪生	李南峰、姚建华	2	刘雪生
薪酬与考核委员会	李南峰	黄廉熙、朱崇恽	2	不适用
提名委员会	黄廉熙	刘雪生、张芳	2	不适用

## 2. 董事会专门委员会的议事规则

2012年5月28日，发行人第一届董事会第一次会议审议通过了《战略与发展委员会实施细则》、《审计委员会实施细则》、《提名委员会实施细则》、《薪酬与考核委员会实施细则》，各委员会的主要职责内容如下：

专门委员会	主要职责
战略与发展委员会	对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；对《公司章程》规定须经董事会批准的重大投资融资方案进行研究并提出建议；对《公司章程》规定须经董事会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；对以上事项的实施进行检查。
审计委员会	提议聘请或更换外部审计机构；监督公司的内部审计制度及其实施；负责内部审计与外部审计之间的沟通；审核公司的财务信息及其披露；审查公司内控制度，对重大关联交易进行审计。
提名委员会	根据公司经营情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；研究董事、经理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；广泛搜寻并提交合格的董事、高级管理人员、控股企业中委派的董事长和高级管理人员的候选人；对董事候选人、高级管理人员候选人进行审查并提出任免建议；对须提请董事会聘任的其他高级管理人员进行审查并提出建议。
薪酬与考核委员会	根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案；薪酬计划或方案主要包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和惩罚的主要方案和制度等；审查公司董事（非独立董事）及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；负责对公司薪酬制度执行情况进行监督。

## 3. 董事会专门委员会的运行情况

截至本招股书签署日，上述专门委员会具体运行情况如下：

年度	专门委员会	会议时间	议案
2012年	战略与发展委员会 2012年度第一次会议	2012/11/8	《关于同意公司开发男装业务的议案》
	薪酬与考核委员会 2012年度第一次会议	2012/11/1	《关于独立董事津贴的议案》
	审计委员会 2012年度第一次会议	2012/11/1	《关于审议公司内审制度建设的议案》

年度	专门委员会	会议时间	议案
2013 年	战略与发展委员会 2013 年度第一次会议	2013/4/1	《关于拟收购深圳市深浅服饰设计有限公司并设立一家控股子公司的议案》
	战略与发展委员会 2013 年度第二次会议	2013/12/16	《关于收购一意大利公司的议案》
	薪酬与考核委员会 2013 年度第一次会议	2013/4/15	《关于公司董事、监事及高级管理人员薪酬与津贴的议案》
	提名委员会	2013/6/30	《关于提名李乐担任公司财务部部长的议案》
	审计委员会 2013 年度 第一次会议	2013/4/24	《关于同意报出 2012 年度财务报告的议案》；《关于提议聘任 2013 年度审计机构的议案》
	审计委员会 2013 年度 第二次会议	2013/6/15	《关于与江苏省华建建设股份有限公司签订〈玛丝菲尔工业厂区二期工程施工总承包补充合同之二〉的议案》
	审计委员会 2013 年度 第三次会议	2013/7/15	《审计部 2013 年年度工作计划》
	审计委员会 2013 年度 第四次会议	2013/12/15	《关于聘任公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市审计机构及 2013 年度审计机构议案》
2014 年	审计委员会 2014 年度 第一次会议	2014/1/5	《2012 年度（2012 年 4 月 1 日-2012 年 10 月 30 日）利润分配预案》； 《2012 年度（2012 年 10 月 31 日-2012 年 12 月 31 日）利润分配预案》
	战略与发展委员会 2014 年度第一次会议	2014/3/2	《关于公司符合首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市条件的议案》； 《关于申请首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市的议案》； 《关于审议首次公开发行人民币普通股（A 股）股票募集资金投资项目的议案》； 《关于提请股东大会授权董事会办理公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市有关事宜的议案》； 《深圳玛丝菲尔时装股份有限公司未来分红回报规划（2014 年-2016 年）》
	审计委员会 2014 年度 第二次会议	2014/3/14	《关于同意报出 2013 年度、2012 年度及 2011 年度财务报告的议案》； 《2013 年度利润分配预案》
	薪酬与考核委员会 2014 年度第一次会议	2014/3/25	《关于公司董事、监事及高级管理人员薪酬与津贴的议案》
	审计委员会 2014 年度 第三次会议	2014/8/15	《关于同意报出 2014 年 1-6 月、2013 年度、2012 年度及 2011 年度财务报告的议案》
	审计委员会 2014 年度 第四次会议	2014/10/10	《2013 年度剩余可分配利润分配预案》
	提名委员会 2014 年度第一次会议	2014/11/30	《关于提名吴东泽担任 MARISFROLG（玛丝菲尔男装）首席设计师的议案》
2015 年	提名委员会 2015 年度第一次会议	2015/2/5	《关于提名彭瑞群担任公司常务副总经理的议案》
	战略与发展委员会 2015 年度第一次会议	2015/3/1	《关于拟以明佳豪收购惠州两家商贸公司的议案》

年度	专门委员会	会议时间	议案
	审计委员会 2015 年度第一次会议	2015/3/10	《2014 年度财务决算报告》； 《关于提议续聘 2015 年度审计机构的议案》； 《关于同意报出 2014 年度财务报告的议案》； 《深圳玛丝菲尔时装股份有限公司关于内部控制有关事项的说明》； 《关于预计 2015 年度日常关联交易的议案》；
	薪酬与考核委员会 2015 年度第一次会议	2015/3/10	《关于公司董事、监事及高级管理人员薪酬与津贴的议案》
	提名委员会 2015 年度第二次会议	2015/5/10	《关于提名公司第二届董事会候选人的议案》
	审计委员会 2015 年度第一次会议	2015/6/1	《关于选举第二届审计委员会主任的议案》
	审计委员会 2015 年度第二次会议	2015/8/13	《关于同意报出 2015 年 1-6 月财务报告的议案》
	审计委员会 2015 年度第三次会议	2015/10/9	《2014 年度利润分配方案》
2016 年 1-6 月	审计委员会 2016 年第一次会议	2016/3/10	《2015 年度财务决算报告》； 《关于提议续聘 2016 年度审计机构的议案》； 《关于同意报出 2015 年度财务报告的议案》； 《深圳玛丝菲尔时装股份有限公司关于内部控制有关事项的说明》； 《关于预计 2016 年日常关联交易的议案》；
	提名委员会 2016 年第一次会议	2016/3/10	《关于提名刘雪生为公司第二届董事会独立董事候选人的议案》
	薪酬与考核委员会 2016 年第一次会议	2016/3/10	《关于公司董事、监事及高级管理人员薪酬与津贴的议案》
	第二届战略委员会 2016 年第二次会议	2016/7/15	《关于公司变更经营范围并修改公司章程的议案》
	审计委员会 2016 年第二次会议	2016/4/6	《关于改选第二届审计委员会主任的议案》
	审计委员会 2016 年第三次会议	2016-9-9	《关于同意报出 2016 年 1-6 月财务报告的议案》； 《关于 2015 年利润分配方案》

### 三、公司报告期内违法违规情况

通过依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事及董事会秘书制度，公司及董事、监事和高级管理人员严格按照公司章程及有关的法律法规开展日常经营活动，报告期内不存在因重大违法违规行为被相关主管机关处罚的情形。

### 四、公司报告期内资金占用和对外担保情况

报告期内，公司曾经与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间存在少量资金占用的情形，请参见本招股书“第七节 同业竞争与关联交易 三、关联方和关联交易（二）关联交易情况”。

发行人的《公司章程》明确规定对外担保的审批权限和审议程序，报告期内不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行担保的情形。

## 五、公司内部控制制度的情况

### （一）公司管理层对内部控制制度完整性、合理性及有效性的自我评价

公司管理层认为，本公司于 2016 年 6 月 30 日已按照《企业内部控制基本规范》及相关规定的有关规范标准，在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

### （二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）按照《中国注册会计师其他鉴证业务准则第 3101 号-历史财务信息审计或审阅以外的鉴证业务》并参照《内部控制审核指导意见》的规定执行了鉴证业务，并出具了瑞华核字[2016]48220025 号《内部控制鉴证报告》，认为：“玛丝菲尔公司于 2016 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了按照财政部颁布的《内部会计控制规范-基本规范（试行）》的有关规范标准中与财务报表相关的有效的内部控制”。

## 第十节 财务会计信息

本节引用的财务会计信息，非经特别说明，均引自经瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）审计的公司财务会计报表。本节的财务会计数据及有关的分析说明反映了公司报告期内经审计会计报表及有关附注的主要内容。公司提醒投资者关注本招股说明书备查文件“财务报表和审计报告”全文，以获取公司最近三年的财务会计信息。

### 一、审计意见

瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）对公司报告期内财务报表及附注进行了审计并于 2016 年 9 月 9 日出具了标准无保留意见的《审计报告》（瑞华审字[2016]48220019 号），认为，玛丝菲尔公司编制的申报财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了 2016 年 6 月 30 日、2015 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日合并及公司的财务状况以及 2016 年 1-6 月、2015 年度、2014 年度、2013 年度合并及公司的经营成果和现金流量。

### 二、财务报表

#### （一）合并财务报表

##### 1. 合并资产负债表

单位：元

资产	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
<b>流动资产：</b>				
货币资金	156,458,257.36	250,249,413.07	179,196,443.83	218,199,118.60
应收账款	151,291,281.39	148,992,464.72	142,783,911.96	153,063,256.88
预付款项	41,766,241.30	30,668,174.03	30,625,028.68	20,032,854.58
其他应收款	59,512,057.11	62,570,691.54	35,533,241.75	36,664,072.50
存货	776,730,133.97	780,263,076.50	612,762,758.09	503,631,984.47
一年内到期的非流动资产	35,797.17	156,339.57	-	-
其他流动资产	5,000,000.00	-	-	-

资产	2016年6月30日	2015年12月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
<b>流动资产合计</b>	<b>1,190,793,768.30</b>	<b>1,272,900,159.43</b>	<b>1,000,901,384.31</b>	<b>931,591,287.03</b>
<b>非流动资产：</b>				
固定资产	531,897,505.83	487,649,821.99	367,136,856.07	335,681,907.07
在建工程	563,467,169.84	587,603,277.07	602,149,007.14	523,099,631.03
固定资产清理	19,002.27	4,396.61	5,056.21	-
无形资产	198,487,054.75	201,659,645.42	199,588,620.27	43,636,186.95
商誉	39,204,425.95	42,230,302.92	55,617,671.76	21,914,597.20
长期待摊费用	59,097,828.01	60,435,631.53	58,293,354.73	423,333.27
递延所得税资产	48,590,064.29	44,613,866.59	41,827,044.77	34,765,753.18
其他非流动资产	1,117,762.50	2,431,547.50	2,023,762.00	586,700.00
<b>非流动资产合计</b>	<b>1,441,880,813.44</b>	<b>1,426,628,489.63</b>	<b>1,326,641,372.95</b>	<b>960,108,108.70</b>
<b>资产总计</b>	<b>2,632,674,581.74</b>	<b>2,699,528,649.06</b>	<b>2,327,542,757.26</b>	<b>1,891,699,395.73</b>

## 合并资产负债表（续）

单位：元

负债及股东权益	2016年6月30日	2015年12月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
<b>流动负债：</b>				
短期借款	542,457,713.83	678,996,850.45	398,520,000.00	210,000,000.00
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	2,338,021.31	2,985,912.48	4,722,271.27	-
应付账款	112,315,641.44	162,058,924.84	152,433,885.71	122,018,031.32
预收款项	37,695,903.30	40,054,676.78	54,824,817.31	63,974,002.53
应付职工薪酬	70,332,649.64	81,718,040.08	75,634,414.60	63,128,829.94
应交税费	61,832,381.96	110,045,882.37	88,577,900.00	98,120,175.72
应付利息	2,152,653.49	1,790,724.18	1,840,737.23	357,333.42
应付股利	-	4,000,000.00	-	-
其他应付款	69,825,917.74	75,913,562.57	64,501,025.49	50,305,225.54
一年内到期的非流动负债	212,032,195.79	-	-	-
其他流动负债	-	-	-	-
<b>流动负债合计</b>	<b>1,110,983,078.50</b>	<b>1,157,564,573.75</b>	<b>841,055,051.61</b>	<b>607,903,598.47</b>
<b>非流动负债：</b>				
长期借款	-	203,991,890.09	214,348,798.14	1,942,899.57
递延收益	1,892,781.51	3,000,000.00	13,370,500.00	4,894,307.00
递延所得税负债	52,334,721.23	53,460,060.97	62,156,065.27	-
<b>非流动负债合计</b>	<b>54,227,502.74</b>	<b>260,451,951.06</b>	<b>289,875,363.41</b>	<b>6,837,206.57</b>

负债及股东权益	2016年6月30日	2015年12月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
负债合计	<b>1,165,210,581.24</b>	<b>1,418,016,524.81</b>	<b>1,130,930,415.02</b>	<b>614,740,805.04</b>
股东权益：				
股本	369,000,000.00	369,000,000.00	369,000,000.00	369,000,000.00
其他权益工具	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
资本公积	100,931,995.48	100,931,995.48	100,931,995.48	100,931,995.48
减：库存股	-	-	-	-
盈余公积	184,500,000.00	184,500,000.00	163,579,806.66	96,942,963.14
未分配利润	832,331,703.54	651,768,079.22	579,084,906.97	711,185,069.09
其他综合收益	-34,637,957.42	-33,854,103.94	-17,699,431.35	-1,246,091.92
归属于母公司股东权益合计	<b>1,452,125,741.60</b>	<b>1,272,345,970.76</b>	<b>1,194,897,277.76</b>	<b>1,276,813,935.79</b>
少数股东权益	15,338,258.90	9,166,153.49	1,715,064.48	144,654.90
股东权益合计	<b>1,467,464,000.50</b>	<b>1,281,512,124.25</b>	<b>1,196,612,342.24</b>	<b>1,276,958,590.69</b>
负债及股东权益总计	<b>2,632,674,581.74</b>	<b>2,699,528,649.06</b>	<b>2,327,542,757.26</b>	<b>1,891,699,395.73</b>

## 2. 合并利润表

单位：元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
一、营业收入	<b>1,042,708,598.21</b>	<b>2,479,895,686.45</b>	<b>2,208,225,306.06</b>	<b>1,848,831,293.35</b>
减：营业成本	228,175,829.50	512,615,817.25	461,040,615.96	402,470,183.16
营业税金及附加	14,278,301.04	35,388,236.29	32,378,274.36	29,165,902.85
销售费用	397,125,182.92	757,522,493.16	641,331,926.87	493,239,491.00
管理费用	100,099,332.21	183,255,252.29	146,792,349.73	112,670,931.92
财务费用	20,231,889.44	2,964,883.15	5,624,006.83	14,799,487.41
资产减值损失	26,305,391.85	38,614,865.48	22,299,444.27	40,099,450.89
加：公允价值变动收益（损失以“－”号填列）	701,032.23	1,970,014.42	-4,714,369.59	-
投资收益（损失以“－”号填列）	-1,069,397.85	-1,694,778.89	-675,150.23	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
二、营业利润（亏损以“－”号填列）	<b>256,124,305.63</b>	<b>949,809,374.36</b>	<b>893,369,168.22</b>	<b>756,385,846.12</b>
加：营业外收入	3,669,548.74	2,746,183.91	1,382,950.00	1,566,634.25

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
减：营业外支出	143,686.34	796,749.93	308,399.71	464,166.30
其中：非流动资产 处置损失	-	4,444.23	885.48	124,269.26
<b>三、利润总额（亏 损以“-”号填列）</b>	<b>259,650,168.03</b>	<b>951,758,808.34</b>	<b>894,443,718.51</b>	<b>757,488,314.07</b>
减：所得税费用	72,920,571.73	246,571,498.13	224,524,655.19	195,800,854.05
<b>四、净利润（净亏 损以“-”填列）</b>	<b>186,729,596.30</b>	<b>705,187,310.21</b>	<b>669,919,063.32</b>	<b>561,687,460.02</b>
归属于母公司所 有者的净利润	180,563,624.32	693,334,957.30	668,348,653.74	561,742,805.12
少数股东损益	6,165,971.98	11,852,352.91	1,570,409.58	-55,345.10
<b>五、其他综合收益 的税后净额</b>	<b>-777,720.05</b>	<b>-16,148,529.43</b>	<b>-16,453,339.43</b>	<b>-1,251,161.90</b>
归属母公司股东 的其他综合收益 的税后净额	-783,853.48	-16,154,672.59	-16,453,339.43	-1,251,161.90
其中：（一）以后不 能重分类进损益 的其他综合收益	-	-	-	-
（二）以后将重分类 进损益的其他综 合收益	-783,853.48	-16,154,672.59	-16,453,339.43	-1,251,161.90
归属于少数股东 的其他综合收益 的税后净额	6,133.43	6,143.16	-	-
<b>六、综合收益总额</b>	<b>185,951,876.25</b>	<b>689,038,780.78</b>	<b>653,465,723.89</b>	<b>560,436,298.12</b>
其中：归属于母公 司所有者的综合 收益总额	179,779,770.84	677,180,284.71	651,895,314.31	560,491,643.22
归属于少数股东 的综合收益总额	6,172,105.41	11,858,496.07	1,570,409.58	-55,345.10
<b>七、每股收益（归 属于母公司普通 股股东）</b>				
1、基本每股收益	0.49	1.88	1.81	1.52
2、稀释每股收益	0.49	1.88	1.81	1.52

### 3. 合并现金流量表

单位：元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
一、经营活动产 生的现金流量：				



项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
销售商品、提供劳务收到的现金	1,205,195,405.31	2,836,628,014.69	2,525,525,887.09	2,124,590,890.46
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	10,233,701.26	12,317,601.20	9,676,313.10	10,471,813.39
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>1,215,429,106.57</b>	<b>2,848,945,615.89</b>	<b>2,535,202,200.18</b>	<b>2,135,062,703.85</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	276,978,282.78	716,307,693.27	628,273,204.93	468,418,200.29
支付给职工以及为职工支付的现金	289,728,076.52	510,419,888.74	403,390,308.04	335,296,996.09
支付的各项税费	269,447,715.09	573,645,214.68	564,008,819.18	454,760,527.57
支付其他与经营活动有关的现金	271,001,397.93	510,070,064.92	327,123,872.26	271,510,529.60
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>1,107,155,472.32</b>	<b>2,310,442,861.61</b>	<b>1,922,796,204.41</b>	<b>1,529,986,253.55</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>108,273,634.25</b>	<b>538,502,754.28</b>	<b>612,405,995.77</b>	<b>605,076,450.29</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>				
收回投资收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益收到的现金	-	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	36,629.55	17,007.24	-	154,178.18
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	630,696.37	-	-
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>36,629.55</b>	<b>647,703.61</b>	<b>-</b>	<b>154,178.18</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	49,643,277.31	109,533,316.03	106,670,985.72	269,341,647.10
投资支付的现金	-	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	2,283,842.85	214,383,451.69	-
支付其他与投资活动有关的现金	5,008,978.26	-	751,802.86	10,306,362.92
<b>投资活动现金流</b>	<b>54,652,255.57</b>	<b>111,817,158.88</b>	<b>321,806,240.27</b>	<b>279,648,010.02</b>

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
出小计				
投资活动产生的现金流量净额	<b>-54,615,626.02</b>	<b>-111,169,455.27</b>	<b>-321,806,240.27</b>	<b>-279,493,831.84</b>
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	-	200,000.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-	200,000.00
取得借款收到的现金	54,168,248.17	732,080,898.02	855,356,178.71	408,396,002.00
发行债券收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	<b>54,168,248.17</b>	<b>732,080,898.02</b>	<b>855,356,178.71</b>	<b>408,596,002.00</b>
偿还债务支付的现金	192,000,000.00	453,000,000.00	431,849,966.90	595,617,102.29
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	10,318,410.13	626,457,297.26	754,631,828.50	90,164,480.74
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	4,407,407.06	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	9,000,000.00	-	-
筹资活动现金流出小计	<b>202,318,410.13</b>	<b>1,088,457,297.26</b>	<b>1,186,481,795.40</b>	<b>685,781,583.03</b>
筹资活动产生的现金流量净额	<b>-148,150,161.96</b>	<b>-356,376,399.24</b>	<b>-331,125,616.69</b>	<b>-277,185,581.03</b>
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	<b>700,998.02</b>	<b>96,069.48</b>	<b>1,523,186.42</b>	<b>-661,974.54</b>
五、现金及现金等价物净增加额	<b>-93,791,155.71</b>	<b>71,052,969.24</b>	<b>-39,002,674.77</b>	<b>47,735,062.88</b>
加：期初现金及现金等价物余额	250,249,413.07	179,196,443.83	218,199,118.60	170,464,055.72
六、期末现金及现金等价物余额	<b>156,458,257.36</b>	<b>250,249,413.06</b>	<b>179,196,443.83</b>	<b>218,199,118.60</b>

## （二）母公司财务报表

### 1. 母公司资产负债表

单位：元

资产	2016年6月30日	2015年12月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
----	------------	-------------	-------------	-------------

资产	2016年6月30日	2015年12月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
<b>流动资产：</b>				
货币资金	116,211,377.29	208,573,558.03	126,132,504.96	178,568,883.75
应收账款	150,289,743.38	150,658,608.38	146,954,236.24	157,625,260.33
预付款项	31,380,018.19	22,908,191.59	28,473,044.00	15,863,929.18
应收股利	-	16,000,000.00	-	-
其他应收款	158,231,116.59	161,137,325.22	329,602,439.91	286,790,571.52
存货	648,386,901.34	675,212,122.53	570,600,319.38	492,253,112.18
一年内到期的非流动资产	35,797.17	107,391.51	-	-
<b>流动资产合计</b>	<b>1,104,534,953.96</b>	<b>1,234,597,197.26</b>	<b>1,201,762,544.49</b>	<b>1,131,101,756.96</b>
<b>非流动资产：</b>				
长期股权投资	225,578,749.28	212,166,409.28	12,166,409.28	11,373,020.58
固定资产	307,673,467.82	261,563,456.91	163,241,558.80	138,678,732.69
在建工程	559,346,623.45	584,837,170.55	602,149,007.14	523,099,631.03
固定资产清理	5,568.86	2,603.45	5,056.21	-
无形资产	36,560,137.99	37,939,593.46	35,111,173.44	35,006,426.14
长期待摊费用	298,333.17	323,333.19	373,333.23	423,333.27
递延所得税资产	46,971,405.23	42,874,697.00	40,455,051.70	33,273,359.18
其他非流动资产	305,235.00	305,235.00	1,412,777.50	586,700.00
<b>非流动资产合计</b>	<b>1,176,739,520.80</b>	<b>1,140,012,498.84</b>	<b>854,914,367.30</b>	<b>742,441,202.89</b>
<b>资产总计</b>	<b>2,281,274,474.76</b>	<b>2,374,609,696.10</b>	<b>2,056,676,911.79</b>	<b>1,873,542,959.85</b>

母公司资产负债表（续）

单位：元

负债及股东权益	2016年6月30日	2015年12月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
<b>流动负债：</b>				
短期借款	474,520,000.00	643,520,000.00	398,520,000.00	210,000,000.00
应付账款	128,784,222.67	181,630,977.63	171,002,021.34	111,657,400.99
预收款项	33,218,113.59	36,812,524.25	51,484,251.43	61,837,163.69
应付职工薪酬	33,209,569.41	44,991,761.51	43,379,056.58	38,561,641.63
应交税费	44,860,516.17	87,027,599.87	79,389,307.23	99,231,824.52
应付利息	1,480,814.67	1,453,578.33	1,471,454.96	357,333.42
应付股利	-	-	-	-
其他应付款	44,410,718.44	51,956,706.90	68,547,853.10	48,104,384.73
<b>流动负债合计</b>	<b>760,483,954.95</b>	<b>1,047,393,148.49</b>	<b>813,793,944.64</b>	<b>569,749,748.98</b>
<b>非流动负债：</b>				
长期借款		-	-	1,942,899.57
递延收益	1,892,781.51	3,000,000.00	13,370,500.00	4,894,307.00
<b>非流动负债合计</b>	<b>1,892,781.51</b>	<b>3,000,000.00</b>	<b>13,370,500.00</b>	<b>6,837,206.57</b>
<b>负债合计</b>	<b>762,376,736.46</b>	<b>1,050,393,148.49</b>	<b>827,164,444.64</b>	<b>576,586,955.55</b>

负债及股东权益	2016年6月30日	2015年12月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
<b>股东权益：</b>				
股本	369,000,000.00	369,000,000.00	369,000,000.00	369,000,000.00
其他权益工具	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
资本公积	97,201,068.79	97,201,068.79	97,201,068.79	97,201,068.79
减：库存股	-	-	-	-
盈余公积	184,500,000.00	184,500,000.00	163,579,806.66	96,942,963.14
未分配利润	868,196,669.51	673,515,478.82	599,731,591.70	733,811,972.37
<b>股东权益合计</b>	<b>1,518,897,738.30</b>	<b>1,324,216,547.61</b>	<b>1,229,512,467.15</b>	<b>1,296,956,004.30</b>
<b>负债及股东权益总计</b>	<b>2,281,274,474.76</b>	<b>2,374,609,696.10</b>	<b>2,056,676,911.79</b>	<b>1,873,542,959.85</b>

## 2. 母公司利润表

单位：元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
<b>一、营业收入</b>	<b>927,336,229.56</b>	<b>2,274,038,985.00</b>	<b>2,124,566,203.92</b>	<b>1,814,494,968.55</b>
减：营业成本	218,891,042.76	480,576,159.18	449,851,481.00	409,508,391.26
营业税金及附加	12,446,669.03	31,833,391.49	30,957,316.08	28,655,532.64
销售费用	343,380,407.38	702,940,146.67	619,705,503.64	479,662,268.90
管理费用	62,430,067.93	124,389,387.97	110,688,982.06	84,225,161.33
财务费用	13,803,107.01	12,963,566.92	6,169,273.53	9,145,659.52
资产减值损失	20,062,992.39	19,960,607.37	18,804,832.42	42,227,936.35
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
投资收益（损失以“-”号填列）	-	17,629,628.22	-	1,292,875.52
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
<b>二、营业利润（亏损以“-”号填列）</b>	<b>256,321,943.06</b>	<b>919,005,353.62</b>	<b>888,388,815.19</b>	<b>762,362,894.07</b>
加：营业外收入	3,429,755.48	1,908,696.13	1,133,264.62	1,484,032.54
减：营业外支出	402.46	283,916.48	299,169.47	345,527.34
其中：非流动资产处置损失	-	-	885.48	7,287.58
<b>三、利润总额（亏损以“-”号填列）</b>	<b>259,751,296.08</b>	<b>920,630,133.27</b>	<b>889,222,910.34</b>	<b>763,501,399.27</b>
减：所得税费用	65,070,105.39	226,194,461.10	222,854,475.12	193,054,926.13
<b>四、净利润（净亏损以“-”号填列）</b>	<b>194,681,190.69</b>	<b>694,435,672.17</b>	<b>666,368,435.22</b>	<b>570,446,473.14</b>
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
<b>六、综合收益总额</b>	<b>194,681,190.69</b>	<b>694,435,672.17</b>	<b>666,368,435.22</b>	<b>570,446,473.14</b>

## 3. 母公司现金流量表

单位：元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>				
销售商品、提供劳务收到的现金	1,079,036,194.14	2,633,395,892.33	2,431,102,439.91	2,085,204,018.07
收到的税费返还	-		-	-
收到其他与经营活动有关的现金	4,080,485.09	4,045,404.40	20,806,938.03	9,937,483.72
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>1,083,116,679.23</b>	<b>2,637,441,296.73</b>	<b>2,451,909,377.94</b>	<b>2,095,141,501.79</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	286,204,674.08	705,893,394.37	641,171,232.36	485,387,992.06
支付给职工以及为职工支付的现金	217,411,341.61	395,645,131.55	335,231,713.14	288,542,570.06
支付的各项税费	233,253,225.78	523,510,775.05	548,433,937.89	447,020,325.86
支付其他与经营活动有关的现金	220,631,689.41	467,502,016.78	319,889,742.67	291,967,349.06
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>957,500,930.88</b>	<b>2,092,551,317.75</b>	<b>1,844,726,626.06</b>	<b>1,512,918,237.04</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>125,615,748.35</b>	<b>544,889,978.98</b>	<b>607,182,751.88</b>	<b>582,223,264.75</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>				
收回投资收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益收到的现金	16,000,000.00	1,629,628.22	-	1,292,875.52
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	36,629.55	15,007.24	-	86,528.18
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额		-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	1,250,666.47	194,540,064.59	60,024,060.36	-
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>17,287,296.02</b>	<b>196,184,700.05</b>	<b>60,024,060.36</b>	<b>1,379,403.70</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	46,474,622.49	74,936,916.12	87,950,501.59	157,176,364.36
投资支付的现金	13,412,340.00	200,000,000.00	793,388.70	2,509,708.00

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	4,264,459.65	12,975,739.02	75,590,019.48	96,030,637.43
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>64,151,422.14</b>	<b>287,912,655.14</b>	<b>164,333,909.77</b>	<b>255,716,709.79</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-46,864,126.12</b>	<b>-91,727,955.09</b>	<b>-104,309,849.41</b>	<b>-254,337,306.09</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量：</b>				
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	23,000,000.00	698,000,000.00	618,427,067.33	408,396,002.00
发行债券收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	1,013,778.54	10,000,000.00	-
<b>筹资活动现金流入小计</b>	<b>23,000,000.00</b>	<b>699,013,778.54</b>	<b>628,427,067.33</b>	<b>408,396,002.00</b>
偿还债务支付的现金	192,000,000.00	453,000,000.00	431,849,966.90	595,617,102.29
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	2,115,020.33	616,727,323.26	752,316,537.65	89,195,743.07
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
<b>筹资活动现金流出小计</b>	<b>194,115,020.33</b>	<b>1,069,727,323.26</b>	<b>1,184,166,504.55</b>	<b>684,812,845.36</b>
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-171,115,020.33</b>	<b>-370,713,544.72</b>	<b>-555,739,437.22</b>	<b>-276,416,843.36</b>
<b>四、汇率变动对现金及现金等价物的影响</b>	<b>1,217.36</b>	<b>-7,426.10</b>	<b>430,155.96</b>	<b>25.67</b>
<b>五、现金及现金等价物净增加额</b>	<b>-92,362,180.74</b>	<b>82,441,053.07</b>	<b>-52,436,378.79</b>	<b>51,469,140.97</b>
加：期初现金及现金等价物余额	208,573,558.03	126,132,504.96	178,568,883.75	127,099,742.78
<b>六、期末现金及现金等价物余额</b>	<b>116,211,377.29</b>	<b>208,573,558.03</b>	<b>126,132,504.96</b>	<b>178,568,883.75</b>

### 三、财务报表的编制基准、合并财务报表范围及变化情况

#### （一）财务报表的编制基础

本公司申报财务报表以持续经营假设为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部发布的《企业会计准则——基本准则》（财政部令第33号发布、财政

部令第 76 号修订)、于 2006 年 2 月 15 日及其后颁布和修订的 41 项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），以及中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》（2014 年修订）的披露规定编制。

根据企业会计准则的相关规定，本公司会计核算以权责发生制为基础。除某些金融工具外，本财务报表均以历史成本为计量基础。资产如果发生减值，则按照相关规定计提相应的减值准备。

## （二）合并财务报表范围及变化情况

报告期内，公司合并财务报表范围及变化情况如下表所示：

项 目	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年 1-6 月	备 注
杭州恩情					*1
益之田时装					*2
玛丝菲尔（澳门）	√	√	√	√	
玛丝菲尔（新加坡）	√	√	√	√	
玛丝菲尔（韩国）	√	√	√	√	
阿卡特	√	√	√	√	*3
明佳豪	√	√	√	√	*4
艺都	√				*5
噢姆	√	√	√	√	*6
玛丝菲尔时装（香港）		√	√	√	*7
Krizia International		√	√	√	*8
惠州市恒龙商贸有限公司			√	√	*9
惠州市龙益商贸有限公司			√	√	*10
噢姆（澳门）服饰一人有限公司			√	√	*11
深圳玛丝菲尔设计集合有限公司				√	*12
深圳玛丝菲尔设计研发中心有限公司				√	*13
克芮绮亚时装（中国）有限公司				√	*14

备注：\*1、根据杭州恩情 2012 年 9 月 26 日股东会决议，杭州恩情于 2012 年 9 月 26 日成立清算组，正式开展清算工作。截至 2013 年 1 月 23 日，杭州恩情完成工商注销登记手续。

\*2、根据益之田时装 2012 年 9 月 19 日股东会决议，益之田时装于 2012 年 9 月 19 日成立清算组，正式开展清算工作。截至 2013 年 3 月 29 日，益之田时装完成工商注销登记手续。

\*3、根据公司 2012 年 9 月 20 日第一届董事会第六次会议决议，同意公司以人民币 149.895 万元的价格购买真彩投资所持有的同一控制下的阿卡特 90% 的股权，以人民币 16.655 万元购买深圳恩情所持有的同一控制下的阿卡特 10% 的股权。本次股权转让完成后，公司持有阿卡特 100% 的股权，阿卡特成为公司的全资子公司，并视同报告期最早期间一直存在。

\*4、公司于 2012 年 7 月 12 日与姚仁江和李鑫签订《股权转让合同》，分别收购姚仁江和李鑫代公司实际控制人朱崇恽、姚建华持有的明佳豪 75% 和 25% 的股权，明佳豪成为公司的全资子公司，并视同报告期最早期间一直存在。

\*5、公司于 2012 年 7 月 12 日与姚仁江和李鑫签订《股权转让合同》，分别收购姚仁江和李鑫代公司实际控制人朱崇恽、姚建华持有的艺都 70% 和 30% 的股权，艺都成为公司的全资子公司，并视同报告期最早期间一直存在。根据玛丝菲尔 2014 年 8 月 1 日《关于明佳豪公司吸收合并艺都公司的总经理决定》以及《惠州市艺都实业有限公司股东决定》，明佳豪吸收合并艺都，艺都于 2014 年 11 月完成注销。

\*6、根据公司 2013 年 4 月 12 日第一届董事会第十一次会议通过的相关决议，公司于 2013 年 5 月 13 日与黄耿华共同出资成立噢姆，噢姆注册资本 100 万元，公司出资 80 万元，持股 80%。公司对噢姆能实施控制，2013 年开始将其纳入合并范围。

\*7、2013 年 12 月 10 日，公司召开总经理办公会议，决定以全资方式在香港设立子公司。2013 年 12 月 20 日，商务部核发《企业境外投资证书》（商境外投资证第 4403201300885 号），核准设立玛丝菲尔时装（香港）。2014 年 1 月 8 日，玛丝菲尔时装（香港）正式成立。

\*8、2014 年 6 月 9 日，香港公司与意大利 Krizia 公司签订《有限责任公司份额转让书》相关协议。协议规定：意大利 Krizia 公司将其拥有 100% 股权的子公司 Krizia International 的全部股权转让给香港公司。转让金额为 3,500 万美元，交割日期为 2014 年 6 月 10 日。

\*9、2015 年 4 月 30 日，明佳豪与刘益秋、刘志森签署股权转让协议，由明佳豪受让该二人所持有的惠州市恒龙商贸有限公司 100% 的股权，股权受让价格为 111.83 万元，并于 2015 年 5 月 5 日完成了工商变更登记。上述收购为非同一控制下企业合并。

\*10、2015 年 4 月 30 日，明佳豪与刘志娟、刘小芳签署股权转让协议，由明佳豪受让刘志娟、刘小芳所持有的惠州市龙益商贸有限公司 100% 的股权，股权受让价格为 117.20 万元，并于 2015 年 5 月 5 日完成了工商变更登记。上述收购为非同一控制下企业合并。

\*11、2015 年 8 月 12 日，噢姆召开股东会，决议在澳门设立子公司。2015 年 9 月 29 日，噢姆（澳门）正式成立。

\*12、2016 年 3 月，玛丝菲尔召开总经理办公会议，决定以全资方式设立设计集合



公司，并于 2016 年 3 月办理工商登记手续。

\*13、2016 年 4 月，玛丝菲尔召开总经理办公会议，决定以全资方式设立设计研发公司，并于 2016 年 4 月办理工商登记手续。

\*14、2016 年 6 月 10 日，Krizia International 召开董事会决议，决定在中国设立全资子公司 Krizia 中国，并于 2016 年 6 月办理工商登记手续。

#### 四、主要会计政策和会计估计

##### （一）收入

##### 1. 商品销售收入

公司商品销售模式主要有三种，各种销售模式下收入确认原则如下：

① 联营模式：联营模式系公司与商场签订协议，在商场中设专柜（厅）销售公司产品，由商场负责向消费者收银及开具发票，商场与公司按照约定比例进行销售分成的模式。本公司根据与商场签订的协议，于合同约定结算期依据公司与商场核对一致的销售结算单确认销售收入，相应结转销售成本。

② 专卖店模式：专卖店模式系公司销售终端，公司在专卖店实际销售商品。公司在取得收款权利时确认销售收入，相应结转销售成本。

③ 加盟店模式：加盟店模式系公司与加盟商签订相关加盟协议，公司以批发价将产品销售给加盟商，加盟商进行终端销售的模式。公司在将商品发货至加盟商并经其签收后确认销售收入，相应结转销售成本，并在期末根据历史数据预估加盟商退货情况，调整当期收入成本。

对于销售产品或提供劳务同时授予客户奖励积分的业务，本公司在销售产品或提供劳务的同时，将销售取得的货款或应收货款在本次商品销售或劳务产生的收入与奖励积分的公允价值之间进行分配，将取得的货款或应收货款扣除奖励积分公允价值的部分确认为收入、奖励积分的公允价值确认为递延收益。

客户兑换奖励积分时，本公司将原计入递延收益的与所兑换积分相关的部分确认为收入，确认为收入的金额以被兑换用于换取奖励的积分数额占预期将兑换用于换取奖励的积分总数的比例为基础计算确定。获得奖励积分的客户满足条件时有权取得第三方提供的商品或劳务的，如果本公司代表第三方归集对价，本公司应在第三方有义务提供奖励且有权接受因提供奖励的计价时，将原计入递延收益的金额与应支付给第三方的价款之间的差额确认为收入；如果本公司自身归集对价，应在履行奖励义务时按分配至奖励积分的对价确认收入。

## 2. 提供劳务收入

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认。按照从接受劳务方已收或应收的合同或协议价款确定提供劳务收入总额，但已收或应收的合同或协议价款不公允的除外。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

①已发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本。

②已发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

## 3. 使用费收入

根据有关合同或协议，按权责发生制确认收入。

## 4. 利息收入

按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定。

### （二）金融工具

在本公司成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。金融资产和金融负债在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关的交易费用直接计入损益，对于其他类别的金融资产和金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

#### 1. 金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公允价值，是指市场参与者在计量日发生的有序交易中，出售一项资产所能收到或者转移一项负债所需支付的价格。金融工具存在活跃市场的，本公司采用活跃市场中的报价确定其公允价值。活跃市场中的报价是指易于定期从交易所、经纪商、行业协会、定价服务机构等获得的价格，且代表了在公平交易中实际发生的市场交易的价格。金融工具不存在活跃市场的，本公司采用估值技术确定其公允价值。估值技术包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具当前的公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等。

#### 2. 金融资产的分类、确认和计量

以常规方式买卖金融资产，按交易日进行会计确认和终止确认。金融资产在

初始确认时划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、持有至到期投资、贷款和应收款项以及可供出售金融资产。

① 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

包括交易性金融资产和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

交易性金融资产是指满足下列条件之一的金融资产：**A.**取得该金融资产的目的，主要是为了近期内出售；**B.**属于进行集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明本公司近期采用短期获利方式对该组合进行管理；**C.**属于衍生工具，但是，被指定且为有效套期工具的衍生工具、属于财务担保合同的衍生工具、与在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生工具除外。

符合下述条件之一的金融资产，在初始确认时可指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产：**A.**该指定可以消除或明显减少由于该金融资产的计量基础不同所导致的相关利得或损失在确认或计量方面不一致的情况；**B.**本公司风险管理或投资策略的正式书面文件已载明，对该金融资产所在的金融资产组合或金融资产和金融负债组合以公允价值为基础进行管理、评价并向关键管理人员报告。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产采用公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与该等金融资产相关的股利和利息收入计入当期损益。

② 持有至到期投资

是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且本公司有明确意图和能力持有至到期的非衍生金融资产。

持有至到期投资采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

实际利率法是指按照金融资产或金融负债（含一组金融资产或金融负债）的实际利率计算其摊余成本及各期利息收入或支出的方法。实际利率是指将金融资产或金融负债在预期存续期间或适用的更短期间内的未来现金流量，折现为该金融资产或金融负债当前账面价值所使用的利率。

在计算实际利率时，本公司将在考虑金融资产或金融负债所有合同条款的基

础上预计未来现金流量（不考虑未来的信用损失），同时还将考虑金融资产或金融负债合同各方之间支付或收取的、属于实际利率组成部分的各项收费、交易费用及折价或溢价等。

### ③ 贷款和应收款项

是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产。本公司划分为贷款和应收款的金融资产包括应收票据、应收账款、应收利息、应收股利及其他应收款等。

贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

### ④ 可供出售金融资产

包括初始确认时即被指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除了以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、贷款和应收款项、持有至到期投资以外的金融资产。

可供出售债务工具投资的期末成本按照其摊余成本法确定，即初始确认金额扣除已偿还的本金，加上或减去采用实际利率法将该初始确认金额与到期日金额之间的差额进行摊销形成的累计摊销额，并扣除已发生的减值损失后的金额。可供出售权益工具投资的期末成本为其初始取得成本。

可供出售金融资产采用公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失，除减值损失和外币货币性金融资产与摊余成本相关的汇兑差额计入当期损益外，确认为其他综合收益，在该金融资产终止确认时转出，计入当期损益。但是，在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本进行后续计量。

可供出售金融资产持有期间取得的利息及被投资单位宣告发放的现金股利，计入投资收益。

## 3. 金融资产减值

除了以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，本公司在每个资产负债表日对其他金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明金融资产发生减值的，计提减值准备。

本公司对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试；对单项金额不重大的

金融资产，单独进行减值测试或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。已单项确认减值损失的金融资产，不包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

#### （1）持有至到期投资、贷款和应收款项减值

以成本或摊余成本计量的金融资产将其账面价值减记至预计未来现金流量现值，减记金额确认为减值损失，计入当期损益。金融资产在确认减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，金融资产转回减值损失后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

#### （2）可供出售金融资产减值

当综合相关因素判断可供出售权益工具投资公允价值下跌是严重或非暂时性下跌时，表明该可供出售权益工具投资发生减值。其中“严重下跌”是指公允价值下跌幅度累计超过 20%；“非暂时性下跌”是指公允价值连续下跌时间超过 12 个月。

可供出售金融资产发生减值时，将原计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入当期损益，该转出的累计损失为该资产初始取得成本扣除已收回本金和已摊销金额、当前公允价值和原已计入损益的减值损失后的余额。

在确认减值损失后，期后如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，可供出售权益工具投资的减值损失转回确认为其他综合收益，可供出售债务工具的减值损失转回计入当期损益。

在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产的减值损失，不予转回。

### 4. 金融资产转移的确认依据和计量方法

满足下列条件之一的金融资产，予以终止确认：①收取该金融资产现金流量的合同权利终止；②该金融资产已转移，且将金融资产所有权上几乎所有的风险

和报酬转移给转入方；③该金融资产已转移，虽然企业既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但是放弃了对该金融资产控制。

若企业既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，且未放弃对该金融资产的控制的，则按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。继续涉入所转移金融资产的程度，是指该金融资产价值变动使企业面临的风险水平。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产的账面价值及因转移而收到的对价与原计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和的差额计入当期损益。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产的账面价值在终止确认及未终止确认部分之间按其相对的公允价值进行分摊，并将因转移而收到的对价与应分摊至终止确认部分的原计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和与分摊的前述账面金额之差额计入当期损益。

本公司对采用附追索权方式出售的金融资产，或将持有的金融资产背书转让，需确定该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬是否已经转移。已将该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不终止确认该金融资产；既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则继续判断企业是否对该资产保留了控制，并根据前面各段所述的原则进行会计处理。

## 5. 金融负债的分类和计量

金融负债在初始确认时划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和其他金融负债。初始确认金融负债，以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，相关的交易费用直接计入当期损益，对于其他金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

### （1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

分类为交易性金融负债和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的条件与分类为交易性金融资产和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产的条件一致。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债采用公允价值进行后续计量，公允价值的变动形成的利得或损失以及与该等金融负债相关的股利和利息

支出计入当期损益。

### （2）其他金融负债

与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本进行后续计量。其他金融负债采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益。

### （3）财务担保合同

不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，以公允价值进行初始确认，在初始确认后按照《企业会计准则第 13 号-或有事项》确定的金额和初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号-收入》的原则确定的累计摊销额后的余额之中的较高者进行后续计量。

## 6. 金融负债的终止确认

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，才能终止确认该金融负债或其一部分。本公司（债务人）与债权人之间签订协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认的，将终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

## 7. 衍生工具及嵌入衍生工具

衍生工具于相关合同签署日以公允价值进行初始计量，并以公允价值进行后续计量。除指定为套期工具且套期高度有效的衍生工具，其公允价值变动形成的利得或损失将根据套期关系的性质按照套期会计的要求确定计入损益的期间外，其余衍生工具的公允价值变动计入当期损益。

对包含嵌入衍生工具的混合工具，如未指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，嵌入衍生工具与该主合同在经济特征及风险方面不存在紧密关系，且与嵌入衍生工具条件相同，单独存在的工具符合衍生工具定义的，嵌入衍生工具从混合工具中分拆，作为单独的衍生金融工具处理。如果无法在取得时或后续的资产负债表日对嵌入衍生工具进行单独计量，则将混合工具整体指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债。

## 8. 金融资产和金融负债的抵销

当本公司具有抵销已确认金融资产和金融负债的法定权利，且目前可执行该种法定权利，同时本公司计划以净额结算或同时变现该金融资产和清偿该金融负债时，金融资产和金融负债以相互抵销后的金额在资产负债表内列示。除此以外，金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不予相互抵销。

## 9. 权益工具

权益工具是指能证明拥有本公司在扣除所有负债后的资产中的剩余权益的合同。本公司发行（含再融资）、回购、出售或注销权益工具作为权益的变动处理。本公司不确认权益工具的公允价值变动。与权益性交易相关的交易费用从权益中扣减。

本公司对权益工具持有方的各种分配（不包括股票股利），减少股东权益。本公司不确认权益工具的公允价值变动额。

### （三）应收款项

应收款项包括应收账款、其他应收款等。

#### 1. 坏账准备的确认标准

本公司在资产负债表日对应收款项账面价值进行检查，对存在下列客观证据表明应收款项发生减值的，计提减值准备：①债务人发生严重的财务困难；②债务人违反合同条款（如偿付利息或本金发生违约或逾期等）；③债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；④其他表明应收款项发生减值的客观依据。

#### 2. 坏账准备的计提方法

（1）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项坏账准备的确认标准、计提方法

本公司将金额为人民币 100 万元以上的应收款项确认为单项金额重大的应收款项。

本公司对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，单独测试未发生减值的金融资产，包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单项测试已确认减值损失的应收款项，不再包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中进行减值测试。

（2）按信用风险组合计提坏账准备的应收款项的确定依据、坏账准备计提方法



确定组合的依据
关联方组合
关联方主要为实际控制人及其控制企业，资金往来收回风险小，除非关联方已无偿还能力，否则对关联方组合不计提坏账准备。
非关联方组合
除关联方组合及单项金额重大的应收款项经单独测试发生减值的应收款项以外，再组合成非关联方组合，并按账龄计提坏账准备。

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例(%)	其他应收款计提比例(%)
1年以内（含1年）	10	10
1—2年（含2年）	30	30
2—3年（含3年）	60	60
3年以上	100	100

（3）单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款

单项计提坏账准备的理由	此类应收款项有明显证据不能收回
坏账准备的计提方法	根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备

### 3. 坏账准备的转回

如有客观证据表明该应收款项价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。但是，该转回后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该应收款项在转回日的摊余成本。

#### （四）现金及现金等价物

本公司现金及现金等价物包括库存现金、可以随时用于支付的存款以及本公司持有的期限短（一般为从购买日起，三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额的现金、价值变动风险很小的投资。

#### （五）外币业务和外币报表折算

##### 1. 外币交易的折算方法

本公司发生的外币交易在初始确认时，按交易日的即期汇率折算为记账本位币金额，但公司发生的外币兑换业务或涉及外币兑换的交易事项，按照实际采用的汇率折算为记账本位币金额。

##### 2. 对于外币货币性项目和外币非货币性项目的折算方法

资产负债表日，对于外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除：①属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑差额按照借款费用资本化的原则处理；②可供出售的外币货币性项目

除摊余成本之外的其他账面余额变动产生的汇兑差额计入其他综合收益之外，均计入当期损益。

以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算的记账本位币金额计量。以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，折算后的记账本位币金额与原记账本位币金额的差额，作为公允价值变动（含汇率变动）处理，计入当期损益或确认为其他综合收益。

### 3. 外币财务报表的折算方法

编制合并财务报表涉及境外经营的，如有实质上构成对境外经营净投资的外币货币性项目，因汇率变动而产生的汇兑差额，作为“外币报表折算差额”确认为其他综合收益；处置境外经营时，计入处置当期损益。

境外经营的外币财务报表按以下方法折算为人民币报表：资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；股东权益类项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算。利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日的即期汇率折算。年初未分配利润为上一年折算后的年末未分配利润；年末未分配利润按折算后的利润分配各项目计算列示；折算后资产类项目与负债类项目和股东权益类项目合计数的差额，作为外币报表折算差额，确认为其他综合收益。处置境外经营并丧失控制权时，将资产负债表中股东权益项目下列示的、与该境外经营相关的外币报表折算差额，全部或按处置该境外经营的比例转入处置当期损益。

外币现金流量以及境外子公司的现金流量，采用现金流量发生日的即期汇率折算。汇率变动对现金的影响额作为调节项目，在现金流量表中单独列报。

年初数和上年实际数按照上年财务报表折算后的数额列示。

在处置本公司在境外经营的全部所有者权益或因处置部分股权投资或其他原因丧失了对境外经营控制权时，将资产负债表中股东权益项目下列示的、与该境外经营相关的归属于母公司所有者权益的外币报表折算差额，全部转入处置当期损益。

在处置部分股权投资或其他原因导致持有境外经营权益比例降低但不丧失对境外经营控制权时，与该境外经营处置部分相关的外币报表折算差额将归属于少数股东权益，不转入当期损益。在处置境外经营为联营企业或合营企业的部分股权时，与该境外经营相关的外币报表折算差额，按处置该境外经营的比例转入

处置当期损益。

## （六）存货

### 1. 存货的分类

本公司将存货分为原材料、在产品、库存商品、发出商品等。

### 2. 发出存货的计价方法

发出存货时按加权平均法计价。

### 3. 存货可变现净值的确认依据及存货跌价准备的计提方法

库存商品、用于出售的原材料等直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。

需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值。

为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为计算基础，若持有存货的数量多于销售合同订购数量，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为计算基础；没有销售合同约定的存货（不包括用于出售的材料），其可变现净值以一般销售价格（即市场销售价格）作为计算基础；用于出售的材料等通常以市场价格作为其可变现净值的计算基础。

本公司于资产负债表日对存货进行全面清查，按存货成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。通常按照存货类别计提存货跌价准备。若以前减记存货价值的影响因素已经消失，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

### 4. 存货的盘存制度

存货盘存制度为永续盘存制。

### 5. 低值易耗品和包装物的摊销方法

低值易耗品和包装物于领用时按一次摊销法摊销。

## （七）长期股权投资

本部分所指的长期股权投资是指本公司对被投资单位具有控制、共同控制或重大影响的长期股权投资。本公司对被投资单位不具有控制、共同控制或重大

影响的长期股权投资，作为可供出售金融资产或以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产核算，其会计政策详见本节“（二）金融工具”。

共同控制，是指本公司按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。重大影响，是指本公司对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。

### 1. 投资成本确定

对于同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，在合并日按照被合并方股东权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照被合并方股东权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本，按照发行股份的面值总额作为股本，长期股权投资初始投资成本与所发行股份面值总额之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。通过多次交易分步取得同一控制下被合并方的股权，最终形成同一控制下企业合并的，应分别是否属于“一揽子交易”进行处理：属于“一揽子交易”的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，在合并日按照应享有被合并方股东权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本，长期股权投资初始投资成本与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。合并日之前持有的股权投资因采用权益法核算或为可供出售金融资产而确认的其他综合收益，暂不进行会计处理。

对于非同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，在购买日按照合并成本作为长期股权投资的初始投资成本，合并成本包括包括购买方付出的资产、发生或承担的负债、发行的权益性证券的公允价值之和。通过多次交易分步取得被购买方的股权，最终形成非同一控制下的企业合并的，应分别是否属于“一揽子交易”进行处理：属于“一揽子交易”的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，按照原持有被购买方的股权投资账面

价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的长期股权投资的初始投资成本。原持有的股权采用权益法核算的，相关其他综合收益暂不进行会计处理。原持有股权投资为可供出售金融资产的，其公允价值与账面价值之间的差额，以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动转入当期损益。

合并方或购买方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益。

除企业合并形成的长期股权投资外的其他股权投资，按成本进行初始计量，该成本视长期股权投资取得方式的不同，分别按照本公司实际支付的现金购买价款、本公司发行的权益性证券的公允价值、投资合同或协议约定的价值、非货币性资产交换交易中换出资产的公允价值或原账面价值、该项长期股权投资自身的公允价值等方式确定。与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出也计入投资成本。对于因追加投资能够对被投资单位实施重大影响或实施共同控制但不构成控制的，长期股权投资成本为按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》确定的原持有股权投资的公允价值加上新增投资成本之和。

## 2. 后续计量及损益确认方法

对被投资单位具有共同控制（构成共同经营者除外）或重大影响的长期股权投资，采用权益法核算。此外，公司财务报表采用成本法核算能够对被投资单位实施控制的长期股权投资。

### （1）成本法核算的长期股权投资

采用成本法核算时，长期股权投资按初始投资成本计价，追加或收回投资调整长期股权投资的成本。除取得投资时实际支付的价款或者对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或者利润外，当期投资收益按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认。

### （2）权益法核算的长期股权投资

采用权益法核算时，长期股权投资的初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。

采用权益法核算时，按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资

的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入资本公积。在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。被投资单位采用的会计政策及会计期间与本公司不一致的，按照本公司的会计政策及会计期间对被投资单位的财务报表进行调整，并据以确认投资收益和其他综合收益。对于本公司与联营企业及合营企业之间发生的交易，投出或出售的资产不构成业务的，未实现内部交易损益按照享有的比例计算归属于本公司的部分予以抵销，在此基础上确认投资损益。但本公司与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于所转让资产减值损失的，不予以抵销。本公司向合营企业或联营企业投出的资产构成业务的，投资方因此取得长期股权投资但未取得控制权的，以投出业务的公允价值作为新增长期股权投资的初始投资成本，初始投资成本与投出业务的账面价值之差，全额计入当期损益。本公司向合营企业或联营企业出售的资产构成业务的，取得的对价与业务的账面价值之差，全额计入当期损益。本公司自联营企业及合营企业购入的资产构成业务的，按《企业会计准则第 20 号——企业合并》的规定进行会计处理，全额确认与交易相关的利得或损失。

在确认应分担被投资单位发生的净亏损时，以长期股权投资的账面价值和其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限。此外，如本公司对被投资单位负有承担额外损失的义务，则按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。被投资单位以后期间实现净利润的，本公司在收益分享额弥补未确认的亏损分担额后，恢复确认收益分享额。

### （3）收购少数股权

在编制合并财务报表时，因购买少数股权新增的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日（或合并日）开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

### （4）处置长期股权投资

在合并财务报表中，母公司在不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的长期股权投资，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司净资产的差额计入股东权益；母公司部分处置对子公司的长期股权投资导致丧失对子公司控制权

的，按“合并财务报表编制的方法”中所述的相关会计政策处理。

其他情形下的长期股权投资处置，对于处置的股权，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资，处置后的剩余股权仍采用权益法核算的，在处置时将原计入股东权益的其他综合收益部分按相应的比例采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，按比例结转入当期损益。

采用成本法核算的长期股权投资，处置后剩余股权仍采用成本法核算的，其在取得对被投资单位的控制之前因采用权益法核算或金融工具确认和计量准则核算而确认的其他综合收益，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，并按比例结转当期损益；因采用权益法核算而确认的被投资单位净资产中除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动按比例结转当期损益。

本公司因处置部分股权投资丧失了对被投资单位的控制的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按金融工具确认和计量准则的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。对于本公司取得对被投资单位的控制之前，因采用权益法核算或金融工具确认和计量准则核算而确认的其他综合收益，在丧失对被投资单位控制时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，因采用权益法核算而确认的被投资单位净资产中除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动在丧失对被投资单位控制时结转入当期损益。其中，处置后的剩余股权采用权益法核算的，其他综合收益和其他所有者权益按比例结转；处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则进行会计处理的，其他综合收益和其他所有者权益全部结转。

本公司因处置部分股权投资丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采

用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，在终止采用权益法时全部转入当期投资收益。

本公司通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权，如果上述交易属于一揽子交易的，将各项交易作为一项处置子公司股权投资并丧失控制权的交易进行会计处理，在丧失控制权之前每一次处置价款与所处置的股权对应的长期股权投资账面价值之间的差额，先确认为其他综合收益，到丧失控制权时再一并转入丧失控制权的当期损益。

## （八）固定资产

### 1. 固定资产的确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产仅在与其有关的经济利益很可能流入本公司，且其成本能够可靠地计量时才予以确认。固定资产按成本并考虑预计弃置费用因素的影响进行初始计量。

### 2. 各类固定资产的折旧方法

固定资产从达到预定可使用状态的次月起，采用年限平均法在使用寿命内计提折旧。各类固定资产的使用寿命、预计净残值和年折旧率如下：

项目	折旧年限（年）	残值率(%)	年折旧率(%)
房屋及建筑物	20-40	10	2.25-4.50
机器设备	10	10	9.00
电子及其他设备	3-5	0-2	19.60-33.33
运输工具	5	10	18.00

预计净残值是指假定固定资产预计使用寿命已满并处于使用寿命终了时的预期状态，本公司目前从该项资产处置中获得的扣除预计处置费用后的金额。

### 3. 固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法

固定资产的减值测试方法和减值准备计提方法见本招股书本节“（十五）长期资产减值”。

### 4. 融资租入固定资产的认定依据及计价方法

融资租赁为实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁，其



所有权最终可能转移，也可能不转移。以融资租赁方式租入的固定资产采用与自有固定资产一致的政策计提租赁资产折旧。能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的在租赁资产使用寿命内计提折旧，无法合理确定租赁期届满能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产使用寿命两者中较短的期间内计提折旧。

## 5. 其他注释

与固定资产有关的后续支出，如果与该固定资产有关的经济利益很可能流入且其成本能可靠地计量，则计入固定资产成本，并终止确认被替换部分的账面价值。除此以外的其他后续支出，在发生时计入当期损益。

当固定资产处于处置状态或预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的差额计入当期损益。

本公司至少于年度终了对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如发生改变则作为会计估计变更处理。

## （九）无形资产

### 1. 无形资产

无形资产是指本公司拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产。

无形资产按成本进行初始计量。与无形资产有关的支出，如果相关的经济利益很可能流入本公司且其成本能可靠地计量，则计入无形资产成本。除此以外的其他项目的支出，在发生时计入当期损益。

取得的土地使用权通常作为无形资产核算。自行开发建造厂房等建筑物，相关的土地使用权支出和建筑物建造成本则分别作为无形资产和固定资产核算。如为外购的房屋及建筑物，则将有关价款在土地使用权和建筑物之间进行分配，难以合理分配的，全部作为固定资产处理。

使用寿命有限的无形资产自可供使用时起，对其原值在其预计使用寿命内采用直线法摊销。使用寿命不确定的无形资产不予摊销。

期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命和摊销方法进行复核，如发生变更则作为会计估计变更处理。此外，还对使用寿命不确定的无形资产的使用

寿命进行复核，如果有证据表明该无形资产为企业带来经济利益的期限是可预见的，则估计其使用寿命并按照使用寿命有限的无形资产的摊销政策进行摊销。

## 2. 研究与开发支出

本公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出与开发阶段支出。

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。

开发阶段的支出同时满足下列条件的，确认为无形资产，不能满足下述条件的开发阶段的支出计入当期损益：

（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；

（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

无法区分研究阶段支出和开发阶段支出的，将发生的研发支出全部计入当期损益。

## 3. 无形资产的减值测试方法及减值准备计提方法

本公司无形资产的减值准备计提方法参照见本节“（十五）长期资产减值”。

### （十）在建工程

本公司的在建工程成本按实际工程支出确定，包括在建期间发生的各项工程支出、工程达到预定可使用状态前的资本化的借款费用以及其他相关费用等。在建工程在达到预定可使用状态后结转为固定资产。

在建工程的减值测试方法和减值准备计提方法详见本节“（十五）长期资产减值”。

### （十一）长期待摊费用

长期待摊费用为已经发生但应由报告期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。本公司的长期待摊费用主要包括车位租金、优惠租赁权等。长期待摊费用在预计受益期间按直线法摊销。

## （十二）预计负债

当与或有事项相关的义务同时符合以下条件，确认为预计负债：（1）该义务是本公司承担的现时义务；（2）履行该义务很可能导致经济利益流出；（3）该义务的金额能够可靠地计量。

在资产负债表日，考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素，按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数对预计负债进行计量。

如果清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方补偿的，补偿金额在基本确定能够收到时，作为资产单独确认，且确认的补偿金额不超过预计负债的账面价值。

## （十三）借款费用

借款费用包括借款利息、折价或溢价的摊销、辅助费用以及因外币借款而发生的汇兑差额等。可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的借款费用，在资产支出已经发生、借款费用已经发生、为使资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或生产活动已经开始时，开始资本化；构建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态时，停止资本化。其余借款费用在发生当期确认为费用。

专门借款当期实际发生的利息费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额予以资本化；一般借款根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，确定资本化金额。资本化率根据一般借款的加权平均利率计算确定。

资本化期间内，外币专门借款的汇兑差额全部予以资本化；外币一般借款的汇兑差额计入当期损益。

符合资本化条件的资产指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

如果符合资本化条件的资产在购建或生产过程中发生非正常中断、并且中断时间连续超过 3 个月的，暂停借款费用的资本化，直至资产的购建或生产活动重新开始。

## （十四）职工薪酬

本公司职工薪酬主要包括短期职工薪酬、离职后福利、辞退福利以及其他长期职工福利。其中：

短期薪酬主要包括工资、奖金、津贴和补贴、职工福利费、医疗保险费、生育保险费、工伤保险费、住房公积金、工会经费和职工教育经费、非货币性福利等。本公司在职工为本公司提供服务的会计期间将实际发生的短期职工薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。其中非货币性福利按公允价值计量。

离职后福利主要包括设定提存计划。其中设定提存计划主要包括基本养老保险、失业保险以及年金等，相应的应缴存金额于发生时计入相关资产成本或当期损益。

在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系，或为鼓励职工自愿接受裁减而提出给予补偿的建议，在本公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时，和本公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本两者孰早日，确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益。但辞退福利预期在年度报告期结束后十二个月不能完全支付的，按照其他长期职工薪酬处理。

职工内部退休计划采用上述辞退福利相同的原则处理。本公司将自职工停止提供服务日至正常退休日的期间拟支付的内退人员工资和缴纳的社会保险费等，在符合预计负债确认条件时，计入当期损益（辞退福利）。

本公司向职工提供的其他长期职工福利，符合设定提存计划的，按照设定提存计划进行会计处理，除此之外按照设定收益计划进行会计处理。

### （十五）长期资产减值

对于固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产、以成本模式计量的投资性房地产及对子公司、合营企业、联营企业的长期股权投资等非流动非金融资产，本公司于资产负债表日判断是否存在减值迹象。如存在减值迹象的，则估计其可收回金额，进行减值测试。商誉、使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年均进行减值测试。

减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产的公允价值根据公平交易中

销售协议价格确定；不存在销售协议但存在资产活跃市场的，公允价值按照该资产的买方出价确定；不存在销售协议和资产活跃市场的，则以可获取的最佳信息为基础估计资产的公允价值。处置费用包括与资产处置有关的法律费用、相关税费、搬运费以及为使资产达到可销售状态所发生的直接费用。资产预计未来现金流量的现值，按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，选择恰当的折现率对其进行折现后的金额加以确定。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

在财务报表中单独列示的商誉，在进行减值测试时，将商誉的账面价值分摊至预期从企业合并的协同效应中受益的资产组或资产组组合。测试结果表明包含分摊的商誉的资产组或资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认相应的减值损失。减值损失金额先抵减分摊至该资产组或资产组组合的商誉的账面价值，再根据资产组或资产组组合中除商誉以外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值。

上述资产减值损失一经确认，以后期间不予转回价值得以恢复的部分。

## （十六）递延所得税资产/递延所得税负债

### 1. 当期所得税

资产负债表日，对于当期和以前期间形成的当期所得税负债（或资产），以按照税法规定计算的预期应交纳（或返还）的所得税金额计量。计算当期所得税费用所依据的应纳税所得额系根据有关税法规定对本报告期税前会计利润作相应调整后计算得出。

### 2. 递延所得税资产及递延所得税负债

某些资产、负债项目的账面价值与其计税基础之间的差额，以及未作为资产和负债确认但按照税法规定可以确定其计税基础的项目的账面价值与计税基础之间的差额产生的暂时性差异，采用资产负债表债务法确认递延所得税资产及递延所得税负债。

与商誉的初始确认有关，以及与既不是企业合并、发生时也不影响会计利润和应纳税所得额（或可抵扣亏损）的交易中产生的资产或负债的初始确认有关的

应纳税暂时性差异，不予确认有关的递延所得税负债。此外，对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异，如果本公司能够控制暂时性差异转回的时间，而且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回，也不予确认有关的递延所得税负债。除上述例外情况，本公司确认其他所有应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债。

与既不是企业合并、发生时也不影响会计利润和应纳税所得额（或可抵扣亏损）的交易中产生的资产或负债的初始确认有关的可抵扣暂时性差异，不予确认有关的递延所得税资产。此外，对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，如果暂时性差异在可预见的未来不是很可能转回，或者未来不是很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额，不予确认有关的递延所得税资产。除上述例外情况，本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认其他可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。

对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

资产负债表日，对于递延所得税资产和递延所得税负债，根据税法规定，按照预期收回相关资产或清偿相关负债期间的适用税率计量。

于资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

### **3. 所得税费用**

所得税费用包括当期所得税和递延所得税。

除确认为其他综合收益或直接计入股东权益的交易和事项相关的当期所得税和递延所得税计入其他综合收益或股东权益，以及企业合并产生的递延所得税调整商誉的账面价值外，其余当期所得税和递延所得税费用或收益计入当期损益。

### **4. 所得税的抵销**

当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行，本公司当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

当拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利，且递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得

税相关或者是对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债时，本公司递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列报。

### （十七）政府补助

政府补助是指本公司从政府无偿取得货币性资产和非货币性资产，不包括政府作为所有者投入的资本。政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。本公司将所取得的用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助界定为与资产相关的政府补助；其余政府补助界定为与收益相关的政府补助。若政府文件未明确规定补助对象，则采用以下方式将补助款划分为与收益相关的政府补助和与资产相关的政府补助：（1）政府文件明确了补助所针对的特定项目的，根据该特定项目的预算中将形成资产的支出金额和计入费用的支出金额的相对比例进行划分，对该划分比例需在每个资产负债表日进行复核，必要时进行变更；（2）政府文件中对用途仅作一般性表述，没有指明特定项目的，作为与收益相关的政府补助。

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额计量。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

本公司对于政府补助通常在实际收到时，按照实收金额予以确认和计量。但对于期末有确凿证据表明能够符合财政扶持政策规定的相关条件预计能够收到财政扶持资金，按照应收的金额计量。按照应收金额计量的政府补助应同时符合以下条件：（1）应收补助款的金额已经过有权政府部门发文确认，或者可根据正式发布的财政资金管理办法的有关规定自行合理测算，且预计其金额不存在重大不确定性；（2）所依据的是当地财政部门正式发布并按照《政府信息公开条例》的规定予以主动公开的财政扶持项目及其财政资金管理办法，且该管理办法应当是普惠性的（任何符合规定条件的企业均可申请），而不是专门针对特定企业制定的；（3）相关的补助款批文中已明确承诺了拨付期限，且该款项的拨付是有相应财政预算作为保障的，因而可以合理保证其可在规定期限内收到；（4）根据本公司和该补助事项的具体情况，应满足的其他相关条件。

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产的使用寿命内平均分配计入当期损益。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用和损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间计入当期损益；用于补偿已经发生的相关费用和损失的，直接计入当期损益。

已确认的政府补助需要返还时，存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；不存在相关递延收益的，直接计入当期损益。

## （十八）主要会计政策、会计估计的变更

### ①因执行新企业会计准则导致的会计政策变更

2014年初，财政部分别以财会[2014]6号、7号、8号、10号、11号、14号及16号发布了《企业会计准则第39号——公允价值计量》、《企业会计准则第30号——财务报表列报（2014年修订）》、《企业会计准则第9号——职工薪酬（2014年修订）》、《企业会计准则第33号——合并财务报表（2014年修订）》、《企业会计准则第40号——合营安排》、《企业会计准则第2号——长期股权投资（2014年修订）》及《企业会计准则第41号——在其他主体中权益的披露》，要求自2014年7月1日起在所有执行企业会计准则的企业范围内施行，鼓励在境外上市的企业提前执行。同时，财政部以财会[2014]23号发布了《企业会计准则第37号——金融工具列报（2014年修订）》（以下简称“金融工具列报准则”），要求在2014年度及以后期间的财务报告中按照该准则的要求对金融工具进行列报。

经本公司第一届董事会第二十二次会议决议通过，本公司于2014年7月1日开始执行前述除金融工具列报准则以外的7项新颁布或修订的企业会计准则，在编制2014年年度财务报告时开始执行金融工具列报准则，并根据各准则衔接要求进行了调整，对当期和列报前期财务报表项目及金额的影响如下：

准则名称	会计政策变更的内容及其对本公司的影响说明	对2013年12月31日/2013年度相关财务报表项目的影响金额	
		项目名称	影响金额 增加+/减少-
《企业会计准则第30号——财务报表列报（2014年修订）》	《企业会计准则第30号——财务报表列报（2014年修订）》及应用指南的相关规定	递延收益	4,894,307.00
		其他流动负债	-4,894,307.00

### （2）会计估计变更



报告期内公司无会计估计变更。

## （十九）税项

报告期公司的主要税种及税率情况如下表所示：

税种	具体税率情况
增值税（注 1）	应税收入按 3%、17% 及其他税率计算销项税，并按扣除当期允许抵扣的进项税额后的差额计缴增值税
营业税	按应税营业额的 5% 计缴营业税
城市维护建设税	按实际缴纳的流转税的 7% 计缴
教育费附加	按实际缴纳的流转税的 3% 计缴
地方教育费附加	按实际缴纳的流转税的 2% 计缴
企业所得税（注 2）	25% 及其他
区域生产活动税（注 2）	应纳税所得额（生产净值）的 3.9%

注 1：报告期内，除本公司的子公司恒龙和龙益为小规模纳税人、公司的子公司艺都和明佳豪曾经为小规模纳税人，公司部分分支机构为小规模纳税人，适用 3% 的增值税税率以及公司总部加盟费收入、明佳豪仓储费收入使用 6% 增值税税率、公司不动产租赁费收入适用 11% 增值税税率外，公司本部及境内其他分支机构和其他境内子公司适用增值税税率为 17%。本公司位于境外的子公司执行所在地的适用增值税税率，其中玛丝菲尔（新加坡）增值税税率为 7%；玛丝菲尔（韩国）增值税税率为 10%，玛丝菲尔（澳门）和噢姆（澳门）不缴纳增值税，玛丝菲尔时装（香港）不缴纳增值税，Krizia International 增值税税率为 22%。

注 2：本公司境内公司适用所得税税率为 25%，本公司位于境外的子公司执行所在地所得税税率，其中玛丝菲尔（澳门）和噢姆（澳门）所得税税率为 0-12%；玛丝菲尔（新加坡）所得税税率为 17%，玛丝菲尔时装（韩国）所得税税率为 10-22%；玛丝菲尔时装（香港）所得税税率为 16.5%；Krizia International 所得税税率 27.5%，另需缴纳区域生产活动税，税率为 3.9%。

## 五、关于本次商品销售或劳务提供产生的收入与奖励积分的公允价值的确定依据，奖励积分业务相应成本的确认时点及确认金额的说明

### （一）“本次商品销售或劳务提供产生的收入与奖励积分的公允价值”的确定依据

1、发行人“本次商品销售或劳务提供产生的收入与奖励积分的公允价值”的会计政策

发行人在销售产品或提供劳务的同时，将销售取得的货款或应收货款在本次商品销售或劳务提供产生的收入与奖励积分的公允价值之间进行分配，将取得的货款或应收货款扣除奖励积分公允价值的部分确认为收入，将奖励积分的公允

价值确认为递延收益。

## 2、发行人积分奖励政策

### （1）发行人的积分相关定义

发行人的积分由消费积分和奖励积分组成，消费积分每消费 1 元积 1 分，奖励积分系在正常消费获得积分之外，根据不同的活动形式而奖励的积分，包括会员生日当月消费双倍积分、店铺举办营销活动的多倍积分和其他活动的多倍积分等（招股说明书中的奖励积分系消费积分与本奖励积分之和）。

### （2）发行人的积分奖励政策

报告期各期，发行人从 2013 年开始实行积分奖励政策，具体政策如下：

2013 年积分累计至 3 万以上可兑换礼品，2014 年至 2016 年 6 月 30 日均为积分累计至 2 万以上可兑换礼品。

发行人每年参考可能参与兑换的人数、费用投入、收益比、吸引力等因素确定每年积分兑换门槛及不同兑换类别的回馈比例。

## 3、发行人的奖励积分的公允价值确认依据

根据《企业会计准则》的规定，如果奖励积分的公允价值不能够直接观察到，授予企业可以参考被兑换奖励的公允价值或其他估值技术估计奖励积分的公允价值。

发行人采用可兑换金额即可兑换奖励商品的公允价值作为奖励积分的公允价值。

在上述积分奖励政策中，可兑换奖励商品包括二种：外采礼品与自有商品。

这两类商品公允价值的确定方法如下：

（1）外采礼品的公允价值为其购买成本，即市场价；

（2）自有商品均为库龄在 3 年以上的库存商品，根据发行人的会计政策，3 年以上的库存商品已计提 95% 的存货跌价准备，发行人对该类商品采用的公允价值为商品吊牌价约 9% 的价格，历年来保持一贯性原则进行确认。

## 4、报告期各期发行人可使用积分数及可兑换金额情况

时期	有效积分（万分）	可兑换金额（万元）	可兑换金额占营业收入的比例
2016 年 1-6 月	25,865.00	189.28	0.18%
2015 年度	111,818.00	300.00	0.12%
2014 年度	103,836.00	1,337.05	0.61%
2013 年度	74,934.00	489.43	0.26%

如上表所示，发行人的奖励积分的公允价值占营业收入的比例很小，不会对发行人的收入产生影响。

## （二）奖励积分业务相应成本的确认时点及确认金额

对于兑换奖励积分的业务，发行人以可兑换奖励商品的发货时点做为成本确认时点。2014年、2015年和2016年1-6月，成本确认金额分别为481.06万元、78.31万元和245.72万元。2014年，由于产品适销对路，发行人未对奖励积分采取有吸引力的兑换政策，2015年大部分积分未获兑换，因此，成本确认金额较低。

经核查，保荐机构认为：发行人商品销售或劳务提供产生的收入与奖励积分的公允价值”的确定依据为在商品销售或劳务提供产生的收入与奖励积分的公允价值之间进行分配，将取得的货款或应收货款扣除奖励积分公允价值的部分确认为收入，奖励积分公允价值采用可兑换奖励商品的公允价值作为确定依据。奖励积分业务相应成本的确认时点为可兑换奖励商品的发货时点，确认金额为可兑换奖励商品的成本价。

经核查，会计师认为：本次商品销售或劳务提供产生的收入与奖励积分的公允价值”的确定依据为在本次商品销售或劳务提供产生的收入与奖励积分的公允价值之间进行分配，将取得的货款或应收货款扣除奖励积分公允价值的部分确认为收入，奖励积分公允价值采用可兑换奖励商品的公允价值作为确定依据。奖励积分业务相应成本的确认时点为发行人可兑换奖励商品的发货时点，确认金额为可兑换奖励商品的成本价。

## 六、非经常性损益

以下非经常性损益以合并财务报表数据为基础，并经瑞华出具的《关于深圳玛丝菲尔时装股份有限公司非经常性损益的专项审核报告》（瑞华核字[2016]48220027号）核验。

单位：元

项 目	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
非流动性资产处置损益	36,629.55	10,563.01	-885.48	-124,269.26
计入当期损益的政府补助，但与企业正常经营业务密切相关，符合国家政策规定，按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	3,033,758.64	1,524,146.34	907,130.00	1,047,380.00

项 目	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-	-140,923.95
企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等	-	-	-	-13,875,712.51
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-368,365.62	275,235.53	-5,389,519.82	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	455,474.21	414,724.63	168,305.77	179,357.21
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-	-
<b>小 计</b>	<b>3,157,496.78</b>	<b>2,224,669.51</b>	<b>-4,314,969.53</b>	<b>-12,914,168.51</b>
所得税影响额	788,387.13	458,072.06	-544,579.64	-943,377.60
少数股东权益影响额（税后）	3,276.69	127.98	306.81	6,942.44
<b>合 计</b>	<b>2,365,832.96</b>	<b>1,766,469.47</b>	<b>-3,770,696.70</b>	<b>-11,977,733.35</b>
扣除非经常性损益后归属于母公司净利润	<b>178,197,791.36</b>	<b>691,568,487.83</b>	<b>672,119,350.44</b>	<b>573,720,538.47</b>

报告期各期，归属于母公司股东非经常性损益占归属于母公司股东的净利润的比重分别为-2.13%、-0.56%、0.25%和 1.31%，影响较小。

## 七、最近一期末主要资产

### （一）固定资产与在建工程

截至 2016 年 6 月 30 日，公司的主要固定资产情况如下表所示：

类别	折旧年限（年）	残值率（%）	原值（万元）	账面净值（万元）
房屋及建筑物	20-40	10	53,147.94	49,899.44
机器设备	10	10	2,229.32	1,631.42
运输工具	5	10	1,422.97	358.16
电子及其他设备	3-5	0-2	2,887.25	1,300.73
<b>合计</b>			<b>59,687.49</b>	<b>53,189.75</b>

报告期各期末，公司在建工程余额的明细情况如下：

单位：万元

项目	2016年 6月30日	2015年 12月31日	2014年 12月31日	2013年 12月31日
龙华工业园一期	9,731.39	13,304.59	17,253.71	17,139.12
龙华工业园二期	46,558.65	45,455.74	37,120.96	26,937.90
武汉旗舰店	-	-	3,466.71	3,238.26

项目	2016年 6月30日	2015年 12月31日	2014年 12月31日	2013年 12月31日
重庆旗舰店	-	-	-	2,804.53
成都旗舰店	-	-	2,373.53	2,190.15
明佳豪工业园配套工程	56.68	-	-	-
合计	<b>56,346.72</b>	<b>58,760.33</b>	<b>60,214.90</b>	<b>52,309.96</b>

## （二）无形资产

截至2016年6月30日，公司的无形资产情况如下表所示：

类别	取得方式	原值（万元）	摊销期限（年）	净值（万元）
土地使用权	外购	4,662.69	50	4,088.21
软件	外购	3,062.94	10	2,073.57
商标	自创或受让或外购	12,022.03	10	9,578.04
非专利技术	受让	4,699.67	10	4,108.89
合计		<b>24,447.33</b>	-	<b>19,848.71</b>

## 八、最近一期末主要债项

截至2016年6月30日，公司负债合计116,521.06万元，主要包括短期借款、应付账款、预收款项、应付职工薪酬、应交税费、其他应付款、长期借款和递延所得税负债等，大部分为流动负债。

### （一）借款

#### 1. 短期借款

单位：万元

项目	2016年6月30日
保证借款	54,245.77
合计	<b>54,245.77</b>

截至2016年6月30日，本公司无已到期未偿还的短期借款。

公司短期借款中的保证借款截至2016年6月30日的余额54,245.77万元，均由本公司实际控制人朱崇辉、姚建华或其实际控制的企业提供担保。

#### 2. 长期借款 / 一年内到期的非流动负债

单位：万元

项目	2016年6月30日
保证借款	21,203.22
合计	<b>21,203.22</b>

截至2016年6月30日，公司长期借款中的保证借款因临近到期而被重分类为一年内到期的非流动负债，其担保形式为“由中国建设银行深圳分行或其指

定的支行出具的以中国建设银行（亚洲）有限责任公司为受益人的备用信用证”。

## （二）应付账款

单位：万元

项 目	2016年6月30日
1年以内	7,543.75
1-2年	1,397.21
2-3年	2,142.34
3年以上	148.27
合 计	<b>11,231.56</b>

截至2016年6月30日，公司的应付账款中不含有应付持有公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位或关联方的款项情况。

## （三）预收款项

单位：万元

项 目	2016年6月30日
1年以内	3,162.09
1-2年	531.36
2-3年	76.14
合 计	<b>3,769.59</b>

截至2016年6月30日，公司的预收款项中无应付持有公司5%以上表决权股份之股东的款项。

## （四）应付职工薪酬

单位：万元

项目	2015年12月31日	本年增加	本年减少	2016年6月30日
<b>一、短期薪酬</b>				
1、工资、奖金、津贴和补贴	5,252.50	23,876.74	25,015.27	4,113.96
2、职工福利费	-	807.83	807.83	-
3、社会保险费	-	867.31	867.31	-
其中：				
（1）医疗保险费	-	770.82	770.82	-
（2）工伤保险费	-	42.69	42.69	-
（3）生育保险费	-	53.80	53.80	-
4、住房公积金	-	507.53	507.53	-
5、工会经费和职工教育经费	-	0.67	0.67	-
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
小计：	<b>5,252.50</b>	<b>26,060.07</b>	<b>27,198.60</b>	<b>4,113.96</b>

项目	2015年12月31日	本年增加	本年减少	2016年6月30日
<b>二、离职后福利</b>				
1、设定提存计划	-	1,752.54	1,752.54	-
其中：（1）基本养老保险费	-	1,662.64	1,662.64	-
（2）失业保险费	-	89.89	89.89	-
（3）企业年金缴费	-	-	-	-
2、设定受益计划	-	-	-	-
小计：	-	1,752.54	1,752.54	-
三、辞退福利	-	-	-	-
四、其他福利	2,919.30	-	-	2,919.30
合计	8,171.80	27,812.60	28,951.14	7,033.26

公司工资本月计提，下月发放。截至2016年6月30日，公司无拖欠性质的应付职工薪酬。

#### （五）应交税费

单位：万元

项目	2016年6月30日
企业所得税	3,965.27
增值税	1,585.42
城市维护建设税	180.33
个人所得税	145.32
教育费附加	98.18
营业税	25.37
地方教育费附加	29.82
其他	153.52
合计	6,183.24

#### （六）其他应付款

单位：万元

项目	2016年6月30日
加盟商定金及道具款	1,563.35
暂估费用	2,750.84
押金及保证金	196.00
其他	2,472.40
合计	6,982.59

截至2016年6月30日，公司的其他应付款中不存在应付持有公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位或关联方的款项情况。

#### （七）递延所得税负债

截至2016年6月30日，公司的递延所得税负债为5,233.47万元，主要构成为收购的Krizia International的净资产入账价值和最初原值之间的差异所致。

## 九、所有者权益变动情况

报告期内，本公司股东权益的情况如下：

单位：万元

项目	2016年 6月30日	2015年 12月31日	2014年 12月31日	2013年 12月31日
股本	36,900.00	36,900.00	36,900.00	36,900.00
其他权益工具	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
资本公积	10,093.20	10,093.20	10,093.20	10,093.20
盈余公积	18,450.00	18,450.00	16,357.98	9,694.30
未分配利润	83,233.17	65,176.81	57,908.49	71,118.51
其他综合收益	-3,463.80	-3,385.41	-1,769.94	-124.61
归属于母公司股东权益	145,212.57	127,234.60	119,489.73	127,681.39
少数股东权益	1,533.83	916.62	171.51	14.47
<b>股东权益合计</b>	<b>146,746.40</b>	<b>128,151.21</b>	<b>119,661.23</b>	<b>127,695.86</b>

## 十、现金流量情况

报告期内，公司现金流量的基本情况如下表所示：

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
经营活动产生的现金流量净额	10,827.36	53,850.28	61,240.60	60,507.65
投资活动产生的现金流量净额	-5,461.56	-11,116.95	-32,180.62	-27,949.38
筹资活动产生的现金流量净额	-14,815.02	-35,637.64	-33,112.56	-27,718.56
现金及现金等价物净增加额	-9,379.12	7,105.30	-3,900.27	4,773.51

报告期内，公司未发生如下不涉及现金收支的重大投资和筹资活动：（1）债务转为资本；（2）一年内到期的可转换公司债券；（3）融资租入固定资产。

## 十一、资产负债表期后事项、或有事项和其他重要事项

### （一）期后事项

2016年8月，公司召开总经理会议，决定以全资方式设立深圳玛丝菲尔素时装有限公司，截止本财务报表批准报出日，玛丝菲尔素公司已于2016年8月办理工商登记手续，取得深圳市市场监督管理局颁发的统一社会信用代码号为91440300MA5DJAPF0P的营业执照，公司注册资本为1,000万元人民币。



**（二）或有事项**

截至 2016 年 6 月 30 日，本公司无需要披露的重大或有事项。

**（三）其他重要事项****1. 资本承诺**

单位：万元

项 目	2016 年 6 月 30 日
已签约但尚未于财务报表中确认的	
- 购建长期资产承诺	7,052.28
合 计	<b>7,052.28</b>

**2. 经营租赁承诺**

截至 2016 年 6 月 30 日，本公司对外签订的不可撤销的经营租赁合同情况

如下：

单位：万元

项 目	2016 年 6 月 30 日
不可撤销经营租赁的最低租赁付款额：	
资产负债表日后第 1 年	11,935.45
资产负债表日后第 2 年	8,160.91
资产负债表日后第 3 年及以后年度	9,020.78
合 计	<b>29,117.14</b>

**十二、财务指标****（一）基本财务指标**

项目	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
流动比率（倍）	1.07	1.10	1.19	1.52
速动比率（倍）	0.37	0.43	0.46	0.70
资产负债率（母公司）	33.42%	44.23%	40.22%	30.78%
应收账款周转率（次）	6.08	14.73	12.99	11.86
存货周转率（次）	0.25	0.62	0.69	0.71
息税折旧摊销前利润（万元）	29,692.43	101,501.75	94,781.57	78,459.07
利息保障倍数（倍）	18.44	46.50	41.10	53.10
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	0.29	1.46	1.66	1.64
每股净现金流量（元/股）	-0.25	0.19	-0.11	0.13
无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比重	10.74%	12.50%	14.66%	1.48%

注：主要财务指标公式计算如下：

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=负债总额 / 资产总额×100%

应收账款周转率（次）=主营业务收入 / 应收账款平均余额

存货周转率（次）=主营业务成本 / 存货平均余额

息税折旧摊销前利润=税前利润+利息费用+折旧费用+摊销费用

利息保障倍数=息税前利润 / 利息费用

每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量 / 期末股本

每股净现金流量=净现金流量 / 期末股本

无形资产占净资产比例=（无形资产－土地使用权） / 期末净资产

## （二）报告期内净资产收益率和每股收益

根据中国证监会《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》（证监会公告[2010]2 号）的规定，公司加权平均净资产收益率及基本每股收益和稀释每股收益如下：

项 目	报告期	加权平均 净资产收益率	每股收益（元/股）	
			基本	稀释
归属于公司普通股股东的净利润	2016 年 1-6 月	13.25%	0.49	0.49
	2015 年	48.09%	1.88	1.88
	2014 年	50.22%	1.81	1.81
	2013 年	54.17%	1.52	1.52
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2016 年 1-6 月	13.08%	0.48	0.48
	2015 年	47.97%	1.87	1.87
	2014 年	50.50%	1.82	1.82
	2013 年	55.32%	1.55	1.55

## 十三、资产评估情况

### （一）发行人整体变更为股份公司时进行的资产评估

2012 年 5 月 10 日，玛丝菲尔有限董事会和股东会作出决议，同意以整体变更、发起设立方式，将玛丝菲尔有限变更设立为股份有限公司。中企华于 2012 年 5 月 10 日出具了《深圳玛丝菲尔时装有限公司拟进行股改所涉及各项资产及负债项目评估报告》（中企华评报字（2012）第 3226 号），主要内容包括：

本次评估采用资产基础法。截至评估基准日 2012 年 3 月 31 日，玛丝菲尔

有限总资产账面价值为 118,285.81 万元，评估值为 139,871.99 万元，增值 21,586.18 万元，增值率为 18.25%；总负债账面价值为 105,480.03 万元，评估值为 105,480.03 万元，无增减值；净资产账面价值为 12,805.78 万元，评估值为 34,391.96 万元，增值 21,586.18 万元，增值率为 168.57%。净资产增值较大的原因主要是存货评估增值较大。

## （二）深圳恩情以房产增资玛丝菲尔进行的资产评估

2012 年 2 月 22 日，玛丝菲尔有限股东会通过增资议案，增加注册资本人民币 2,550 万元。其中，深圳恩情以坐落于深圳市福田区天安数码城的天祥大厦 2D 的房产出资。中企华于 2012 年 2 月 21 日对该房产出具了评估报告（中企华评报字（2012）第 3032 号），主要内容包括：

本次评估采用市场法。截至评估基准日 2012 年 2 月 10 日，该房产的账面价值为 2,579.36 万元，评估值为 2,460.46 万元，减值 118.90 万元，减值率 4.61%。

## （三）发行人收购惠州艺都实业股权进行的资产评估

2012 年 7 月 4 日，惠州艺都实业召开股东会，同意姚仁江、李鑫将持有股份全部转让予玛丝菲尔。中企华于 2012 年 7 月 4 日对上述股权出具了评估报告（中企华评报字（2012）第 3305 号），主要内容包括：

本次评估采用资产基础法。截至评估基准日 2012 年 4 月 30 日，惠州艺都实业总资产账面价值为 1,533.08 万元，评估值为 1,599.88 万元，增值 66.81 万元，增值率为 4.36%；总负债账面价值为 1,524.65 万元，评估值为 1,524.65 万元，无增减值；净资产账面价值为 8.43 万元，评估值为 75.23 万元，增值 66.81 万元，增值率为 792.80%。

## （四）发行人收购惠州明佳豪实业股权进行的资产评估

2012 年 7 月 4 日，惠州明佳豪实业召开股东会，同意姚仁江、李鑫将持有股份全部转让予玛丝菲尔。中企华于 2012 年 7 月 4 日对上述股权出具了评估报告（中企华评报字（2012）第 3306 号），主要内容包括：

本次评估采用资产基础法。截至评估基准日 2012 年 4 月 30 日，惠州明佳豪实业总资产账面价值为 2,660.10 万元，评估值为 2,803.67 万元，增值 143.57 万元，增值率为 5.40%；总负债账面价值为 2,728.01 万元，评估值为 2,728.01

万元，无增减值；净资产账面价值为-67.91 万元，评估值为 75.66 万元，增值 143.57 万元，增值率为 211.40%。

#### （五）发行人收购阿卡特时装股权进行的资产评估

2012 年 9 月 20 日，玛丝菲尔召开第一届董事会第六次会议，决议受让深圳恩情及真彩投资持有的阿卡特时装 100%股份。中企华于 2012 年 9 月 10 日对上述股权出具评估报告（中企华评报字（2012）第 3455 号），主要内容包括：

本次评估采用资产基础法。截至评估基准日 2012 年 7 月 31 日，阿卡特时装总资产账面价值为 50,002.78 万元，评估值为 50,015.26 万元，增值 12.49 万元，增值率为 0.02%；总负债账面价值为 49,848.71 万元，评估值为 49,848.71 万元，无增减值；净资产账面价值为 154.06 万元，评估值为 166.55 万元，增值 12.49 万元，增值率为 8.11%。

#### （六）发行人收购深浅服饰的部分资产及负债等进行的资产评估

2013 年 6 月 18 日，公司的控股子公司噢姆与深浅服饰签订《资产收购合同》，由噢姆收购深浅服饰商标专用权、债权债务、固定资产、存货及设计师团队。中企华于 2013 年 6 月 20 日对商标专用权及有形资产等出具了评估报告（中企华评报字（2013）第 3228 号），主要内容包括：

本次评估采用成本法。截至评估基准日 2013 年 4 月 30 日，深浅服饰纳入评估范围的总资产账面价值为 467.14 万元，评估值为 593.95 万元，增值 126.81 万元，增值率为 27.15%；总负债账面价值为-57.50 万元，评估值为-57.50 万元，无增减值；净资产账面价值为 524.65 万元，评估值为 651.46 万元，增值 126.81 万元，增值率为 24.17%。

#### （七）玛丝菲尔时装（香港）收购 Krizia International 股东全部权益价值进行的资产评估

2014 年 6 月 10 日，意大利 Krizia 公司将持有的 Krizia International 100% 的股权受让与玛丝菲尔时装（香港），双方签订《有限责任公司份额转让书》，转让金额合计为 3,500 万美元。中企华于 2014 年 8 月 22 日对 Krizia International 的股东全部权益价值出具了评估报告（中企华评报字（2014）第 3489 号），主要内容包括：

本次评估采用资产基础法。截至评估基准日 2014 年 6 月 10 日，Krizia International 的总资产账面价值为 3,057.04 万欧元，评估价值为 3,076.06 万欧元，增值额为 19.03 万欧元，增值率为 0.62%；总负债账面价值为 905.37 万欧元，评估价值为 905.37 万欧元，无增减值；净资产账面价值为 2,151.67 万欧元，净资产评估价值为 2,170.70 万欧元，增值额 19.03 万欧元，增值率为 0.88%。Krizia International s.r.l.评估基准日股东全部权益价值 2,170.70 万欧元，折合人民币 18,125.98 万元，Krizia International s.r.l.于评估基准日本位币为欧元，欧元对换人民币汇率为 100 欧元=835.03 元人民币。

#### （八）明佳豪收购惠州市恒龙商贸有限公司股权进行的资产评估

2015 年 4 月 30 日，公司的子公司明佳豪与刘益秋、刘志森签订《股权转让协议》，由明佳豪收购该二人持有的惠州市恒龙商贸有限公司合计 100%股权。中企华于 2015 年 6 月 30 日对惠州市恒龙商贸有限公司的股东全部权益价值出具了评估报告（中企华评报字（2015）第 3545 号），主要内容包括：

本次评估采用资产基础法。截至评估基准日 2015 年 4 月 30 日，惠州市恒龙商贸有限公司纳入评估范围的总资产账面价值为 738.15 万元，评估值为 882.62 万元，增值 144.47 万元，增值率为 19.57%；总负债账面价值为 772.85 万元，评估值为 772.85 万元，无增减值；净资产账面价值为-34.70 万元，评估值为 109.77 万元，增值 144.47 万元，增值率为 416.37%。

#### （九）明佳豪收购惠州市龙益商贸有限公司股权进行的资产评估

2015 年 4 月 30 日，公司的子公司明佳豪与刘志娟、刘小芳签订《股权转让协议》，由明佳豪收购该二人持有的惠州市龙益商贸有限公司合计 100%股权。中企华于 2015 年 6 月 30 日对惠州市龙益商贸有限公司的股东全部权益价值出具了评估报告（中企华评报字（2015）第 3548 号），主要内容包括：

本次评估采用资产基础法。截至评估基准日 2015 年 4 月 30 日，惠州市龙益商贸有限公司纳入评估范围的总资产账面价值为 778.21 万元，评估值为 932.24 万元，增值 154.03 万元，增值率为 19.79%；总负债账面价值为 817.21 万元，评估值为 817.21 万元，无增减值；净资产账面价值为-39.00 万元，评估值为 115.03 万元，增值 154.03 万元，增值率为 394.95%。

#### 十四、验资情况

发行人历次验资情况具体参见本招股书“第五节 发行人基本情况 三、发行人的股本形成、变化及历次的验资情况”。

#### 十五、盈利预测

报告期内，本公司未编制盈利预测报告。

## 第十一节 管理层讨论与分析

管理层对公司报告期内的经营成果和财务状况进行了仔细分析后认为：公司资产质量优良，业务规模扩大，经营活动现金流正常，盈利能力较强，具备良好的市场发展前景。公司报告期的财务报告经瑞华审计，且瑞华根据审计结果出具了瑞华审字[2016]48220019号标准无保留意见的审计报告。

### 一、盈利能力分析

#### （一）经营成果及其变动分析

报告期内，公司的主要经营成果数据如下表所示：

项目	2016年1-6月		2015年		2014年		2013年
	金额 (万元)	同比 增幅	金额 (万元)	同比 增幅	金额 (万元)	同比 增幅	金额 (万元)
营业收入	104,270.86	-12.21%	247,989.57	12.30%	220,822.53	19.44%	184,883.13
营业利润	25,612.43	-46.00%	94,980.94	6.32%	89,336.92	18.11%	75,638.58
利润总额	25,965.02	-45.28%	95,175.88	6.41%	89,444.37	18.08%	75,748.83
净利润	18,672.96	-47.30%	70,518.73	5.26%	66,991.91	19.27%	56,168.75

注：2016年1-6月同比增幅的比较对象为2015年1-6月

公司利润的主要来源为女装的销售收入，由于公司产品适销对路，2013-2015年公司的营业收入和利润指标均基本稳定增长。

2016年上半年，公司的收入及各项盈利指标均出现了一定程度的下降，主要原因有二：

首先，宏观经济增速放缓、服装消费市场疲软、各商场及服装门店销售均不同程度的受到影响，公司作为高端女装行业的领先者也不例外，在销售下降的同时，由于成本费用具有一定的刚性，导致净利润下降程度高于收入下降程度；

其次，报告期开发的新品牌除AUM以外，目前均尚在培育期，收入和利润尚未释放且需要发行人投入较多人力物力，短期内对净利润产生直接影响。以Krizia International为例，发行人于2014年完成该品牌并购，目前尚处于培育期。2015年上半年和2016年上半年，Krizia International分别实现营业收入676.43万元和431.35万元（品牌授权费收入减少），分别实现净利润-1,775.38万元和-2,810.43万元；

第三，公司运营的新品牌在培育期对老品牌产生利润侵蚀效应，但随着新品牌步入成熟期，其积累的客户和渠道资源将逐渐反哺老品牌。总体来看，公司的经营业绩和财务状况仍较为优良，品牌布局合理，新品牌逐步发力，体现了较好的抗风险能力，并有望在市场复苏时占得先机。

根据中华全国商业信息中心的统计数据<sup>42</sup>，2015年全国重点大型零售企业女装零售额增速为-0.6%，为近年来首次出现负数。全国重点大型零售企业女装销售单价也下降较多，高端女装市场也受到一定冲击。待市场和消费者信心恢复后，高端女装市场有望进入新一轮增长周期。具体情况请参见本招股书“第六节业务与技术 二、发行人所处行业的基本情况（三）我国女装行业基本情况 3. 近年来女装行业的销售情况”。

2016年1-6月，结合同行业高端女装上市公司的经营情况来看，宏观经济环境低迷、服装消费市场疲软等趋势已经开始逐渐扩散到高端女装行业。国内高端女装上市公司的具体情况如下表所示：

单位：万元

名称	2016年1-6月							
	收入	同比增幅	营业利润	同比增幅	利润总额	同比增幅	净利润	同比增幅
宝国国际	89,269.6	5.30%	3,121.0	-44.59%	3,689.2	-36.03%	596.0	-66.25%
慕诗国际	16,120.3	-21.40%	-2,971.5	-354.89%	-3,175.7	-375.67%	-3,190.1	-466.43%
朗姿股份	47,271.32	-16.98%	3,505.43	-28.50%	3,565.90	-26.31%	3,840.00	-11.25%
歌力思	39,838.33	9.45%	7,153.02	-17.99%	7,547.53	-13.45%	5,557.10	-15.44%
维格娜丝	37,163.58	-15.51%	3,476.04	-62.50%	3,898.74	-59.84%	2,892.24	-60.76%
平均	<b>45,932.63</b>	<b>-7.83%</b>	<b>2,856.80</b>	<b>-101.69%</b>	<b>3,105.13</b>	<b>-102.26%</b>	<b>1,939.05</b>	<b>-124.03%</b>
本公司	104,270.86	-12.21%	25,612.43	-46.00%	25,965.02	-45.28%	18,672.96	-47.30%

注 1：可比公司的数据来源于其定期报告或同花顺软件，下同。

注 2：慕诗国际的数据中，年度数据为从上一年的 4 月 1 日起至当年的 3 月 31 日止，半年度数据为从上一年的 4 月 1 日起至上一年的 9 月 30 日止，记账本位币为港币，下同。

注 3：2016 年 1-6 月同比增幅的比较对象为 2015 年 1-6 月，慕诗国际则根据注 2 相应调整

注 4：宝国国际曾用名宝姿，下同。

注 5：宝国国际、慕诗国际等港股上市公司的报表格式有别于国内，表中业绩指标项目与其定期报告中的对应关系为：收入对应营业额，营业利润对应经营溢利，利润总额对应除税前溢利，净利润对应本期利润。

从上表可以看出，2016 年上半年，国内高端女装上市公司的收入或利润同比基本上出现了不同程度的下降，其中慕诗国际的降幅最大，已经出现亏损，维格娜丝和宝国国际的降幅次之，歌力思和朗姿紧随其后。而公司的业绩降幅基本低于五家高端女装上市公司的平均值，而且业绩绝对值水平上仍领先于该五家公

<sup>42</sup> 《全国大型零售企业暨消费市场 2015 年度监测报告》



司，与其自身的市场地位相符，体现了较强的抗风险能力。

## （二）营业收入及其变动分析

### 1. 营业收入的业务类别分析

报告期各期，公司的营业收入构成如下表所示：

项目	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
主营业务收入	103,158.00	98.93%	244,055.64	98.41%	218,327.40	98.87%	182,661.68	98.80%
其他业务收入	1,112.86	1.07%	3,933.93	1.59%	2,495.13	1.13%	2,221.45	1.20%
合计	<b>104,270.86</b>	<b>100.00%</b>	<b>247,989.57</b>	<b>100.00%</b>	<b>220,822.53</b>	<b>100.00%</b>	<b>184,883.13</b>	<b>100.00%</b>
营业收入较上年增幅		-12.21%		12.30%		19.44%		17.79%

注：2016年1-6月同比增幅的比较对象为2015年1-6月

公司的主营业务突出，报告期内占营业收入的比重均在98%以上。公司其他业务收入主要为公司向加盟商收取的加盟店装修设计费、“Krizia”品牌授权使用费等收入。

### 2. 主营业务收入分析

#### （1）按品牌分析

##### ①按品牌划分的主营业务收入

报告期各期，公司的主营业务收入按品牌分类的具体构成如下表所示：

项目	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
Marisfrolg	63,895.93	61.94%	164,270.07	67.31%	163,687.81	74.97%	143,426.47	78.52%
MASFER.SU	20,575.70	19.95%	50,493.83	20.69%	44,882.86	20.56%	37,430.38	20.49%
AUM	12,927.51	12.53%	20,009.87	8.20%	7,068.49	3.24%	1,663.49	0.91%
MARISFROLG	129.63	0.13%	209.12	0.09%	238.92	0.11%	117.70	0.06%
ZhuChongYun	5,597.04	5.43%	9,059.71	3.71%	2,449.32	1.12%	23.64	0.01%
Krizia	32.19	0.03%	13.03	0.01%	-	-	-	-
合计	<b>103,158.00</b>	<b>100.00%</b>	<b>244,055.64</b>	<b>100.00%</b>	<b>218,327.40</b>	<b>100.00%</b>	<b>182,661.68</b>	<b>100.00%</b>

公司的主营业务收入主要来自“Marisfrolg”和“MASFER.SU”两个传统主力品牌。其中，前者作为公司的核心品牌，自创立以来得到了众多消费者的认可，积淀了较好的品牌美誉度和忠实客户群的同时。报告期各期该品牌的主营业务收入占比分别为78.52%、74.97%、67.31%和61.94%，逐渐下降，说明公司的多品牌运营战略正在逐渐显效。而“MASFER.SU”品牌成立时间相对较晚，

目前已进入稳定成长期。报告期各期，该品牌带来的收入占公司主营业务收入的 比例较为稳定，分别为 20.49%、20.56%、20.69%和 19.95%，其品牌定位和发展与前者形成了良好的协调和互动关系。

“AUM”品牌虽然是公司 2013 年下半年新收购的品牌，但报告期各期分别实现销售收入 1,663.49 万元、7,068.49 万元、20,009.87 万元和 12,927.51 万元，凭借品牌自身的特点，依托公司平台快速发展。但另一方面，2016 年以来，随着宏观经济和消费市场持续低迷，新品牌运营初期带来的利润侵蚀效应显现，“AUM”品牌分流了一部分原本属于“Marisfrolg”品牌和“MASFER.SU”品牌的消费需求。随着品牌未来步入成熟期，其积累的客户和渠道资源等将逐渐反哺老品牌，增强公司的抗风险能力。

“ZhuChongYun”高端女装和“MARISFROLG”男装作为公司战略布局的重要举措，2013 年底相继面市。其中，“ZhuChongYun”高端女装发展较快，“MARISFROLG”男装仍处于培育期，2015 年两个品牌分别为公司贡献了 9,059.71 万元和 209.12 万元的收入，预计 2016 年全年也将保持增长。公司 2014 年新收购的“Krizia”品牌作为公司品牌走向国际的重要尝试，正处于磨合期，2015 年和 2016 年上半年分别实现销售收入 13.03 万元和 32.19 万元。这三个高端品牌清晰的战略定位，有望成为公司新的利润增长点。但在现有阶段，新品牌特别是海外高端品牌的培育期需要较多投入，在规模效应尚未完全显现的情况下，将暂时抵消公司部分利润。

公司目前正在培育新的独立品牌 MDC（Marisfrolg Design Collective），该品牌将在搭建国内外设计师交流平台，推动公司设计力量多元化的同时，在市场上开设自己的独立店柜，集合公司内、外部设计师的产品后进行销售，丰富公司品牌线并满足多层次消费需求，并承担发现、筛选、培育、孵化新品牌的功能。目前，已经在哈尔滨、石家庄、深圳和武汉四地开设了四家门店，该种集结了数个中国独立设计师品牌的新型门店形式，将成为公司接轨世界时尚前沿、发掘国内品牌的有益尝试。

综上，公司旗下的各品牌的定位、设计风格、目标人群等均清晰且不尽相同，共同形成一个多层次的品牌架构，覆盖了中高端的女装和高端男装市场，在满足不同消费层次人群需求的同时，也能满足同一消费层次人群的不同穿着风格需求，因此公司各品牌之间形成了一个互相补充且协调发展的良性格局，增强了

公司的经营实力和抗风险能力。

## ②按品牌划分的销量和平均单价

报告期各期公司按品牌划分的销量和平均单价如下表所示：

项目	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	销量 (件)	平均单价 (元/件)	销量 (件)	平均单价 (元/件)	销量 (件)	平均单价 (元/件)	销量 (件)	平均单价 (元/件)
Marisfrolg	492,943	1,296.21	1,211,923	1,355.45	1,339,183	1,222.30	1,224,330	1,171.47
MASFER.SU	374,455	549.48	866,627	582.65	763,038	588.21	687,479	544.46
AUM	111,110	1,163.49	208,682	958.87	89,434	790.36	31,659	525.44
MARISFROLG	1,159	1,118.49	1,745	1,198.38	1,692	1,412.03	804	1,463.96
ZhuChongYun	20,470	2,734.27	35,359	2,562.21	8,486	2,886.31	89	2,655.99
Krizia	56	5,747.90	33	3,948.53	-	-	-	-
合计	<b>1,000,193</b>	<b>1,031.38</b>	<b>2,324,369</b>	<b>1,049.99</b>	<b>2,201,833</b>	<b>991.57</b>	<b>1,944,361</b>	<b>939.44</b>

注：平均单价为该品牌销售收入除以该品牌的销量。

2013-2015年，公司各品牌销量分别合计为1,944,361件、2,201,833件和2,324,369件，稳步增长。其中“Marisfrolg”品牌和“MASFER.SU”品牌是公司销量的主要来源，销量较为稳定。2016年上半年，受到宏观因素和多品牌运营带来的利润侵蚀效应影响，二者的销量出现一定下降。

“AUM”自2013年下半年收购完成后，报告期各期分别实现销售31,659件、89,434件、208,682件和111,110件，增长速度较快；“MARISFROLG”男装和“ZhuChongYun”高端女装于2013年底面市，销量正在逐渐释放，其中“ZhuChongYun”高端女装发展更为迅速。“Krizia”女装作为新收购的国际品牌，正处于磨合期，目前销量较少。

报告期各期，公司旗下所有品牌的综合单件平均单价分别为939.44元、991.57元、1,049.99元、1,031.38元，波动幅度较小。

## (2) 按产品分析

### ①按产品类别划分的主营业务收入

公司的主营业务收入按照产品的不同分类分为上衣、裤子、裙子、外套和饰品及其他等五大类，如下表所示：

项目	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
上衣	27,799.68	26.95%	76,871.75	31.50%	65,982.08	30.22%	82,088.78	44.94%
裙子	32,582.20	31.58%	70,405.01	28.85%	59,799.92	27.39%	41,943.21	22.96%
裤子	7,938.68	7.70%	16,414.59	6.73%	17,562.72	8.04%	16,983.65	9.30%
外套	28,715.10	27.84%	61,729.15	25.29%	60,001.43	27.48%	26,344.97	14.42%
饰品及	6,122.35	5.93%	18,635.14	7.64%	14,981.25	6.86%	15,301.06	8.38%

项目	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
其他								
合计	<b>103,158.00</b>	<b>100.00%</b>	<b>244,055.64</b>	<b>100.00%</b>	<b>218,327.40</b>	<b>100.00%</b>	<b>182,661.68</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司各类产品的销售收入中占比最高的是上衣类、裙子类和外套类，平均占比合计约80%。2016年上半年，受低迷的整体市场环境影响，各品类的销售金额均有所下降。

### ②按产品类别划分的销量和平均单价

公司的产品设计时尚，适销对路。报告期各期，公司各产品的销量和平均单价如下表所示：

项目	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	销量 (件)	平均单价 (元/件)	销量 (件)	平均单价 (元/件)	销量 (件)	平均单价 (元/件)	销量 (件)	平均单价 (元/件)
上衣	337,232	824.35	870,531	883.04	806,367	818.26	862,095	952.20
裙子	268,150	1,215.07	605,412	1,162.93	534,176	1,119.48	403,489	1,039.51
裤子	115,667	686.34	236,418	694.30	251,010	699.68	258,271	657.59
外套	114,599	2,505.70	286,041	2,158.05	292,593	2,050.68	108,614	2,425.56
饰品及其他	164,545	372.08	325,967	571.69	317,687	471.57	311,892	490.59
合计	<b>1,000,193</b>	<b>1,031.38</b>	<b>2,324,369</b>	<b>1,049.99</b>	<b>2,201,833</b>	<b>991.57</b>	<b>1,944,361</b>	<b>939.44</b>

2016年上半年，各品类受宏观环境影响，销量均出现不同程度的下降。

③结合不同类产品下各个品牌销售收入、销售数量及销售价格的变化详细分析主营业务收入构成变动的的原因

公司各个品牌不同类产品的销售收入、销售数量及销售价格的变化如下表所示：

品牌	品牌按产品分	2016年1-6月			2015年度		
		金额 (万元)	销量(件)	平均销售 单价(元)	金额 (万元)	销量(件)	平均销售 单价(元)
Marisfrolg	上衣	17,326.67	153,464	1,129.04	50,445.50	424,304	1,188.90
	裙子	19,238.71	128,694	1,494.92	46,276.62	320,478	1,443.99
	裤子	4,078.81	42,900	950.77	9,821.82	110,771	886.68
	外套	18,484.63	49,720	3,717.75	42,249.58	149,700	2,822.28
	饰品及其他	4,767.11	118,165	403.43	15,476.55	206,670	748.85
	小计	63,895.93	492,943	1,296.21	164,270.07	1,211,923	1,355.45
MASFER.SU	上衣	6,730.93	151,514	444.24	18,631.42	366,169	508.82
	裙子	5,204.32	89,988	578.33	13,697.87	212,400	644.91
	裤子	2,777.18	62,124	447.04	4,436.60	100,979	439.36
	外套	5,415.18	41,996	1,289.45	12,452.61	100,907	1,234.07
	饰品及其他	448.09	28,833	155.41	1,275.33	86,172	148.00
	小计	20,575.70	374,455	549.48	50,493.83	866,627	582.65

品牌	品牌按产品分类	2016年1-6月			2015年度		
		金额(万元)	销量(件)	平均销售单价(元)	金额(万元)	销量(件)	平均销售单价(元)
AUM	上衣	2,330.39	26,199	889.50	5,269.80	65,781	801.11
	裙子	5,238.63	40,154	1,304.63	7,271.89	61,836	1,176.00
	裤子	1,017.98	10,109	1,007.00	1,595.79	21,610	738.45
	外套	3,814.74	19,491	1,957.18	4,698.76	30,947	1,518.32
	饰品及其他	525.76	15,157	346.88	1173.62	28,508	411.68
	小计	12,927.50	111,110	1,163.49	20,009.86	208,682	958.87
MARISFROLG	上衣	31.92	255	1,251.76	115.97	1,225	946.69
	裤子	45.83	415	1,104.34	16.91	149	1,134.90
	外套	45.62	403	1,132.01	63.48	267	2,377.53
	饰品及其他	6.27	86	729.07	12.76	104	1,226.92
	小计	129.64	1,159	1,118.55	209.12	1,745	1,198.40
ZhuChongYun	上衣	1,371.88	5,786	2,371.03	2,403.90	13,035	1,844.19
	裙子	2,898.53	9,311	3,113.02	3,155.27	10,691	2,951.33
	裤子	14.23	114	1,248.25	541.12	2,903	1,864.00
	外套	947.97	2,983	3,177.91	2262.61	4,218	5,364.18
	饰品及其他	364.42	2,276	1,601.14	696.8	4,512	1,544.33
	小计	5,597.03	20,470	2,734.26	9,059.70	35,359	2,562.20
Krizia	上衣	7.88	14	5,628.57	5.16	17	3,035.29
	裙子	2.01	3	6,700.00	3.35	7	4,785.71
	裤子	4.65	5	9,300.00	2.34	6	3,900.00
	外套	6.95	6	11,583.33	2.1	2	10,500.00
	饰品及其他	10.7	28	3,821.43	0.08	1	800.00
	小计	32.19	56	5,748.21	13.03	33	3,948.48
合计		103,158.00	1,000,193	1,031.38	244,055.64	2,324,369	1,049.99

续上表

品牌	品牌按产品分类	2014年度			2013年度		
		金额(万元)	销量(件)	平均销售单价(元)	金额(万元)	销量(件)	平均销售单价(元)
Marisfrolg	上衣	47,470.88	462,923	1,025.46	67,412.64	526,145	1,281.26
	裙子	45,971.06	339,323	1,354.79	32,268.36	248,604	1,297.98
	裤子	10,752.35	117,391	915.94	12,414.90	152,103	816.22
	外套	46,947.58	194,728	2,410.93	17,218.71	55,890	3,080.82
	饰品及其他	12,545.94	224,818	558.05	14,111.85	241,588	584.13
	小计	163,687.82	1,339,183	1,222.30	143,426.46	1,224,330	1,171.47
MASFER.SU	上衣	16,928.43	328,761	514.92	13,929.05	323,374	430.74
	裙子	10,997.05	172,545	637.34	9,188.21	145,963	629.49
	裤子	4,455.10	101,909	437.16	4,389.40	102,944	426.39
	外套	11,240.71	85,634	1,312.65	8,826.60	48,333	1,826.21
	饰品及其他	1,261.56	74,189	170.05	1,097.13	66,865	164.08
	小计	44,882.85	763,038	588.21	37,430.39	687,479	544.46
AUM	上衣	699.16	10,324	677.22	690.3	12,085	571.20
	裙子	2,056.74	19,939	1,031.52	484.03	8,912	543.12
	裤子	2,141.57	30,501	702.13	164.54	3,131	525.52

品牌	品牌按产品分类	2014 年度			2013 年度		
		金额 (万元)	销量 (件)	平均销售 单价(元)	金额 (万元)	销量 (件)	平均销售 单价(元)
	外套	1,153.62	10,992	1,049.51	239.43	4,266	561.25
	饰品及其他	1,017.40	17,678	575.52	85.19	3,265	260.92
	小计	7,068.49	89,434	790.36	1663.49	31,659	525.44
MARISFROLG	上衣	138.97	1,232	1,128.00	53.79	471	1,142.04
	裤子	26.56	191	1,390.58	8.75	63	1,388.89
	外套	61.65	159	3,877.36	49.28	105	4,693.33
	饰品及其他	11.74	110	1,067.27	5.88	165	356.36
	小计	238.92	1,692	1,412.06	117.7	804	1,463.93
ZhuChongYun	上衣	744.63	3,127	2,381.29	3	20	1,500.00
	裙子	775.07	2,369	3,271.72	2.61	10	2,610.00
	裤子	187.14	1,018	1,838.31	6.06	30	2,020.00
	外套	597.87	1,080	5,535.83	10.95	20	5,475.00
	饰品及其他	144.61	892	1,621.19	1.01	9	1,122.22
	小计	2,449.32	8,486	2,886.31	23.63	89	2,655.06
合计		218,327.40	2,201,833	991.57	182,661.68	1,944,361	939.44

Marisfrog、MASFER.SU 为成熟品牌，其平均销售均价波动在合理范围内。

2014 年 Marisfrog 品牌的上衣销量和平均销售单价均比 2013 年有所降低，故造成 2014 年上衣的销售金额较 2013 年有所下降。2014 年 Marisfrog 品牌的外套销量比 2013 年有所提高，故造成 2014 年外套的销售金额较 2013 年有所增加。

AUM 品牌在 2013 年被收购时，品牌定位尚不清晰，经过一年的整合后，款式设计愈加新颖，主要品类上（尤其外套类）的新品相应于 2014-2015 年开始发力，销量和平均销售单价均有较大提升。

MARISFROLG、ZhuChongYun 和 Krizia 为报告期新开发品牌，随着新品牌销量逐步提升，产品平均销售单价趋于平稳。

服装行业尤其女装行业，作为时尚性较强的产品，其产品迭代更新快，流行元素毫无规律可循，每年流行的面料印花款式不尽相同，每一单季的商品很难重复，是典型的非标产品。因此，不同品类产品的销量受到当年流行趋势、设计款式的畅销程度、气候等多种因素的影响，其售价则受到所用面料档次、产品设计和做工的难易程度等多种因素的影响，从而呈现波动趋势。

### （3）按业务类别分析

报告期各期，公司的主营业务收入按直营模式和加盟模式划分如下表所示：

项目	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
直营模式	91,622.71	88.82%	206,347.25	84.55%	175,329.32	80.31%	146,949.19	80.45%

项目	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
加盟模式	11,535.30	11.18%	37,708.39	15.45%	42,998.08	19.69%	35,712.49	19.55%
总计	<b>103,158.00</b>	<b>100.00%</b>	<b>244,055.64</b>	<b>100.00%</b>	<b>218,327.40</b>	<b>100.00%</b>	<b>182,661.68</b>	<b>100.00%</b>

公司的服装销售收入主要来自于直营模式。报告期各期，直营模式收入占主营业务收入的比例分别为 80.45%、80.31%、84.55%和 88.82%。

与此同时，与公司“直营为主、加盟为辅”的经营方针相适应，公司更多着力于直营业务而继续收缩加盟业务，加盟模式下的收入占主营业务收入的比重也稳中有降。

#### （4）按地区分析

报告期各期，公司来自各地区的主营业务收入如下表所示：

项目	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
华东	23,573.03	22.85%	48,506.23	19.88%	43,279.84	19.82%	43,543.77	23.84%
华北	21,048.40	20.40%	47,215.57	19.35%	43,669.89	20.00%	36,109.34	19.77%
华南	21,484.99	20.83%	54,794.55	22.45%	50,577.73	23.17%	33,985.03	18.61%
西南	12,318.84	11.94%	30,191.94	12.37%	27,457.79	12.58%	22,886.09	12.53%
华中	11,058.32	10.72%	29,143.95	11.94%	24,594.67	11.27%	22,168.53	12.14%
东北	6,058.45	5.87%	17,021.48	6.97%	14,780.89	6.77%	13,236.30	7.25%
西北	5,490.24	5.32%	13,669.37	5.60%	10,830.46	4.96%	8,342.78	4.57%
海外	2,125.74	2.06%	3,512.56	1.44%	3,136.13	1.44%	2,389.83	1.31%
合计	<b>103,158.00</b>	<b>100.00%</b>	<b>244,055.64</b>	<b>100.00%</b>	<b>218,327.40</b>	<b>100.00%</b>	<b>182,661.68</b>	<b>100.00%</b>

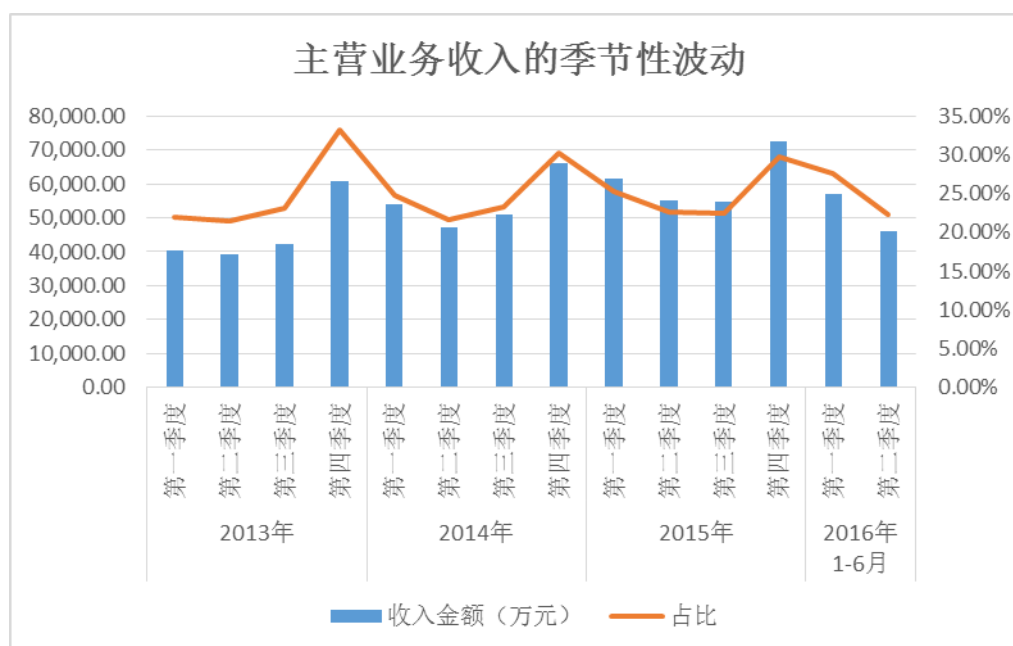
注：华北地区，包括北京、天津、河北、山西和内蒙古；东北地区，包括辽宁、吉林和黑龙江；华东地区，包括山东、江苏、安徽、浙江、福建、上海和江西；华中地区，包括河南、湖北、湖南；华南地区，包括广东、广西和海南；西南地区，包括四川、云南、贵州、西藏和重庆；西北地区，包括宁夏、新疆、青海、陕西和甘肃；海外包括新加坡、韩国和澳门。

报告期内，公司的产品销售区域主要在大陆地区。在各内销区域中，表现相对突出的包括华东、华北和华南三个地区，报告期内，该三个经济较为发达地区的销售收入占比合计均在 60%左右。公司对全国经济发达地区深耕细作的同时，利用规模、品牌和管理等方面的优势及其辐射作用，逐渐加强对其他地区的渗透力度，销售区域结构正日趋均衡。

#### （5）季节性波动分析

报告期内，公司各季度的主营业务收入及占当年（或当期）主营业务收入

的比例如下图所示：



注：2016年1-6月的占比曲线已经年化处理

从上图可以看出，公司的女装销售收入存在一定的季节性特征。季节性波动主要体现在第一季度和第四季度，两个季度的收入占全年收入的比重合计约为50%-60%，主要原因系高端女装的秋冬款的面料较之春夏款单位质地有别，以皮草等厚款为主，成衣的单位成本和销售单价较高；以及元旦、春节等节假日带动消费增长。

### （三）毛利率及其变动分析

报告期各期，公司的毛利率情况如下表所示：

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
主营业务收入	103,158.00	244,055.64	218,327.40	182,661.68
主营业务成本	22,039.94	49,439.86	44,516.02	38,678.45
主营业务毛利率	78.63%	79.74%	79.61%	78.83%
营业收入	104,270.86	247,989.57	220,822.53	184,883.13
营业成本	22,817.58	51,261.58	46,104.06	40,247.02
综合毛利率	78.12%	79.33%	79.12%	78.23%

随着市场地位和管理能力的提高，公司对成本的控制愈加得力，报告期内主营业务和综合毛利率均较为稳定。报告期各期，公司的主营业务毛利率水平分别为78.83%、79.61%、79.74%和78.63%，综合毛利率水平分别为78.23%、79.12%、79.33%和78.12%。



公司主营业务毛利率变化的具体分析如下：

### 1. 公司毛利率的分类对比情况

#### （1）按品牌划分

公司按品牌细分主营业务毛利率情况如下表所示：

项目	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比
Marisfrolg	79.12%	61.94%	80.67%	67.31%	80.27%	74.97%	79.70%	78.52%
MASFER.SU	75.06%	19.95%	75.79%	20.69%	77.43%	20.56%	75.74%	20.49%
AUM	80.07%	12.53%	79.57%	8.20%	75.96%	3.24%	72.96%	0.91%
MARISFROLG	81.40%	0.13%	83.95%	0.09%	81.63%	0.11%	80.35%	0.06%
ZhuChongYun	83.07%	5.43%	85.33%	3.71%	85.95%	1.12%	87.57%	0.01%
Krizia	49.34%	0.03%	55.63%	0.01%	-	-	-	-
合计	<b>78.63%</b>	<b>100.00%</b>	<b>79.74%</b>	<b>100.00%</b>	<b>79.61%</b>	<b>100.00%</b>	<b>78.83%</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，“Marisfrolg”品牌作为公司的成熟品牌，毛利率较为稳定；而“MASFER.SU”品牌自2012年来定位逐渐明确为少淑女装，2014年公司对该品牌的供应商进行了优化，进一步降低了成本，毛利率有所提高。

新品牌“AUM”女装自被公司收购以来，成长速度较快，品牌协同效应和规模效应较为明显，其独树一帜的品牌风格也受到越来越多的消费者喜爱，而且该品牌贯彻公司“直营为主、加盟为辅”的发展策略，着力发展毛利率更高的直营业务，使得报告期各期该品牌的毛利率稳定上升。

新品牌“MARISFROLG”男装销量较少，毛利率稳中有升；新品牌“ZhuChongYun”高端女装2013年销量很少，2014年和2015年销量达到一定规模后毛利率已经相对稳定，两个新品牌2016年1-6月的毛利率分别为81.40%和83.07%。

新收购的品牌“Krizia”高端女装由于正处于品牌磨合期且主要委托意大利当地加工厂进行生产，未实现大批量产，生产成本相应较高，故毛利率低于其他品牌。

#### （2）按经营模式划分

公司按经营模式细分主营业务毛利率情况如下表所示：

项目	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比
直营模式	80.46%	88.82%	81.83%	84.55%	80.90%	80.31%	79.61%	80.45%
加盟	64.14%	11.18%	68.32%	15.45%	74.34%	19.69%	75.61%	19.55%

项目	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比
模式								
合计	<b>78.63%</b>	<b>100.00%</b>	<b>79.74%</b>	<b>100.00%</b>	<b>79.61%</b>	<b>100.00%</b>	<b>78.83%</b>	<b>100.00%</b>

由于直营店直接面对终端消费者，按零售价扣除商场扣点、增值税等费用后的净价确认销售收入，该净价高于公司与加盟商进行结算的价格，因此直营店的毛利率高于加盟店的毛利率。

### （3）按产品类别划分

报告期各期，公司的主营业务毛利率按产品类别分析如下表所示：

项目	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比
上衣	77.84%	26.95%	78.07%	31.50%	78.63%	30.22%	78.38%	44.94%
裙子	80.26%	31.58%	82.75%	28.85%	81.55%	27.39%	81.46%	22.96%
裤子	78.84%	7.70%	80.09%	6.73%	80.80%	8.04%	78.61%	9.30%
外套	80.13%	27.84%	80.34%	25.29%	80.09%	27.48%	78.12%	14.42%
饰品及其他	66.29%	5.93%	72.97%	7.64%	72.87%	6.86%	75.44%	8.38%
合计	<b>78.63%</b>	<b>100.00%</b>	<b>79.74%</b>	<b>100.00%</b>	<b>79.61%</b>	<b>100.00%</b>	<b>78.83%</b>	<b>100.00%</b>

从上表可以看出，除饰品及其他类的毛利率较低外，公司不同产品类别的毛利率差异不大。

（4）按各个渠道下主要品牌不同类产品售价、单位成本（料、工、费的变化）、原材料价格及耗量等定量分析各类产品毛利率报告期内变化的原因

#### ①按主要品牌不同产品各个渠道下的毛利率

报告期内，发行人不同经营模式下，主要品牌的不同产品的毛利率情况如下所示：

#### A. 直营模式

主要品牌	类别	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
Marisfrolg	上衣	80.42%	80.75%	80.33%	79.78%
	裙子	84.91%	85.98%	84.22%	83.55%
	裤子	83.15%	82.60%	87.27%	81.00%
	外套	81.56%	83.55%	81.38%	79.76%
	饰品及其他	66.95%	75.91%	76.24%	78.18%
MASFER.SU	上衣	76.17%	77.39%	77.95%	75.04%
	裙子	77.15%	81.44%	78.73%	78.25%
	裤子	75.00%	78.74%	77.00%	74.57%
	外套	78.66%	77.13%	77.96%	78.00%

主要品牌	类别	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
	饰品及其他	66.25%	59.16%	73.00%	70.35%
AUM	上衣	79.23%	82.28%	75.64%	74.00%
	裙子	83.60%	83.84%	78.32%	76.51%
	裤子	81.00%	83.09%	74.00%	74.00%
	外套	81.47%	81.60%	84.45%	74.00%
	饰品及其他	68.07%	77.77%	75.00%	70.00%

报告期内，发行人主要品牌下不同产品在直营模式下的毛利率总体较为稳定。

#### B. 加盟模式

主要品牌	类别	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
Marisfrolg	上衣	64.75%	68.70%	73.87%	77.46%
	裙子	64.13%	72.56%	75.19%	78.57%
	裤子	73.87%	74.70%	75.98%	78.12%
	外套	62.04%	74.12%	77.58%	73.84%
	饰品及其他	51.01%	56.50%	62.49%	67.76%
MASFER.SU	上衣	60.82%	54.77%	74.00%	68.00%
	裙子	63.88%	56.69%	76.19%	75.83%
	裤子	64.40%	56.06%	74.00%	71.66%
	外套	60.13%	58.31%	74.69%	76.00%
	饰品及其他	44.66%	56.00%	61.00%	68.03%
AUM	上衣	71.66%	63.22%	68.19%	64.91%
	裙子	68.08%	67.00%	70.90%	66.00%
	裤子	65.77%	63.39%	65.35%	65.00%
	外套	70.98%	61.30%	74.00%	66.00%
	饰品及其他	56.39%	56.29%	73.00%	63.00%

2015年和2016年1-6月，发行人主要品牌在加盟模式下的毛利率有所下降，主要原因为：（1）高端女装产品通常可分为畅销走量的基本款和彰显个性定位高端的时尚款两大类，企业需要在二者之间寻求动态平衡，在不影响品牌定位的情况下实现利润最大化。最近两年受经济放缓和消费市场疲软的影响，加盟商出于自身经营需要考虑，所订货产品主要选择平价走量的产品；（2）加盟商的订货量通常是衡量某产品是否畅销的主要标准。对于加盟商订货较多的产品，发行人通常加大生产量和供货量，并在价格上给予一定下调，从而导致加盟模式下的毛利率有所下降。

#### ②单位成本（料、工、费的变化）

公司按经营模式细分主营业务毛利率情况如下表所示：

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
----	-----------	--------	--------	--------

	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比
直营模式	80.46%	88.82%	81.83%	84.55%	80.90%	80.31%	79.61%	80.45%
加盟模式	64.14%	11.18%	68.32%	15.45%	74.34%	19.69%	75.61%	19.55%
合计	78.63%	100.00%	79.74%	100.00%	79.61%	100.00%	78.83%	100.00%

由于直营店直接面对终端消费者，按零售价扣除商场扣点、增值税等税费后的净价确认销售收入，该净价高于公司与加盟商进行结算的价格；而无论直营渠道还是加盟渠道，实现销售的同类型产品的最初入库成本和相应结转的营业成本趋同，因此综合来看，直营店的毛利率高于加盟店的毛利率。

公司的入库总成本、单位成本等情况如下表所示：

项目	2016年1-6月			2015年			2014年			2013年		
	金额(万元)	入库量(件)	单件成本(元/件)	金额(万元)	入库量(件)	单件成本(元/件)	金额(万元)	入库量(件)	单件成本(元/件)	金额(万元)	入库量(件)	单件成本(元/件)
原材料	5,591.80	377,636	148.07	12,403.84	758,869	163.45	8,387.27	517,794	161.98	4,558.51	388,146	117.44
直接人工	2,477.96		65.62	5,430.70		71.56	3,495.77		67.51	2,047.01		52.74
制造费用	721.77		19.11	1,007.41		13.28	1,158.86		22.38	696.37		17.94
自产小计	8,791.54		232.80	18,841.95		248.29	13,041.90		251.87	7,301.88		188.12
委托加工	7,651.09	459,580	166.48	20,892.94	1,207,934	172.96	20,201.56	1,287,928	156.85	19,377.62	1,121,429	172.79
成衣定制	5,859.45	282,612	207.33	22,499.72	904,654	248.71	20,369.31	871,809	233.64	16,390.80	778,540	210.53
合计	22,302.08	1,119,828	199.16	62,234.61	2,871,457	216.74	53,612.77	2,677,531	200.23	43,070.29	2,288,115	188.23

服装是典型的非标产品，公司需要根据每年的流行趋势确定当年各季的设计风格，进而根据产品类别的不同、交货期的长短、供应商的实力、自营工厂的产能负荷情况等多种因素，综合决定当年某类产品的生产模式和生产数量。因此三种模式下公司报告期各期的生产平均成本出现一定波动，属于正常的业务变化。

报告期内，自制生产模式下的成本主要包括材料成本、直接人工及制造费用；成衣定制模式下的成本主要包括为采购成本，对于定制生产商而言，该成本包括了定制生产商的原材料、直接人工、制造费用以及加工利润；委托加工模式下，发行人的生产成本包括材料成本和加工费。总体来说，大部分的生产成本均稳定在 150-250 元/件的区间内，定价具有合理性。

具体将自制生产模式下的入库总成本分为原材料、直接人工和制造费用来看，无论是总成本还是单件成本（分到料、工、费），均较为稳定。

2014 年以来，公司位于惠州的自营工厂尚处于完成搬迁后的磨合期，产能正在逐渐恢复，规模效应也正在逐渐体现，单件成本也在逐渐回落。

### ③原材料价格及耗量

原材料价格对发行人的毛利率的影响机制为，主要通过原材料影响入库总成本，进而影响实现销售时结转的营业成本，最后影响毛利率。

报告期各期，发行人原材料的种类繁多，采购的总体情况如下表所示：

材料大类	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	数量 (万米)	金额 (万元)	数量 (万米)	金额 (万元)	数量 (万米)	金额 (万元)	数量 (万米)	金额 (万元)
面料	160.79	9,546.38	442.54	26,852.80	365.01	18,723.74	307.33	13,688.04
辅料	1,109.81	1,141.71	2,816.07	3,579.73	2,523.54	2,961.24	2,687.39	2,986.68
合计	1,270.59	10,688.09	3,258.61	30,432.53	2,888.54	21,684.98	2,994.73	16,674.72

由于发行人的产品大类“饰品及其他”在销售收入中的总体占比较低，且与发行人采购的面料不存在直接配比关系，故在销售量中扣除“饰品及其他”类的销售量。发行人主要产品（上衣、裤子、裙子和外套）的销售量与面料的采购量报告期内对比情况如下表所示：

单位：万米（采购量）/万件（销售量）

类别	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
面料采购量	160.79	442.54	365.01	307.33
主要产品销售量	83.56	199.84	188.41	163.25
购销比	1.92	2.21	1.94	1.88

如上表所示，发行人的面料采购量和主要产品的销售量较为配比，不存在不合理的异常波动。

## 2. 与部分同行业上市公司毛利率的比较分析

报告期内，公司的综合毛利率和部分同行业公司比较如下：

项目	毛利率			
	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
宝国国际	78.88%	80.43%	80.77%	81.20%
慕诗国际	75.69%	83.23%	80.63%	83.82%
朗姿股份	56.09%	58.99%	60.66%	61.72%
歌力思	69.47%	67.61%	67.51%	69.60%
维格娜丝	69.20%	70.33%	71.05%	68.80%
凯撒股份	20.49%	22.91%	48.50%	56.71%
摩登大道	54.74%	57.80%	62.50%	64.74%
希努尔	23.39%	27.64%	28.88%	37.35%
乔治白	47.77%	48.16%	47.37%	49.67%
平均值	<b>55.08%</b>	<b>57.46%</b>	<b>60.87%</b>	<b>63.73%</b>
本公司	78.12%	79.33%	79.12%	78.23%

注1：在数据可得的前提下，为更具可比性，上表中凯撒股份2013-2014年的数据为其女装产品的毛利率，2015年和2016年1-6月的数据为其服装产品的毛利率。

注2：摩登大道曾用名卡奴迪路，下同。

公司综合毛利率较高，且高于表中样本公司的毛利率平均水平，主要原因为

各服装企业定位的目标市场不同，毛利率也存在差异。宝国国际、慕诗国际等港股上市公司和国内上市公司朗姿股份、歌力思、维格娜丝和高端男装企业摩登大道均定位于高端女装/男装行业，对设计、款式、流行度要求更高，因此产品附加值也普遍较高，产品毛利率也相应高于以职业装定制为主的乔治白，逐渐转变为服装行业与网络游戏研发和运营并行的凯撒股份，加盟模式占比较高的希努尔这三家与发行人可比性相对较弱的上市公司。

此外，宝国国际、慕诗国际毛利率均按国际会计准则编制财务报表，与公司采用的《企业会计准则》不同之处是营业收入中包含了商场扣点，也对其毛利率计算造成影响。而公司在国内高端女装行业享有较高的知名度和领先的市场地位，因此相应也具有更高的品牌溢价。

### 3. 公司毛利率较高的内在原因

#### （1）高端的产品定位和领先的市场地位

对于服装企业而言，品牌定位尤为重要，直接决定了其能否获取较高的品牌溢价。高端品牌女装行业的利润水平远高于传统服装制造行业，主要原因有两个：一是高端女装企业占据了研发设计和销售终端这两个服装行业产业链的制高点，产品具有更高的附加值，且在高端女装行业中具备一定的领先优势，故公司相应具备一定的议价能力；二是公司作为高端女装行业的领先者，其消费客户群体相对较为稳定且消费能力较强。

#### （2）相对较高的产品售价

由于公司作为产品知名度高的高端女装品牌，因此产品附加值也较高；此外，公司产品设计处于时尚前沿，新品上市后两年内均为畅销产品，通常不予打折。相比其他服装企业，公司产品的价位较高，毛利率也较高。

#### （3）相对较低的产品成本

随着业务规模的壮大，公司成本的规模效应日益显现。由于品牌效应，面料供应商和外包加工商争相与公司进行合作。公司对供应商的议价能力增强。具备一定研发能力的面料供应商主动参与公司产品早期研发设计，开发出既能体现设计理念又能满足生产需要的面料，降低生产损耗。同时，通过多年积累，公司的研发设计体系已经基本成型，研发人员的高效率以及优化的研发系统可最大限度的降低生产过程的人工成本及材料耗用，导致公司平均单位成本较低。此外，由于产品具有一定的前瞻性，公司新品在上市两年内作为畅销产品，也一定程度

上降低了公司产品的单位生产成本。

综上，由于公司产品的较高定位，销售价格相对较高，同时由于规模效应等因素，单位产品生产成本较低，导致公司的毛利率维持在较高水平。

#### （四）利润表分析

报告期各期，公司的合并利润表主要数据如下：

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
一、营业收入	104,270.86	247,989.57	220,822.53	184,883.13
减：营业成本	22,817.58	51,261.58	46,104.06	40,247.02
营业税金及附加	1,427.83	3,538.82	3,237.83	2,916.59
销售费用	39,712.52	75,752.25	64,133.19	49,323.95
管理费用	10,009.93	18,325.53	14,679.23	11,267.09
财务费用	2,023.19	296.49	562.40	1,479.95
资产减值损失	2,630.54	3,861.49	2,229.94	4,009.95
加：公允价值变动损益	70.10	197.00	-471.44	-
投资收益	-106.94	-169.48	-67.52	-
二、营业利润	25,612.43	94,980.94	89,336.92	75,638.58
加：营业外收入	366.95	274.62	138.30	156.66
减：营业外支出	14.37	79.67	30.84	46.42
其中：非流动资产处置损失	-	0.44	0.09	12.43
三、利润总额	25,965.02	95,175.88	89,444.37	75,748.83
减：所得税费用	7,292.06	24,657.15	22,452.47	19,580.09
四、净利润	18,672.96	70,518.73	66,991.91	56,168.75

营业收入的具体分析参见本招股书本节“一、盈利能力分析（二）营业收入及其变动分析”。其他利润表主要科目的变动分析如下：

##### 1. 营业成本

报告期各期，公司的营业成本如下表所示：

项目	2016年1-6月		2015年		2014年		2013年
	金额	同比增幅	金额	同比增幅	金额	同比增幅	金额
营业成本（万元）	22,817.58	-5.43%	51,261.58	11.19%	46,104.06	14.55%	40,247.02
其中：主营业务成本（万元）	22,039.94	-5.86%	49,439.86	11.06%	44,516.02	15.09%	38,678.45
销量（件）	1,000,137	-11.09%	2,324,369	5.57%	2,201,833	13.24%	1,944,361
单位成本（元/件）	220.37	5.89%	212.70	5.20%	202.18	1.63%	198.93

注：2016年1-6月的同比增幅的比较对象为2015年1-6月

##### （1）按品牌划分

公司的主营业务成本按品牌划分如下：

项目	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
Marisfrolg	13,343.66	60.54%	31,756.68	64.23%	32,296.56	72.55%	29,122.67	75.29%
MASFER.SU	5,131.40	23.28%	12,227.07	24.73%	10,131.77	22.76%	9,079.94	23.48%
AUM	2,576.99	11.69%	4,087.48	8.27%	1,699.58	3.82%	449.76	1.16%
MARISFROLG	24.11	0.11%	33.56	0.07%	43.89	0.10%	23.13	0.06%
ZhuChongYun	947.47	4.30%	1,329.28	2.69%	344.23	0.77%	2.94	0.01%
Krizia	16.31	0.07%	5.78	0.01%	-	-	-	-
合计	<b>22,039.94</b>	<b>100.00%</b>	<b>49,439.86</b>	<b>100.00%</b>	<b>44,516.02</b>	<b>100.00%</b>	<b>38,678.45</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司主营业务成本的结构总体较为稳定。随着“MASFER.SU”以及其他四个新品牌销量的上升，核心品牌“Marisfrolg”的成本在总成本中的占比稳中有降，与主营业务收入的构成基本保持一致。

## （2）按产品划分

公司的主营业务成本按产品划分如下：

项目	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
上衣	6,159.69	27.95%	16,855.06	34.09%	14,101.17	31.68%	17,746.87	45.88%
裙子	6,431.69	29.18%	12,144.84	24.56%	11,030.40	24.78%	7,775.67	20.10%
裤子	1,679.69	7.62%	3,268.39	6.61%	3,372.29	7.58%	3,633.30	9.39%
外套	5,705.13	25.89%	12,135.16	24.55%	11,947.19	26.84%	5,765.41	14.91%
饰品及其他	2,063.73	9.36%	5,036.42	10.19%	4,064.96	9.13%	3,757.20	9.71%
合计	<b>22,039.94</b>	<b>100.00%</b>	<b>49,439.86</b>	<b>100.00%</b>	<b>44,516.02</b>	<b>100.00%</b>	<b>38,678.45</b>	<b>100.00%</b>

公司的各类产品中，上衣、裙子和外套的主营业务成本占比较高，合计平均达82%左右，与其主营业务收入占比相比基本一致。同时，2014年外套的成本占比有所上升，与其主营业务收入占比基本一致。

## 2. 期间费用

### （1）整体情况

报告期各期，公司的期间费用情况如下表所示：

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
销售费用（万元）	39,712.52	75,752.25	64,133.19	49,323.95
占当期营业收入比例	38.09%	30.55%	29.04%	26.68%
管理费用（万元）	10,009.93	18,325.53	14,679.23	11,267.09
占当期营业收入比例	9.60%	7.39%	6.65%	6.09%
财务费用（万元）	2,023.19	296.49	562.40	1,479.95
占当期营业收入比例	1.94%	0.12%	0.25%	0.80%
期间费用合计（万元）	<b>51,745.64</b>	<b>94,374.26</b>	<b>79,375</b>	<b>62,070.99</b>
占当期营业收入比例	<b>49.63%</b>	<b>38.06%</b>	<b>35.95%</b>	<b>33.57%</b>



与业务规模持续扩大相对应，报告期内公司的期间费用逐年上升，占营业收入的比重总体稳中有升。报告期各期，期间费用占营业收入的比例分别为33.57%、35.95%、38.06%和49.63%。2016年1-6月，期间费用占营业收入的比例上升较快，主要原因是当期公司的营业收入受服装消费市场疲软影响出现下降，而期间费用存在一定刚性，导致期间费用率上升。

## （2）销售费用

### ①整体情况

报告期各期，公司的销售费用主要由薪酬及福利费用、商场费用组成，具体如下表所示：

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
薪酬及福利	19,499.98	35,996.35	29,536.91	24,834.09
卖场费用	11,371.82	19,258.23	18,532.98	10,748.20
卖场装修及日常维护费	3,938.49	9,707.69	7,480.74	6,329.30
办公费	1,455.01	3,173.72	2,587.06	2,586.01
运输费	1,185.34	2,659.02	2,260.40	2,173.40
广告宣传费	1,484.29	2,608.04	2,141.19	1,775.22
促销费	777.60	2,349.21	1,593.92	877.71
合计	<b>39,712.52</b>	<b>75,752.25</b>	<b>64,133.19</b>	<b>49,323.95</b>

报告期各期，公司的销售费用分别为49,323.95万元、64,133.19万元、75,752.25万元和39,712.52万元，占同期营业收入的比例分别为26.68%、29.04%、30.55%和38.09%。公司销售费用增长较快的原因主要为公司直营终端数量增加，业务规模不断扩大，具体包括两个方面的影响：

一是直营门店的销售团队扩大。2014年末、2015年末和2016年6月末，公司销售人员数量分别为4,103人、4,681人和4,825人，较上年同比分别增加18.11%、14.09%和13.10%，相应的薪酬和福利费用增加；同时，随着劳动力成本的不断上升，销售人员个人薪酬福利有所增加。二者综合影响下，2014年、2015年和2016年1-6月，公司销售人员的薪酬福利费用同比分别上涨18.94%、21.87%和14.59%。

二是直营门店所在商场的租金、店铺费用、水电费、网络销售相关运营费用等各种商场费用和商场装修及日常维护费也相应增加。

### ②“卖场费用”、“卖场装修及日常维护费”

报告期内，销售费用中的“卖场费用”、“卖场装修及日常维护费”两个项目具

体构成如下：

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
商场租金	6,387.22	10,697.31	8,398.88	4,259.99
店铺费用	2,358.46	3,797.28	5,101.85	3,433.45
水电费	784.37	1,453.61	1,571.09	1,240.89
网络销售相关运营费用	666.28	1,381.86	1,206.36	667.42
房屋建筑物及设备折旧费	489.24	791.10	575.90	477.15
其他	686.25	1,137.07	1,678.90	669.30
卖场费用合计	11,371.82	19,258.23	18,532.98	10,748.20
装修费	3,663.29	9,045.57	7,101.69	5,894.42
橱窗费	152.20	347.99	287.60	258.86
其他	123.00	314.12	91.45	176.02
卖场装修及日常维护费合计	3,938.49	9,707.69	7,480.74	6,329.30

公司的卖场费用主要以商场租金、店铺费用、水电费等商场相关费用为主，与其不断增加的直营店数量趋势基本相符。其中，2015年店铺费同比2014年有所减少，主要原因系商场为吸引品牌入驻给予商户的补贴相应冲减费用。2014年，网络销售相关运营费用同比增幅较大，主要原因系当年支付给天猫等网络运营商的费用有所增加。公司的卖场装修及日常维护费主要由装修费构成，与其不断扩大的业务规模趋势相符。

### （3）管理费用

#### ①整体情况

报告期各期，公司的管理费用主要明细如下表所示：

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
薪酬及福利	4,900.54	8,886.78	7,110.07	7,025.97
办公费	2,340.94	3,657.62	3,222.87	2,936.40
折旧、无形资产摊销	1,471.23	2,773.62	2,208.56	509.33
租赁管理费	761.64	1,267.01	1,001.65	582.19
其他	535.58	1,740.49	1,136.08	213.21
合计	<b>10,009.93</b>	<b>18,325.53</b>	<b>14,679.23</b>	<b>11,267.09</b>

报告期各期，公司的管理费用分别为 11,267.09 万元、14,679.23 万元、18,325.53 万元和 10,009.93 万元，占同期营业收入的比例分别为 6.09%、6.65%、7.39% 和 9.60%。

2014 年、2015 年和 2016 年 1-6 月，公司的管理费用同比分别增长 30.28%、24.84% 和 15.44%，主要原因有二：一是近年来为强化内部精细化管理，公司不断引入经验丰富的中高级管理人员，同时原有高管的薪酬水平也得到了一定提升，薪酬及福利费用有所增加；二是随着公司的在建工程不断转入固定资产，新

收购的 Krizia 品牌带来的无形资产增加等，固定资产折旧、无形资产摊销相应有所增加。

## ②租赁管理费

报告期内，管理费用科目中“租赁管理费”项目具体构成如下：

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
房屋租赁费	639.52	1,033.63	732.87	477.58
水电费	114.16	166.44	141.97	104.60
装修费	7.96	66.94	126.82	-
租赁管理费合计	761.64	1,267.01	1,001.65	582.19

公司的租赁管理费主要由房屋租赁费、水电费和装修费构成。其中装修费主要为龙华工业园临时办公室装修费。

## （4）财务费用

报告期各期，公司的财务费用主要明细如下表所示：

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
利息支出	1,489.11	2,091.83	2,230.26	1,453.88
减：利息收入	53.59	195.06	140.08	134.87
汇兑损失	287.01	-1,951.66	-1,871.68	77.99
手续费	298.62	347.88	343.79	81.88
其他	2.02	3.49	0.12	1.06
合计	2,023.19	296.49	562.40	1,479.95

2014年财务费用较2013年减少主要原因为受当年欧元兑港币的汇率波动较大影响，外币借款产生较大的汇兑收益；2015年财务费用较2014年减少主要原因是一方面欧元兑港币的汇率波动较大使得外币借款继续产生较大的汇兑收益，另一方面当年借款减少，利息支出相应减少，二者综合作用导致。2016年1-6月财务费用较2015年财务费用增加的原因主要为2016年上半年欧元兑换港币的汇率波动较小，外币借款未如2015年一样产生较大的汇兑损益。

以下结合平均借款余额及利率变化、外币平均借款余额及汇率变化等因素分析财务费用报告期内变化的原因：

### ①平均借款余额及利率变化

报告期内，发行人平均借款余额及利率变化如下表所示：

单位：万元

期间	平均借款余额（人民币）		平均借款余额（欧元）	
	平均余额	加权平均年利率	平均余额	加权平均利率
2016年1-6月	31,203.75	4.12%	1,721.10	1.92%
2015年	31,303.83	5.42%	1,556.64	1.75%

期间	平均借款余额（人民币）		平均借款余额（欧元）	
	平均余额	加权平均年利率	平均余额	加权平均利率
2014年	31,371.89	6.25%	1,509.65	1.80%
2013年	22,605.06	6.43%	-	-

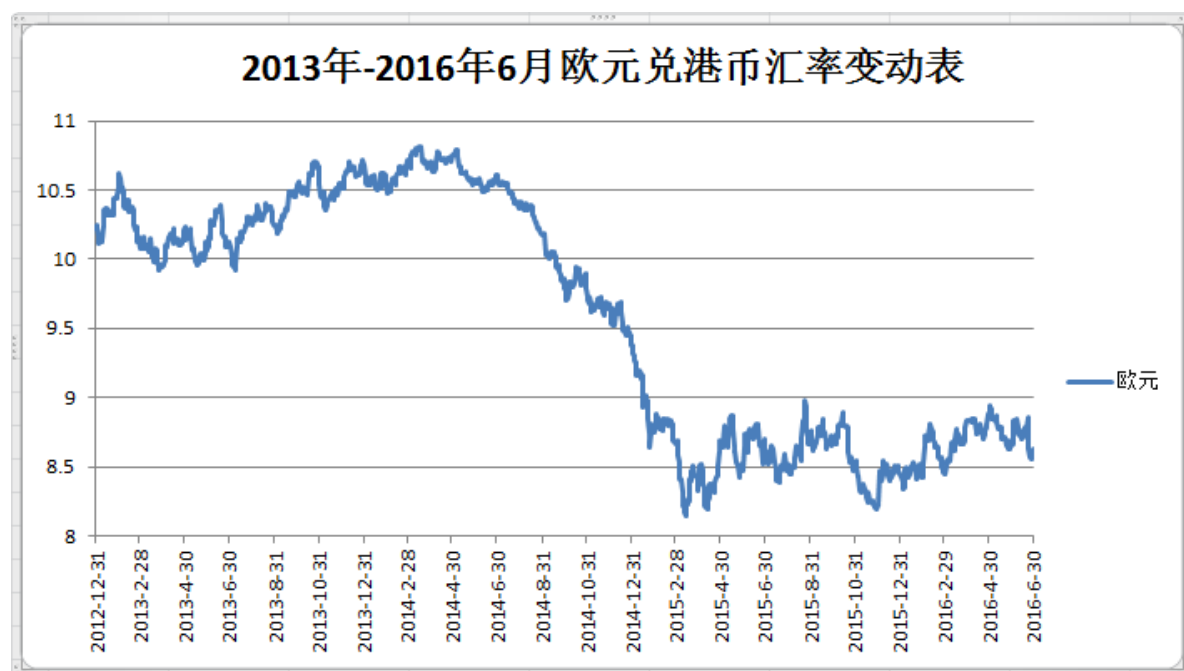
根据上表可知，报告期加权平均借款利率变动不大，利息支出主要随着平均借款余额的变动。2014年公司收购“Krizia”品牌，主要通过境外贷款满足并购资金需求，导致贷款余额增加。2015年和2016年1-6月，针对“Krizia”品牌的营运资金需求，公司相应增加了外币借款，故外币借款的平均借款余额有所增加。

## ②发行人外币平均借款余额及汇率情况分析

公司日常外汇业务主要涉及进口原材料采购及境外子公司的销售业务。

2014年、2015年汇兑损益发生较大变化的原因是，2014年6月公司收购“Krizia”品牌，通过香港子公司向建行亚洲分行借款2,875万欧元；2015年下半年香港子公司向香港上海汇丰银行有限公司借款500万欧元。借款期间，2014年下半年及2015年全年欧元兑换港币汇率下降趋势明显，产生大额港币汇兑收益。而将汇兑收益由港币折算成人民币的过程中，由于2015年人民币贬值，2015年末人民币兑港币汇率较2014年末有小幅下降，因此汇兑收益在折算人民币时有小幅增长。2016年1-6月，香港子公司向香港上海汇丰银行有限公司增加借款150万欧元，但欧元兑换港币汇率的波动较小，故未如2014和2015年一样产生大额的汇兑收益。

报告期内，欧元兑港币汇率的变动情况如下图所示：



数据来源：国家外汇管理局

此外，发行人 2014 年、2015 年以及 2016 年 1-6 月分别新增建行境外对公保函业务手续费 214 万元、174 万元以及 181 万元，导致手续费有所增加。

#### （5）与部分同行业上市公司期间费用率的比较分析

公司的销售费用率、管理费用率和同行业部分上市公司比较如下：

名称	销售费用率				管理费用率			
	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
宝国国际	56.44%	61.82%	56.75%	49.17%	6.47%	7.00%	6.00%	4.87%
慕诗国际	75.44%	65.20%	58.54%	62.61%	21.10%	18.28%	16.18%	17.35%
朗姿股份	39.09%	35.65%	31.97%	28.35%	16.94%	16.64%	15.56%	13.43%
歌力思	36.59%	32.37%	30.91%	28.96%	15.04%	10.61%	9.37%	8.93%
维格娜丝	40.62%	43.22%	40.68%	35.41%	13.60%	11.51%	8.48%	8.34%
凯撒股份	12.87%	17.60%	28.24%	34.63%	20.89%	10.27%	6.44%	6.86%
摩登大道	43.29%	43.04%	44.24%	32.50%	12.02%	12.02%	11.58%	8.51%
希努尔	20.67%	19.61%	24.65%	22.07%	10.21%	7.30%	6.12%	4.66%
乔治白	17.82%	19.27%	19.24%	23.02%	13.09%	12.66%	12.10%	12.23%
平均值	<b>38.09%</b>	<b>37.53%</b>	<b>37.25%</b>	<b>35.19%</b>	<b>14.37%</b>	<b>11.81%</b>	<b>10.20%</b>	<b>9.46%</b>
本公司	38.09%	30.55%	29.04%	26.68%	9.60%	7.39%	6.65%	6.09%

#### ①结合会计核算及销售模式等因素分析销售费用率存在差异的原因

报告期内，公司各年的销售费用率基本低于样本同行业上市公司的平均值。主要原因是同行业上市公司样本在会计核算和销售模式之间有所不同。2016 年上半年，销售费用率上升至同行业上市公司样本平均值的主要原因是由于公司当年的收入受到宏观因素影响有所下降，具体详见本招股书“第十一节 管理层讨论与分析 一、盈利能力分析 （一）经营成果及其变动分析”。

#### A. 结合会计核算分析销售费用率存在差异的原因

在会计核算方面，宝国国际和慕诗国际在香港上市，其销售费用中含物业经营租约或有租金（近似于国内的商场扣点），同时收入按照包含商场扣点的总收入予以确认。而发行人联营模式下商场扣点在确认收入时直接扣除，不影响销售费用核算。因此，前者的销售费用率高于公司。

#### B. 结合销售模式分析销售费用率存在差异的原因

在销售模式方面，以直营模式为主的公司与其他非直营模式为主的样本上市公司同样存在差异。

报告期各期，公司的直营模式下的收入占比平均为 83.53%，直营门店的数量占比平均为 72.88%，较为稳定，同时销售费用率平均为 31.09%。同行业上

市公司样本中，与公司同属高端女装的朗姿股份在直营收入同期占比逐渐升高的情况下，销售费用率也由上市初期的 20% 左右上升到了将近 40%，同属高端女装的歌力思和维格娜丝的销售费用率也和公司较为接近。同以直营模式为主的男装上市公司摩登大道的销售费用率也基本在 30%-45% 左右。

乔治白以职业装定制为主，凯撒股份逐渐转变为服装行业与网络游戏研发和运营并行，希努尔加盟模式占比较高，因此这三家销售费用率相对较低，与发行人的可比性相对较弱。

### ②结合管理费用各个项目分析管理费用率存在差异的原因

报告期各期，公司的管理费用率均低于样本平均值，其主要原因是近年来公司加强内部管理效率，有效控制管理费用，尤其是对管理费用主要构成部分，即管理人员的薪酬及福利进行了精细化管控，因而同等的管理薪酬总支出水平对应的公司的业务规模更大、营业收入更高，从而导致规模效应的影响下，公司的管理费用率较低。

样本公司中从收入规模来看，与公司处于同一数量级的只有宝国国际，二者均拥有 20 亿元左右的年营业收入，因此管理费用率也更为接近。其余样本上市公司的收入级别均基本位于 5-12 亿元的水平，因此单位管理人员的薪酬和福利对应的营业收入较低，管理费用率也相应高于发行人。

### 3. 资产减值损失

报告期各期，公司计提的资产减值损失构成如下表所示：

项目	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
坏账损失	784.80	29.83%	756.37	19.59%	642.25	28.80%	1,130.18	28.18%
其中：应收账款坏账损失	178.47	6.78%	-205.33	-5.32%	120.27	5.39%	640.23	15.97%
其他应收款坏账损失	606.33	23.05%	961.7	24.90%	521.98	23.41%	489.95	12.22%
存货跌价损失	1,543.15	58.66%	1,762.15	45.63%	1,587.70	71.20%	2,879.76	71.82%
商誉减值损失	302.59	11.50%	1,342.97	34.78%	-	-	-	-
<b>资产减值损失合计</b>	<b>2,630.54</b>	<b>100.00%</b>	<b>3,861.49</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,229.94</b>	<b>100.00%</b>	<b>4,009.95</b>	<b>100.00%</b>

公司的资产减值损失主要由坏账损失、存货跌价损失和商誉减值损失构成，其中存货跌价损失占比较大，与公司高端女装的行业特点和直营为主的经营方针相适应。另外公司基于谨慎性原则，于 2015 年末和 2016 年 6 月末分别对尚未

盈利的子公司 Krizia International 计提了 1,342.97 万元和 302.59 万元的减值准备。

#### 4. 营业外收支

单位：万元

项目	2016年 1-6月	占比	2015年	占比	2014年	占比	2013年	占比
营业外收入	366.95	1.41%	274.62	0.29%	138.30	0.15%	156.66	0.21%
营业外支出	14.37	0.06%	79.67	0.08%	30.84	0.03%	46.42	0.06%
利润总额	25,965.02	100.00%	95,175.88	100.00%	89,444.37	100.00%	75,748.83	100.00%

报告期各期，公司的营业外收入和营业外支出占利润总额的比例均较小。

报告期内公司的营业外收入主要来自于商场、快递公司等的赔款收入和政府补助，其中报告期各期的政府补助分别为 104.74 万元、90.71 万元、152.41 万元和 303.38 万元。

营业外支出主要为公司的滞纳金、罚款、对外捐赠及其他等。

2013 年，公司的营业外支出中有 28.23 万元属于土地违约金，具体情况为：2007 年 6 月 15 日，发行人与深圳市国土资源和房产管理局（以下简称“深圳国土局”）签订的《深圳市土地使用权出让合同书》，深圳国土局将地块编号为 A844-0267 号的土地（即目前大浪服装产业园工程所在地）出让给发行人使用，并要求发行人在 2009 年 12 月 15 日之前竣工。由于大浪服装产业园的工程设计和施工均为复杂，难以在上述合同约定时间内竣工。2011 年起，发行人六次与深圳市规划和国土资源委员会相关管理局签订《深圳市土地使用权出让补充合同书》（以下简称“补充合同书”），分别将上述工程竣工日期延长一年左右。其中，2011 年和 2012 年签订的补充合同书中，深圳市规划和国土资源委员会宝安管理局认定非发行人原因导致用地未能按期竣工，同意免收违约金并重新核定竣工期限；2013-2016 年签订的补充合同书中，深圳市规划和国土资源委员会龙华管理局（主管机关变更）均要求公司缴纳土地违约金 28.23 万元，公司每年均相应缴纳了有关款项。

报告期内，深圳市规划和国土资源委员会出具证明，证明未发现报告期内公司有因违反规划土地管理方面的法律、法规等相关规定而被调查或行政处罚的记录。

#### 5. 非经常性损益、投资收益、公允价值变动损益及少数股东损益

报告期内，公司的归属母公司股东的非经常性损益净额、投资收益、公允价值变动损益、少数股东损益占营业利润的比重很小，未对经营成果产生重大影响，如下表所示：

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
归属母公司股东的非经常性损益净额	236.58	176.65	-377.07	-1,197.77
投资收益	-106.94	-169.48	-67.52	-
公允价值变动损益	70.10	197.00	-471.44	-
少数股东损益	616.60	1,185.24	157.04	-5.53
营业利润	25,612.43	94,980.94	89,336.92	75,638.58

注：非经常性损益明细详见本招股书“第十节 财务会计信息 六、非经常性损益”。

## 6. 主要税种纳税情况

报告期内公司实际缴纳各项主要税费的情况如下：

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
增值税	17,033.82	28,369.22	26,709.95	24,608.19
企业所得税	12,817.49	23,710.51	24,573.39	17,695.18
合计	<b>29,851.31</b>	<b>52,079.73</b>	<b>51,283.34</b>	<b>42,303.37</b>

深圳市福田区地方税务局和深圳市南山区地方税务局分别对各自管辖的玛丝菲尔、噢姆和阿卡特出具证明，确认报告期内暂未发现该三家公司税务违法违规记录。

惠州市惠阳区地方税务局分别对艺都、明佳豪、恒龙、龙益出具证明，证明报告期内税收征收管理系统未显示该等公司的税收违法行为。

深圳市福田区国家税务局和深圳市南山区国家税务局分别对各自管辖的玛丝菲尔、噢姆和阿卡特出具证明，确认暂未发现报告期内该三家公司有重大税务违法违规记录。

惠州市惠阳区国家税务局新圩分局分别对艺都、明佳豪、恒龙、龙益出具证明，确认暂未发现该等公司报告期内有重大税务违法违规记录。

瑞华会计师事务所出具了《关于深圳玛丝菲尔时装股份有限公司主要税种纳税情况的专项审核报告》（瑞华核字[2016]48220026号），认为：“玛丝菲尔公司编制的主要税种纳税情况的说明在所有重大方面公允反映了玛丝菲尔公司于报告期内的主要税种纳税情况”。

## （五）公司最近三年利润的主要来源以及可能影响其盈利能力连续性和稳



## 定性的主要因素

### 1. 公司报告期利润的主要来源

公司报告期利润的主要来源为公司服装系列产品的销售收入。

### 2. 影响公司盈利能力的主要因素

#### （1）公司的品牌影响力

公司采用多品牌发展战略，目前下属六个品牌在设计风格、品牌定位和目标客户群等方面形成互补和延伸，抗风险能力增强；同时，公司加强品牌推广，品牌影响力扩大，为未来业务规模的继续扩大奠定了良好的基础。

#### （2）公司的持续设计创新能力

领先的产品设计水平是高端女装品牌核心竞争力之一。公司设计团队能准确把握国际流行趋势，吸引了众多女性高端消费者，积累了大量的忠实顾客，为公司维持较高的盈利能力奠定坚实的基础。

#### （3）公司以直营为主的销售模式

高端女装行业市场竞争较为激烈，公司销售模式的有效性直接影响公司盈利能力的持续性和稳定性。在直营为主前提下，公司稳步扩大并优化门店网络布局，提高运营管理水平，强化产品和服务品质以及人才培养，为公司业务规模的扩大和盈利水平的提高奠定了良好的基础。

#### （4）行业发展的状况

在中国人口基数巨大且稳步增长的情况下，作为“衣食住行”之首的服装无疑形成了一个庞大的潜在消费市场。为支持服装行业及服装自主品牌企业的发展，国家也出台了相应的支持类的法律法规及行业政策。除具备服装行业的共性外，由于女性消费者本身的年龄层次、审美能力、消费水平、消费观念等因素的共同影响，女装行业特别是高端女装行业的发展趋势也愈来愈健康稳健。具体情况请参见本招股书“第六节 业务与技术 二、发行人所处行业的基本情况（一）行业管理体系和（五）影响行业发展的有利和不利因素”。

## 二、财务状况分析

### （一）资产构成分析

报告期各期末，公司的资产结构如下表所示：

项目	2016年6月30日	2015年12月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
----	------------	-------------	-------------	-------------

	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
流动资产	119,079.38	45.23%	127,290.02	47.15%	100,090.14	43.00%	93,159.13	49.25%
非流动资产	144,188.08	54.77%	142,662.85	52.85%	132,664.14	57.00%	96,010.81	50.75%
资产总额	<b>263,267.46</b>	<b>100.00%</b>	<b>269,952.86</b>	<b>100.00%</b>	<b>232,754.28</b>	<b>100.00%</b>	<b>189,169.94</b>	<b>100.00%</b>

随着业务规模扩张，公司资产规模逐年增长。截至 2016 年 6 月 30 日，公司的资产总额为 263,267.46 万元，其中：流动资产 119,079.38 万元，占总资产的比例为 45.23%；非流动性资产 144,188.08 万元，占总资产的比例为 54.77%。

2014 年末和 2015 年末，公司的非流动资产同比均稳步上升。公司非流动资产的构成中主要为固定资产和在建工程，具体固定资产和在建工程等非流动资产的增长变动情况见本招股书本节“一、财务状况分析（一）资产构成分析 2、非流动资产分析”。2014 年 12 月 31 日，公司的非流动资产同比增幅较大，主要原因包括：（1）为配合公司总部搬迁计划，龙华工业园二期加快了施工进度导致公司当年的在建工程有所增加；（2）当年公司完成收购 Krizia International 之后，相应获得被收购方的商标、非专利技术在内的无形资产，并形成长期待摊费用和商誉所致。

流动资产各主要项目的具体分析如下：

### 1. 流动资产分析

报告期各期末公司的流动资产构成及占总资产的比例如下表所示：

项目	2016 年 6 月 30 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
货币资金	15,645.83	5.94%	25,024.94	9.27%	17,919.64	7.70%	21,819.91	11.53%
应收账款	15,129.13	5.75%	14,899.25	5.52%	14,278.39	6.13%	15,306.33	8.09%
预付款项	4,176.62	1.59%	3,066.82	1.14%	3,062.50	1.32%	2,003.29	1.06%
存货	77,673.01	29.50%	78,026.31	28.90%	61,276.28	26.33%	50,363.20	26.62%
其他应收款	5,951.21	2.26%	6,257.07	2.32%	3,553.32	1.53%	3,666.41	1.94%
一年内到期的非流动资产	3.58	0.00%	15.63	0.01%	-	-	-	-
其他流动资产	500.00	0.19%	-	-	-	-	-	-
流动资产合计	<b>119,079.38</b>	<b>45.23%</b>	<b>127,290.02</b>	<b>47.15%</b>	<b>100,090.14</b>	<b>43.00%</b>	<b>93,159.13</b>	<b>49.25%</b>
资产总计	<b>263,267.46</b>	<b>100.00%</b>	<b>269,952.86</b>	<b>100.00%</b>	<b>232,754.28</b>	<b>100.00%</b>	<b>189,169.94</b>	<b>100.00%</b>

注：占比为相应项目占总资产的比例。

公司的流动资产主要由货币资金、应收账款和存货构成。截至 2016 年 6

月 30 日，货币资金、应收账款和存货分别为 15,645.83 万元、15,129.13 万元和 77,673.01 万元，合计占流动资产的比例为 91.07%。

### （1）货币资金

报告期各期末公司的货币资金的具体构成如下：

项目	2016 年 6 月 30 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
库存现金	8.39	0.01%	7.00	0.00%	12.64	0.01%	27.66	0.01%
银行存款	14,918.50	14.31%	23,718.78	9.56%	16,579.28	7.51%	21,382.97	11.57%
其他货币资金	718.94	0.69%	1,299.16	0.52%	1,327.72	0.60%	409.28	0.22%
<b>货币资金合计</b>	<b>15,645.83</b>	<b>15.00%</b>	<b>25,024.94</b>	<b>10.09%</b>	<b>17,919.64</b>	<b>8.11%</b>	<b>21,819.91</b>	<b>11.80%</b>
营业收入	104,270.86	100.00%	247,989.57	100.00%	220,822.53	100.00%	184,883.13	100.00%

注：占比为占营业收入的比例。

报告期各期末公司的货币资金主要由银行存款构成，其他货币资金主要为公司网络销售相关的支付宝等电子支付平台的账户余额。报告期各期末，公司货币资金占营业收入的比例未出现大幅波动。

报告期各期末的货币资金余额主要是公司保持日常经营所需流动资金及保持必要的储备，符合公司的实际经营情况。

### （2）应收账款

报告期内，本公司应收账款的账面价值及占总资产的比例如下表所示：

项目	2016 年 6 月 30 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例
应收账款	15,129.13	5.75%	14,899.25	5.52%	14,278.39	6.13%	15,306.33	8.09%

注：占比为相应项目占总资产的比例。

#### ①应收账款形成的原因

按照行业惯例，从收入确认的角度来划分，服装企业的主要销售模式有三种：联营模式、专卖店模式和加盟店模式。

联营模式下，由于商场代收货款并与公司按期结算后付款，结算与付款的时间差形成应收账款，具体模式为：公司在商场的直营店在将产品交付消费者之前，由消费者向商场支付相应货款，即由商场统一向消费者代收款项；公司与商场定期核对代销清单并达成一致后，向商场开具增值税发票同时确认收入；商

商场按合同约定扣留相应费用后，在约定的期限内将货款打给公司。根据公司与商场签定的联营合同，商场一般在公司开具发票后 10-30 天内向公司支付货款，月末商场尚未支付的货款形成公司对商场的应收账款。

专卖店模式下，公司将商品直接卖给最终消费者。大部分专卖店凭借公司提供的 pos 机自行收取货款，该情况下一般不存在应收账款；少数专卖店应所在商场要求，使用商场提供的 pos 机，由商场代收货款，商场一般次月将货款支付给公司，该情况下有应收账款产生。

加盟店模式下，公司通常在加盟商订货时预收部分货款，并在实际销售给加盟商货品时收取全部余款，所以加盟商模式一般也不存在应收账款。

因此，公司对联营商场的销售规模和付款周期决定了公司各期末的应收账款规模。

## ②应收账款余额变动分析

报告期各期末，公司应收账款余额变动情况如下：

单位：万元

项目（万元）	2016年6月30日/2016年1-6月	2015年12月31日/2015年	2014年12月31日/2014年	2013年12月31日/2013年
应收账款余额	17,184.31	16,775.21	16,359.96	17,266.77
直营模式营业收入	91,622.71	206,347.25	175,329.32	146,949.19
应收账款余额占直营模式收入比例	9.38%	8.13%	9.33%	11.75%

注：2016年应收账款余额占直营模式收入比例的数据已经年化

公司报告期内业务规模扩大的同时，良好的销售业绩和领先的行业地位提升了公司与商场的合作过程中的主动权和议价能力，因此公司直营门店数量不断增长的同时，有效的限制了应收账款的增长幅度。为了与优质商户形成长期稳定的合作关系，商场一般情况下能够与公司及时结算并支付货款。报告期各期末，公司应收账款余额占直营模式下收入的比例分别为 11.75%、9.33%、8.13%和 9.38%（年化后），主要原因是公司以直营模式为主，随着报告期内业务规模及直营销售占比逐渐提高，对应各期末已结算尚未收款额相应变化。

报告期各期末，公司在销售规模扩大的同时进一步规范联营合同管理并加强货款回收，管控效果的维持使得应收账款得到稳中有降。

公司的商场客户主要为大型知名商场集团，与公司有多年的良好合作经历，客户信誉好，资金实力较强，应收账款的回收保障系数较高。

## ③应收账款账龄及坏账准备情况

公司的非关联方组合的应收账款按账龄列示如下：

单位：万元

账龄	2016年6月30日			2015年12月31日		
	余额	占比	坏账准备	余额	占比	坏账准备
1年内	16,185.13	94.80%	1,618.51	15,927.05	95.95%	1,592.71
1-2年	557.24	3.26%	167.17	399.48	2.41%	119.84
2-3年	154.42	0.90%	92.65	272.37	1.64%	163.42
3年以上	176.84	1.04%	176.84	-	-	-
合计	<b>17,073.63</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,055.18</b>	<b>16,598.89</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,875.97</b>
账龄	2014年12月31日			2013年12月31日		
	余额	占比	坏账准备	余额	占比	坏账准备
1年内	14,643.09	89.89%	1,464.31	15,526.92	91.95%	1,552.69
1-2年	1,236.19	7.59%	370.86	1,359.18	8.05%	407.75
2-3年	410.68	2.52%	246.41	-	-	-
合计	<b>16,289.96</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,081.57</b>	<b>16,886.09</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,960.44</b>

公司应收账款的综合账龄较低，应收账款回收能力较强，质量较好。报告期末应收账款的账龄大部分都在1年以内，截至2016年6月30日，公司1年内的应收账款占比为94.80%，公司应收账款主要对应各大知名商场，与公司有多年合作经历，其资信状况良好，款项收回风险相对较小。2016年6月30日，公司的应收账款结构未发生较大变化，保持了较低的应收账款回收风险，体现了较强的应收账款回收能力。

④按照直营和加盟分类补充披露一年以上应收账款的金额以及具体产生原因

单位：万元

账龄	类别	2016年6月30日			2015年12月31日		
		余额	占比	坏账准备	余额	占比	坏账准备
1-2年	直营	456.25	2.67%	136.88	399.48	2.41%	119.84
	加盟	100.99	0.59%	30.30	-	-	-
	小计	557.24	3.26%	167.17	399.48	2.41%	119.84
2-3年	直营	154.42	0.90%	92.65	272.37	1.64%	163.42
	加盟	-	-	-	-	-	-
	小计	154.42	0.90%	92.65	272.37	1.64%	163.42
3年以上	直营	176.84	1.04%	176.84	-	-	-
	加盟	-	-	-	-	-	-
	小计	176.84	1.04%	176.84	-	-	-
合计		<b>888.50</b>	<b>5.20%</b>	<b>436.66</b>	<b>671.85</b>	<b>4.05%</b>	<b>283.26</b>
账龄	类别	2014年12月31日			2013年12月31日		

		余额	占比	坏账准备	余额	占比	坏账准备
1-2年	直营	1,236.19	7.59%	370.86	1,359.18	8.05%	407.75
	加盟	-	-	-	-	-	-
	小计	1,236.19	7.59%	370.86	1,359.18	8.05%	407.75
2-3年	直营	410.68	2.52%	246.41	-	-	-
	加盟	-	-	-	-	-	-
	小计	410.68	2.52%	246.41	-	-	-
合计		<b>1,646.87</b>	<b>10.11%</b>	<b>617.27</b>	<b>1,359.18</b>	<b>8.05%</b>	<b>407.75</b>

上表中直营模式下产生的一年以上的应收账款，主要系联营模式下产生。因行业特点，联营商场处于较强势地位，一般情况下大部分商场能够与发行人及时结算并支付货款，但仍存在少数商场推迟货款支付的情况。在报告期内发行人销售规模持续增长，良好的销售业绩和领先的行业地位提升了发行人对商场的议价能力及主动权，加之发行人逐步规范联营合同管理及加强货款的催收、管控，使得账龄较长的应收账款有所下降。截至2016年11月30日，2016年6月30日的1年以上的应收账款收回或清账比例为51.58%。

加盟模式下，仅有一笔一年以上的应收账款，系加盟商吴慕农因资金周转问题，无法按照加盟合同的约定预付货款，发行人考虑双方长期合作关系及结合以前年度的销售情况对其进行了发货处理，该笔应收账款已于2016年8月10日结清。

#### ⑤应收账款减值准备计提是否充分

##### A. 发行人应收账款坏账准备计提方法

发行人应收账款坏账准备的具体计提方法详见本招股书“第十节 财务会计信息 四、主要会计政策和会计估计（三）应收款项 2. 坏账准备的计提方法”。

##### B. 同行业上市公司应收账款计提方法说明

发行人同行业上市公司应收账款均按照会计准则对单项金额重大、信用风险组合及单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款进行分类，其主要不同点在于，对信用风险组合—账龄组合按比例计提坏账准备时选用的比例不同，如下：

账龄	计提比例			
	发行人	维格娜丝	歌力思	朗姿股份
1年以内（含1年）	10%	5%	5%	5%
1-2年	30%	10%	20%	10%
2-3年	60%	50%	50%	30%

账龄	计提比例			
	发行人	维格娜丝	歌力思	朗姿股份
3-5年	100%	80%	100%	100%
5年以上		100%		

如上表所示，发行人在相同账龄中选用的坏账计提比例基本上大于可比同行业公司。

综上所述，发行人一年以上应收账款主要由直营模式产生，整体上占比较小且呈降低趋势。截至2016年11月30日，2016年6月30日的1年以上的应收账款已经清理过半。结合同行业上市公司坏账准备计提政策对比结果，发行人的应收账款坏账准备计提政策更为谨慎，计提坏账准备较为充分。

#### ⑥应收账款金额前五名单位

报告期各期末公司的应收账款前五名单位如下表所示：

2016年6月30日	关系	金额（万元）	占应收账款余额的比例
唯品会（中国）有限公司	非关联方	2,799.29	16.29%
山西华宇商业发展股份有限公司	非关联方	945.50	5.50%
北京王府井百货（集团）股份有限公司	非关联方	771.62	4.49%
郑州丹尼斯百货有限公司	非关联方	575.42	3.35%
大商集团股份有限公司	非关联方	386.53	2.25%
<b>合计</b>		<b>5,478.36</b>	<b>31.88%</b>
2015年12月31日	关系	金额（万元）	占应收账款余额的比例
唯品会（中国）有限公司	非关联方	885.16	5.28%
郑州丹尼斯百货有限公司	非关联方	770.00	4.59%
江苏华地国际控股集团有限公司	非关联方	550.69	3.28%
山西华宇商业发展股份有限公司	非关联方	440.13	2.62%
天虹商场股份有限公司	非关联方	423.55	2.52%
<b>合计</b>		<b>3,069.53</b>	<b>18.30%</b>
2014年12月31日	关系	金额（万元）	占应收账款余额的比例
郑州丹尼斯百货有限公司	非关联方	871.48	5.33%
深圳海雅（集团）有限公司	非关联方	720.72	4.41%
卓展集团控股有限公司	非关联方	668.17	4.08%
深圳茂业（集团）股份有限公司	非关联方	556.13	3.40%
北京庄胜崇光百货商场	非关联方	536.19	3.28%
<b>合计</b>		<b>3,352.70</b>	<b>20.49%</b>
2013年12月31日	关系	金额（万元）	占应收账款余额的比例
郑州丹尼斯百货有限公司	非关联方	1,394.87	8.08%
贵阳国贸广场商贸有限公司	非关联方	1,069.42	6.20%
深圳海雅（集团）有限公司	非关联方	747.38	4.33%
重庆商社（集团）有限公司	非关联方	718.15	4.16%
深圳茂业（集团）股份有限公司	非关联方	667.73	3.87%
<b>合计</b>		<b>4,597.55</b>	<b>26.63%</b>

报告期各期末，公司应收账款前五大客户的合计欠款金额占应收账款余额

的比例分别为 26.63%、20.49%、18.30%，呈现下降趋势。2016 年 6 月末，公司应收账款前五大客户的合计欠款金额占应收账款余额的比例为 31.88%，主要原因是唯品会（中国）有限公司当期未及时与公司进行结算导致应收账款累积所致。总体上，公司大部分应收账款的账龄在 1 年以内，均来自于具有良好合作关系的商场集团旗下的商场，应收账款回收风险较低。

截至 2016 年 6 月 30 日，公司的应收账款余额不存在持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东的款项。

### （3）存货

报告期各期末，本公司存货各项目账面余额及其占比如下表所示：

项目	2016 年 6 月 30 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
原材料	7,885.13	8.75%	8,081.30	9.09%	5,965.32	8.47%	5,597.57	9.66%
库存商品	78,002.20	86.54%	75,117.05	84.45%	59,095.80	83.90%	48,040.98	82.93%
发出商品	2,207.49	2.45%	3,159.73	3.55%	3,645.74	5.18%	3,049.63	5.26%
在产品	2,039.66	2.26%	2,586.54	2.91%	1,725.57	2.45%	1,243.48	2.15%
账面余额合计	<b>90,134.48</b>	<b>100.00%</b>	<b>88,944.62</b>	<b>100.00%</b>	<b>70,432.43</b>	<b>100.00%</b>	<b>57,931.66</b>	<b>100.00%</b>
减：存货跌价准备	12,461.46	13.83%	10,918.31	12.28%	9,156.16	13.00%	7,568.46	13.06%
账面价值合计	<b>77,673.01</b>	<b>86.17%</b>	<b>78,026.31</b>	<b>87.72%</b>	<b>61,276.28</b>	<b>87.00%</b>	<b>50,363.20</b>	<b>86.94%</b>
存货占流动资产比重		<b>65.23%</b>		<b>61.30%</b>		<b>61.22%</b>		<b>54.06%</b>

注：占比为占存货账面余额之比例。

报告期各期末，公司存货余额分别为 57,931.66 万元、70,432.43 万元、88,944.62 万元和 90,134.48 万元。报告期内，存货占流动资产的比例均在 50% 以上，主要原因是公司属于服装类生产销售企业，每一季度销售的服装均需提前备货，尤其是第四季度需要为元旦、春节等假期备货，同时冬季羽绒、皮草类等高价值的存货较多，服装行业的季节性决定了公司期末库存余额大，占比高的特点。未来公司将持续提高供应链管理水平和严格控制安全库存，加快库存周转。具体分析如下：

#### ① 存货构成分析

公司的存货包括原材料、在产品、发出商品和库存商品。其中原材料主要为生产服装所需的面辅料、门店道具物资等；在产品主要包括委托加工模式下发送至委托加工商处的原材料（不含加工费）以及自产模式下的在产品；发出商品主要包括直营门店所在商场与消费者结算完毕后，尚未和公司对接结算的已售货



物以及公司销售给加盟商及网络销售的预计退货；库存商品包括自产模式下已完工入库的服装、委托加工模式和定制生产模式下收回的服装、直营店与仓储物流中心之间调动的货物，以及商场直营店内的服装备货等。

## ② 库存商品余额较大原因

报告期各期末，公司的存货主要由库存商品构成，占存货账面余额的比例分别为 82.93%、83.90%、84.45%和 86.54%，与公司的所处行业特点和实际经营情况相适应，具体分析如下：

### A. 以直营为主的销售模式

发行人的终端店铺可分为直营店和加盟店，其对存货的影响有所不同：1）直营模式下，公司根据店面规模来配置足够款式、尺码的服装，从物流仓库发往直营店铺。该部分服装销售给终端消费者之前，始终作为公司库存商品处理，因此公司直营店的备货是导致公司期末库存商品较大的主要原因。报告期各期末，公司拥有直营店 460 家、550 家、645 家和 683 家，直营店数量及占门店总数的比重均逐年提升。直营店铺的备货需求直接导致公司库存商品的期末金额较大且逐年增加；2）加盟模式下，公司在将产品交付加盟商后确认销售，不再作为公司存货。因此加盟模式对公司年底库存商品的影响不大。

以下结合公司开店数量、开店面积、单店销售、单店成本、单店库存周转率等情况对存货余额进行分析。

#### a、结合开店数量、开店面积分析

结合开店数量、开店面积，报告期内公司直营店数量和库存商品的关系分析如下表所示：

项目	2016年6月30日		2015年12月31日		2014年12月31日		2013年12月31日
	数值	同比增幅	数值	同比增幅	数值	同比增幅	数值
存货余额（万元）	90,134.48	24.02%	88,944.62	26.28%	70,432.43	21.58%	57,931.66
库存商品余额（万元）	78,002.20	29.19%	75,117.05	27.11%	59,095.80	23.01%	48,040.98
期末直营店数量	683	17.56%	645	17.27%	550	19.57%	460
期末直营店平均单店对应的库存商品（万元）	114.21	9.90%	116.46	8.39%	107.45	2.88%	104.44
期末直营门店总面积（m <sup>2</sup> ）	118,093.02	29.12%	115,774.93	35.85%	85,224.12	24.74%	68,320.64
期末直营店平均单平方米对应的库存商品（万元）	0.66	-0.03%	0.65	-6.43%	0.69	-1.39%	0.70
<b>项目</b>	<b>2016年1-6月</b>		<b>2015年</b>		<b>2014年</b>		<b>2013年</b>
当年直营店开店数量	64		139		125		103
当年库存商品增加（万元）	2,885.15		16,021.25		11,054.82		5,404.72
当年直营店开店平均单店的库存商品增加（万元）	45.08		115.26		88.44		52.47

从平均单店的库存商品来看，报告期各期末分别为 104.44 万元、107.45 万元、116.46 万元和 114.21 万元，略有上升，主要原因是公司旗下品牌的直营店不断增加，业务规模不断扩大导致直营终端的备货量相应增加。但从平均单平方米对应的库存商品来看，报告期各期末分别为 0.70 万元、0.69 万元、0.65 万元和 0.66 万元，稳中有降，说明公司的存货管理水平有所提升。

报告期各期当年直营店开店（未考虑关店因素）平均单店的库存商品增加分别为 52.47 万元、88.44 万元、115.26 万元和 45.08 万元。其中 2014 年末和 2015 年末库存商品同比分别增加 11,054.82 万元和 16,021.25 万元，增幅较大的主要原因是公司旗下品牌的直营店不断增加，业务规模不断扩大导致直营终端的备货量相应增加。

总体来说，报告期内公司坚持贯彻直营为主的方针，不断开设新的直营门店，深耕营销网络并扩大品牌影响力的同时，门店对应的存货也相应增加。

#### b、结合单店成本、单店销售、单店库存周转率分析

项目	2016 年 1-6 月		2015 年		2014 年		2013 年
	数值	同比增幅	数值	同比增幅	数值	同比增幅	数值
直营销售成本（万元）	17,903.54	-5.91%	37,495.20	11.98%	33,484.84	11.73%	29,968.62
平均单店销售成本（万元）	26.96	-19.86%	62.75	-5.36%	66.31	-9.29%	73.09
平均单店的库存商品周转率（按成本）	0.23	-26.57%	0.56	-10.44%	0.63	-4.59%	0.66

注：平均单店的库存商品周转率（按成本）=平均单店销售成本\*2/（期末的平均单店库存商品+期初的平均单店库存商品）

2013-2015 年，结合平均单店的销售成本分析对应的平均单店的库存商品周转率时，缓慢下降，主要原因是公司以直营为主的经营模式和直营店备货需求导致其库存商品余额较大，平均单店的销售成本增速相应慢于平均单店库存商品增速所致。

2016 年上半年，受纺织服装行业整体不景气、消费市场疲软等宏观因素之影响（详见本招股书“第十一节 管理层讨论与分析 一、盈利能力分析（一）经营成果及其变动分析”），公司的直营收入同比出现一定程度下降，导致平均单店的销售收入、销售成本及其分别对应的平均单店库存商品周转率有所下降。

总体来说，尽管报告期内发行人存货余额的绝对值水平相对较高，但存货周转总体上较为顺畅。

#### B. 公司日常经营以及节假日提前备货需求

公司在日常运营中，需要在考虑直营店的营业面积、过往销售业绩、商场地位等因素，以及加盟商的过往销售业绩、订单量等因素的基础上，维持较多的原材料、库存商品等的保有量，以便合理安排生产、物流等生产运营环节，从而为直营终端的消费需求和加盟商的大额订单提供充分支持。此外，每年年底正值元旦、春节等法定节假日所在的销售旺季，且秋、冬季服饰的成本普遍高于春、夏季产品，公司各直营店须增加备货量以满足及时供货的需要，故年末库存余额较平时也有所增加。

### C. 公司的销售政策

由于公司在行业内具有较高的品牌知名度，议价能力较强。与自身良好的品牌形象相适应，公司制定的销售政策为：新品上市两年之内，严格按照公司制定的全国统一零售价格正价销售，VIP 客户可享受一定折扣优惠。相对与其他服装企业，公司打折的总体力度相对较小。公司特有的销售政策在一定程度上形成了公司的存货周转速度相对较慢，存货余额较大的特点。

### D. 公司的生产模式

公司的生产模式分为自制生产、委托加工及成衣定制方式。委托加工的生产方式需要公司向外部厂商提供自行采购的面辅料，因此委托加工模式较自产等模式需要提前备料，提前订制并储备足够用于销售的库存，存货储备的增多也造成存货周转率较低。

### ③存货与主营业务收入的匹配性

报告期各期末公司的存货余额稳步增长，总体变动情况如下表所示：

项目	2016年6月30日 / 2016年1-6月		2015年12月31日 / 2015年		2014年12月31日 / 2014年		2013年12月31日 / 2013年	
	金额 (万元)	同比 增幅	金额 (万元)	同比 增幅	金额 (万元)	同比 增幅	金额 (万元)	同比 增幅
存货余额	90,134.48	24.02%	88,944.62	26.28%	70,432.43	21.58%	57,931.66	13.21%
库存商品余额	78,002.20	28.64%	75,117.05	27.11%	59,095.80	23.01%	48,040.98	12.68%
主营业务收入	103,158.00	-11.67%	244,055.64	11.78%	218,327.40	19.53%	182,661.68	18.21%
存货占主营业务收入比重	44%		36%		32%		32%	

注：2016年1-6月/2016年6月30日数据中，同比增幅的比较对象为2015年1-6月/2015年6月30日数据，存货占主营业务收入比重也已经年化以便比较。

2014年末、2015年末，公司的库存商品余额分别为59,095.80万元、75,117.05万元，分别比上年同期增长23.01%和27.11%。报告期各期末存货占

当期主营业务收入的比重分别为 32%、32%、36%和 44%，总体上未出现大幅波动。2016 年上半年，在服装行业景气度明显下降的背景下（详见本招股书“第十一节 管理层讨论与分析 一、盈利能力分析（一）经营成果及其变动分析”），公司的主营业务收入有所下降，存货占当期主营业务收入的比重有所上升。

报告期内公司存货增加的主要原因一是公司销售规模扩张，加之报告期各年末临近元旦、春节等节假日，公司相应提高了各直营店的备货量；二是公司的营销网络持续扩大，2014 年末、2015 年末和 2016 年 6 月末，公司直营店分别比上年末增长 20%、17%和 6%，直营终端的数量增加也带动了新的库存需求。

#### ④库存商品库龄分析

报告期各期末，公司账龄在两年以内的库存商品占比在 70%以上。

项目	2016 年 6 月 30 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
八季之内	59,808.24	76.68%	57,578.06	76.65%	47,282.27	80.01%	35,454.08	73.80%
九至十季	4,387.38	5.62%	6,242.71	8.31%	1,784.27	3.02%	5,153.65	10.73%
十一季至十二季	5,631.43	7.22%	4,817.05	6.41%	2,591.22	4.38%	2,973.64	6.19%
十二季以上	8,175.15	10.48%	6,479.23	8.63%	7,438.05	12.59%	4,459.61	9.28%
合计	<b>78,002.20</b>	<b>100.00%</b>	<b>75,117.05</b>	<b>100.00%</b>	<b>59,095.80</b>	<b>100.00%</b>	<b>48,040.98</b>	<b>100.00%</b>

其中，八季以内存货的金额分布按四季之内和五至八季划分如下：

项目	2016 年 6 月 30 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
一至四季	38,675.95	49.58%	38,696.34	51.51%	30,484.76	51.59%	24,025.61	50.01%
五至八季	21,132.29	27.09%	18,881.72	25.14%	16,797.51	28.42%	11,428.47	23.79%
八季之内合计	<b>59,808.24</b>	<b>76.68%</b>	<b>57,578.06</b>	<b>76.65%</b>	<b>47,282.27</b>	<b>80.01%</b>	<b>35,454.08</b>	<b>73.80%</b>

由于公司的品牌定位和单位售价相对较高，加之新品上市两年之内严格按照公司的销售政策执行，所以公司的存货周转速度相对较慢。随着公司的快速发展，报告期内滚存的过季商品增长相对较快。对于九季以上的库存商品，公司主要的折扣销售方式包括以下几种：A. 长期特卖：公司主要通过旗下的奥特莱斯店进行；B. 临时特卖：公司的直营店参与所在商场的商品促销活动；C. 网销：公司通过知名电子商务平台销售，如天猫、唯品会等；D. 内销：主要以两折以下的折扣将库龄较长的库存商品在公司内部卖给员工；E. 集中处理：公司将库龄较长的库存商品以废品处理，按价格优先的原则卖给前来询价的个人。

上述政策虽然形成了公司库存商品中一定比例的过季商品，但避免了大规模折价销售给新品销售带来的冲击，较好的维护了公司的高端女装定位以及快速发展阶段的品牌建设需要。

#### ⑤存货跌价准备

报告期各期末，公司的各季商品相应的存货跌价准备情况如下表所示：

单位：万元

项目	2016年6月30日		2015年12月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	跌价准备	占比	跌价准备	占比	跌价准备	占比	跌价准备	占比
九至十季	1,316.21	10.56%	1,872.81	17.15%	535.28	5.85%	1,546.09	20.43%
十一季至十二季	3,378.86	27.11%	2,890.23	26.47%	1,554.73	16.98%	1,784.18	23.57%
十二季以上	7,766.39	62.32%	6,155.27	56.38%	7,066.15	77.17%	4,238.18	56.00%
合计	<b>12,461.46</b>	<b>100.00%</b>	<b>10,918.31</b>	<b>100.00%</b>	<b>9,156.16</b>	<b>100.00%</b>	<b>7,568.46</b>	<b>100.00%</b>

2014年末、2015年末和2016年6月末，公司的存货跌价准备比上年末分别增加1,587.70万元、1,762.15万元和1,543.15万元，增幅较小，说明公司的存货管理能力正在逐步提高。

#### A. 库龄两年以内的存货不计提跌价准备的依据

公司于资产负债表日对存货进行全面清查，按存货成本与可变现净值孰低的原则提取或冲减存货跌价准备。若以前年度减记存货价值的影响因素已经消失，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

公司作为高端女装行业领先者，其产品引领时尚潮流，在上市后两年内较少出现过时的情况。同时，公司的产品定位高端，采取打折力度较小的销售政策以维护产品的高端形象，随着销售规模的增长，过季商品总量增长较快，但金额相对较小，占比相对稳定。

公司多年以来执行新品上市两年内不打折的销售政策，即主要产品零售价格由公司统一制定，新品上市两年之内，严格按照公司制定的全国统一零售价格正价销售，VIP客户根据会员卡类型不同可以享受不同优惠力度的折扣。对于两年（八季）以内的新品，由于新品上市后两年内不会降价且公司产品的毛利率较高约为80%，即使按3折销售依然可以收回成本，因此预计不会出现减值迹象，无需计提跌价准备。

#### B. 两年以上的存货按不同库龄计提存货跌价准备的计提比例的依据

对于两年（八季）以上的产品，一般通过特卖场销售，价格范围通常在 3-6 折之间，并按照库龄长短分不同比例计提跌价准备。报告期内，发行人十二季以上存货按照 95% 的比例计提减值准备。发行人的存货跌价准备计提政策遵守了一贯性原则，在报告期内保持一致。

发行人对于过季产品采用折让价进行销售，并按照成本与可变现净值孰低的原则计提减值准备，具体计提比例如下：

库龄	计提比例
九至十季	30%
十一至十二季	60%
十二季以上	95%

以上计提比例系发行人根据产品过往的销售状况及可变现净值进行确定。

#### （4）预付款项

公司报告期各期末的预付款项账面价值及占总资产的比例如下表所示：

项目	2016年6月30日		2015年12月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例
预付款项	4,176.62	1.59%	3,066.82	1.14%	3,062.50	1.32%	2,003.29	1.06%

注：占比为相应项目占总资产的比例。

公司的预付款项主要包括预付给面辅料供应商和成衣供应商的部分采购款、预付给委托加工商的加工费、预付给中介机构的款项等。

报告期各期末，公司的预付款项余额分别为 2,003.29 万元、3,062.50 万元、3,066.82 万元和 4,176.62 万元，占资产的比例分别为 1.06%、1.32%、1.14% 和 1.59%，占比相对较小。2014 年末预付账款余额同比上升了 52.87%，主要原因是预付的采购款、IPO 相关费用以及装修工程费用有所增加。2016 年 6 月末预付账款余额比上年末增加 36.19%，主要原因是针对下半年价值较高的秋冬季商品备货需求，公司预付给供应商的款项有所增加。

截至 2016 年 6 月 30 日，公司的预付款项无持有公司 5% 以上（含 5%）表决权股份的股东单位欠款。

#### （5）其他应收款

报告期内，本公司其他应收款账面价值、占总资产的比例及其变动情况如下表所示：

项目	2016年6月30日		2015年12月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例
其他应收款	5,951.21	2.26%	6,257.07	2.32%	3,553.32	1.53%	3,666.41	1.94%

注：占比为相应项目占总资产的比例。

报告期各期末，公司的其他应收款账面价值分别为 3,666.41 万元、3,553.32 万元、6,257.07 万元和 5,951.21 万元，占总资产的比例分别为 1.94%、1.53%、2.32%和 2.26%。

公司的其他应收款除应收关联方的往来款外，主要为预先支付给商场的店铺押金或保证金、预付专卖店租金和管理费、商标授权使用费等日常经营性资金往来，无法回收的风险较小。

2015 年末，公司其他应收款同比增幅 76.09%，增幅较大的原因有二：（1）当年直营门店增多导致押金及保证金相应增加；（2）Krizia 的商标授权使用费同比增加 1,204.15 万元。

截至 2016 年 6 月 30 日，公司的其他应收款余额不存在持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东的款项。

#### （6）其他流动资产

2016 年 6 月末，公司的其他流动资产余额新增 500 万元，主要原因系噢姆当期用暂时闲置的流动资金购买了宁波银行发行的“智能活期理财 2 号”保本浮动收益理财产品，资产组合预期年收益率在 2.8%-3.0%。

## 2. 非流动资产分析

报告期各期末，公司的非流动资产简要情况如下表所示：

项目	2016年6月30日		2015年12月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
固定资产	53,189.75	20.20%	48,764.98	18.06%	36,713.69	15.77%	33,568.19	17.74%
在建工程	56,346.72	21.40%	58,760.33	21.77%	60,214.90	25.87%	52,309.96	27.65%
固定资产清理	1.90	0.00%	0.44	0.00%	0.51	0.00%	-	-
长期待摊费用	5,909.78	2.24%	6,043.56	2.24%	5,829.34	2.50%	42.33	0.02%
无形资产	19,848.71	7.54%	20,165.96	7.47%	19,958.86	8.58%	4,363.62	2.31%
递延所得税资产	4,859.01	1.85%	4,461.39	1.65%	4,182.70	1.80%	3,476.58	1.84%
商誉	3,920.44	1.49%	4,223.03	1.56%	5,561.77	2.39%	2,191.46	1.16%
其他非流	111.78	0.04%	243.15	0.09%	202.38	0.09%	58.67	0.03%

项目	2016年6月30日		2015年12月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
流动资产								
非流动资产合计	144,188.08	54.77%	142,662.85	52.85%	132,664.14	57.00%	96,010.81	50.75%
资产总额	263,267.46	100.00%	269,952.86	100.00%	232,754.28	100.00%	189,169.94	100.00%

注：占比为占总资产的比例。

报告期内，公司的非流动资产主要由固定资产、在建工程、无形资产等组成。截至2016年6月30日，固定资产、在建工程、无形资产的账面净值合计129,385.17万元，占非流动资产的比重合计为89.73%。

#### （1）固定资产

本公司固定资产主要包括房屋建筑物、机器设备、运输工具和电子设备等。

报告期各期末，公司的固定资产净值情况如下表所示：

项目	2016年6月30日		2015年12月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
房屋建筑物	49,899.44	93.81%	45,699.39	93.71%	34,138.68	92.99%	31,571.16	94.05%
机器设备	1,631.42	3.07%	1,512.01	3.10%	1,361.20	3.71%	832.13	2.48%
运输设备	358.16	0.67%	388.61	0.80%	306.77	0.84%	320.78	0.96%
电子设备及其他	1,300.73	2.45%	1,164.98	2.39%	907.04	2.47%	844.12	2.51%
合计	53,189.75	100.00%	48,764.98	100.00%	36,713.69	100.00%	33,568.19	100.00%

2014年12月31日，公司的固定资产净值同比增长9.37%，主要原因是公司当年的重庆旗舰店开业后对应的在建工程转固所致。2015年末，公司的固定资产净值同比增幅为32.83%，主要原因是当年龙华工业园一期、武汉旗舰店和成都旗舰店的在建工程10,065.96万元转入固定资产。2016年6月30日，公司的固定资产净值比上年末增长9.07%，主要原因是公司当年龙华工业园一期的在建工程4,487.11万元转固用作部分部门的办公场所所致。

截至2016年6月30日，公司的固定资产主要为房屋建筑物，固定资产的综合成新率较高，维护和运行状况良好，无闲置资产，不存在导致可回收金额低于账面价值的情况，故未计提固定资产减值准备。公司固定资产的具体构成详见本招股说明书“第六节 业务与技术 五、公司主要固定资产及无形资产”。

#### （2）在建工程

报告期各期末，公司的在建工程构成情况如下表所示：



项目	2016年6月30日		2015年12月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
龙华工业园一期	9,731.39	17.27%	13,304.59	22.64%	17,253.71	28.65%	17,139.12	32.76%
龙华工业园二期	46,558.65	82.63%	45,455.74	77.36%	37,120.96	61.65%	26,937.90	51.50%
武汉旗舰店	-	-	-	-	3,466.71	5.76%	3,238.26	6.19%
成都旗舰店	-	-	-	-	2,373.53	3.94%	2,190.15	4.19%
重庆旗舰店	-	-	-	-	-	-	2,804.53	5.36%
明佳豪工业园配套工程	56.68	0.10%	-	-	-	-	-	-
<b>在建工程合计</b>	<b>56,346.72</b>	<b>100.00%</b>	<b>58,760.33</b>	<b>100.00%</b>	<b>60,214.90</b>	<b>100.00%</b>	<b>52,309.96</b>	<b>100.00%</b>

2013年以来，随着公司总部搬迁计划的进一步推进，龙华工业园二期的施工进度不断加快，使得公司2014年末、2015年末的此项在建工程同比大幅增加，分别增加10,183.06万元和8,334.78万元。2015年末，随着武汉旗舰店和成都旗舰店的在建工程完工转入固定资产，公司的在建工程有所下降。2016年6月末，公司的在建工程继续下降，主要原因是龙华工业园一期的在建工程4,487.11万元转固用作部分部门的办公场所。2016年6月末，明佳豪工业园配套工程新增在建工程56.68万元，主要系该园停车场及部分楼层的配套工程。

### （3）无形资产

#### ①无形资产的基本情况

报告期各期末公司的无形资产净值如下表所示：

项目	2016年6月30日		2015年12月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
土地使用权	4,088.21	20.60%	4,142.14	20.54%	2,419.65	12.12%	2,479.12	56.81%
软件	2,073.57	10.45%	2,187.32	10.85%	1,858.70	9.31%	1,799.97	41.25%
商标	9,578.04	48.26%	9,795.92	48.58%	11,292.50	56.58%	84.52	1.94%
非专利技术	4,108.89	20.70%	4,040.59	20.04%	4,388.02	21.99%	-	-
<b>无形资产合计</b>	<b>19,848.71</b>	<b>100.00%</b>	<b>20,165.96</b>	<b>100.00%</b>	<b>19,958.86</b>	<b>100.00%</b>	<b>4,363.62</b>	<b>100.00%</b>

公司的无形资产由土地使用权、软件、商标和非专利技术构成，其中土地使用权、软件和商标具体详见本招股说明书“第六节 业务与技术 五、公司主要固定资产和无形资产”。

2014年末，商标和非专利技术均比2013年末大幅增加，主要原因是公司收购Krizia International 100%股权后，相应拥有了被收购方原有的“Krizia”系列品牌的商标所有权和作为非专利技术的历史设计图纸及样衣。

2015年末，公司的土地使用权比2014年末增加71.19%，主要原因是公司

当年完成对惠州市恒龙商贸有限公司和惠州市龙益商贸有限公司的收购后，相应收购了该二公司分别拥有的位于镇隆镇井龙村的惠阳国用（2012）第 0700011 号和惠阳国用（2012）第 0700012 号土地使用权。

截至 2016 年 6 月 30 日，公司的无形资产质量较好，未出现减值迹象，经测试，无需计提资产减值准备。

## ②商标的确定依据

### A. AUM 商标确定依据

2013 年 6 月 18 日，公司的控股子公司噢姆与深浅服饰签订《资产收购合同》，由噢姆收购深浅服饰商标专用权、债权债务、固定资产、存货及设计师团队。根据中企华于 2013 年 6 月 20 日对商标专用权及有形资产等出具的评估报告（中企华评报字（2013）第 3228 号），截至评估基准日 2013 年 4 月 30 日，深浅服饰商标账面价值为 0 万元，评估值为 15.23 万元，评估增值 15.23 万元。由于本次收购属于非同一控制下企业合并，商标入账价值按照评估值予以确认。

### B. KRIZIA 商标确定依据

2014 年 6 月 10 日，意大利 Krizia 公司将持有的 Krizia International 100% 的股权转让与玛丝菲尔时装（香港），双方签订《有限责任公司份额转让书》，转让金额合计为 3,500 万美元。根据中企华于 2014 年 8 月 22 日对 Krizia International 的股东全部权益价值出具的评估报告（中企华评报字（2014）第 3489 号），截至评估基准日 2014 年 6 月 10 日，Krizia International 商标账面价值为 1,650.00 万欧元，评估值为 1,612.38 万欧元，评估减值 37.62 万欧元。由于本次收购属于非同一控制下企业合并，商标入账价值按照评估值予以确认。

## ③商标的摊销年限及确定依据

一般商标权取得许可使用期限为 10 年（到期再续），且通常无形资产摊销不低于 10 年，在特殊情况下，有法律规定或合同约定使用年限的，按规定或约定年限进行摊销。另结合同行业上市公司歌力思与维格娜丝的招股说明书的披露情况，无形资产-商标摊销期限亦为 10 年。据此，发行人商标的摊销年限为 10 年。

## （4）递延所得税资产

报告期各期末，公司的递延所得税资产的账面余额如下表所示：

单位：万元

项目	2016年6月30日		2015年12月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
资产减值准备	4,414.19	90.85%	3,869.07	86.72%	3,317.83	79.32%	2,592.46	74.57%
预计退货	358.94	7.39%	429.16	9.62%	430.09	10.28%	372.20	10.71%
存货未实现内部销售	-	-	38.89	0.87%	22.61	0.54%	389.56	11.21%
积分确认递延收益	47.32	0.97%	75.00	1.68%	334.26	7.99%	122.36	3.52%
交易性金融负债公允价值变动	38.56	0.79%	49.27	1.10%	77.92	1.86%	-	-
<b>递延所得税资产合计</b>	<b>4,859.01</b>	<b>100.00%</b>	<b>4,461.39</b>	<b>100.00%</b>	<b>4,182.70</b>	<b>100.00%</b>	<b>3,476.58</b>	<b>100.00%</b>

公司的递延所得税资产主要来自于资产减值准备形成的所得税可抵扣暂时性差异。报告期各期末，资产减值准备带来的递延所得税资产之和呈逐年递增趋势，与公司报告期内销售规模扩大带来的应收账款和库存商品余额的增加相关。2014年末、2015年末和2016年6月末，公司的交易性金融负债公允价值变动产生的递延所得税资产77.92万元、49.27万元和38.56万元主要来自于公司当年的外汇长期借款相应的利率掉期合约所产生的公允价值变动损益。

#### （5）商誉

2013年末公司2,191.46万元的商誉主要是，2013年6月18日公司的控股子公司玛丝菲尔噢姆服饰收购深浅服饰名下部分无形资产和有形资产，合并成本和评估值之间的差额导致。

报告期各期末，公司对玛丝菲尔噢姆服饰进行了减值测试，未发现减值的情况，故未提取减值准备。

2014年12月31日，公司新增的3,370.31万元的商誉的主要形成原因为，当年公司的子公司玛丝菲尔时装（香港）完成收购Krizia International 100%的股权，包括其拥有的商标、非专利技术等资产，合并成本与经调整递延所得税负债后的评估值之间的差额确认商誉所致。

2015年12月31日，公司新增商誉主要来源于当年公司收购惠州市恒龙商贸有限公司和惠州市龙益商贸有限公司所形成的商誉分别为2.06万元和2.17万元。另外，公司基于谨慎性原则，对尚未盈利的子公司Krizia International被收购产生的商誉进行了测算，2015年末和2016年6月末分别计提了1,342.97万元和302.59万元的商誉减值准备。

#### （6）其他非流动资产

报告期各期末，公司的其他非流动资产分别为 58.67 万元、202.38 万元、243.15 万元和 111.78 万元，主要由预付的工程款和设备款等构成。

#### （7）长期待摊费用

公司的长期待摊费用主要由优惠租赁权、车位租金和装修费等构成。报告期各期末，公司的长期待摊费用分别为 42.33 万元、5,829.34 万元、6,043.56 万元和 5,909.78 万元。

##### ①长期待摊费用的确定依据

2014 年末，公司的长期待摊费用比 2013 年末增长较多，主要是由于发行人收购 Krizia International 所增加的优惠租赁权。

单位：万元

项目	2014 年初余额	当年 增加金额	当年 摊销金额	当年 其他减少额	2014 年末余额
车位租金	42.33	-	5.00		37.33
优惠租赁权	-	6,905.10	340.71	772.39	5,792.00
合计	42.33	6,905.10	345.71	772.39	5,829.34

#### A. 优惠租赁权

2014 年末，发行人下属子公司 Krizia International 向其原股东方 M.A.P. S.r.l. 租赁了办公、门店及仓储场所以正常开展经营业务。根据租赁合同：（1）租期第一年无需缴纳租金；租期第二、三、四年每年的租金为 30 万欧元；租期第五、六年每年的租金为 60 万欧元；（2）如果本协议期满，再续 6 年，.....将等于以下数额：租期第七、八、九年每年的租金为 80 万欧元；租期第十、十一、十二年每年的租金为 100 万欧元。因此，十二年需支付租金 750 万欧元。由于该等租赁价格远低于市场租金水平，评估后优惠租赁权 822.56 万欧元。2014 年公司收购 Krizia 之后，获得的优惠租赁权相应大幅增加，2014 年增加优惠租赁权 822.56 万欧元，摊销额 45.70 万欧元，期末余额为 776.86 万欧元，折合人民币 5,792.00 万元。2015 年末和 2016 年 6 月末，该优惠租赁权余额分别为 5,025.66 万元和 4,971.09 万元。

#### B. 车位租金

发行人的长期待摊费用还主要包括车位租金，其确定依据为武汉、上海两地旗舰店的车位一次性交齐 10 年的车位租金金额合计 50 万元。

#### C. 装修费

2015年，发行人的长期待摊费用新增了装修费，其确定依据主要为发行人对意大利米兰旗舰店的租赁房产进行的装修产生的费用 1,204.58 万元。

## ②长期待摊费用的摊销年限及确定依据

M.A.P. S.r.l.将其拥有的办公、门店及仓储场所以低于市价的价格出租给 Krizia International，租约为 12 年，其中第一年免租，以后年度租金均低于市场平均水平，摊销期限为 12 年；车位租金是指上海万博车位及武汉崇文置业车位，租赁期限为 10 年，企业确定摊销期限 10 年；装修费是指 Krizia International 在向原股东 M.A.P. S.r.l.租赁场所时投入的装修费用，由于装修费列支时合同剩余租赁期限为 5.5 年，因此摊销期限确定为 5.5 年。

“长期待摊费用”账户用于核算企业已经支出，但摊销期限在 1 年以上（不含 1 年）的各项费用，企业根据合同约定的受益期来确定摊销期限，符合会计准则的规定。

## （二）负债构成分析

报告期各期末，公司的负债主要为流动负债。公司的流动负债主要包括短期借款、应付账款、预收款项、应付职工薪酬、应交税费和其他应付款等，具体构成及占负债总额的比例如下表所示：

项 目	2016 年 6 月 30 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
短期借款	54,245.77	46.55%	67,899.69	47.88%	39,852.00	35.24%	21,000.00	34.16%
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	233.80	0.20%	298.59	0.21%	472.23	0.42%	-	-
应付账款	11,231.56	9.64%	16,205.89	11.43%	15,243.39	13.48%	12,201.80	19.85%
预收款项	3,769.59	3.24%	4,005.47	2.82%	5,482.48	4.85%	6,397.40	10.41%
应付职工薪酬	7,033.26	6.04%	8,171.80	5.76%	7,563.44	6.69%	6,312.88	10.27%
应交税费	6,183.24	5.31%	11,004.59	7.76%	8,857.79	7.83%	9,812.02	15.96%
应付利息	215.27	0.18%	179.07	0.13%	184.07	0.16%	35.73	0.06%
应付股利	-	-	400.00	0.28%	-	-	-	-
其他应付款	6,982.59	5.99%	7,591.36	5.35%	6,450.10	5.70%	5,030.52	8.18%
一年内到期的非流动负债	21,203.22	18.20%	-	-	-	-	-	-
<b>流动负债合计</b>	<b>111,098.31</b>	<b>95.35%</b>	<b>115,756.46</b>	<b>81.63%</b>	<b>84,105.51</b>	<b>74.37%</b>	<b>60,790.36</b>	<b>98.89%</b>
长期借款	-	-	20,399.19	14.39%	21,434.88	18.95%	194.29	0.32%
递延收益	189.28	0.16%	300.00	0.21%	1,337.05	1.18%	489.43	0.80%
递延所得税负债	5,233.47	4.49%	5,346.01	3.77%	6,215.61	5.53%	-	-

项目	2016年6月30日		2015年12月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
非流动负债合计	5,422.75	4.65%	26,045.20	18.37%	28,987.54	25.63%	683.72	1.11%
负债合计	116,521.06	100.00%	141,801.65	100.00%	113,093.04	100.00%	61,474.08	100.00%

2014年末和2015年末，公司的负债规模增幅较大，主要原因是：（1）当期期末，公司的短期借款余额有所增加；（2）公司向中国建设银行（亚洲）股份有限公司申请借款2,875万欧元用于收购Krizia International以及收购完成后Krizia International的日常运营开支等相关事宜。相应的，公司的以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的形成原因主要为上述长期借款所签订的利率掉期合约所产生。

### 1. 短期借款

报告期内，公司根据业务发展规模和资金周转情况，向银行借入1年期的贷款，到期部分均已如期归还。其中2016年6月30日的短期借款余额构成如下表所示：

单位：万元

借款银行	借款起止日期	2016年6月末 借款余额
平安银行股份有限公司深圳分行	2015.10.26-2016.10.26	100.00
汇丰银行（中国）有限公司深圳分行	2015.10.19-2016.10.19	5,052.00
汇丰银行（中国）有限公司深圳分行	2015.11.13-2016.11.11	2,300.00
汇丰银行（中国）有限公司深圳分行	2016.6.7-2017.6.7	2,000.00
香港上海汇丰银行有限公司	2015.8.28-2016.8.27	2,212.51
香港上海汇丰银行有限公司	2015.11.12-2016.11.11	1,475.01
香港上海汇丰银行有限公司	2016.3.30-2016.9.30	1,106.25
中国银行股份有限公司深圳高新区支行	2015.11.23-2016.11.23	8,000.00
招商银行股份有限公司深圳车公庙支行	2015.12.7-2016.12.7	32,000
合计		54,245.77

### 2. 应付账款

公司的应付账款主要为应付供应商的采购款以及应付工程款、装修款等构成，大多数均在1年以内。报告期各期末，公司的应付账款账面价值分别为12,201.80万元、15,243.39万元、16,205.89万元和11,231.56万元。

2014年末比2013年末增长3,041.59万元，增长率为24.93%；2015年末比2014年末增长962.5万元，增长率为6.31%。应付账款持续增长的主要原因包括：（1）公司的业务规模持续扩大，面辅料采购量、委外加工量以及成衣采购量也相应增长。公司应付给供应商的款项相应增加。（2）公司的子公司惠州明佳

豪实业加快了生产、物流基地的建设步伐，应付工程方的工程款也相应增加。（3）随着公司新开直营店数量的增加，公司应付商场装修费用也相应增加。

2016年6月末，公司的应付账款比上年末下降30.69%，主要原因有二：一是2016年上半年进行装修的门店有所减少，装修款相应下降；二是本期的在建工程投入较去年增速放缓，确认的应付账款相应有所减少。

报告期各期末公司的应付账款的账龄分类情况如下表所示：

项目	2016年6月30日		2015年12月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
1年以内	7,543.75	67.17%	11,635.85	71.80%	11,775.20	77.25%	11,098.31	90.96%
1-2年	1,397.21	12.44%	3,583.89	22.11%	2,888.17	18.95%	1,103.50	9.04%
2-3年	2,142.34	19.07%	959.09	5.92%	580.02	3.81%	-	-
3年以上	148.27	1.32%	27.05	0.17%	-	-	-	-
合计	<b>11,231.56</b>	<b>100.00%</b>	<b>16,205.89</b>	<b>100.00%</b>	<b>15,243.39</b>	<b>100.00%</b>	<b>12,201.80</b>	<b>100.00%</b>

截至2016年6月30日，公司的应付账款中无应付持有公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位或关联方的款项情况。

### 3. 应交税费

公司的应交税费主要涉及增值税、企业所得税和营业税等。报告期各期末，公司的应交税费余额分别为9,812.02万元、8,857.79万元、11,004.59万元和6,183.24万元，具体构成如下表所示：

项目	2016年6月30日		2015年12月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
企业所得税	3,965.27	64.13%	8,762.41	79.63%	6,931.19	78.25%	7,861.24	80.12%
增值税	1,585.42	25.64%	1,573.64	14.30%	1,310.53	14.80%	1,410.42	14.37%
城市维护建设税	180.33	2.92%	236.87	2.15%	170.02	1.92%	205.91	2.10%
个人所得税	145.32	2.35%	166.99	1.52%	157.21	1.77%	50.17	0.51%
教育费附加	98.18	1.59%	119.06	1.08%	71.72	0.81%	87.56	0.89%
营业税	25.37	0.41%	27.31	0.25%	79.34	0.90%	53.24	0.54%
地方教育费附加	29.82	0.48%	48.90	0.44%	49.02	0.55%	59.48	0.61%
其他	153.52	2.48%	69.40	0.63%	88.77	1.00%	84.00	0.86%
合计	<b>6,183.24</b>	<b>100.00%</b>	<b>11,004.59</b>	<b>100.00%</b>	<b>8,857.79</b>	<b>100.00%</b>	<b>9,812.02</b>	<b>100.00%</b>

### 4. 应付职工薪酬

报告期内，公司应付职工薪酬主要由应付员工的工资、奖金、津贴、住房公积金、职工奖福基金等构成。其中职工奖福基金主要是阿卡特时装在2011年

以前作为外商投资企业时按照《中外合资经营企业法》计提的职工奖励和福利基金。

报告期各期末,公司的应付职工薪酬的余额分别为 6,312.88 万元、7,563.44 万元、8,171.80 万元和 7,033.26 万元,公司的薪酬制度为当月计提,下月发放。报告期内应付职工薪酬余额呈逐年上升趋势,主要原因是随着公司业务规模扩大,公司员工人数增加,且员工待遇有所提升。

单位:万元

项目	2015年12月31日	本年增加	本年减少	2016年6月30日
<b>一、短期薪酬</b>				
1、工资、奖金、津贴和补贴	5,252.50	23,876.74	25,015.27	4,113.96
2、职工福利费	-	807.83	807.83	-
3、社会保险费	-	867.31	867.31	-
其中:				
(1) 医疗保险费	-	770.82	770.82	-
(2) 工伤保险费	-	42.69	42.69	-
(3) 生育保险费	-	53.80	53.80	-
4、住房公积金	-	507.53	507.53	-
5、工会经费和职工教育经费	-	0.67	0.67	-
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
<b>小计:</b>	<b>5,252.50</b>	<b>26,060.07</b>	<b>27,198.60</b>	<b>4,113.96</b>
<b>二、离职后福利</b>				
1、设定提存计划	-	1,752.54	1,752.54	-
其中:(1) 基本养老保险费	-	1,662.64	1,662.64	-
(2) 失业保险费	-	89.89	89.89	-
(3) 企业年金缴费	-	-	-	-
2、设定受益计划	-	-	-	-
<b>小计:</b>	<b>-</b>	<b>1,752.54</b>	<b>1,752.54</b>	<b>-</b>
<b>三、辞退福利</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>四、其他福利</b>	<b>2,919.30</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2,919.30</b>
<b>合计</b>	<b>8,171.80</b>	<b>27,812.60</b>	<b>28,951.14</b>	<b>7,033.26</b>

截至 2016 年 6 月 30 日,公司应付职工薪酬余额为 7,033.26 万元。不存在拖欠职工工资情况。

## 5. 预收款项

公司的预收款项主要为收取加盟商的订货保证金。根据公司与加盟商签订的特许经营合同,加盟商通常在订货会结束时提交订单并先行支付全部货款的



30%作为订货保证金，剩余货款等到公司发货前再行支付。由于公司订货会通常在每季新品面市之前 6 个月左右召开，因此年末预收款项余额一般包括了次年春、夏季新品的订货保证金和当年秋、冬季的剩余预收款。

报告期内，公司加盟店数量略有减少，加盟商订货额产生的预收款项稳中有降。报告期各期末，公司的预收款项余额分别为 6,397.40 万元、5,482.48 万元、4,005.47 万元和 3,769.59 万元。

## 6. 其他应付款

公司的其他应付款主要包括加盟商定金及道具款、暂估费用、押金及保证金等，报告期各期末的余额分别为 5,030.52 万元、6,450.10 万元、7,591.36 万元和 6,982.59 万元。

## 7. 长期借款和一年内到期的非流动负债

2015 年 12 月 31 日，公司的长期借款余额为 20,399.19 万元，主要构成为公司向中国建设银行(亚洲)股份有限公司申请借款 2,575 万欧元用于收购 Krizia 事宜，以及 300 万欧元用于 Krizia International 日常运营。2016 年 6 月 30 日，由于该笔长期借款还款日将近，故该笔长期借款被重分类至一年内到期的非流动负债，导致公司一年内到期的非流动负债余额上升为 21,203.22 万元而长期借款余额下降为 0。

## 8. 递延收益

公司的递延收益主要由 2013 年公司实行的积分奖励政策形成。报告期各期末，公司因授予客户奖励积分确认的递延收益分别为 489.43 万元、1,337.05 万元、300.00 万元和 189.28 万元。

## 9. 递延所得税负债

2014 年末、2015 年末和 2016 年 6 月末，公司的递延所得税负债余额分别为 6,215.61 万元、5,346.01 万元和 5,233.47 万元，主要构成为收购的 Krizia International 的净资产入账价值和最初原值之间的差异所致。

### （三）偿债能力分析

#### 1. 公司及行业可比公司的偿债能力指标

报告期内，公司的主要偿债能力指标如下表所示：

项 目	2016 年 6 月 30 日/2016 年	2015 年 12 月 31 日/2015 年	2014 年 12 月 31 日/2014 年	2013 年 12 月 31 日/2013 年
-----	---------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

	1-6月	度	度	度
流动比率（倍）	1.07	1.10	1.19	1.52
速动比率（倍）	0.37	0.43	0.46	0.70
资产负债率（母公司）	33.42%	44.23%	40.22%	30.78%
资产负债率（合并）	44.26%	52.53%	48.59%	32.50%
息税折旧摊销前利润（万元）	29,692.43	101,501.75	94,781.57	78,459.07
利息保障倍数	18.44	46.50	41.10	53.10

注：上述财务指标的计算方法详见本招股书“第十节 财务会计信息 十一、财务指标”。

报告期各期末，同行业可比上市公司偿债能力指标如下表所示：

公司名称	流动比率				速动比率			
	2016年6月末	2015年末	2014年末	2013年末	2016年6月末	2015年末	2014年末	2013年末
宝国国际	6.08	3.42	2.76	2.44	3.60	2.19	1.93	1.71
慕诗国际	3.36	5.15	5.72	6.21	2.54	3.98	4.78	5.14
朗姿股份	2.66	2.97	6.12	9.73	1.77	1.93	4.42	6.91
歌力思	1.81	4.00	2.43	1.90	1.45	3.48	1.52	1.03
维格娜丝	11.85	11.30	14.35	7.09	9.40	8.92	12.02	4.93
凯撒股份	1.64	1.41	7.23	6.66	1.26	0.78	4.74	4.55
摩登大道	1.20	1.70	2.97	2.69	0.76	1.04	1.86	1.94
希努尔	2.16	1.64	3.26	3.70	1.47	1.22	2.23	2.66
乔治白	2.22	2.18	1.79	3.01	1.46	1.59	1.38	2.30
平均值	<b>3.66</b>	<b>3.75</b>	<b>5.18</b>	<b>4.83</b>	<b>2.63</b>	<b>2.79</b>	<b>3.88</b>	<b>3.46</b>
本公司	1.07	1.10	1.19	1.52	0.37	0.43	0.46	0.70

注：报告期内，维格娜丝基本不存在短期借款等大额流动负债，故其流动负债远远低于流动资产，偿债能力指标也相应高于其他样本。

公司名称	资产负债率（合并口径）			
	2016年6月末	2015年末	2014年末	2013年末
宝国国际	16.21%	25.71%	31.22%	33.21%
慕诗国际	17.89%	15.13%	14.78%	14.05%
朗姿股份	16.33%	16.63%	22.17%	8.11%
歌力思	29.00%	18.91%	22.10%	25.36%
维格娜丝	8.34%	8.80%	6.35%	12.28%
凯撒股份	15.72%	20.06%	9.01%	10.99%
摩登大道	54.61%	51.38%	35.85%	37.71%
希努尔	19.80%	28.45%	28.38%	28.20%
乔治白	22.20%	24.33%	26.26%	18.09%
平均值	<b>22.23%</b>	<b>23.27%</b>	<b>21.79%</b>	<b>20.89%</b>
本公司（合并）	44.26%	52.53%	48.59%	32.50%

## 2. 流动比率及速动比率

公司报告期各期末的流动比率分别为 1.52、1.19、1.10 和 1.07，速动比率分别为 0.70、0.46、0.43 和 0.37。

报告期各期末，随着公司资产负债结构的优化，公司流动比率保持均大于 1，

体现了公司较强的短期偿债能力。

2014 年末和 2015 年末，流动比率同比均出现了下降，主要原因是随着业务规模的不断扩大，公司当年末短期借款同比分别增加 1.89 亿元和 2.80 亿元。

2014 年末和 2015 年末，公司速动比率同比均有所降低，主要是一方面当年末公司短期借款增加 1.89 亿元和 2.80 亿元，导致流动负债同比大幅提升，另一方面由于公司直营销售网络不断扩大，当年末的存货也分别同比增加 1.09 亿元和 1.68 亿元而使得速动资产有所减少。

与表中的同行业上市公司相比，公司的流动比率和速动比率偏低，除因为公司尚未上市融资以外，其他原因还包括：

（1）公司的经营模式较为成熟，以直营为主的发展战略，以及与供应商的良好合作关系，使得公司业务发展较为稳定的同时也需要日常备有大量存货。公司的主要客户以各大商场为主，货款回收情况较好，公司日常运营所需流动资金维持相对稳定水平。为了资产保值增值，增强公司的抗风险能力，回收的货款一部分被用于公司购置门店物业，以及建造办公、生产基地，使得流动资产向非流动资产转移。

（2）报告期内，公司正处于业务扩张的关键时期，增设直营终端、建设总部大楼和惠州生产物流基地、收购新品牌等长期投资主要通过贷款满足，同时应付工程款增加，导致流动负债偏高，拉低了公司的流动比率及速动比率水平。

### 3. 资产负债率

报告期各期末，公司的资产负债率（母公司）分别为 30.78%、40.22%、44.23%和 33.42%，资产负债率（合并）分别为 32.50%、48.59%、52.53%和 44.26%，均逐年增加。主要原因是：2014 年 12 月 31 日，公司当年向中国建设银行（亚洲）股份有限公司申请借款 2,575 万欧元和 300 万欧元，同时当年末短期借款余额同比增加 1.89 亿元，使得资产负债率比上年末有所上升。2015 年末，公司的短期借款余额同比增加 2.80 亿元，资产负债率相应略有上升。2016 年 6 月末，公司的短期借款余额比上年末减少 1.37 亿元，综合导致资产负债率有所下降。

与可比上市公司相比，资产负债率高于行业均值，主要由于可比上市公司首次公开发行股票后净资产增厚；而报告期内本公司处于发展期，销售规模的扩大和资本性支出的增加都需要大量的银行贷款支持。

#### 4. 息税折旧摊销前利润及利息保障倍数

2013-2015年，公司息税折旧摊销前利润分别为78,459.07万元、94,781.57万元、101,501.75万元，盈利水平较高。2016年上半年，公司的息税折旧摊销前利润为29,692.43万元，盈利水平有所下降的主要原因是受累于宏观经济下行和服装行业消费市场整体低迷，各商场和各服装品牌的销售均不同程度的受到一定影响。

报告期各期，公司的利息保障倍数处于较高水平且基本较为稳定，保持了健康的趋势，具备较强的偿债能力。

综上所述，公司的部分偿债能力指标低于同行业平均水平，主要与其经营发展战略相关。公司主营业务总体运行良好，报告期各期的息税折旧摊销前利润和利息保障倍数维持在较高水平，盈利水平能够有效保障债务及利息的偿付，偿债风险较小。

#### （四）资产周转能力分析

##### 1. 公司及行业可比公司资产周转率指标

报告期内，公司的应收账款周转率及存货周转率情况如下表所示：

项目	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
应收账款周转率（次）	6.08	14.73	12.99	11.86
存货周转率（次）	0.25	0.62	0.69	0.71

报告期内，同行业部分可比上市公司的周转率指标如下表：

名称	应收账款周转率				存货周转率			
	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
宝国国际	2.59	8.66	9.34	9.82	0.26	0.43	0.50	0.56
慕诗国际	13.39	26.47	23.53	21.09	0.58	1.09	1.51	1.25
朗姿股份	5.50	11.18	11.04	12.43	0.47	0.90	0.85	0.94
歌力思	3.00	8.26	9.30	10.54	0.61	1.52	1.45	1.38
维格娜丝	6.10	14.25	18.61	20.37	0.43	1.03	1.37	1.44
凯撒股份	1.27	4.82	5.91	4.93	0.30	1.09	0.87	0.62
摩登大道	2.22	4.46	4.01	5.21	0.36	0.65	0.60	0.82
希努尔	0.84	2.16	2.09	3.20	0.86	2.20	2.01	2.03
乔治白	1.78	4.47	5.04	3.85	1.02	2.20	2.39	2.22
平均值	<b>4.08</b>	<b>9.41</b>	<b>9.87</b>	<b>10.16</b>	<b>0.54</b>	<b>1.23</b>	<b>1.28</b>	<b>1.25</b>
本公司	6.08	14.73	12.99	11.86	0.25	0.62	0.69	0.71

##### 2. 应收账款周转率

报告期内，公司的应收账款周转率分别为11.86、12.99、14.73和6.08，

稳中有升，原因主要是报告期内公司加强对应收账款的回收及管理，从而在业务规模扩大的同时，实现了应收账款周转率的逐年增加。由于与公司合作的商场客户均为大型知名商场集团，与公司有多年的良好合作经历，客户信誉好，资金实力较强，因此应收账款的回收保障系数较高。

与表中的同行业上市公司相比，公司的应收账款周转率高于行业平均水平，说明公司应收账款的质量较高。同时，可比上市公司的应收账款周转率之间差异较大，主要是各自产品、业务模式、市场和客户的结构性差异导致各自的营业收入、应收账款账龄和余额等都存在差异。

### 3. 存货周转率

报告期内，公司存货周转率分别为 0.71、0.69、0.62 和 0.25，低于行业平均水平，直接原因是报告期内公司存货账面价值占总资产的比重较高，平均为 27.84%。与样本的行业平均值保持一致，公司的存货周转率也呈现出下降的趋势。

公司存货余额较高的原因详见本招股书本节“一、财务状况分析（一）资产构成分析 1. 流动资产分析（3）存货”。

综上所述，公司具有较强的应收账款周转能力，公司的存货周转率有待增强。随着募投项目中的信息化改造升级项目的具体实施，公司存货管理效率将得到提高。

## 三、现金流量分析

报告期各期，公司的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2016年 1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
经营活动产生的现金流量净额	10,827.36	53,850.28	61,240.60	60,507.65
投资活动产生的现金流量净额	-5,461.56	-11,116.95	-32,180.62	-27,949.38
筹资活动产生的现金流量净额	-14,815.02	-35,637.64	-33,112.56	-27,718.56
汇率变动对现金及现金等价物的影响	70.10	9.61	152.32	-66.20
现金及现金等价物净增加额	-9,379.12	7,105.30	-3,900.27	4,773.51

### （一）经营活动产生的现金流量分析

公司报告期各期的经营活动产生的现金流量主要情况如下：

单位：万元

项目	2016年 1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
销售商品、提供劳务收到的现金(A)	120,519.54	283,662.80	252,552.59	212,459.09
营业收入	104,270.86	247,989.57	220,822.53	184,883.13
含税销售收入(营业收入*1.17)(B)	121,996.91	290,147.80	258,362.36	216,313.26
占比(A/B)	99%	98%	98%	98%
经营活动产生的现金流量净额(C)	10,827.36	53,850.28	61,240.60	60,507.65
净利润(D)	18,672.96	70,518.73	66,991.91	56,168.75
占比(C/D)	58%	76%	91%	108%

报告期内，公司销售收入和经营活动现金流量的趋势基本一致。报告期各期，公司销售商品、提供劳务收到的现金与含税销售收入的比例分别为 98%、98%、98%和 99%，表明公司销售获取现金的能力较强，货款回收情况良好。

整体上看，公司盈利的质量较高。报告期各期，经营活动产生的现金流量净额占净利润的比重分别为 108%、91%、76%和 58%。2016 年上半年，在服装行业整体低迷的趋势下，公司经营活动产生的现金流量净额和净利润均出现了一定程度的下降，且前者的下降幅度大于后者的下降幅度，导致经营活动产生的现金流量净额占净利润的比例下降较多。2016 年 1-6 月，经营活动现金净流量与净利润之间的差异主要是由于应付账款、应付职工薪酬和应交税费等应付项目的减少造成的。

报告期内，经营活动产生的现金流量净额的具体明细如下：

项目	2016年 1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
销售商品、提供劳务收到的现金	120,519.54	283,662.80	252,552.59	212,459.09
收到其他与经营活动有关的现金	1,023.37	1,231.76	967.63	1,047.18
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>121,542.91</b>	<b>284,894.56</b>	<b>253,520.22</b>	<b>213,506.27</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	27,697.83	71,630.77	62,827.32	46,841.82
支付给职工以及为职工支付的现金	28,972.81	51,041.99	40,339.03	33,529.70
支付的各项税费	26,944.77	57,364.52	56,400.88	45,476.05
支付其他与经营活动有关的现金	27,100.14	51,007.01	32,712.39	27,151.05
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>110,715.55</b>	<b>231,044.29</b>	<b>192,279.62</b>	<b>152,998.63</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>10,827.36</b>	<b>53,850.28</b>	<b>61,240.60</b>	<b>60,507.65</b>

如上表所示，2016 年 1-6 月，公司经营活动产生的现金流量净额下降较多的主要是由于销售商品、提供劳务收到的现金降幅较大造成的，其主要趋势与公司主营业务收入的下降趋势和幅度均基本相符，主要原因是宏观经济增速放缓、服装消费市场疲软、各商场及服装门店销售及回款均不同程度的受到影响所致。

## （二）投资活动产生的现金流量净额分析

公司报告期内的投资活动产生的现金流量净额明细如下：

单位：万元

项目	2016年 1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	3.66	1.70	-	15.42
收到其他与投资活动有关的现金	-	63.07	-	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	4,964.33	10,953.33	10,667.10	26,934.16
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	228.38	21,438.35	-
支付其他与投资活动有关的现金	500.90	-	75.18	1,030.64
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-5,461.56</b>	<b>-11,116.95</b>	<b>-32,180.62</b>	<b>-27,949.38</b>

报告期各期公司的投资活动产生的现金流量净额分别为-27,949.38万元、-32,180.62万元、-11,116.95万元和-5,461.56万元，主要变动原因如下：

（1）报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金金额较大，主要原因是公司处于扩张期，故根据发展战略的需要购置了经营所需的固定资产和无形资产，进行了必要的工程投资，具体情况参见本招股书本节“一、财务状况分析（一）资产构成分析”。

（2）2014年，公司取得子公司及其他营业单位支付的现金净额金额较大，主要原因是公司的子公司玛丝菲尔时装（香港）完成对Krizia International 100%的股权收购并支付相应对价所致。收购的具体情况参见本招股书“第十五节 其他重要事项 二、重大合同（九）其他重大合同”。

### （三）筹资活动产生的现金流量净额分析

报告期各期，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-27,718.56万元、-33,112.56万元、-35,637.64万元和-14,815.02万元，具体情况如下表：

单位：万元

项目	2016年 1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
吸收投资收到的现金	-	-	-	20.00
取得借款收到的现金	5,416.82	73,208.09	85,535.62	40,839.60
偿还债务支付的现金	19,200.00	45,300.00	43,185.00	59,561.71
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	1,031.84	62,645.73	75,463.18	9,016.45
支付其他与筹资活动有关的现金	-	900.00	-	-
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-14,815.02</b>	<b>-35,637.64</b>	<b>-33,112.56</b>	<b>-27,718.56</b>

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额变动原因如下：

公司取得借款收到的现金呈现波动，主要是2012年公司通过短期借款的方

式取得了业务发展所需资金，随着增资扩股资金到位，2013 年归还了部分短期借款。2014 年和 2015 年，随着业务规模的不断扩大，公司相应增加了银行借款。

报告期各期公司偿还债务支付的现金呈现一定波动，主要是公司根据业务发展需要偿还了部分短期借款以及长期借款。

报告期内，公司分配股利、利润或偿付利息支付的现金合计为 148,157.20 万元，体现了对公司股东回报的重视。

#### （四）不涉及现金收支的重大投融资活动

报告期内，本公司没有不涉及现金收支的重大投资和筹资活动。

### 四、重大资本性支出情况

#### （一）报告期重大资本性支出

报告期内，公司的主要资本性支出如下表所示：

单位：万元

类别	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
固定资产投资	921.09	3,814.07	4,518.41	2,233.47
在建工程投资	2,073.50	8,611.39	7,904.94	23,456.76
无形资产投资	66.48	2,450.22	17,021.97	480.24
长期待摊费用投资	-	1,248.03	6,132.71	-
合计	<b>3,061.08</b>	<b>16,123.70</b>	<b>35,578.03</b>	<b>26,170.47</b>

本公司的资本性支出主要用于购置办事处或旗舰店的房产、建设总部大楼、生产和物流基地、收购“Krizia”等新品牌等，这些投资均有利于公司未来的持续快速发展。

2014 年，公司的无形资产投资和长期待摊费用投资显著大于 2013 年和 2015 年，主要原因是当年玛丝菲尔时装（香港）完成对 Krizia International 100% 的股权收购，并得到了其包括商标、非专利技术在内的无形资产和优惠租赁权所致。收购的具体情况参见本招股书“第十五节 其他重要事项 二、重大合同（九）其他重大合同”。

#### （二）未来可预见的重大资本性支出计划及资金需求量

根据中长期发展规划，公司计划了本次募集资金投资项目，作为公司进一步加快主业发展和提升综合竞争实力的战略性投资项目。截至本招股书签署日，



公司可预见的重大资本支出是本次发行募集资金投资项目。募集资金的具体投资计划及影响参见本招股书“第十三节 募集资金运用”的有关内容。

## 五、重大担保、诉讼、其他或有事项和期后事项对公司的影响

截至本招股书签署日，本公司无需要披露的重大担保、诉讼、其他或有事项。

期后事项参见本招股书“第十节 财务会计信息 十、资产负债表期后事项、或有事项和其他重要事项”。

## 六、财务状况和盈利能力的未来趋势分析

### （一）发展优势和困难

#### 1. 主要发展优势

##### （1）行业龙头，主营业务突出，盈利能力强

公司主营业务突出，报告期内主营业务收入占营业收入总额的比例均在98%以上。公司在消费者心中树立了高端的品牌形象和良好的美誉度，并形成了较为明显的竞争优势。目前公司的营销网络遍及全国，拥有稳定忠实的客户群，具备持续盈利能力。公司报告期各期扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率分别为55.32%、50.50%、47.97%和13.08%，盈利能力突出。

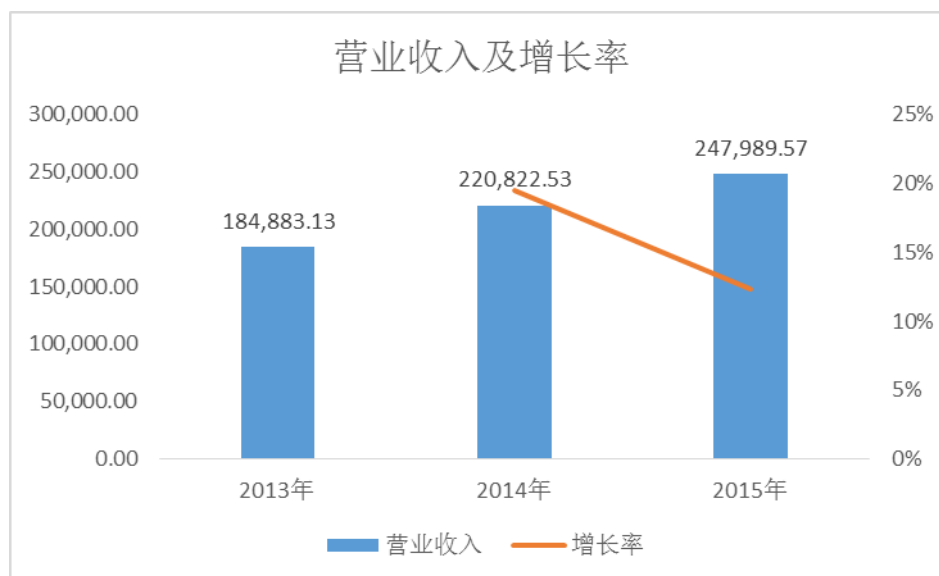
##### （2）资产质量优良，经营性现金流充足

报告期内公司的资产以存货、在建工程和固定资产为主，资产质量优良。截至2016年6月末，公司的该三项资产合计占总资产的比重为71.11%，在建工程和固定资产合计为109,536.47万元，且主要固定资产的综合成新率较高；公司对于存货已经计提了足额的减值准备。

公司的经营性现金流充足且具有持续性，报告期各期经营活动产生的现金流量净额分别为60,507.65万元、61,240.60万元、53,850.28万元和10,827.36万元。

##### （3）公司近年发展迅速，具备一定增长潜力

2013-2015年，公司营业收入的年均复合增长率15.82%，年均增长额31,553.22万元。其中，2014年较上年增长19.44%，2015年较2014年增长12.30%。具体见下图：



2016年1-6月，受累于宏观经济下行和消费市场疲软等行业因素影响，公司实现营业收入104,270.86万元，同比下降12.21%，但主要受到外部市场环境因素影响，其总量仍在行业中保持领先，体现了较强的抗风险能力。具体详见本招股书本节“一、盈利能力分析（一）经营成果及其变动分析”。

## 2. 主要困难

### （1）需要进一步提高抵御市场风险的能力

目前国内服装消费市场疲软，导致同行业竞争加剧，市场风险进一步加大。面对日益复杂的竞争环境，公司既需要坚持自主研发创新，抵制降价促销、仿冒等对减损品牌价值的短期行为，也需要加强内部管理和团队建设，以确保公司实现在市场周期的平稳过渡，同时还需要通过内部配置资源培育新品牌以分散经营风险，进一步提升公司实力和提高抵御市场风险的能力，这对公司的管理运营提出了更高的要求，挑战和机遇并存。

### （2）需要通过上市进一步提高品牌影响力

公司未来发展的战略目标是打造高端时装国内第一品牌。纵观国内外优秀的服装企业，无不借助资本市场的杠杆效应获得快速发展。公司目前尚未上市，无法利用资本市场扩大品牌影响力。

### （3）需要根据业务发展需要扩大产能

公司的生产模式分为公司自制生产、委托加工、成衣定制三种，自产的比重目前相对较低，由于公司产品的市场需求旺盛，一旦生产能力达到瓶颈，不能及时翻单或供货，将对业务发展造成影响，并对给客户带来负面感受，所以存在

提高生产能力的的需求。根据业务发展需要扩大公司产能，提高快速响应市场需求的能力，保障产品供应的稳定性方面具有重要意义。

#### （4）需要继续加强建设公司的研发团队

未来服装行业的竞争不仅体现在渠道的竞争，更体现在产品设计研发的竞争，公司需要培养充分理解世界时尚潮流和自身品牌内涵的设计研发队伍。行业中的其他知名品牌已经纷纷行动，着力提升自己的设计研发能力，如朗姿股份已在北京、韩国分别设立了研发设计中心，歌力思的募投项目之一设计研发中心建设已基本完成、维格娜丝在上海、韩国分别设立了研发设计中心且在意大利设立了设计工作室等等。

#### （5）公司的信息化系统建设需要继续改善

高端女装具备数量少、样式多样、品质优良、更新速度快的特点，对企业的研发、生产、物流以及销售等环节提出了较高的要求。公司需要先进、完备的信息化系统实现公司各个环节协同合作。公司已经初步建立了以财务信息、库存管理为主的信息系统，后续将建立一体化信息系统，整合设计、生产、物流、销售等各部门信息，为日常运营提供决策有用信息。

#### （6）公司的高速发展需要营运资金的支持

公司正处于加速扩张阶段，对资金实力和财务管理能力提出更高的要求和挑战。公司目前的融资方式单一，主要依靠自身积累和银行借款。资金压力主要来自两个方面：一是公司外延式扩张需要，新设门店在短期内难以达到一般成熟门店的盈利能力，但长期来看将进一步增强公司盈利能力；二是公司旗下的新品牌在培育期需要大量资金投入。

## （二）未来业务发展及盈利前景

未来几年，公司主要通过以下几方面措施提高盈利的连续性和稳定性：

### 1. 进一步加强研发设计水平

公司将基于多年设计开发经验，以主力品牌为核心，丰富其产品线并拓展其他品牌，优化产品结构；与此同时，通过建设大浪设计研发及展示中心，改善设计硬件设施，加强对全球时装流行趋势信息、面辅料搭配、新工艺、新技术等的研究，建立更为成熟的设计研发体系。

### 2. 巩固在国内高端女装市场的渠道优势

未来几年，公司将继续直营模式为主的经营模式，以顾客需求和时尚潮流为导向，深度挖掘现有国内市场的潜力，优化全国营销网络，并寻找在其他国家或地区开设直营终端的机会。

### 3. 贯彻多品牌发展战略

公司将借力“Marisfrolg”和“MASFER.SU”品牌的知名度和成功经验，持续贯彻多品牌战略，分散经营风险，为公司培育新的利润增长点。

### 4. 加强公司人才培养和团队建设

人才是品牌服装企业不可或缺的资源，公司将通过内部培养和外部招募等方式，持续发展符合公司要求的优秀销售、设计等专业人才，尤其是加强中高层及关键岗位人员的管理水平和员工队伍的业务能力，并辅以内外部具有公平性、外部具有竞争力的薪酬管理体系和绩效考核体系，全面加强员工的综合素质和团队建设，使得员工个人的目标和公司的整体发展目标一致，以充分调动人才的积极性、能动性和创造性。

## 七、即期回报变动分析及相应措施

2015 年底，证监会公布了《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告[2015]31 号），公司按规定履行了相关程序。

### （一）募集资金到位当年每股收益变动分析

#### 1、前提条件

（1）本次发行于 2016 年 12 月实施完成；该完成时间仅用于计算本次发行对摊薄即期回报的影响，最终以经证监会核准并实际发行完成时间为准；

（2）宏观经济环境、产业政策、行业发展状况、产品市场情况等方面没有发生重大变化；

（3）本次发行股票数量为股东大会审议通过发行股数上限 5,000 万股，发行完成后公司总股本将增至 41,900 万股，该发行股数以最终证监会核准发行的股份数量为准；

（4）本次发行股票募集资金总额为 238,053.17 万元，不考虑发行费用等的影响；且不考虑本次发行募集资金到账后，对公司生产经营、财务状况等影响；

（5）2015 年度公司经审计的归属于上市公司股东的净利润为 69,333.50

万元，扣除非经常性损益归属于上市公司股东的净利润为 69,156.85 万元。结合发行人实际经营情况，管理层预计 2016 年扣除非经常性损益前后孰低的利润总额、归属于上市公司股东的净利润、扣除非经常性损益归属于上市公司股东的净利润均分别较 2015 年下降 45%（未经审计）。

## 2、对公司每股收益的影响

基于上述前提条件，公司管理层测算了本次发行摊薄即期回报对公司每股收益的影响如下：

项目	2015 年度 /2015-12-31	2016 年度/2016-12-31	
	本次发行前	本次发行前	本次发行后
总股本（股）	369,000,000	369,000,000	419,000,000
本次发行募集资金总额（万元）		238,053.17	
管理层预计：公司 2016 年度实现的归属于上市公司股东的净利润比 2015 年下降 45%，即为 38,133.42 万元。			
扣除非经常性损益前后孰低的利润总额	94,953.41	52,224.38	52,224.38
归属于上市公司股东的净利润（万元）	69,333.50	38,133.42	38,133.42
扣除非经常性损益归属于上市公司股东的净利润（万元）	69,156.85	38,036.27	38,036.27
扣除非经常性损益后基本每股收益（元）	1.87	1.03	0.91
扣除非经常性损益后稀释每股收益（元）	1.87	1.03	0.91

## （二）本次发行的必要性和合理性

本次发行 A 股股票募集资金将主要用于营运管理中心扩建项目、大浪设计研发及展示中心建设项目、制造中心扩建项目、噢姆营运管理中心扩建项目、信息化改造升级项目及补充流动资金。募集资金投资项目达产后，将从设计、生产、销售和信管理等方面全方位提升企业的综合实力。

本次发行的必要性和合理性具体详见本招股书“第十三节 募集资金运用 二、募集资金投资项目前景、可行性和与现有业务的关系分析（一）前景和可行性分析”、“第十三节 募集资金运用 三、募集资金投资项目简介（一）营运管理中心扩建 2. 必要性分析”、“第十三节 募集资金运用 三、募集资金投资项目简介（二）大浪设计研发及展示中心建设 2. 必要性分析”、“第十三节 募集

资金运用 三、募集资金投资项目简介（三）制造中心扩建 2. 必要性分析”、“第十三节 募集资金运用 三、募集资金投资项目简介（四）噢姆营运管理中心扩建 2. 必要性分析”、“第十三节 募集资金运用 三、募集资金投资项目简介（五）信息化改造升级 2. 必要性分析”、“第十三节 募集资金运用 四、补充流动资金的必要性及合理性分析”。

### （三）募集资金投资项目与公司现有业务的关系、发行人从事募集资金项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

公司自成立以来一直从事高端时装的设计、生产及销售，积累了较强的研发优势、品牌美誉度、营销广度等，在人员、技术、市场等方面的储备均为本次募集资金投资项目奠定了坚实的基础。本次募集资金投资项目亦均围绕主业开展，其实施对于公司的可持续发展及经营业绩的提升将起到较大的作用。

公司从事募集资金项目在人员、技术、市场等方面的储备情况具体参见本招股书“第六节 业务与技术 三、发行人的行业地位（三）发行人的竞争地位 1. 竞争优势”。本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系具体参见本招股书“第十三节 募集资金运用 二、募集资金投资项目前景、可行性和与现有业务的关系分析（二）与现有业务的关系”。

### （四）公司本次发行摊薄即期回报的填补措施

为了维护投资者的利益，降低即期回报被摊薄的风险，增强对股东利益的回报，公司拟采取多种措施填补即期回报：

#### 1、公司现有业务的运营状况和发展态势

公司作为国内较早从事高端女装设计、生产、销售的企业之一，始终坚持产品自主设计与开发，研发设计团队主要由多位深谙亚洲女性特点，具备丰富的服装设计实践经验的台湾设计师组成。同时，公司与意大利、日本、法国等国家的知名面料供应商建立了长期的合作关系，并与国内外众多中高端商场保持长期稳定的合作关系。

公司以旗下各品牌的服装销售收入作为营业收入的主要来源。目前，公司拥有“Marisfrolg”（玛丝菲尔女装）、“MARISFROLG”（玛丝菲尔男装）、“MASFER.SU”（玛丝菲尔素女装）、“AUM”（噢姆女装）、“ZhuChongYun”（朱崇恽女装）、“Krizia”品牌，在设计风格、品牌内涵和目标客户等方面形成互补和

延伸。

报告期各期，公司营业收入的结构较为稳定，主营业务收入占营业收入的比重在 98%以上。2015 年，公司实现营业收入 247,989.57 万元，归属于母公司股东的净利润 69,333.50 万元，经营规模在同行业中较为突出，盈利能力较强。

## 2、公司现有业务的主要风险及改进措施

### （1）公司现有业务的主要风险

公司现有业务的主要风险包括市场风险、财务风险、股权结构相对集中及实际控制人控制的风险、募集资金投资项目的风险、委托加工和定制生产模式带来的风险、劳务派遣用工的风险等，具体内容详见本招股书“第四节 风险因素”。

### （2）主要改进措施

针对上述风险，公司制定了总体发展战略及中长期经营计划以提升自身的抗风险能力，其中总体发展战略包括夯实现有品牌的市场地位、纵向扩张产品线、横向实施多品牌战略等，中长期经营计划包括进一步加强研发设计投入、提升营销网络覆盖和控制能力、生产基地建设和信息化改造升级等。

公司本次发行的募集资金项目系在充分考虑了国家产业政策、目前市场环境以及公司经营业绩、发展经验及面临的主要风险的基础上，经过详细论证而提出。本次募集资金投资项目的顺利实施，将进一步巩固和强化公司的行业地位，提高抗风险能力，有利于公司的可持续发展。

## 3、提升公司经营业绩的具体措施

公司作为高端女装的领先者，其产品的市场需求不可避免的受到经济周期性波动的影响。2016 年上半年，受纺织服装行业整体不景气、消费市场疲软等宏观因素之影响（详见招股书“第十一节 管理层讨论与分析 一、盈利能力分析

（一）经营成果及其变动分析”），公司的营业收入较去年同期出现一定程度下降。针对该种情况，公司拟采取以下措施稳定经营业绩并有效填补即期回报：

### （1）培育新的利润增长点

公司通过几年的成功培育，AUM 品牌已进入快速增长通道，为公司带来较为可观的收入和利润。ZhuChongYun 品牌已经渐成规模，MARISFROLG 男装品牌和 Krizia 品牌尚在培育期，经过孵化预计将进一步明确产品特色和市场定位。公司设计师集合店 MDC 正式投入运营。上述品牌有望成为公司新的利润增长点。

## （2）提高直营门店比例

相对于直营模式而言，加盟模式对经济景气程度和周期性的反应会更加敏感，一定程度上会加剧公司的经营业绩波动。公司在行业疲软的情况下，将进一步收缩加盟模式并优化营销网络结构，提高直营门店的占比的同时重点加强在重点城市和区域的布局深度，加强对销售终端的控制力的同时，有助于减小公司的业绩波动。

## （3）增强设计力量

设计研发能力直接决定了女装产品品质和品牌风格，是女装品牌发展的基础。设计研发能力的提升，不仅需要高素质的设计师，也需要有相对完善的功能配置、良好的工作氛围和设计环境。随着公司位于大浪时尚创意园的现代化总部大楼逐步完工，其良好的工作环境和公司持续完善的薪酬和激励制度，将进一步吸引国内外优秀设计师。通过产品设计团队不断输入新鲜血液，带来产品的革新的同时优化设计款数，为客户带来设计感更强，时尚度更高的优秀产品。

## （4）重新梳理组织管理架构，加强公司内控和成本控制

对于不同品牌，公司将逐步对其采用独立法人实体的形式参与市场竞争，健全预算及考核体系，提高经营和决策效率。同时，公司未来将继续加强成本管控，主要从两个方面入手：一是业务扩张以稳定为总体基调，避免盲目扩张新门店；在此基础上，通过减少冗余人员、加强业绩奖励等多种方式，提升现有门店的平效。二是在原材料采购上精益求精；目前公司相当比例的原材料来自于国外进口，较高的面料价格对产品定价造成了一定影响。公司将在不断完善现有供应商管理体系的基础上，在同等质感效果的前提下寻求性价比更高的选择，有效降低原材料成本。

上述填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证，投资者不应据此进行投资决策，特此提示。

## （五）公司控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员对公司本次发行摊薄即期回报采取填补措施的承诺

为切实落实中国证监会《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告[2015]31号）相关规定，填补公司首次公开发行股票并上市可能导致的投资者即期回报减少，保证填补措施能够得到有效



履行，公司控股股东、实际控制人、董事和高级管理人员均出具了关于本次发行摊薄即期回报填补措施的承诺，相关承诺内容详见本招股书“重大事项提示 六、关于摊薄即期回报及填补措施的承诺”。

## 第十二节 业务发展目标

### 一、发行人总体发展战略及中长期经营计划

#### （一）总体发展战略

##### 1. 夯实现有老品牌的市场地位

经过十几年的发展，公司现有品牌“Marisfrolg”女装已经获得了广泛的市场认可，市场占有率逐步上升。根据中华全国商业信息中心的统计数据，“Marisfrolg”的市场占有率自2012年起连续4年排名第一；“Masfer.SU”已步入成长期，销售快速增长，成为公司新的利润增长点。未来公司在开拓新品牌的同时，将继续夯实“Marisfrolg”和“Masfer.SU”两个品牌的市场地位，进一步挖掘现有品牌的市场空间和盈利能力，以保障公司经营业绩的稳定性。

##### 2. 纵向扩张产品线

公司目前的产品主要为女装及相关配饰，产品线较为单一，有进一步扩张的空间。目前，公司已创立男装设计研发团队，推出“MARISFROLG”品牌男装。将产品线从女装延伸到男装，待时机成熟时，再延伸到其他时尚产业。通过扩张“Marisfrolg”品牌产品线，借鉴“Marisfrolg”品牌女装的成功运作经验，挖掘现有供应链和渠道潜力，一方面可提升现有品牌的市场容量和盈利水平，另一方面可为公司其他品牌未来发展提供参考。

##### 3. 横向实施多品牌战略

根据数据统计，2009年至今，高端女装单一品牌的市场占有率均未超过4%。2015年，“Marisfrolg”女装的市场综合占有率为1.31%，其市场占有率提升空间相对有限，主要依靠市场容量的自然增长。为了实现公司可持续发展，需要进行新品牌储备和培育。通过品牌差异化定位，突破单一品牌可能面临的发展瓶颈，在降低经营风险的同时为公司创造新的利润增长点。2013年以来，公司先后收购了国内“AUM”女装品牌，及意大利“Krizia”女装品牌，积极推进多品牌战略。

公司未来发展战略目标是，巩固国内高端女装的领先地位，同时以高端女装产业为核心，纵向发展高端男装及相关时尚产业，打造高端时装国内第一品牌，

跻身国际时装品牌行列，成为源自中国本土的国际时装品牌。

## （二）中长期经营计划

为实现公司发展战略，发行人将持续加强研发和设计创新能力、品牌策划和管理能力、营销网络覆盖和控制能力，以及供应链整合能力，进一步提升品牌形象和知名度，具体包括：

### 1. 进一步加强研发设计投入

目前，发行人设计研发实力已经领先于业内大多数企业，但研发硬件条件仍相对落后，高级设计研发人才还需要扩充，团队实力还需要进一步提高。未来三年，为了改善现有研发条件，同时为引入高端设计人才创造条件，公司拟扩建设计研发及展示中心。

扩建后的设计中心主要负责对全球时装流行趋势信息、面辅料搭配、新工艺、新技术等进行研究，建立健全设计研发制度、产品创意、产品设计，以及产品设计质量控制等工作；技术中心主要负责在设计图样的基础上，进行版型的设计和改进，提高服装的舒适度，并进行纸样和样衣的制作；时装展示和发布中心为产品提供最佳的展示平台，不仅有利于新产品的销售，还为公司的形象宣传提供强有力的后台支持。

### 2. 提升营销网络覆盖和控制能力

结合现有门店的布局，发行人拟在国内经济发达城市进行营销网络建设，建设地点包括北京、上海、天津、广州、深圳、南京、杭州、长沙、武汉、成都、哈尔滨、沈阳、西安等全国重点城市，新设 6 家旗舰店、365 家商场直营店、65 家购物中心直营店和 60 家高端男装直营商场店，另外，还将对 150 家商场直营店进行优化，以进一步完善营销网络体系，增强公司营销网点覆盖的广度和深度，同时占领优质店铺资源，提升品牌形象和影响力，增强盈利能力。

### 3. 生产基地建设

随着发展战略的逐步实施，发行人未来门店数量将明显增加，当前自制生产产能的缺口将逐步扩大，需要通过建设生产基地，增大生产面积，改善办公和配套设施环境，引进先进生产工艺、先进软硬件设备，吸引技术强、经验丰富的高端人才，进一步巩固和提升公司的市场竞争力。因此，发行人拟在大浪服装产业园进行生产基地建设，引进先进生产线和设备，整合内部供应链，提高快速供

货能力，提升产品工艺水平，保证产品质量，优化生产流程，促进生产管理能力提升，保证生产质量和生产效率。

#### 4. 信息化改造升级

为了更好的实现设计、采购、生产、物流、销售各个环节紧密联系，互相协同合作，实现对业务运行的高效管理，发行人拟深化应用 SAP 系统，优化提升现有的信息管理子系统，力图深度覆盖企划设计、订货会、采购原料、生产管理、物流配送、渠道管理、零售管理等主要业务流程，达到准确、及时的获得经营信息，进行科学、有效的管理，降低业务运营成本，提高业务协同效率，提升公司的管理决策能力以及对供应链的掌控能力。使发行人在信息化管理上具备行业内领先的水平，增强品牌的竞争力，促进发展战略的顺利实现。

### 二、制定发展目标的基本假设条件

发行人上述业务发展计划，是在对市场容量，品牌定位和发展空间等综合因素进行充分考量，并结合多年在高端时装领域的经验制定的，主要依据以下假设条件：

（一）宏观经济、政治和社会环境保持正常、良好的发展态势，国家的基本经济政策不会发生对行业造成重大影响的变化；

（二）各项经营业务遵循的国家和地区现行法律、法规和政策无重大改变。所处行业未发生重大变革，所在领域相关法律法规和国家政策没有不利于行业发展的重大变化；

（三）首次公开发行与上市工作进展顺利，募集资金及时到位，募集资金投资项目如期实施；

（四）经营管理水平能够充分适应经营规模及业务量的快速增长，现有主要竞争优势继续发挥作用；

（五）公司管理人员稳定，未发生关键人员的重大变动，各业务环节人员适量增长并形成良好的人才梯队；

（六）无不可抗力或其他不可预见因素影响。

### 三、实施发展规划的主要困难

目前，公司经营呈现健康增长的良好态势。为了实现发展规划，公司必须不断优化研发、生产、销售及信息化等重要环节。公司面临的主要困难是，随着

国际品牌的进入和国内高端女装市场竞争的日趋激烈，公司需要采取一系列举措保持领先优势，包括坚定自主研发自主创新的发展道路，引进国际一流设计人才，在现有市场环境下进一步拓展营销渠道并深度挖潜，提高生产环节的产能和精细化管理水平等。此外，发行人高素质人才比例亟待提升，加快人才储备，培养未来人才梯队，对公司长远发展具有重要的作用。

#### 四、公司业务发展规划与现有业务的关系

发行人的战略目标及未来三年的发展计划，是基于近20年的行业积累、行业地位、财务实力，在现有的技术条件、营销网络、人才储备、市场影响以及管理能力的基础上制定的。通过发展规划的实施，公司将进一步提高核心竞争力，提升品牌的社会价值和经济价值，增强综合实力。通过发行股票并上市，将为实现上述发展目标提供充足的资金来源和良好的发展平台。

#### 五、本次募集资金运用对实现发展目标的作用

本次公开发行股票募集资金投资项目的实施，对于发行人实现战略目标具有至关重要的现实意义和战略意义：

（一）公开发行股票募集的资金，将有利于发行人快速获得相对稀缺的门店资源，提高渠道的辐射与渗透能力；通过对设计研发环节的投入，使得发行人在设计的人才、设备、技术手段等方面得到提升，巩固其竞争优势；生产能力及信息化管理能力也将得到补充；

（二）本次公开发行股票并上市后，发行人将建立资本市场直接融资渠道，为其未来发展提供资金保障，提高抗风险能力；

（三）通过公开发行股票并上市，有利于进一步提高发行人的品牌知名度，巩固其行业领先地位；

（四）成功上市后，发行人将接受监管机构和社会公众的监督和约束，法人治理结构将进一步完善。

## 第十三节 募集资金运用

### 一、募集资金运用概况

#### （一）预计募集资金总量

经 2014 年第一届董事会第十九次会议和 2014 年第二次临时股东大会审议，公司通过了《关于公司符合首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市条件的议案》、《关于申请首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市的议案》等与本次发行相关的议案。

根据上述议案，公司拟申请向社会公众公开发行人民币普通股（A 股）不超过 5,000 万股，最终发行数量以中国证监会核准的额度为准。发行价格将通过向网下投资者询价的方式或通过发行人与主承销商自主协商直接定价等其他中国证监会认可的方式确定。

经 2016 年第二届董事会第五次会议和 2015 年年度股东大会审议，公司通过了《关于延长公司首次公开发行股票并上市决议有效期的议案》、《关于延长股东大会授权公司董事会办理公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市有关事宜有效期的议案》等议案。

#### （二）募集资金使用计划及备案情况

本次发行新股实际募集资金净额（扣除对应的发行费用后）将全部用于公司主营业务相关的项目，具体如下：

序号	项目名称	投资总额 (万元)	备案文号
1	营运管理中心扩建项目	147,823.30	深龙华发财备案[2016]0029 号
2	大浪设计研发及展示中心建设项目	22,595.02	深龙华发财备案[2016]0028 号
3	制造中心扩建项目	16,245.70	深龙华发财备案[2016]0026 号
4	噢姆营运管理中心扩建项目	11,565.60	深发改核准[2014]0086 号
5	信息化改造升级项目	7,823.55	深龙华发财备案[2016]0025 号
6	补充流动资金	32,000.00	-
合计		238,053.17	-

若本次实际募集资金净额（扣除对应的发行费用后）未达到项目投资所需资金水平，公司将根据上述募集资金投资项目的重要性和紧迫性安排募集资金的具体使用，资金缺口通过自筹方式解决。本次募集资金到位前，公司将根据实际

需要，通过自有资金或银行贷款支持上述项目的实施；待募集资金到位后，将以募集资金置换预先已投入募集资金投资项目的自有资金或偿还前期银行贷款。

### （三）预计募集资金投入的时间进度

本次发行的募集资金到位后，将根据所投资项目的建设进度，在三年内投入使用，按项目列表如下所示：

项目名称	项目投资总额 (万元)	建设 期	资金投资计划（万元）		
			T+12	T+24	T+36
营运管理中心扩建项目	147,823.30	3年	64,261.21	49,073.00	34,489.10
大浪设计研发及展示中心建设项目	22,595.02	2年	8,734.54	13,860.48	-
制造中心扩建项目	16,245.70	2年	7,183.46	9,062.23	-
噢姆营运管理中心扩建项目	11,565.60	3年	3,815.78	3,760.10	3,989.72
信息化改造升级项目	7,823.55	3年	3,129.00	2,187.15	2,507.40
补充流动资金	32,000.00	3年	3,500.00	7,300.00	21,200.00

注 1：T 为募集资金开始投入月份，T+12 表示募集资金投入第一年，以此类推。

### （四）募集资金投向符合规定的说明

公司所属的服装行业是关系民生的重要行业，工信部、发改委、财政部、商务部、中国人民银行、国家工商总局、国家质检总局等七部委联合发布的《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》中明确提出：鼓励符合条件的自主品牌服装、家纺企业上市、发行债券，利用资本市场直接融资。

公司本次公开发行股票募集资金将用于公司的主营业务服装产品的设计、生产与销售，是在目前主营业务基础上进行的设计升级、产能扩充和终端建设，不存在持有交易性金融资产和可供出售金融资产、借予他人、委托理财等财务性投资的计划。公司本次发行募集资金投向的建设项目已经深圳市发展和改革委员会备案，项目的环境影响审查批复或者环境影响报告表已经深圳市宝安区环境保护和税务局或者深圳市人居环境委员会审查通过，且相关建设项目均在公司已经取得的位于深圳市龙华新区大浪服装产业基地的出让地上建设，不涉及新增用地情况。

保荐机构和发行人律师认为：发行人本次公开发行股票募集资金用途不存在违反国家产业政策、投资管理、环境保护、土地管理及其他法律、法规和规章规定的情形。

### （五）募集资金专项存储制度

公司于 2012 年第五次临时股东大会审议通过了《募集资金管理制度（草案）》。根据该项制度，公司通过公开发行证券（包括首次公开发行股票、配股、增发、发行可转换公司债券、分离交易的可转换公司债券、公司债券、权证等）以及非公开发行证券向投资者募集并用于特定用途的资金应当存放于董事会决定的专户集中管理，专户不得存放非募集资金或用作其他用途。

自公司公开发行的股票经核准在深圳证券交易所挂牌交易之日起生效。

## 二、募集资金投资项目前景、可行性和与现有业务的关系分析

### （一）前景和可行性分析

#### 1. 国家政策支持行业以及品牌企业发展

我国是服装大国，国民对“衣食住行”中位居首位的服装的消费需求始终巨大。国家近年来相继颁布了一系列的产业政策大力支持和鼓励纺织服装业的发展，比如《纺织工业调整和振兴规划》（国发[2009]10号）、《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》（工信部联消费[2009]481号）、《纺织工业“十二五”发展规划》等。这些政策均强调了：（1）加快纺织服装行业的结构升级，提高纺织服装自有品牌出口比重，提升我国纺织服装行业在全球产业分工中的地位；（2）大力推进自主品牌建设，支持培育一批在研产销各方面均有较强竞争力的自有品牌；（3）鼓励服装家纺自主品牌企业一方面通过扩大营销网络、加强自主创新和提升管理水平等方式深化挖掘国内市场，另一方面开展国际交流合作，通过海外投资、跨国并购等方式逐步建立海外销售渠道，积极开拓海外市场。

玛丝菲尔近年来的发展顺应了上述政策的核心要义，即坚持自主品牌建设，在深度覆盖国内市场的基础上，尝试在海外设立经营机构，提高民族品牌的国际影响力和竞争力。

此外，玛丝菲尔总部所在地政府近些年来一直大力支持深圳市优势传统产业如服装行业转型升级，引导企业从服装制造业向品牌时尚创意产业转型升级。2003年开始规划建设深圳服装产业集聚基地位于宝安区，是该区目前惟一的市级产业集聚基地，近年来备受国内外服装业界关注。按照《深圳市现代产业体系总体规划（2009-2015）》要求<sup>43</sup>，深圳市服装产业集聚基地是深圳现代制造业向高端延伸，以时尚创意设计产业向规模化、集群化发展的具体载体，是服

<sup>43</sup> [http://sztqb.sznews.com/html/2010-07/22/content\\_1164885.htm](http://sztqb.sznews.com/html/2010-07/22/content_1164885.htm)



装时尚产业打造高端制造中心和时尚创意中心的关键抓手，这为玛丝菲尔获得产业政策支持提供了便利条件。

## 2. 女装行业尤其是高端女装行业的挑战与机遇并存

随着中国女性接受高等教育的机会增多，经济实力增强，高端女装行业市场发展前景十分广阔。近年来，我国高端女装发展很快，与国际先进水平相比，差距也在逐渐缩小。在终端消费市场上，品牌商直接与强势百货商场联姻，与优秀终端加盟商合作。女装生产经营企业正在逐步成熟，品牌经营理念越来越强，生产经营的综合水平逐步提高，优秀企业和企业家陆续涌现，已经出现一批拥有自主品牌，自主开发能力、生产工艺技术、质量管理水平、市场网络建设、营销方式等方面与国际先进水平相近的企业。这类企业主要有玛丝菲尔、朗姿、宝姿、歌力思、维格娜丝等。随着国内服装消费的升级，中高端女装在女装行业的市场份额将继续扩大，正逐渐具备与国际知名品牌女装直接竞争的能力。

此外，我国女装产品具有多变性、周期短的特征，国内女装品牌相应具有强烈的区域色彩，类似发行人渗透全国的服装品牌较少。产业分布具有明显的地域性特征，集聚地主要分布在珠江三角洲、长江三角洲、环渤海地区及东南沿海地区，品牌女装企业也相应的分布在其中，这为全行业的整合和资源的优化配置创造了机遇也带来了挑战。

## 3. 我国男装市场特别是高端男装市场的前景广阔

随着我国人口数量的增加和人们生活水平的提升，我国男装市场特别是高端男装随之发展。根据Euromonitor International数据：（1）我国男装市场销售额2010-2014年的年均复合增长率将达到15.6%<sup>44</sup>，而我国高端男装2003-2009年的年均复合增长率达到26.1%<sup>45</sup>；（2）未来五年，全球成人男士服饰市场的零售额规模将实现4.5%的年均复合增长，到2019年市场规模达到4,770.30亿美元<sup>46</sup>。因此，我国的高端男装市场也存在广阔的市场，为公司玛丝菲尔男装新品牌的发展提供了良好的市场基础。

## 4. 公司产品具有良好的品牌形象和美誉度

公司的品牌形象和美誉度是行业中的佼佼者，为公司项目建设、开拓新市场奠定了良好的基础，有助于公司充分挖掘市场潜力，保障新建营销网络实现销

<sup>44</sup> 来自《广州卡奴迪路服饰股份有限公司首次公开发行股票招股说明书（申报稿）》P60

<sup>45</sup> 来自《广州卡奴迪路服饰股份有限公司首次公开发行股票招股说明书（申报稿）》P60

<sup>46</sup> 来自《宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司首次公开发行股票招股说明书（申报稿）》P112

售和利润目标。

## 5. 公司具备店铺拓展的可行性

直营门店渠道是高端女装企业的宝贵资源。公司旗下的“Marisfrolg”、“MASFER.SU”、“AUM”等品牌具有较高的知名度和美誉度，有利于公司新品牌进入市场。此外，通过培育“Krizia”、“Zhuchongyun”等高端新品牌，也将提升公司获取优质店铺的实力。

经过长期的发展，公司已经形成了一套成熟且完善的店铺拓展制度和管理方法，包括市场分析、市场考察、店铺选择、装修工程管理、陈列管理、人员管理等方面，有助于公司对营销终端的控制，也为门店拓展提供了保障。

### （二）与现有业务的关系

公司成立至今始终专注于高端时装的设计、生产和销售。经过多年的积累，公司品牌影响力、市场竞争力逐渐增强，设计研发能力、产品质量及市场占有率均处于业内前列，产品得到市场肯定，先后获得“广东省著名商标（Marisfrolg）”、“广东省名优产品”、“时尚品牌企业奖”等荣誉。2015年，“Marisfrolg”获得中国驰名商标。自2008年以来，公司“Marisfrolg”品牌女装在全国高端女装综合市场占有率保持前三名，2012-2015年蝉联第一名。截至2016年6月30日，公司在全国200多个城市（包括澳门特别行政区）以及新加坡等国家的中高端商场拥有600余家直营店。随着资产规模和业务规模的不断扩大，公司已经逐步建立了较为完善的公司治理和内部控制制度并随着业务发展不断完善健全。公司严格按照上市公司的要求规范运作，充分发挥股东大会、董事会和监事会在公司治理和内部控制方面的作用。

因此，公司目前已在国内中高端女装市场上具备了一定的领先优势，具备管理较大规模资产及投资项目的经验和能力。本次募集资金投资总额为238,053.17万元，与公司现有的财务状况、技术水平和管理能力是相适应的。本次募投项目均围绕公司主营业务进行，分别用于旗下主要品牌的营销网络建设、设计研发及展示中心建设、生产制造基地扩建以及信息系统优化等。本次项目的实施一方面将进一步深耕细作国内的营销网络，扩大目标客户群，提升客户体验；另一方面将提升公司研发设计、自主生产和信息系统管理能力，提高公司核心竞争力。募投项目建成之后，公司将在设计、生产、销售、信息化管理等方

面得到全面的提升，为公司现有产品和未来新品的持续供应提供可靠的报账，真正为未来进军世界、比肩国际时尚集团打下坚实基础。

报告期各期，公司的营业收入总额分别为 184,883.13 万元、220,822.53 万元、247,989.57 万元和 104,270.86 万元，实现利润总额分别为 75,748.83 万元、89,444.37 万元、95,175.88 万元和 25,965.02 万元，盈利能力较强，且募集资金到位后将进一步增强公司的盈利能力，公司的财务状况能够有效的支持募集资金投资项目的建设和实施。

经分析，公司董事会认为：公司本次募投项目与主营业务密切相关，与公司的现有经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应。项目具有较好的市场前景和盈利能力，建成后将进一步扩大公司业务规模，提升公司盈利能力，提高公司品牌知名度和市场占有率，能够为股东创造更大价值。项目实施后不产生同业竞争情况，也不会对发行人的独立性产生不利影响。

### 三、募集资金投资项目简介

#### （一）营运管理中心扩建

##### 1. 项目概述

本项目拟自建旗舰店 1 个，购置旗舰店 5 个；新建商场直营店 267 个，优化商场直营店 150 个；新建购物中心直营店 55 个。此外，男装新品牌的投入计划为：第一年和第二年各自选择 15 家“Marisfrolg”女装品牌店设立男装销售专区，第三年男装品牌将以独立门店运营，新建男装品牌直营店 60 家。

项目总投资为 147,823.30 万元，具体构成如下表所示：

序号	工程或费用名称	投资估算（万元）				占项目总投资比例
		T+12	T+24	T+36	总计	
一	<b>建设投资</b>	<b>58,313.43</b>	<b>41,810.49</b>	<b>22,482.92</b>	<b>122,606.83</b>	<b>82.94%</b>
1	工程费用	57,170.03	40,990.67	22,042.08	120,202.78	81.32%
1.1	场地土建及购置费用	39,117.33	11,638.22	5,760.00	56,515.55	38.23%
1.2	装修工程费用	18,052.70	29,352.45	16,282.08	63,687.23	43.08%
1.2.1	装饰费用	8,462.93	13,944.19	7,415.66	29,822.77	20.17%
1.2.2	道具、灯具等费用	8,432.16	13,523.26	7,847.60	29,803.02	20.16%
1.2.3	设计费用	1,157.61	1,885.01	1,018.82	4,061.43	2.75%
2	工程建设其他费用	1,143.40	819.81	440.84	2,404.06	1.63%
二	<b>基本预备费</b>	<b>2,915.67</b>	<b>2,090.52</b>	<b>1,124.15</b>	<b>6,130.34</b>	<b>4.15%</b>
三	<b>铺底流动资金</b>	<b>3,032.11</b>	<b>5,171.98</b>	<b>10,882.04</b>	<b>19,086.13</b>	<b>12.91%</b>
	<b>项目总投资</b>	<b>64,261.21</b>	<b>49,073.00</b>	<b>34,489.10</b>	<b>147,823.30</b>	<b>100.00%</b>

项目总投资中最主要构成部分为建设投资，投资估算为 122,606.83 万元，

占项目总投资的比例为 82.94%，其中主要包括场地土建及购置费用的投资估算 56,515.55 万元，和装修工程费用的投资估算 63,687.23 万元。具体构成如下：

### （1）场地土建及购置费用

场地土建及购置费用全部来自于自建和购置旗舰店所需，具体构成如下表所示：

序号	城市 & 类别	占地面积 (m <sup>2</sup> )	单价 (元/m <sup>2</sup> )	投入时间			总金额 (万元)
				T+12	T+24	T+36	
一	自建旗舰店-深圳	15,469	9,500	8,817.33	5,878.22	-	14,695.55
二	购置旗舰店	10,200		30,300.00	5,760.00	5,760.00	41,820.00
1	北京	2,600	55,000	14,300.00	-	-	14,300.00
2	天津	2,000	40,000	8,000.00	-	-	8,000.00
3	南京	2,000	40,000	8,000.00	-	-	8,000.00
4	福州	1,800	32,000	-	5,760.00	-	5,760.00
5	杭州	1,800	32,000	-	-	5,760.00	5,760.00
合计		25,669		39,117.33	11,638.22	5,760.00	56,515.55

### （2）装修费用

装修工程费用的具体构成如下表所示：

门店	类别	城市/品牌	数量	面积 (m <sup>2</sup> )	单价 (元/m <sup>2</sup> )	投资估算（万元）			
						T+12	T+24	T+36	合计
旗舰店	自建	深圳	1	15,469	10,901.00	-	16,862.76	-	16,862.76
	购置	北京等5个城市	5	10,200	9,901.00	6,540.60	1,783.80	1,783.80	10,108.20
	合计		6	25,669		6,540.60	18,646.56	1,783.80	26,970.96
百货商场店	新建	Marisfrolg	67	10,050	7,266.00	2,724.75	2,724.75	1,852.83	7,302.33
		MASFER.SU	200	20,000	4,031.00	3,224.80	2,418.60	2,418.60	8,062.00
		小计	267	30,050		5,949.55	5,143.35	4,271.43	15,364.33
	优化	Marisfrolg	100	4,680	7,266.00	1,336.94	1,336.94	726.60	3,400.49
		MASFER.SU	50	2,500	4,031.00	403.10	403.10	201.55	1,007.75
		小计	150	7,180		1,740.04	1,740.04	928.15	4,408.24
合计		417	37,230		7,689.59	6,883.39	5,199.58	19,772.57	
购物中心店	新建	Marisfrolg	41	9,970	9,009.00	3,252.25	3,252.25	2,477.48	8,981.97
		MASFER.SU	14	2,100	4,697.00	352.28	352.28	281.82	986.37
		合计	55	12,070		3,604.52	3,604.52	2,759.30	9,968.34
男装	新建	男装品牌	90	9,600	7,266.00	217.98	217.98	6,539.40	6,975.36
总计			568	84,569		18,052.69	29,352.45	16,282.08	63,687.23

注：单价系装饰费用、道具灯具等设施费用和设计费用三者之和。

## 2. 必要性分析

### （1）项目建设是实现公司发展战略的重要途径

公司未来发展的战略目标是成为国内高端女装品牌的领导者，同时延伸发展公司高端男装品牌，打造国际高端时装第一民族品牌。要实现该目标，公司必须首先进一步扩大国内的市场占有率和品牌影响力。但从目前营销网络的布局情

况来看，公司的店铺更多集中在省会城市、直辖市。而随着地级市、县级市的发展，居民收入水平的提高，公司的产品在这些地区也存在巨大的市场潜力，因此公司建设本项目对实现公司发展战略有两方面的积极意义：

一方面，从网点数量来看，公司的旗舰店虽然数量较少，但销售收入表现较为突出。与国外顶级女装品牌的发展思路相一致，本项目拟在国内主要城市建设大型旗舰店，不仅有利于促进公司未来收入的增长，而且能够为VIP客户提供体验式服务，提升服务质量。同时旗舰店的建设还将传递品牌形象，深度挖掘重点城市的潜在市场，对其他类型的直营店起到示范作用。

另一方面，本项目还将进一步深化直营店在省会城市和直辖市重点商圈的覆盖程度，巩固发达城市的竞争优势，逐步实现对地级市和县级市的市场开发，实现营销网络的全面覆盖与优化，扩大公司产品的市场占有率和市场竞争力。

### （2）项目建设有利于优化营销网络布局，增强市场竞争地位

直营终端的数量和布局对公司的发展至关重要。截至2016年6月30日，公司拥有直营店达683家。与竞争对手相比，公司营销网络仍存在数量优势并不明显，部分城市的高端商业圈资源不足，部分核心商业中心覆盖深度不够等问题。特别是“MASFER.SU”品牌的营销网点建设仍相对薄弱，国内主要一二线城市的营销终端，与其发展速度 and 市场需求不相匹配。

本项目将通过新建旗舰店、新建直营店和优化现有直营店的方式，主要针对经济发达的重点城市以及快速发展的潜力城市中尚未覆盖的重要商圈，一方面形成对现有营销网络的补充，另一方面与现有营销网点形成协同效应，对现有营销网点的销售起到积极的促进作用，从而在提升市场控制能力和强化竞争能力的同时，实现营业收入和市场占有率的稳步增加。

### （3）项目的建设有利于提升品牌形象和影响力

终端营销网络直接面对消费者，使消费者对品牌的关注转化为对终端店铺形象的关注，店铺将成为公司品牌宣传的渠道和载体。

从品牌推广趋势来看，大面积、高质量的旗舰店已成为了高端品牌服饰企业进行产品推广和品牌宣传的必然选择。旗舰店一方面通过大面积的店铺空间集中展示公司的各种产品，通过精美的装修和道具、灯光的完美组合，营造出宽松、愉悦的购物环境，让客户更全面、更深刻的理解公司的品牌文化；另一方面，旗舰店更加注重体验式营销服务，为VIP顾客提供舒适的体验环境和更周到的服

务，提高公司顾客的忠诚度。目前公司的旗舰店数量较少且店铺面积偏小，难以发挥品牌形象展示等部分高端功能，在一定程度上制约了品牌的发展。为了有效提升营销终端网络的店铺形象，本项目将在国内经济发达的核心商业城市建立 6 家旗舰店，提升客户体验服务的档次。

同时，随着品牌营销意识的增强，高端女装品牌的装修档次也逐渐升级，门店面积进一步扩大。本项目中，公司将加强商场直营店和购物中心直营店的建设，一方面将对现有的营销网点进行面积扩大和装修升级，提升原有店面的品牌形象；另一方面通过核心商圈的店铺建设，进行品牌形象的宣传，加强客户和潜在消费群体对产品品牌价值的认同，也使 VIP 客户对公司的品牌更有信心。

#### （4）项目的建设有利于企业获取优质的店铺资源

国内核心商业城市的商业中心是零售业务的理想场所，同时也是比较稀缺的资源，特别是对具有一定品牌影响力、聚焦高端市场的零售产品，优质店铺资源已成为其发展的重要战略资源，这也导致零售行业品牌商对于省会城市和直辖市商业中心店铺资源的争夺也非常激烈。

本项目将在国内主要的商业城市的核心商业中心建设公司的旗舰店，在省会城市和直辖市的商圈开设商场直营店，在城市新建的购物中心抢先占领优质店铺位置。通过项目的建设将为公司获取优质的店铺资源，将为公司带来良好的持续发展竞争优势。首先，商业中心的消费能力较强，符合公司产品高端的定位，增加公司的销量，有效实现公司的销售目标。其次，通过占据核心商圈资源，提升产品的档次与形象，树立公司高端的品牌形象，形成竞争优势，逐步形成具备与国际一线品牌竞争的能力。同时，购物中心是未来发展的趋势，在购物中心开店有利于提升公司品牌形象。公司通过城市商业中心、核心商圈和购物中心店铺资源的建设，将扩大公司品牌的影响力，有效覆盖周边的营销网点，增强公司产品市场整体竞争力，这些资源获得对公司的发展具有重要的战略意义。

#### （5）玛丝菲尔男装品牌的项目建设为公司的发展注入新的活力

##### ①项目建设符合公司品牌发展战略，为公司提供新的利润增长点

公司未来发展战略是凭借在高端女装行业的地位，逐步拓展到高端男装等时尚产业。目前，国内高端男装品牌同国际高端男装品牌的差距较大，国内具备类似“Marisfrolg”女装品牌市场地位的高端男装品牌较少。公司进军高端男装市场填补了国内高端男装领域的空白，既符合国家引导服装企业进行自主品牌建

设的产业政策，也有利于实现公司战略。

随着人们生活水平提高，衣着消费水平提升，我国高端男装和高端女装都存在巨大的市场容量。公司在男装品牌的延伸发展，将为公司提供新的利润增长点，进一步扩大公司的业务规模。另外，玛丝菲尔男装品牌项目的建设使公司由单一的高端女装市场运营变为在多个细分市场同时运营，实现多元化的产品结构，有利于实现规模效应，在分散经营风险的同时增强综合竞争力。

### ②公司具备进军高端男装品牌的条件

目前公司已经具备了进军高端男装品牌的几大条件：第一，公司拥有遍布全国的销售渠道资源，拥有了一批忠实的客户，这为男装品牌的开拓打下了良好的渠道基础；第二，玛丝菲尔女装品牌在市场上有大量忠诚的消费者，树立了良好的品牌形象，这为男装品牌的迅速发展提供了良好品牌基础；第三，一般市场研究表明，按照中国家庭传统消费习惯来看，男性服装通常由女性伴侣购买或陪同购买，这说明公司高端男装品牌存在巨大的潜在需求。而且公司擅于对国内客户需求进行研究，也将为挖掘男装品牌客户提供了良好的市场条件；第四，玛丝菲尔男装品牌将集合意大利顶级设计师和公司现有设计师的力量，面料使用国外进口，确保产品的设计风格和质量符合高端男装消费者的定位。

### 3. 项目建设方案的制定

本项目建设在不改变现有经营模式的前提下，充分利用公司的品牌优势、渠道优势、产品优势及管理优势，加强对营销渠道关键节点的控制力，支持本公司品牌的可持续性发展。

本项目营运管理中心扩建将按照公司对于营销渠道的建设原则执行，主要遵循以下原则：（1）重点区域覆盖和空白区域填充的原则；（2）原有的经营模式不变，加强营运管理中心的建设与优化的原则；（3）提升店铺的形象展示和全面营销功能的原则。

#### ①店铺选址的主要考虑因素

序号	选址因素	主要指标
1	城市经济发展水平	经济总量、人均 GDP、产业结构、城市规划、商业规划、基础设施建设等
2	城市自然环境和人文环境	历史沿革、气候特征、风土人情、文化氛围、生活习惯等
3	人口数量及人口结构	人口数量、男女比例构成、年龄构成、教育背景、职业构成等

序号	选址因素	主要指标
4	收入水平和消费能力	人均可支配收入、消费水平、消费结构、消费习惯、消费理念、消费趋势变化等
5	高端服装市场容量和市场密度	消费总量、消费结构、竞争状况等
6	商业形态及分布	商业结构、商业氛围、商业区域分布等
7	店铺位置	所处商圈、交通状况、客流量、同类店铺聚集程度、租金水平等

## ②运营管理中心扩建流程

### A. 位置选择

门店具体选址主要考虑商圈内本品牌原有店铺的分布情况，同时调查人流、周边品牌、店铺权属等，尽量靠近商场人流主动线。面积上，依据公司原则，按照不同的营销终端渠道和不同品牌特征的要求进行选择。

### B. 经营评估

当选好店铺后，需要对店铺制定具体经营计划，主要包括：开店前对所在区域的顾客群体进行市场调查，预测营业额，同时结合运营管理中心所要体现的功能，对人力资源配备、商品组合策略、商品陈列、商品价格等都作相应的规范。

### C. 门店装修

装修主要根据实际租赁/购买的店铺情况，结合公司总部制定的装修标准，邀请有资质的装修单位进行装修工程招标。在装修过程中，店铺的风格、色彩、招牌、内部格局等必须严格执行公司总部制定的标准，统一企业形象。

### D. 开业经营

做好充分的开业准备，就可以进行铺货经营。在经营过程中，改进商品配置、陈列设计等，制定精确的促销策略，并在辐射范围内与顾客、加盟商建立良好的公共关系，并做好顾客的档案建立和回馈系统。

## 4. 项目建设用地及选址

### （1）旗舰店

#### ①自建

为了进一步增强对周边城市的直营店的辐射能力，公司在总部所在城市深圳市龙华区大浪镇大浪服装产业园采取自建的方式新建一家旗舰店。该旗舰店分2年进行建设，选址地块的土地使用权取得方式为出让，已取得编号为深房地字第5000560898号的土地使用权证，证载土地面积为49,869.79平方米，土地用途为工业用地。



## ②购置

根据现有营销网络的特点及战略规划，公司选择北京等 5 个直辖市或省会城市，以购置优质商铺的方式新建 5 家旗舰店，分 3 年进行建设，其中北京旗舰店、天津旗舰店和南京旗舰店将在第 1 年开始建设，福州旗舰店拟于第 2 年开始建设，杭州旗舰店将于第 3 年开始建设。

上述六家家旗舰店均将以各类门店中的最高标准进行装修并配备相应水准的店长和销售人员，同时精选旗下女装品牌的每季新款女装进行分区陈列，统一销售，提升品牌的美誉度和公司的整体形象。

### （2）百货商场店

#### ①新建

经过市场调研和初步的店铺筛选，同时在项目实施前将进一步进行严谨的评估，公司将根据店铺所在地实际经济发展情况逐步实施直营店铺的建设。本项目将按计划分 3 年、在 69 个城市采取与商场联营方式新增“Marisfrolg”或“MASFER.SU”两个品牌的百货商场店共 267 个，其中第一年建设 105 个，第二年建设 85 个，第三年建设 77 个，具体城市分布情况如下表所示：

序号	城市	Marisfrolg		MASFER.SU		合计	
		数量	门店面积(m <sup>2</sup> )	数量	门店面积(m <sup>2</sup> )	数量	门店面积(m <sup>2</sup> )
1	北京	1	150	5	500.00	6	650.00
2	上海	2	300	5	500.00	7	800.00
3	广州	2	300	3	300.00	5	600.00
4	深圳	2	300	4	400.00	6	700.00
5	哈尔滨	1	150	3	300.00	4	450.00
6	长春	1	150	3	300.00	4	450.00
7	沈阳	1	150	4	400.00	5	550.00
8	天津	1	150	3	300.00	4	450.00
9	石家庄	1	150	3	300.00	4	450.00
10	太原	1	150	2	200.00	3	350.00
11	呼和浩特	1	150	3	300.00	4	450.00
12	乌鲁木齐	1	150	3	300.00	4	450.00
13	拉萨	1	150	2	200.00	3	350.00
14	银川	1	150	3	300.00	4	450.00
15	济南	2	300	4	400.00	6	700.00
16	郑州	2	300	4	400.00	6	700.00
17	西安	1	150	5	500.00	6	650.00
18	兰州	1	150	2	200.00	3	350.00
19	西宁	1	150	2	200.00	3	350.00
20	南京	2	300	4	400.00	6	700.00
21	杭州	2	300	4	400.00	6	700.00
22	武汉	1	150	3	300.00	4	450.00

序号	城市	Marisfrolg		MASFER.SU		合计	
		数量	门店面积(m <sup>2</sup> )	数量	门店面积(m <sup>2</sup> )	数量	门店面积(m <sup>2</sup> )
23	成都	1	150	4	400.00	5	550.00
24	重庆	1	150	3	300.00	4	450.00
25	南昌	1	150	3	300.00	4	450.00
26	长沙	1	150	4	400.00	5	550.00
27	福州	1	150	3	300.00	4	450.00
28	贵阳	1	150	2	200.00	3	350.00
29	昆明	2	300	4	400.00	6	700.00
30	南宁	1	150	3	300.00	4	450.00
31	海口	1	150	3	300.00	4	450.00
32	珠海	1	150	3	300.00	4	450.00
33	三亚	1	150	2	200.00	3	350.00
34	鞍山	0	0	2	200.00	2	200.00
35	吉林	1	150	2	200.00	3	350.00
36	大连	2	300	4	400.00	6	700.00
37	唐山	1	150	2	200.00	3	350.00
38	青岛	1	150	3	300.00	4	450.00
39	无锡	1	150	3	300.00	4	450.00
40	苏州	1	150	4	400.00	5	550.00
41	扬州	1	150	4	400.00	5	550.00
42	常州	1	150	4	400.00	5	550.00
43	绍兴	0	0	2	200.00	2	200.00
44	江阴	1	150	3	300.00	4	450.00
45	宁波	1	150	3	300.00	4	450.00
46	厦门	1	150	3	300.00	4	450.00
47	牡丹江	1	150	2	200.00	3	350.00
48	赤峰	1	150	2	200.00	3	350.00
49	张家口	1	150	2	200.00	3	350.00
50	榆林	1	150	3	300.00	4	450.00
51	淮安	0	0	2	200.00	2	200.00
52	湖州	1	150	2	200.00	3	350.00
53	景德镇	1	150	3	300.00	4	450.00
54	张家界	1	150	3	300.00	4	450.00
55	株洲	1	150	3	300.00	4	450.00
56	永州	1	150	2	200.00	3	350.00
57	郴州	1	150	3	300.00	4	450.00
58	中山	0	0	3	300.00	3	300.00
59	汕尾	1	150	2	200.00	3	350.00
60	茂名	1	150	2	200.00	3	350.00
61	东莞	1	150	3	300.00	4	450.00
62	江门	1	150	2	200.00	3	350.00
63	攀枝花	0	0	2	200.00	2	200.00
64	佳木斯	0	0	2	200.00	2	200.00
65	四平	0	0	2	200.00	2	200.00
66	通化	0	0	2	200.00	2	200.00
67	忻州	0	0	2	200.00	2	200.00
68	桂林	0	0	2	200.00	2	200.00

序号	城市	Marisfrolg		MASFER.SU		合计	
		数量	门店面积(m <sup>2</sup> )	数量	门店面积(m <sup>2</sup> )	数量	门店面积(m <sup>2</sup> )
69	柳州	0	0	2	200.00	2	200.00
合计		67	10,050	200	20,000	267	30,050

## ②优化

为进一步提升客户体验服务的档次，公司拟选择现有商场直营店中的 100 家“Marisfrolg”品牌店铺和 50 家“MASFER.SU”品牌店铺进行扩张和优化，共新增面积 7,180 平方米，计划分三年进行。

### （3）购物中心店

由于购物中心是未来消费的趋势和主力，公司在新店的布局规划上逐步加大了购物中心店的比重。未来三年内将新建专营“Marisfrolg”品牌的购物中心店 41 家和专营“MASFER.SU”品牌的购物中心店 14 家，具体城市分布情况如下表所示：

序号	城市	Marisfrolg		MASFER.SU		合计	
		数量	门店面积(m <sup>2</sup> )	数量	门店面积(m <sup>2</sup> )	数量	门店面积(m <sup>2</sup> )
1	北京	2	500	1	150	3	650
2	上海	2	500	1	150	3	650
3	广州	2	500	1	150	3	650
4	深圳	2	500	1	150	3	650
5	哈尔滨	1	250	1	150	2	400
6	长春	1	250	0	0	1	250
7	沈阳	1	250	1	150	2	400
8	天津	1	250	1	150	2	400
9	石家庄	1	250	0	0	1	250
10	太原	1	250	0	0	1	250
11	呼和浩特	1	250	0	0	1	250
12	乌鲁木齐	1	250	0	0	1	250
13	济南	1	250	0	0	1	250
14	郑州	1	250	0	0	1	250
15	西安	1	250	1	150	2	400
16	南京	1	250	1	150	2	400
17	杭州	1	250	1	150	2	400
18	武汉	1	250	1	150	2	400
19	成都	1	250	1	150	2	400
20	重庆	1	250	1	150	2	400
21	长沙	2	500	1	150	3	650
22	福州	1	250	0	0	1	250
23	贵阳	1	250	0	0	1	250
24	昆明	1	250	0	0	1	250
25	南宁	1	250	0	0	1	250
26	海口	1	250	0	0	1	250
27	珠海	1	250	0	0	1	250

28	三亚	1	250	0	0	1	250
29	大连	1	250	0	0	1	250
30	青岛	1	250	0	0	1	250
31	无锡	1	250	0	0	1	250
32	苏州	1	250	0	0	1	250
33	扬州	1	250	0	0	1	250
34	常州	1	250	0	0	1	250
35	厦门	2	500	0	0	2	500
合计		<b>41</b>	<b>10,250</b>	<b>14</b>	<b>2,100</b>	<b>55</b>	<b>12,350</b>

#### （4）男装品牌店

为了充分利用原有品牌的经营效益，公司将在第一年和第二年各精选 15 家“Marisfrolg”品牌店（8 家百货商场店，7 家购物中心店）后，每家店中划出 20 平方米设立男装销售专区。从第三年开始，男装品牌将自设门店，其具体城市分布情况如下表所示：

序号	城市	男装品牌	
		数量	店面面积
1	北京	3	450
2	上海	2	300
3	广州	3	450
4	深圳	3	450
5	哈尔滨	2	300
6	长春	2	300
7	沈阳	2	300
8	大连	2	300
9	天津	3	450
10	石家庄	1	150
11	太原	3	450
12	郑州	2	300
13	西安	2	300
14	青岛	2	300
15	南京	2	300
16	杭州	2	300
17	苏州	2	300
18	扬州	1	150
19	厦门	2	300
20	福州	1	150
21	武汉	3	450
22	成都	3	450
23	重庆	2	300
24	长沙	2	300
25	三亚	1	150
26	珠海	2	300
27	佛山	2	300
28	东莞	3	450
合计		<b>60</b>	<b>9,000</b>

## 5. 项目实施进度

本项目的建设期为 36 个月。目前公司开始前期筹备工作，根据公司计划及项目整体进度，计划分六个阶段实施完成，包括店铺建设/购买/租赁、店铺装修、设备采购运输、设备安装调试、人员招聘培训、试运营。项目预计建设进度安排如下：

阶段/时间(月)	T+1 至 T+36																																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36		
可行性研究	■	■	■																																			
店铺设立				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■										
店面装修				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■								
设备采购						■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■									
人员招聘及培训							■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
试运营							■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

## 6. 环境和生态影响分析

### （1）生态环境影响因素分析

#### ①主要污染物

##### A. 建设期

项目建设期，产生的污染物主要有施工期扬尘、建筑过程中的无机类废物等建筑垃圾、施工阶段的噪声等。

##### B. 运营期

本项目实施后，在营销终端网络运营过程中产生的污染物主要为员工生活垃圾。

#### ②环境保护措施方案

##### A. 建设期

项目在建设期根据所产生的污染物采取合理的防治措施：在施工期间，采用挡隔板与其他店铺相隔离，避免扬尘影响，尽可能以液压工具代替气压冲击工具，减少噪声的强度；建设单位应在施工现场设置一些声屏障设施，阻挡噪声的传播。

##### B. 运营期

项目在运营过程中的生活垃圾经由环卫部门或商场物业统一收集处理，不会对环境产生影响。

### （2）环境保护综合结论

本项目已经得到《深圳市宝安区环境保护和水务局建设项目环境影响审查批复》（深龙华环批[2014]100152号）的批准。本项目在生产经营过程中，将遵守相关的环保法律法规，切实有效的实施相应的环境保护措施，妥善处理处置各类污染物，从而本项目对周围环境的负面影响能够得到有效控制。从环境保护角度分析，本项目的建设和所选地址是可行的。

## 7. 经济效益分析

本项目的经济效益指标如下表所示：

序号	项目	指标值	单位
1	销售收入（达产当年）	215,956.31	万元
2	利润总额（达产当年）	71,664.54	万元
3	净利润（达产当年）	53,748.41	万元
4	投资利润率	36.77%	-

序号	项目	指标值	单位
5	税后内部收益率	31.05%	-
6	税后静态投资回收期（含建设期）	5.2	年

## （二）大浪设计研发及展示中心建设

### 1. 项目概况

本项目将结合政府相关部门对大浪服装产业园的定位，在玛丝菲尔现有的时装设计研发实力基础上，通过进一步改善工作环境、添置高端设备和引进高端人才，打造国际一流的高档时装设计研发中心和新产品发布中心。同时本项目的建设将通过为高端研发设计人才提供一流的工作环境，增强对全国乃至世界优秀的设计研发人才的吸引力，从而为公司打造一支世界一流的时装设计研发队伍。

本项目总投资为 22,595.02 万元，具体构成如下表所示：

序号	工程或费用名称	投资估算（万元）			占项目总投资比例
		T+12	T+24	总计	
<b>1</b>	<b>工程建设</b>	<b>7,778.61</b>	<b>10,192.94</b>	<b>17,971.55</b>	<b>79.54%</b>
1.1	建设投资	7,778.61	3,333.69	11,112.30	49.18%
1.2	装修工程	-	5,614.38	5,614.38	24.85%
1.3	安装工程	-	999.87	999.87	4.43%
1.4	室外工程	-	245.00	245.00	1.08%
<b>2</b>	<b>设备购置费</b>	-	<b>2,947.52</b>	<b>2,947.52</b>	<b>13.04%</b>
2.1	硬件设备	-	831.22	831.22	3.68%
2.2	软件设备	-	2,116.30	2,116.30	9.37%
<b>3</b>	<b>工程建设其他费用</b>	<b>540.00</b>	<b>60.00</b>	<b>600.00</b>	<b>2.66%</b>
3.1	勘查设计费	200.00	-	200.00	0.89%
3.2	工程监理费	100.00	-	100.00	0.44%
3.3	工程管理费用等	160.00	-	160.00	0.71%
3.4	临时设施费	-	60.00	60.00	0.27%
3.5	其他费用	80.00	-	80.00	0.35%
<b>4</b>	<b>基本预备费</b>	<b>415.93</b>	<b>660.02</b>	<b>1,075.95</b>	<b>4.76%</b>
<b>5</b>	<b>项目总投资</b>	<b>8,734.54</b>	<b>13,860.48</b>	<b>22,595.02</b>	<b>100.00%</b>

本项目总投资中最主要构成部分为工程建设，投资估算为 17,971.55 万元，占项目总投资的比例为 79.54%。工程建设由四部分组成，其中主要包括建设投资的投资估算 11,112.30 万元和装修工程的投资估算 5,614.38 万元。各项的具体构成如下表所示：

序号	投资内容	建筑面积（m <sup>2</sup> ）	单价（元/m <sup>2</sup> ）	总投资金额（万元）	投资时间	
					T+12	T+24
<b>1</b>	<b>建设投资</b>	<b>13,073.29</b>		<b>11,112.30</b>	<b>7,778.61</b>	<b>3,333.69</b>
1.1	设计中心	2,344.25	8,500.00	1,992.61	1,394.83	597.78
1.2	技术中心	4,579.25	8,500.00	3,892.36	2,724.65	1,167.71



序号	投资内容	建筑面积 (m <sup>2</sup> )	单价 (元/m <sup>2</sup> )	总投资金额(万 元)	投资时间	
					T+12	T+24
1.3	新产品发布中心	3,075.19	8,500.00	2,613.91	1,829.74	784.17
1.4	地下车库配套	3,074.60	8,500.00	2,613.41	1,829.39	784.02
<b>2</b>	<b>装修工程</b>	<b>9,998.69</b>		<b>5,614.38</b>	-	<b>5,614.38</b>
2.1	设计中心	2,344.25	5,000.00	1,172.13	-	1,172.13
2.2	技术中心	4,579.25	5,000.00	2,289.63	-	2,289.63
2.3	新产品发布中心	3,075.19	7,000.00	2,152.63	-	2,152.63
<b>3</b>	<b>安装工程</b>	<b>9,998.69</b>		<b>999.87</b>	-	<b>999.87</b>
<b>4</b>	<b>室外工程</b>			<b>245.00</b>	-	<b>245.00</b>
	合计	-	-	<b>17,971.55</b>	<b>7,778.61</b>	<b>10,192.94</b>

## 2. 必要性分析

### （1）顺应行业发展趋势，有利于稳固公司的行业地位

高端女装产品的时尚性、个性化、面料质量、剪裁是否合身等成为市场竞争力的直接体现，其中衡量产品时尚性的款式设计、色彩搭配也成为影响高端女装销售的关键因素。而在当前我国高端女装领域，部分企业的设计研发仅限于对国外品牌服装款式的简单抄袭和模仿上，其生产经营还处于劳动密集型、粗放型的状况，服装的科技含量低、原创设计较少。因此逐步提升设计研发能力，是我国高端女装行业保持持续发展的必然趋势。

尽管玛丝菲尔已经拥有实力较强的设计研发中心及经验丰富的设计研发队伍，整体设计研发实力已经具有一定优势。但是，公司的高级设计研发人才仍需要扩充，团队实力仍需要进一步提高，相关设计研发设备也需要进一步升级，以适应国际品牌冲击下竞争日益激烈的高端女装市场。公司拟在深圳大浪服装产业园新建设计研发中心，购置一批先进的设备，以优越的办公环境和优厚的福利待遇引进一批高级设计研发人才，以增强自主创新能力，使企业能够灵活应对未来的市场竞争。

### （2）有利于提升公司设计研发水平和增强市场竞争力

玛丝菲尔品牌知名度、市场占有率、经营业绩等在行业内均保持着较高水平，但是，面对国际知名女装品牌的强势竞争，玛丝菲尔依然存在失去市场领先地位的威胁。因此，为实现战略目标和增强市场竞争力，玛丝菲尔必须进一步提高设计研发的水平。

本项目的建设将为玛丝菲尔打造一个现代化的集产品设计研发、展示发布和客户体验于一体的平台。该平台各个功能模块相互促进，实现人才培养、产品

发布、客户反馈等功能，为设计研发水平的进一步提升提供支持。

**（3）有利于满足公司市场规模扩张后对设计研发能力的要求**

根据玛丝菲尔的发展战略，在未来几年内各品牌均要继续加大营销网络扩张的步伐，这对公司的设计研发能力提出了更高的要求。目前，设计研发中心作为玛丝菲尔的核心部门之一，由公司创始人直接领衔，并聘请了多位台湾知名设计师，以确保产品卓越的设计质量。目前公司研发部门的设计款色已能够基本满足市场的需求，但其设计研发能力已达到饱和状态。因此，随着公司门店数量的增加，亟需招募新的设计研发人员、配备先进的设备、改善工作环境，从而扩大公司的设计研发产能以满足市场的需求。

**（4）项目建设有利于提升公司品牌形象，是实现公司战略目标的必然举措**

本项目的建设将设计研发中心和展示发布中心进行有效整合，把公司的最新设计研发成果通过新品发布会、季度订货会、内部款式品评会等形式有效的传达给时尚媒体、加盟商、客户等。其中，新品发布会以宣传企业形象和推销时装为目的，将融合时装走秀和动态展示等国际化运作方式，通过模特把服装、音乐、表演融为一体，达到高度完美的艺术统一，力图将玛丝菲尔的新品发布会打造成业界具有影响力的活动，从而持续提升玛丝菲尔旗下各品牌的形象。

### **3. 建设方案和人员配置**

**（1）建设方案**

时装设计研发中心包含两个模块，分别是设计中心和技术中心，其面积分别为 2,344.25 和 4,579.25 平方米，其中设计中心主要负责对全球时装流行趋势信息、面辅料搭配、新工艺、新技术等进行研究，还包括建立健全公司的设计研发制度、产品创意、产品设计，以及产品设计质量控制等工作；技术中心主要负责在设计图样的基础上，进行版型的设计和改进，提高服装的舒适度，并进行纸样和样衣的制作。

时装新产品展示和发布中心面积为 3,075.19 平方米，其主要作用是结合公司当前的运营模式，为公司产品提供最佳的展示平台，不仅有利于新产品的销售，还为公司的形象宣传提供强有力的后台支持。

地下车库及配套面积为 3,074.60 平方米，主要为公司员工车辆的停放场所。

**（2）人员配置**

为保证本项目的顺利实施，设计研发中心需招聘设计研发、打板、质检、

管理等人员，新产品发布及展示中心需招聘相模特、时尚建议者等人员，项目人员具体需求如下：

序号	部门/岗位	人数	年均工资 (万元/人)	工资总额（万元）	
				T+12	T+24
<b>1</b>	<b>设计研发中心</b>	<b>32</b>			
1.1	设计研发总监	2	100	-	200.00
1.2	首席设计师	5	50	-	250.00
1.3	设计师	11	20	-	220.00
1.4	设计助理	14	12	-	168.00
<b>2</b>	<b>技术中心</b>	<b>142</b>		-	-
2.1	打板师	23	10	-	230.00
2.2	质检员	37	6	-	222.00
2.3	跟单员	19	6	-	114.00
2.4	样管员	13	5	-	65.00
2.5	板房技术工厂	50	5	-	250.00
<b>3</b>	<b>新产品发布及展示中心</b>	<b>54</b>		-	-
3.1	管理人员	12	10	-	120.00
3.2	策划人员	10	15	-	150.00
3.3	模特	10	7	-	70.00
3.4	时尚建议者	22	7	-	154.00
	<b>合计</b>	<b>228</b>	-	-	<b>2,213.00</b>

#### 4. 主要设备选择

##### (1) 硬件设备

序号	设备名称	型号	数量 (台/套)	单价 (万元/台/套)	金额 (万元)	是否进口(Y/N)	分年投资计划	
							T+12	T+24
<b>1</b>	<b>设计研发中心</b>							
<b>1.1</b>	<b>样衣开发设备</b>				<b>284.92</b>		-	<b>284.92</b>
	兄弟电脑平车	S-7200C-303	70	0.62	43.61	N	-	43.61
	祖奇针送布电脑平缝机	JUKI DLN-9010	3	1.80	5.40	N	-	5.40
	祖奇电脑双针车	JUKI LH-3528ASF-7/CP18A	5	1.82	9.10	N	-	9.10
	祖奇六线锁边车	JUKI MO-6743S	4	0.69	2.76	N	-	2.76
	双赢牌包缝机拉轮		2	0.31	0.62	N	-	0.62
	瑞兴牌包缝机拉轮		2	0.45	0.90	N	-	0.90
	求精前后针后浪车	QJ-3820	2	0.39	0.78	N	-	0.78
	祖奇饶钮机	JUKI AMB-289Z	1	13.30	13.30	N	-	13.30
	享泰珠边机	HENGTAI 781	1	2.50	2.50	N	-	2.50
	祖奇冚车	JUKI MF-7723U10B56	3	0.90	2.70	N	-	2.70
	祖奇人字车	JUKI LZ-2290ASR-7	2	3.90	7.80	N	-	7.80
	祖奇打枣车	JUKI LK-1900ASS	1	2.35	2.35	N	-	2.35
	祖奇钉扣机	JUKI LK-1903ASS	1	3.25	3.25	N	-	3.25
	祖奇电子平眼机	JUKI LBH-1790S	1	3.60	3.60	N	-	3.60
	祖奇电子凤眼机	JUKI MEB-3200SS	1	8.58	8.58	N	-	8.58
	震环啤机		1	0.15	0.15	N	-	0.15
	环宇挑脚车	MAIER 321	3	1.28	3.84	N	-	3.84
	祖奇埋夹车	JUKI MS-1190	2	2.05	4.10	N	-	4.10
	顶峰粘朴机	SR-400C	3	1.86	5.58	N	-	5.58
	祖奇电脑花样机	JUKI AMS-210E/1306	2	5.30	10.60	N	-	10.60
	顶峰烫台(带锅炉)	SUMMIT	20	0.73	14.60	N	-	14.60

序号	设备名称	型号	数量 (台/套)	单价 (万元/台/套)	金额 (万元)	是否进口(Y/N)	分年投资计划	
							T+12	T+24
	祖奇自动上袖机	JUKI DLU-5495-7	2	4.60	9.20	N	-	9.20
	祖奇立柱式机	DP-2100	1	8.20	8.20	N	-	8.20
	锦顶预缝工作站	JIN DING	2	9.00	18.00	N	-	18.00
	祖奇电脑自动合缝机	AE-200ALA	2	9.20	18.40	N	-	18.40
	祖奇自动开袋机	APW-895	2	19.50	39.00	N	-	39.00
	祖奇电脑自动袋贴缝制工作站		2	23.00	46.00	N	-	46.00
1.2	<b>设计研发设备</b>				<b>364.80</b>			
	三维非接触式人体测量系统	HumanSolution-VitusSmart	1	80.00	80.00	N	-	80.00
	智能排料系统	Lectra-DiaminomarkporV5R	15	10.00	150.00	N	-	150.00
	样板制作系统	Lectra-ModarisV6R	10	5.00	50.00	N	-	50.00
	样品裁剪系统	Lectra-Contour1200MCV	1	60.00	60.00	N	-	60.00
	样板读图设备	Lectra-A0	1	1.10	1.10	N	-	1.10
	排料图打印设备	Lectra-Alys30	1	8.70	8.70	N	-	8.70
	标准人台	按定制要求	5	3.00	15.00	N	-	15.00
2	<b>新产品发布中心设备</b>				<b>20.00</b>			<b>20.00</b>
	灯光系统	按定制要求	1	10.00	10.00	N	-	10.00
	影像系统	按定制要求	1	10.00	10.00	N	-	10.00
3	<b>办公电子设备</b>				<b>161.50</b>			<b>161.50</b>
	计算机	Apple	40	1.00	40.00	N	-	40.00
	笔记本	Apple	40	1.50	60.00	N	-	60.00
	扫描仪	惠普	5	10.00	50.00	N	-	50.00
	打印复印一体机	惠普	5	2.00	10.00	N	-	10.00
	摄影器材	佳能	3	0.50	1.50	N	-	1.50
<b>合计</b>					<b>831.22</b>	-	-	<b>831.22</b>

## （2）软件设备

序号	设备名称	型号	数量 (台/套)	单价 (万元/台/套)	金额 (万元)	是否进口 (Y/N)	分年投资计划	
							T+12	T+24
1	印花设计软件	Kaledoprint	40	9.20	368.00	N	-	368.00
2	色织布设计软件	kaledoweave	40	7.70	308.00	N	-	308.00
3	针织面料设计软件	kaledoknit	40	10.90	436.00	N	-	436.00
4	产品设计软件	kaledocollection	40	8.40	336.00	N	-	336.00
5	量身定制软件系统	FITNET	1	14.30	14.30	N	-	14.30
6	3D 虚拟试衣系统	Modaris3DFIT	60	10.90	654.00	N	-	654.00
<b>合计</b>					<b>2,116.30</b>	-	-	<b>2,116.30</b>

## 5. 项目实施地点

本项目实施地点位于深圳市龙华区大浪镇大浪服装产业园，选址地块的土地使用权取得方式为出让，已取得编号为深房地字第 5000560898 号的土地使用权证，证载土地面积为 49,869.79 平方米，土地用途为工业用地。

## 6. 进度安排

本项目计划建设期为 24 个月，项目实施分七个阶段实施完成，包括：环评、消防、建筑等审批，施工图设计，场地建设，设备采购运输，人员培训，系统调试与验证，试运行阶段。项目预计建设进度安排如下：

建设内容	月份																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
环评、消防、建筑等审批	■	■	■																					
施工图设计		■	■	■	■	■																		
场地建设					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■									
设备采购运输									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
人员培训															■	■	■	■	■	■	■	■		
系统调试与验证											■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			
试运转																					■	■	■	■

## 7. 环境和生态影响分析

### （1）生态环境影响因素分析

#### ①主要污染物

##### A. 建设期

项目建设期，产生的污染物主要有施工期扬尘与运输扬尘、装修过程中的有机气体污染、过程中的无机类废物等建筑垃圾、施工阶段的噪声、施工过程中少量混凝土搅拌产生的水泥浆水及废水中的石油类和泥沙等。

##### B. 运营期

本项目实施后，在日常运营过程中无废气排出；废水主要是生活废水；固体废弃物主要为生活垃圾等；噪声声源主要集中于办公设备运行过程中发生的噪音。

#### ②环境保护措施方案

##### A. 建设期

项目在建设期根据所产生的污染物采取合理的防治措施：

施工人员对用水、排水予以重视，设有卫生处理设施，监督施工单位在施工期间做好一系列防范措施和采取适当的治理装置处理后才能排入市政排污管网系统；在建筑施工期间，在现场低洼处构筑足够容量的临时沉淀池节流泥砂，防止强降雨天气水土流失淤塞排污管道；施工完成后，地表除了水泥路面和建筑物外的其他地坪及时绿化覆盖，或采取相应的措施，防止水土流失。

尽量选择对周围环境影响较小的运输路线，运输车辆按规章装卸运行，严禁超载；施工场地特别干燥时喷洒适量的水，对环境影响较大的敏感运输路段定时清扫，避免在大风速时装卸和运输等；运土车辆的泥斗货箱不可充满及超载；在取土现场进入道路岔口安排专人清理车辆外容易掉落的泥砂；每个工作日结束后，清理所经过道路的路面；选用商品混凝土；不在工地及边缘区域设置搅拌机；加强袋装水泥的储存、领用、管理措施；禁止随意抛洒建筑垃圾；工地临时烧煮食物，禁止使用木柴做燃料。

对施工产生的余泥，尽可能合理处置，或申报有关管理部门及时运走，堆放到合适的地方，并注意清洁运输，防止余泥运输过程中撒泥土，影响景观；加强施工管理、及时收运建筑垃圾，减少对周围环境的污染和影响。

在施工期间，尽可能以液压工具代替气压冲击工具，减少噪声的强度；建

设单位在施工现场设置一些声屏障设施，阻挡噪声的传播；避免在同一时间集中使用大量的动力机械设备；使用打桩机、混凝土搅拌机、混凝土捣捣震动棒、圆锯机等高噪声设备，控制作业时间，采取相应的防噪声措施，并及时与受影响的邻里沟通。做到文明施工，减少人为噪声对周围的影响。

## B. 生产期

该项目实施过程中，主要是生活废水的处理，该控制污水流向，设置沉淀池，将污水沉淀后再排入市政污水管线，及时清运。

该项目实施过程中，噪音源主要是办公设备运行的噪音，对环境的影响不大，注意办公设备的维护和保养，定期维修，合理安排设备运行时间。

该项目实施过程中，固体废弃物主要是生活垃圾，对日常生活中产生的固体垃圾应及时处理。加强环保意识，对垃圾进行分类回收，及时清运。

### （2）环境保护综合结论

本项目已经得到《深圳市宝安区环境保护和水务局建设项目环境影响审查批复》（深龙华环批[2014]100153号）的批准。本项目在生产经营过程中，将遵守相关的环保法律法规，切实有效的实施相应的环境保护措施，妥善处理处置各类污染物，从而本项目对周围环境的负面影响能够得到有效控制。从环境保护角度分析，本项目的建设性和所选地址是可行的。

### （三）制造中心扩建

#### 1. 项目概况

本项目拟在深圳大浪服装产业园建设自营生产车间、办公大楼、员工宿舍楼及相应配套生活区域的生产基地，引进先进生产工艺，购置先进生产设备进行旗下品牌服装的生产，在原有生产规模上进行扩建，满足公司产能扩张的需求。本项目建成后将，将形成年产 71.44 万件/套的生产能力，项目产能和公司未来发展规划基本一致。同时，公司的生产效率和供应链效率会明显提高，进一步提高市场竞争力。

本项目总投资为 16,245.70 万元，具体构成如下表所示：

序号	工程或费用名称	投资估算（万元）			占项目总投资比例
		T+12	T+24	总计	
1	工程建设	6,077.52	4,997.24	11,074.75	68.17%
1.1	土建投资	5,957.25	2,553.11	8,510.36	52.39%
1.2	装修工程	-	1,603.51	1,603.51	9.87%

序号	工程或费用名称	投资估算（万元）			占项目总投资比例
		T+12	T+24	总计	
1.3	安装工程	120.26	280.61	400.88	2.47%
1.4	室外工程	-	560.00	560.00	3.45%
<b>2</b>	<b>设备投入</b>		<b>3,469.59</b>	<b>3,469.59</b>	<b>21.36%</b>
2.1	机械设备		2,997.59	2,997.59	18.45%
2.2	电子设备		132.80	132.80	0.82%
2.3	运输设备		181.20	181.20	1.12%
2.4	办公设备		60.00	60.00	0.37%
2.5	软件设备		98.00	98.00	0.60%
<b>3</b>	<b>工程建设其他费用</b>	<b>700.00</b>	<b>100.00</b>	<b>800.00</b>	<b>4.92%</b>
3.1	建设单位管理费	250.00		250.00	1.54%
3.2	勘查设计费	300.00		300.00	1.85%
3.3	建设工程监理费	150.00		150.00	0.92%
3.4	其他费用		100.00	100.00	0.62%
<b>4</b>	<b>基本预备费</b>	<b>338.88</b>	<b>428.34</b>	<b>767.22</b>	<b>4.72%</b>
<b>5</b>	<b>铺底流动资金</b>	<b>67.07</b>	<b>67.07</b>	<b>134.14</b>	<b>0.83%</b>
<b>6</b>	<b>项目总投资</b>	<b>7,183.46</b>	<b>9,062.23</b>	<b>16,245.70</b>	<b>100.00%</b>

本项目总投资中最主要构成部分为工程建设，投资估算分别为 11,074.75 万元，占项目总投资的比例为 68.17%。工程建设由四部分组成，其中主要包括土建投资的投资估算 8,510.36 万元和装修工程的投资估算 1,603.51 万元。各项的具体构成如下表所示：

序号	项目	建筑面积（m <sup>2</sup> ）	单价（元/m <sup>2</sup> ）	金额（万元）	分年投资计划	
					T+12	T+24
<b>1</b>	<b>土建投资</b>	<b>10,012.19</b>		<b>8,510.36</b>	<b>5,957.25</b>	<b>2,553.11</b>
1.1	生产厂房	5,346.62	8,500.00	4,544.63	3,181.24	1,363.39
1.2	工厂配套仓库	1,977.80	8,500.00	1,681.13	1,176.79	504.34
1.3	地下车库及配套	1,994.63	8,500.00	1,695.44	1,186.80	508.63
1.4	食堂	693.14	8,500.00	589.17	412.42	176.75
<b>2</b>	<b>装修工程</b>	<b>8,017.56</b>		<b>1,603.51</b>		<b>1,603.51</b>
2.1	生产厂房	5,346.62	2,000.00	1,069.32		1,069.32
2.2	工厂配套仓库	1,977.80	2,000.00	395.56		395.56
2.3	食堂	693.14	2,000.00	138.63		138.63
<b>3</b>	<b>安装工程</b>	<b>8,017.56</b>		<b>400.88</b>	<b>120.26</b>	<b>280.61</b>
<b>4</b>	<b>室外工程</b>			<b>560.00</b>		<b>560.00</b>
	合计	-	-	<b>11,074.75</b>	<b>6,077.52</b>	<b>4,997.24</b>

## 2. 必要性分析

（1）有利于提高公司快速供货能力，保证交货期

我国女装行业市场销售继续保持增长势头，这为服装行业扩大营销网络带来了良好的发展机遇。女装款式变化多样，高端品牌个性化的定制需求越来越强，小批量、多品种的特点以及快速多变的市场环境对服装企业的供应链反应能力提出了更高的要求，保障交货期是影响女装企业的竞争力的主要因素之一。



玛丝菲尔的女装定位在高端和精品的层次上，产品遍及全国主流商圈和商场。产品具有单品量小、款式多等特征，每种款式在终端销售门店的铺货并不多。玛丝菲尔良好的销售状况决定了其必须具有快速的翻单能力来保证企业交货期的准确性。拥有一定规模的自有生产能力是保证交货期，提升供应链反应能力的有利条件。对于一般的服装加工厂而言，在正常情况下，从下单到出货，反应时间大约为 40-50 天，而公司的自营工厂管理层和生产工人比较稳定，经验丰富，技术水平过硬，能及时准确了解客户需求，因此相对于外包生产，生产效率更高，在正常情况下，从下单到出货只需要 30 天左右，对于紧急的情况，只需要 10-15 天即可完成翻单任务，能够快速响应市场需求。

随着公司的产品销量增长，一旦生产能力达到瓶颈，不能及时翻单或供货，将制约业务发展，并对给客户带来负面感受。本项目对公司进一步提高快速响应市场需求的能力、保障产品供应的稳定性方面具有重要意义。

### （2）有利于提升产品工艺水平，保证产品质量，增强产品竞争力

公司产品是研发设计、生产工艺等各环节的综合核心竞争力的集中体现。高端女装的设计潮流发展日新月异，对生产水平的要求也日益提高。玛丝菲尔女装通常采用高档的进口面料，女装的设计特色鲜明，独特的设计往往生产难度更大，生产质量不易控制。公司对产品质量控制严格，与公司合作的生产厂商能够按照公司要求完成大部分的生产任务，但是对于难度较高的个性化订单的生产能力不足，质量难以得到保障。玛丝菲尔自营工厂的技术水平更高，产品质量能够得到更好的保障。目前玛丝菲尔的现有部分生产设备存在老化现象，生产旺季时设备负荷运行过大，难以很好的满足公司产品销量增长的需求，亟需扩大生产规模，提高生产产能。

本项目投产后，将引进国际先进水平的流水线生产设备，提高智能化和自动化程度，扩大公司现有产能。另外，更新设备的同时，也将植入新的生产工艺理念，并为员工提供更多的培训以提高生产效率。所以本项目的建设有利于公司提升产品工艺水平，保证产品质量，增强产品的竞争力，对公司可持续发展具有重要意义。

### （3）有利于公司未来发展战略的实施

玛丝菲尔目前的自营工厂主要从事梭织生产，产品品种和产能有限，随着公司发展战略的实施，未来的门店数量将明显增加，品牌发展也将逐渐多元化，

公司未来还将增加针织、皮具等多种类别产品的生产。随着公司销售规模的快速扩大，现有产能的缺口将越来越大，产能扩张的需求迫切。

生产中心建设项目的土地和厂房为自有产权，公司根据计划引入先进生产线和设备对厂房，扩建后的制造中心有足够的面积支持公司产能扩充。另外，通过本项目的实施，既有利于生产流程的优化，促进生产管理能力提升，保证生产质量和生产效率，又有利于进一步提升公司的品牌形象。所以本项目的实施对公司未来发展计划的实施具有重要战略意义。

#### （4）有利于公司内部供应链垂直整合，保障公司供应链快速反应

供应链建设有助于公司节约成本、提升效率。公司注重品牌建设，在经营的过程中始终将设计研发和营销网络建设作为公司的两大发展重点，公司产品主要依靠委托加工生产和自营生产，自营生产产品一般具有生产周期要求短、生产技术难度高、工艺复杂的特点。随着公司品牌影响力的进一步提升，产品销量增加，需要相应的生产产能与其相匹配，本项目建设使得公司产能得到进一步扩张，有助于保障公司产品供应链的快速反应，提升公司整体竞争力。

### 3. 项目建设内容

#### （1）产品方案

本项目产品方案如下表所示，具体产品根据实际需求进行生产。

序号	产品（万件）	年产能（万件/套）	年产量（万件/套）
1	上衣	34.72	27.78
2	裤子	6.77	5.42
3	裙子	18.09	14.47
4	外套	1.31	1.05
5	饰品	10.54	8.43
合计	-	71.44	57.15

该项目实施后将新增产能 71.44 万件/套，新增产量 57.15 万件/套。

#### （2）生产工艺流程

本项目的总体生产工艺流程详见本招股书“第六节 业务与技术 四、发行人主营业务情况（三）主要产品的生产工艺流程”。

### 4. 主要设备选择与购置

本项目拟新购置的设备明细详见下表：

序号	流水线生产设备名称	单位	数量	单价(元)	总投资金额(万元)	型号/品牌
（一）	梭织车缝车间					

序号	流水线生产设备名称	单位	数量	单价(元)	总投资金额(万元)	型号/品牌
1	高速电脑自动剪线平车	台	480	8,000.00	384.00	兄弟
2	珠边机	台	4	320,000.00	128.00	德国
3	电脑自动花样机	台	4	180,000.00	72.00	
4	四线包缝机	台	36	7,000.00	25.20	飞马
5	五线包缝机	台	18	7,000.00	12.60	飞马
6	全蒸汽烫台	张	72	2,500.00	18.00	
7	双针平缝机	台	8	8,000.00	6.40	重机
8	单件流自动流水推进器	台	32	30,000.00	96.00	
9	全蒸汽熨斗	个	72	1,800.00	12.96	
10	上袖机	台	16	5,000.00	8.00	
11	多功能花样机	台	4	150,000.00	60.00	重机
12	剪刀	台	600	150.00	9.00	蜻蜓牌
13	工作台	台	72	800.00	5.76	
14	单件流水线电子显示屏	线	36	12,000.00	43.20	
15	标准人台	台	80	1,500.00	12.00	台湾
16	蒸汽发生器	个	8	20,000.00	16.00	
17	电脑	台	24	8,000.00	19.20	
	<b>小计</b>				<b>928.32</b>	
(二)	<b>针织车缝车间</b>					
1	高速电脑平缝机	台	32	8,000.00	25.60	兄弟
2	四线包缝机	台	20	7,000.00	14.00	飞马
3	自动切捆条机	台	4	30,000.00	12.00	
4	冚车	台	12	8,000.00	9.60	
5	蒸汽烫台	张	12	2,500.00	3.00	
6	蒸汽熨斗	个	12	1,800.00	2.16	
7	剪刀	把	80	150.00	1.20	蜻蜓牌
8	标准人台	个	8	1,500.00	1.20	台湾
9	流水台	张	16	500.00	0.80	
10	工作台	张	8	800.00	0.64	
11	分线机	台	1	1,500.00	0.15	
12	电脑	台	1	8,000.00	0.80	
	<b>小计</b>				<b>71.15</b>	
(三)	<b>裁床</b>					
1	CAM 系统	套	1	180,000.00	18.00	
2	直刀裁剪机	把	18	8,000.00	14.40	伊士曼
3	带刀裁剪机	条	4	22,000.00	8.80	
4	断布机	台	12	2,000.00	2.40	台湾
5	自动拉布机	套	12	600,000.00	720.00	
6	粘朴机	台	9	20,000.00	18.00	台湾
7	手动叉车	辆	3	2,500.00	0.75	
8	流动箱车	个	90	800.00	7.20	
9	修片工作台	张	12	800.00	0.96	

序号	流水线生产设备名称	单位	数量	单价(元)	总投资金额(万元)	型号/品牌
10	电脑	台	4	8,000.00	3.20	
11	电脑打印机	台	4	6,000.00	2.40	
	小计				<b>796.11</b>	
(四)	后道					
1	蒸汽烫台	张	24	2,500.00	6.00	
2	蒸汽熨斗	把	24	1,800.00	4.32	
3	自动圆头锁眼机	台	4	180,000.00	72.00	德国
4	自动电脑打枣机	台	4	30,000.00	12.00	兄弟
5	平头锁眼机	台	4	30,000.00	12.00	
6	多功能钉扣机	台	4	100,000.00	40.00	重机 AMB-289 型
7	电脑针扣机	台	4	30,000.00	12.00	
8	普通针扣机	台	4	8,000.00	3.20	
9	白扣机	台	4	1,000.00	0.40	
10	烫石机	台	4	4,000.00	1.60	
11	拷边机	台	4	18,000.00	7.20	
12	蒸汽发生器	个	2	20,000.00	4.00	
13	压烫机	套	12	30,000.00	36.00	
14	烘干机	套	4	25,000.00	10.00	
15	验针机	套	4	10,000.00	4.00	
16	标准人台	个	20	1,500.00	3.00	台湾
	小计				<b>227.72</b>	
(五)	绣花车间					
1	电脑绣花机	台	4	1,500,000.00	600.00	
2	齿牙花边机	台	2	550,000.00	110.00	
3	脱胶机	台	8	25,000.00	20.00	
4	电脑及程序	套	1	300,000.00	30.00	
5	蒸汽烫台	张	2	2,500.00	0.50	
6	蒸汽熨斗	个	2	1,500.00	0.30	
7	手车	台	3	8,000.00	2.40	
8	手摇绣花机	台	4	30,000.00	12.00	
9	对丝机	台	4	38,000.00	15.20	
10	激光切割机	台	1	100,000.00	10.00	
11	剪线机	台	4	4,000.00	1.60	
12	验针机	台	1	60,000.00	6.00	
13	电脑	台	2	8,000.00	1.60	
	小计				<b>809.60</b>	
(六)	纸样唛架房					
1	CAD 程序	接口	8	100,000.00	80.00	
2	绘图仪	台	3	60,000.00	18.00	PGM
3	切纸样机	台	3	60,000.00	18.00	

序号	流水线生产设备名称	单位	数量	单价(元)	总投资金额(万元)	型号/品牌
4	子口剪	把	2	150.00	0.03	
5	裁板	条	2	1,000.00	0.20	
6	剪刀	把	10	400.00	0.40	蜻蜓牌
7	电脑	台	10	8,000.00	8.00	
	小计				<b>124.63</b>	
(七)	板房及售后维修					
1	高速电脑平缝机	台	45	8,000.00	36.00	兄弟
2	自动圆头锁眼机	台	1	180,000.00	18.00	兄弟
3	自动平头锁眼机	台	1	80,000.00	8.00	兄弟
4	蒸汽烫台	张	6	2,500.00	1.50	
5	蒸汽熨斗	把	6	1,800.00	1.08	
6	三线包缝机	台	1	7,000.00	0.70	飞马
7	五线包缝机	台	1	7,000.00	0.70	飞马
8	双针机	台	1	8,000.00	0.80	重机
9	带刀裁剪机	条	1	10,000.00	1.00	
10	直刀裁剪机	把	1	8,000.00	0.80	依士曼
11	打枣机	台	1	30,000.00	3.00	兄弟
12	电脑针扣机	台	1	30,000.00	3.00	
13	针扣机	台	1	8,000.00	0.80	
14	白扣机	台	1	1,000.00	0.10	
15	剪刀	把	45	150.00	0.68	青州
16	粘朴机	台	1	10,000.00	1.00	中国台湾
17	流水台	张	5	800.00	0.40	
18	工作台（查衫）	张	3	800.00	0.24	
	小计				<b>77.80</b>	
(八)	工厂配套仓库					
1	电子对眼验布机	台	12	55,000.00	66.00	索隆
2	缩水机	台	2	310,000.00	62.00	艺力
3	货架	平方米	2,000	300.00	60.00	
4	压褶机	套	1	500,000.00	50.00	
5	切捆条机	套	1	65,000.00	6.50	索隆
6	手动叉车	辆	4	3,000.00	1.20	
7	电动叉车	辆	4	30,000.00	12.00	
8	工作台	张	4	800.00	0.32	
9	卡板	块	200	80.00	1.60	
10	剪刀	把	20	120.00	0.24	蜻蜓牌
11	电脑	台	8	8,000.00	6.40	
12	货车	台	4	120,000.00	48.00	
13	其他车辆	台	8	150,000.00	120.00	
	小计				<b>434.26</b>	
	总计				<b>3,469.59</b>	

## 5. 主要原材料、辅助材料及能源的供应情况

本生产项目所使用的原辅材料主要为公司旗下品牌服装生产所需的面辅料等，品种、数量和质量等方面均根据公司的产品规划、订单需求和设计师的具体设计所决定。目前，公司已经形成了较为稳定的原辅材料进货渠道，与国内外的主要原辅材料供应商均建立了长期良好的合作关系。

本项目的最主要消耗能源为电力，不考虑建设期 2 年，在第 3 年-第 10 年的测算期里，平均每年的电力费用为 87.86 万元。

## 6. 项目实施地点

本项目实施地点位于深圳市龙华新区大浪服装产业基地，选址地块的土地使用权取得方式为出让，已取得编号为深房地字第 5000560898 号的土地使用权证，证载土地面积为 49,869.79 平方米，土地用途为工业用地。

## 7. 项目实施进度安排

本项目计划建设期为 24 个月，项目实施分七个阶段实施完成，包括：环评、消防、建筑等审批，施工图设计，厂房建设，设备采购运输，人员培训，设备安装调试，试运转。项目预计建设进度安排如下：

建设内容	月份																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
环评、消防、建筑等审批	■	■	■	■	■	■	■	■																
施工图设计	■	■	■	■	■	■																		
厂房建设	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■									
设备采购运输	■	■	■	■	■	■			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
人员培训	■	■	■	■	■	■											■	■	■	■	■	■		
设备安装调试	■	■	■	■	■	■					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
试运转	■	■	■	■	■	■														■	■	■	■	■

## 8. 产能和营销渠道的配套情况

2015 年公司实现销售量合计超过 230 万件/套，大部分最终产品依靠委托加工或成品采购的方式实现，同时公司 2015 年末拥有直营店 645 家，加盟店 219 家。目前公司的生产厂房、仓库均于 2013 年搬迁至惠州工业园，现有生产线的生产能力仅为 80 万件/套，公司的业务规模和随之带来的对生产产能的需求正在日益提高，加之本次募投项目中计划在未来几年内开设 496 家直营店，公司现有生产线将无法满足未来发展需要。

本项目预计将新增 71.44 万件/套的产能，与营运管理中心扩建项目中的未来几年新增 496 家直营店的开店计划相互匹配，将通过引入先进的生产线设备并加强生产人员的培训，进一步提高生产的自动化和智能化，扩大生产规模，提高生产效率，在有效解决现阶段发行人面临的设备逐步老化和产能不足问题的同时，进一步提升公司的市场快速反应能力，稳定产品质量，完善产业链结构。

## 9. 环保

### （1）主要污染源和污染物

#### ①建设期

项目建设期，产生的污染物主要有施工期扬尘与运输扬尘、装修过程中的有机气体污染、过程中的无机类废物等建筑垃圾、施工阶段的噪声、施工过程中少量混凝土搅拌产生的水泥浆水及废水中的石油类和泥沙等。

#### ②生产期

本项目实施后，在生产过程中产生的大气污染物主要有食堂燃料废气和油烟；水污染物主要有生活污水和食堂餐饮污水；固体废物主要有生活垃圾、生产车间废物等；噪声污染主要来自于生产车间产生的生产线噪声。

### （2）环境保护措施方案

#### ①建设期

项目在建设期根据所产生的污染物采取合理的防治措施：

施工人员用水、排水予以重视，设有卫生处理设施，监督施工单位在施工期间需做好一系列防范措施和采取适当的治理装置处理后才能排入市政排污管网系统；在建筑施工期间，应在现场低洼处构筑足够容量的临时沉淀池节流泥砂，防止强降雨天气水土流失淤塞排污管道；施工完成后，地表除了水泥路面和建筑物外的其他地坪应及时绿化覆盖，或采取相应的措施，防止水土流失。



尽量选择对周围环境影响较小的运输路线，运输车辆按规章装卸运行，严禁超载；施工场地特别干燥时应喷洒适量的水，对环境影响较大的敏感运输路段定时清扫，避免在大风速时装卸和运输等；运土车辆的泥斗货箱不可充满及超载；在取土现场进入道路岔口安排专人清理车辆外容易掉落的泥砂；每个工作日结束后，清理所经过道路的路面；选用商品混凝土；不在工地及边缘区域设置搅拌机；加强袋装水泥的储存、领用、管理措施；禁止随意抛洒建筑垃圾；工地临时烧煮食物，禁止使用木柴做燃料。

对施工产生的余泥，应尽可能合理处置，或申报有关管理部门及时运走，堆放到合适的地方，并注意清洁运输，防止余泥运输过程中撒泥土，影响景观；加强施工管理、及时收运建筑垃圾，减少对周围环境的污染和影响。

在施工期间，尽可能以液压工具代替气压冲击工具，减少噪声的强度；建设单位应在施工现场设置一些声屏障设施，阻挡噪声的传播；避免在同一时间集中使用大量的动力机械设备。

使用打桩机、混凝土搅拌机、混凝土捣捣震动棒、圆锯机等高噪声设备，应控制作业时间，采取相应的防噪声措施，并及时与受影响的邻里沟通。做到文明施工，减少人为噪声对周围的影响。

## ②生产期

对于生产过程中产生的污染物，采取的防治措施及预期治理效果如下表：

类别	排放源	污染物名称	防治措施	预期治理效果
大气污染物	食堂燃料废气和油烟	SO <sub>2</sub>	采用等离子高效油烟装置+活性炭吸附处理	食堂燃料废气排放浓度达到广东省地方标准《大气污染物排放限值》（DB44/27-2001）第二时段二级标准限值要求；油烟排放浓度符合《饮食业油烟排放标准》（GB18483-2001）限制要求
		NO <sub>2</sub>		
		烟尘		
		油烟		
水污染物	生活污水和食堂餐饮污水	COD <sub>Cr</sub>	设置专门的污水处理设备，按照清污分流的原则设置排水系统；食堂含油废水先经隔油池处理，粪便废水经化粪池预处理后经场内生化污水处理设施进行处理	达到广东省地方标准《水污染物排放限值》（DB44/26-2001）一级标准后排入市政污水管网
		BOD <sub>5</sub>		
		SS		
		氨氮		
固体废物	生产车间	一般废物	厂家全部回收利用	
	生活垃圾	生活垃圾	由深圳市龙华街道环卫部门统一收集处理	
噪声	生产线噪声	针车、梳栉机等	-	厂界噪声符合《工业企业噪声标准》（GB12348-90）2类标准要求；厂区边界噪声符合《工业企业厂界噪声标准》（GB12348-90）中的II类标准

### （3）环境保护综合结论

本项目已经得到《深圳市宝安区环境保护和水务局建设项目环境影响审查批复》（深龙华环批[2014]100154号）的批准。本项目在生产经营过程中，将遵守相关的环保法律法规，切实有效的实施相应的环境保护措施，妥善处理处置各类污染物，从而本项目对周围环境的负面影响能够得到有效控制。从环境保护角度分析，本项目的建设和所选地址是可行的。

### （四）噢姆营运管理中心扩建

#### 1. 项目概述

本项目由子公司玛丝菲尔噢姆实施，采取联营、租赁的形式在商业区择优选址新设商场直营店和购物中心直营店，用于2013年新收购品牌“AUM”的直营终端网络的建设。项目通过直营店铺的建设，将扩大“AUM”品牌直营店铺网络覆盖的广度和深度，特别是对二、三线城市的覆盖，开发新品牌的潜在市场，提高其市场占有率和品牌影响力。

本项目拟投资 11,565.60 万元人民币，本次募集资金到位后，本公司将采取增资的方式，将相应的募集资金提供给控股子公司噢姆。

本项目总投资的具体构成如下：

序号	项目	投资金额(万元)				占投资总额的比例
		T+12	T+24	T+36	合计	
一	建设投资	3,297.69	2,933.51	2,853.47	9,084.68	78.55%
1	装修工程费用	3,233.03	2,875.99	2,797.52	8,906.55	77.01%
1.1	装饰费用	1,442.56	1,280.26	1,245.77	3,968.59	34.31%
1.2	道具、灯具等费用	1,594.30	1,421.52	1,382.25	4,398.06	38.03%
1.3	设计费用	196.18	174.21	169.50	539.90	4.67%
2	工程建设其他费用	64.66	57.52	55.95	178.13	1.54%
二	基本预备费	164.88	146.68	142.67	454.23	3.93%
三	铺底流动资金	353.20	679.91	993.58	2,026.68	17.52%
	<b>合计</b>	<b>3,815.78</b>	<b>3,760.10</b>	<b>3,989.72</b>	<b>11,565.60</b>	<b>100.00%</b>

项目总投资中最主要构成部分为建设投资，投资估算为 9,084.68 万元，占项目总投资的比例为 78.55%，其中装修工程费用的投资估算为 8,906.55 万元，工程建设其他费用的投资估算为 178.13 万元。

装修工程费用包括三项：装饰费用的投资估算为 3,968.59 万元、道具、灯具等费用的投资估算为 4,398.06 万元，设计费用的投资估算为 539.90 万元。其

具体构成如下表所示：

门店	品牌	数量	面积 (m <sup>2</sup> )	单价 (元/m <sup>2</sup> )	投资估算（万元）			
					T+12	T+24	T+36	合计
商场直营店	噢姆	98	11,760	6,539.40	2,746.55	2,511.13	2,432.66	7,690.33
购物中心直营店	噢姆	10	1,500	8,108.10	486.49	364.86	364.86	1,216.22
合计		<b>108</b>	<b>13,260</b>	-	<b>3,233.03</b>	<b>2,875.99</b>	<b>2,797.52</b>	<b>8,906.55</b>

注：这里的单价系装饰费用、道具灯具等设施费用和设计费用三者之和。

## 2. 必要性分析

### （1）项目建设有利于完善公司产品布局，稳固公司的行业地位

随着我国居民收入水平的持续增加，居民的消费意愿和消费能力以及对服装产品的要求逐步提高。在服装消费方面，服装已经成为表达自我个性及自我追求的外在显示，尤其是在高端女装领域，产品的时尚性、个性化、面料质量、剪裁是否合身等成为市场竞争力的直接体现。由于时尚流行元素变化的节奏加速，产品生命周期日益缩短，部分国内外高端女装企业每年推出数以千计的款式，以满足消费者的需求。

需求的多样化导致产品的多样化，随着社会发展，人们生活压力逐渐增大，越来越多的人开始关注自我内心的修养，寻求内心的安静与自然，更加注重精神生活与现实生活的平衡，“AUM”品牌有效地满足了人们的这一需求。玛丝菲尔成立噢姆后，将公司原来仅设计时尚品牌路线改为时尚和自然并走的路线，以满足消费者日益增长的需求。而“AUM”的推广和提升，需要完善的营销网络。因此本项目的实施，是对“AUM”品牌的推广和完善，对公司主体设计风格的扩展，将有力的推动公司发展战略的实现，稳固公司行业地位。

### （2）项目建设有利于丰富噢姆营销网络体系，增强市场占有率

“AUM”品牌作为国内高端服装的知名品牌，目前与竞争对手相比，“AUM”营销网点的数量偏少，在部分城市的高端商业圈资源仍然不足，在部分核心商业中心覆盖深度不够。“AUM”拥有着高端消费群体的广阔市场，从目前“AUM”网点覆盖面来看，在省会城市还存在较大的潜在的市场，在地级市、县级市的营销网点的发展速度和规模与市场需求不匹配，不能有效覆盖公司的消费受众。

本项目将通过新建商场直营店和购物中心直营店，提高直营店的数量和比重。商场直营店首先将选择具有较强消费能力但“AUM”营销网络尚未覆盖的城市；在已建设销售终端的城市将选择与现有营销网点不在同一商业圈，或者在

同一商业圈中根据不同人流合理布局店铺，在选址上与现有营销网点不构成重叠，实现“AUM”的销售终端在省会城市、直辖市分布密度进一步加大，并适度朝地级市和县级市经济发展较快的城市扩张。目前“AUM”购物中心直营店的数量相对较少，商业中心资源的占有相对较薄弱。“AUM”将通过新建购物中心直营店，抢占市场资源，增强在未来市场中的竞争能力，形成销售终端网络多层次的布局。

综上所述，本项目实施后，“AUM”品牌的营销网络战略布局将会更加完善，省会重点城市竞争力得到巩固，地级市和县级市的战略布局得到完善，市场辐射范围更广，形成更加完善的营销网络覆盖体系，实现营销网络多层次的合理布局，新的消费群体得到进一步拓展，增强产品的市场占有率。

### （3）项目建设有利于发挥品牌之间的协同效应，提高公司竞争力

公司经过十多年的发展，积累了丰富的供应商资源，形成了一套完整、高效的销售管理模式。公司成立噢姆后，将采用“Marisfrolg”和“MASFER.SU”的管理体系，利用玛丝菲尔现有的渠道和供应商资源打造“AUM”品牌：在渠道方面，“AUM”利用现有的玛丝菲尔店面资源拓展店面终端，提升品牌知名度，降低渠道费用，并采用在全国核心城市和商场迅速开店的方式抢占市场，借力原有优势品牌之平台提升自身价格；在供应商资源方面，公司将玛丝菲尔原有供应商引入“AUM”，采用现有的供应商资源，引进加工厂，增加“AUM”的议价能力。

## 3. 项目选址

本项目采用联营、租赁的形式合理设计营销网络铺设，在商业区择优选择店铺，其建设内容符合其作为商业用地的要求，同时也满足当地区域发展规划。

### （1）新建商场直营店

公司经过市场调研和初步的店铺筛选，同时公司在项目实施前将进一步进行严谨的评估并根据店铺所在地实际经济发展情况，逐步实施直营店铺的建设。本项目将按计划分三年建设，建设“AUM”品牌店铺 98 家，其中第一年建设 35 家，第二年建设 32 家，第三年建设 31 家。详细网点布局计划如下：

序号	城市	噢姆品牌	
		数量	店铺面积（平方米）
1	哈尔滨	2	240
2	大庆	1	120

序号	城市	噢姆品牌	
		数量	店铺面积（平方米）
3	牡丹江	1	120
4	长春	1	120
5	吉林	1	120
6	沈阳	1	120
7	抚顺	1	120
8	大连	2	240
9	北京	5	600
10	天津	3	360
11	石家庄	2	240
12	唐山	2	240
13	太原	1	120
14	大同	1	120
15	济南	1	120
16	烟台	1	120
17	青岛	2	240
18	东营	1	120
19	西安	2	240
20	呼和浩特	2	240
21	兰州	1	120
22	西宁	1	120
23	乌鲁木齐	2	240
24	上海	3	360
25	杭州	2	240
26	宁波	2	240
27	绍兴	1	120
28	湖州	1	120
29	南京	2	240
30	苏州	2	240
31	徐州	1	120
32	扬州	1	120
33	无锡	1	120
34	江阴	1	120
35	淮安	1	120
36	镇江	1	120
37	郑州	2	240
38	开封	1	120
39	安阳	1	120
40	武汉	3	360
41	长沙	2	240
42	湘潭	1	120
43	重庆	2	240
44	成都	2	240
45	南充	1	120
46	泸州	1	120
47	昆明	3	360
48	贵阳	2	240
49	遵义	1	120

序号	城市	噢姆品牌	
		数量	店铺面积（平方米）
50	南宁	2	240
51	福州	2	240
52	泉州	1	120
53	厦门	2	240
54	南昌	2	240
55	东莞	2	240
56	广州	2	240
57	珠海	1	120
58	佛山	1	120
59	中山	1	120
60	深圳	2	240
61	海口	1	120
62	三亚	1	120
合计		<b>98</b>	<b>11,760</b>

## （2）购物中心直营店

公司将根据购物中心等的地标性建筑在各主要商业城市的发展，新建“噢姆”品牌专卖店 10 家，第一年建设 4 家，第二年建设 3 家，第三年建设 3 家。详细网点布局计划如下：

序号	城市	噢姆品牌	
		数量	店面面积（平方米）
1	北京	1	150
2	天津	1	150
3	沈阳	1	150
4	上海	1	150
5	杭州	1	150
6	南京	1	150
7	重庆	1	150
8	广州	1	150
9	深圳	2	300
合计		<b>10</b>	<b>1500</b>

## 4. 项目进度计划

本项目营销网点的计划建设期 36 个月。根据公司计划及项目整体进度，计划分六个阶段实施完成，包括：店铺建设/购买/租赁、店铺装修、设备采购运输、设备安装调试、人员招聘培训、试运营，具体如下图所示：

阶段/时间(月)	T+36																																						
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36			
可行性研究	■	■	■																																				
店铺设立				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■										
店面装修				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■									
设备采购						■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■									
人员招聘及培训						■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
试运营						■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

## 5. 环境和生态影响分析

### （1）生态环境影响因素分析

#### ①主要污染物

##### A. 建设期

项目建设期，产生的污染物主要有施工期扬尘、建筑过程中的无机类废物等建筑垃圾、施工阶段的噪声等。

##### B. 运营期

本项目实施后，在营销终端网络运营过程中产生的污染物主要为员工生活垃圾。

#### ②环境保护措施方案

##### A. 建设期

项目在建设期根据所产生的污染物采取合理的防治措施：在施工期间，采用挡隔板与其他店铺相隔离，避免扬尘影响，尽可能以液压工具代替气压冲击工具，减少噪声的强度；建设单位应在施工现场设置一些声屏障设施，阻挡噪声的传播。

##### B. 运营期

项目在运营过程中的生活垃圾经由环卫部门或商场物业统一收集处理，不会对环境产生影响。

#### ③环境保护措施方案

本项目的建设选址、项目内容和建设规模可行，运营过程中产生的污染物不会对周围环境产生影响。本项目在现有建设规模的情况下，严格落实国家、省有关环保法规，并且环保设施经有关部门验收合格方可投产运行，本项目的建设运营不会对环境产生影响。

## 6. 经济效益分析

本项目的经济效益指标如下表所示：

序号	项目	指标值	单位
1	销售收入（达产当年）	19,887.52	万元
2	利润总额（达产当年）	6,622.55	万元
3	净利润（达产当年）	4,966.91	万元
4	投资利润率	41.41%	
5	税后内部收益率	43.19%	
6	税后静态投资回收期（含建设期）	4.4	年



## （五）信息化改造升级

### 1. 项目概述

本项目通过采用 SAP 解决方案,对公司供应链上各个环节进行改善和新建,使公司能够准确、及时的获得经营中的信息,进行科学、有效的管理,降低业务运营成本,提升业务协同效率,优化业务流程。并且有助于提升公司的管理决策能力,使公司对供应链的掌控更加得心应手。本项目通过建设高效、先进的信息化系统,使公司在信息化管理上具备行业内领先的水平,增强公司的竞争力,促进公司发展战略的顺利实现。

本项目拟投资 7,823.55 万元,具体构成如下:

序号	项目	投资金额(万元)				占投资总额的比例
		T+12	T+24	T+36	合计	
1	机房托管、网络服务费用	55.00	55.00	55.00	165.00	2.11%
2	设备购置费	2,905.00	2,028.00	2,333.00	7,266.00	92.87%
2.1	硬件设备	1,393.00	894.00	1,199.00	3,486.00	44.56%
2.2	软件设备	1,512.00	1,134.00	1,134.00	3,780.00	48.32%
3	其他费用	20.00	-	-	20.00	0.26%
4	基本预备费	149.00	104.15	119.40	372.55	4.76%
合计		<b>3,129.00</b>	<b>2,187.15</b>	<b>2,507.40</b>	<b>7,823.55</b>	<b>100.00%</b>

### 2. 必要性分析

（1）建设先进、完备的信息化系统符合我国服装行业发展的趋势

我国服装行业发展越来越注重产品的品质,而不是一味的追求数量。特别是一些高档服装企业的产品趋向于“数量少、样式多样、品质优良、更新速度快”等特点。这就对企业的研发、生产、物流以及销售等环节提出了较高的要求。加大对信息化系统的建设,是公司改善经营管理、降低运营成本、提升竞争力的一个重要方式。通过一体化的信息系统,使得设计、生产、物流、销售等部门之间紧密联系起来,互相协同合作,实现对供应链的高效管理。

（2）有助于提升公司管理决策能力,建立科学高效的信息化管理模式

公司集采购、生产、配送、物流、零售于一体,因此不仅需要完成各个环节的业务流程管理,也需要将各个环节串联起来,以利于制定全面、综合的管理决策。本项目建设通过完善公司原有的信息化系统:主要包括服装鞋帽解决方案(AFS)、高性能数据查询(HANA)、智能仓储系统(EWM)、分销零售系统(Retail)、电子商务平台(B2B)等,并新建多个功能模块:客户关系管理系统(CRM)、人力资源管理系统(HR)、办公室自动化系统(OA)、供应链管理系

统（SCM）、智能终端营销等，将各个功能模块串联集中起来，同时对公司供应链上各个环节进行改善和新建，使公司能够准确、及时的获得经营中的信息，进行科学、有效的管理，降低业务运营成本，提升业务协同效率，优化业务流程。通过建设高性能数据管理系统，深度挖掘公司经营数据中的内在信息，提升公司的管理决策能力，及时有效的处理各种问题，制定出应对策略和发展战略。

### （3）专业的信息化数据处理为公司设计与研发新产品提供重要支撑

本公司产品定位为高端女装，因此对其产品的设计研发能力、设计款式、材料质地要求较高，产品设计的好坏直接影响到产品全生命周期的各个环节。国内外知名服装品牌也纷纷顺应信息化发展潮流，通过信息系统建设及升级为公司设计与研发新产品提供强有力的数据支持，进一步促进公司产品研发能力的提升。本项目将通过建立高性能数据管理系统，建立起完善的市场信息数据收集系统，及时、准确的记录终端销售的市场数据并进行整合分析，最终反馈给公司设计研发部门，有利于设计研发部门掌握市场动向，把握顾客的喜好，设计出顾客所喜爱的服饰，同时也为公司产品开发提供重要的数据支持。

### （4）加强公司对供应链的掌控，提升供应链响应速度

随着公司的迅速发展壮大，供应链变得越来越繁琐、复杂，传统简单的信息管理系统已经不能满足公司日益增加的管理需求。本项目通过建设供应链管理系统，提供从采购环节到销售环节全流程的建议方案；通过建设分销零售系统，实现对销售计划、询价报价、订单管理、运输发货、发票等的一体化管理，对分销网络进行有效的管理；通过智能仓储系统，实现货物存储细化到仓库货位，方便快速存储、货物查询。高效的信息化管理系统将采购、生产、销售等环节与财务系统有机联系起来，降低成本，提升效率，有效整合供应链上的各种资源。实现对供应链的一体化管理，提升供应链的响应速度。

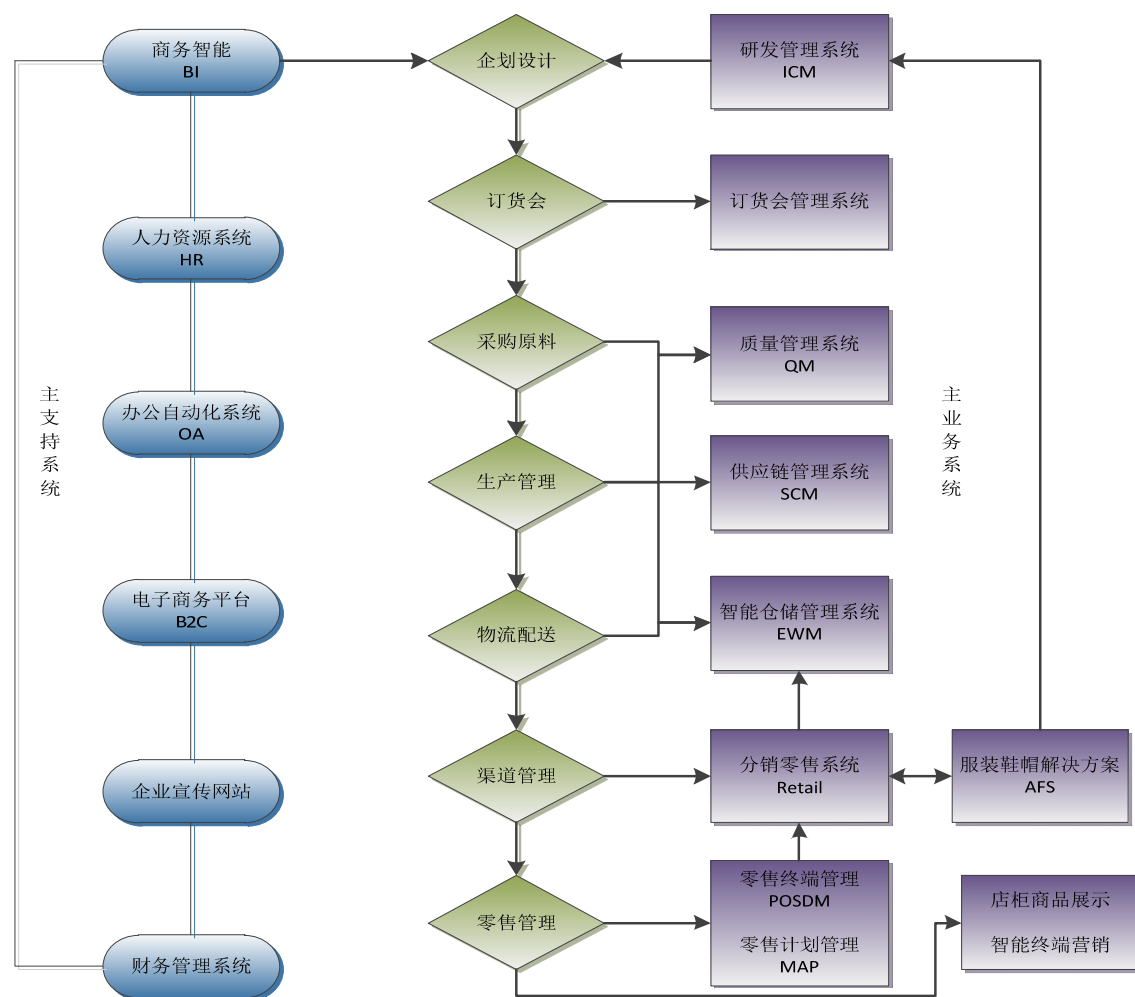
## 3. 项目建设内容

本项目建设包括两部分内容，一是通过新建部分系统模块来适应公司业务发展的多方面多层次的需求，新建的系统模块包括客户关系管理系统（CRM）、人力资源管理系统（HR）、办公室自动化系统（OA）、供应链管理系统（SCM）、智能终端营销等方面的软硬件设备以及相关配套设施建设；二是对现有信息系统模块进行优化提升，主要包括服装鞋帽解决方案（AFS）、高性能数据查询（HANA）、智能仓储系统（EWM）、分销零售系统（Retail）、电子商务平台（B2B）

等，这些模块经过完善后，服务器性能和容量将得到极大提升，将开发更多的智能报表，增加更多用户，有助于提升效率，加强数据安全保护。

(1) 信息化系统架构图

通过新建模块以及对现有信息系统模块进行拓展、完善和提升，公司信息化系统将更加完整，公司信息化系统将形成两大主要功能系统：主支持系统和主业务系统，覆盖公司主要业务流程：企划设计、订货会、采购原料、生产管理、物流配送、渠道管理、零售管理提供平台支持和业务支持。通过本项目对公司信息化项目进行改造升级后，将得出公司的信息化系统架构如下图所示：



(2) 信息化系统各个模块及功能说明

本次信息化系统改造项目完成后，公司信息化系统各个模块及功能如下表：

序号	建设模块	功能说明
<b>主支持系统</b>		

序号	建设模块	功能说明
1	商务智能系统（BI）	商务智能系统为公司决策管理提供重要的基础，该系统通过软件工具获取公司经营中各个业务系统的基础数据并进行整理分析，提供综合性的报表，提炼出有效的信息，有助于提高公司运营效率和决策能力。
2	人力资源系统（HR）	根据公司发展战略制定相对应的人才需求方案。为公司提供工作人员的薪资、人力成本、招聘、发展激励、工作考勤等方面的智能化管理。
3	办公自动化系统（OA）	提供公司办公业务系统管理的平台，主要包括公司的日常办公、行政管理、个人信息管理、知识管理等。
4	电子商务平台（B2C）	为公司提供网上交易和管理等全过程的服务平台，包括广告宣传、网上订购、网上支付、交易管理等各项功能。
5	企业宣传网站	提升企业品牌形象，加强公司与外部的信息交流。
6	财务管理系统	提供公司应收、应付、总账、合并等财会核算功能，完成报表制作。提供全方面的预算管理支持，优化公司现有的财务预算管理体系，提升公司资金使用的合理性和有效性。
<b>主营业务系统</b>		
7	供应链管理系统（SCM）	建立起公司供应链的统一协调管理平台，实现对供应链全过程的控制和查询功能，使公司采购、生产、物流配送等环节实现双向信息交流，缩短供货时间，提升供应链响应的速度。
8	研发管理系统（ICM）	提供产品研发以及与产品研发相关活动的管理功能，主要包括产品管理、研发管理、测试管理等功能。
9	订货会管理系统	主要包括对订单管理、订货会进度管理、订货会流程管理等功能。
10	质量管理体系（QM）	为公司产品提供质量检测、质量控制、质量改进计划等功能。
11	智能仓储管理系统（EWM）	优化公司仓储设施，降低仓储成本，提高劳动力绩效，主要包括仓库管理、人力管理、货位优化分配等功能。
12	分销零售系统（Retail）	提供从供应商到顾客之间营销业务的处理效率，提升信息的传输速度、效率和准确性，主要包括销售管理、库存管理、售后服务、综合管理等。
13	服装鞋帽解决方案（AFS）	提供公司对服装的品牌特点、季度特点、款式特点、颜色特点、尺码等综合解决方案，帮助企业准确把握市场趋势。
14	零售终端管理（POSDM）	集中管理公司门店 POS 业务、价格变动、门店管理、广告管理等业务，提高公司对店铺销售的综合管理能力。
15	零售计划管理（MAP）	制定公司零售方案策划，提升公司产品营销能力。
16	客户关系管理系统（CRM）	利用信息科学技术，实现市场营销、销售、服务等活动自动化，使公司能更高效地为客户提供满意、周到的服务。
17	高性能数据查询（HANA）	提供高性能的数据查询功能，公司可以直接对大量实时业务数据进行查询和分析，而不需要对业务数据进行建模、聚合等。
18	智能终端营销	运用智能化电子产品 PDA 进行销售、盘点。
19	店柜商品展示	建立统一的店柜商品展示系统。

### （3）项目建设前景展望

项目建设完成后将使公司形成两大主要功能系统：主支持系统和主营业务系统。其中主支持系统包括办公自动化、财务管理、人力资源、商务智能等功能模块，将为公司管理决策提供良好的支持，有助于公司建立起快速、有效的管理平台，提升公司办公效率。主营业务系统包括供应链管理、分销零售管理、研发管理、零售终端管理、质量管理等功能模块，该系统将为公司研发设计产品提供数据支

持,有助于公司设计出更加符合消费者口味的产品;将加强公司对供应链的掌控,提升供应链的响应速度;将建立起一套销售渠道与终端零售管理的系统,有助于建立灵活、快速的市场反应机制,促进营销网络的高质量、高效率的建设。

#### 4. 主要设备选择

##### (1) 本项目硬件系统选型方案

设备购置包括硬件与软件设备购置,硬件设备投资总额为 3,486.00 万元,主要包括服务器、交换机、PC 台式机、笔记本电脑等设备投资,投资明细如下:

单位:万元

序号	硬件设备名称	拟选品牌	平均单价	数量	预算金额
<b>1</b>	<b>机房设备</b>				
1.1	x86 服务器	IBM	40.00	25	1000.00
1.2	交换机	Cisco	0.50	40	20.00
1.3	存储器	DS800	50.00	4	200.00
1.4	流量控制设备	Pcakteer	20.00	2	40.00
1.5	负载均衡设备	BIG F5	25.00	2	50.00
1.6	防火墙	Juniper	30.00	1	30.00
1.7	路由器	Cisco	5.00	10	50.00
1.8	存储器	IBM	60.00	2	120.00
1.9	二层交换机	Cisco	4.00	6	24.00
1.10	防毒墙 Web gateway	mcafee	25.00	2	50.00
1.11	光线交换机	博科	12.00	2	24.00
1.12	入侵防护 IPS	mcafee	70.00	1	70.00
1.13	四层交换机	Cisco	8.00	4	32.00
1.14	网管设备	深信服	10.00	4	40.00
1.15	无线 AP(仓库捡货)	Cisco	0.50	100	50.00
1.16	小型机服务器	IBM	200.00	4	800.00
	小计				<b>2,600.00</b>
<b>2</b>	<b>终端设备</b>				
2.1	打印机	HP	0.80	300	240.00
2.2	PC 台式机	联想	0.50	500	250.00
2.3	笔记本电脑	联想	0.80	50	40.00
2.4	移动终端	MOTO	0.50	150	75.00
2.5	条码设备	MOTO	1.00	11	11.00
2.6	Email gateway	mcafee	30.00	1	30.00
2.7	彩色一体机	富士施乐	35.00	4	140.00
2.8	磁带库	IBM	10.00	2	20.00
2.9	绘图仪	ET	5.00	6	30.00
2.10	扫描枪	立象	0.10	250	25.00
2.11	条码扫描枪	honeywell	0.10	250	25.00
	小计				<b>886.00</b>
	合计				<b>3,486.00</b>

##### (2) 本项目软件系统选型方案

软件系统投入主要包含 BI 商务智能系统、CRM 客户关系管理系统、EWM 智能仓储系统、OA 办公室自动化系统等投入，明细如下表所示：

单位：万元

序号	软件设备名称	品牌	授权许可数	软件费用与授权许可费用	实施与培训费用	预算金额
<b>1</b>	<b>SAP 建设费用</b>					
1.1	SCM（供应链管理系统）	SAP	500.00	450.00	750.00	1200.00
1.2	AFS(服装鞋帽解决方案)	SAP	200.00	200.00	300.00	500.00
1.3	Merchandising for Retail（分销零售）	SAP	300.00	300.00	200.00	500.00
1.4	BI（商务智能）	SAP	100.00	100.00	100.00	200.00
1.5	EWM（智能仓储系统）	SAP	150.00	100.00	100.00	200.00
1.6	CRM（客户关系管理系统）	SAP	50.00	200.00	280.00	480.00
1.7	HANA（高性能数据查询）	SAP		200.00	100.00	300.00
<b>2</b>	<b>办公及自动化建设费用</b>					
2.1	（OA）办公室自动化系统			150.00		150.00
2.2	IM 即时通信软件			50.00		50.00
2.3	正版办公软件			200.00		200.00
	<b>合计</b>					<b>3,780.00</b>

## 5. 项目建设实施地

本项目建设地点为深圳市福田区车公庙天祥大厦和深圳市龙华新区大浪镇服装产业园。

## 6. 项目的进度安排

本项目计划建设期 36 个月，计划分三个阶段实施完成，建设进度安排如下。

第一阶段：购买升级部分现有机房硬件设备，改善提升机房托管条件。将公司现有系统模块与新上线的仓储管理 EWM、商务智能 BO、研发管理 ICM、供应链管理 SCM、质量管理 QM 等模块进行对接。

第二阶段：完善公司 OA 办公系统，财务管理系统，接入 HR 人力资源管理系统，零售终端门店接入智能终端营销系统、店柜商品展示。

第三阶段：建设电子商务平台 B2C，完善企业宣传网站，全面实现系统总体协调运作。

项目进度表如下图所示：

阶段/时间(季度)	T+12				T+24				T+36			
	一季度	二季度	三季度	四季度	一季度	二季度	三季度	四季度	一季度	二季度	三季度	四季度
1	升级部分硬件设备,改善机房托管条件											
	将公司现有系统模块与新上线仓储管理EWM、商务智能BO、研发管理ICM、供应链管理SCM、质量管理QM等模块的系统模块进行对接											
2			完善公司OA办公系统、财务管理系统接入HR人力资源管理系统									
			零售终端店面接入智能终端营销系统、店柜商品展示系统接入店面									
3							建设电子商务平台B2C,完善企业宣传网站					
							全面实现系统总体协调运作					

## 7. 环境和生态影响分析

本项目为信息化改造升级项目，无污染源，在系统运营过程中不会产生污染物，不会对周围环境产生影响。

## 四、补充流动资金的必要性及合理性分析

### （一）补充流动资金的必要性分析

#### 1. 品牌多元化发展及收购新品牌需要大量资金

公司现有“Marisfrolg”（玛丝菲尔女装）和“MASFER.SU”（玛丝菲尔素女装）两个核心品牌。为了充分挖掘现有品牌的市场容量和盈利水平，同时突破单一品牌可能面临的发展瓶颈，降低经营风险并培养新的利润增长点，公司2013年推出了“MARISFROLG”男装和“ZhuChongYun”高端女装自主品牌，购入“AUM”女装品牌，并于2014年完成收购意大利高端女装品牌“Krizia”。各个新品牌在培育期所涉及的设计、生产、店铺拓展等方面的资金需求均较大，公司需要储备一定量的流动资金。

#### 2. 经营规模的迅速扩张需要补充流动资金

报告期内，公司门店增长迅速，从2013年末的664家增加到2016年6月末的884家；营业收入相应从2013年的18.49亿元增长到2015年的24.80亿

元。此外，根据公司规划，本次发行募投项目计划在未来新增 496 家直营店，达产期新增销售 23.59 亿元。

公司经营规模的迅速扩张，需要增加门店建设、铺货、人员储备和供应链等方面的投入，流动资金需求量随之增长。主要包括：

（1）销售渠道方面，报告期各期末，存货和应收账款占公司流动资产的比例合计分别为 70%、75%、73%和 78%，二者占公司流动资产的比例较高。虽然该特点与企业的生产经营模式相关，但期末大额的存货和应收账款增加了公司的资金占用。降低了公司的资产周转效率。2015 年，公司应收账款周转率为 14.73 次，平均周转天数为 24.78 天；公司存货周转率为 0.62 次，平均周转天数为 588.71 天，存货金额较大，占用资金周期较长。随着公司未来募投项目实施后新门店的增加，对公司流动资金的需求会进一步增加。

（2）采购渠道方面，在采购原材料以及成衣时，公司签订合同后一般需预付 30%的预付款项。报告期各期，公司原材料的采购金额分别为：16,674.72 万元、21,684.98 万元、30,432.53 万元和 10,688.09 万元；成衣定制的金额分别为：10,360.95 万元、10,572.17 万元、14,333.73 万元和 3,388.47 万元；面辅料供应商和成衣供应商采购中需要预付购买款的特点决定了公司需保持较高的流动资金储备。

### 3. 公司经营模式的特点决定存货占用资金较多

公司实施以直营为主的发展战略，截至 2016 年 6 月末，公司直营店占比 77%以上，直营渠道销售额占比达到 88%以上。本次发行募投项目实施后，直营店占比将进一步提升。直营模式下，公司需要根据店面规模来配置足够款式、尺码的服装，该部分服装在销售给终端客户前作为公司库存商品处理，因此，直营模式为主的特点，决定了公司存货余额较大，占用资金较多。截至 2016 年 6 月末，公司存货账面价值达到 77,673.01 万元，占流动资产比例为 65.23%。为保证产品备货的充分、及时，公司必须拥有充足的流动资金。

同时，直营店中大多为商场联营店。与商场合作中，商场会扣除相应的扣点，同时公司需要对卖场进行装修和日常维护，总体导致公司的运营费用较高。报告期各期，卖场费用和相关装修维护费合计分别为：17,077.51 万元、26,013.73 万元、28,965.92 万元和 15,310.30 万元，并随着业务规模扩大而增加。充足的



资金储备有助于提升公司门店的日常运营能力，进一步巩固和拓展公司的渠道优势，配合募投项目达到预期的效果。

#### 4. 资金成本预期增长

目前公司融资的主要来源为银行贷款，尽管国家近年来出台了为中小企业融资提供便利的相关政策，而在通货膨胀压力和“钱荒”持续蔓延二者并行的情形下，银行信贷政策收紧，资金成本攀升。公司面临融资渠道单一且资金成本相对较高的问题。

##### （二）补充流动资金的合理性分析

公司 2013 年末的流动资金为 69,529 万元，根据测算，募投项目初步达产后将需要流动资金 101,829 万元，缺口约 32,299 万元。

考虑到公司高端女装品牌的运营模式对流动资金储备的需求，公司的流动资金比例将进一步提高。因此，结合本次发行的募集资金规模，公司拟使用 3.2 亿元的募集资金来补充流动资金，是较为合理的。

### 五、本次募集资金运用对公司主要财务状况及经营成果的影响

#### （一）对公司财务状况的影响

发行后公司由于得到募集资金，流动资金大幅增加，流动比率和速动比率将大幅提高，净资产比发行前将有较大幅度增长。与此同时，募投项目均存在一定的建设期，产生效益也需要一定的周期，故短期内将导致股本增加而使得净资产收益率出现一定程度的下降。

#### （二）对公司经营成果的影响

公司的盈利主要来自旗下各品牌的销售收入。从长远发展来看，募集资金到位后，将从设计、生产、销售和信息管理等方面全方位提升企业的综合实力。随着各项目的成功实施，公司的营业收入与利润水平将大幅增长，未来盈利能力将大幅提高，有利于巩固公司在国内高端女装行业的领先地位，全方位提高公司的抗风险能力和综合竞争实力，竞争优势将进一步得到增强。

此外，本次募集资金投入后，折旧摊销将会相应增加，在募集资金到位后的十年内，公司每年折旧摊销值如下表所示：

单位：万元

项目	<b>T+12</b>	<b>T+24</b>	<b>T+36</b>	<b>T+48</b>	<b>T+60</b>
折旧摊销总计	1,225.91	3,230.20	5,277.05	5,603.11	4,397.29
	<b>T+72</b>	<b>T+84</b>	<b>T+96</b>	<b>T+108</b>	<b>T+120</b>
	3,860.56	3,637.46	3,407.58	3,407.58	3,407.58

本次募集资金投资项目的建设期为 2-3 年，建设期间已经可以产生收入，但盈利潜力未充分释放，尤其是店铺新设初期需经历一定的培育期，因此固定资产折旧和无形资产摊销等费用会对公司的经营成果造成一定影响，但就公司目前稳定的盈利规模来说，影响程度较小。项目建设达产并达到稳定水平后，预计新增固定资产 12.5 亿元，年均新增净利润约 5.87 亿元，年均折旧预计 3,745.43 万元，新增利润能够完全覆盖新增折旧和摊销费用，折旧和摊销费用的影响较小。

## 第十四节 股利分配政策

### 一、公司的最近三年股利分配政策和实际股利分配情况

#### （一）股利分配政策

根据现行《公司章程》，公司股利分配政策如下：

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10% 列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50% 以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 25%。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后二个月内完成股利（或股份）的派发事项。

公司可以采取现金或者股票方式分配股利，可以进行中期现金分红。公司的利润分配应当重视对投资者的合理投资回报，利润分配政策应保持连续性和稳定性。

在公司当年实现盈利符合利润分配条件时，公司董事会应根据公司的具体经营情况和市场环境，制定利润分配预案报股东大会批准，年度公司盈利但董事会未做出现金利润分配预案的，董事会应当作出相关说明。

若存在公司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股利，以偿还其占用的资金。

#### （二）实际股利分配情况

报告期内公司实际进行了下列现金股利分配：

#### 1. 玛丝菲尔有限及本公司

根据 2012 年 3 月 31 日董事会决议：（1）将玛丝菲尔有限 2011 年的部分未分配利润 88,845,533.74 元全部分配给深圳恩情；（2）将估算的 2012 年 1-3 月实现税后利润中的 131,154,466.26 元分配给深圳恩情。两项合计应分配给深圳恩情 220,000,000.00 元。

2013 年 5 月 16 日，公司召开 2012 年度股东大会审议通过了《2012 年度利润分配预案》，将 2012 年 12 月 31 日可供分配利润进行现金股利分配，累积分配金额 68,396,002.90 元，其中 65,860,613.15 元分配给深圳恩情，545,179.02 元分配给睿远投资，547,960.63 元分配给崇远投资，529,074.93 元分配给华睿财智，913,175.16 元分配给 VVL。

2014 年 1 月 21 日，公司召开 2014 年第一次临时股东大会，审议通过了《2012 年度（2012 年 4 月 1 日-2012 年 10 月 30 日）利润分配预案》、《2012 年度（2012 年 10 月 31 日-2012 年 12 月 31 日）利润分配预案》，累计分配 220,410,146.53 元。其中，212,803,977.31 元分配给深圳恩情，1,643,881.90 元分配给崇远投资，1,635,537.05 元分配给睿远投资，1,587,224.78 元分配给华睿财智，2,739,525.49 元分配给 VVL。

2014 年 4 月 7 日，公司召开 2013 年度股东大会，审议通过了《2013 年度利润分配预案》的议案，累计分配 2013 年年度实现可供分配利润的 25% 即 128,350,456.46 元。其中，118,055,466.35 元分配给深圳恩情，1,327,913.82 元分配给睿远投资，1,347,423.09 元分配给崇远投资，1,214,965.42 元分配给华睿财智，6,404,687.78 元分配给 VVL。

2014 年 10 月 31 日，公司召开 2014 年第五次临时股东大会，审议通过了《2013 年度剩余可分配利润分配预案》的议案，累计分配 2013 年年度全部剩余未分配利润即 385,051,369.37 元。其中，354,166,399.04 元分配给深圳恩情，3,983,741.47 元分配给睿远投资，4,042,269.28 元分配给崇远投资，3,644,896.26 元分配给华睿财智，19,214,063.33 元分配给 VVL。

2015 年 10 月 8 日，公司召开 2015 年第二次临时股东大会，审议通过了《2014 年度利润分配方案》的议案，累计分配 2014 年年度可供股东分配的利润 599,731,591.70 元，其中，551,627,120.73 元分配给深圳恩情，6,204,823.05

元分配给睿远投资，6,295,982.25 元分配给崇远投资，5,677,059.25 元分配给华睿财智，29,926,606.43 元分配给 VVL。

2016 年 9 月 25 日，公司召开 2016 年第三次临时股东大会，审议通过了《2015 年度利润分配方案》的议案，以公司总股本 3.69 亿股为基数，向全体股东每 1 股派 1.00 元（含税），分配现金红利 369,000,000.00 元（含税），本次股利分配后的未分配利润 304,515,478.82 元结转下一年度。其中 339,402,510.00 元分配给深圳恩情，3,817,674.00 元分配给睿远投资，3,873,762.00 元分配给崇远投资，3,492,954.00 元分配给华睿财智，18,413,100.00 元分配给 VVL。

## 2. 阿卡特时装

2012 年 7 月 31 日，阿卡特时装召开董事会并作出决议：

（1）阿卡特时装 2010 年实现税后未分配利润人民币 97,252,457.83 元，其中真彩投资的分配利润额为 87,527,212.05 元，深圳恩情的分配利润额为 9,725,245.78 元；

（2）阿卡特时装 2011 年实现税后未分配利润人民币 32,077,380.54 元，其中真彩投资的分配利润额为 28,869,642.49 元，深圳恩情的分配利润额为 3,207,738.05 元；

（3）阿卡特时装 2012 年 1-7 月实现税后未分配利润人民币 3,400,000.00 元，其中真彩投资的分配利润额为 3,060,000.00 元，深圳恩情的分配利润额为 340,000.00 元；

2013 年 6 月 18 日，阿卡特时装的股东玛丝菲尔做出决议，将截至 2012 年 12 月 31 日阿卡特时装的未分配利润 1,292,875.52 元，全部分配给玛丝菲尔。

## 3. 噢姆

2015 年 4 月 9 日，噢姆召开股东会并作出决议：（1）经瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）对公司出具的无保留审计意见，2014 年实现净利润人民币为 7,852,047.90 元，弥补 2013 年亏损额 -276,725.5 元后未分配利润为 7,575,322.40 元，其中已提取盈余公积人民币为 785,204.79 元，可分配利润人民币为 6,790,117.61 元；（2）现决定将其中的人民币 2,037,035.28 元分配给投资者，其中股东玛丝菲尔分红金额 1,629,628.22 元；股东黄耿华分红金额 407,407.06 元。分配后尚可分配人民币 4,753,082.33 元，暂不分配。

2015 年 12 月 31 日，噢姆召开股东会并作出决议：（1）2014 年剩余未分

配利润为人民币 4,753,082.33 元，经公司财务测算 2015 年可分配利润预计大于 50,000,000.00 元。公司的盈余公积金已经大于注册资本的 50%，不再提取盈余公积；（2）现决定将 2014 年剩余未分配利润 4,753,082.33 元、2015 年部分可分配利润 15,246,917.67 元共计人民币 20,000,000.00 元按持股比例分配给投资者，股东深圳玛丝菲尔时装股份有限公司分红金额 16,000,000 元；股东深圳庚良文化投资发展有限公司分红金额 4,000,000 元。

## 二、发行前滚存利润的分配安排

2014 年 4 月 15 日，公司召开 2014 年第二次临时股东大会，审议通过公司发行前滚存利润的分配政策为：“公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票前一年度利润分配后滚存的未分配利润与首次公开发行股票当年实现的利润，由本次公开发行后的新老股东共享。”

## 三、本次发行后的股利分配政策

### （一）本次发行后公司的股利分配政策

发行人于 2014 年 4 月 15 日召开 2014 年第二次临时股东大会，审议并通过了《关于审议公司上市后适用的<深圳玛丝菲尔时装股份有限公司章程（草案）>的议案》、《关于公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票前滚存利润分配政策的议案》、《关于审议<深圳玛丝菲尔时装股份有限公司未来分红回报规划（2014-2016）>的议案》；并于 2014 年 9 月 10 日召开 2014 年第四次临时股东大会，审议并通过了《关于修改公司上市后使用的<深圳玛丝菲尔时装股份有限公司章程（草案）>的议案》。

根据本公司 2014 年第四次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，本次发行后，发行人的股利分配政策如下：

#### 1. 利润分配方案

（1）利润分配的原则：公司实行积极的利润分配政策，坚持以现金分红为主的基本原则，充分考虑和听取股东特别是中小股东的要求和意愿，以可持续发展和维护股东权益为宗旨，重视对投资者的合理投资回报，保持利润分配政策的连续性和稳定性，分红政策符合法律、法规的规定。

公司的利润分配政策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，并坚持如下原则：

- ①按法定程序分配的原则；
- ②存在未弥补亏损不得分配的原则；
- ③公司持有的本公司股份不得分配的原则。

公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证应当充分考虑独立董事、监事和公众投资者的意见。

（2）利润分配形式：公司利润分配可采取现金、现金与股票相结合或方式分配股利，现金方式优先于股票方式。公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。

在保证公司股本规模和股权结构合理的前提下，基于回报投资者和分享企业价值的考虑，从公司成长性、每股净资产的摊薄、公司股价与公司股本规模的匹配性等真实合理因素出发，当公司股票估值处于合理范围内，公司可以在实施现金分红的同时进行股票股利分配。

### （3）现金分红的条件

①公司该年度实现的可供分配的净利润（即公司弥补亏损、提取公积金后剩余的净利润）为正值且经营活动产生的现金流量净额为正值，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

- ②公司累计可供分配的利润为正值；
- ③审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

### （4）现金分红的比例及时间间隔

在具备现金分红条件、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司应当在每年年度股东大会召开后进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

在具备现金分红条件时，公司最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%；其中，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的 25%。

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，并按照本章程规定的程序，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%；

当本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。

重大资金支出事项指以下情形之一：

①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达到或超过公司最近一期经审议净资产的百分之五十，且超过人民币 5,000 万元；

②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达到或超过公司最近一期经审计总资产的百分之三十。

#### （5）股票股利分配的条件

若公司有扩大股本规模需要，或者公司董事会认定的其他理由，在确保公司当年累计可分配利润满足上述现金股利分配之余，董事会可提出股票股利分配预案。公司在确定以股票方式分配利润的具体金额时，应充分考虑以股票方式分配利润后的总股本是否与公司目前的经营规模、盈利增长速度相适应，以确保分配方案符合全体股东的整体利益。

（6）存在公司的股东违规占用公司资金的，公司在利润分配时扣减该股东可分配的现金红利，以偿还其占用的公司资金。

（7）公司董事会应按照既定的利润分配政策和实际的经营情况制定各年的利润分配方案，并提交股东大会审议通过。公司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。

股东大会在审议利润分配方案前，公司的独立董事和外部监事（如有）应当就上述方案发表明确意见。公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。公司董事会应在年度报告中披露利润分配方案。

公司将根据自身实际情况，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见，在上述利润分配政策规定的范围内制定或调整分红回报规划。

公司在上一个会计年度实现盈利，但公司董事会在上一会计年度结束后未



提出现金利润分配预案的，应当在定期报告中详细说明未分红的原因以及未用于分红的资金留存公司的用途，独立董事应当对此发表独立意见。

## 2. 利润分配的决策程序和机制

公司利润分配决策程序应充分考虑独立董事、外部监事（如有）和公众投资者的意见，公司利润分配决策程序具体如下：

（1）每个会计年度结束后，管理层结合公司章程、盈利情况、资金需求、分红回报规划等因素提出利润分配建议。

董事会在考虑对股东科学、持续、稳定的回报基础上，拟定利润分配预案。董事会制订利润分配方案时应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，利润分配方案需经董事会过半数以上表决通过，独立董事充分参与利润分配预案拟定的全过程。

（2）独立董事应对利润分配方案的制订或修改进行审核并发表独立的审核意见。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。

（3）监事会应当对董事会拟定的利润分配方案进行审议，并经半数以上监事通过，若公司当年度满足现金分红条件但未提出现金分红方案的，监事会应就相关政策、规划执行情况发表专项说明和意见，并对利润分配方案和股东回报规划的执行情况进行监督。

公告董事会决议时应同时披露独立董事、监事会的审核意见。

（4）董事会审议通过利润分配方案后应提交股东大会审议批准，股东大会应根据法律法规、公司章程的规定对董事会提出的利润分配预案进行审议表决，通过多种渠道（包括但不限于电话、传真、电子邮箱、互动平台等）主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。分红方案应由出席股东大会的股东或股东代理人所持表决权的半数以上通过。

（5）公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后两个月内完成股利派发事项。

## 3. 利润分配政策的调整

公司如因外部经营环境或自身经营状况发生重大变化而需调整分红政策和分红回报规划的，应以股东权益保护为出发点，由董事会在股东大会提案中详细

论证和说明原因；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，须经董事会审议后提交股东大会批准，有关决策和论证过程中应当充分考虑独立董事、监事和公众投资者的意见；公司应当提供网络投票等方式以方便社会公众股股东参与股东大会表决。

如公司需调整利润分配政策，应由公司董事会根据实际情况提出利润分配政策调整议案。利润分配政策调整议案需经  $2/3$  以上独立董事表决通过并经半数以上监事表决通过方可提交股东大会审议。

董事会需在股东大会提案中详细论证和说明原因，独立董事、监事会应当对利润分配政策调整方案发表意见。

公司利润分配政策调整方案需提交公司股东大会审议，并由出席股东大会的股东或股东代理人所持表决权的  $2/3$  以上通过。

公司董事会应根据股东大会制定或修改的利润分配政策至少每三年制定一次利润分配规划和计划，根据股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见对公司正在实施的股利分配政策作出适当且必要的修改，确定该时段股东回报计划，并确保调整后的股东回报计划不违反利润分配政策的相关规定。董事会制定的利润分配规划和计划应经全体董事过半数以及独立董事二分之一以上表决通过。若公司利润分配政策进行修改或公司经营环境或者自身经营状况发生较大变化而需要调整利润分配规划和计划，利润分配规划和计划的调整应经全体董事过半数以及独立董事二分之一以上表决通过。

#### **4. 利润分配信息披露机制**

公司严格按照有关规定在定期报告中详细披露利润分配方案和现金分红政策执行情况，说明是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求，分红标准和比例是否明确和清晰，相关的决策程序和机制是否完备，独立董事是否履职尽责并发挥应有的作用，中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到充分维护等。

对现金分红政策进行调整或变更的，还要详细说明调整或变更的条件和程序是否合规和透明等。

如公司当年盈利且满足现金分红条件、董事会未按照《公司章程》的规定提出现金分红方案的，公司在定期报告中披露原因，并说明未用于分红的资金留存公司的用途和使用计划，由独立董事发表独立意见、监事会发表意见。

## （二）公司本次发行上市后的股利分配规划

2014年4月15日，公司股东大会审议通过《深圳玛丝菲尔时装股份有限公司未来分红回报规划（2014年-2016年）》的议案。公司未来的股利分配规划详见本招股书“重大事项提示 四、本次发行后公司股利分配政策、计划及规划”。

## 第十五节 其他重要事项

### 一、信息披露及投资者关系管理制度

为加强投资者权益保护，公司根据《公司法》、《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》、《深圳证券交易所股票上市规则》、《深圳证券交易所中小企业板上市公司规范运作指引》及《深圳玛丝菲尔时装股份有限公司章程》的相关要求，制定了《深圳玛丝菲尔时装股份有限公司信息披露管理制度》，明确了信息披露的内容和格式要求，真实、准确、完整、及时地报送及披露信息，体现公开、公正、公平对待所有股东的原则。

公司由董事会秘书负责信息披露及投资关系管理，由证券事务部具体实施：

董事会秘书：洪频

联系电话：0755-66866000-00794

电子邮箱：hongpin\_1@163.com

公司互联网址：<http://www.marisfrolg.com>

### 二、重大合同

本节重大合同指合同金额为人民币 500 万元（或等值外币）及以上，或者合同金额未超过人民币 500 万元（或等值外币），但对公司生产经营、财务状况具有重要影响的合同，或体现发行人主要经营模式的合同。公司正在履行的重大合同如下（除特别说明外，截至时间为 2016 年 6 月 30 日）：

#### （一）采购合同

就生产服装等产品所需的面料等原材料，发行人通常与主要供应商签署一定期限的购销合同，对购买的产品名称及其具体要求、数量、价格、交货期、交货地点、运输、包装标准、付款方式、验收标准、违约责任、合同纠纷解决、有效期限等予以约定。由于公司每季产品设计的服装款式和所使用的面料等原材料存在较大差异，因此，采购数量和金额不大。截至本招股书签署日，采购合同中不存在单项合同金额超过人民币 500 万元的情形。

#### （二）委托加工合同

发行人与受托生产方通过签署加工协议，对加工内容、包装要求、交货要求、数量、定价、受托生产方义务、委托方的义务、纠纷解决、合同有效期等进行了约定。由于委托加工合同主要支付加工费，因此，合同金额较小。截至本招股书签署日，委托加工合同中不存在单项合同金额超过人民币 500 万元的情形。

### （三）联营合同

发行人的销售模式以直营为主，直营主要通过商场联营的方式进行。商场联营合同主要对分成方式、合作期限、结算方式、商场费用分摊方式、装修、商品管理、人员管理、促销、违约责任等事项进行了约定，商场联营合同通常不记载具体金额。

### （四）加盟商特许经营合同

除直营外，公司以特许经营的方式开展了加盟业务，并与加盟商签订《“MASFER.SU”特许经营合同》、《“Marisfrolg”特许经营合同》该等特许经营合同主要条款相同，均对加盟区域、内容、方式及期限、加盟费用和条件、进货额、店铺设计及装修、产品管理、人员管理、财务结算、违约责任等事项做了约定。以《“Marisfrolg”特许经营合同》为例，其主要内容如下：

1. 在合同有效期内，特许经销商有权合理使用发行人享有的玛丝菲尔系列产品的相关标识。特许经销商可在约定的区域以自己名义投资开设玛丝菲尔品牌旗舰形象店，发行人可根据特许经销商实际经营能力，调整其经营区域的范围。未经发行人同意，特许经销商不得擅自将经营权转让给第三方或者以租赁、承包经营、股权转让等形式变相转让给第三方，否则发行人有权单方解除合同，并没收履约保证金。

2. 特许经销商必须在发行人授权的经销区域内销售发行人指定产品，不得在“Marisfrolg”或“MASFER.SU”专卖店（柜）内销售该等品牌以外的任何产品，也不得在加盟许可区域外销售该等品牌的指定产品。

3. 特许经销商拟开设专卖店（柜）所在地址及/或商场需取得发行人的书面同意；发行人有权指定特许经销商开设专门店（柜）的具体商场，特许经销商不得变更。未经发行人书面同意，专卖店（柜）地址不得迁移，特许经销商如因市场原因需进行任何性质的市场及店柜调整，如新开店、调位、扩柜、重装、整改、迁移、撤柜等，必须提前 90 日向发行人提出书面申请，并说明原因，经发行人

书面同意后，方可进行。

4. 特许经销商以加盟许可销售方式经营玛丝菲尔系列品牌产品，发行人根据全国各城市的人口、经济状况、人均收入、商业氛围等综合因素，分别制订对应的产品季进货额和一定比例的退货额。特许经销商单季未提交订单或单季提交订单的总金额不足本合同约定当季进货额 80%的，或连续两季提交订单总金额不足本合同约定进货额的，甲方有权单方解除本合同，并没收履约保证金、订货定金及货款余额。

5. 发行人负责将玛丝菲尔系列品牌产品根据每个季节要求发送至各加盟商。产品及其它物资的运输方式由特许经销商决定，所产生的相关费用由特许经销商承担。如需发行人代办产品运输，应在订单中注明运输方式及是否代办相关保险，其费用由特许经销商承担。

6. 为维护品牌形象及市场秩序，特许经销商应严格按照发行人确定的指导价格销售；VIP 客户需按照合同载明的条件申请入会，入会后方可享受相应折扣。若特许经销商有特殊原因需做低于上述指导价格的促销活动，上市两年以上的产品，特许经销商经发行人批准可进行促销的应严格执行甲方的促销价格（每季通过网络发送通知）。特许经销商任何促销或特卖活动，须向发行人提出书面申请，获得发行人书面同意后方可实行。

7. 为确保玛丝菲尔系列品牌的店面形象风格统一，专卖店（柜）必须由发行人指定的设计公司进行设计，必须按发行人指定的设计方案进行装修，并使用由发行人指定供应商提供的玛丝菲尔系列品牌专用陈列道具和发行人统一配发的店内物资。专卖店（柜）装修完毕，经由发行人验收合格后方可开业。

8. 特许经销商受发行人关于市场经营方面的监督、管理，特许经销商自行负责办理所设专卖店（柜）的一切手续，自主经营、自负盈亏。

9. 特许经销商如需在当地做广告宣传，应选择与发行人品牌定位相符的广告宣传方式，费用由特许经销商负责。广告投放的方式应当以书面形式提前 10 个工作日向发行人提出申请，经发行人书面同意后方可进行广告宣传，发行人若指定宣传资料的，特许经销商需用发行人指定的宣传材料进行宣传。

10. 特许经销商必须参加发行人每年举办的订货会，参会费用由特许经销商自行承担，如因特殊情况不能参加订货会，须提前跟发行人的加盟管理部门沟通，经发行人书面同意后方可。

11. 特许经销商根据实际情况建立完整、规范的团队管理架构，并将相关人员的岗位安排于开业前 3 个工作日书面报予发行人，发行人按照合同约定的培训方式提供人员培训。特许经销商的销售员工，必须按发行人的要求统一订制并穿着工作服装上岗，并严格按照发行人要求随季节更换。

12. 发行人每季度安排两次退货，特许经销商须达到合同约定的产品进货金额或进货数量方可享受季度进一定比例的退货。

13. 发行人保证其产品符合国家规定的产品质量标准，保证其产品不侵害第三方既有权利，如发行人提供的产品存在质量问题或者其他原因需要停止销售的情形，特许经销商必须在收到发行人相关通知后立即停止销售该产品并按要求将尚未售出的产品返还发行人，特许经销商因此遭受的直接损失（仅限于货款和运费）由发行人赔偿。如果特许经销商不按发行人通知要求继续销售上述通知所列明的产品，发行人有权要求特许经销商赔偿因此造成的损失或者在向第三方赔偿后有权向特许经销商追偿。

14. 特许经销商若通过网络或任何其他非本合同授权途径进行产品售卖，发行人有权立即单方解除合同，并没收履约保证金；造成重大影响的（包括但不限于查实的销售额达到 3 万元或以上、对甲方直营销售渠道产生影响，发行人有权要求特许经销商承担 10 倍履约保证金的违约金。通过网络或任何其他非本合同授权途径进行产品售卖的行为包括但不限于特许经销商自营、委托任何第三方售卖或者将产品提供给通过网络途径或任何其他非本合同授权途径售卖的经营者等。

## （五）借款合同

银行名称	借款余额 (万元)	主要用途	还款日期
平安银行股份有限公司深圳分行	100.00	缴税	2016 年 10 月
中国建设银行（亚洲）股份有限公司	18,990.71	收购“Krizia”品牌	放款日 36 个月后，或在相应的备用信用证到期前 5 个营业日内，以先到者为准
中国建设银行（亚洲）股份有限公司	2,212.51	日常营运	
汇丰银行（中国）有限公司深圳分行	5,052.00	流动资金贷款	2016 年 10 月
汇丰银行（中国）有限公司深圳分行	2,300.00	流动资金贷款	2016 年 11 月
汇丰银行（中国）有限公司深圳分行	2,000.00	流动资金贷款	2017 年 6 月
香港上海汇丰银行有限公司	1,475.01	装修“Krizia”米兰旗舰店；Krizia 采购服装的营运资本	2016 年 11 月
香港上海汇丰银行有限公司	2,212.51		2016 年 8 月
香港上海汇丰银行有限公司	1,106.25		2016 年 9 月

银行名称	借款余额 (万元)	主要用途	还款日期
中国银行股份有限公司深圳高新区支行	8,000.00	原材料采购	2016年11月
招商银行股份有限公司深圳车公庙支行	32,000.00	流动资金贷款, 仅用于股东分红	2016年12月
合计	75,448.99	-	-

### （六）授信及担保合同

授信银行	授信额度 (万元)	授信期限	担保方	被担保方	担保金额 (万元)	担保起始日	担保到期日
平安银行股份有限公司深圳分行	30,000.00	2015.10.26-2016.10.26	朱崇辉、姚建华	本公司	30,000	2015.10.26	从本合同生效日起至主合同项下各具体授信的债务履行期限届满日后两年
中国建设银行股份有限公司深圳市分行（注2）	26,000.00	2016.1.22-2017.1.21	朱崇辉、姚建华	本公司	26,000	2016.1.22	自单笔授信业务起始日起至该笔债务履行期限届满日后两年止
中国建设银行（亚洲）股份有限公司	4,000.00	2014.5.27-2017.5.26	中国建设银行深圳分行或其指定的支行（注3）	玛丝菲尔时装（香港）	不少于4,300	2014.6.27	有效期不超过37个月
汇丰银行（中国）有限公司深圳分行	2,000.00	注4	朱崇辉、姚建华	本公司	不超过2,200	2016.6.2	保证书签署之日起至银行收到终止通知后满一（1）个日历月之日止的期间
	500.00（注5）	2016.5.31-2016.8.22	朱崇辉、姚建华 玛丝菲尔	噢姆	不超过2,200 不超过550	2016.6.2 2016.6.2	保证书签署之日起至银行收到终止通知后满一（1）个日历月之日止的期间
香港上海汇丰银行有限公司	1,000.00	注6	汇丰银行（中国）有限公司深圳分行	玛丝菲尔时装（香港）	200万	2015.11.12	2016.11.11
					300万	2015.8.28	2016.8.26
					150万	2016.3.30	2016.9.30
中国银行股份有限公司深圳高新区支行	35,000.00	2015.11.5-2016.11.5	朱崇辉、姚建华	本公司	35,000.00	2015.11.5	主合同约定的主债权发生期间届满之日起两年
招商银行股份有限公司深圳车公庙支行	40,000.00	2015.11.26-2017.11.28	朱崇辉、姚建华	本公司	40,000.00	2015.10.16	从本合同生效日起至主合同项下每笔贷款或其他融资或银行受让的应收债权的到期日或每笔垫款的垫款日另加两年

注1：上表中只有中国建设银行（亚洲）股份有限公司、汇丰银行（中国）有限公司深圳分行、香港上海汇丰银行有限公司的金额单位为美元或欧元，其他均为人民币元。

注2：上表中的中国建设银行（亚洲）股份有限公司的授信合同附有与贷款有关的基本利率掉期条款。

注3：上表中的中国建设银行（亚洲）股份有限公司的担保形式为由中国建设银行深圳分行或其指定的支行出具的以中国建设银行（亚洲）有限责任公司为受益人的备用信用证。香港上海汇丰银行有限公司的担保形式类似，也是备用信用证。

注4：汇丰银行出具的授信函中无授信期限，备用信用证期限：不超过1年。

注5：汇丰银行该笔500万美元的授信对象为噢姆。

注6：2016年贷款便利更新的那一天或者2017年6月1日，二者孰早。

### （七）工程建设合同



项目	承建单位名称	合同金额 (万元)
玛丝菲尔工业厂区一期装饰工程	深圳市美芝装饰设计工程有限公司	4,234.29
玛丝菲尔工业厂区一期工程总施工总承包补充合同	江苏省华建建设股份有限公司	6,411.20
玛丝菲尔工业厂区一期外立面钢结构工程施工合同	深圳市兴银河网架工程有限公司	530.00
玛丝菲尔工业厂区二期工程钢结构深化设计、采购、加工制作和安装合同	江苏沪宁钢机股份有限公司	7,696.68
玛丝菲尔工业厂区二期工程二期机电安装工程施工合同	江苏省华建建设股份有限公司	6,484.28
玛丝菲尔工业厂区二期工程总施工总承包补充合同之二	江苏省华建建设股份有限公司	26,000.00
玛丝菲尔工业厂区二期及相关建设工程设计合同及补充协议	深圳市建筑设计研究总院有限公司	1,200.00
玛丝菲尔工业厂区一期中央空调工程合同	深圳市金英尔建设工程有限公司	2,065.30
一期中央空调安装合同-补充协议书	深圳市金英尔建设工程有限公司	1,781.07
一期2号楼2-4层办公区域内部装修工程施工合同	深圳广田装饰集团股份有限公司	773.52
小计		<b>57,176.34</b>

### （八）房地产购买合同

序号	物业地址	用途	购置合同 金额（元）	卖方	未履行完毕原因
1	太原市寇庄西路与长风街交叉口泰华城市广场B座一单元10层1101室	办事处	1,408,353	太原市世腾房地产开发有限公司	开发商尚未取得商品房预售许可证

### （九）其他重大合同

#### 1. 软件许可及服务协议

2012年5月21日，玛丝菲尔有限与思爱普（北京）软件系统有限公司签订了《软件许可协议》，约定思爱普（北京）软件系统有限公司许可发行人使用SAP软件，向发行人提供SAP管理软件使用许可及后续的安装实施服务，包含AFS、RETAIL、EWMS、MAP四个子系统，涵盖采购、生产、分销、渠道、仓储等重要业务环节的信息收集、数据处理；同日，发行人与思爱普（北京）软件系统有限公司上海分公司签订了《软件支持协议》，约定思爱普（北京）软件系统有限公司上海分公司每年度向发行人提供有关SAP支持；2012年6月28日，发行人与思爱普（北京）软件系统有限公司上海分公司签订了《专业服务协议》，约定思爱普（北京）软件系统有限公司上海分公司就SAP软件之安装和运行向发行人提供软件咨询和专业服务；2012年7月11日，发行人与思爱普（北京）软件系统有限公司上海分公司签订了《SAP ActiveEmbedded 支付服务补充协议》，约定思爱普（北京）软件系统有限公司上海分公司向发行人提供SAP关键任务支持、嵌入式支持和附加的SAP支持服务；2013年6月26日，公司与思

爱普（北京）软件系统有限公司上海分公司签订了《SAP 企业级支持服务协议之 SAP MaxAttention 支持服务协议》，就相关 SAP 支持服务、现场及远程技术支持等事项进行了约定。2014 年 12 月 22 日，公司与思爱普（北京）软件系统有限公司上海分公司签订了《SAP 高级约定服务协议》，就商品的自动补货、发货的技术支持进行了约定。截至 2016 年 6 月 30 日，除《SAP 高级约定服务协议》仍在履行中，和应按《软件支持协议》约定按年度支付维护服务费外，其余协议已履行完毕，已履行金额合计为 2,517.19 万元。

## 2. 与意大利公司 Krizia S.p.A 签订的份额购买协议、有限责任公司份额转让书

2014 年 1 月 26 日，公司与意大利 Krizia 公司（卖方）、M.A.P. S.r.l.（业主）和 M.M.Financiere S.p.A.（担保人，持有意大利 Krizia 公司 100%股权）签署《份额购买协议》，收购意大利 Krizia 公司旗下“Krizia”品牌及其业务。根据《份额购买协议》，意大利 Krizia 公司已设立全资子公司意大利新 K 有限，在与玛丝菲尔达成完全一致的情况下，意大利 Krizia 公司将向意大利新 K 有限转让带有“Krizia”商标的女士手袋、服装、鞋靴和配饰的设计和制造业务中卖方的某些资产、权利和义务，该转让以非货币资产增资的方式进行。非货币资产增资完成后，玛丝菲尔计划向卖方购买并取得卖方持有的意大利新 K 有限全部股权。

《份额购买协议》暂定上述股权购买价款为 3,500 万美元（按 2014 年 1 月 26 日当日银行卖出汇率 6.0631 折算人民币金额为 21,220.85 万元）。暂定购买价款将根据协议约定的“交割后价款调整”进行调整，并确定最终购买价款。

2014 年 5 月，意大利新 K 有限更名为 Krizia International。2014 年 6 月 10 日，意大利 Krizia 公司将持有的 Krizia International 100% 的股权转让与玛丝菲尔时装（香港），双方签订《有限责任公司份额转让书》，转让金额合计为 3,500 万美元，其中 2,990 万美元于 2014 年 6 月 10 日由玛丝菲尔时装（香港）向意大利 Krizia 公司支付完成，另外 510 万美元由玛丝菲尔（香港）支付予经玛丝菲尔（香港）、意大利 Krizia 公司确认的中国银行米兰分行的共管账户。

截至 2016 年 6 月 30 日，股权转让双方所设立的共管账户合计已向意大利 Krizia 公司另行支付 494.36 万美元，向玛丝菲尔时装（香港）支付 10 万美元。截至基准日，共管账户的剩余金额为 6.64 万美元。

## 3. Krizia International 的房屋租赁合同

Krizia International 租赁了办公、门店及仓储场所以正常开展经营业务，上述场所出租方均为 M.A.P. S.r.l.，年度租赁金额分别为 67.5 万欧元、10.8 万欧元、100 万欧元，租赁面积合计 6,928 平方米，租赁期限自 2014 年 6 月起至 2020 年 6 月止。如租赁期限届满前 12 个月，双方未提出异议的，租赁期限将自动延续同一租期，且 Map S.r.l. 放弃对协议首个六年租期届满之续租更新的否定权。

### 三、对外担保情况

截至本招股书签署之日，除对控股子公司噢姆的 500 万美元授信进行担保外，本公司不存在对外担保的有关情况。

### 四、公司主要关联方涉及的重大诉讼及仲裁情况

截至本招股书签署日，公司、公司股东、实际控制人及其关联方、董事、监事、高级管理人员不存在任何未了结的重大诉讼、仲裁、行政处罚案件。

### 五、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员涉及刑事诉讼情况

截至本招股书签署日，未发生公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员受到刑事诉讼的情况。

## 第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

### 发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书及摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

#### 全体董事（签名）：



朱崇辉



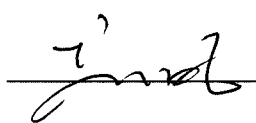
姚建华



张芳



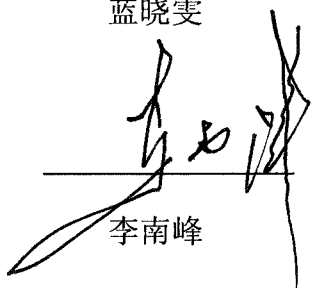
蓝晓雯



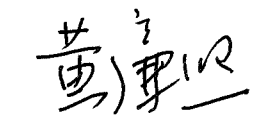
焦凤



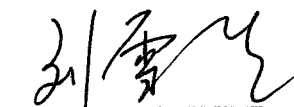
黄宇铮



李南峰

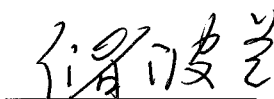


黄廉熙



刘雪生

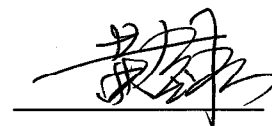
#### 全体监事（签名）：



储波兰




张梅



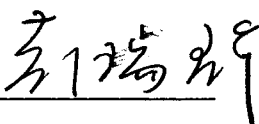
黄金香

全体高级管理人员（签名）：



---

姚建华



---

彭瑞群




---

王立军



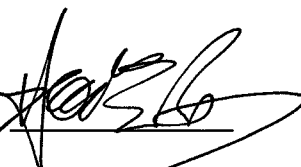
---

胡红云



---

洪斌



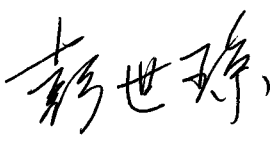
---

黄秋纯



---

吕亚九



---

彭世琼



深圳玛丝菲尔时装股份有限公司（盖章）

2017年1月18日

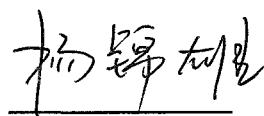
## 保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认其不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

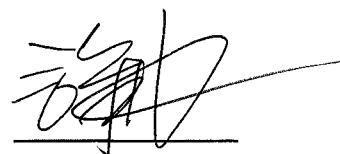
项目协办人：

\_\_\_\_\_

保荐代表人：

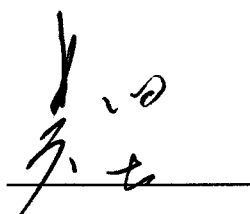


杨锦雄



许冰

法定代表人：

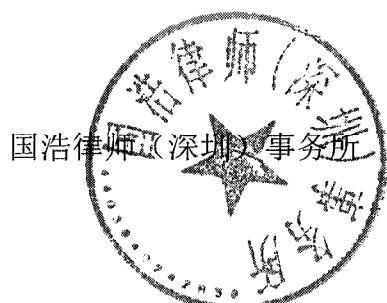


吴 坚



## 发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人的招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确度和完整性承担相应的法律责任。



负责人：

张敬前

经办律师：

李晓丽

经办律师：

幸黄华

日期：2017年1月18日

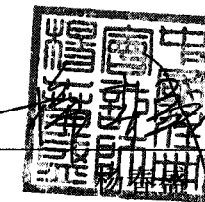
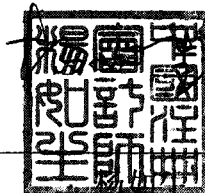
## 会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书及其摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

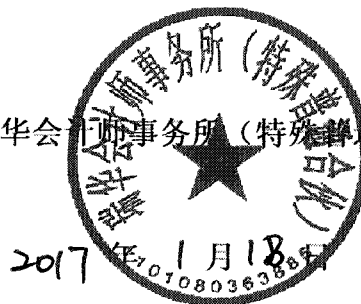
会计师事务所负责人：

  
杨剑涛

签字注册会计师：



瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）

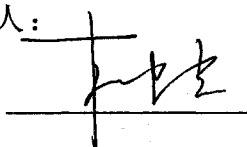




## 评估机构声明

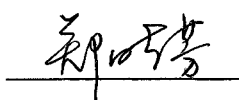
本公司及签字资产评估师已阅读深圳玛丝菲尔时装股份有限公司招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的资产评估报告无矛盾之处。本公司及签字资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

资产评估机构负责人：

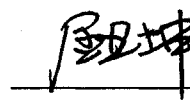


权忠光

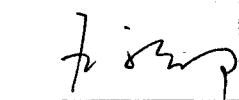
签字资产评估师：



郑晓芳



钮坤



王爱柳



北京中企华资产评估有限责任公司

2017年1月18日



## 验资机构声明


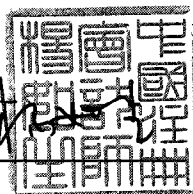
本所及签字注册会计师已阅读本招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的验资报告及验资复核报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告及验资复核报告的内容无异议，确认招股说明书及其摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

验资机构负责人：


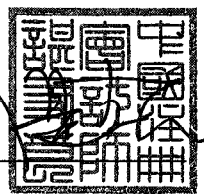


杨剑涛



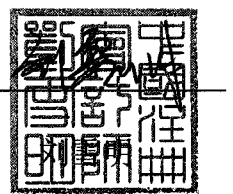
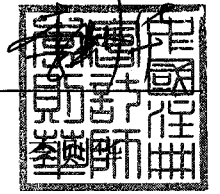
签字注册会计师：

杨如生

谌友良

## 第十七节 备查文件

### 一、备查文件目录

- （一）发行保荐书
- （二）发行保荐工作报告
- （三）财务报表及审计报告
- （四）内部控制鉴证报告
- （五）经注册会计师核验的非经常性损益明细表
- （六）法律意见书及律师工作报告
- （七）公司章程（草案）
- （八）中国证监会核准本次发行的文件
- （九） 其他与本次发行有关的重要文件

### 二、备查文件查阅时间和地点

#### （一）查阅时间

工作日上午 9：30-11：30，下午 2：00-4：00

#### （二）查阅地点

##### 1. 发行人：

名称：深圳玛丝菲尔时装股份有限公司

住所：深圳市福田区车公庙天祥大厦 2D

电话：0755-66866000-00794

联系人：洪频、李江帆

##### 2. 保荐人（主承销商）：

名称：西南证券股份有限公司

住所：重庆市江北区桥北苑 8 号西南证券大厦

电话：0755-83288691

传真：0755-83288321

联系人：叶宏、杨锦雄、许冰、黄嘉、樊华