JOEONE

九牧王股份有限公司

Joeone Co., Ltd.

（泉州市经济技术开发区清蒙园区）

首次公开发行股票招股说明书

（申报稿）

保荐人（主承销商）

中信证券股份有限公司

（深圳市深南大道 7088 号招商银行大厦 A 层）

九牧王股份有限公司

首次公开发行股票招股说明书

声明：本公司的发行申请尚未得到中国证券监督管理委员会的批准。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。投资者应以正式公告的招股说明书全文作为作出投资决策的依据。

发行股票类型：	人民币普通股（A 股）
发行股数：	不超过 12,000 万股
每股面值：	人民币 1.00 元
每股发行价格：	根据询价结果确定
预计发行日期：	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所：	上海证券交易所
发行后总股本：	不超过 57,293 万股

本次发行前股东对所持股份自愿锁定的承诺：

一、公司控股股东九牧王国际投资控股有限公司承诺

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

二、实际控制人林聪颖承诺

自发行人股票上市之日起三十六个月内，林聪颖不转让或委托他人管理所持有的九牧王国际投资控股有限公司的股权，也不由九牧王国际投资控股有限公司回购该部分股权。

三、顺茂投资、睿智投资、铂锐投资、智立方投资承诺

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

四、金石投资承诺

若公司刊登招股说明书之日距其对公司增资工商变更登记手续完成之日（2010 年 3 月 26 日）不满十二个月的，在其对公司增资工商变更登记手续完成之日起三十六个月内，不转让或委托他人管理所持有的发行人的股份，也不由发行人回购该部分股份；否则，即公司刊登招股说明书之日距其对公司增资工商变更登记手续完成之日（2010 年 3 月 26 日）满十二个月的，则自公司股票在证券交易所上市交易之日起一年内，不转让或委托他人管理所持有的发行人的股份，也不由发行人回购该部分股份。

五、同时，作为公司董事、高级管理人员的林聪颖、陈金盾、陈加贫及陈加芽承诺

各自控制的公司法人股东锁定期满后，在担任发行人董事、高级管理人员期间，每年转让直接或间接持有的发行人股份不超过其所直接或间接持有的股份总数的 25%；离职后半年内不转让其所直接或间接持有的发行人的股份；在申报离任六个月后的十二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直接或间接持有发行人股票总数的比例不超过百分之五十。

保荐人（主承销商）：	中信证券股份有限公司
招股说明书签署日期：	2011 年 3 月 4 日

重 要 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。

中国证监会、其他政府机关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保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》等的规定，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任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、会计师或其他专业顾问。

重大事项提示

本公司特别提醒投资者注意本公司及本次发行的以下事项和风险：

一、根据公司2010年第二次临时股东大会决议，如果本次发行获得批准，公司发行前滚存利润的分配遵循如下方案处理：本次发行日前滚存的可供股东分配的未分配利润由发行前后的新老股东共享。

二、特别提醒投资者认真阅读本招股说明书“第四节 风险因素”全部内容，并注意其中的下列风险：

1、日益激烈的市场竞争风险

本公司所处的服装行业竞争激烈，市场化程度高，服装企业众多。虽然近年来随着本公司经营规模日益壮大，在品牌、生产管理、销售网络等方面具备了较大的比较优势，主要产品西裤和茄克在细分市场占有率分别位列第一和第二，但随着更多国外品牌进入国内市场以及国内众多品牌企业实力的日益增强，日益激烈的市场竞争将有可能导致本公司的产品售价降低或销量减少，从而影响本公司的财务状况和经营业绩。

2、销售过于倚重主导产品的风险

公司的主导产品为男裤及茄克，报告期内，该两类产品的销售额占公司总销售额的70%左右，毛利占公司总毛利的70%左右。如果市场对男裤及茄克的需求大幅减少或者消费趋势、偏好发生大的变化，将影响公司的销售收入和利润，公司存在销售过于倚重主导产品的风险。

3、未来实施多品牌运作的风险

公司多年来一直运作九牧王品牌，风格以商务休闲为主，产品定位于中高端的消费者群体。公司计划在条件成熟时进行商品系列化运作，拓展具有较明显风格差异的子品牌服饰。另外，公司也计划发展高端品牌及其他休闲类服饰。

新品牌的推出及发展需要大量的时间及资源投入，将对公司管理品牌组合扩张的能力提出较高的要求。如果过快推行多品牌规划，而公司对市场的把握，以及相应的设计、生产组织、市场销售等方面无法及时适应，即不能保证今后推出的每个品牌均能够取得成功，则可能导致公司资源浪费及声誉受损，从而对公司业务、财务状况及经营业绩造成重大不利影响。

4、存货净额较大的风险

报告期各期末，公司存货主要构成及周转情况如下表：

单位：万元

	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
存货	44,860.92	33,447.71	36,969.27
其中：原材料	7,060.08	6,937.02	6,872.22
库存商品	34,049.60	24,426.51	28,472.13
存货占流动资产的比重	46.20%	44.30%	63.22%
存货周转率	1.90	2.08	1.93

截至 2010 年 12 月 31 日，本公司存货净额为 44,860.92 万元，占流动资产总额的 46.20%。其中库存商品为 34,049.60 万元，占存货净额的 75.90%，库龄一年以内的占库存商品的 82.58%。目前公司较大的存货净额与公司采取业务纵向一体化模式及拥有较多直营销售终端相关，符合公司生产经营的实际情况。虽然公司采取加强研发、采购和生产的计划性、以销定产等措施，保持了存货周转率相对稳定，但若在以后的经营年度中因市场环境发生变化或竞争加剧导致存货跌价或存货变现困难，本公司的盈利能力将可能受到不利影响。

5、实际控制人不当控制的风险

发行人的实际控制人为林聪颖先生，在本次发行前，其通过九牧王投资控制公司 74.5148%的股份，预计在本次发行后仍将控制公司 50%以上的股份。如果实际控制人通过控股股东对本公司的人事安排、经营决策、投资方向、资产交易、公司章程的修改以及股利分配政策等重大事项的决策予以不当控制，则有可能对公司及其他股东带来一定的风险，因此公司存在实际控制人不当控制的风险。

6、家族成员不当控制的风险

公司原 5 位董事会成员均为家族成员，目前除引进 3 位独立董事外，其余 6 名仍为林聪颖家族成员；公司高管人员中除 5 位为林聪颖家族成员外，其余均为职业化经理人。虽然公司已经建立了由股东大会、董事会及各专门委员会、监事会、经营管理层、董事会秘书等组成的健全的组织架构，并依据相关法律、法规和规范性文件的规定，建立了完善的股东大会、董事会、监事会议事规则、董事会各专门委员会工作细则及其他内部治理制度，但如果林聪颖家族成员通过在董事会及管理层占据多数席位不当控制公司的人事安排、经营决策、投资方向、资产交易、公司章程的修改以及股利分配政策等重大事项，则有可能给公司及其他股东利益带来损害。

目 录

第一节 释 义.....9
一、基本术语.....9
二、专业术语.....11
第二节 概 览.....13
一、公司基本情况.....13
二、公司的股本结构及控股股东、实际控制人.....18
三、公司主要财务数据.....19
四、本次发行情况.....20
五、募集资金的主要用途.....20
第三节 本次发行概况.....22
一、本次发行的基本情况.....22
二、本次发行股票的有关当事人.....22
三、发行人与中介机构关系.....24
四、本次发行有关重要日期.....24
第四节 风险因素.....25
一、经营风险.....25
二、市场风险.....26
三、管理风险.....27
四、募投项目风险.....28
五、财务风险.....29
第五节 发行人基本情况.....31
一、发行人基本概况.....31
二、发行人的改制重组情况.....31
三、发行人股本的形成及其变化情况和重大资产重组情况.....34
四、历次验资情况及发起人投入资产的计量属性.....47
五、发行人组织结构情况.....49
六、发行人的对外投资情况.....52
七、发行人的发起人、主要股东及实际控制人的情况.....63
八、发行前后股本变化情况.....71
九、员工及其社会保障情况.....74
十、主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况.....77
第六节 业务与技术.....79
一、公司主营业务及其变化情况.....79
二、发行人所处行业的基本情况.....79
三、公司在行业中的竞争地位.....101
四、公司主营业务情况.....108
五、主要固定资产和无形资产情况.....134
六、特许经营权情况.....160
七、公司的技术与研发情况.....160
八、产品的质量控制.....164
第七节 同业竞争与关联交易.....167

一、同业竞争 167
二、关联方及关联关系 168
三、关联交易情况 170
四、对关联交易决策权力与程序的安排 185
五、发行人报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事意见 189
六、规范和减少关联交易的措施 189
第八节 董事、监事、高级管理人员及核心技术人员 191
一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介 191
二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属间接持股及变动情况 196
三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员对外投资情况 197
四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员从公司领取薪酬情况 198
五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在其他单位的重要兼职 199
六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的亲属关系 201
七、公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议及承诺 202
八、董事、监事与高级管理人员的任职资格 202
九、董事、监事与高级管理人员近三年的变动情况 202
第九节 公司治理 204
一、公司治理概述 204
二、公司股东大会、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 204
三、公司报告期内违法违规情况 214
四、公司资金占用和对外担保情况 214
五、公司管理层对内部控制制度的自我评估意见 214
第十节 财务会计信息 216
一、财务报表 216
二、发行人财务报表的编制基础和合并财务报表范围及变化情况 224
三、报告期内采用的主要会计政策和会计估计 226
四、分部信息 241
五、非经常性损益 242
六、最近一期末主要固定资产 244
七、无形资产 245
八、最近一期末主要债项 246
九、所有者权益变动情况 249
十、现金流量情况、不涉及现金收支的重大投资和筹资活动及其影响 251
十一、期后事项、或有事项及其他重要事项 251
十二、财务指标 254
十三、盈利预测 256
十四、评估情况 256
十五、历次验资情况 257
第十一节 管理层讨论与分析 258
一、财务状况分析 258
二、盈利能力分析 287
三、现金流量分析 310
四、资本性支出的分析 314

五、或有事项、承诺事项和重大期后事项对发行人的影响 315
六、主要财务优势、困难及未来盈利能力趋势分析 315
第十二节 业务发展目标 317
一、发行人业务发展计划 317
二、拟定计划依据的假设条件及主要困难 320
三、发展计划与现有业务的关系 321
第十三节 募集资金运用 322
一、本次发行募集资金用途及审批情况 322
二、募集资金投资项目的基本情况 323
三、募集资金运用对公司经营和财务状况的影响 361
第十四节 股利分配政策 362
一、股利分配政策 362
二、报告期内的股利分配情况 362
三、发行后的股利分配政策 362
四、本次发行完成前滚存利润的分配情况 363
第十五节 其他重要事项 364
一、信息披露与投资者服务 364
二、重大合同 364
三、对外担保合同 367
四、重大诉讼与仲裁 367
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明 368
一、全体董事、监事、高级管理人员声明 368
二、保荐人（主承销商）声明 370
三、发行人律师声明 371
四、会计师及审计机构声明 372
五、验资机构声明 373
六、资产评估机构声明 375
第十七节 备查文件 376
一、备查文件 376
二、备查文件的查阅 376

第一节 释 义

在本招股说明书中，除非文义另有所指，下列词语具有如下含义：

一、基本术语

本公司、公司、发行人、九牧王公司	指	九牧王股份有限公司（根据上下文也可涵盖其前身九牧王（中国）有限公司）
九牧王股份	指	仅指九牧王股份有限公司
九牧王有限	指	仅指九牧王（中国）有限公司，九牧王股份有限公司的前身
九牧王投资、控股股东	指	注册于香港的九牧王国际投资控股有限公司，发行人的控股股东
实际控制人	指	林聪颖先生
顺茂投资	指	泉州市顺茂投资管理有限公司，发行人的股东之一
睿智投资	指	泉州市睿智投资管理有限公司，发行人的股东之一
铂锐投资	指	泉州市铂锐投资管理有限公司，发行人的股东之一
智立方投资	指	智立方（泉州）投资管理有限公司，发行人的股东之一
金石投资	指	金石投资有限公司，发行人的股东之一
九牧王国际	指	注册于香港的九牧王国际企业公司，实际控制人控制企业
九牧王 BVI-1	指	注册于英属维尔京群岛的九牧王国际集团控股有限公司，实际控制人控制企业
九牧王 BVI-2	指	注册于英属维尔京群岛的九牧王国际投资资本有限公司，实际控制人控制企业
九牧王香港	指	注册于香港的九牧王投资有限公司，实际控制人控制企业
泉州九牧王	指	泉州九牧王洋服时装有限公司，发行人的控股子公司
厦门九牧王	指	厦门九牧王投资发展有限公司（2008 年 6 月 30 日更名，更名前为“厦门九牧王投资股份有限公司”），发行人的控股子公司
欧瑞宝公司	指	欧瑞宝（厦门）投资管理有限公司，发行人的控股子公司
玛斯公司	指	玛斯（厦门）投资管理有限责任公司，发行人的控股子公司

九牧王零售	指	注册于香港的九牧王零售投资管理有限公司，发行人的控股子公司
福建服饰	指	九牧王（福建）服饰发展有限公司或泉州市莱士管理咨询有限公司（2010 年 6 月 10 日，九牧王（福建）服饰发展有限公司更名为泉州市莱士管理咨询有限公司），实际控制人控制企业
晋江制衣	指	福建晋江九牧王制衣有限公司或泉州市和兴管理咨询有限公司（2010 年 6 月 10 日，福建晋江九牧王制衣有限公司更名为泉州市和兴管理咨询有限公司），实际控制人控制企业
九牧王泉州	指	九牧王（泉州）有限公司，实际控制人控制企业
九牧王发展	指	九牧王投资发展有限责任公司，实际控制人控制企业
好易居投资	指	福建好易居投资发展有限公司，关联人持股企业
永昌和商贸	指	泉州永昌和商贸发展有限公司
百富君贸易	指	泉州百富君贸易发展有限公司
金盾咨询	指	晋江市金盾企业咨询有限公司，关联人持股企业
泉州名城	指	泉州名城有限责任会计师事务所
最近三年、报告期	指	2008 年、2009 年及 2010 年
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》（2005 年修订）
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》（2005 年修订）
《公司章程》	指	《九牧王股份有限公司章程》
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
证券交易所	指	上海证券交易所
登记公司	指	中国证券登记结算有限责任公司上海分公司
福建省外经贸厅	指	福建省对外贸易经济合作厅
开发区外经贸局	指	泉州经济技术开发区管理委员会对外贸易经济合作局
本招股说明书	指	《九牧王股份有限公司首次公开发行股票招股说明书（申报稿）》

法律意见书	指	北京市君泽君律师事务所为本次发行出具的《北京市君泽君律师事务所关于九牧王股份有限公司首次公开发行股票并上市的法律意见书》
中信证券、保荐人、保荐机构、主承销商	指	中信证券股份有限公司
承销机构	指	由中信证券股份有限公司担任主承销商所组成的承销团
君泽君、发行人律师	指	北京市君泽君律师事务所，本次发行的发行人律师
天健正信	指	天健正信会计师事务所有限公司，本次发行的审计机构
本次发行	指	发行人首次公开发行人民币 A 股股票的行为
A 股	指	获准在境内证券交易所发行上市、以人民币认购和进行交易的普通股股票，每股面值人民币 1.00 元
元	指	人民币元

二、专业术语

直营模式	指	公司通过开设自营零售终端直接从事本公司产品销售的方式
加盟模式	指	公司通过与具备一定资质的企业或个人签订经销合同，授予其加盟商的资格并在一定时间和范围内通过开设零售终端，向公司直接采购产品并以零售价向消费者销售的方式
专卖店	指	由公司或公司的加盟商以自有或租赁的物业，开设独立店铺销售公司产品，包括直营店和加盟店两种模式
直营店	指	公司自行开设的独立店铺，由公司负责店铺管理工作并承担管理费用
加盟店	指	加盟商开设的独立店铺，由加盟商负责店铺管理工作并承担管理费用
战略加盟店	指	公司租赁/购买房屋，由加盟商负责店铺管理工作并承担管理费用

商场专柜	指	由公司或加盟商与商场签订协议，在商场中设专柜（厅）销售公司产品，由商场负责收银和开具发票，商场与公司或加盟商按照约定比例进行销售分成，包括直营商场专柜（厅）和加盟商场专柜（厅）两种模式
第三方物流供应商	指	以签订合同或协议的方式，接受委托方物流外包工作，能够在物流各环节上为委托方提供全面服务的物流服务提供商
总部仓储中心	指	位于公司生产基地、承担全国各区域商品配送与保管的仓储中心
区域中心仓	指	为了提高终端反应速度而设立在各主要区域市场的二级仓储中心，承担本区域市场的产品配送和保管工作
业务纵向一体化	指	公司负责开展及管理产品供应链主要环节（包括研发、设计、采购、生产、销售及品牌推广等）的业务模式
OEM	指	Original Equipment Manufacture，原始设备制造商，亦称贴牌生产。指由客户提供产品的工艺、设计、品质要求，生产商按照客户要求生产并交付客户
CAD	指	Computer Aided Design，计算机辅助设计。此系统是利用计算机帮助工程设计人员进行设计，主要应用于机械、电子、宇航、建筑、纺织等产品的总体设计、造型设计、结构设计等环节
ERP	指	Enterprise Resource Planning，企业资源规划。通过信息系统对信息进行充分整理、有效传递，使企业的资源在购、存、产、销、人、财、物等各个方面能够得到合理地配置与利用，从而实现企业经营效率的提高

本招股说明书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上存在差异，这些差异是因四舍五入造成的。

第二节 概 览

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

一、公司基本情况

（一）公司概况

中 文 名 称：九牧王股份有限公司

英 文 名 称：JOEONE CO.,LTD.

注 册 资 本：45,293 万人民币

法 定 代 表 人：林聪颖

住 所：泉州市经济技术开发区清蒙园区

经 营 范 围：生产纺织品、服装、皮革服饰、家具、运动鞋及相关技术的交流和推广（出口不含配额许可证管理品种）。

（二）简要历史沿革

公司的前身是九牧王有限，成立于 2004 年 3 月 11 日，由九牧王国际独资创办，为外商独资企业，注册资本为 6,000 万港元。

2008 年 7 月，九牧王国际将其持有九牧王有限 100%的股权转让给九牧王投资，公司仍为外商独资企业，注册资本为 6,000 万港元。

2009 年 12 月，公司引入顺茂投资、睿智投资、铂锐投资及智立方投资进行增资扩股。本次增资后，公司注册资本变更为 8,000 万港元，公司类型变更为有限责任公司（台港澳与境内合资）。

2010 年 2 月 22 日，九牧王有限董事会决议将公司整体变更为外商投资股份有限公司。同日，九牧王有限全体股东签署了《九牧王股份有限公司发起人协议》。九牧王有限以经天健正信审计的截至 2009 年 12 月 31 日的净资产 518,974,728.86 元，按 1:0.867094244 的比例折为股份有限公司股本 450,000,000 股，每股面值 1 元，净资产超过股本总额的部分 68,974,728.86 元列入资本公积，发起人按照各自在九牧王有限的出资比例持有相应数额的股份。（本招股说明书中关于公司整体变更的净资产数值来自天健正信出具的“天健正信审（2010）WZ 字第 020008 号”《审计报告》，下同）

2010 年 3 月 23 日，福建省工商局向公司换发了《企业法人营业执照》，公司类型变更为股份有限公司。

股份公司设立后的股权结构如下所示：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	九牧王投资	33,750.00	75.00%
2	顺茂投资	3,015.00	6.70%
3	睿智投资	3,015.00	6.70%
4	铂锐投资	3,015.00	6.70%
5	智立方投资	2,205.00	4.90%
合 计		45,000.00	100.00%

2010 年 3 月 23 日，公司引入金石投资进行增资，金石投资以每股 8.5362 元的价格认购九牧王股份新增的 293 万股股份，认购总价款为 25,011,191.00 元。本次增资后公司的股权结构如下所示：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	九牧王投资	33,750.00	74.5148%
2	顺茂投资	3,015.00	6.6567%
3	睿智投资	3,015.00	6.6567%
4	铂锐投资	3,015.00	6.6567%
5	智立方投资	2,205.00	4.8683%
6	金石投资	293.00	0.6468%
合 计		45,293.00	100.0000%

公司实际控制人林聪颖先生从上世纪八十年代末开始从事服装销售业务，并先后通过设立福建服饰、泉州九牧王、九牧王公司进行生产和销售九牧王品牌服饰，始终专注于以男裤为核心的商务休闲男装的生产与销售，并使“九牧王”品牌逐渐成为中国男裤行业的领跑品牌。为实现服装相关业务整体上市，2007 年、2008 年，公司通过控股、业务合并整合泉州九牧王及福建服饰有关服装生产业务，使实际控制人所控制的与服装相关业务、资产纳入九牧王公司体系。

（三）业务概况

公司是中国领先的商务休闲男装品牌企业，领跑中国男裤及茄克市场。截至 2009 年，九牧王品牌西裤市场综合占有率连续十年位居全国第一；九牧王品牌茄克市场综合占有率连续两年位居全国第二。（以上排名来自中华全国商业信息中心对全国重点大型零售企业、商业集团的统计数据，下同）

公司采用业务纵向一体化的模式进行男装的设计研发、生产、销售及品牌推广，产品包括男裤、茄克及其它服饰类产品，公司产品以自制生产为主，委托加

工生产为辅，采用直营和加盟相结合的模式进行销售，致力于让男士拥有高性价比的精工时尚服饰，满足不同场合的穿着需求。长期以来，公司凭借优质的产品品质获得了消费者信赖，“男裤专家”、“专业好品质”已逐渐成为九牧王品牌的象征。

（四）竞争优势

1、中国男装行业男裤市场的领跑者

九牧王品牌西裤市场综合占有率从2000年至2009年连续十年位列国内西裤市场第一位，为中国男裤市场的领跑者。自1992年推出九牧王品牌以来，公司一直致力于将其打造成为中国男裤市场第一品牌，2009年公司的男裤市场占有率约为12.59%，远高于其他竞争对手。公司也是中华人民共和国西裤、水洗整理服装国家标准的参与制定起草单位。（以上市场占有率来自中华全国商业信息中心对全国重点大型零售企业、商业集团的统计数据，下同）

2、“专业好品质”的产品

九牧王品牌自推出以来，一直专注于为男士提供商务休闲男装，专业地为消费者提供高品质的产品和消费体验，不断改善产品及服务品质，“男裤专家”、“专业好品质”成为九牧王的核心价值及品牌象征。

本公司秉承专业积淀，紧随服装流行趋势，在不断收集、研究消费者人体曲线数据的基础上，注重细节，针对不同的消费群体，设计出不同的款式和版型，使消费者穿着舒适。在生产工艺上，本公司将西裤生产工艺细化为约108道工序，将茄克细化为约90道工序，以进行专业标准化生产，并在生产的关键环节设置专职检验员对产品进行检验，进行有效的品质管理。在用料上，本公司原材料均选用行业内优质的面辅料，从源头上保证公司的产品品质，公司的裤类产品可有效避免裤兜张开，内衬外露，拉链部分突出，重要部位线条脱落等尴尬现象。本公司选用杜克普、兄弟等国内外先进的生产设备，并结合工艺要求进行技术改良，形成了具有自身特点的生产工艺。在服务方面，公司设立了客户免费投诉热线，并在各地设有售后服务机构，对出现的质量问题及时跟踪处理，一方面保证消费者的利益，另一方面了解消费者的需求和公司产品质量状况，持续提高质量管理水平。

3、强大的品牌影响力

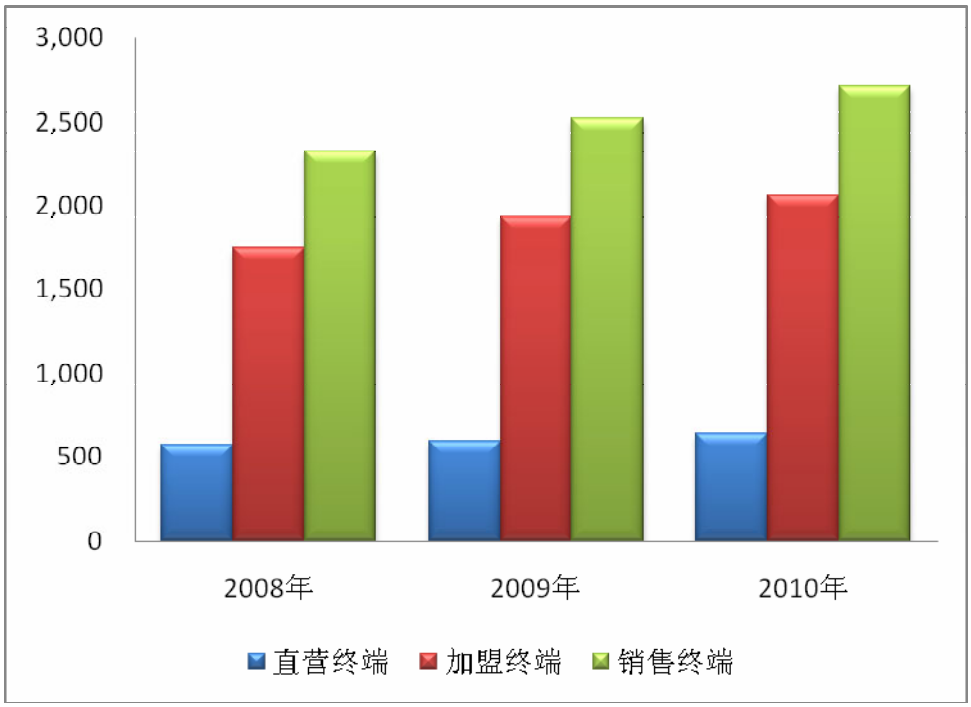
公司自成立伊始便紧紧围绕九牧王品牌的定位、核心价值与特性，通过产品设计、销售终端形象、广告宣传、男裤文化节及西服文化节等各种营销活动，不断提高九牧王品牌的知名度、美誉度及忠诚度。同时，公司依靠“专业好品质”的产品赢得了消费者的良好口碑，进一步提高了九牧王品牌的美誉度，累积了一大批忠实的消费者。目前，九牧王品牌已成为中国最具影响力、最受欢迎的行业领先男装品牌之一。强大的品牌影响力成为公司销售持续增长的主要驱动力。

九牧王品牌也得到了国内权威机构和媒体的认可，近年来，获得的主要荣誉如下表所示：

荣誉称号	颁发机构	获奖时间
中国最受消费者欢迎的休闲装品牌	服装时报社、中国百货商业协会、全国工业品批发市场联络会	2003.11
中国驰名商标	国家工商行政管理总局	2004.2
中国名牌产品	国家质量监督检验检疫总局	2004.9
中国十大最具影响力品牌	中国企业文化促进会等	2004.12
中国家庭最受欢迎十大服装品牌	名牌时报社、中国生产力促进中心协会	2005.9
中国西裤行业最具影响力第一品牌	中国企业文化促进会等	2006.1
中国行业领先品牌	中国工业合作协会等	2006.1
品牌中国金谱奖-中国服装行业年度十佳品牌	首届中国品牌节组委会	2007.8
2007-2008 中国服装品牌年度大奖（品质大奖）	中国服装品牌年度大奖组委会	2009.3
2009 年中国 500 最具价值品牌	世界品牌实验室	2009.6
2010 年中国纺织十大品牌文化	中国纺织工业协会、中国纺织企业文化建设协会	2010.9

4、庞大且成熟的营销网络

九牧王品牌的服饰销售市场主要集中于国内一、二级城市，公司销售终端已覆盖了全国 31 个省、自治区及直辖市主要城市的重点商圈。截至 2010 年 12 月 31 日，公司直营与加盟终端数量为 2,710 家，其中直营终端 645 家，加盟终端 2,065 家。2008-2010 年公司销售终端稳步增长，年复合增长率约为 7.96%，具体情况如下图所示：



公司在建设营销网络的过程中，不仅注重规模和数量的建设，而且根据公司的发展情况不断对销售终端形态及运作模式进行优化。从发展初期依靠商场为主的模式发展为在一级城市以商场为主、二级城市以专卖店为主的模式。截至 2010 年 12 月 31 日，公司商场终端数量达到 1,483 个，专卖店终端数量为 1,227 个，商场和专卖店两翼齐飞促进了销售，降低了公司渠道的维护风险。

公司在业务发展初期，主要采用直营商场模式，以在终端塑造高度标准化的管理，树立品牌形象，并辐射周边区域店铺。随着公司不断发展，公司积聚社会资源采用加盟模式开拓终端市场，加大终端密度。目前，公司销售终端直营与加盟的比例约为 1：3。

5、业务纵向一体化模式带来高价值供应链

本公司实施以市场为导向的供应链管理，采用业务纵向一体化模式，对设计、研发、生产、销售等主要环节实施有效的控制，以对市场需求做出快速反应。

公司通过分布在全国的销售终端了解当地的市场趋势及不同消费群体的喜好，并借助公司的设计研发能力，开发出反映最新时尚趋势的产品，而公司的制造能力保证了产品的质量，并对市场需求和市场趋势做出快速回应。

公司的业务纵向一体化模式可优化存货数量、种类和库龄，因此，公司可尽量降低多余或者不受欢迎的产品，毋须采用大量折扣政策以刺激该等产品的销售。

6、经验丰富的管理团队

公司拥有一支经验丰富、兢兢业业、积极进取、忧患意识强、能力出众及对事业专注执着的管理团队，其对中国商务休闲男装行业拥有深入透彻的认识和理解。公司董事长林聪颖先生拥有丰富的服装行业管理经验，年富力强，踏实做事，专注于公司的经营管理；公司核心管理人员在服装行业平均从业经验超过 15 年，对公司拥有极高的忠诚度，并能够不断加强企业管理方面的学习，勤于找出与国际同行业知名公司及国内优秀男装公司的差距，通过聘请外部咨询机构及内部的研究改正自身的缺陷。此外，公司长期以来一直致力于管理团队的培养和引进，不断提高管理水平，致力打造一支职业化、专业化、国际化的管理团队。

（五）发展战略

公司短期目标是进一步扩大在男裤品类的市场优势，并将男裤优势延伸到相关的男装品类，保持中国男装的领先品牌地位。公司中期目标是成为以男装为主的多品牌架构的国内领先服饰企业，满足不同细分市场及不同场合消费者的需求。公司长期发展目标是成为一家知名的国际化服装品牌运营商，通过高品质、专业细腻、具有时尚感的产品和强调消费体验的终端环境，不断引领服饰消费者的生活方式、提升消费者的生活品质。

二、公司的股本结构及控股股东、实际控制人

（一）公司的股本结构

截至本招股说明书签署日，公司股本总额为 45,293 万股，具体如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	九牧王投资	33,750.00	74.5148%
2	顺茂投资	3,015.00	6.6567%
3	睿智投资	3,015.00	6.6567%
4	铂锐投资	3,015.00	6.6567%
5	智立方投资	2,205.00	4.8683%
6	金石投资	293.00	0.6468%
合 计		45,293.00	100.0000%

（二）公司的控股股东和实际控制人

公司的实际控制人为林聪颖，近三年来未发生变化。截至本招股说明书签署日，林聪颖通过公司控股股东九牧王投资间接控制公司 33,750 万股股份，占公司本次发行前股本总额的 74.5148%。

三、公司主要财务数据

（一）简要资产负债表（合并报表）

单位：万元

项目	2010.12.31	2009.12.31	2008.12.31
资产总计	**159,174.97**	**128,920.09**	**102,715.84**
其中：流动资产	97,099.85	75,508.46	58,479.96
固定资产	29,922.66	28,508.25	27,355.90
在建工程	14,640.73	8,579.54	7,359.11
无形资产	11,757.79	10,969.12	9,268.64
负债合计	**61,629.94**	**69,926.07**	**56,773.39**
其中：流动负债	61,629.94	69,926,07	56,773.39
非流动负债	-	-	-
所有者权益合计	**97,545.03**	**58,994.02**	**45,942.45**
其中：归属于母公司所有者权益合计	90,870.37	52,336.86	37,557.50

（二）简要利润表（合并报表）

单位：万元

项目	2010 年度	2009 年度	2008 年度
营业收入	167,481.03	140,391.26	123,011.45
营业利润	41,972.78	25,495.35	20,396.20
利润总额	42,044.97	25,598.53	20,033.16
净利润	36,050.03	25,798.78	19,733.10
其中：归属于母公司所有者的净利润	36,032.53	25,776.57	19,323.59

（三）简要现金流量表（合并报表）

单位：万元

项目	2010 年度	2009 年度	2008 年度
经营活动产生的现金流量净额	18,155.80	36,727.98	32,874.29
投资活动产生的现金流量净额	-19,270.52	-12,001.54	-8,079.34
筹资活动产生的现金流量净额	-7,590.33	-9,161.39	-17,839.08
现金及现金等价物净增加额	-8,705.05	15,565.06	6,955.87

（四）主要财务指标

财务指标	2010 年度	2009 年度	2008 年度
流动比率	1.58	1.08	1.03
速动比率	0.85	0.60	0.38
净资产收益率（加权平均）	49.89%	55.23%	69.31%
资产负债率（母公司）	39.59%	56.47%	64.85%
利息保障倍数	680.59	139.10	14.70
应收账款周转率（次/年）	19.85	18.50	22.86
存货周转率（次/年）	1.90	2.08	1.93
基本每股收益（元/股）	0.80	0.57	0.43
无形资产（土地使用权外）占净资产比例	2.93%	3.75%	0.97%
息税折旧摊销前利润（万元）	45,590.08	28,730.33	24,085.78
每股经营活动现金流量净额（元/股）	0.40	0.82	0.73

四、本次发行情况

股票种类：	人民币普通股（A 股）
每股面值：	人民币 1.00 元
发行股数：	不超过 12,000 万股，最终发行数量由公司董事会与主承销商根据市场情况确定
发行股数占发行后总股本比例：	不超过 20.94%
每股发行价格：	【】元（由发行人和主承销商根据向询价对象的询价结果确定）
发行方式：	采用网下向询价对象配售和网上资金申购定价发行相结合的方式
发行对象：	符合资格的询价对象和中国证券登记结算有限公司上海分公司开立的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式：	由保荐人（主承销商）中信证券股份有限公司组织的承销团以余额包销方式承销
发行前每股净资产：	2.01 元（根据截至 2010 年 12 月 31 日净资产计算）

五、募集资金的主要用途

本次发行募集资金将用于以下投资方向，具体情况见下表：

单位：万元

序号	项目名称	募集资金投资额	项目审批情况
1	营销网络建设	131,992.60	闽发改网股证[2010]34 号
2	供应链系统优化升级	12,996.30	泉开管经[2010]26 号
3	信息系统升级	14,597.60	泉开管经[2010]32 号
4	设计研发中心建设	5,147.56	泉开管经[2010]31 号
5	其他与主营业务相关的营运资金	【】	-

第三节 本次发行概况

本次发行由公司 2010 年第二次临时股东大会审议通过，并已经中国证监会证监发行【】年【】号文核准。

一、本次发行的基本情况

股票种类：	人民币普通股（A 股）
每股面值：	人民币 1.00 元
发行股数：	不超过 12,000 万股，最终发行数量由公司董事会与主承销商根据市场情况确定
占发行后总股本的比例：	不超过 20.94%
每股发行价格：	【】元（由发行人和主承销商根据向询价对象的询价结果确定）
发行市盈率：	【】倍（计算口径：【】）
发行前每股净资产：	2.01 元（按截至 2010 年 12 月 31 日经审计净资产全面摊薄计算）
发行后每股净资产：	【】元（按截至 2010 年 12 月 31 日经审计净资产加上预计募集资金净额全面摊薄计算）
发行市净率：	【】倍（计算口径：【】）
发行方式：	采用网下向询价对象配售和网上资金申购定价发行相结合的方式
发行对象：	符合资格的询价对象和中国证券登记结算有限公司上海分公司开立的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式：	由保荐人（主承销商）中信证券股份有限公司组织的承销团以余额包销方式承销
预计募集资金总额：	【】万元
预计募集资金净额：	【】万元
发行费用概算：	承销保荐费用【】万元、审计费用【】万元、律师费用【】万元、评估费用【】万元、发行手续费用【】万元

二、本次发行股票的有关当事人

（一）	**发行人：**	九牧王股份有限公司
	法定代表人：	林聪颖
	注册地址：	泉州市经济技术开发区清蒙园区
	邮政编码：	362005

	电话：	0592-2955789
	传真：	0592-2955997
	联系人：	吴徽荣
	互联网网址：	http://www.jiumuwang.com
	电子信箱：	ir@joeone.net
（二）	**保荐人（主承销商）：**	中信证券股份有限公司
	法定代表人：	王东明
	注册地址：	深圳市福田区深南大道 7088 号招商银行大厦 A 层
	联系地址：	北京市朝阳区新源里 16 号琨莎中心 23 层
	邮政编码：	100027
	电话：	010-84683292
	传真：	010-84683229
	保荐代表人：	文富胜、牛振松
	项目协办人：	葛其明
	项目经办人：	庄玲峰、梁勇、赵凯
（三）	**发行人律师：**	北京市君泽君律师事务所
	联系地址：	北京市西城区金融大街 9 号金融街中心南楼 6 层
	电话：	010-66523328
	传真：	010-66523399
	经办律师：	李敏、李荣法、车千里
（四）	**审计机构：**	天健正信会计师事务所有限公司
	联系地址：	厦门市珍珠湾软件园一期创新大厦 A 区 12-15 楼
	电话：	0592-2528345
	传真：	0592-2217555
	经办注册会计师：	熊建益、闫钢军

（五）	**资产评估机构：**	福建中兴资产评估房地产土地估价有限责任公司
	联系地址：	福建省福州市湖东路 152 号中山大厦 B 座 11 层
	电话：	0591-87841246
	传真：	0591-87858645
	经办注册评估师：	陈健、林栩
（六）	**股份登记机构：**	中国证券登记结算有限责任公司上海分公司
（七）	**收款银行：**	中信银行北京京城大厦支行

三、发行人与中介机构关系

截至本招股说明书签署日，保荐机构全资子公司金石投资持有公司 293 万股股份，占公司本次发行前总股本的 0.6468%。

除以上情况外，本公司及全体董事与本次发行有关的其他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直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、本次发行有关重要日期

发行安排	日期
询价及推介日期	
定价公告刊登日期	
申购日期和缴款日期	
预计股票上市时间	

第四节 风险因素

投资者在评价本公司此次发售的股票时，除本招股说明书中提供的其他资料外，应该特别认真地考虑下述各项风险因素。根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，本公司本次发行股票的有关风险如下：

一、经营风险

（一）销售过于倚重主导产品的风险

公司的主导产品为男裤及茄克，报告期内，该两类产品的销售额占公司总销售额的70%左右，毛利占公司总毛利的70%左右。如果市场对男裤及茄克的需求大幅减少或者消费趋势、偏好发生大的变化，将影响公司的销售收入和利润，公司存在销售过于倚重主导产品的风险。

（二）未来实施多品牌运作的风险

公司多年来一直运作九牧王品牌，风格以商务休闲为主，产品定位于中高端的消费者群体。公司计划在条件成熟时进行商品系列化运作，拓展具有较明显风格差异的子品牌服饰。另外，公司也计划发展高端品牌及其他休闲类服饰。

新品牌的推出及发展需要大量的时间及资源投入，将对公司管理品牌组合扩张的能力提出较高的要求。如果过快推行多品牌规划，而公司对市场的把握，以及相应的设计、生产组织、市场销售等方面无法及时适应，即不能保证今后推出的每个品牌均能够取得成功，则可能导致公司资源浪费及声誉受损，从而对公司业务、财务状况及经营业绩造成重大不利影响。

（三）过于倚重九牧王单一品牌的风险

公司目前以自有的品牌“九牧王”进行产品销售，因此，公司的销售业绩很大程度上取决于九牧王品牌在市场上的知名度、美誉度和忠诚度。如果出现对九牧王品牌不利影响的负面宣传或纠纷，或竞争品牌市场形象及知名度的上升等情形，将可能会影响九牧王品牌产品在市场上的影响力和认可度，进而可能影响公司的销售业绩。

（四）原材料价格波动的风险

公司生产所需的原材料主要为面、辅料，报告期内，该类原材料占营业成本

的比重在70%左右。公司拥有丰富的面料供应商、辅料供应商资源，并且和面辅料供应商保持长期稳定的业务合作关系，同时公司面、辅料采购量大，具有较强的议价能力，并能获得供应商的信用政策，但原材料的价格具有一定的波动性，近几年呈上涨趋势，对公司经营成本和业绩造成一定的影响。因此，公司面临原材料价格波动的风险。

（五）人力资源风险

公司的持续健康发展主要依赖管理团队的共同努力，公司自成立以来，核心管理层保持了较高的稳定性，建立基于战略的人力资源管理体系与发展规划，通过内部培养和外部引进，努力实现管理团队职业化、专业化、国际化，储备了较多的管理人才。随着公司未来快速发展，需要更多的具备大量相关知识和经验的研发设计、生产、营销、管理等方面的人才，如果公司不能保持管理团队的稳定，并招聘到公司所需的优秀人才，将对公司生产经营和持续发展产生不利影响。

同时，随着国内劳动力供需矛盾日益突出，全国各地一线员工的招聘呈现一定的困难，劳动力成本也呈上升趋势，公司作为一家劳动密集型的企业，如果不能及时招聘到成本合适、数量足够的劳动力，公司的生产经营将受到不利影响。

二、市场风险

（一）日益激烈的市场竞争风险

本公司所处的服装行业竞争激烈，市场化程度高，服装企业众多。虽然近年来随着本公司经营规模日益壮大，在品牌、生产管理、销售网络等方面具备了较大的比较优势，主要产品西裤和茄克在细分市场占有率分别位列第一和第二，但随着更多国外品牌进入国内市场以及国内众多品牌企业实力的日益增强，日益激烈的市场竞争将有可能导致本公司的产品售价降低或销量减少，从而影响本公司的财务状况和经营业绩。

（二）品牌被侵权及“盗版”仿制的风险

公司产品属于生活消费品，品牌是影响消费者购买选择的重要因素，不同品牌代表不同企业的文化内涵和价值体现，公司的注册商标“九牧王”是中国驰名商标，具有较高的知名度和美誉度，受到消费者的青睐。虽然公司设立专门部门负责品牌的维护和维权工作，但服装行业技术门槛相对较低，且产品十分直观，

公司通过大量人力、财力设计的新产品在面市后有可能在短期内被他人仿制、仿冒，从而可能影响公司的品牌形象以及公司利益。

另外若公司品牌、注册商标等权益受到侵犯，公司将很可能会依照法律途径进行维权，以保护本公司的合法权益。公司的维权行为可能需要耗费公司大量的财力物力，从而可能对公司的正常经营产生不利影响。

（三）不能适应市场变化的风险

多年来，公司非常重视新产品开发，不断加大研发投入，培养了一批经验丰富的专业人才，公司每年开发的服装款式有2,000多款，定期或不定期地安排设计人员到国内、国外市场调研，并参加服装发布会和博览会，以期准确地把握最新市场的流行趋势。但随着社会进步和人民生活水平的提高，消费者对服装款式和面料的偏好变化较快，对服装产品质量和面料性能的要求更是不断提高，因此能否准确把握市场流行趋势、及时预测和满足快速变化的市场需求，将直接影响公司产品的销售。如果公司的研发设计不能及时把握、预测市场流行趋势，以最新的产品来满足消费者的需求，将会影响公司的销售和业绩。

（四）市场季节性波动的风险

服装消费每年随季节出现周期性波动，相应导致本公司生产经营存在一定的季节性波动特征。公司的主导产品男裤、茄克在春夏季销售相对较淡，在秋冬季节市场需求旺盛；同时，从公司的产品结构来看，秋冬季产品因单价较高，其在公司的销售收入中所占比重较大，同时其毛利率较高，因此公司第一、四季度的营业收入和利润一般高于第二、三季度，呈现季节性波动，这种波动对公司的盈利及现金流量在季节间的稳定性带来一定影响。

三、管理风险

（一）加盟商的管理风险

本公司目前主要采用直营和加盟相结合的销售模式，其中加盟销售终端占据大部分。截至2010年12月31日，公司拥有销售终端数量为2,710家，其中加盟终端2,065家，占销售终端总数的76.20%，同时，本次募集资金投资项目实施后，加盟终端的数量将会进一步增加。借助加盟商资源可快速建立庞大的销售网络，提高公司品牌的知名度，扩大市场占有率，降低投资风险。虽然公司一直对加盟

网络进行规范运作，注重对加盟商的管理和培训，提高对加盟商的服务水平，但是若公司管理及服务水平的提升无法跟上加盟商数量持续增加的速度，则可能出现对部分加盟商管理和服务滞后，对公司品牌形象和经营业绩造成不利影响。

（二）实际控制人不当控制的风险

发行人的实际控制人为林聪颖先生，在本次发行前，其通过九牧王投资间接控制公司74.5148%的股份，预计在本次发行后仍将控制公司50%以上的股份。如果实际控制人通过控股股东对本公司的人事安排、经营决策、投资方向、资产交易、公司章程的修改以及股利分配政策等重大事项的决策予以不当控制，则有可能对公司及其他股东带来一定的风险，因此公司存在实际控制人不当控制的风险。

（三）家族成员不当控制的风险

公司原5位董事会成员均为家族成员，目前除引进3位独立董事外，其余6名仍为林聪颖家族成员；公司高管人员中除5位为林聪颖家族成员外，其余均为职业化经理人。虽然公司已经建立了由股东大会、董事会及各专门委员会、监事会、经营管理层、董事会秘书等组成的健全的组织架构，并依据相关法律、法规和规范性文件的规定，建立了完善的股东大会、董事会、监事会议事规则、董事会各专门委员会工作细则及其他内部治理制度，但如果林聪颖家族成员通过在董事会及管理层占据多数席位不当控制公司的人事安排、经营决策、投资方向、资产交易、公司章程的修改以及股利分配政策等重大事项，则有可能给公司及其他股东利益带来损害。

四、募投项目风险

（一）不能达到预期收益的风险

本次募集资金投资项目的可行性分析是基于当前经济形势、市场环境、行业发展趋势及公司实际经营状况做出，尽管公司已经对募集资金投资项目的经济效益进行了审慎测算，认为公司募投项目的收益良好、项目可行，但由于市场发展和宏观经济形势具有不确定性，如果募集资金不能及时到位、市场环境发生极其不利变化及行业竞争加剧，将会对项目的实施进度、投资回报和本公司的预期收益产生不利影响。

（二）营销规模迅速扩大带来的管理风险

截至2010年12月31日，公司拥有销售终端的数量为2,710家，本次募集资金项目实施后，公司的销售终端将增加338个，员工数量也将有较大幅度的增长，使得公司的营销管理体系更加复杂化，营销管理和风险控制难度加大。虽然公司已经建立了较为规范的公司治理结构，拥有稳定管理团队，积累了较为丰富的营销网络管理经验，并针对直营终端和加盟商制定了严格的管理制度和细致的工作流程，但如果未来公司的管理体系和人力资源不能迅速适应公司快速发展的要求，将会对公司的生产经营产生不利影响，带来较大的管理风险。

（三）净资产收益率下降的风险

公司2008 年度、2009 年度、2010年度分别实现净利润19,733.10万元、25,798.78万元、36,050.03万元，加权平均净资产收益率为69.31%、55.23 %、49.89%。若本次发行成功，公司净资产会出现较大幅度增长，由于募集资金投资项目的实施需要一定时间，公司的净利润很可能无法同比增长，因此短期内公司将面临净资产扩张过快而导致净资产收益率下降的风险。

五、财务风险

（一）存货净额较大的风险

报告期各期末，公司存货主要构成及周转情况如下表：

单位：万元

	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
存货	44,860.92	33,447.71	36,969.27
其中：原材料	7,060.08	6,937.02	6,872.22
库存商品	34,049.60	24,426.51	28,472.13
存货占流动资产的比重	46.20%	44.30%	63.22%
存货周转率	1.90	2.08	1.93

截至 2010 年 12 月 31 日，本公司存货净额为 44,860.92 万元，占流动资产总额的 46.20%。其中库存商品为 34,049.60 万元，占存货净额的 75.90%，库龄一年以内的占库存商品的 82.58%。虽然目前公司较大的存货与公司采取业务纵向一体化模式及拥有较多直营销售终端相关，符合公司生产经营的实际情况，且公司采取加强研发、采购和生产的计划性、以销定产等措施，存货周转率相对稳

定，但若在以后的经营年度中因市场环境发生变化或竞争加剧导致存货跌价或存货变现困难，本公司的盈利能力将可能受到不利影响。

（二）短期偿债能力不足的风险

公司处于快速发展时期，资金需求量较大，报告期内，公司发展所需资金主要通过滚存利润及商业信用解决，负债中全部都是流动负债，流动负债除满足公司营运资金的需求外，还解决了部分非流动资产的资金需要，负债结构不尽合理。并且，公司报告期短期偿债能力指标相对较低，截至2010年12月31日，公司流动比率、速动比率分别为1.58倍、0.85倍。虽然公司良好的盈利能力为短期债务的偿还提供了较稳定的资金来源，但公司仍面临一定的负债结构调整需求和短期偿债能力不足风险。

（三）税收优惠政策变化的风险

本公司系外商投资企业，依照相关政策规定，自2008年起开始享受“两免三减半”税收优惠，其中2008年度、2009年度为免税期，2010年度至2012年度为减半征收，实际适用税率为12.5%，自2013年度起公司将适用25%的所得税税率。

公司控股子公司泉州九牧王系外商投资企业，依照相关政策规定，自 2004 年起开始享受“两免三减半”的税收优惠，其中 2004 年度、2005 年度为免税期，2006 年至 2008 年度为减半征收，自 2009 年度起适用 25%的所得税税率。

公司全资子公司厦门九牧王系设立在经济特区的企业，依照相关政策规定，厦门九牧王 2007 年度、2008 年度、2009 年度、2010 年度和 2011 年度的企业所得税税率分别为 15%、18%、20%、22%和 24%，2012 年度起将适用 25%所得税税率。

假定上述公司2008年度至2010年度执行25%的企业所得税税率，则分别减少当期净利润5,204.41万元、7,062.48万元、5,883.16万元，分别占当期实际实现净利润的26.37%、27.38%、16.32%。公司的经营业绩对税收优惠具有一定程度的依赖性，若公司税收优惠期内，国家的相关税收优惠政策出现不利变化，公司的盈利能力可能会受到一定程度的影响。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本概况

公司名称：九牧王股份有限公司

英文名称：JOEONE CO., LTD.

注册资本：45,293.00 万元

法定代表人：林聪颖

成立日期：2004 年 3 月 11 日

整体变更日期：2010 年 3 月 23 日

住　　所：泉州市经济技术开发区清蒙园区

邮政编码：362005

电　　话：0592-2955789

传　　真：0592-2955997

互联网网址：www.jiumuwang.com

电子信箱：ir@joeone.net

经营范围：生产纺织品、服装、皮革服饰、家具、运动鞋及相关技术的交流和推广（出口不含配额许可证管理品种）。

二、发行人的改制重组情况

（一）设立方式

公司是由九牧王（中国）有限公司采用整体变更方式设立的股份有限公司。

公司以九牧王有限全体股东九牧王投资、顺茂投资、睿智投资、铂锐投资及智立方投资作为发起人，以经天健正信审计的截至 2009 年 12 月 31 日的净资产 518,974,728.86 元，按 1:0.867094244 的比例折为股份有限公司股本 450,000,000 股，每股面值 1 元，净资产超过股本总额的部分 68,974,728.86 元列入资本公积，发起人按照各自在九牧王有限的出资比例持有相应数额的股份。

2010 年 3 月 23 日，公司完成全部变更手续，获得福建省工商局颁发的注册号为 350500400011399 的《企业法人营业执照》。

（二）发起人情况

股份公司设立后，公司的发起人股东及持股情况如下所示。

编号	股东名称	持有股数（万股）	占总股本比例
1	九牧王投资	33,750.00	75.00%
2	顺茂投资	3,015.00	6.70%
3	睿智投资	3,015.00	6.70%
4	铂锐投资	3,015.00	6.70%
5	智立方投资	2,205.00	4.90%
合　计		45,000.00	100.00%

公司发起人的情况详见本节之“七、发行人的发起人、主要股东及实际控制人的情况”之“（一）发起人及主要股东基本情况”。

（三）改制设立发行人前后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司的主要发起人是九牧王投资、顺茂投资、睿智投资、铂锐投资和智立方投资。

九牧王投资除持有公司股权外，未经营其他业务。顺茂投资、睿智投资、铂锐投资和智立方投资主要资产分别为持有公司改制设立时 6.70%、6.70%、6.70%和 4.90%的股权，顺茂投资、睿智投资、铂锐投资分别持有九牧王发展 12%、12%和 12%的股权，除此之外未经营其他业务。

股份公司成立前后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务没有发生重大变化。

（四）发行人成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司是由九牧王有限于 2010 年 3 月 23 日整体变更设立的股份有限公司，改制前原企业的所有资产和业务全部进入公司。改制前原企业、改制后发行人的主营业务均为“九牧王”品牌服饰的设计研发、生产、销售及品牌推广，公司的主要业务和经营模式均未发生重大变化。公司主要资产、业务及业务流程的具体情况请见本招股说明书之“第六节 业务与技术”。

（五）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

公司成立以来，公司在生产经营方面与主要发起人不存在关联关系。公司与关联方的其他关联交易情况请见本招股说明书之“第七节 同业竞争与关联交易”

之“三、关联交易情况”。

（六）发行人出资资产的产权变更手续办理情况

公司系由九牧王有限整体变更设立的股份有限公司，九牧王有限的所有资产、负债均由公司承继。

由于九牧王有限整体变更设立后更名为九牧王股份有限公司，公司房屋所有权、土地使用权和注册商标等主要资产均需办理变更手续，截至本招股说明书签署日，部分上述资产名称变更尚在办理之中。

（七）发行人在资产、人员、财务、机构、业务方面的独立性情况

1、资产独立情况

公司是整体变更设立的股份有限公司，承接了九牧王有限所有的资产及负债。公司所拥有和使用的主要资产包括与生产经营相关的土地、房屋、机器设备和商标等，公司合法拥有主要资产的所有权或使用权。该等资产均在公司的控制和支配之下，不存在被控股股东或其他关联方控制和占用的情况。

2、人员独立情况

公司与员工签订了劳动合同，建立了独立的人事管理部门及人事管理制度，独立履行人事管理职责。公司的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪。公司的财务人员没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

3、财务独立情况

公司设立了独立的财务部门，配备了专职的财务人员。公司根据现行会计制度及相关法规，结合公司实际情况制定了《会计核算制度》等内部财务会计管理制度，建立了独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策。公司自设立以来，在银行独立开立账户，依法进行纳税申报和履行纳税义务，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。

4、机构独立情况

公司依法建立健全了股东大会、董事会、监事会等机构，聘请了总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员，根据自身经营管理的需要设置了各职能部门，独立行使经营管理职权，与控股股东、实际控制人及其控制的

其他企业间不存在混合经营、合署办公等机构混同的情形。

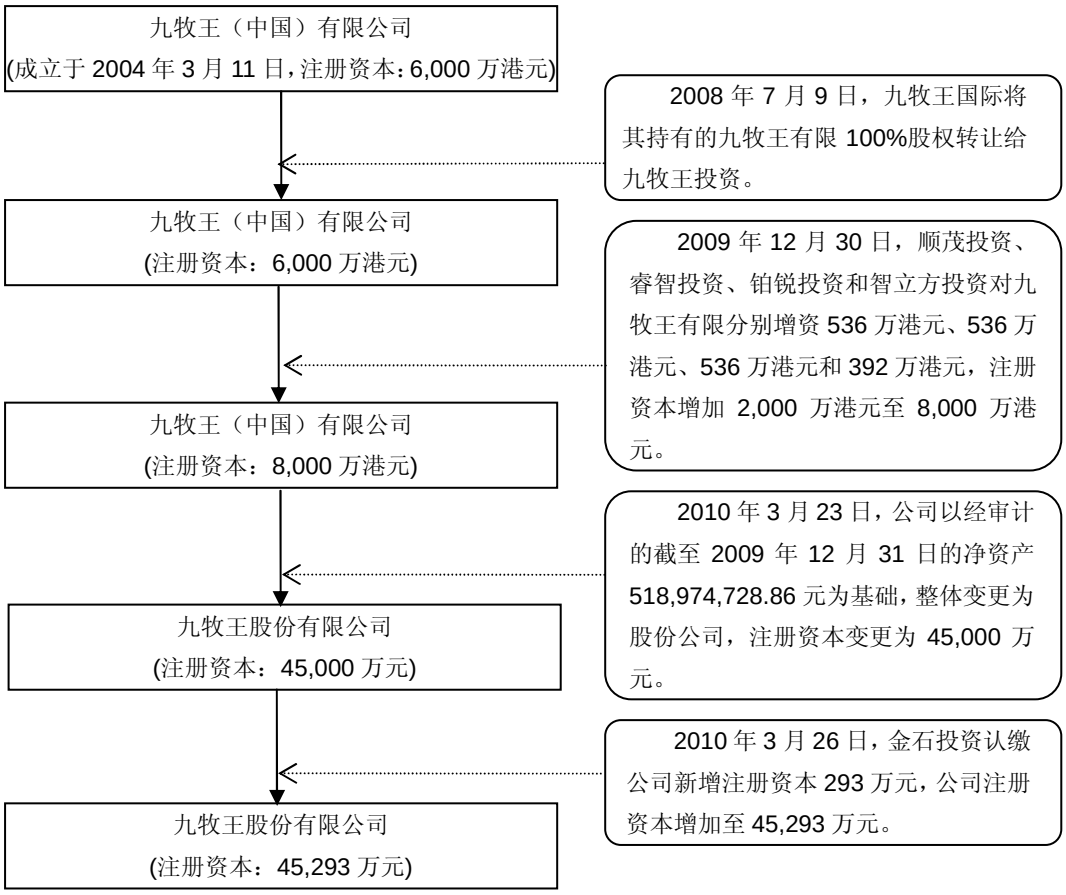
5、业务独立情况

公司拥有独立的生产经营场所和经营性资产，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。公司主要从事“九牧王”品牌服饰的设计研发、生产、销售及品牌推广，业务独立于公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，截至本招股说明书签署日，与公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争情况和显失公平的关联交易。

三、发行人股本的形成及其变化情况和重大资产重组情况

（一）发行人股本的形成及其变化情况

公司的历次股本形成如下：



1、股份公司设立前的股本及股东变化情况

（1）2004 年九牧王有限成立

公司的前身是九牧王有限，该公司成立于 2004 年 3 月 11 日，由九牧王国际独资创办，成立时的住所为泉州市经济技术开发区清蒙园区，法定代表人为林聪颖，注册资本为 6,000 万港元，企业性质为外商独资企业，经营范围为生产纺织品、服装、皮革服饰、家具、运动鞋及相关技术的交流和推广（出口不含配额许可证管理品种）。

2004 年 2 月 25 日，开发区外经贸局出具“泉开管外经贸[2004]9 号”《关于同意设立外资企业九牧王（中国）有限公司的批复》。2004 年 3 月 3 日，福建省人民政府向九牧王有限核发批准号为“商外资闽泉外资字[2004]0140 号”的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。2004 年 3 月 11 日，泉州市工商局向九牧王有限颁发了注册号为“企独闽泉总字第 000800 号”《企业法人营业执照》。

九牧王有限成立时的注册资本分三期由九牧王国际以货币资金缴纳：截至 2004 年 4 月 29 日，缴纳第一期注册资本 900 万港元；截至 2006 年 5 月 22 日，续缴第二期注册资本 1,600 万港元；截至 2007 年 5 月 30 日，续缴第三期注册资本 3,500 万港元，三期合计缴纳 6,000 万港元。泉州名城于 2004 年 5 月 11 日、2006 年 5 月 30 日和 2007 年 6 月 12 日分别出具了“泉名会所外验Ⅳ[2004]234 号”、“泉名会所外验Ⅳ[2006]192 号”和“泉名会所外验Ⅳ[2007]171 号”的《验资报告》，审验确认了以上三期注册资本的缴纳情况。泉州市工商局在每期注册资本缴纳后，均向九牧王有限换发了相应的《企业法人营业执照》。

九牧王有限成立时的股权结构如下所示：

序号	股东名称	认缴出资额（万港元）	认缴比例
1	九牧王国际	6,000.00	100.00%
合　计		6,000.00	100.00%

保荐机构及发行人律师注意到：

①. 根据九牧王有限章程的约定及开发区外经贸局批复的要求，九牧王有限注册资本应自泉州市工商局向九牧王有限签发营业执照之日起三年内，即在 2007 年 3 月 11 日前缴足。但九牧王有限实际缴足注册资本并换领《企业法人营业执照》之日为 2007 年 6 月 14 日，逾期约三个月。

对此，开发区外经贸局已于 2008 年 3 月 9 日出具《证明》，确认知悉九牧王有限存在延迟出资的情况但现已全部缴足注册资本，九牧王有限持有的《批准证书》仍然合法有效，延迟出资情况不影响九牧王有限作为外商投资企业的合法存续，且不会就此追究九牧王有限的任何责任。

据此，保荐机构及发行人律师认为，九牧王有限虽然存在逾期出资的情形，但鉴于逾期时间较短，在逾期后短时间内就已经缴足出资，办理了验资和工商变更登记手续，逾期出资事项已经获得了政府主管部门的确认，因此其迟延三个月缴足出资的情况不会影响九牧王有限的有效设立和存续。

②. 第二次出资和第三次出资时，实际缴款人与出资义务人不完全相同，具体情况如下：

经保荐机构及发行人律师核查，九牧王国际对九牧王有限的第二次、第三次出资中有合计 1,805 万港元是由林聪颖（香港居民身份证上记载的港式拼音为 LAM CHUNG WING）代为缴付。根据廖国辉律师事务所出具的《法律意见书》，九牧王国际系依照香港法律办理商业登记并领取《商业登记证》的商号，为无限公司，林聪颖作为九牧王国际的东主对其承担无限责任。在代付出资时，林聪颖是香港永久居民，其代九牧王国际出资不会影响九牧王有限的外商独资企业地位。根据林聪颖及九牧王国际出具的《说明》，林聪颖仅为代九牧王国际缴纳部分出资款，九牧王有限的股东仍然为九牧王国际，林聪颖并不直接持有九牧王有限的任何股权。林聪颖与九牧王国际因代为缴付出资款所产生的权利义务由其另行约定，不会因此影响九牧王有限的股权结构。

对此，开发区外经贸局已于 2010 年 5 月 25 日出具《关于九牧王股份有限公司产品外销、实际出资人与股东不一致等事宜的确认函》，确认林聪颖可代九牧王国际向九牧王有限进行出资，九牧王国际将股权转让给九牧王投资，不影响九牧王投资的股东地位。

据此，保荐机构及发行人律师认为，虽然存在林聪颖代九牧王国际缴付出资款项的情形，但代为出资事宜已获九牧王国际和林聪颖的确认，并获得了政府主管部门的确认。代为缴付出资款项的情形，不会影响九牧王有限的股权结构，亦不会影响九牧王有限作为外商独资企业的地位，不会导致潜在权属纠纷。

（2）2008 年股权转让

实际控制人林聪颖原拟将境内权益在境外上市，由于公司原股东九牧王国际为一有权经营业务的商号，系无限公司，不适宜作为权益持有主体，因此由林聪颖在香港另行设立的全资有限责任公司九牧王投资受让并持有九牧王有限的股权。2008 年 5 月 5 日九牧王国际与九牧王投资签订了《关于九牧王（中国）有限公司的股权转让协议》，协议约定九牧王国际以 1 港元的价格将其持有九牧王有限 100%的股权转让给九牧王投资，使九牧王投资成为控制境内权益的境外主体。同日，九牧王有限召开董事会，决议通过了上述股权转让事项。2008 年 5 月 26 日，开发区外经贸局出具“泉开管外经贸[2008]32 号”《关于同意九牧王（中国）有限公司股权转让等事项的批复》。2008 年 6 月 17 日，福建省人民政府换发了《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。2008 年 7 月 9 日，泉州市工商局向九牧王有限换发了注册号为 350500400 011399 的《企业法人营业执照》。

本次转让后的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万港元）	认缴比例
1	九牧王投资	6,000.00	100.00%
合　计		6,000.00	100.00%

（3）2009 年增资成立中外合资公司

为实现整体变更为股份有限公司实现上市之目的，根据《公司法》对股份有限公司发起人的要求，公司引入境内新股东。新股东系由对林聪颖创业有较大帮助的林聪颖陈氏姻亲陈金盾、陈加贫、陈加芽和陈美箸分别控制的顺茂投资、睿智投资、铂锐投资及智立方投资。因此本次增资的价格是在不违反国家法律、法规禁止性规定的前提下，充分考虑该等家族成员多年来对九牧王有限发展所作出的贡献而最终确定。该四个新股东具体情况请见本节之“七、发行人的发起人、主要股东及实际控制人的情况”之“（三）其他发起人股东情况”。

2009 年 12 月 28 日，九牧王投资、九牧王有限、顺茂投资、睿智投资、铂锐投资及智立方投资共同签订《九牧王（中国）有限公司增资协议》，约定顺茂投资、睿智投资、铂锐投资分别以等值于 536 万港元的人民币现金出资，各认缴公司新增的注册资本 536 万港元；智立方投资以等值于 392 万港元的人民币现金出资，认缴公司新增的注册资本 392 万港元。同日，九牧王有限召开董事会，决议通过了上述增资事项。

2009 年 12 月 29 日，开发区外经贸局出具“泉开管外经贸[2009]90 号”《关于同意九牧王（中国）有限公司增加注册资本等事项的批复》。同日，福建省人民政府换发了批准号为“商外资闽泉合资字[2004]0049 号”《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。2009 年 12 月 30 日，天健光华（北京）会计师事务所有限公司厦门分公司出具了“天健光华验（2009）HZ 字第 020023 号”《验资报告》，对本次增资进行了审验。同日，泉州市工商局向九牧王有限换发了《企业法人营业执照》，注册资本及实收资本变更为 8,000 万港元，公司类型变更为有限责任公司（台港澳与境内合资）。

本次增资后的股权结构如下所示：

序号	股东名称	认缴出资额（万港元）	认缴比例
1	九牧王投资	6,000.00	75.00%
2	顺茂投资	536.00	6.70%
3	睿智投资	536.00	6.70%
4	铂锐投资	536.00	6.70%
5	智立方投资	392.00	4.90%
合　计		8,000.00	100.00%

（4）2010 年整体变更设立股份公司

2010 年 2 月 22 日，九牧王有限召开董事会，决议通过了将公司由中外合资经营企业（有限责任公司）整体变更为外商投资股份有限公司。同日，九牧王有限全体股东九牧王投资、顺茂投资、睿智投资、铂锐投资及智立方投资作为发起人签署了《九牧王股份有限公司发起人协议》。

根据上述董事会决议及发起人协议，九牧王有限以经天健正信审计的截至 2009 年 12 月 31 日的净资产 518,974,728.86 元，按 1:0.867094244 的比例折为股份有限公司股本 450,000,000 股，每股面值 1 元，净资产超过股本总额的部分 68,974,728.86 元列入资本公积，发起人按照各自在九牧王有限的出资比例持有相应数额的股份。

2010 年 3 月 12 日，福建省对外贸易经济合作厅下发“闽外经贸资[2010]95 号”《福建省对外贸易经济合作厅关于九牧王（中国）有限公司改制为九牧王股份有限公司的批复》。同日，福建省人民政府换发了批准号为“商外资闽府股份字[2004]0002 号”《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

2010 年 3 月 22 日，公司召开创立大会，同意以原九牧王有限整体变更的方式发起设立九牧王股份，并选举产生了发行人第一届董事会以及由股东代表监事

与职工代表监事共同组成的第一届监事会，并正式通过了《公司章程》及有关议事规则。

2010 年 3 月 22 日，天健正信出具“天健正信验（2010）综字第 020010 号”《验资报告》，审验确认了公司整体变更设立时的注册资本已由各发起人足额缴纳。

2010 年 3 月 23 日，福建省工商局向公司换发了《企业法人营业执照》，注册资本及实收资本变更为 45,000.00 万元，公司类型变更为股份有限公司（台港澳与境内合资，未上市）。

股份公司设立后的股权结构如下所示。

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	九牧王投资	33,750.00	75.00%
2	顺茂投资	3,015.00	6.70%
3	睿智投资	3,015.00	6.70%
4	铂锐投资	3,015.00	6.70%
5	智立方投资	2,205.00	4.90%
合　计		45,000.00	100.00%

（5）2010 年九牧王股份增资

2010 年 3 月 23 日，金石投资、九牧王股份、九牧王投资、顺茂投资、睿智投资、铂锐投资及智立方投资共同签订了《金石投资有限公司对九牧王股份有限公司之增资协议》，鉴于金石投资是九牧王股份所引入的财务投资者，其增资价格按照市盈率倍数法并经协商确定，金石投资以每股 8.5362 元的价格认购九牧王股份新增的 293 万股股份，认购总价款为 25,011,191.00 元。上述增资事项已经九牧王股份召开的 2010 年第一次临时股东大会审议批准。

2010 年 3 月 24 日，福建省外经贸厅出具“闽外经贸资[2010]109 号”《福建省对外贸易经济合作厅关于同意九牧王股份有限公司增资的批复》。同日，福建省人民政府换发了《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。2010 年 3 月 25 日，天健正信出具“天健正信验（2010）综字第 020016 号”《验资报告》，审验确认金石投资缴纳的增资款已足额到位。2010 年 3 月 26 日，福建省工商局向九牧王股份换发了《企业法人营业执照》，注册资本和实收资本变更为 45,293.00 万元。

本次增资后公司的股权结构如下所示：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	九牧王投资	33,750.00	74.5148%
2	顺茂投资	3,015.00	6.6567%
3	睿智投资	3,015.00	6.6567%
4	铂锐投资	3,015.00	6.6567%
5	智立方投资	2,205.00	4.8683%
6	金石投资	293.00	0.6468%
合　计		45,293.00	100.0000%

2、历次股权变更对公司业务、管理层、实际控制人及经营业绩的影响

公司历次股权变更未改变公司主营业务，也未对公司管理层、实际控制人和经营业绩产生重大影响。

（二）发行人重大资产重组情况

发行人自成立后，实施了与生产经营相关的业务与资产重组，其原因在于，一方面随着“九牧王”品牌的不断发展，原有生产经营主体已不再适应形势发展的需要。另一方面，实际控制人林聪颖于 2007 年起开始筹划其境内权益的上市安排，最初拟以泉州九牧王为上市主体，因此由包括九牧王有限在内的各方于 2007 年通过增资对泉州九牧王进行股权安排。其后因境内证券资本市场的变化，林聪颖转而准备将境内权益在境外上市，因此在 2007 年到 2008 年间将境内权益通过重组集中于九牧王有限，并在境外设立九牧王投资，受让林聪颖及九牧王国际持有的包括九牧王有限在内的境内权益，作为控制境内权益的主体。

随着境内外资本市场形势的不断变化，2009 年，林聪颖最终决定将其服装业务在境内上市。由于林聪颖在 2007 年开始计划其境内权益境外上市时，以九牧王有限作为境内权益的集合主体，并逐步将福建服饰的业务转移到九牧王有限、使泉州九牧王成为其控股子公司，九牧王有限已经成为林聪颖控制的服装业务的主要承担主体。在上述收购完成后，福建服饰已不再从事服装业务；泉州九牧王成为九牧王有限的控股子公司后若作为上市主体则存在与九牧王有限的同业竞争关系，因此，在 2009 年林聪颖转而计划将其服装业务在境内上市的时候，九牧王有限成为境内上市主体的自然选择。

具体重组的情况如下：

1、收购泉州九牧王股权

泉州九牧王成立于 2000 年 11 月 29 日，林聪颖持有其 100%股权。由于林聪颖境内权益最初拟以泉州九牧王作为上市主体，为了引入新股东以满足《公司法》

对股份有限公司发起人的要求，2007 年 6 月 28 日，泉州九牧王进行增资扩股，引入新股东九牧王有限、好易居投资、永昌和商贸及百富君贸易，其中九牧王有限认购新增注册资本 1,680 万元，增资后持有泉州九牧王 40%股权。

随后林聪颖境内权益上市计划调整，上市地点由境内改为境外，拟将境内权益集中于九牧王有限，并通过在香港设立的九牧王投资控制境内权益，以建立境外上市的股权架构。2007 年 8 月 28 日，好易居投资、永昌和商贸及百富君贸易分别将其持有的泉州九牧王 18%、4%、3%的股权以初始投资额 1,512 万元、336 万元、252 万元的价格全部转让给九牧王有限。本次收购完成后，九牧王有限持有泉州九牧王 65%股权，实现了对其的控制，并将其纳入合并报表范围，合并日为 2007 年 10 月 12 日。

泉州九牧王在九牧王有限对其实施收购行为时的前三年（即 2004 年至 2006 年）主要生产经营九牧王品牌男裤、茄克等服饰，主要的财务指标如下表所示：

单位：元

时间	总资产	净资产	营业收入	净利润
2006.12.31 /2006 年度	388,396,395.70	63,851,347.36	356,613,358.93	29,434,312.01
2005.12.31 /2005 年度	236,892,751.69	34,417,035.35	285,598,243.70	15,195,633.06
2004.12.31 /2004 年度	153,423,287.55	18,702,590.29	193,644,359.16	6,440,673.13

注：以上财务数据依据泉州泉联有限责任会计师事务所出具的“泉联会检审字（2005）第 158 号”、“泉联会检审字（2006）第 062 号”和“泉联会检审字（2007）第 160 号”《审计报告》。

该合并属同一控制下企业合并，公司 2007 年合并报表的编制对泉州九牧王的合并追溯到当年期初，本次合并对 2007 年合并报表的影响为：增加当期营业收入 499,623,718.91 元，增加当期净利润 78,686,555.97 元。

九牧王有限于 2007 年 10 月完成了对泉州九牧王同一控制下的合并，根据《〈首次公开发行股票并上市管理办法〉第十二条发行人最近 3 年内主营业务没有发生重大变化的适用意见——证券期货法律适用意见第 3 号》（以下简称“《适用意见第 3 号》”）的要求，以 2006 年数据计算泉州九牧王的资产总额、营业收入及利润总额对发行人相应项目的影响情况如下：

项目	泉州九牧王 ①	发行人 ②	①/②
总资产（元）	324,476,395.70	8,692,338.00	3,732.90%
营业收入（元）	356,613,358.93	0.00	-
利润总额（元）	33,448,081.83	0.00	-

注:

1、泉州九牧王的财务数据依据泉州泉联有限责任会计师事务所出具的“泉联会检审字（2007）第160号”《审计报告》，且均为扣除与发行人关联交易后的数值;

2、发行人的财务数据依据泉州泉联有限责任会计师事务所出具“泉联会检审字（2007）第206号”《审计报告》。

被重组方泉州九牧王重组前一会计年度末的资产总额及前一会计年度的营业收入、利润总额均超过重组前发行人相应项目100%，该同一控制下的合并日为2007年10月12日，截至本招股说明书签署日，发行人已满足《适用意见第3号》中“发行人重组后运行一个会计年度后方可申请发行”的要求。

此后，为了解决九牧王股份与其控股股东九牧王投资共同持股泉州九牧王的问题，2011年1月13日，九牧王股份下属全资子公司九牧王零售与九牧王投资签订股权转让协议，协议约定九牧王零售以泉州九牧王经审计的2010年12月31日净资产为定价依据，以66,746,573.71元受让九牧王投资持有的泉州九牧王35%股权。至此，九牧王股份通过直接和间接的方式持有泉州九牧王100%股权。

泉州九牧王的详细情况请参见本节之“六、发行人的对外投资情况”之“（一）控股子公司的基本情况“之“1、泉州九牧王洋服时装有限公司”。

2、收购厦门九牧王股权

厦门九牧王成立于2006年6月13日，成立时的股权结构如下所示：

序号	股东名称	认缴股份数（万股）	实际认购数（万股）	认缴比例
1	九牧王有限	1,200.00	1,200.00	20.00%
2	泉州九牧王	660.00	0.00	11.00%
3	福建服饰	420.00	0.00	7.00%
4	晋江制衣	120.00	0.00	2.00%
5	陈金盾	900.00	0.00	15.00%
6	陈加贫	900.00	0.00	15.00%
7	陈加芽	900.00	0.00	15.00%
8	林沧捷	900.00	0.00	15.00%
合 计		6,000.00	1,200.00	100.00%

厦门九牧王成立后，其主要业务为负责九牧王营运中心大楼的建设，九牧王有限分别于 2007 年、2008 年对厦门九牧王进行两次股权收购，使厦门九牧王成为九牧王有限的全资子公司，并将其纳入合并报表范围。具体收购过程如下：

2007 年 6 月 14 日，九牧王有限从泉州九牧王、福建服饰及晋江制衣受让此三方各自认缴但尚未出资到位对应的厦门九牧王 11%、7%和 2%股权，并由九牧王有限按照章程规定如期完成出资。至此，九牧王有限持有厦门九牧王 40%股权。

2008 年 6 月 11 日，九牧王有限以 1 元的价格受让林沧捷认缴但尚未出资对应的厦门九牧王 15%的股权，林沧捷未出资的注册资本由九牧王有限按章程规定如期到资；以陈金盾、陈加贫和陈加芽原始实际出资额合计 2,700 万元的价格受让此三方合计持有的厦门九牧王 45%的股权。至此，九牧王有限持有厦门九牧王 100%股权，完成了对厦门九牧王的非同一控制下企业合并，合并日为 2008 年 6 月 30 日。

厦门九牧王在九牧王有限对其实施收购行为时的前两年（即 2006 年、2007 年）主要负责公司营运大楼的建设，主要的财务指标如下表所示：

单位：元

时间	总资产	净资产	营业收入	净利润
2007.12.31 /2007 年度	62,148,358.73	49,988,358.73	0.00	-1,011,641.27
2006.12.31 /2006 年度	13,000,000.00	12,000,000.00	0.00	0.00

注：2006 年财务数据依据厦门楚瀚正中会计师事务所有限公司出具的“厦楚正会审字[2007]第 380 号”《审计报告》；2007 年财务数据为经天健正信审定的数据。

九牧王有限于 2008 年 6 月完成对厦门九牧王非同一控制下的合并，参照《适用意见第 3 号》的要求，按 2007 年数据计算厦门九牧王的资产总额、营业收入及利润总额对发行人相应项目的影响情况如下：

项目	厦门九牧王 ①	发行人 ②	①/②
总资产（元）	62,148,358.73	680,654,594.37	9.13%
营业收入（元）	0.00	769,046,700.59	0.00%
利润总额（元）	-1,011,641.27	141,310,517.01	-

注：厦门九牧王和发行人的财务数据为经天健正信审定的数据，且厦门九牧王的财务数据均为扣除与发行人关联交易后的数值，发行人的财务数据均为在合并数据基础上扣除福建服饰追溯调整影响的数值。

被重组方厦门九牧王重组前一年度会计年度末的资产总额及前一会计年度的营业收入、利润总额均未超过重组前发行人相应项目 20%，该重组事项对发行人未构成重大影响。

厦门九牧王的详细情况请参见本节之“六、发行人的对外投资情况”之“（一）控股子公司的基本情况”之“2、厦门九牧王投资发展有限公司”。

3、收购福建服饰业务资产

福建服饰成立于 1998 年 9 月 30 日，其成立时的股权结构如下所示：

序号	股东名称	认缴出资额（万港元）	认缴比例
1	林聪颖	880.00	100.00%
合　计		880.00	100.00%

福建服饰自成立后开始从事服装的生产和销售，到 2007 年随着“九牧王”品牌业务的拓展，福建服饰的生产经营的设备及场地已无法满足需要，同时福建服饰经营期限即将届满；此外，根据林聪颖境内权益的境外上市计划，需要将林聪颖控制的境内权益集中于九牧王有限。因此福建服饰于 2007 年下半年开始进行业务转移，于 2007 年底停止生产，至 2008 年底将其主要经营性资产及业务转让给九牧王有限，完成同一控制下的业务合并。

此次发行人对福建服饰采用业务合并而非股权转让的方式进行业务整合，原因在于一方面福建服饰系成立于 1998 年的外商独资企业，2007 年进行业务整合时，福建服饰经营期尚未满 10 年。如九牧王有限采用股权收购的方式对其进行合并，将使福建服饰由外商投资企业变更为内资企业，福建服饰需要补缴作为外商投资企业而享受的税收优惠。另一方面，采取业务合并，可以避免增加九牧王有限下属的法人主体数量，减少不必要的管理机构及管理人员，有利于公司降低管理成本、提高效率。

在实施收购过程中，福建服饰、九牧王有限均为林聪颖直接或间接全资控制的企业，在各企业最终利益一致、互不损害对方主体利益的原则下，本着尊重历史成本、操作简单方便的原则，双方对商标等无形资产进行无偿转让，对房屋以账面值为基础协商定价转让，对土地以评估值为基础协商定价转让，对其他资产以账面值为定价依据进行转让。该等交易具有合理性，且未损害发行人的利益。本次业务合并中所有转让均以账面价值作为入账价值。

业务合并的主要过程如下：

（1）承接福建服饰员工

2007 年底公司以重新签订劳动合同的方式承接福建服饰原有员工。

（2）承接福建服饰销售渠道

公司陆续以变更或重新签订合同的方式承接福建服饰原有销售渠道。

（3）收购商标

2007 年 6 月 8 日和 2007 年 9 月 3 日，福建服饰与九牧王有限签订两份《商标转让合同》，无偿将与经营销售“九牧王”系列服饰有关的总计 516 项商标转让给九牧王有限。

（4）收购原材料及产成品

2007 年 10 月至 2008 年 6 月，九牧王有限以收购时点的账面值陆续受让福建服饰产成品共计 30,750,064.97 元；2008 年 3 月至 4 月，以收购时点的账面值陆续受让福建服饰原材料共计 28,391,495.20 元。

（5）收购主要房屋及土地

2008 年 6 月 20 日，经晋江市房地产交易管理所监证，九牧王有限与福建服饰签订《房地产买卖契约》，约定九牧王有限以 120 万元的价格受让福建服饰坐落在晋江市磁灶镇大宅村面积为 3,255.68 平方米的房屋。经晋江市国土资源局批准，以 145 万元的价格受让该建筑物对应的面积为 4,503.40 平方米的土地使用权。此后双方办理了相关手续，九牧王有限于 2008 年 7 月 8 日获取了“晋房权证磁灶字第 07-200099 号”《房屋所有权证》，于 2008 年 8 月 4 日获取了“晋国用（2008）00602 号”《国有土地使用证》。

（6）收购设备等其他主要经营性资产

2008 年 12 月 31 日，九牧王有限与福建服饰签订《资产收购协议》，九牧王有限以账面净值为依据，以 3,969,038.62 元收购福建服饰经营性资产，资产包括机器设备、办公用品及生产运输车辆等，根据协议收购资产后，九牧王有限享有被收购资产及被收购资产业务的经营而产生的一切权利、责任和义务，本次资产收购的基准日为 2008 年 12 月 31 日，交割日为 2009 年 1 月 1 日。

经过上述资产收购，截至 2008 年底，福建服饰主要经营性资产、人员及销售渠道均已转移至九牧王有限，其所有业务由九牧王有限承继开展。公司据此以 2008 年 12 月 31 日作为公司对福建服饰同一控制下业务合并的合并日。

福建服饰在实施业务转移时的前三年（即 2005 年至 2007 年）主要生产经营九牧王品牌服饰，主要的财务指标如下表所示：

单位：元

时间	总资产	净资产	营业收入	净利润
2007.12.31 /2007 年度	111,863,726.00	28,468,043.87	111,582,341.02	15,243,272.79
2006.12.31 /2006 年度	111,622,734.42	14,837,205.20	99,139,609.28	2,931,952.72
2005.12.31 /2005 年度	70,533,985.74	12,030,134.47	76,223,614.65	2,451,389.96

注：2005 年、2006 年财务数据依据泉州泉联有限责任会计师事务所出具的“泉联会检审字（2006）第 120 号”《审计报告》以及“泉联会检审字（2007）第 156 号”《审计报告》；2007 年度财务数据为经天健正信审定的数据。

该合并属同一控制下企业合并，公司合并报表的编制对福建服饰的合并追溯到报告期初，对合并报表的影响如下表所示：

被合并方	合并日	合并当期（2008 年）年初至合并日的营业收入（元）	合并当期（2008 年）年初至合并日的净利润（元）
福建服饰	2008.12.31	120,110,193.72	1,110,062.73

九牧王有限于 2008 年 12 月完成对福建服饰同一控制下的业务合并，根据《适用意见第 3 号》的要求，以 2007 年数据计算福建服饰的资产总额、营业收入及利润总额对发行人相应项目的影响情况下：

项目	福建服饰 ①	发行人 ②	①/②
总资产（元）	86,692,662.80	680,654,594.37	12.74%
营业收入（元）	100,695,583.93	769,046,700.59	13.09%
利润总额（元）	18,750,304.92	141,310,517.01	13.27%

注：福建服饰和发行人的财务数据为经天健正信审定的数据，且福建服饰的财务数据均为扣除与发行人关联交易后的数值，发行人的财务数据均为在合并数据基础上扣除福建服饰追溯调整影响的数值。

被重组方福建服饰重组前一年度会计年度末的资产总额及前一会计年度的营业收入、利润总额均未超过重组前发行人相应项目 20%，该重组事项对发行人未构成重大影响。

福建服饰的详细情况请参见本节之“七、发行人的发起人、主要股东及实际控制人的情况”之“（二）实际控制人情况”之“2、实际控制人控制的其他企业”之“（5）泉州市莱士管理咨询有限公司”。

4、发行人资产重组的影响

发行人收购泉州九牧王股权后，除自身原有男裤和西装生产能力外，增加控制了泉州九牧王拥有的茄克、男裤等服饰生产能力；发行人营运中心现已设到厦门，原计划需要租用关联方厦门九牧王即将建成的营运大楼，在收购厦门九牧王股权后，可以避免该项关联交易；收购福建服饰业务资产后，发行人以晋江公司（发行人下属分公司之一）承接了原福建服饰人员及休闲裤生产能力。因此，上述收购行为完成后，实际控制人的服装业务逐步统一到发行人，使得发行人业务、资产完整、规模扩大，同时，发行人的上述收购行为减少了发行人与关联方之间的关联交易，消除了同业竞争；理顺了关联方的管理关系，提高了管理效率和规范性；实现发行人对自身及下属子公司的采购、生产及销售进行统一管理，充分发挥各环节协同效应。

四、历次验资情况及发起人投入资产的计量属性

（一）历次验资情况

1、2004 年九牧王有限第一期注册资本缴纳的验资

2004 年 5 月 11 日，泉州名城出具了“泉名会所外验Ⅳ[2004]234 号”《验资报告》，审验确认了截至 2004 年 4 月 29 日止，公司已收到九牧王国际以货币出资缴纳的第一期注册资本 900 万港元。

2、2006 年九牧王有限第二期注册资本缴纳的验资

2006 年 5 月 30 日，泉州名城出具了“泉名会所外验Ⅳ[2006]192 号”《验资报告》，审验确认了截至 2006 年 5 月 22 日止，公司已收到九牧王国际以货币出资续投的注册资本 1,600 万港元。

3、2007 年九牧王有限第三期注册资本缴纳的验资

2007 年 6 月 12 日，泉州名城出具了“泉名会所外验Ⅳ[2007]171 号”《验资报告》，审验确认了截至 2007 年 5 月 30 日止，公司已收到九牧王国际以货币出资续投的注册资本 3,500 万港元。

4、2009 年九牧王有限增资成立中外合资公司的验资

2009 年 12 月 30 日，天健光华（北京）会计师事务所有限公司厦门分公司出具了“天健光华验（2009）HZ 字第 020023 号”《验资报告》，审验确认了截至

2009 年 12 月 29 日，公司已收到顺茂投资、睿智投资、铂锐投资及智立方投资以货币出资缴纳的新增注册资本（实收资本）合计 2,000 万港元。

5、2010 年九牧王有限整体变更为股份公司的验资

2010 年 3 月 22 日，天健正信出具了“天健正信验（2010）综字第 020010 号”《验资报告》，审验确认了截至 2010 年 3 月 22 日止，股份公司各发起人以其拥有的九牧王有限截至 2009 年 12 月 31 日的净资产中的 450,000,000.00 元折为股本 450,000,000 股，每股面值 1 元，净资产折合股本后的余额转为资本公积，各发起人均已缴足其认购的股份。

6、2010 年九牧王股份增资的验资

2010 年 3 月 25 日，天健正信出具了“天健正信验（2010）综字第 020016 号”《验资报告》，审验确认了截至 2010 年 3 月 25 日，公司已收到金石投资以货币出资缴纳的新增注册资本（实收资本）合计人民币 293 万元。

7、2010 年验资复核

鉴于泉州名城不具备证券从业资格，同时天健光华（北京）会计师事务所有限公司已被中和正信会计师事务所有限公司合并，2010 年 9 月 17 日，天健正信出具了“天健正信审（2010）专字第 020727 号”《关于九牧王股份有限公司历次股本的复核报告》，对公司整体变更设立股份公司之前股本形成的出资情况进行了复核。复核确认了截至 2009 年 12 月 31 日止，九牧王股份申请的注册资本为 8,000 万港元，已收到其股东投入的资本 8,000 万港元，均为货币出资。股东及股权结构如本节之“三、发行人股本的形成及其变化情况”之“（一）发行人股本的形成及其变化情况”之“1、股份公司设立前的股本及股东变化情况”之“（3）2009 年增资成立中外合资公司”中所示。

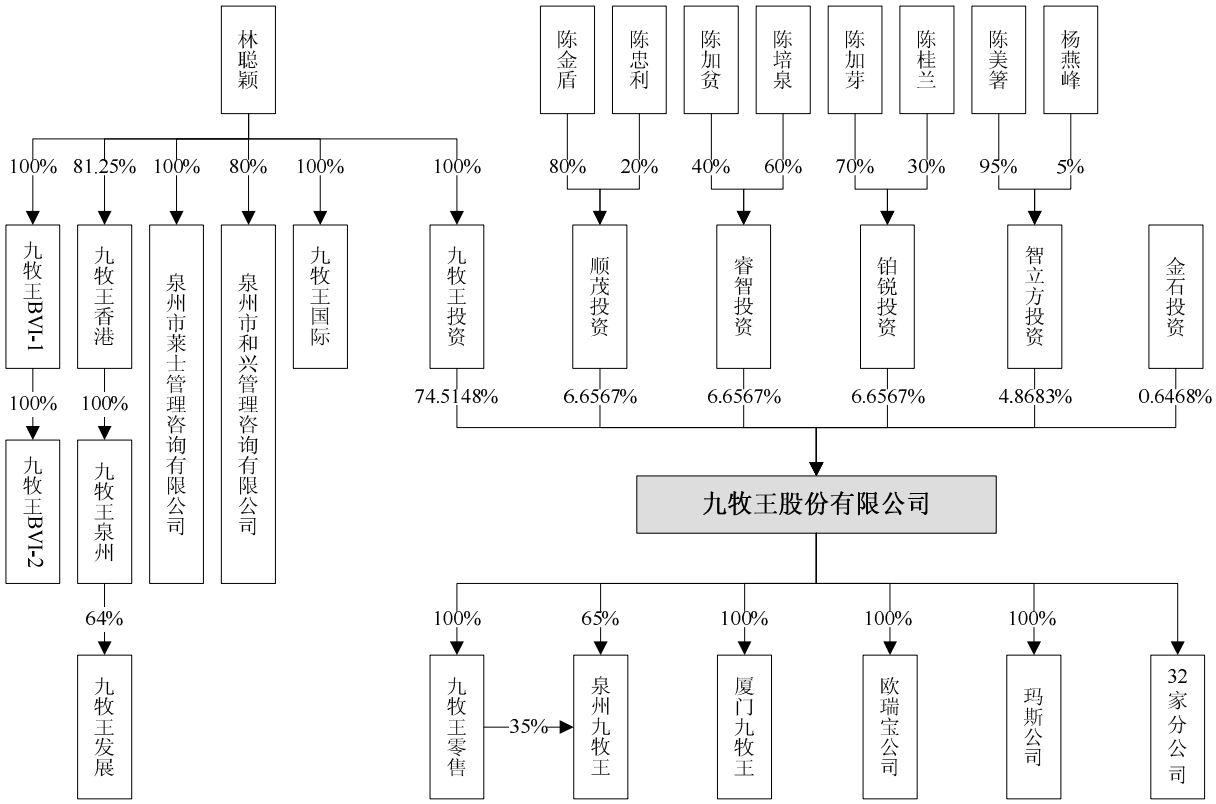
（二）设立时发起人投入资产的计量属性

公司是由九牧王有限整体变更设立的，公司设立时，以经天健正信审计的截至 2009 年 12 月 31 日的净资产 518,974,728.86 元，按 1:0.867094244 的比例折为股份有限公司股本 450,000,000 股，每股面值 1 元，净资产超过股本总额的部分 68,974,728.86 元列入资本公积。天健正信已经为本次整体变更投入的实收资本进行了审验，并出具了“天健正信验（2010）综字第 020010 号”《验资报告》。

五、发行人组织结构情况

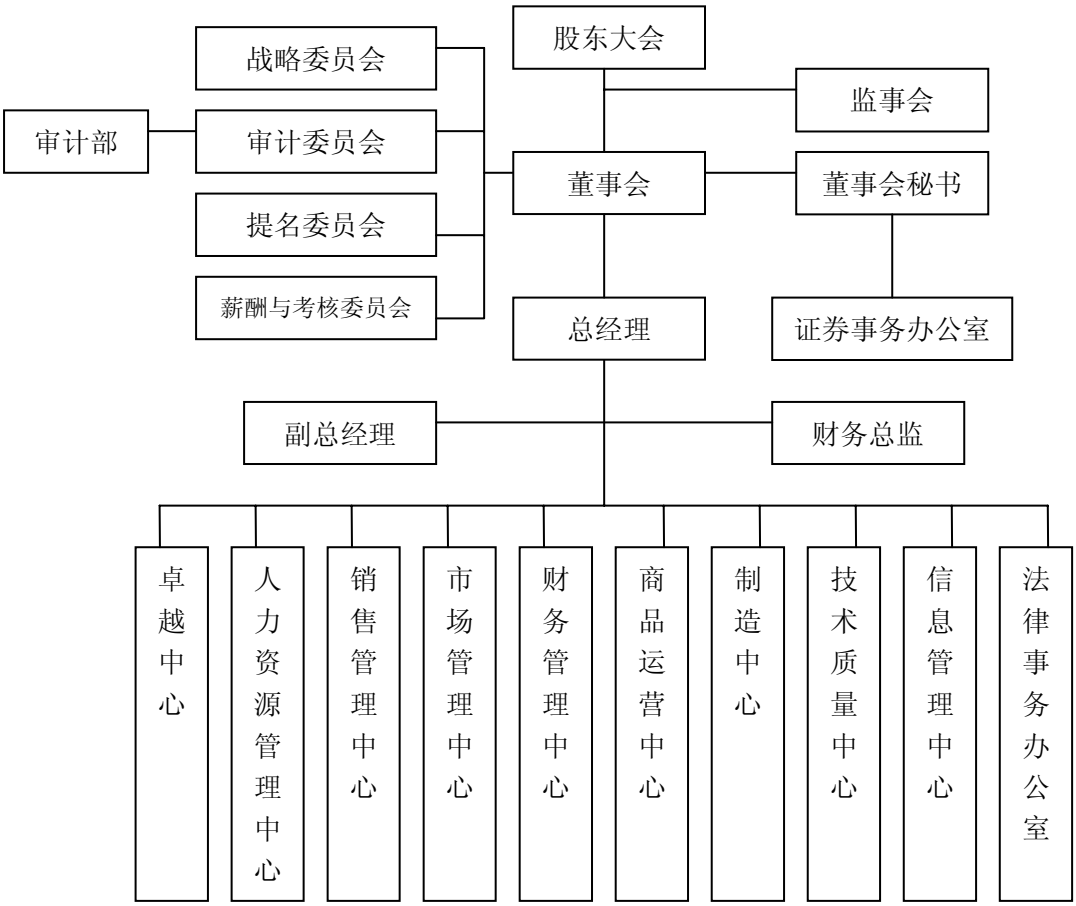
（一）股权架构

截至本招股说明书签署日，公司及下属控股子公司现行的股权架构图如下：



（二）管理架构

公司已按照现代企业制度的要求搭建了管理架构，如下图所示：



各中心及部门的职能如下：

1、卓越中心

下设战略部、总经理办公室、行政管理部。分别负责公司战略循环（制定、分解、执行、评价）及重点项目的管理；协助总经理进行日常行政事务管理及档案管理；同时负责公司行政、后勤等事务。

2、人力资源管理中心

下设培训与发展、招募与配置、企业文化与员工关系、薪酬与绩效四个总部职能部门及工业、营销、支持系统三个业务系统职能部门。负责公司招聘、培训、绩效考核、薪酬福利、人才管理与组织发展等人力资源相关工作，并进行企业文化与公司价值观的推广。

3、销售管理中心

下设零售管理部、销售计划部、重点渠道部、渠道市场部和定制部，并负责管理各个销售区域及销售分公司。负责制定和监管公司销售策略，包括渠道策略、渠道支持政策、客户策略和促销策略等；向各销售区域管辖的分公司及加盟商提供营销推广方面的支持和服务；进行终端店铺的运营管理，设计终端形象，制定工程装修质量标准与道具标准，对终端工程装修质量进行把控，对店铺的陈列进行培训与指导；进行销售分析和销售计划，对原材料和产成品的仓储、物流配送计划和第三方物流服务情况进行跟踪；管理团购及个性化定制业务，以满足团购客户批量定制及个性化量身定制需求。

4、市场管理中心

下设品牌管理部、市场分析与规划部和客户服务管理部，负责品牌策划、品牌推广、广告及公共关系等工作；进行市场调查、市场数据分析和行业分析，进行竞争对手研究和消费者研究；进行 VIP 客户管理、VIP 活动管理及客户投诉管理。

5、财务管理中心

下设工业会计部、商业会计部、集团会计部、财务管理部、税务部和资金管理部。负责建立健全会计核算标准；组织公司财务预算，进行财务核算及分析；进行资金管理、税务筹划等工作。

6、商品运营中心

下设商品管理部、计划采购部和品保部。商品管理部负责研究服装流行趋势，制定商品规划、价格策略，进行面辅料开发和产品设计；计划采购部负责制定供应计划，并保持产供销的动态平衡；进行原材料及成衣战略供应商的选择与洽谈，采购原材料和成衣；品保部负责质量管理体系的建立和不断改善，对原材料、外协成衣的生产过程及最终成品进行质量检验、质量鉴定。

7、制造中心

制造中心负责产品生产以及生产过程的质量控制，公司在泉州经济技术开发区清蒙园区和晋江磁灶镇大宅工业区设有两个生产基地，其中清蒙生产基地主要进行西裤、茄克及西装等产品的生产，晋江生产基地主要进行休闲裤等产品的生产。

8、技术质量中心

下设检测部和企业标准办公室。负责面辅料、产成品的检测和送检；制定原辅材料、产成品的质量标准和工艺标准，并撰写原辅材料、半成品、产成品质量检验作业指导书。

9、信息管理中心

下设项目咨询部、信息管理部、共享服务部及供应中心信息部。负责制定公司信息化建设战略，建设和维护公司 IT 基础系统及管理信息系统。

10、法律事务办公室

负责公司合同审核、诉讼、知识产权维护、公司注册、工商变更等法律事务。

11、审计部

在审计委员会的领导下，对公司控股子公司、分公司以及各相关部门开展的各项业务进行内部审计，组织协调内部控制制度的建立及实施，对关键人员进行离任审计及协助外部审计机构开展审计等。

12、证券事务办公室

在董事会秘书领导下，组织管理公司信息披露事务、负责资本市场维护及其他证券事务管理工作；按照法律、法规及监管层对上市公司的要求，对公司运营提出建议并推动实施。

六、发行人的对外投资情况

（一）控股子公司的基本情况

截至本招股说明书签署日，公司共有 5 家控股子公司，其基本情况如下：

1、泉州九牧王洋服时装有限公司

泉州九牧王成立于 2000 年 11 月 29 日，现注册资本 4,200 万元，其中公司出资 2,730 万元，占注册资本 65%，九牧王零售出资 1,470 万元，占注册资本 35%；注册地址为泉州市清蒙科技工业区 3 号街坊 6 号；法定代表人为陈加贫，经营范围为生产各种服装及服饰产品（出口不含配额许可证管理品种）。目前泉州九牧王主要为公司进行部分产品的加工生产。

截至 2010 年 12 月 31 日，泉州九牧王总资产 21,561.30 万元，净资产 19,070.45 万元；2010 年度实现净利润 50.02 万元。（以上财务数据已经天健正信审定）。

泉州九牧王的主要历史沿革如下：

（1）2000 年成立

泉州九牧王成立于 2000 年 11 月 29 日，由林聪颖独资创办，成立时的住所为泉州市清蒙科技工业区 3 号街坊 6 号，法定代表人为林聪颖，注册资本为 1,388 万港元，企业性质为外商独资经营。

泉州九牧王成立时的股权结构如下所示：

序号	股东名称	认缴出资额（万港元）	认缴比例
1	林聪颖	1,388.00	100.00%
合　计		1,388.00	100.00%

2000 年 9 月 19 日，泉州市对外经济贸易委员会下发“泉外经贸资[2000]156 号”《关于同意设立外资企业“泉州九牧王洋服时装有限公司”的批复》。2000 年 11 月 6 日，福建省人民政府向泉州九牧王核发批准号为“外经贸闽字[2000]C0262 号”的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。2000 年 11 月 29 日，泉州九牧王获得国家工商行政管理局核发的注册号为“企独闽泉总字第 000572 号”的《企业法人营业执照》。

泉州九牧王的注册资本由林聪颖以货币和实物资产分四期缴纳：截至 2002 年 2 月 28 日，第一期以货币资金缴纳 1,000 万港元；截至 2004 年 2 月 23 日，第二期以设备实物出资形式续缴 330.268 万港元；截至 2005 年 1 月 12 日，第三期以设备实物出资形式续缴 48.963 万港元；截至 2007 年 6 月 12 日，第四期以货币资金续缴 9 万港元，至此，注册资本已足额缴纳。晋江德诚有限责任会计师事务所于 2002 年 3 月 19 日出具了“晋德会所外验（2002）第 2015 号”《验资报告》，泉州名城于 2004 年 3 月 16 日、2005 年 4 月 29 日和 2007 年 6 月 14 日分别出具了“泉名会所外验 IV [2004]122 号”、“泉名会所外验 IV [2005]175 号”和“泉名会所外验 IV [2007]174 号”的《验资报告》，审验确认了以上四期注册资本的缴纳。2002 年缴付首次出资时，因当时的《企业法人营业执照》中无“实收资本”的记载事项，不需要变更《企业法人营业执照》登记事项，因此泉州市工商局没有向泉州九牧王换发《企业法人营业执照》。后三次缴付出资时，泉州市工商局均向泉州九牧王换发了相应的《企业法人营业执照》。

保荐机构及发行人律师注意到：

① 根据泉州九牧王公司章程的约定及泉州市对外经济贸易委员会批复的要

求，泉州九牧王注册资本应自国家工商行政管理总局向泉州九牧王签发营业执照之日即 2000 年 11 月 29 日起三个月内缴纳 30%，余额应在两年内即 2002 年 11 月 29 日前缴足。但泉州九牧王实际缴付首期出资的时间为 2002 年 2 月 28 日，实际缴足全部出资的时间为 2007 年 6 月 14 日。

对此，开发区外经贸局已于 2008 年 3 月 9 日出具《证明》，确认泉州九牧王设立时存在延迟出资的情况，但目前注册资本已经全部缴足，认定泉州九牧王持有的《批准证书》仍然合法有效，延迟出资情况不影响泉州九牧王作为外商投资企业的合法存续，且不会就此追究泉州九牧王的任何责任。

据此，保荐机构及发行人律师认为，泉州九牧王已经缴足出资，办理了验资和工商变更登记手续，没有对债权人及其他利益相关方造成不利影响，事后又已经获得了政府主管部门的确认，其逾期出资的情况不会影响泉州九牧王的有效设立和存续。

②根据泉州九牧王公司章程的约定、泉州市对外经济贸易委员会批复的要求及泉州九牧王《企业法人营业执照》的记载，泉州九牧王产品应 100%外销，但实际泉州九牧王并未实现该要求。

对此，开发区外经贸局已于 2008 年 5 月 5 日出具《证明》，确认国家法律、法规没有要求外商独资企业内外销比例的强制性规定，泉州九牧王设立后有权根据实际经营状况自主决定其产品内外销比例，无需由相关行政机关审批，泉州九牧王实际内外销比例与其《公司章程》规定 100%外销比例，均不违反中国相关法律的强制性规定。

据此，保荐机构及发行人律师认为，泉州九牧王根据实际经营情况，未将产品 100%外销，不违反国家法律、法规的强制性规定，泉州九牧王虽然未及时变更公司章程的相应规定，但已经获得审批机关的确认。产品没有 100%外销的情况不影响泉州九牧王的有效设立和存续。

（2）2007 年增资

林聪颖境内权益曾筹划以泉州九牧王为上市主体在 A 股上市，根据《公司法》对股份有限公司发起人的要求，为了引进中资股东以使泉州九牧王变为中外合资企业，2007 年 6 月 15 日，泉州九牧王、林聪颖、九牧王有限、好易居投资、永昌和商贸及百富君贸易签订了《泉州九牧王洋服时装有限公司增资协议书》。

泉州九牧王新增注册资本 2,730 万元，九牧王有限、好易居投资、永昌和商贸及百富君贸易按每元注册资本 2 元的价格，分别以货币资金认购泉州九牧王新增注册资本中的 1,680 万元、756 万元、168 万元及 126 万元，增资价款合计 5,460 万元。同日，泉州九牧王召开董事会，决议通过了上述增资事项。

2007 年 6 月 22 日，开发区外经贸局出具了“泉开管外经贸[2007]52 号”《关于同意泉州九牧王洋服时装有限公司增资及变更企业类型等事项的批复》。2007 年 6 月 26 日和 2007 年 7 月 9 日，泉州名城分别出具“泉名会所外验资 IV[2007]199 号”和“泉名会所外验资 IV［2007］253 号”《验资报告》，审验确认泉州九牧王已收到全体股东缴纳的新增注册资本（实收资本）合计 2,730 万元。2007 年 6 月 26 日，福建省人民政府向泉州九牧王换发了“商外资闽泉合资字[2000]3673 号”《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。2007 年 6 月 28 日，泉州市工商局向泉州九牧王换发了注册号为“企合闽泉总字第 000572 号”的《企业法人营业执照》，注册资本变更为 4,200 万元，企业性质变更为中外合资经营企业。

本次增资后的股权结构如下表所示：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	认缴比例
1	林聪颖	1,470.00	35.00%
2	九牧王有限	1,680.00	40.00%
3	好易居投资	756.00	18.00%
4	永昌和商贸	168.00	4.00%
5	百富君贸易	126.00	3.00%
合　计		4,200.00	100.00%

保荐机构及发行人律师注意到：

因九牧王有限具体经办人员失误，在 2007 年 6 月 26 日向泉州九牧王汇付增资款时，少付了 24 万元，泉州名城根据实际收到的增资款出具了“泉名会所外验资 IV［2007］199 号”《验资报告》，并据此办理工商变更登记手续。后九牧王有限发现该失误后立即补足了该 24 万元，并由泉州名城重新于 2007 年 7 月 9 日出具了“泉名会所外验资 IV［2007］253 号”《验资报告》对所补款项进行了审验。

根据《泉州九牧王洋服时装有限公司增资协议书》的约定，增资款应在《泉州九牧王洋服时装有限公司增资协议书》获开发区外经贸局批准生效之日即

2007 年 6 月 22 日起的 60 日内付清。因此，九牧王有限 2007 年 7 月 9 日将漏缴部分补足，不属于逾期迟延出资。

据此，保荐机构及发行人律师认为，九牧王有限已经在缴款期限内缴足增资款，并办理了相应的验资和工商登记手续，漏缴部分的增资款金额很小且已经及时补足，不影响本次增资的有效性。

（3）2007 年股权转让

此后林聪颖境内权益上市计划调整，上市地点由境内改为境外，拟将境内权益集中于九牧王有限，并通过在香港设立的九牧王投资控制境内权益，以建立境外上市的股权架构。2007 年 8 月 28 日，好易居投资、永昌和商贸、百富君贸易与九牧王有限签订了《关于泉州九牧王洋服时装有限公司的股权转让协议》，好易居投资、永昌和商贸及百富君贸易分别将其持有的泉州九牧王 18%、4%、3%的股权以初始投资额 1,512 万元、336 万元、252 万元的价格全部转让给九牧王有限。同日，泉州九牧王召开董事会，决议通过了上述股权转让事项。

2007 年 9 月 28 日，开发区外经贸局出具了“泉开管外经贸[2007]91 号”《关于同意泉州九牧王洋服时装有限公司股权转让、调整董事会成员等事项的批复》。2007 年 10 月 10 日，福建省人民政府向泉州九牧王换发了《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。2007 年 10 月 12 日，泉州市工商局向泉州九牧王换发了注册号为 350500400004676 的《企业法人营业执照》。

本次股权转让后的股权结构如下表所示：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	认缴比例
1	九牧王有限	2,730.00	65.00%
2	林聪颖	1,470.00	35.00%
合　计		4,200.00	100.00%

（4）2008 年股权转让

为了配合林聪颖境内权益在境外上市的计划，搭建海外上市股权架构，由在香港设立的九牧王投资作为林聪颖境内权益持有主体，2008 年 5 月 5 日，林聪颖与九牧王投资签订《关于泉州九牧王洋服时装有限公司的股权转让协议》，鉴于九牧王投资为林聪颖 100%间接控股企业，协议约定林聪颖将其所持泉州九牧王 35%股权以 1 元的价格转让给九牧王投资。同日，泉州九牧王召开董事会，决议通过上述股权转让。

2008 年 5 月 26 日，开发区外经贸局下发了“泉开管外经贸[2008]33 号”《关

于同意泉州九牧王洋服时装有限公司股权转让等事项的批复》。2008 年 6 月 17 日，福建省人民政府向泉州九牧王换发批准号为“商外资闽泉合资字[2000]3673 号”的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。2008 年 7 月 9 日，泉州市工商局向泉州九牧王换发了《企业法人营业执照》。

本次转让后的股权结构如下表所示：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	认缴比例
1	九牧王有限	2,730.00	65.00%
2	九牧王投资	1,470.00	35.00%
合　计		4,200.00	100.00%

（5）2011 年股权转让

为了解决九牧王股份与其控股股东九牧王投资共同持股泉州九牧王的问题，2011 年 1 月 13 日，九牧王股份下属全资子公司九牧王零售与九牧王投资签订《关于泉州九牧王洋服时装有限公司的股权转让协议》，根据泉州九牧王 2010 年 12 月 31 日经审计的净资产，以 66,746,573.71 元受让九牧王投资持有的泉州九牧王 35%股权。同日，泉州九牧王召开董事会，决议通过上述股权转让。2011 年 1 月 13 日，开发区外经贸局下发了“泉开管外经贸[2011]7 号”《关于泉州九牧王洋服时装有限公司股权转让的批复》。同日，福建省人民政府向泉州九牧王换发了《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》，泉州市工商局向泉州九牧王换发了《企业法人营业执照》。至此，九牧王股份通过直接和间接的方式持有泉州九牧王 100%股权。截止本招股说明书签署日，九牧王零售已全额支付上述股权转让款。

本次转让后的股权结构如下表所示：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	认缴比例
1	九牧王股份	2,730.00	65.00%
2	九牧王零售	1,470.00	35.00%
合　计		4,200.00	100.00%

2、厦门九牧王投资发展有限公司

厦门九牧王成立于 2006 年 6 月 13 日，现注册资本 6,000 万元，公司拥有其 100%股权；注册地址为思明区前埔工业园 1 号第 3 层 02 室第 6 单元；法定代表人为林聪颖，经营范围为 1、对房地产的投资；2、企业管理咨询、投资顾问；3、房地产开发经营与管理（国家限制外商投资企业开发经营的房地产项目除外）及

其相关技术的交流和推广。（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。）目前厦门九牧王主要进行位于厦门的九牧王营运中心大楼的建设。

截至 2010 年 12 月 31 日，厦门九牧王总资产 19,368.79 万元，净资产 5,181.48 万元；2010 年度实现净利润-330.44 万元。（以上财务数据已经天健正信审定）。

厦门九牧王的主要历史沿革如下：

（1）2006 年成立及第一期出资

厦门九牧王成立于 2006 年 6 月 13 日，由九牧王有限、福建服饰、泉州九牧王、晋江制衣、陈金盾、陈加贫、陈加芽和林沧捷共同发起设立，成立时的住所为思明区前埔工业园 1 号第 3 层 02 室第 6 单元，法定代表人为陈加贫，注册资本为 6,000 万元，企业性质为股份有限公司（外商投资企业投资）。

2006 年 5 月 10 日，厦门九牧王召开首次股东大会、董事会及监事会。2006 年 6 月 8 日，厦门楚瀚正中会计师事务所有限公司（以下简称“楚瀚正中”）出具“厦楚正会验字[2006]第 085 号”《验资报告》，审验确认了截至 2006 年 6 月 7 日，厦门九牧王已收到九牧王有限以货币出资缴纳的注册资本 1,200 万元。2006 年 6 月 13 日，厦门市工商局向厦门九牧王核发了注册号为 3502001007325 号的《企业法人营业执照》。

厦门九牧王成立时的股权结构如下所示：

序号	股东名称	认缴股份数（万股）	实际认购数（万股）	认缴比例
1	九牧王有限	1,200.00	1,200.00	20.00%
2	泉州九牧王	660.00	0.00	11.00%
3	福建服饰	420.00	0.00	7.00%
4	晋江制衣	120.00	0.00	2.00%
5	陈金盾	900.00	0.00	15.00%
6	陈加贫	900.00	0.00	15.00%
7	陈加芽	900.00	0.00	15.00%
8	林沧捷	900.00	0.00	15.00%
合　计		6,000.00	1,200.00	100.00%

（2）2007 年股权转让及第二期出资

2007 年 6 月 14 日，九牧王有限与泉州九牧王、福建服饰、晋江制衣分别签订了《厦门九牧王投资股份有限公司股权转让协议》，上述三方将各自认缴但尚未到资的厦门九牧王 11%、7%和 2%股权转让给九牧王有限，并由九牧王有限按照章程规定如期到资。同日，厦门九牧王召开股东大会，决议通过了上述股权转

让。

2007 年 6 月 27 日，楚瀚正中出具“厦楚正会验字[2007]第 128 号”《验资报告》，审验确认了截至 2007 年 6 月 23 日，厦门九牧王已收到注册资本第二期出资 3,000 万元，其中九牧王有限货币出资 1,200 万元、陈金盾货币出资 900 万元、陈加芽货币出资 900 万元，厦门九牧王累计收到实缴注册资本为 4,200 万元，占注册资本总额的 70%。2007 年 7 月 30 日，厦门市工商局向厦门九牧王换发了注册号为 350200100000953 号的《企业法人营业执照》，实收资本变为 4,200 万元。

本次股权转让和出资后，厦门九牧王的股权结构如下表所示：

序号	股东名称	认缴股份数（万股）	实际认购数（万股）	认缴比例
1	九牧王有限	2,400.00	2,400.00	40.00%
2	陈金盾	900.00	900.00	15.00%
3	陈加贫	900.00	0.00	15.00%
4	陈加芽	900.00	900.00	15.00%
5	林沧捷	900.00	0.00	15.00%
合　计		6,000.00	4,200.00	100.00%

（3）第三期出资

2007 年 11 月 14 日，楚瀚正中出具“厦楚正会验字[2007]第 227 号”《验资报告》，审验确认截至 2007 年 11 月 9 日，厦门九牧王已收到陈加贫以货币出资缴纳的第三期注册资本 900 万元，厦门九牧王累计收到实缴注册资本为 5,100 万元，占注册资本总额的 85%。2007 年 12 月 27 日，厦门市工商局向厦门九牧王换发了《企业法人营业执照》。

本次出资后，厦门九牧王的股权结构如下所示：

序号	股东名称	认缴股份数（万股）	实际认购数（万股）	认缴比例
1	九牧王有限	2,400.00	2,400.00	40.00%
2	陈金盾	900.00	900.00	15.00%
3	陈加贫	900.00	900.00	15.00%
4	陈加芽	900.00	900.00	15.00%
5	林沧捷	900.00	0.00	15.00%
合　计		6,000.00	5,100.00	100.00%

（4）2008 年股权转让、更名及第四期出资

2008 年 6 月 6 日，厦门九牧王召开股东大会，决议通过了林沧捷将其持有的厦门九牧王 15%的股权转让给九牧王有限，鉴于林沧捷尚未对所认缴股份出资，转让价格确定为 1 元，林沧捷未出资的注册资本由九牧王有限按章程规定如

期出资；陈金盾、陈加贫和陈加芽将各自持有并已出资的厦门九牧王 15%的股权，分别以原始实际出资额 900 万元的价格转让给九牧王有限。由于本次股权转让后，厦门九牧王将成为九牧王有限独资控制的企业，不再符合《公司法》对股份有限公司股东人数的要求，因此股东大会同时决议通过将公司类型由股份有限公司（外商投资企业投资）变更为有限责任公司（外商投资企业法人独资），公司名称由厦门九牧王投资股份有限公司变更为厦门九牧王投资发展有限公司。2008 年 6 月 11 日，九牧王有限分别与陈金盾、陈加贫、陈加芽及林沧捷签订股权转让协议，确认了上述股权转让事项。

2008 年 6 月 13 日，楚瀚正中出具“厦楚正会验字[2008]第 135 号”《验资报告》，审验确认了截至 2008 年 6 月 11 日，厦门九牧王已收到九牧王有限以货币出资缴纳的注册资本 900 万元，厦门九牧王累计收到实缴注册资本为 6,000 万元，占注册资本总额的 100%。2008 年 6 月 30 日，厦门市工商局向厦门九牧王换发了《企业法人营业执照》，实收资本变更为 6,000 万元，企业性质变更为有限责任公司（外商投资企业法人独资），公司名称变更为厦门九牧王投资发展有限公司。

本次股权转让及出资后，厦门九牧王的股权结构如下表所示：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实际出资额（万元）	认缴比例
1	九牧王有限	6,000.00	6,000.00	100.00%
合　计		6,000.00	6,000.00	100.00%

3、欧瑞宝（厦门）投资管理有限公司

为了进一步拓展业务规模，公司拟在原九牧王品牌的基础之上布局由母品牌和子品牌组成的二级品牌架构。为此公司设立全资子公司欧瑞宝公司，计划以其进行高端子品牌的运作事宜，目前相关工作尚在筹备之中。

欧瑞宝公司成立于 2010 年 3 月 8 日，现注册资本 1,500 万元，公司拥有其 100%股权；注册地址为厦门市思明区龙昌路 12 号 7 楼；法定代表人为林沧捷，经营范围为对服装业的投资及管理，服装、鞋帽销售，经营各类商品和技术的进出口（不另附进出口商品目录），但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。（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。）

截至 2010 年 12 月 31 日，欧瑞宝公司总资产 1,329.67 万元，净资产 1,329.01

万元；2010 年度实现净利润-170.99 万元。（以上财务数据已经天健正信审定）。

4、玛斯（厦门）投资管理有限责任公司

公司于 2009 年收购了 “FUN” 商标在中国境内和域外注册形成的所有权和在先申请权，计划将其作为公司品牌架构中侧重大众休闲的子品牌。为此公司全资设立玛斯公司，运作“FUN”品牌的发展事宜，目前相关工作正在筹备之中。

玛斯公司成立于2010年3月23日，现注册资本2,000万元，公司拥有其100%股权；注册地址为厦门市思明区龙昌路 12 号 8 楼；法定代表人为林沧捷，经营范围为对服装业的投资管理，服装、鞋帽销售，经营各类商品和技术的进出口（不另附进出口商品目录），但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。（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。）

截至 2010 年 12 月 31 日，玛斯公司总资产 1,712.81 万元，净资产 1,463.72 万元；2010 年度实现净利润-536.28 万元。（以上财务数据已经天健正信审定）。

5、九牧王零售投资管理有限公司（JOEONE RETAIL INVESTMENTS MANAGEMENT LIMITED，即九牧王零售）

为了解决九牧王股份与其控股股东九牧王投资共同持股泉州九牧王的问题，公司全资设立九牧王零售，并以其受让了九牧王投资持有的泉州九牧王 35%股权，从而使公司通过直接和间接的方式持有泉州九牧王 100%股权。

九牧王零售是 2011 年 1 月 12 日在香港注册成立并有效存续的有限公司，注册资本 9,000 万港元，股份总额 9,000 万股，已发行股份 2,500 万股，每股面值 1 港元，由股东九牧王股份认购。注册地址为 UNIT C 20/F, NATHAN COMM BLDG, 430-436 NATHAN RD YAUMATI, KL；业务性质为投资控股、品牌推广、研发及销售。截至本招股说明书签署日，九牧王零售除持有泉州九牧王 35%股权外，未开展其他业务。

九牧王零售于 2011 年 1 月成立，尚无最近一年的有关财务数据。

（二）分公司的基本情况

截至本招股说明书签署日，公司共有 32 家分公司，其基本情况如下所示：

序号	分公司名称	成立日期	营业场所
1	九牧王股份有限公司杭州分公司	2007.10.22	杭州市上城区江城路 601 号
2	九牧王股份有限公司南京分公司	2007.10.25	南京市白下区常府街 31 号

序号	分公司名称	成立日期	营业场所
3	九牧王股份有限公司泉州公司	2007.11.1	泉州市经济技术开发区 3 号街坊 6 号 A 幢一楼东侧
4	九牧王股份有限公司太原分公司	2007.11.15	太原市云路街 20 号怡华苑 1 号楼 1 号
5	九牧王股份有限公司武汉分公司	2007.11.28	武汉市硚口区古乐路特 8 号永利工业园 4 号仓库
6	九牧王股份有限公司晋江公司	2007.11.29	晋江市磁灶镇大宅工业区（村）
7	九牧王股份有限公司南昌分公司	2008.1.2	南昌市西湖区都司前 68-2 号
8	九牧王股份有限公司郑州分公司	2008.1.14	郑州市二七区南下街 1 号
9	九牧王股份有限公司西安分公司	2008.1.14	西安市雁塔区长延堡杏园小区综合二号楼二层
10	九牧王股份有限公司南宁分公司	2008.1.16	南宁市中华路 133 号 7 栋 2 楼
11	九牧王股份有限公司沈阳分公司	2008.1.30	沈阳市和平区北四马路 5 号
12	九牧王股份有限公司兰州分公司	2008.2.18	兰州市城关区雁滩乡天水北路 995 号
13	九牧王股份有限公司成都分公司	2008.2.26	成都市一心桥南街 99 号
14	九牧王股份有限公司哈尔滨分公司	2008.2.27	哈尔滨市 道里区经纬街 42 号第 5 层
15	九牧王股份有限公司呼和浩特分公司	2008.3.4	呼和浩特市回民区温州商业步行街商业附属 8 楼
16	九牧王股份有限公司昆明分公司	2008.3.7	昆明市安康路 162-166 号
17	九牧王股份有限公司济南分公司	2008.3.11	济南市天桥区北园大街 409 号三联商务中心大厦 8 层 812 室
18	九牧王股份有限公司长沙分公司	2008.3.18	长沙市雨花区韶山路以西杉木冲路以南中意一路红星物流配送中心北仓库 A 区二楼
19	九牧王股份有限公司天津分公司	2008.3.21	天津市南开区临潼路进步楼前小二楼
20	九牧王股份有限公司重庆分公司	2008.3.26	重庆市渝中区华一路 15 号 A 幢 22-8#、22-9#、22-10#、22-11#
21	九牧王股份有限公司贵阳分公司	2008.4.14	贵阳市云岩区虎门巷 9 号华谊苑 1 楼
22	九牧王股份有限公司石家庄分公司	2008.4.16	石家庄市中山东路 118 号东方新世界
23	九牧王股份有限公司	2008.4.21	北京市崇文区崇文门外大街 44

序号	分公司名称	成立日期	营业场所
	北京分公司		号大康大厦 806 室
24	九牧王股份有限公司厦门分公司	2008.5.4	厦门市思明区龙昌路 12 号 1-6 楼
25	九牧王股份有限公司广州分公司	2008.5.4	广州市白云区同康路 268 号自编 F 栋 2 层北向之一
26	九牧王股份有限公司海口分公司	2008.5.5	海口市海秀路 112 号二楼
27	九牧王股份有限公司厦门思明营销分公司	2008.5.7	厦门市思明区嘉禾路 211 号 116-119 单元
28	九牧王股份有限公司上海分公司	2008.5.9	上海市共和新路 3699 号 718 室
29	九牧王股份有限公司福州分公司	2008.6.26	福州市鼓楼区元帅庙新村 3#、4#二层连接体
30	九牧王股份有限公司青阳经营部	2008.8.28	晋江市青阳明达楼 B 区塘岸街 2、4、6 号店
31	九牧王股份有限公司南京秦淮分公司	2009.6.29	南京市大校场路 26 号
32	九牧王股份有限公司长春分公司	2010.7.21	长春市二道区和顺北四条万盛中央一品 8 栋 105 号

上表所述分公司中，九牧王股份有限公司晋江公司主要负责管理晋江生产基地，九牧王股份有限公司厦门分公司主要承担公司在厦门的总部营运中心职能，其余分公司主要负责各地区的销售管理工作，具体执行总部制定的销售策略和终端拓展计划，对直营终端的员工、销售活动及财务进行管理，对加盟客户的终端运营提供指导和监督。

七、发行人的发起人、主要股东及实际控制人的情况

（一）控股股东情况

1、基本情况

公司控股股东为九牧王国际投资控股有限公司（Joeone International Investments Holdings Limited），其持有公司本次发行前 74.5148%股权，九牧王投资是 2007 年 10 月 4 日在香港注册成立的有限公司，已发行股份为 1 股，每股面值 1 港元，由林聪颖持有九牧王投资 100%股份。注册地址为 FLAT/RM C 20/F NATHAN COMM BLDG 430-436 NATHAN RD YAUMATI KL；业务性质为投资控股。截至本招股说明书签署日，九牧王投资仅持有公司股权，未从事实际生产、加工及贸易等业务。

截至 2010 年 12 月 31 日，九牧王投资总资产 1,470.94 万港元，净资产 14.34 万港元；2010 年实现净利润-1,577.18 万港元。（以上财务数据为九牧王投资报表数据，已经香港何有成会计师事务所审计）。

2、控股股东控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，九牧王投资除控制公司外，无其他控制的企业。

（二）实际控制人情况

1、基本情况

林聪颖，男，1960 年 11 月 18 日出生，香港永久性居民，身份证号码为 P389***(7)，住所为香港九龙红磡**豪园**座**楼**室。

林聪颖通过控制九牧王投资，间接控制公司本次发行前 74.5148%的股权，对公司具有控制权，为公司实际控制人。公司实际控制人在报告期内未发生过变化。

2、实际控制人控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，除本公司（含下属子公司）外，林聪颖还直接控制九牧王投资、九牧王 BVI-1、九牧王国际、九牧王香港、福建服饰和晋江制衣，间接控制九牧王 BVI-2、九牧王泉州、九牧王发展。

（1）九牧王国际集团控股有限公司（Joenoe International Group Holdings Limited，即九牧王 BVI-1）

九牧王 BVI-1 是 2007 年 9 月 25 日根据英属维尔京群岛《商业公司法》在英属维尔京群岛合法组建并存续的商业公司，已发行股份为 1 股，每股面值 1 美元，由林聪颖认购，林聪颖已全额支付上述出资。注册地址为 Palm Grove House, P.O. Box 438, Road Town, Tortola, British Virgin Islands。九牧王 BVI-1 的成立旨在为当时林聪颖所持境内权益在境外上市搭建股权架构，截至本招股说明书签署日，九牧王 BVI-1 仅投资并持有九牧王 BVI-2 的股权，未从事实际生产、加工及贸易等业务。

截至 2010 年 12 月 31 日，九牧王 BVI-1 总资产 1.00 美元，净资产-2,355.30 美元；2010 年度实现净利润-1,148.72 美元。（以上财务数据未经审计）

（2）**九牧王国际投资资本有限公司**（Joeone International Investment Capital Limited，**即九牧王** BVI-2）

九牧王 BVI-2 是 2007 年 9 月 25 日根据英属维尔京群岛《商业公司法》在英属维尔京群岛合法组建并存续的商业公司，已发行股份为 1 股，每股面值 1 美元，由九牧王 BVI-1 认购，九牧王 BVI-1 已全额支付上述出资。注册地址为 Palm Grove House, P.O. Box 438, Road Town, Tortola, British Virgin Islands。九牧王 BVI-2 的成立旨在为当时林聪颖所持境内权益在境外上市搭建股权架构，截至本招股说明书签署日，九牧王 BVI-2，未从事实际生产、加工及贸易等业务。

截至 2010 年 12 月 31 日，九牧王 BVI-2 总资产 1.00 美元，净资产-2,355.30 美元；2010 年度实现净利润-1,148.72 美元。（以上财务数据未经审计）

（3）**九牧王国际企业公司**（JIUMUWANG INT'L ENT CO.，**即九牧王国际**）

九牧王国际于 2003 年 11 月 3 日根据《商业登记条例》办理商业登记，并取得香港税务局商业登记署签发的《商业登记证》，林聪颖为其唯一东主，九牧王国际在法律上为一有权经营业务的商号，林聪颖作为其东主对该公司负无限责任，因此九牧王国际为无限公司。九牧王国际的商业登记地址为 FLAT/RM C 20/F NATHAN COMMERCIAL BUILDING 430-436 NATHAN ROAD YAUMATI KL；业务为时装性质（FASHION）。

九牧王有限成立时，九牧王国际为其单一股东，2008 年 7 月 9 日，九牧王国际将其持有九牧王有限 100%的股权转让给九牧王投资，自此九牧王国际不再持有九牧王有限股权。

截至 2010 年 12 月 31 日，九牧王国际总资产 1.00 港元，净资产-60,014,349.00 港元；2010 年度实现净利润-450.00 港元。（以上财务数据未经审计）

（4）**九牧王投资有限公司**（JIUMUWANG INVESTMENT COMPANY LIMITED，**即九牧王香港**）

九牧王香港是 2010 年 5 月 19 日在香港注册成立的有限公司，已发行股份为 1 万股，每股面值 1 港元，林聪颖认购其中 8,125 股，林沧捷认购其中 1,875 股，林聪颖及林沧捷均已全额支付上述出资。注册地址为 FLAT/RM C 20/F NATHAN COMMERCIAL BUILDING 430-436 NATHAN ROAD YAUMATI KL。业务性质为投资。九牧王香港的成立旨在作为林聪颖及林沧捷对服装业务以外的其他领域

投资的投资主体，截至本招股说明书签署日，九牧王香港除持有九牧王泉州 100%股权外，未开展其他业务。

截至 2010 年 12 月 31 日，九牧王香港总资产 148,310,490.51 港元，净资产-515.00 港元；2010 年度实现净利润-10,515.00 港元。（以上财务数据未经审计）

（5）泉州市莱士管理咨询有限公司（原名：九牧王（福建）服饰发展有限公司）

该公司的前身为九牧王（福建）服饰发展有限公司，成立于 1998 年 9 月 30 日，现注册资本 880 万港元，林聪颖持有其 100%股权；注册地址为晋江市磁灶镇大宅工业区；法定代表人为林聪颖，经营范围为从事国际经济、科技、环保信息咨询服务（不含证券、期货咨询）。

2008 年公司完成对福建服饰的业务合并，详细情况参见本节之“三、发行人股本的形成及其变化情况和重大资产重组情况”。

截至 2010 年 12 月 31 日，福建服饰总资产 2,974.90 万元，净资产 2,974.90 万元；2010 年度实现净利润 7.98 万元。（以上财务数据未经审计）

福建服饰的主要历史沿革如下：

①1998 年成立

福建服饰成立于 1998 年 9 月 30 日，由林聪颖独资创办，成立时的住所为晋江市磁灶镇大宅工业区，法定代表人为林聪颖，注册资本为 880 万港元，企业性质为外商独资经营，经营范围为生产服装、领带、袜子（出口不含配额许可证管理品种）。

1998 年 9 月 16 日，晋江市对外经济贸易委员会出具了“晋外经[1998]347 号”《关于同意独资经营“九牧王（福建）服饰发展有限公司”的批复》。1998 年 9 月 22 日，福建省人民政府向福建服饰下发了“外经贸闽字[1998]C0305 号”《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。1998 年 9 月 30 日，国家工商行政管理局向福建服饰下发了注册号为“企独闽泉总字第 006101 号”《企业法人营业执照》。

福建服饰的注册资本由林聪颖以实物资产分两期缴纳：截至 1999 年 3 月 5 日，第一期缴纳 530 万港元；截至 2000 年 7 月 31 日，第二期缴纳 350 万港元，至此，注册资本已足额缴纳。福建石狮华侨会计师事务所于 1999 年 3 月 6 日出

具“闽狮华会外验字（1999）第 11 号”《验资报告》，泉州众和有限责任会计师事务所于 2000 年 7 月 31 日出具“CPA 泉州众和验字[2000]第 188 号”《验资报告》，审验确认了以上两期注册资本的缴纳。国家工商行政管理局在每期注册资本缴纳后，均向福建服饰换发了相应的《企业法人营业执照》。

福建服饰成立时，股权结构如下所示，此后股权结构未发生过变化。

序号	股东名称	认缴出资额（万港元）	认缴比例
1	林聪颖	880.00	100.00%
合　计		880.00	100.00%

②2008 年延长经营期限

2008 年 3 月 20 日，福建服饰召开董事会，决议通过将公司经营期限由 10 年变更为 11 年，即自 1998 年 9 月 28 日至 2008 年 9 月 28 日变更为自 1998 年 9 月 28 日至 2009 年 9 月 28 日，同时将董事人数由 7 人减少至 3 人。2008 年 9 月 22 日，晋江市商务局下发“晋商外[2008]340 号”《晋江市商务局关于同意“九牧王（福建）服饰发展有限公司”延长经营期限等事项的批复》。2008 年 9 月 27 日，福建省人民政府向福建服饰换发批准号为“商外资闽泉外资字[1998]0305 号”的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。2008 年 9 月 28 日，泉州市工商局向福建服饰换发了《企业法人营业执照》。

③2009 年延长经营期限

2009 年 3 月 20 日，福建服饰召开董事会，决议通过将经营期限由 11 年变更为 12 年，即自 1998 年 9 月 28 日至 2009 年 9 月 28 日变更为自 1998 年 9 月 28 日至 2010 年 9 月 28 日。2009 年 9 月 3 日，晋江市商务局下发了“晋商外[2009]311 号”《晋江市商务局关于同意“九牧王（福建）服饰发展有限公司”延长经营期限的批复》。2009 年 9 月 17 日，福建省人民政府向福建服饰换发了《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。2009 年 9 月 23 日，泉州市工商局向福建服饰换发了《企业法人营业执照》。

④2010 年变更名称和经营范围

福建服饰于 2007 年底停止生产，至 2008 年底将其主要经营性资产及业务转让给九牧王有限，为消除潜在的同业竞争，于 2010 年 6 月 10 日完成工商变更，

名称变更为泉州市莱士管理咨询有限公司，营业范围为从事国际经济、科技、环保信息咨询服务。（不含证券、期货资讯）

（6）泉州市和兴管理咨询有限公司（原名：福建晋江九牧王制衣有限公司）

该公司的前身为福建晋江九牧王制衣有限公司，成立于 1992 年 10 月 6 日，现注册资本 200 万元，其中林聪颖出资 160 万元，占注册资本 80%，金盾咨询出资 40 万元，占注册资本 20%；注册地址为晋江市磁灶镇大宅工业区；法定代表人为林聪颖，经营范围为从事国际经济、科技、环保信息咨询服务（不含证券、期货咨询）。

晋江制衣自 1999 年起已不再从事相关服装业务，为消除潜在的同业竞争，于 2010 年 6 月 10 日完成工商变更，名称变更为泉州市和兴管理咨询有限公司，营业范围为从事国际经济、科技、环保信息咨询服务。（不含证券、期货咨询）

截至 2010 年 12 月 31 日，晋江制衣总资产 41.53 万元，净资产-184.54 万元；2010 年实现净利润-3.90 万元。（以上财务数据未经审计）

（7）九牧王（泉州）有限公司

九牧王泉州成立于 2010 年 6 月 30 日，注册资本 12,800 万元，九牧王香港持有其 100%股权；注册地址为泉州经济技术开发区德泰路锦绣江南第 6 幢 1307 室；法定代表人为林聪颖，经营范围为运输业务相关的仓储建设、经营；国际经济、科技、环保信息咨询服务。（以上经营范围凡涉及许可经营项目的，应在取得相关部门的许可后方可经营）截至本招股说明书签署日，九牧王泉州除持有九牧王发展 64%股权外，未开展其他业务。

截至 2010 年 12 月 31 日，九牧王泉州总资产 13,975.24 万元，净资产 12,702.24 万元；2010 年实现净利润-105.63 万元。（以上财务数据未经审计）

（8）九牧王投资发展有限责任公司

九牧王发展成立于 2010 年 8 月 25 日，注册资本 20,000 万元，实收资本 12,600 万元，九牧王泉州持有其 64%股权，认缴出资额 12,800 万元，实际出资额 10,400 万元，顺茂投资持有其 12%股权，认缴出资额 2,400 万元，实际出资额 1,200 万元，睿智投资持有其 12%股权，认缴出资额 2,400 万元，实际出资额 1,000 万元，铂锐投资持有其 12%股权，认缴出资额 2,400 万元，实际出资额 0 元；注册地址为泉州经济技术开发区德泰路锦绣江南第 7 幢 1402 室；法定代表人为陈金盾，

经营范围为对房地产的投资，运输业务相关仓储的建设和经营（不含危险化学品），国际经济、科技、环保信息咨询服务及投资顾问（以上均不含证券、期货投资咨询及其他需经前置许可的金融咨询项目），房地产开发经营与管理（国家限制外商投资企业开发经营的房地产项目除外）及其相关技术的交流和推广。（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）截至本招股说明书签署日，九牧王发展未开展实际业务。

截至 2010 年 12 月 31 日，九牧王发展总资产 12,133.15 万元，净资产 11,193.15 万元；2010 年实现净利润-6.85 万元。（以上财务数据未经审计）

3、报告期内实际控制人曾控制的企业

九牧王控股有限公司（Joeone Holdings Limited）

九牧王控股有限公司是在开曼群岛注册的有限公司，成立于 2008 年 4 月 14 日，授权资本为 38 万港元，已发行股份为 1 股，每股面值 0.1 港元，全部由九牧王 BVI-1 认购，注册地址为 Crloket Square,Hutchins Drive,PO Box2681,Grand Cayman,KY1-1111,Cayman Islands；业务性质为投资控股。九牧王控股有限公司的成立旨在为当时林聪颖所持境内权益在境外上市搭建股权架构，此后鉴于上市地点变为境内，2010 年 6 月 1 日九牧王 BVI-1 将所持九牧王控股有限公司的 1 股股份转让给无关联第三方，并更名为 Boga Holdings Limited，至此，九牧王 BVI-1 不再持有其股权。

（三）其他发起人股东情况

除控股股东九牧王投资外，公司的其他发起人股东基本情况如下：

1、泉州市顺茂投资管理有限公司

顺茂投资持有公司本次发行前 6.6567%股权，该公司成立于 2009 年 11 月 24 日，注册资本 500 万元，其中陈金盾以货币形式出资 400 万元，占注册资本 80%，陈忠利以货币形式出资 100 万元，占注册资本 20%；陈金盾为林聪颖妻子之兄，陈忠利为陈金盾之子；注册地址为泉州市经济技术开发区德泰路锦绣江南第 6 幢 802 室；法定代表人为陈金盾，经营范围：对商务服务业的投资管理，会展服务（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）。

陈金盾和陈忠利为父子关系，顺茂投资设立的目的是作为陈金盾和陈忠利持有公司股权的持股主体，截至本招股说明书签署日，顺茂投资除投资并持有公司

及九牧王发展股权外，未从事其他业务。

截至 2010 年 12 月 31 日，顺茂投资总资产 1,775.96 万元，净资产 480.00 万元；2010 年实现净利润-20.00 万元。（以上财务数据未经审计）

2、泉州市睿智投资管理有限公司

睿智投资持有公司本次发行前 6.6567%股权，该公司成立于 2009 年 11 月 20 日，注册资本 500 万元，其中陈加贫以货币形式出资 200 万元，占注册资本 40%，陈培泉以货币形式出资 300 万元，占注册资本 60%；陈加贫为林聪颖妻子之弟，陈培泉为陈加贫之子；注册地址为泉州市经济技术开发区德泰路锦绣江南第 6 幢 1001 室；法定代表人为陈加贫，经营范围：对商务服务业的投资管理（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）。

陈加贫和陈培泉为父子关系，睿智投资设立的目的是作为陈加贫和陈培泉持有公司股权的持股主体，截至本招股说明书签署日，睿智投资除投资并持有公司及九牧王发展股权外，未从事其他业务。

截至 2010 年 12 月 31 日，睿智投资总资产 3,120.30 万元，净资产 302.30 万元；2010 年实现净利润-197.70 万元。（以上财务数据未经审计）

3、泉州市铂锐投资管理有限公司

铂锐投资持有公司本次发行前 6.6567%股权，该公司成立于 2009 年 11 月 20 日，注册资本 500 万元，其中陈加芽以货币形式出资 350 万元，占注册资本 70%，陈桂兰以货币形式出资 150 万元，占注册资本 30%；陈加芽为林聪颖妻子之弟，陈桂兰为陈加芽之妻；注册地址为泉州市经济技术开发区德泰路锦绣江南第 6 幢 901 室；法定代表人为陈加芽，经营范围：对商务服务业的投资管理；市场营销策划（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）。

陈加芽和陈桂兰为夫妻关系，铂锐投资设立的目的是作为陈加芽和陈桂兰持有公司股权的持股主体，截至本招股说明书签署日，铂锐投资除投资并持有公司及九牧王发展股权外，未从事其他业务。

截至 2010 年 12 月 31 日，铂锐投资总资产 502.35 万元，净资产 499.35 万元；2010 年实现净利润-0.65 万元。（以上财务数据未经审计）

4、智立方（泉州）投资管理有限公司

智立方投资持有公司本次发行前4.8683%股权，该公司成立于2009年12月28日，注册资本500万元，其中陈美箸以货币形式出资475万元，占注册资本95%，杨燕峰以货币形式出资25万元，占注册资本5%；陈美箸为林聪颖妻子之妹，杨燕峰为公司原监事；注册地址为泉州市经济技术开发区德泰路锦绣江南第7幢1201室；法定代表人为陈美箸，经营范围：对商务服务业的投资管理（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）。

智立方投资设立的目的是作为陈美箸和杨燕峰持有公司股权的持股主体，截至本招股说明书签署日，智立方投资除投资并持有公司股权外，未从事其他业务。

截至2010年12月31日，智立方投资总资产498.45万元，净资产498.45万元；2010年实现净利润-1.55万元。（以上财务数据未经审计）

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

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人直接或间接持有的发行人股份无质押或其他有争议的情况。

八、发行前后股本变化情况

（一）本次发行前后的股本结构

公司本次拟向社会公众发行不超过12,000万股普通股，发行前后公司股本结构如下表所示（按照发行12,000万股测算）：

序号	股东类别	发行前		发行后	
		持股数（万股）	持股比例	持股数（万股）	持股比例
一、有限售条件流通股		45,293.00	100.0000%	45,293.00	79.0550%
1	其中：九牧王投资	33,750.00	74.5148%	33,750.00	58.9077%
2	顺茂投资	3,015.00	6.6567%	3,015.00	5.2624%
3	睿智投资	3,015.00	6.6567%	3,015.00	5.2624%
4	铂锐投资	3,015.00	6.6567%	3,015.00	5.2624%
5	智立方投资	2,205.00	4.8683%	2,205.00	3.8486%
6	金石投资	293.00	0.6468%	293.00	0.5114%

二、本次拟发行流通股	-	-	12,000.00	20.9450%
合计	45,293.00	100.0000%	57,293.00	100.0000%

（二）发行人的前十名股东

在本次发行前，公司前十名股东为九牧王投资、顺茂投资、睿智投资、铂锐投资、智立方投资和金石投资，持股情况如下表所示：

序号	股东名称	持有股数（万股）	占总股本比例
1	九牧王投资	33,750.00	74.5148%
2	顺茂投资	3,015.00	6.6567%
3	睿智投资	3,015.00	6.6567%
4	铂锐投资	3,015.00	6.6567%
5	智立方投资	2,205.00	4.8683%
6	金石投资	293.00	0.6468%
合　计		45,293.00	100.0000%

1、九牧王投资、顺茂投资、睿智投资、铂锐投资和智立方投资的基本情况请见本节之“七、发行人的发起人、主要股东及实际控制人的情况”。

2、金石投资

中信证券经中国证监会“机构部部函[2007]403 号”《关于中信证券股份有限公司开展直接投资业务试点的无异议函》批复，设立金石投资从事直接投资业务。金石投资成立于 2007 年 10 月 11 日，注册资本 400,000 万元，中信证券持有其 100%股权；注册地址为北京市朝阳区新源里 16 号琨莎中心 1703 号；法定代表人为崔建国，经营范围为“许可经营项目：（无）。一般经营项目：实业投资”。

（三）前十名自然人股东及其在发行人处担任职务情况

公司无自然人股东。

（四）股东中战略投资者持股情况

公司无战略投资者。

（五）本次发行前股东间的关联关系及持股比例

林聪颖之妻与陈金盾、陈加贫、陈加芽、陈美箸四人系兄弟姐妹关系，因此林聪颖控制的九牧王投资、陈金盾控制的顺茂投资、陈加贫控制的睿智投资、陈加芽控制的铂锐投资及陈美箸控制的智立方投资之间存在关联关系。金石投资与公司其他股东无关联关系。

九牧王投资持有公司本次发行前 74.5148%股权，顺茂投资持有公司本次发行前 6.6567%股权，睿智投资持有公司本次发行前 6.6567%股权，铂锐投资持有公司本次发行前 6.6567%股权，智立方投资持有公司本次发行前 4.8683%股权，金石投资持有公司本次发行前 0.6468%股权。

（六）内部职工股及工会持股、信托持股情况

公司自成立至今，未发行过内部职工股，也不存在工会持股、信托持股的情况。

（七）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定承诺

公司直接、间接股东承诺如下：

1、公司控股股东九牧王国际投资控股有限公司承诺

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

2、实际控制人林聪颖承诺

自发行人股票上市之日起三十六个月内，林聪颖不转让或委托他人管理所持有的九牧王国际投资控股有限公司的股权，也不由九牧王国际投资控股有限公司回购该部分股权。

3、顺茂投资、睿智投资、铂锐投资、智立方投资承诺

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

4、金石投资承诺

若公司刊登招股说明书之日距其对公司增资工商变更登记手续完成之日（2010 年 3 月 26 日）不满十二个月的，在其对公司增资工商变更登记手续完成之日起三十六个月内，不转让或委托他人管理所持有的发行人的股份，也不由发行人回购该部分股份；否则，即公司刊登招股说明书之日距其对公司增资工商变更登记手续完成之日（2010 年 3 月 26 日）满十二个月的，则自公司股票在证券交易所上市交易之日起一年内，不转让或委托他人管理所持有的发行人的股份，也不由发行人回购该部分股份。

5、作为公司董事、高级管理人员的林聪颖、陈金盾、陈加贫及陈加芽承诺各自控制的公司法人股东锁定期满后，在担任发行人董事、高级管理人员期间，每年转让直接或间接持有的发行人股份不超过其所直接或间接持有的股份总数的 25%；离职后半年内不转让其所直接或间接持有的发行人的股份；在申报离任六个月后的十二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直接或间接持有发行人股票总数的比例不超过百分之五十。

九、员工及其社会保障情况

（一）员工人数及变化情况

报告期内，公司员工人数及变化情况如下表所示：

时间	2010.12.31	2009.12.31	2008.12.31
员工人数	7,117	7,139	6,959

（二）员工结构情况

1、员工专业结构

员工类别	人　数	占职工总人数的比例
生产人员	3,663	51.47%
营销人员	2,454	34.48%
物流人员	386	5.42%
行政人员	348	4.89%
财务人员	186	2.61%
研发人员	80	1.12%
合计	7,117	100.00%

2、员工受教育程度

学历程度	人　数	占职工总人数的比例
硕士及以上	17	0.24%
本科	370	5.20%
专科	694	9.75%
专科以下	6,036	84.81%
合计	7,117	100.00%

3、员工年龄分布

年　龄	人　数	占职工总人数的比例
25 岁及以下	3,371	47.37%
26-35 岁	2,557	35.93%
36-45 岁	1,041	14.63%
45 岁以上	148	2.08%
合计	7,117	100.00%

（三）公司执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况

1、社会保障制度的执行情况

截至 2010 年 12 月 31 日，公司共有员工 7,117 人，各项社会保险的缴交情况如下所示：

（1）养老保险

缴交情况	人数	占比
公司为员工缴纳城镇企业职工基本养老保险	6,112	85.88%
员工参加新型农村社会养老保险，公司为其报销个人承担费用或给予补助 [注 1]	454	6.38%
员工因各种原因无需缴纳 [注 2]	270	3.79%
员工因各种原因暂时无法缴纳 [注 3]	280	3.93%
员工自愿要求不缴纳	1	0.01%
合计	7,117	100.00%

注 1：公司现已经足额支付了 2010 年费用。

注 2：原因包括：年龄超过 45 岁、已在其他单位缴纳、离退休人员返聘、香港或台湾籍员工、外籍员工等。

注 3：原因包括：新入职员工尚未开始缴纳、因社保部门数据采集原因尚未开始缴纳、因未提供个人资料或在以前单位缴费中断导致公司无法为其缴纳等。

（2）医疗保险

缴交情况	人数	占比
公司为员工缴纳城镇基本医疗保险	4,675	65.69%
员工参加新型农村合作医疗,公司为其报销个人承担费用或给予补助 [注 1]	1,948	27.37%
员工因各种原因无需缴纳 [注 2]	169	2.37%
员工因各种原因暂时无法缴纳 [注 3]	324	4.55%
员工自愿要求不缴纳	1	0.01%
合计	7,117	100.00%

注 1：公司现已经足额支付了 2010 年费用。

注 2：原因包括：已在其他单位缴纳、离退休人员返聘、香港或台湾籍员工、外籍员工等。

注 3：原因包括：新入职员工尚未开始缴纳、因社保部门数据采集原因尚未开始缴纳、因未提供个人资料或在以前单位缴费中断导致公司无法为其缴纳、因户籍问题根据当地规定不能缴纳等。

（3）失业、工伤及生育保险

缴交情况	失业保险		工伤保险		生育保险	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比
公司为员工缴纳失业、工伤、生育保险	6,632	93.19%	6,661	93.59%	6,538	91.86%
员工因各种原因无需缴纳 [注 1]	175	2.46%	166	2.33%	165	2.32%
员工因各种原因暂时无法缴纳 [注 2]	310	4.36%	290	4.07%	414	5.82%
合计	7,117	100.00%	7,117	100.00%	7,117	100.00%

注 1：原因包括：已在其他单位缴纳、离退休人员返聘、香港或台湾籍员工、外籍员工等。

注 2：原因包括：新入职员工尚未开始缴纳、因未提供个人资料或在以前单位缴费中断导致公司无法为其缴纳、因户籍问题根据当地规定不能缴纳、因职工不愿缴纳社保部门规定的需与失业、工伤或生育保险捆绑缴纳的养老或医疗保险导致公司无法为其缴纳等。

报告期内公司对部分现有员工的社会保险费用存在应缴未缴的情况，其主要原因是：公司员工结构中，生产一线的农民工和营销终端导购人员占相当比例，这些员工流动性强，对缴纳社会保险的意义和重要性认识不够，对缴纳社会保险费用存在抵触情绪并强烈反对。同时考虑到当时国家和地方政府关于农民工缴纳社会保险的规定，以及参保人员跨省转移社会保险关系和领取保险金的规定尚不完善，强制该等员工缴纳社会保险费用并不完全符合该等员工的实际利益。因此，公司考虑到尊重该等员工的真实意愿和实际利益，没有为该部分员工缴纳社会保险。

2、住房公积金制度的执行情况

截至 2010 年 12 月 31 日，公司为 2,740 名员工缴纳住房公积金。公司没有为其他员工缴纳住房公积金的主要原因是：该等员工多为农民工或户籍不在当地的员工，在详细了解现行住房公积金制度的内容后，认为现有制度对住房公积金的缴纳、使用、提取存在诸多限制，对其未来在户籍所在地或其他工作地改变住房条件不能起到实质性作用，同时公司已经为需要的员工提供免费宿舍，因此自愿要求不缴纳住房公积金。公司考虑到尊重该等员工的真实意愿和实际利益，没有为该部分员工缴纳住房公积金。

3、公司控股股东、实际控制人出具的承诺

九牧王投资作为九牧王股份的控股股东，林聪颖作为九牧王股份的实际控制人，就九牧王股份及其下属子公司现在在册员工自 2007 年 1 月 1 日以来应缴未

缴社会保险和住房公积金可能导致的结果承诺如下：

如九牧王股份及其下属子公司将来被任何有权机构要求补缴全部或部分应缴未缴的社会保险费用、住房公积金和/或因此受到任何处罚或损失，九牧王投资及林聪颖将连带承担全部费用，或在九牧王股份及其下属子公司必须先行支付该等费用的情况下，及时向九牧王股份及其下属子公司给予全额补偿，以确保九牧王股份及其下属子公司不会因此遭受任何损失。

保荐机构认为，截至本招股说明书签署日，发行人已经根据国家和地方各级政府的相关规定，对现有员工缴纳社会保险的情况进行规范。泉州市劳动和社会保障局和泉州市住房公积金管理中心晋江市管理部已经出具证明，确认报告期内发行人没有因违反劳动用工、社会保险、住房公积金管理方面法律法规的行为而受到相关政府主管部门的任何行政处罚。较之发行人的三年净利润，未缴的社会保险和住房公积金金额较小，且发行人控股股东及实际控制人已经出具承诺，连带保证代为承担或全额补偿发行人因此可能产生的补缴或罚款费用，不会因此给发行人造成额外支出，不会对发行人的财务状况和盈利能力产生重大不利影响，不会对本次发行上市构成实质性法律障碍。

发行人律师认为，截至法律意见书签署日，发行人根据国家和地方各级政府的相关规定，对为现有员工缴纳社会保险的情况进行规范。相关政府主管部门已经出具证明，确认报告期内发行人没有因违反劳动用工、社会保险、住房公积金管理方面法律法规的行为而受到相关政府主管部门的任何行政处罚。较之发行人的三年净利润，未缴的社会保险和住房公积金金额较小，且发行人控股股东及实际控制人已经出具承诺，连带保证代为承担或全额补偿发行人因此可能产生的补缴或罚款费用，不会因此给发行人造成额外支出。因此，发行人报告期存在未缴部分社会保险和住房公积金的情况，不会对发行人的财务状况和盈利能力产生重大不利影响，不会对本次发行上市构成实质性法律障碍。

十、主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况

1、股份流通限制和自愿锁定承诺

详情请见本节之“八、发行前后股本变化情况”之“（七）本次发行前股东

所持股份的流通限制和自愿锁定承诺”。

2、避免同业竞争的承诺

详情请见本招股说明书之“第七节 同业竞争与关联交易”之“一、同业竞争”之“（二）关于避免同业竞争的承诺”。

3、其他重要承诺：有关社会保险和住房公积金的承诺

九牧王投资作为九牧王股份的控股股东，林聪颖作为九牧王股份的实际控制人，就九牧王股份及其下属子公司现在在册员工自 2007 年 1 月 1 日以来应缴未缴社会保险和住房公积金可能导致的结果作出承诺，具体内容请见本节之“九、员工及社会保障情况”之“（三）公司执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况”之“3、公司控股股东、实际控制人出具的承诺”。

第六节 业务与技术

一、公司主营业务及其变化情况

公司是中国领先的商务休闲男装品牌企业，凭借强劲的品牌知名度、庞大的营销网络、“专业好品质”的产品、业务纵向一体化带来的高价值供应链优势，公司核心产品九牧王男裤及茄克已经占据市场领导者地位。截至 2009 年，公司主导产品九牧王品牌西裤综合市场占有率连续十年位居全国第一，茄克综合市场占有率连续两年位居全国第二。

公司采用业务纵向一体化的模式，集品牌推广、研发设计、生产、销售为一体，经营九牧王品牌的男裤、茄克及其它服饰类产品。公司产品以自制生产为主、委托加工生产为辅，销售采用直营和加盟相结合的模式，公司始终专注于以男裤为核心的中高档商务休闲男装的战略发展方向，致力于让男士拥有高性价比的精工时尚服饰，满足不同消费者在不同场合的穿着需求。长期以来，公司凭借优质的产品品质获得了消费者信赖，“男裤专家”、“专业好品质”已逐渐成为九牧王品牌的象征。

公司自设立以来主营业务及产品未发生重大变化。

二、发行人所处行业的基本情况

（一）国际、国内服装行业发展概述

1、国际服装行业发展概况

目前，欧美发达国家的纺织服装业已转向高端产业，在研发和应用新型纺织品方面处于世界纺织服装工业发展的领先位置。欧美的服装企业一方面以先进的工业技术为支撑，将大量高水平生产技术、设备应用于生产，减轻对日益增长的劳动力成本的压力；另一方面，以研发为先导，主导着整个国际服装的发展趋势，并将环保、特殊功能的面料广泛应用于服装生产，增加服装的附加值。

就服装行业而言，欧美发达国家的消费者品牌意识很强，知名品牌服装占销售份额的比重较高。一些品牌企业将设计和营销作为品牌塑造的核心，将生产外包，实行虚拟化经营，节约了大量的生产基建投资、设备购置费用以及人工费用，在保证其产品质量的同时又能赚取产业链上最大的利润。

近年来，国际服装行业发展呈现以下趋势：

（1）专用设备功能趋向集成化

专用设备功能集成化，即一个操作工人可操作几台设备。目前已出现钉扣、锁眼、缝领、包边带缝合、熨烫等组合设备，操作工只需在一台送料装置上放上裁好的衣片，组合机就能自动完成送料、定位、缝制、折叠等工序。电脑控制技术进一步向纵深发展，服装的设计将采用三维立体设计方式，可将服装效果图转换成样版图；还可模仿面料的质地、织法、悬度实现电脑三维模拟表演等，使设计的服装在屏幕上显示出完美逼真的形象。在服装生产领域上，不少国家正加快研制机器人，谋求实现无人操作的服装生产系统。

（2）服装设计研究趋于个性化、款式更趋向多样化

服装的整体设计更加注意人体全身的对称与和谐，不仅考虑穿衣者的上衣与裤子的协调，还考虑与其它服饰品（如鞋、帽、裙、衬衣、领带、携带的小包等）是否相配，甚至与其发型、脸型、体型、皮肤、头发颜色等是否相匹配也在考虑范围之内，以设计生产出能使全身更加得体的整套服装。现代社会人们对服饰都有各自不同的需求，款式、用料、色彩、配件等方面都体现出个性化的特点，服装必须具有多品种、小批量、高品质等特点才能与之相适应而发展。

（3）电子商务技术在服装界广泛应用

纺织服装电子商务在因特网上已广泛应用，一旦从网上发出服装需求信息，围绕服装品牌、服装设计、服装文化、服装面料等的一系列商务活动就会同时进行，企业即可按订单快速组织生产。这种以消费者为导向的新型时装产业结构，大大缩短了原料—成本—货币的转换时间，使商品需求信息和原料的规划同步进行，降低了生产成本和产品价格。（资料来源：中国产业研究报告网）

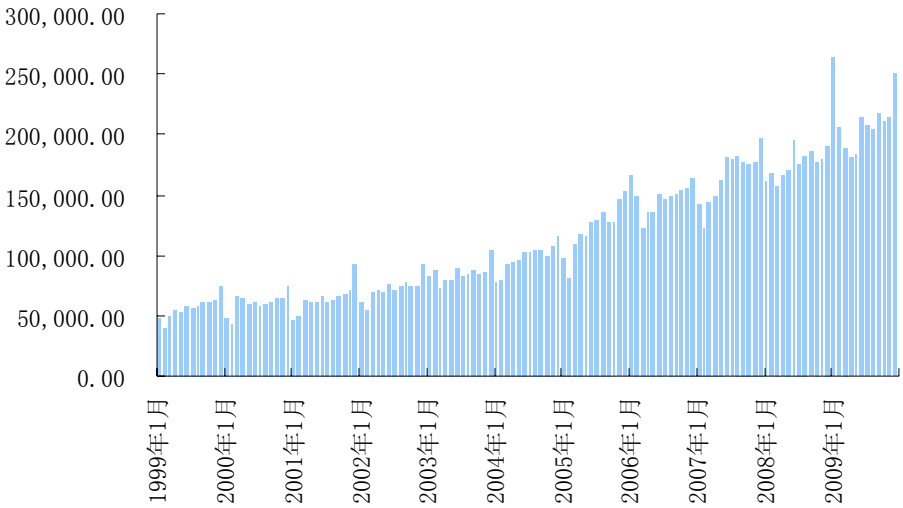
2、我国服装行业发展状况

（1）我国服装行业基本情况

中国纺织服装业既是传统的支柱产业，也是具有国际比较竞争优势的产业。不仅加工水平得到世界公认，而且也拥有了一批自主品牌。中国服装业有三个最大：一是国内消费纺织服装总量居世界第一，人均年纤维消费量 15 公斤，高于世界平均值；二是产量最大，纺织纤维加工量占世界总量的 40%以上，是世界纺织服装加工厂；三是出口贸易额最大，中国纺织品服装出口额占世界纺织服装贸

易额的 30%。2009 年 10 月中国月度服装产量高达 21.12 亿件，是中国加入世界贸易组织前月度服装产量的近 3 倍。

1999-2009 年中国服装产量（万件/月）



数据来源：Wind 资讯

按照服装产品是否拥有知名品牌，服装行业可分为品牌服装业和一般服装业。传统的国内服装产业以 OEM 和 ODM（Original Design Manufacture 原始设计制造商）为主，较少拥有自己的品牌。由于我国逐渐形成了完整的服装产业链条，并在资金、技术、人才等方面均有了良好的积累，为服装产业更好的参与国际竞争，以及自主服装品牌建设打下良好基础。因此我国开始涌现大量优秀的服装品牌，并逐渐在国内的品牌服饰的竞争中处于领先地位。著名的国内服饰品牌包括雅戈尔、七匹狼、报喜鸟、利郎、波司登、美特斯·邦威、九牧王等。

①经营模式转变，产业价值提升

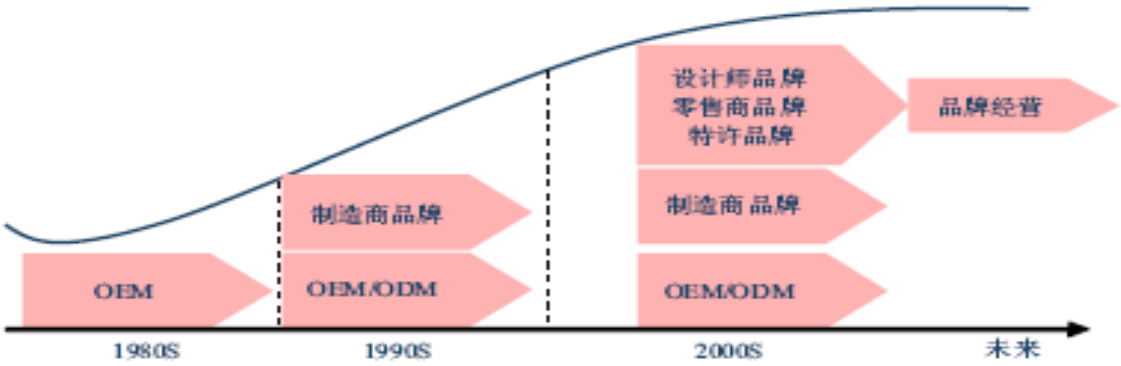
在 20 世纪 80 年代起的全球纺织服务产业第三次转移中，中国成为了全球纺织服务产业的制造中心，OEM 成为中国纺织服装企业最初主要采取的经营模式。90 年代中国纺织服装企业的加工制造技术日臻成熟，开始参与服装面料或服装款式设计开发环节，经营模式由 OEM 向更高层次的接单加工模式 ODM 转变。

与此同时，随着中国经济的突飞猛进，中国服装消费开始升温，消费者对品牌的认知日益加强，催生了制造商品牌模式（由制造商所创建的品牌称为制造商品牌），1995 年我国服装业开始明确提出“要走实施名牌战略”，以温州为代表的制造商品牌开始崛起。

2000 年之后，中国服装消费进入了高速增长阶段，注重产品设计的设计师品牌（设计师所创建的服装品牌）、注重营销及渠道的零售商品牌（自有品牌的专业零售商）和特许品牌（品牌代理商）迅速成长起来。众多品牌服装企业在一线城市、省会和重点城市开设了专卖店、商场专柜，占据了稳定市场，但仍需加大投资力度，进行渠道的纵向延伸。

中国服装产业经营模式转型过程如下图所示：

中国服装产业经营模式转型过程

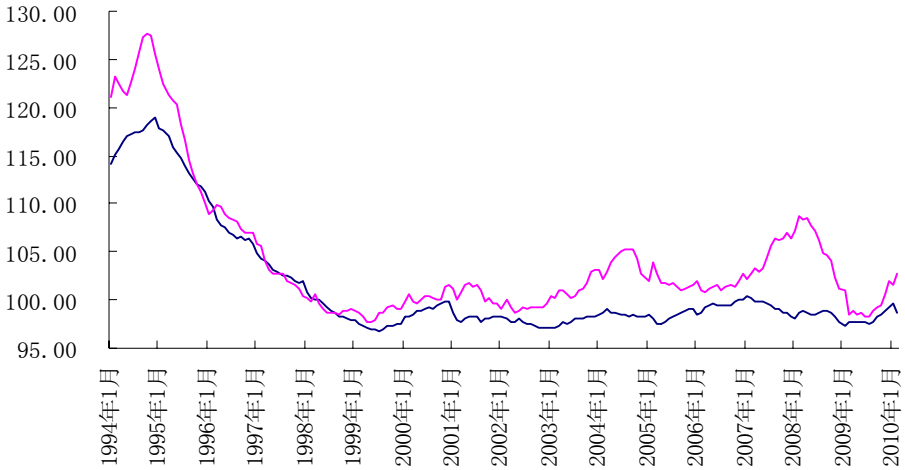


资料来源：中信证券研究部

②品牌竞争逐渐代替价格竞争

随着人均国民收入水平的不断提高，人们对服装价格的敏感度不断下降，但对品牌的敏感度不断提高。从统计数据来看，从 90 年代末开始，衣着类的消费价格指数的波动明显小于总体消费价格指数，服装企业的竞争逐渐由价格竞争转向品牌竞争。

衣着类消费价格指数变化情况



数据来源：Wind 资讯

在品牌建设的基础上，如何通过各种手段将品牌形象和产品形象准确、及时地传递给消费者，激发消费者的购买欲望并最终产生销售业绩，是服装零售业关注的重点。服装企业提升竞争能力的重点从产品制造逐步转向通过整合营销的手段，从产品设计、产品陈列、店铺设计到广告投放、品牌代言和营销活动等各个方面实施全方位的市场营销战略。

（2）行业管理体制及主要法律法规

目前国家发展改革委员会是国内服装行业的主管部门，负责产业政策的研究制定、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。中国服装协会及各地方协会、各领域分会主要从事行业和市场研究，通过市场预测和信息统计工作，在技术、产品、市场、信息和培训等方面为业内企业提供服务，提高行业开发新产品的能力，进行行业自律管理，代理会员向政府部门提出意见和建议，同时向会员提供信息及产业指导服务。

该行业涉及的主要法律法规包括如下：

①《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》

2006 年 4 月，国家十部委联合发布《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》。该通知指出：要加快企业 ERP、电子商务平台和在线控制技术的研究推广，提高企业信息化水平和市场快速反应能力；加强上下游产业链整合和产学研结合，创新经营模式，提高我国企业在国际纺织服装供应链中的地位，提高产品附加值，重点支持、大力培养一批在品牌设计、技术研发、市场

营销渠道建设方面的优势企业，力争到 2010 年形成若干具有国际影响力的自主知名品牌，使纺织服装自主品牌产品出口比重有明显提高。

②《纺织工业“十一五”发展规划》及《纺织工业调整和振兴规划》

纺织工业“十一五”发展规划要求加大、加快服装自主品牌建设，力争到 2010 年形成若干个具有国际影响力的自主知名品牌。

2009 年 2 月，国务院审议并通过纺织行业振兴规划，振兴规划从五个方面指明了未来纺织行业的发展方向：一要统筹国际国内两个市场；二要加强技术改造和自主品牌建设，未来纺织行业将侧重向高技术，品牌化发展，培育具有国际影响力的自主知名品牌，提高竞争力；三要加快淘汰落后产能；四要优化区域布局；五要加大财税金融支持，将纺织品服装出口退税率提高至 16%。

③《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》

2009 年 9 月 26 日，国家七部委联合发布的《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》中指出，当前，在纺织工业处于转型升级的关键阶段，在应对国际金融危机的重要时期，以服装、家纺等纺织终端产品为重点，加快推进纺织行业自主品牌建设是落实科学发展观的具体体现，是有效应对国际金融危机的重要举措，是实现由纺织大国向纺织强国迈进的必由之路。《指导意见》指出，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、具有较强市场竞争力的优势服装、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。

④《财政部、国家发展改革委员会、商务部关于促进我国纺织行业转变外贸增长方式支持纺织企业“走出去”相关政策的通知》

该通知指出，支持纺织行业实现技术创新，加快结构调整，转变外贸增长方式。对纺织关键技术和成套设备研发、产业聚集地公共创新平台建设以及纺织服装自主品牌建设与推广给予必要的扶持；支持有实力的纺织企业“走出去”，到海外投资设厂，实现原产地多元化。重点鼓励有配套基础的纺织服装企业集群式进入境外纺织工业园区投资办厂。

⑤《外商投资产业指导目录（2007）年修订》

该规定中指出，相关鼓励类行业包括：纺织类，如①采用高新技术的产业用

特种纺织品生产；②高档织物面料的印染及后整理加工；③符合生态、资源综合利用与环保要求的特种天然纤维（包括除羊毛以外的其他动物纤维、麻纤维、竹纤维、桑蚕丝、彩色棉花等）产品加工；④采用计算机集成制造系统的服装生产；⑤高档地毯、刺绣、抽纱产品生产。

（3）市场容量

①中国经济环境向好，个人收入增加，推动中国服装市场蓬勃发展

中国经济自改革开放三十多年来一直保持高速平衡发展，已经成为推动世界经济发展的重要引擎之一。进入二十一世纪以来，中国 GDP 一直保持较高的年增长率。随着国内经济的持续增长，带动了我国服装零售市场规模的扩大。2009 年中国服装市场（不包括睡衣、内衣及各类衣服配饰）零售额达到 7,926 亿元，比 2008 年增长了 10.6%。

随着国内经济增长态势的进一步稳固，企业盈利的增加和个人收入预期的提高，预计食品、日用品、服装、娱乐等基本消费增速将进一步回升。根据 Euromonitor International 预计，中国服装市场增长速度将走出底谷，2010 和 2011 年服装市场零售额增速将进一步提升，2009 到 2013 年的年复合平均增长率将达到 14%，比 2004 至 2009 年的年复合平均增长率高近 0.8 个百分点。

我国 2008 年和 2009 年各季度国内生产总值增长速度

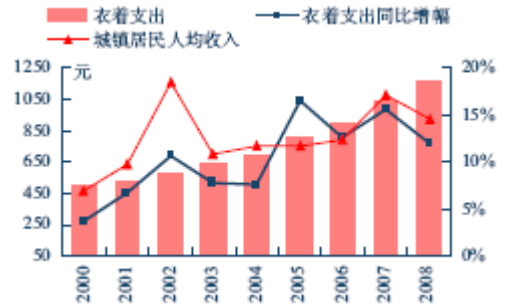
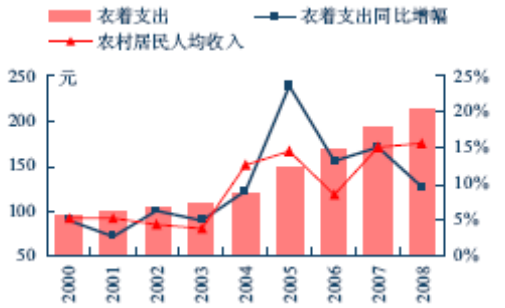
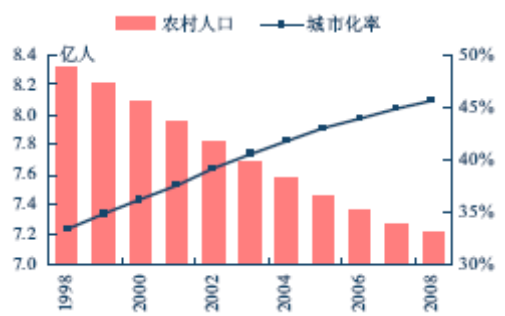
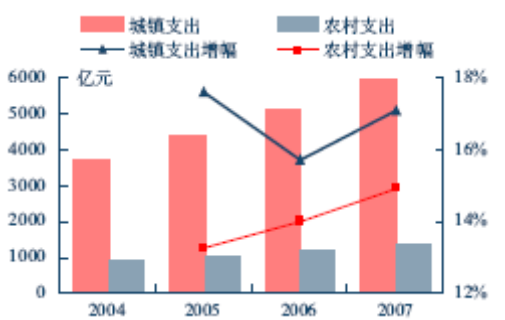
数据来源：Euromonitor International

②农村市场消费潜力尚待进一步开发

从支出统计口径看，2008 年中国城镇人均衣着支出 1,166 元，最近 6 年复合

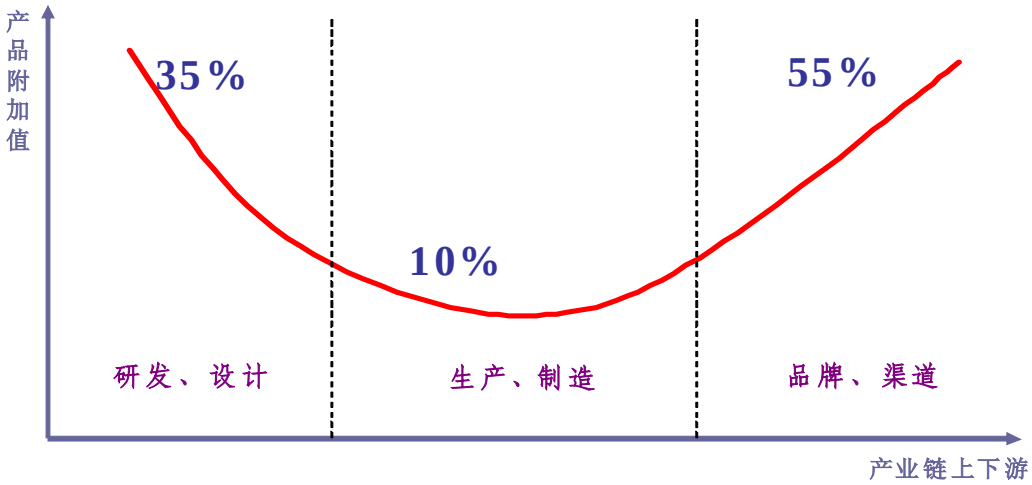
增长率 10.58%；农村人口人均衣着支出 212 元，最近 6 年复合增长率为 11.49%。城镇人均衣着支出是农村的 5.5 倍，农村市场消费潜力尚待进一步开发。

2008 年中国城市化率 45.70%，10 年内年平均增幅 1.23%。保守假设未来城市化率以 1%的年增速持续。静态年新增城镇人口 1,228 万人，年新增衣着消费 120 亿元左右，若未来农村人均衣着支出消费保持 10%年增长，静态年新增衣着消费 150 亿元左右。两项合计将提升衣着总支出 4.53 个百分点。

中国城镇人均收入及衣着支出情况	中国农村人均收入及衣着支出情况
	
资料来源：wind，中信证券研究部	资料来源：wind，中信证券研究部
中国农村人口数量及城市化率变动	中国农村、城镇居民衣着支出总额及增长趋势
	
资料来源：wind，中信证券研究部	资料来源：wind，中信证券研究部

（4）行业盈利模式

在全球服装价值链中，设计、品牌、渠道处于价值链的高端，而生产加工处于价值链低端。服装价值链上的利润分配约为：设计占 35%，品牌和渠道占 55%，生产占 10%。服装行业按照其盈利模式可分为两大类，一类是品牌服饰企业，一类是一般服饰企业。如今品牌服饰企业（可细分为设计师品牌模式、制造商品牌模式、零售商品牌模式和特许品牌模式）是服装价值链的领导者，位居价值链的高端并控制着产业链。而一般服饰企业（非品牌服饰制造销售商、品牌企业 OEM 商）处于产业链的低端。



作为世界最大服装生产和出口大国，中国服装行业还处在品牌建设的起步阶段，“有世界级的产品，无世界级的品牌”。尽管如此，国内服装自主品牌建设已经取得重要进展，已经产生了一批能够参与国际品牌竞争的品牌企业，部分品牌企业也已在境内外上市，获得资本市场青睐。

两种盈利模式的比较如下表所示：

	一般服饰运作模式		品牌服饰运作模式			
	一般制造销售模式	接单加工模式	设计师品牌模式	制造商品牌模式	零售商品牌模式	特许品牌模式
品牌定位	无品牌，一般制造销售	无品牌，贴牌运作	多为奢侈品和高档商品	多为中高档品牌	多为中高档品牌	多为中高档品牌
核心环节	批量生产、销售	批量生产	产品设计、品牌运作	批量生产、品牌运作	品牌运作、终端零售	品牌运作、终端零售
品牌所有权	品牌不知名或无品牌	委托商	设计师	制造商	零售商	代理商不拥有或部分拥有
毛利水平	较低	较低	高	较高	较高	较高

（二）男装行业发展状况

1、男装行业市场容量及其变化

（1）男装市场增长强劲，市场份额持续上升

根据 Euromonitor International 的数据显示，2009 年中国男装市场零售额为 3,776 亿元，占服装总零售额的市场份额从 2004 年的 39.2%增加到 2009 年的

47.6%；预计在未来五年，中国男装市场将继续保持其高于整个市场的发展速度，2009-2013 的年复合平均增长率预计为 16.3%，比整体服装市场 2009-2013 的年复合平均增长率高 2.3%，占整体服装市场的份额将增加到 51.8%。男装表现出高于整体市场的增长率，这主要是由于随着经济水平的提高，男性越来越注重其外表，得体的外表已经成为男性身份和品味的体现。男性比以往更加注重服装的设计、质量和档次，在服装上的消费逐年增加，这进一步促进了男装市场的发展。

2004 年-2013 年我国总体服装市场、男装市场容量及增长率

数据来源：Euromonitor International

（2）我国男式休闲装及正装市场容量及其变化

男式休闲装居于主导地位，市场份额进一步上升。随着消费习惯和偏好的多样性，个性、舒适的休闲服装博得越来越多男性的青睐。加之很多企业对雇员的着装逐渐放宽要求，商务休闲装代替了正装成为都市白领男性上班时的主要服装。其中不少大型企业还推出了“周五便装日”（Casual day），允许并且鼓励雇员在星期五穿着随意舒适的休闲服上班，以放松忙碌紧张的心情。因此，越来越多的企业加入到男性休闲服市场的竞争，大企业产量增长平稳，市场份额逐步提高；小企业发展迅速，并借助新兴渠道如网络销售等抢占市场。需求和供给两方面都刺激了男式休闲装市场的快速增长。根据 Euromonitor International 数据显示，2009 年中国男式休闲装零售额为 1,804 亿元，占男装零售总额的 47.8%。预计未来休闲服市场将保持其主导地位，市场份额进一步上升，到 2013 年将占男装零售总额的 48.6%。

休闲风盛行促进商务休闲男装强劲增长。由于休闲潮流的盛行，休闲设计理念逐渐渗透到正装领域，便出现了介于正装与休闲装之间的商务休闲装。商务休闲装因兼具正装的庄重和休闲装的舒适迅速在白领阶层中流行。市场上出现了诸多商务休闲品牌，如七匹狼、利郎、九牧王等。国内知名的正装品牌，如雅戈尔、杉杉、罗蒙等也陆续推出了商务休闲系列，连以青春休闲装为主的美特斯•邦威也于 2008 年推出了商务休闲品牌 Me&City。

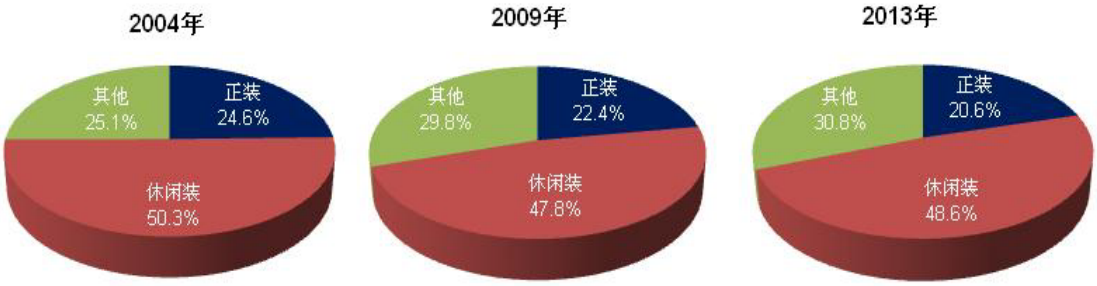
根据 Euromonitor International 数据显示，商务休闲男装零售额已从 2004 年的 208 亿元增加到 2009 年的 581 亿元，年复合平均增长率达到 22.8%，比整个男式休闲装市场的年复合增长率高出 6.3 个百分点。随着消费者对商务休闲男装的认同及企业营销力度的加大，商务休闲男装将保持其增长势头。预计 2009 至 2013 年商务休闲男装的年复合增长率将达到 17.5%，占男式休闲装市场份额从 2009 年的 32.2%提高到 2013 年的 32.9%。

男式正装增速最慢，市场份额逐步下降。三大男装类别中，正装的历史最悠久，发展也最平稳。正装以其庄重的设计而主要适用于非常正式的场合，如商务谈判、求职面试、宴会、出席重大节日等。个别特定的行业如保险业、银行业等一般要求员工上班时间穿着正装。因此正装有其刚性需求。但由于受休闲装特别是商务休闲装的冲击，正装的增速在三大类别中最为缓慢，其 2004 至 2009 年的年复合增长率为 15.5%，占男装零售总额的 22.4%，预计到 2013 年市场份额将下降为 20.6%。

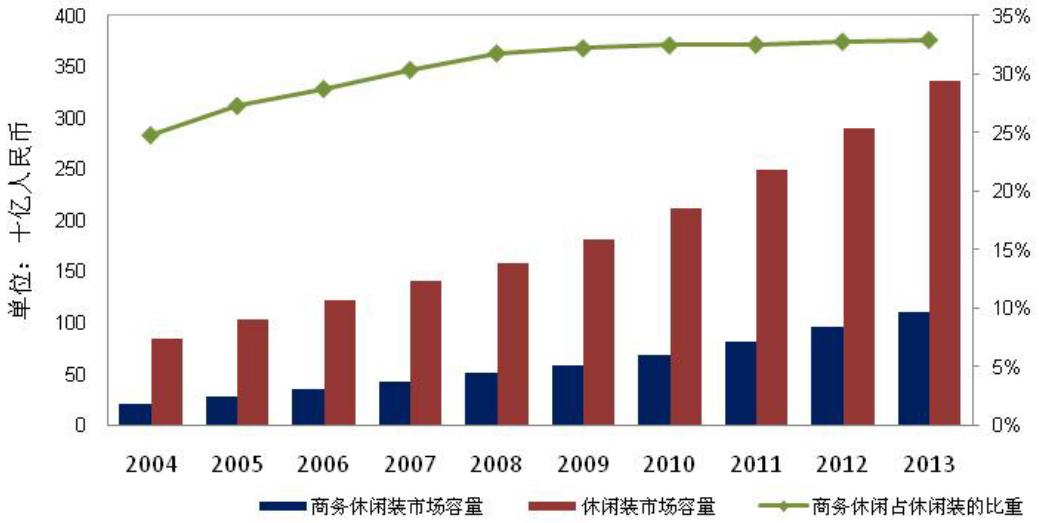
其他类未来增长缺乏动力，增速减缓。运动装在其他类别中占有较高的比重。随着人们健康意识的增强，参与运动的人口逐年提高。国家体育总局的统计显示，我国积极参与体育运动的人口比例也在逐年提高，从 1997 年的 31.4%增长到 2007 年的近 40%，十年间人数增长超过 1.5 亿。自 2001 年，北京赢得第 29 届奥运会的举办权，中国掀起了全民运动的热潮，体育消费日益活跃。根据 Euromonitor International 数据显示，从 2004 年至 2008 年，运动服市场零售额逐年递增，2008 年零售总额达到 975 亿元，比 2007 年增长 32.3%。但由于奥运会之前各运动服企业对市场估计过分乐观，店铺扩张过快，存货过多，再加之全球金融危机的影响，整体市场处于调整阶段，2009 年运动服市场零售额增长率迅速下滑，仅为 15.6%。随着奥运热潮的退去，运动服市场未来几年增长缺乏动力，预计 2009

年至 2013 年增长率为 17.3%左右。

我国服装市场分大类的销售额比例



2004 年-2013 年我国男式休闲装、男式商务休闲装市场容量及增长率



数据来源：Euromonitor International

（3）男裤行业市场容量及其变化

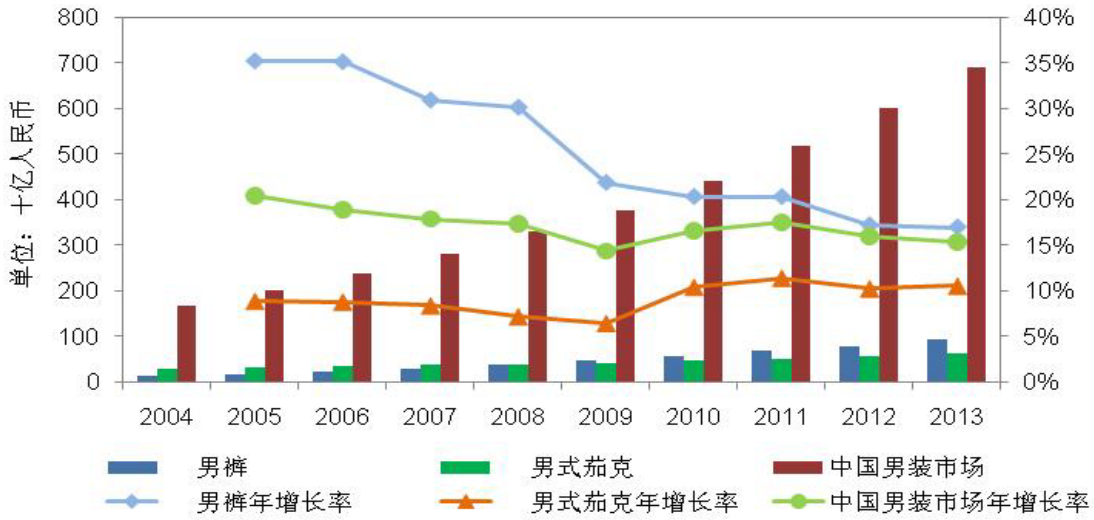
男裤年增长率高于其他各类男式服装，未来销售额稳中有升。公司男裤主要包括男式西裤和休闲裤，而不包括牛仔裤和短裤。相对于茄克、毛衣、套装等，男裤是购买频率相对较高、单价相对较低的商品。与衬衫一年四季可以穿着不同，男裤一般分春秋裤和冬裤，加之男裤平均单价比衬衫要高，这些因素决定了男裤成为男式服装各类别中增长率最高的类别。根据 Euromonitor International 的数据显示，2009 年我国男裤的零售额达到 218 亿元，2004-2009 年男裤零售额年平均增长率为 30.6%，远远高于男装市场 17.8%的增长率。前几年的快速发展使得男裤的基数较大，预计未来几年男裤市场零售额尽管持续上升，但年增长率将呈逐

步下降趋势。2009 至 2013 年的年复合平均增长率为 18.7%，但仍高于男装总体市场的 16.3%的年复合平均增长率。

（4）男式茄克行业市场容量及其变化

茄克市场份额稳中有降。茄克单价较高，通常同一品牌的男式茄克的价格为男裤价格的 2 倍以上，且茄克的穿着只有春、秋、冬三季，且大部分茄克可以春秋和冬天共穿，决定了男式茄克与男裤和男衬衫相比，购买频率相对较低，导致其增长率较低。根据 Euromonitor International 资料，2009 年男式茄克零售额为 413 亿元，低于裤装、衬衫和套装。但由于男式茄克的单价相对较高，男式茄克的零售额依然高于男式毛衣、T 恤等。但随着休闲风的盛行，男士商务休闲装发展强劲，部分穿着套装的人士转向茄克和休闲裤的购买，在一定程度上将会刺激茄克市场的增长。预计 2009 至 2013 年，茄克的年平均增长率将达到 10.6%，高于 2004 至 2009 年的 7.9%的年复合平均增长率。

2004 年-2013 年中国服装市场和细分市场销售额和增长率对比



数据来源：Euromonitor International

2、行业主要的经营模式

服装零售企业从其自身产品的特点和自身商业模式的角度出发，一般通过自主、委托加工或两者相互结合的模式进行产品的生产，以直营、加盟或两者相结合的模式进行产品的销售。

我国男装的零售主要通过专卖店、百货商场、无店铺销售以及其他方式进行，其中专卖店和百货商店是男装销售的主要零售渠道，两者之和占到男装零售额的一半以上。

百货商场稳定发展，仍为一级城市重要销售渠道。随着经济的发展，中国人的消费档次也不断提高。百货商场因其良好的购物环境、丰富的商品和高档的店面形象成为消费者购买中高端商品的首选，因此获得各大服装品牌的青睐。目前基本上各领先的服装品牌都在百货商场中设有专柜。根据 Euromonitor International 的数据显示，百货商场是男装市场中最主要的渠道，2009 年占男装零售额 32.8%。预计 2009 至 2013 年，通过百货商场销售的男装零售额的年复合增长率为 15.1%，到 2013 年其市场份额约为 31.5%。

专卖店成为男装企业迅速开拓市场的重要渠道。随着企业规模逐步扩大，知名服装企业已经深入二、三级城市甚至城镇市场。但由于二、三级城市百货商场较少，专卖店便成为企业开拓市场的重要渠道。企业可以通过在当地开设专卖店推广品牌，吸引消费者，能够快速地开拓市场，为企业在竞争中抢占先机。另外，部分品牌企业也依靠强大的资金实力和品牌影响力在一级城市开设旗舰形象店，以进一步提高品牌的影响力和渠道的控制力。

根据 Euromonitor International 调查显示，专卖店将成为男装销售企业新的增长点。预计 2009 至 2013 年，通过专卖店销售的男装零售额的年复合平均增长率将达到 20%，其市场份额将从 2009 年的 17.6%增加到 2013 年的 20%。

无店铺销售发展迅速，特别是电子商务已成为服装销售的新兴模式。无店铺销售包括邮购、网购和电视购物等。随着生活节奏的加快，人们的闲暇时间减少，无店铺销售满足了人们足不出户购物的愿望。

由于近几年网络的普及，中国网民人数激增，互联网已经成为年轻一代生活中不可或缺的重要组成部分，3G 技术的普及应用、网上支付的便捷可靠等，更为网购的发展推波助澜。2009 年，从国际奢侈品牌到“手工作坊”都在积极开辟网上业务，从自建品牌官网到淘宝网专卖店，形式多样。网购公司信心十足地探索生存发展道路，就连邮购公司、网上书城都在积极拓展服装网购业务，如麦考林推出服装品牌 Euro Moda，以销售图书为主的当当网也在积极销售女装。目前，服装网购用户 8,000 万左右，而中国网民数量已超过 3.4 亿，服装又是最必需的消费品之一，在网购热销商品排行里位居前列，潜在的用户基数庞大。

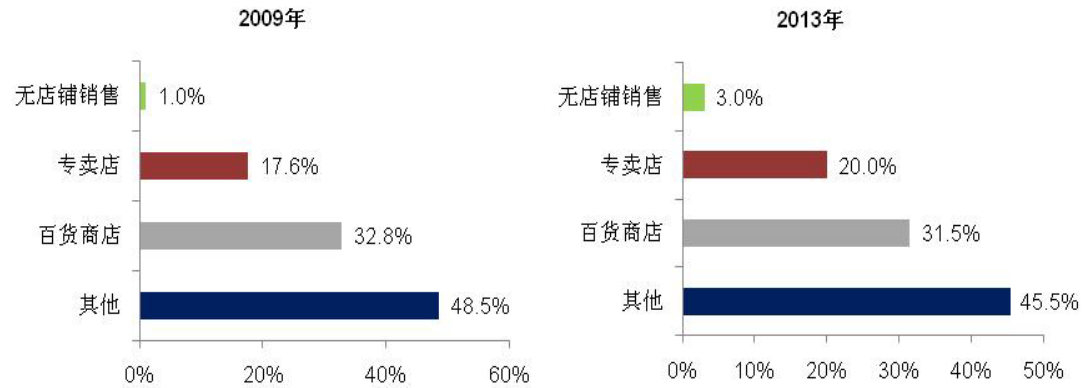
根据 Euromonitor International 的数据显示，2004 年至 2009 年，无店铺销售以接近 100%的年复合增长率迅速发展，市场容量从 2004 年的 1.3 亿元，发展到

2009 年超过 38 亿元，市场占有率达到 1%。未来无店铺销售仍将保持高速发展，年增长率将保持在 52.5%的高位，远远高于其他销售渠道的增长水平。预计 2011 年无店铺销售市场容量将超过 100 亿元，2013 年将达到 200 亿元，市场占有率将进一步提升至 3%。

其他销售方式，包括个体服装小店、街头临时搭的摊位、农贸集市等，销售增幅较低，市场占有率逐步下降。

2004 年-2013 年我国男式服装零售渠道销售额及增长率情况

我国男式服装零售渠道销售额占比



数据来源：Euromonitor International

3、行业的周期性、季节性及地域性特点

我国男装行业产品各异，价格较高的中高档男装受宏观经济周期的影响较为明显，价格较低的满足基本着装需要的服饰产品受经济周期的影响相对较小。

男装行业具有明显的季节性，气候变化对男装需求具有显著影响。北方地区

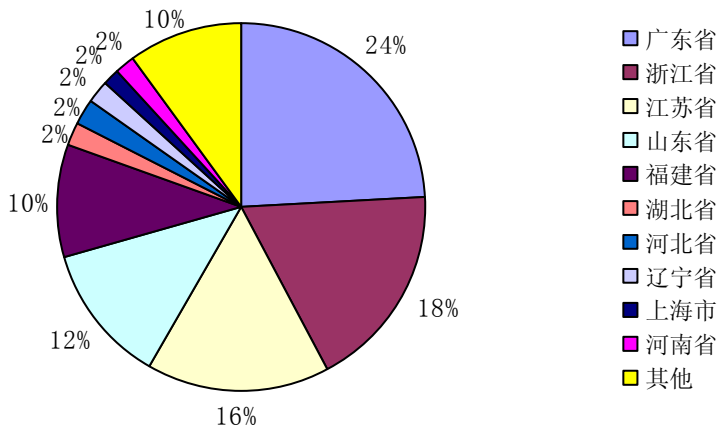
由于一年四季比较分明，对男装的需求四季变动差异较大；南方地区一年之中四季差异较小，对男装的需求随四季的变动差异较小。

男装行业受地域性的影响也较为明显，主要原因是我国各地经济发展不平衡，经济发达程度不同，东部沿海及一线城市的消费者收入相对较高，对品牌、质量及服务敏感度较高，对价格敏感度较低，而二、三级城市及周边地区的消费者收入相对较低，对品牌和质量敏感度较低，对价格敏感度较高，但随着国民收入的提高，二、三级城市及周边地区的消费者对品牌和质量敏感度也在提升。

4、产量和产地分布

2009 年我国前 5 名服装生产大省的服装产量占全国服装总产量的比重约在 70%，其中广东省位居服装生产榜首，占全国服装总产量约为 24%，浙江省、江苏省、山东省及福建省位列 2-5 位。就同期增长速度而言，广东省、浙江省、山东省产量较同期增长较为平稳，福建省服装产量增幅相对较大，达到 15.17%，江苏省 2009 年出现了负增长。2009 年我国部分内陆省份服装产量增长较快，重庆、江西、湖北及安徽等省市的增长率均达到了 30%以上。

2009 年我国各省市服装产量分布情况



数据来源：中国第一纺织网

中国知名的男装企业大多从国内市场批发零售或为欧美服装企业 OEM 起家，逐步发展成为自有品牌商。一部分企业发展壮大后开始带动周边企业的发展，

加上当地政府的政策支持，便形成了男装企业的集群式发展特征。目前中国男装产业已经形成了包括以江浙沪地区的上海、宁波、温州为代表的“浙派”男装产业集群，以闽东南的晋江、石狮为代表的“闽派”男装产业集群，以及借助港、澳等海外优势而独立成长的粤南珠三角男装产业集群。“浙派”男装主要以正装出名，如雅戈尔、杉杉、报喜鸟等；“闽派”则以商务休闲装及运动装而闻名，如七匹狼、利郎、九牧王、安踏、特步等；而广东则以牛仔服等休闲装最具规模，如威鹏、波顿等。产业集群式的发展为企业提供了良好的环境，群内企业可以实现资源共享，资金、劳动力在区内流动，并可享有政府的优惠政策，将更进一步推动中国男装企业的发展。

5、市场竞争状况

我国的服装市场高度分散，行业集中度不高，市场竞争激烈。

我国男装市场上国内外品牌众多，市场高度分散。根据 Frost&Sullivan 的资料，2008 年按销售额计算，中国 100 大品牌的市场占有率约为 44.6%，而前 10 大品牌的市场占有率仅为约 20.3%，其余 55.4%的市场由单独占据市场份额（按零售销售额计算）低于 0.2%的品牌占有。

我国男裤市场近年来整合加剧，根据中华全国商业信息中心的持续调查，排名前列的商家在过去数年逐步取得更大的市场份额。通过对全国重点大型零售企业的销售额统计显示，前十大品牌的合计市场份额由 2000 年的 16.2%增加至 2009 年的 45.77%，前三大品牌的扩张速度更快，合计市场份额由 2000 年的 9.5%增加至 2009 年的 33.19%。此外，男裤市场上普遍由国内品牌主导，主要的国内品牌包括九牧王、虎都、红豆、雅戈尔、浪肯等。

我国男士茄克品牌集中度相对较低，2009 年前十大品牌合计占有 19.59%的市场份额，主要包括七匹狼、九牧王、劲霸、杰克琼斯、金利来等。

6、行业利润水平

根据 Wind 资讯的统计，近几年服装鞋帽行业的毛利率和利润率均保持相对稳定的增长，2008 年和 2009 年我国服装行业的毛利率分别为 14.05%和 14.55%，销售利润率分别为 4.20%和 4.63%。对于主要在 A 股上市的男装公司来说，从盈利指标来看，2008 年和 2009 年的服装类业务平均毛利率分别为 32.58%和 34.19%；总体而言，近年来国内 A 股上市男装公司盈利都有一定幅度增长。（A

股上市的男装公司主要包括七匹狼、报喜鸟、雅戈尔、杉杉、红豆、美尔雅）

7、行业技术水平和技术特点

（1）技术水平

新技术、新材料在服装行业的开发利用，提升和拓展了传统服装行业的发展空间；信息技术的日新月异，提升了服装企业的快速反应能力。近年来，我国服装行业大力推广计算机辅助设计、辅助生产、立体整烫、吊挂式生产流水线，并引进国外先进的生产技术设备；同时，越来越多的采用纳米、环保等功能性面料，总体技术水平不断提高。

（2）技术特点

服装行业的技术主要体现在设计、生产环节。服装设计分为款式设计、结构设计、工艺设计三部分。款式设计是反映服装设计师对流行趋势的把握和引导，突出款式的新颖性、时尚性和独创性；结构设计是针对款式设计结合人体体型以及面料风格和花色设计布料裁剪版型的工作；工艺设计是针对款式设计、结构设计与规模化生产相结合的工作，是提高生产效率和产品质量的关键。

8、行业发展趋势

男装行业是我国服装行业中发展较早、较为成熟的子行业之一，近年来，随着经济的发展、人们收入水平的提高及消费观念和需求的转变，男装行业呈现了如下三种趋势：

（1）男装休闲化趋势日益明显

中国近几年商务活动的频繁带来了商务正装以及商务休闲装的旺盛销售，与此同时中等收入阶层的崛起则带来周末休闲装的繁荣，而庞大的中低收入阶层的存在则形成市场对中低档休闲服饰的庞大需求。

（2）我国男装行业步入了品牌竞争的核心时代

“商标”和品牌是消费者用来判断品质和品位的间接手段。人们普遍认为具有良好口碑的品牌服装通常具有更好的品质和服务，这种消费心理本身就提升了品牌服装的市场竞争力，而且这种竞争能力是无法复制的。因此，具有较高品牌知名度、美誉度及忠诚度的男装企业将更具市场竞争优势。

（3）男装消费个性化特征逐步凸显

当人们已经走过物质短缺年代，面对现代社会多种多样的物质供应时，规模

化和个性化的差别会显现出来。规模化在物质短缺年代能够迅速占领市场，但在物质过剩时期多样化、个性化才能真正满足消费者的个人诉求。因此，未来男装企业提供的个性化服务将进一步深入，小批量、多批次、快速交货成为服装企业新的要求，量身定做的置衣方式也将继续发展。

（4）供应链管理将成为企业间竞争的关键因素

随着我国消费者消费习惯与观念的转变，追求个性化成为一种趋势，而服装企业如何能对每个消费者的个性化需求迅速做出反应，提高客户服务水平，降低库存以节约成本成为未来服装企业间竞争的重要因素。供应链管理涵盖了企划、设计、采购、生产、销售等每个环节，企业需要建立强大的信息管理系统，以实时监控和管理整个供应链的各个环节，构建运转效率高、整合能力强的供应链信息流。高效的供应链可以使企业根据最新的时尚潮流及消费者需求，进行快速研发设计，采购所需面辅料进行生产，最终推向市场。未来，供应链管理将成为企业间竞争的关键因素。

（三）影响行业发展的有利因素和不利因素

1、有利因素

（1）我国服装企业具有良好的市场环境，消费市场空间巨大

服装业是一个永续产业，我国服装业在经历了产业化、品牌化的改造后，进入了一个相对成熟的阶段。国家统计局的数据显示，近年来纺织服装业利润增长幅度超过收入增长幅度，呈现较好的行业景气度。服装行业内需市场不断增长，在人民币不断升值的大背景下，更多的企业转向开发国内市场，同时随着经济发展，二、三级城市及城镇市场迅速崛起，更为广阔的潜在市场被开发出来。

根据国家统计局公布的数据显示，2009 年中国城镇人均衣着支出 1,284.20 元，最近 4 年复合增长率 12.54%；农村人口人均衣着支出 232.5 元，最近 4 年复合增长率为 11.85%。2008 年-2009 年服装类消费增长的速度一直高于消费品零售增速，未来中国服装消费市场空间巨大。

（2）产业政策的有力支持

政府鼓励服装行业发展民族自主品牌。据“十一五”规划，服装业需要进一步提高整体素质和国际竞争力、增强可持续发展能力。

国家发改委颁布的《纺织工业“十一五”发展纲要》指出，十一五发展中服

装行业的重点任务是：加大、加快服装自主品牌建设，吸纳国际化设计人才，提高产品设计能力；加强产品设计和市场推广；积极寻找国际市场突破口，利用国际化营销手段，提高自有品牌出口比重，力争到 2010 年形成若干个具有国际影响力的自主知名品牌；积极推广使用先进服装设备，到“十一五”末行业国际先进水平设备比重要达到 50%，劳动生产率提高到 70,000 元/人·年。

该《纲要》还指出：重点扶持一批在品牌设计、技术研发、市场营销网络建设方面的优势企业。

国家发改委、财政部和税务总局等十部委下发的《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》中指出：要加快企业 ERP、电子商务平台和在线控制技术的研究推广，提高企业信息化水平和市场快速反应能力；加强上下游产业链整合和产学研结合，创新经营模式，提高我国企业在国际纺织服装供应链中的地位，提高产品附加值，重点支持、大力培养一批在品牌设计、技术研发、市场营销渠道建设方面的优势企业，力争到 2010 年形成若干具有国际影响力的自主知名品牌，使纺织服装自主品牌产品出口比重有明显提高。

2009 年 2 月 4 日，国务院通过的《纺织工业调整和振兴规划》中指出：纺织工业是我国国民经济传统支柱产业和重要的民生产业，也是国际竞争优势明显的产业，在繁荣市场、扩大出口、吸纳就业、增加农民收入、促进城镇化发展等方面发挥着重要作用。加快振兴纺织工业，必须以自主创新、技术改造、淘汰落后、优化布局为重点，推进结构调整和产业升级，巩固和加强对就业和惠农的支撑地位，推进我国纺织工业由大到强的转变。《纺织工业振兴规划》提出到 2011 年，规模以上企业实现工业增加值 12,000 亿元，年均增长 10%；出口总额 2,400 亿美元，年均增长 8%；培育 100 家左右具有较强影响力的自主知名品牌企业，自主品牌产品出口比重提高到 20%。

（3）消费观念的转变带动品牌企业的发展

如今人们对生活质量的要求越来越高，对服装的消费观念也在不断的升级，服装满足人们的不仅是功能需求和美观需求，同时还要满足人们对时尚的要求以及对个人品味和社会地位的体现，在具体的消费行为上表现为追求时尚度高的服饰并且追求档次较高的品牌；未来人们对服装的消费需求还将不断地演变和升级，目前已经有部分人群对部分服装的消费需求升级为体现个人品味及个人思想

的需求，在具体的行为上表现为对品牌的文化、内涵的一种个性化追求。因此，品牌在服装产品的竞争力要素中占到了越来越大的比重，进行品牌运作的服装企业更有利于在这样的市场环境中占据有利位置，从而使企业的销售情况和盈利能力得到明显的提升。

2、不利因素

（1）品牌运作经验不足与研发投入不够制约中国服装业的可持续发展

我国服装企业出口一般都是加工导向型的，服装出口大部分是采取来料来样加工，产品绝大部分贴国外品牌，没有自己的品牌和设计理念，出口企业仅收取加工费。目前，中国纺织服装企业的研发投入仅占销售收入的 0.3%左右，而发达国家的研发投入则达到了 3%-5%。十几年来，通过实施服装品牌战略，国内已形成一批拥有自主品牌的企业，但总体上，我国服装企业的品牌运作经验不足，研发投入不够，能够直接参与国际市场竞争的服装知名品牌几乎没有，与国外知名服装品牌在产品、质量和技术都有较大差距，这也充分表明我国只是世界服装生产大国和出口大国，尚没有成为真正意义上的服装强国，强化我国服装企业的品牌意识，加大品牌运作力度和研发投入，培育我国世界级服装品牌还任重道远。

（2）外部经济环境冲击中国服装行业

2008 年全球金融危机使得全球经济形势更加不明朗，人民币汇率波动，原材料和劳动力成本呈上升趋势，我国服装行业面临严峻挑战。据中国海关统计，2009 年，我国累计完成服装及衣着附件出口 1,070.51.亿美元，同比下降 10.63%。其中，机织服装及附件出口 467.16 亿美元，同比下降 10.87%；针织服装及附件出口 537.63 亿美元，同比下降 11.26%。服装出口量合计为 259.82 亿件，同比下降 12.08%。其中，机织服装出口 79.24 亿件，同比下降 7.84%；针织服装出口 180.58 亿件，同比下降 13.82%。我国服装行业出口受到严峻考验，行业也面临巨大挑战。

（3）国外品牌陆续进入中国市场，竞争加剧

中国服装市场广阔，发展空间巨大。国际著名服饰品牌商借助其雄厚实力，大多通过直营模式加大对中国市场开拓力度；国外二、三线品牌商也通过授权或合作等方式进入中国市场，尽其所能抢占更多市场份额。如 Armani 、Hugo Boss、Zegna 等牢牢占据国内服饰高端市场，Zara、H&M、Uniqlo 等也在国内快速圈地，

加剧了国内品牌服饰领域的竞争。

（四）进入行业的主要壁垒

1、品牌

我国服装消费日益品牌化，而一个知名品牌的树立是一家企业在产品质量、产品设计、品牌文化、工艺技术、管理服务和营销网络等诸多方面，投入大量人力、物力长期积累的结果。本行业新进入者短时间内难于在消费者心中建立稳固的品牌形象。

2、营销网络

营销网络是服装企业的生存基础，是其赢得市场和消费者的根本，是其建立良好品牌的关键。然而打造具有深度和广度的营销网络需要大量的资金投入，需要大量的人力和物力，需要卓越的组织和管理能力，本行业的新进入者短时间内很难获得所需的资金、人力和物力等条件。

3、设计研发能力

服装企业的设计研发是其发展的动力，消费者消费习惯日新月异，企业需要时刻关注国际和国内的服装消费潮流，拥有超前的创新理念，本行业的新进入者在短期内难以达到。

4、工艺设备和技术水平

生产高质量、高档次的服装需要先进的工艺设备和专业技术，这就需要大量的资本投入、人力投入和大量技术熟练的员工，本行业新进入者短时间内难以达到。

5、企业管理水平和人才

服装企业的营销管理、工艺生产管理、采购管理、质量管理等需要长期的积累，当前我国服装行业日益成熟，对品牌运营、市场、设计、财务、信息管理等方面的人才需求日益强烈，对具有服装行业多年经验的人才需求日益增加。本行业的新进入者在短时间内难以获得。

（五）公司所处的服装行业与上下游行业的关联关系

公司所处的服装行业的上游为纺织行业的子行业——面料等，下游行业主要面向消费渠道及终端消费者。

1、本公司所处行业与上游行业的关联性及其影响

近几年来，随着我国面料行业的发展，面料产品不断推陈出新，国内面料研发正向高科技含量和高舒适度的方向迈进，也推动了我国行业产品结构的升级，增强了品牌服装企业的竞争力。服装质量及档次的高低很大程度上取决于其选择面料的特性，因此，面料行业的价格变动对本行业的利润有较大的影响，在售价不变的情况下，面料价格的上升将导致本行业的利润下降，反之则导致行业利润上升。

但对于品牌服装业来讲，由于其毛利率较高，面料成本占收入的比重并不大，且部分企业具有终端市场价格的控制能力，可以将原材料上涨的压力部分或全部转移给终端消费者，因此面料价格的波动对品牌服装业的利润水平影响不大。

2、本公司所处行业与下游行业的关联性及其影响

本行业的下游行业主要面向加盟商及终端消费者。

服装企业和加盟商是相互制约和共同发展的关系。一方面品牌服装制造商和加盟商需要共同维护品牌的价值，并协调生产、批发和零售等环节实现共同盈利，另一方面在营销管理、批发零售价格、产品质量等方面服装制造商和加盟商相互制约。

宏观经济状况、消费者可支配收入状况、消费者心理和消费偏好等因素都将直接影响消费者对服装的消费需求，进而影响本行业的价格水平和市场容量。

三、公司在行业中的竞争地位

（一）公司所处行业的竞争状况和行业地位

1、行业竞争状况

在商务休闲领域，公司的竞争对手有雅戈尔、报喜鸟、七匹狼、利郎、红豆、劲霸、杉杉、金利来等。而雅戈尔、报喜鸟、七匹狼、虎都、红豆、利郎等在业务模式、品牌影响力及产品价格方面与本公司较为接近，为公司的主要竞争对手。

目前，按不同产品品类，国内男装市场上公司主要的竞争对手列举如下：

男裤	虎都、红豆等
茄克	七匹狼、劲霸等

按销售渠道在一级和二、三级城市的分布，国内男装市场上公司主要的竞争对手列举如下：

国内一级城市	雅戈尔、报喜鸟、威克多、金利来等
国内二、三级城市	七匹狼、利郎、劲霸等

据公开信息，公司主要竞争对手简要情况如下：

企业名称	简要状况
虎都	虎都（中国）服饰有限公司成立于 1988 年，经过 20 多年的发展，成为国内最大的西裤生产基地之一，国内拥有近 2,000 个销售终端。 行业地位：根据中华全国商业信息中心对全国重点大型零售企业、商业集团的调查统计，2009 年按销售额计算，虎都西裤市场占有率位列第二位。 主营产品：西裤、西装、休闲装、衬衫等。
雅戈尔	雅戈尔集团股份有限公司成立于 1993 年，并于 1998 年在上海证券交易所挂牌上市，经过多年来的发展已经成为国内服装行业最具竞争力的品牌企业之一，国内营销网络终端已经超过 3,000 家。 行业地位：根据中华全国商业信息中心对全国重点大型零售企业、商业集团的调查统计，2009 年雅戈尔男西装的市场占有率在全国位列第一位，男衬衫市场占有率位列第一位，西裤市场占有率位列第四位。 主营产品：男西装、衬衫、T 恤等男士系列服饰产品。
报喜鸟	浙江报喜鸟服饰股份有限公司成立于 2001 年，并于 2007 年 8 月在深圳证券交易所挂牌上市，国内营销网络达到 600 多家，覆盖了全国大陆 30 多个省、自治区及直辖市。 行业地位：根据中华全国商业信息中心对全国重点大型零售企业、商业集团的统计调查，2009 年报喜鸟男西装的市场占有率在全国位列第四位。 主营业务：西装、衬衫、T 恤等男士系列服饰产品。
红豆	江苏红豆实业股份有限公司成立于 1995 年 6 月，2001 年 1 月在上海证券交易所挂牌上市。 行业地位：根据中华全国商业信息中心对全国重点大型零售企业、商业集团的调查统计，2009 年按红豆西裤市场占有率位列第三位。 主营产品：西装、衬衫、茄克、T 恤等服饰类产品。
七匹狼	七匹狼品牌创建于 1990 年，2004 年在深圳证券交易所上市，公司截至 2008 年 12 月 31 日共拥有 2,769 家零售店。 行业地位：根据中华全国商业信息中心对全国重点大型零售企业、商业集团的调查统计，“七匹狼”品牌的茄克连续九年（2001-2009 年）市场占有率居全国第一位。 主营产品：茄克、T 恤等休闲男装。

根据公开信息，国内男装行业的主要上市公司以及本公司的财务状况如下：

名称	服装业务营业收入（万元）		服装业务毛利率		服装业务营业收入增长率
	2009 年	2008 年	2009 年	2008 年	2009 年
服装行业	-	-	36.33%	36.58%	-
雅戈尔	552,660.76	593,020.45	35.53%	32.05%	-6.81%
报喜鸟	104,943.95	89,055.66	51.50%	49.74%	17.84%
杉杉股份	132,916.87	147,168.64	23.03%	23.16%	-9.68%
红豆股份	45,693.82	46,092.09	25.30%	25.15%	-0.86%
七匹狼	180,860.62	162,531.65	38.19%	34.24%	11.28%
美邦服饰	521,751.81	447,367.99	44.52%	45.59%	16.63%
美尔雅	37,783.30	31,638.28	36.27%	33.53%	19.42%
凯撒股份	31,645.64	26,366.52	45.84%	43.33%	20.02%
公司	**140,391.26**	**123,011.45**	**47.90%**	**47.34%**	**14.13%**

数据来源：Wind 资讯、九牧王公司

注：1、服装行业（男装）A 股上市的男装公司主要是雅戈尔、报喜鸟、杉杉股份、红豆股份、七匹狼、美邦服饰、美尔雅、凯撒股份;

2、九牧王公司数据的计算口径为三年合并利润表。

2、公司的行业地位

“九牧王”牌西裤连续十年（2000 年-2009 年）荣列全国同类产品市场综合占有率第一位；2008 年和 2009 年“九牧王”牌茄克均荣列同类产品市场综合占有率第二位。

2009 年我国西裤及茄克排名前五位的公司名单如下：

排名	西裤品牌名称	市场占有率（%）
1	九牧王	12.59
2	虎都	6.88
3	红豆	1.66
4	雅戈尔	1.51
5	浪肯	1.51
排名	**茄克品牌名称**	**市场占有率（%）**
1	七匹狼	2.39
2	九牧王	2.35
3	劲霸	2.31
4	梦特娇	1.85
5	杰克琼斯	1.72

资料来源：中华全国商业信息中心全国大型零售企业暨消费品市场 2009 年度监测报告

（二）公司的竞争优势和竞争劣势

1、竞争优势

（1）中国男装行业男裤市场的领跑者

九牧王品牌是以男裤著称的商务休闲男装品牌，九牧王品牌西裤市场综合占有率从 2000 年至 2009 年连续十年位列国内西裤市场第一位，为中国男裤市场的领导者。自九牧王品牌推出以来，公司一直致力于打造成为中国男裤市场第一品牌，2009 年公司西裤的市场占有率约为 12.59%，远高于其他竞争对手。公司也是我国西裤、水洗整理服装国家标准的参与制定起草单位，凭借其男裤市场的领导者地位，公司坚持专注以男裤为核心的中高档商务休闲男装的发展战略，致力成为中国中高档商务休闲男装行业的领导企业。

（2）拥有“专业好品质”的产品

九牧王品牌自推出以来，公司管理层始终视高品质为企业的立命之本，不断改善产品品质，“专业好品质”成为九牧王最重要的品牌资产、核心价值及品牌象征，“男裤专家”在广大消费者心智中赢得高度认同。

公司注重在细节上打造高品质的产品，消费者穿着公司的裤类产品，在落座时，可避免裤类穿着产品容易出现的尴尬局面，例如裤兜张开，内衬外露，拉链部分突出，重要部位线条脱落等。公司也针对南北方不同的消费群体，经过多年积累的人体数据，不断调整适合不同区域人群的款式、版型，优秀的版型是公司优质产品的重要特点。而先进的生产设备、优质的原辅料及严格的质量控制是九牧王品牌产品形成上述与众不同特点的重要因素。

公司采用经过自身改良的国内外先进的西裤吊挂流水线，裁剪、缝制等生产设备。上述经过改良具有自身特点的先进设备在公司的实际生产操作中逐渐形成了公司独特的生产工艺，其为降低公司产品的次品率和提高公司的产品品质作出了重要贡献；同时，公司采购的优质的原辅料也是其产品品质一直在同行业内处于领先地位的重要基础；在九牧王品牌产品的生产过程中，公司也非常重视对产品质量的控制力度，从产品的面辅料、生产过程及成品出厂，公司均制定了非常严格的质量控制制度及流程，每个环节均有相应的检验人员检查该环节的制作质量。

因此，先进的生产设备、独特的生产工艺、严格的产品质量控制，外加公司

视其产品品质为其核心的理念保证了公司生产的产品拥有“专业好品质”，是公司最为突出的核心竞争力之一。

（3）强大的品牌影响力

公司自成立伊始便紧紧围绕九牧王品牌的定位、核心价值与特性，通过产品设计、销售终端形象、广告宣传、男裤文化节及西服文化节等各种营销活动，不断提高九牧王品牌的知名度、美誉度及忠诚度。同时，公司依靠“专业好品质”的产品赢得了消费者的良好口碑，进一步提高了九牧王品牌的美誉度，累积了一大批忠实的消费者。目前，九牧王品牌已成为中国最具影响力、最受欢迎的行业领先男装品牌之一。九牧王品牌强劲的知名度、美誉度及忠诚度带动了公司销售持续增长。

除此之外，九牧王品牌也得到了国家及权威协会和媒体的认可。近年来，公司产品品牌获得的主要荣誉如下表所示：

荣誉称号	颁发机构	获奖时间
中国最受消费者欢迎的休闲装品牌	服装时报社、中国百货商业协会、全国工业品批发市场联络会	2003.11
中国驰名商标	国家工商行政管理总局	2004.2
中国名牌产品	国家质量监督检验检疫总局	2004.9
中国十大最具影响力品牌	中国企业文化促进会、中国文化报社、中国品牌管理研究员、中国品牌管理协会	2004.12
中国家庭最受欢迎十大服装品牌	名牌时报社、中国生产力促进中心协会	2005.9
中国西裤行业最具影响力第一品牌	中国企业文化促进会等	2006.1
中国行业领先品牌	中国工业合作协会等	2006.1
品牌中国金谱奖-中国服装行业年度十佳品牌	首届中国品牌节组委会	2007.8
2007-2008 中国服装品牌年度大奖（品质大奖）	中国服装品牌年度大奖组委会	2009.3
2009 年中国 500 最具价值品牌	世界品牌实验室	2009.6

荣誉称号	颁发机构	获奖时间
2010 年中国纺织十大品牌文化	中国纺织工业协会、中国纺织企业文化建设协会	2010.9

（4）庞大且成熟的营销网络

九牧王品牌服饰的销售市场主要集中于国内一、二级城市，公司多年来不断扩大终端销售网络，截至 2010 年 12 月 31 日，公司自营与加盟终端数量已经超过 2,700 家，覆盖了全国 31 个省、自治区及直辖市主要城市的重点商圈，庞大的终端销售网络保证了公司产品销量的不断增长。同时，公司的营销网络也日趋成熟，层次分明、结构合理的渠道模式可有效降低公司终端经营风险，提高公司销售环节利润，尤其是在创立初期便采用直营模式开拓市场形成的直营模式管理能力及经验，也是公司参与市场竞争的重要优势。

公司在建设营销网络的过程中，不仅注重规模和数量的建设，而且根据公司的发展情况进行销售终端形态及布局规划。在公司发展初期，公司抓住了百货商场业态快速增长的有利时期，大力拓展商场终端，与众多百货商场建立合作关系，迅速提高了品牌的影响力，占据了较大市场份额。随着公司的发展壮大，并伴随专卖店渠道态势不断获得市场和消费者的认可，公司又策划通过专卖店模式提高公司的销售收入。截至 2010 年 12 月 31 日，公司商场终端数量达到 1,483 个，专卖店终端数量为 1,227 个，商场和专卖店两翼齐飞的营销渠道模式，极富弹性，大大降低了公司渠道的维护风险。

另一方面，公司在成立初期，坚持在一级城市采用直营商场模式，此种模式可在终端塑造高度标准化的管理，树立品牌形象，并辐射周边区域店铺，还可以减少与终端信息的不对称，提高公司经营决策的准确性和针对性，且此模式可获得销售环节部分的利润，大大提高了公司整体的盈利能力。随着公司不断发展，公司积聚社会资源在公司不易直接进入的区域采用加盟模式，可有效开拓公司的终端市场，加大终端密度。目前，公司的直营与加盟比例约为 1：3，这种层次分明的渠道模式，一方面保证了公司对营销网络的控制力度，提升品牌形象，另一方面又借助加盟商的地区资源扩大市场覆盖面，提升市场份额。

另外，公司在全国各地设有管理区域终端的分公司及一级加盟商，使得加盟商能得到公司更多服务和管理，有效控制了销售终端，大大降低了经营风险。

（5）业务纵向一体化模式带来高价值供应链

公司采用业务纵向一体化模式，在此模式下，公司得以开展及管理产品供应链的主要阶段，包括设计、研发、生产、销售等。此模式可使得公司对供应链的所有主要的环节实施最有效的控制，由于本公司实施以市场为导向的供应链管理，确保能够迅速反映，调整生产以配合市场走势。公司对供应链各环节实施有效的控制，根据市场信息反馈有效利用自有生产线迅速组织补货式生产，缩短了将产品推出市场的时间。

公司通过分布在全国的销售终端了解当地的市场趋势及不同消费群体的喜好，并借助公司的设计研发能力，开发出反映最新时尚趋势的产品，而公司的制造能力保证了产品的质量，并对市场需求和市场趋势做出快速回应。

公司的业务纵向一体化模式可优化存货数量、种类和库龄，因此，公司可尽量降低多余或者不受欢迎的产品，毋须采用大量折扣政策以刺激该等产品的销售，可提高公司的整体经营效益。

（6）经验丰富的管理团队

公司拥有一支经验丰富、兢兢业业、积极进取、忧患意识强、能力出众及对事业专注执着的管理团队，其对中国商务休闲男装行业拥有深入透彻的认识和理解。公司董事长林聪颖先生拥有丰富的服装行业管理经验，年富力强，踏实做事，专注于公司的经营管理，公司核心管理人员在服装行业平均从业经验超过 15 年，对公司拥有极高的忠诚度，并能够不断加强企业管理方面的学习，勤于找出与国际同行业知名公司及国内优秀男装公司的差距，通过聘请外部咨询机构及内部的研究改正自身的缺陷。此外，公司长期以来一直致力于管理团队的培养和引进，不断提高管理水平，致力打造一支职业化、专业化、国际化的管理团队。

2、竞争劣势

（1）营销网络布局尚需完善，销售终端稳定性尚需提高

截至 2010 年 12 月 31 日，公司共有销售终端数量 2,710 家，网络覆盖了全国 31 个省市自治区，但主要集中在一、二级城市，全国三级城市及主要的经济发达的县级市尚未大规模进入，随着国民收入水平的提高及城镇化进程的加快，二三级城市将成为我国未来服装重要消费区，未来公司将会加大对上述市场的开拓力度。此外，公司在发展初期，主要通过在商场及加盟的方式扩展销售渠道，

而过多的加盟及商场店铺不利于公司对其完全控制，难以长期保证终端的稳定性，国内同类的上市公司均利用大量资金购买店铺增加其销售终端的稳定性，为此，公司拟利用本次募集资金购买店铺以提高公司终端店铺的稳定性。

（2）单品牌运营限制企业规模扩张

多品牌经营是国内外品牌服装企业的通常经营模式。多品牌是满足多元化市场需求的必然要求。随着时代的不断发展和进步，消费者的个性化需求越来越旺盛，需要更多的品牌不同风格的产品去满足其个性化需求，同样收入，不同职业的人会有不同的兴趣爱好，同一个人也会处于不同的工作、休闲、户外场合，而某一个具体品牌受其定位的限制不可能同时满足如此多元化需求，因此单一品牌在覆盖各细分市场消费者方面存在较大局限性。进行多品牌经营也可以使企业获得范围经济，不同品牌间的设计能力、管理经验、渠道资源通常都可以在一定程度上共享。

对于公司来说，目前依靠九牧王品牌取得了较好的发展，但对未来而言，其品牌较为单一，可能限制公司的进一步发展壮大，公司已将多品牌运作作为其短期内的重要规划，目前公司已收购一休闲品牌（FUN）、一高端男裤品牌（VIGANO’），以逐步降低公司单品牌运营对其未来扩张的限制。

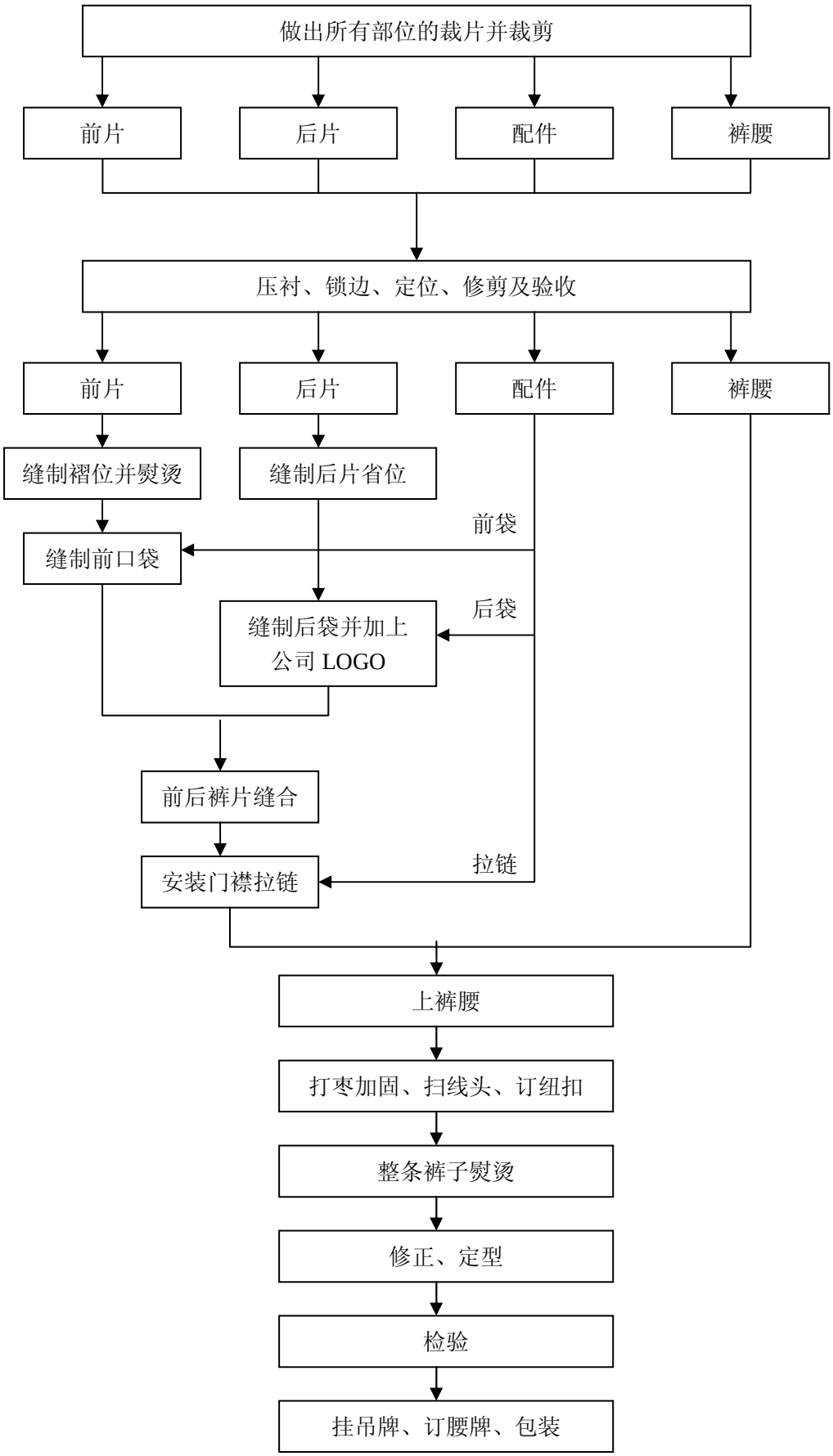
四、公司主营业务情况

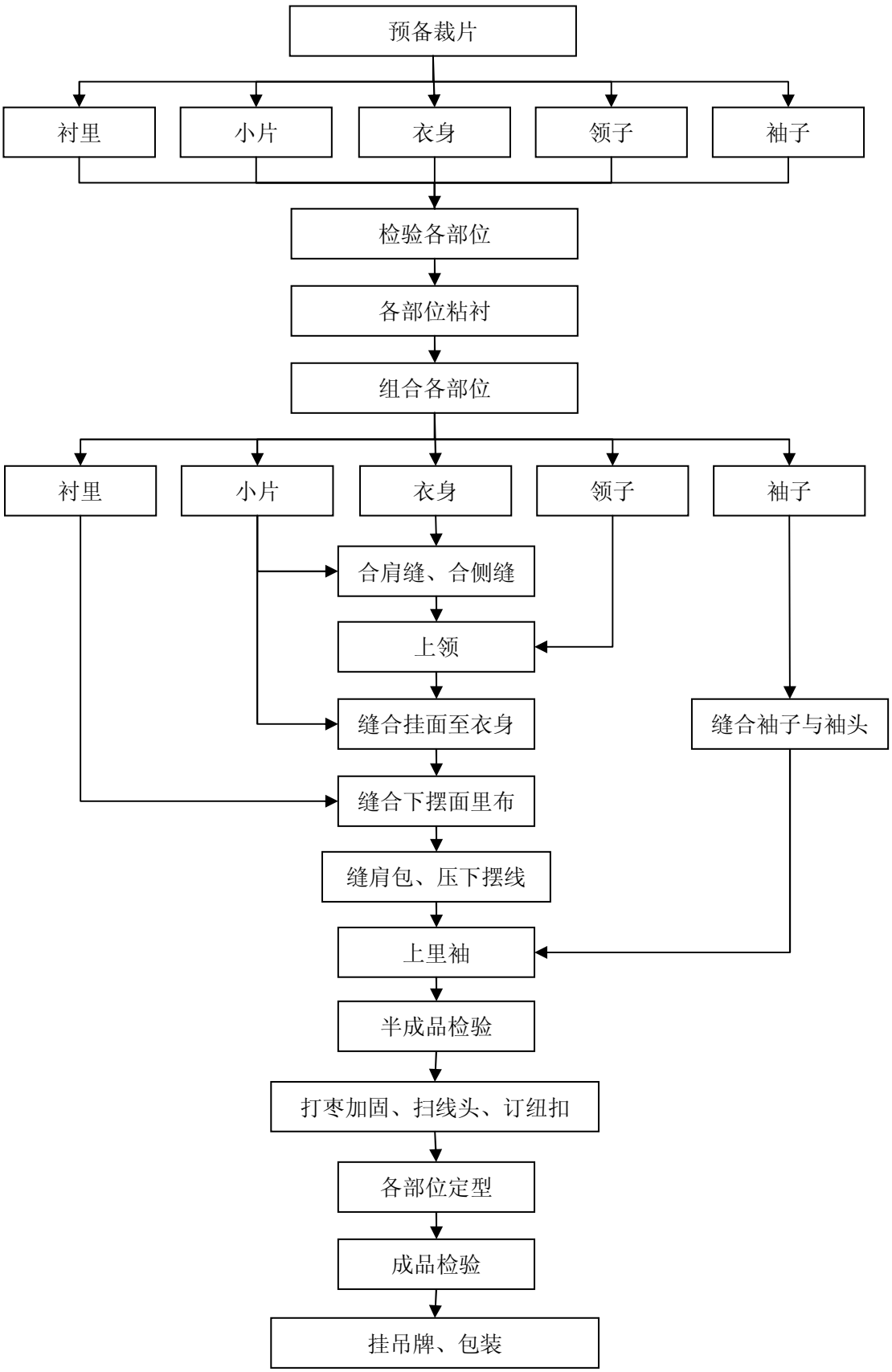
（一）公司的主要产品及其用途

本公司主要产品为九牧王品牌男裤、茄克及其它服饰类产品，主要满足不同区域的男性消费者不同场合服装消费需求。

（二）公司主要产品的生产工艺流程

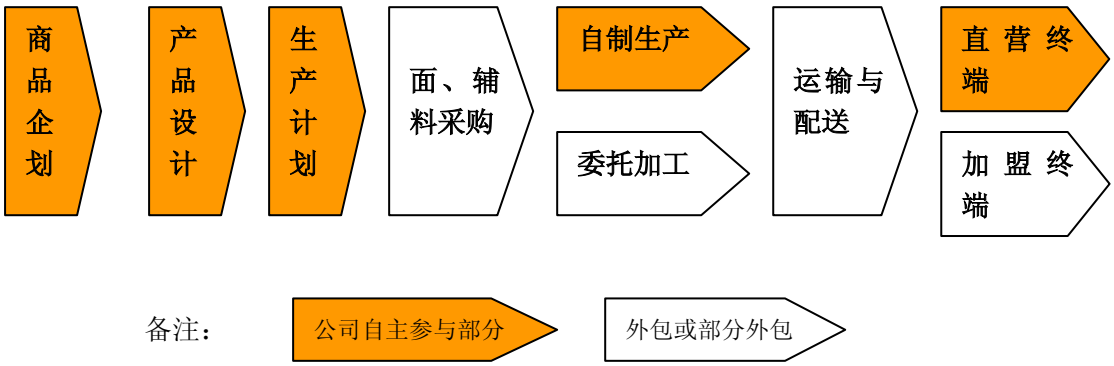
本公司男装产品的生产流程全面整合了从设计、研发到生产的各个过程。本公司不同类型产品的生产流程较为相似，下图分别为男裤与茄克的主要生产工艺流程：


做出所有部位的裁片并裁剪
前片
后片
配件
裤腰
压衬、锁边、定位、修剪及验收
前片
后片
配件
裤腰
缝制褶位并熨烫
缝制后片省位
前袋
缝制前口袋
后袋
缝制后袋并加上公司 LOGO
前后裤片缝合
拉链
安装门襟拉链
上裤腰
打枣加固、扫线头、订纽扣
整条裤子熨烫
修正、定型
检验
挂吊牌、订腰牌、包装


预备裁片
衬里
小片
衣身
领子
袖子
检验各部位
各部位粘衬
组合各部位
衬里
小片
衣身
领子
袖子
合肩缝、合侧缝
上领
缝合挂面至衣身
缝合袖子与袖头
缝合下摆面里布
缝肩包、压下摆线
上里袖
半成品检验
打枣加固、扫线头、订纽扣
各部位定型
成品检验
挂吊牌、包装

（三）公司主要经营模式

公司是国内男裤行业的龙头企业，也是商务休闲男装行业的领先品牌零售企业之一。公司主要采用以自制生产为主、委托加工生产为辅，直营与加盟相结合的销售模式，生产和销售九牧王品牌的服饰产品。公司的主营业务简要流程如下所示：



1、公司的商品企划

公司的商品企划部门主要通过前期的消费者调研、市场洞察以及销售终端的反馈、销售数据分析，了解消费者的需求及偏好，并结合国际上最新的流行趋势，形成成熟详尽的商品企划方案；制定季节性的产品主题、色系、面辅料、产品创新点、卖点、价格及组合搭配的设计创意，商品设计团队按照制定的商品企划方案设计开发产品，确保开发的产品更加贴近消费者需求，各品类能够完美组合，为消费者提供更加便利的一站式购买体验。

2、公司的产品设计

公司的产品设计部门负责九牧王品牌服饰的设计工作，长期以来一直以公司的品牌定位为核心，以品牌价值为目标，以市场为导向，结合国内外的最新潮流，根据公司过往的销售数据及市场调研情况，开发出适合公司目标消费群体的服饰产品。

产品设计部门设有商务、休闲、面辅料前期开发及技术质量控制等团队，每个设计团队根据自身负责的服饰产品板块设计不同款式的服饰。为了进一步强化公司的核心产品，公司单独设有男裤设计团队，以巩固其市场龙头地位。

公司每年产品的设计款式以商品企划方案为源头，根据商品企划方案进行设

计开发，公司目前每年开发的款式有 2,000 多款，以满足不同消费者偏好。

3、公司的采购模式

公司主要采用自主采购的模式，采购对象根据不同的生产模式而有所不同。

公司制定了规范的面辅料采购流程，严格控制采购的每个环节，包括跟踪面辅料进度，面辅料入库检验及面辅料的货款结算等，确保公司所需的面辅料符合公司的要求。

（1）不同的生产模式下公司的采购内容

生产模式	在不同的生产模式下公司的采购内容
自制生产	采购用于生产男裤及茄克等所需的面料、辅料。
委托加工生产	1、完全委托加工生产模式下，公司直接采购受托合作生产厂商生产的服饰成品，如羊毛衫、皮具、领带等； 2、部分委托加工生产模式下，公司采购生产所需的面、辅料并委托加工厂生产，向公司交付成品。

（2）公司对面、辅料的采购方式

公司对面、辅料的采购方式可分为集中采购与临时采购。

① 集中采购

公司设有采购部门，专门负责面、辅料的集中采购。公司结合每年春夏及秋冬订货会进行两次集中的采购，每年面辅料的集中采购量约占总采购量的 90%。

② 临时采购

公司每年除了两次集中采购外，会根据公司产品的销售情况对部分面辅料临时采购，俗称补单。

③ 公司主要的面、辅料供应商情况

公司不断加强面、辅料供应商的管理，定期对供应商进行考核评估并根据考核评估结果确定合作供应商，与重要供应商建立战略合作伙伴关系。目前，公司与 80 多家供应商建立了相对固定的合作关系。

4、公司的生产模式

公司目前的生产模式主要采用以自制生产为主、委托加工生产为辅的生产模式。

（1）自制生产模式

自制生产模式主要是通过自身的研发团队设计，使用自身拥有的厂房、生产设备、工人、技术工艺来组织生产。公司的主导产品男裤及茄克基本为自制生产。

（2）委托加工生产模式

除男裤及茄克等主要为自制生产外，羊毛衫、皮具、领带等服饰类非主导产品采用委托加工生产模式。委托加工生产模式是指公司将自身设计出的产品委托给其他合作厂商生产加工，并全程监督其生产加工过程，对其产品质量严格把关验收，再将最终产品通过本公司的终端销售网络进行销售。公司目前的委托加工生产模式可以细分为两类：一是完全委托加工生产模式，即公司委托加工生产的产品的面料采购及成品生产均由受托加工生产厂商按公司要求完成；二是部分委托加工生产模式，即公司提供委托加工生产所需的面辅料，而成品的生产由受托加工生产厂商完成。

5、公司的销售模式

（1）销售模式的分类

① 公司目前主要采用直营和加盟相结合的销售模式。

公司直营模式是指在国内重点的一、二级城市及经济发展好市场潜力大的三级城市，由公司与百货商场合作设立直营商场专柜或者设立九牧王品牌专卖店，直营模式下商场专柜或专卖店人员均由公司派出，并接受公司统一管理运营，经营收益与风险均由公司承担，公司努力将直营模式下的商场专柜及专卖店打造成形象好、管理规范的示范终端，进一步加强公司在一级城市销售网络的管控能力及影响力，保持公司在同行业中一级城市的直营优势。

加盟模式是指在特定地域、特定时间内，公司授予加盟商九牧王品牌服装的经营权，双方签订经销合同约定双方的权利义务，加盟商在店内只能销售九牧王品牌的服装。报告期内公司通过与加盟商签订《特许经销合同》确定加盟合作关系，公司不收取加盟费。

② 公司目前的加盟模式，分为买断式加盟和代理加盟模式。

报告期内，买断式加盟和代理加盟模式的销售收入情况如下表：

单位：万元

年度	买断式加盟模式		代理加盟模式	
	销售金额	占主营业务收入比重	销售金额	占主营业务收入比重
2010 年	96,104.74	57.54%	10,343.94	6.19%
2009 年	72,051.74	51.50%	9,500.46	6.79%
2008 年	73,749.17	60.08%	2,752.13	2.24%

报告期内，公司加盟模式下以买断式加盟为主，代理加盟模式是在 2008 年

金融危机情况下，为支持加盟商拓展重要市场而采取的一种新模式。代理加盟模式与买断式加盟的区别主要在于业务流程、货款结算、销售收入的时点确认等方面。现将不同加盟模式下的具体内容分析情况如下：

A. 买断式加盟模式：

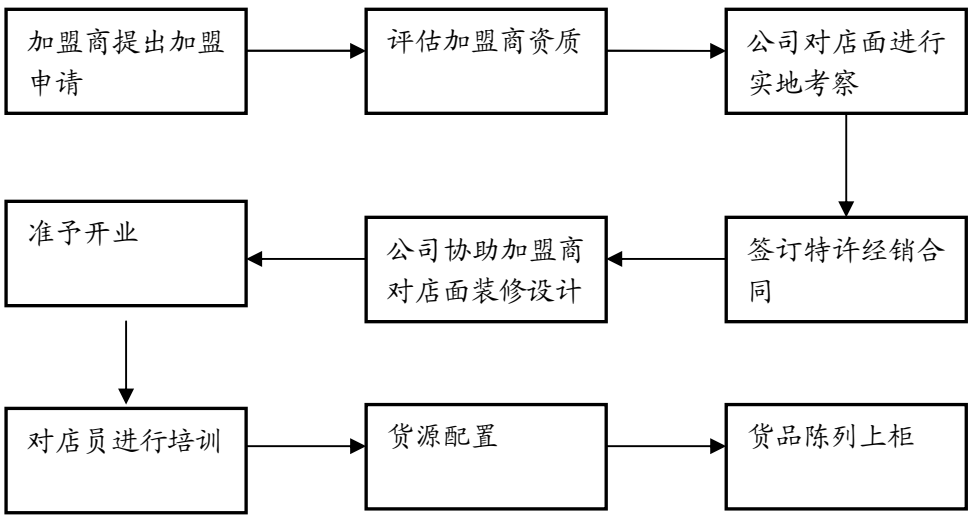
➢ 选择加盟商及店铺开设条件

公司在选择新的加盟商合作伙伴时，主要对加盟商在以下几个方面进行考察评估，确认是否能够与公司建立加盟合作伙伴关系：1、品德；2、资金实力；3、经验及经营能力；4、社会资源及关系；5、店铺资源；6、经营理念及与公司经营理念的契合度。

在对拟开设的终端店铺的选择上，公司也在多个方面制定了较为详细的评判标准，主要为：1、店面规模要求；2、店面所处商圈与公司销售策略契合度；3、区域内竞争品牌的经营状况；4、盈利预测。

➢ 加盟流程

公司选择新的加盟合作伙伴时，制定了一系列的加盟程序。首先，由潜在的加盟伙伴通过书面或网上提出加盟申请；其次，公司在获得加盟商申请后，按照公司对加盟商的选择评估标准进行审核，审核通过后与加盟商签订协议，公司协助加盟商进行店铺装修设计，装修完成并通过公司确认后，准予开业；最后，公司协助加盟商完成开业策划方案，对加盟商的员工进行开业前的培训，并进行货源的配置，协助加盟商终端做好货品上架陈列等工作。



➢ 加盟模式下双方的权利与义务

公司的权利义务：1、公司将九牧王品牌产品在特定区域、特定时间内的经销权授予加盟商；2、约定加盟商的年度（包括春夏及秋冬季）进货指标；3、有权对加盟商的销售活动进行监督检查并提出整改意见；4、提供加盟的相关资料及门店管理手册；5、提供店内陈设规划及有关经销所需制作标准，如：店铺平面配置图、商品陈列配置表、DM、POP、灯箱片、授权书等；6、提供公司产品及与产品相关的知识及信息；7、提供加盟店的员工培训课程及加盟辅导；8、策划、设计、制作及提供广告宣传、促销活动方案；9、提供相关业务协助及信息。

加盟商的权利义务：1、提供加盟店所需的合法证件，包括场所租赁合同、营业执照、税务证件及资信证明等；2、依照公司营运作业规定，定期、及时、准确地提供营业资料，包括：销售情况、财务报表、顾客投诉、库存及相关信息；3、接受公司的监督检查，对公司提出的整改意见，加盟商应在规定的时间内完成整改并向公司书面反馈；4、依法雇用劳工，并接受公司应有的员工培训；5、按公司规定使用 CI 手册，包括店铺设计、宣传物品等相关规定；6、按时支付公司的款项，包括但不限于：货款及特许经销相关费用等；7、维持并促进公司的特许经销体系的声誉及形象，不在门店销售其他品牌产品，不加盟经销其他同类产品的特许经销事业；8、季末调货期间，加盟商必须根据季节销售情况和公司陈列标准，保持店铺货品充足；9、加盟商因特许经销合同所获得的权利应在合同规定的地址内及开设审批表批准的建筑物中行使，未经公司事前和书面许可不得变更其建筑物地址；10、加盟商应当接受并遵守公司的营销政策及财务制度；11、加盟商应保护公司的知识产权不受侵犯。

➢ 公司保证加盟终端的内部质量控制和稳定经营的措施

公司为保证加盟终端的内部质量控制，维持公司的稳定经营，公司新开设店铺，选择新的加盟商合作伙伴时，通过制定较高的加盟条件，选择具有资金实力、品牌服装经验丰富、当地社会关系优良、具备良好的经营理念和市场销售能力的优质加盟商，以从源头上保证公司加盟终端的内部质量控制和稳定经营。

在公司的日常经营中，公司制定严格、规范、统一的加盟商管理制度，公司对加盟终端的管理政策主要包括以下几点：1、公司对加盟终端的装修风格、店员的招聘条件及数量、店员的仪容仪表、卖场纪律、店员对客户的服务与接待、

店面卫生、店内商品陈列、店内货柜及辅助设施、店内整体布局、仓库管理、顾客投诉的处理、加盟终端对公司政策的执行等做了详细的规定，加盟商需严格遵守公司的以上规定，公司业务人员不定期对加盟终端进行检查和考核，针对检查过程中发现的问题，公司将对加盟商提出书面的限期整改意见，并对整改情况进行跟踪。而对于不遵守公司加盟政策、损害公司品牌形象的加盟商，公司有权根据加盟合同条款没收保证金、断货，直至单方面取消其加盟资格；2、公司业务人员定期收集分析加盟终端的货品销售情况，根据分析的结果及时地整合货源，力争将加盟商存货控制在合理水平，提高其经营效益；3、公司自行和聘请专业培训机构对加盟终端的店长、经理及销售人员进行培训，并将培训纳入考核，主要培训内容包括企业最新文化思想、政策方针、产品知识、面料知识、导购技巧、商品陈列、选货订货技巧、优秀店长管理方法、业务流程管理等。

- 买断式加盟模式下的业务流程、货款结算的约定及方式

在订货会上，加盟商与公司签订订货意向书后，在公司规定的期限内，加盟商需支付 10%的订金，加盟商在每季产品订货会上的订单执行率达 90%时，订金可冲抵当季货款或转为下季订单订金。

买断式加盟的具体销售流程为：加盟商下订单——预收货款——公司组织货源——发货到加盟终端。即加盟商根据自身经营状况向公司下订单，公司根据库存情况组织货源，收款后发货至加盟商。

买断式加盟模式下，公司在收到加盟商的货款后发货，主要通过公司与加盟商的银行账户进行结算；此外，公司允许向部分优质加盟商赊销。

公司的退换货政策为：若因公司产品质量问题，可在一定期限内办理退换货，如非产品质量问题，公司不予退换货。多年来公司产品质量比较稳定，“男裤专家”、“专业好品质”已逐渐成为九牧王品牌的象征，公司因质量问题发生的退货现象较少。

买断式加盟模式下销售收入确认时点情况：公司于商品已实际交付，取得收款权利时确认销售收入，相应结转销售成本。

B. 代理加盟模式：

在代理加盟模式下，选择加盟商及店铺开设条件、加盟流程、加盟模式下双方的权利与义务、公司保证加盟店的内部质量控制和稳定经营的措施等方面与买

断式加盟相同。但在业务流程、货款结算及销售收入确定时点等方面有所不同，具体如下：

代理加盟模式下的销售流程为：加盟商下订单——公司组织货源——发货到加盟店——按规定调换货——每月按规定与加盟商进行货款结算。即加盟商根据经营需要向公司下订单，公司根据加盟商的订单组织货源，公司给加盟店发货；代理销售模式下，代理加盟商应于每月 1-15 日内在公司指定人员的监督下进行盘点并提供有效的上月代销清单，经双方确认后 15 个工作日内开票、结算。代理模式下销售收入确认时点情况：公司根据与代理加盟商签订的协议，于合同约定结算期，根据代理加盟商提供的代销清单确认销售收入，相应结转销售成本。

（2）公司通过直营及加盟模式的销售情况

公司产品的最终销售主要通过直营、加盟模式完成，不同的销售方式在销售模式、销售价格、货款结算、信用政策方面比较如下：

涉及方面	通过直营模式的销售	买断式加盟模式的销售	代理加盟模式的销售
销售模式	通过直营专柜、专卖店以零售方式销售给消费者	以批发形式销售给加盟商，加盟商通过加盟终端以零售方式销售给消费者	通过代理加盟商将九牧王品牌的服饰产品直接销售给消费者
产品归属	公司	加盟商	公司
销售价格	公司对各区域的直营终端定有统一的指导标准价及上下浮动的区间，各直营终端根据销售季节及市场等情况制定适合自身销售情况的对外零售价	按不同折扣的批发价格销售给一级加盟商、二级加盟商，一级批发价格低于二级批发价格	代理加盟商将产品最终销售给消费者后，公司与代理加盟商之间按委托代销合同中的协议价格结算

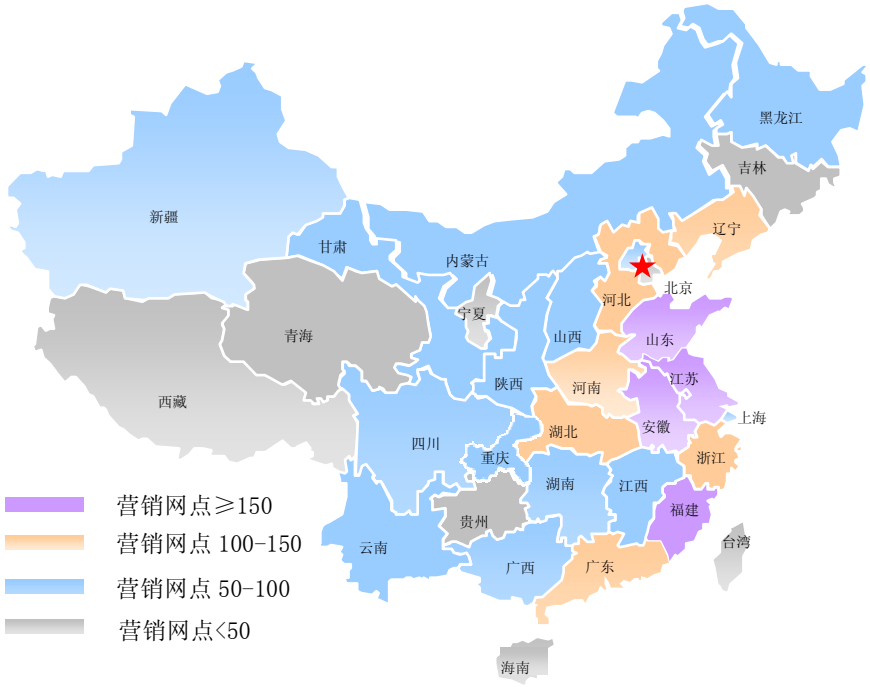
涉及方面	通过直营模式的销售	买断式加盟模式的销售	代理加盟模式的销售
货款结算	直营专卖店：公司通过现金或POS机与客户结算，直营商场专柜：产品销售后，双方按约定期限及折率以结算单开票结算	一般在收到加盟商的货款后发货，主要通过公司与加盟商的银行账户进行结算；此外，公司允许向部分优质加盟商赊销	产品销售后，双方按约定期限及折率以结算单开票结算
信用政策	-	根据加盟商的资金实力、经营年限、历史销售量及信用情况等指标确定其信用额度，并与其签订信用额度欠款协议，同时公司定期对其进行信用管理	-

（3）公司营销网络现状和销售体系管理情况

①营销网络现状

经过多年的努力，公司的营销网络已覆盖 31 个省、自治区及直辖市，销售集中的主要区域为福建省、山东省、江苏省、安徽省、湖北省等，截至 2010 年 12 月 31 日，公司的销售终端数量达到 2,710 家，其中直营终端（包括专卖店和商场专柜）645 家，加盟终端（包括专卖店和商场专柜）2,065 家。

截至 2010 年 12 月 31 日，公司的营销渠道的分布如下图所示：

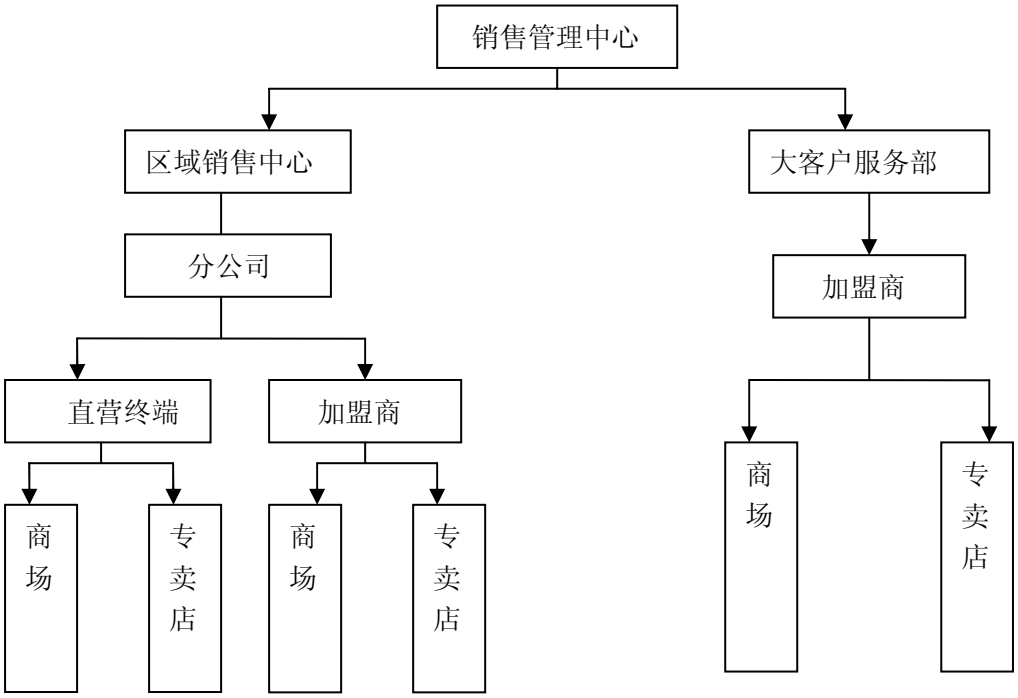


②销售体系管理

目前公司设有销售管理中心，下设十大销售区域，负责各分公司及加盟商的日常管理。为充分调动直营店和加盟商的积极性，提升销售业绩，公司针对直营店和加盟商制定了严格的管理制度和细致的工作流程，主要包括直营店和加盟商销售计划的制定、产品陈列、产品种类、产品价格指导、销售地域、店铺形象、营销活动、店员培训、绩效考核和加盟商激励等方面。

公司对新加盟商有严格的要求，在公司允许其加盟之前需要派出专门人员对其进行全方位的考察，包括经理的各项素质、当地人脉关系和经济实力、当地市场的主要竞争品牌、穿着习惯、收入水平、店面的大小、选址等因素，最终决定加盟店的开设。

公司的销售组织架构如下：



公司按综合实力将加盟商分成一级加盟商和二级加盟商，一级加盟商主要为省/区域的总代理。二级加盟商分两部分，一部分是本公司直属由各分公司负责管理，另一部分是一级加盟商在其管辖区域内、经公司授权同意发展的二级加盟商，公司会不定时派出巡检人员对其进行持续监督管理。公司对一级加盟商和分公司下属管理的二级加盟商直接销售，一级加盟商向公司买断的产品除自行零售外，另按公司规定的折扣批发给其管辖下的二级加盟商。

公司的加盟模式主要采用货品买断模式，除因公司本身的产品质量问题，可在一定期限内办理退换货，如非产品质量问题，公司不予退换货。

公司对重要城市和部分尚未开拓地区采取少量代理加盟模式，代理加盟商只是代理公司产品的销售，在商品出售后按约定的折扣分成。未售出产品的所有权仍归公司所有。

公司与加盟商建立了伙伴合作计划，公司会根据加盟商的销售反馈、数据分析等制定销售政策；在新产品研发上，公司会邀请主要的加盟商作为审定委员会委员，为其设计的新产品品类提出建议，以开发出适销对路、更贴近消费者的产品；公司也会定期对各加盟商经理进行培训，给予其对市场变化及相应销售策略

调整方面的建议指导；公司也会派专人给予店面装修及货品陈列方面的现场指导，对店员定期进行培训。公司与加盟商良好的合作伙伴关系保证了公司销售的不断增长。

（4）公司订货模式

随着公司产品种类的丰富及业务规模的扩大，公司将无法提前储备足够的不同类别货品以满足不同加盟商零星订货的需要，为更好的满足不同加盟商货品的需求，降低资金运用成本，高效率的安排材料采购并组织生产。公司 2006 年推出了集中订货模式。

集中订货主要通过订货会进行。公司一般每年召开春夏、秋冬两次大型订货会，并根据订货会订单结合对市场的预测组织批量生产。每年两次的订货会是公司与加盟商进行沟通交流的平台，公司通过订货会上的宣导，将自身的发展战略、品牌定位、产品个性及营销策略等传达给加盟商，使得公司的战略和政策更好的被贯彻执行到位，同时，公司通过动态和静态的产品展示，包括模特走秀、终端店铺陈列、橱窗展示等，将公司品牌定位、产品个性更形象直观地表现出来，便于加盟商更好地进行货品选择；另一方面，加盟商在订货会上会将最新的流行趋势、消费者需求等最前沿的市场信息传递给公司，利于公司后续进行产品结构、款式等的调整，进一步提高公司产品价值，使其开发出的产品更能满足不同消费者个性化需求，进一步促进公司产品的销售；公司还可通过订货会上的订单数量，集中安排原材料的采购、产品的集中生产，有效提高整个供应链的协同性。公司通过集中订货模式销售额占全年销售额的约 70%左右。

零星订货主要由分公司及加盟商根据终端销售情况，通过零星补单的形式向公司订货，公司在确认订单后组织补单生产。此模式下，销售额占全年销售额的 30%左右。

（5）公司产品价格的制定

公司根据品牌定位、消费者接受能力、竞争策略、品类上市策略并结合生产成本、目标毛利率等综合因素，制定公司商品标准零售指导价格。

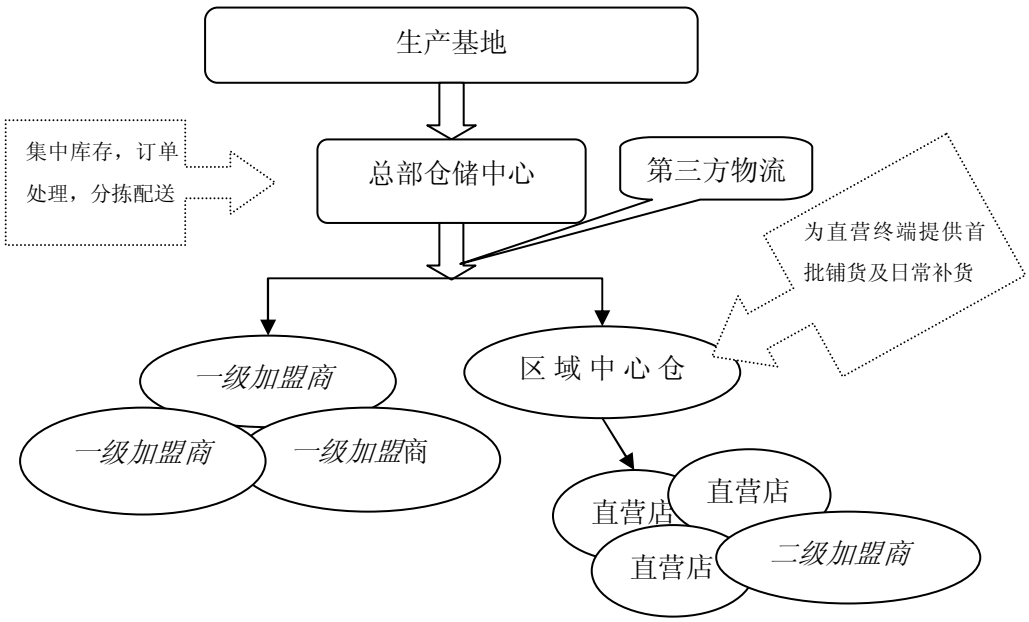
6、公司的物流仓储模式

（1）公司目前的物流仓储模式简要介绍

公司目前的物流仓储模式采用配送中心与第三方物流相结合的模式。公司目

前配送中心主要有：位于生产基地的总部仓储中心及分布在各主要销售市场的区域中心仓。

公司现有的物流仓储业务流程如下：



公司物流仓储配送方式主要分为三类，具体如下：

①从总部仓储中心配送至区域中心仓，由区域中心仓配送给直营门店及二级加盟商。

②直发配送：部分规模较大的一级加盟商采用总仓直发的模式，直发配送加快了货品上市速度，提高库存周转率，减轻区域中心仓的仓储压力。

③越库配送：公司部分产品由受托加工厂商生产，为了加快货品上市速度，降低物流成本，公司委托加工厂商直接发往各区域中心仓或销售终端。

（2）公司第三方物流使用情况

公司总部所有货品的配送全部采用合同外包的形式，通过与战略物流供应商合作，进行全国主要地区的物流配送。

公司选择物流供应商的标准主要为其运输能力、合作态度、线路资源的整合能力及运输过程中的安全评估等。公司确定物流供应商后，与其签订《物流服务协议书》，协议书中对运费价格及结算方式、违约、货损及货差、货物逾期、错送、串送处理方式等进行约定。公司与主要的物流供应商合作关系良好，物流服

务水平符合公司的基本要求。

7、公司的品牌运作模式

（1）公司的使命与愿景

公司的使命为“让男士拥有高性价比的精工时尚服饰”，品牌愿景为“领跑中国男裤，成为商务休闲男装的领导品牌”。

九牧王品牌定位主要如下：

涉及方面	内容
产品及目标消费群	产品涵盖：中高档、全系列的商务休闲男装 目标消费群：以进取精英型和传统完美型为核心，带动中规中矩型，年龄在 30-45 岁之间的男士
经营理念	在全流程的精细化控制下，为顾客提供高性价比的精工时尚产品和精细、便捷的服务
品牌核心理念	精致生活
品牌核心感性诉求	追求自我展现、新潮时尚、反对安逸
品牌核心理性诉求	追求质量、反对全面成本
品牌个性	稳重、大气、同时不失热情和活力
品牌地位	成为中国商务休闲男装领导品牌

（2）公司的品牌运作模式

公司自成立以来，一直重视对品牌的推广和宣传，建立了品牌管理中心，专门负责品牌的策划、运营、推广和宣传。公司通过 VI（视觉识别系统）和 CI（品牌形象识别系统）来统一规范公司的外部形象，全面提升公司的品牌形象。

公司注重品牌的运作主要体现在以下方面：

①专用裤柜的推出

公司是市场上较早推出专用裤柜的企业，专用裤柜的推出进一步强化了公司的产品品牌形象，使消费者对公司品牌认知度得到进一步提升。

②有力的品牌推广活动

2002 年通过“西裤专家”宣传片的制作，宣传推广公司核心产品，提升了九牧王品牌在消费者心中的地位与形象，“西裤专家”在广大消费者心智中赢得了高度认同。

自 2002 年以来，每年会推出九牧王男裤节活动，活动期间会在公司的销售终端店内通过海报、横幅、报纸广告等方式进行宣传，店外通过电台及商场广播、手机短信的方式进行推广。

自 2005 年以来，每年会推出九牧王西服节活动，针对不同的消费市场推出

不同的宣传方案，包括报纸媒体的投放、过街横幅的投放及店面布置等。

公司 2009 年举办了“睿变由我、裤享人生—2009 年九牧王男装大型巡展暨骑牛斗士全国擂台赛”，整个活动在北京、太原、兰州、西安、郑州等 35 个城市进行海选，在每个城市的活动现场，均有品类丰富的九牧王男装展示及 2009 年秋冬新品的发布，使得众多消费者体验到了“中国裤王体验式营销”的快乐。

③广告投放

公司结合自身品牌的定位和特点，分析竞争对手的广告投放情况，制定适合公司特点的广告投放内容和广告投放渠道，公司通过电视、户外、全国知名时尚杂志等方式进行宣传。公司主要选择与九牧王品牌的商务定位和目标消费群体相吻合的中央电视台一套和五套进行广告投放。公司还在航空杂志、动车组杂志及户外高速公路广告牌推广九牧王品牌。

④产品陈列

公司以提升九牧王品牌形象为终极目标，引导消费者的购买兴趣，公司直营店和加盟店制定了旨在充分展示产品形象的产品陈列方案，主要分为男裤、休闲服饰、正装及形象（接待台和形象展示区）四大分区。公司根据不同销售地区和消费档次以及季节变化的不同情况，灵活调整产品陈列。

8、公司的信息系统管理模式

公司不断加大对信息系统建设的投入，并成立设有专业信息管理的部门—信息管理中心，以促进公司战略实现为信息化建设目标，全面负责公司信息化建设战略制定，流程梳理与信息化项目的规划、完善、实施与运维，关注业务流程的持续优化，并根据业务发展需求不断加大对信息系统建设的投入，进行信息系统升级改造，通过信息化建设驱动公司业务优化、增值，及促进新业务模式的建立。

在信息化项目的建设过程中，公司信息化管理水平有了显著的提升，培养了一批富有凝聚力、专业、敬业的信息化人才，建立了规范可控的信息化管理体系：信息项目管理体系、信息服务管理体系、信息管理审计体系、应用系统集成开发管理体系、信息安全管理体系与信息化管理治理架构。目前，公司已建立了办公协同管理系统、分销与零售管理系统、采购与仓储管理系统、财务管理系统等，规范和完善了公司基础数据标准，通过信息化基础架构集成了生产、销售、客户管理、财务等管理流程，促进了公司业务流程管理体系的建立与优化。

为推动公司未来业务战略的实施，公司启动了信息化战略规划，对未来三年业务管理的信息化需求进行了全面梳理与科学规划，将有计划的引入与业务发展相匹配、行业领先的产品生命周期管理（PLM）、供应链管理（SCM）、渠道与终端管理（DRP&POS）、商务智能（BI）等系统，部署涵盖公司各业务领域高度集成的一体化信息管理系统，同时将数据中心、网络中心等基础设施建设为国际一流水平，保障信息系统的高效、安全、稳定与持续运营。为确保信息化战略实施的有效性与前瞻性，公司将进一步加强信息管理体系的建设与信息化人才结构的优化，巩固公司信息化管理水平在行业内的领先地位，并向国际化发展，同时导入平衡计分卡等管理工具，完善信息化建设的绩效管理体系。

（四）公司近三年主要产品的生产销售情况

1、生产情况

公司主要通过自制与委托加工方式进行产品生产，其具体情况如下：

①公司近三年主要产品自制生产情况如下表所示：

单位：件

品类	2010 年	2009 年	2008 年
男裤	5,132,691	4,352,041	4,799,803
茄克	421,568	417,521	506,447
T 恤	224,357	230,727	256,144
衬衫	296,989	284,776	442,238
其他	170,210	213,858	207,912
合计	6,245,815	5,498,923	6,212,544

②公司近三年主要产品委托加工生产情况如下表所示：

单位：件

品类	2010 年	2009 年	2008 年
男裤	1,035,860	667,496	462,202
茄克	327,604	190,212	135,947
T 恤	565,245	367,893	369,891
衬衫	598,257	445,858	473,081
其他	1,078,552	991,551	1,332,089
合计	3,605,518	2,663,010	2,773,210

注：上表数据的计算口径为公司编制的 2008 年、2009 年及 2010 年合并报表；

③公司近三年主要产品自制生产与委托加工生产金额情况如下：

单位：元

2010 年			
产品	生产方式	金额	占比
男裤	委托加工	90,360,889.85	20.79%
	自制生产	344,204,783.23	79.21%
茄克	委托加工	92,912,142.25	59.24%
	自制生产	63,938,175.13	40.76%
T 恤	委托加工	54,711,448.44	78.61%
	自制生产	14,883,288.34	21.39%
衬衫	委托加工	38,949,109.13	72.64%
	自制生产	14,673,919.80	27.36%
其他	委托加工	101,439,251.91	78.43%
	自制生产	27,890,502.91	21.57%
2009 年			
产品	生产方式	金额	占比
男裤	委托加工	52,207,438.16	14.06%
	自制生产	319,050,290.51	85.94%
茄克	委托加工	51,868,345.13	46.90%
	自制生产	58,716,191.44	53.10%
T 恤	委托加工	34,547,171.44	63.26%
	自制生产	20,059,971.16	36.74%
衬衫	委托加工	25,979,982.81	60.81%
	自制生产	16,739,890.45	39.19%
其他	委托加工	79,033,354.71	74.73%
	自制生产	26,728,328.57	25.27%
2008 年			
产品	生产方式	金额	占比
男裤	委托加工	35,434,658.88	9.43%
	自制生产	340,457,909.70	90.57%
茄克	委托加工	41,604,260.32	38.28%
	自制生产	67,084,256.08	61.72%
T 恤	委托加工	28,938,331.03	62.32%
	自制生产	17,496,302.08	37.68%
衬衫	委托加工	22,712,627.37	51.19%
	自制生产	21,653,830.22	48.81%
其他	委托加工	97,816,402.44	72.84%
	自制生产	36,480,559.75	27.16%

注：上表中委托加工生产模式下金额为公司从外协厂商的采购成本，自制生产模式下金额为公司产品的生产成本。

④公司近三年主要委托加工厂商的生产情况

2010 年				
	主要委托加工厂商	产品	金额（元）	占主营业务成本比重
前五大委托加工厂商	中山市金莱制衣有限公司	男裤、其他	27,802,498.69	3.76%
	中山市依力高制衣服饰有限公司	男裤、其他	19,907,854.98	2.69%
	上海杰澳服饰有限公司	T 恤、其他	19,123,295.89	2.59%
	海盟(厦门)服饰股份有限公司	男裤、其他	11,722,249.41	1.59%
	苏州鸿鹄服饰有限公司	茄克	10,720,868.89	1.45%
所有委托加工厂商		-	378,372,841.58	51.17%
2009 年				
	主要委托加工厂商	产品	金额（元）	占主营业务成本比重
前五大委托加工厂商	北京爱特佳服装服饰有限公司	茄克	22,299,338.59	3.07%
	中山市金莱制衣有限公司	男裤、其他	20,989,366.05	2.89%
	广州市威尚制衣有限公司	男裤、其他	12,062,255.86	1.66%
	乔顿集团有限公司	其他	9,795,274.84	1.35%
	上海夏冬针织服饰有限公司	T 恤、其他	9,518,016.14	1.31%
所有委托加工厂商	-	-	243,636,292.25	33.51%
2008 年				
	主要委托加工厂商	产品	金额（元）	占主营业务成本比重
前五大委托加工厂商	乔顿集团有限公司	其他	14,195,800.40	2.20%
	福建南安市万家美针织有限公司	T 恤、其他	11,243,800.44	1.74%
	中山市金莱制衣有限公司	男裤	9,334,447.23	1.45%

	路易诗兰集团有限公司	其他、男裤、T恤	8,599,421.93	1.33%
	浙江南派服饰有限公司	其他、男裤、T恤、衬衫	7,362,080.96	1.14%
所有委托加工厂商	-	-	226,506,280.03	35.11%

注：上表中“其他”主要包括西装、皮鞋、领带、袜子、毛衣等

⑤公司近三年自制生产与委托加工生产对公司生产经营的影响

随着公司业务规模的不断扩张，产品系列化发展的需要，自制生产已经远远跟不上公司业务扩展的速度，委托加工生产近年来增长较快，也为公司持续不断的销售增长奠定了基础。未来公司将继续坚持核心产品主要以自制生产为主，其他服饰类产品采用委托加工生产的业务模式。

鉴于公司目前在销售收入核算时候，未将委托加工与自制生产产品进行单独分类核算，因此，假设在两种生产方式下商品的销售单价相同，均取自公司报告期内不同品类产品的平均对外销售单价，平均成本的计算为两种生产方式下各自的平均成本，然后计算其毛利率。经统计，公司近三年主要产品在自制生产与委托加工两种方式下其经营情况如下表所示：

2010 年				
产品	**生产方式**	**销售单价（元）**	**平均成本（元）**	**毛利率**
男裤	委托加工	161.24	87.23	45.90%
	自制生产		67.06	58.41%
茄克	委托加工	390.25	283.61	27.33%
	自制生产		151.67	61.14%
T恤	委托加工	219.11	96.79	55.83%
	自制生产		66.34	69.72%
衬衫	委托加工	146.86	65.10	55.67%
	自制生产		49.41	66.36%
2009 年				
产品	**生产方式**	**销售单价（元）**	**平均成本（元）**	**毛利率**
男裤	委托加工	142.14	78.21	44.98%
	自制生产		73.31	48.42%
茄克	委托加工	344.41	272.69	20.82%
	自制生产		140.63	59.17%
T恤	委托加工	178.25	93.91	47.32%
	自制生产		86.94	51.23%

衬衫	委托加工	124.80	58.27	53.31%
	自制生产		58.78	52.90%
2008 年				
产品	**生产方式**	**销售单价（元）**	**平均成本（元）**	**毛利率**
男裤	委托加工	131.53	76.66	41.72%
	自制生产		70.93	46.07%
茄克	委托加工	317.24	306.03	3.53%
	自制生产		132.46	58.25%
T 恤	委托加工	155.28	78.23	49.62%
	自制生产		68.31	56.01%
衬衫	委托加工	109.41	48.01	56.12%
	自制生产		48.96	55.25%

从上表可以看出，整体上公司近三年核心产品男裤、茄克在自制生产模式下毛利率要高于委托加工生产模式下的毛利率，但 2008 年-2009 年衬衫在委托加工生产模式下的毛利率高于自制生产模式下的毛利率，主要与公司委托加工和自制生产下生产衬衫的细分品类不同所致。

报告期内，茄克在自制生产模式下的毛利率远高于委托加工生产模式下毛利率，主要原因为公司委托加工生产的茄克主要为皮装、尼克服、棉服等单价较高的产品，其平均成本与总体平均售价相比较高，毛利率较低。

综上，公司主导产品男裤及茄克主要采用自制生产，较少部分采用委托加工的生产模式，一方面因为自制生产模式下毛利率高于委托加工模式下的毛利率，另一方面因为公司具有生产男裤等核心产品的独特生产工艺，可有效保证公司产品品质。但近年来男裤及茄克委托加工生产的比例有一定提高，主要因为公司产品的销售需求旺盛，现有的产能已跟不上公司不断增长的销售需求，公司选择了较为优质的委托生厂商为其加工部分核心产品。公司委托加工生产模式在弥补公司产能不足，迅速扩大市场，提高公司整体销售收入方面起到了重要作用。

2、销售情况

①按产品品类销售情况

公司近三年主要产品的销售量如下表所示：

单位：件

品类	2010 年	2009 年	2008 年
男裤	5,441,564	5,311,806	5,175,472
茄克	708,883	612,197	568,759
T 恤	708,775	719,014	556,685

衬衫	866,601	828,780	777,856
其他	1,137,538	1,197,761	1,169,093
合计	8,863,361	8,669,558	8,247,865

本公司近三年主要产品销售额情况如下表所示

单位：万元

品类	2010 年		2009 年		2008 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
男裤	87,738.51	52.53%	75,499.64	53.97%	68,073.56	55.45%
茄克	27,664.48	16.56%	21,084.50	15.07%	18,043.19	14.70%
T 恤	15,529.84	9.30%	12,816.66	9.16%	8,644.03	7.04%
衬衫	12,726.58	7.62%	10,343.42	7.39%	8,510.32	6.93%
其它	23,357.14	13.98%	20,158.93	14.41%	19,490.62	15.88%
合计	167,016.55	100.00%	139,903.15	100.00%	122,761.73	100.00%

注：上表数据的计算口径为公司编制的 2008 年、2009 年及 2010 年合并报表；

②按地域分布销售情况

单位：万元

区域	2010 年		2009 年		2008 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
华东	68,717.39	41.14%	58,629.47	41.91%	53,538.71	43.61%
中南	36,613.82	21.92%	31,453.82	22.48%	25,657.20	20.90%
华北	22,684.95	13.58%	18,794.27	13.43%	16,325.74	13.30%
西南	15,477.94	9.27%	13,515.37	9.66%	10,572.73	8.61%
西北	15,113.41	9.05%	9,763.75	6.98%	10,128.64	8.25%
东北	8,409.04	5.03%	7,746.47	5.54%	6,538.71	5.33%
合计	167,016.55	100.00%	139,903.15	100.00%	122,761.73	100.00%

注：上表数据的计算口径为公司编制的 2008 年、2009 年及 2010 年合并报表；

③按销售模式分类销售情况

模式	2010 年		2009 年		2008 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直营	60,567.87	36.26%	58,350.95	41.71%	46,260.43	37.68%
加盟	106,448.68	63.74%	81,552.20	58.29%	76,501.30	62.32%
合计	167,016.55	100.00%	139,903.15	100.00%	122,761.73	100.00%

注：上表数据的计算口径为公司编制的 2008 年、2009 年及 2010 年合并报表；

3、公司近三年向前五名客户销售情况

（1）2010 年度

单位名称	销售额（万元）	占营业收入比例	是否关联方
卡洛(泉州)商贸有限公司*	11,433.03	6.83%	否
合肥九特龙洋服时装有限公司*	7,451.11	4.45%	是
新疆诺亚服饰有限公司*	3,114.26	1.86%	否
苏州百世吉服饰有限公司*	1,796.88	1.07%	否
青岛瑞尚贸易发展有限公司*	1,787.65	1.07%	否
合计	25,582.93	15.28%	-

注：卡洛（泉州）商贸有限公司成立于 2009 年 5 月 31 日，2009 年 9 月成为公司在福建省的一级加盟商，并获公司授权可以通过互联网销售九牧王、Calliprimo 品牌产品。

（2）2009 年度

单位名称	销售额（万元）	占营业收入比例	是否关联方
合肥九特龙洋服时装有限公司*	8,150.84	5.81%	是
新疆诺亚服饰有限公司*	2,038.24	1.45%	否
吉林省九特王贸易有限公司*	1,909.75	1.36%	否
青岛瑞尚贸易发展有限公司*	1,876.47	1.34%	否
苏州百世吉服饰有限公司*	1,808.37	1.29%	否
合计	15,783.68	11.25%	-

（3）2008 年度

单位名称	销售额（万元）	占营业收入比例	是否关联方
合肥九特龙洋服时装有限公司*/安徽九特龙服饰有限公司*	8,382.29	6.82%	是
新疆诺亚服饰有限公司*	3,322.13	2.70%	否
吉林省九特王贸易有限公司*	1,627.44	1.32%	否
青岛瑞尚贸易发展有限公司*	1,440.83	1.17%	否
重庆百货大楼股份有限公司	1,310.51	1.07%	否
合计	16,083.20	13.08%	-

注：1、上表数据的计算口径为公司编制的 2008 年、2009 年及 2010 年合并报表；2、安徽九特龙服饰有限公司与合肥九特龙洋服时装有限公司受同一实际控制人控制；3、上表中标注*的客户为公司的加盟商。

发行人报告期内不存在向单个客户的销售比例超过销售额的 50%或严重依赖于少数客户的情况。

合肥九特龙洋服时装有限公司及安徽九特龙服饰有限公司与公司的关联关系及发生的关联交易详见本招股说明书之“第七节 同业竞争与关联交易”。除此之外，本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，主要关联方或持有 5%以上股权的股东在最近三年公司前五名销售客户中不占有权益，最近三年公

司前五名销售客户中的加盟商与本公司及其董事、监事、高级管理人员不存在其他关联关系。

（五）公司近三年主要产品的原材料、能源及其供应情况

1、公司近三年主要产品的成本构成情况

公司产品成本主要由面料、辅料、工资和职工福利费、燃料及动力、制造费用等构成。公司与面、辅料供应商建立了稳定的合作伙伴关系，保证了公司原材料的稳定供应。公司面、辅料价格具有一定的波动性，但波动幅度不大。公司生产所需能源主要为电力，主要由当地供电部门提供，供应稳定、充足，能满足公司生产经营需要，价格也较为稳定。近三年公司主要原材料和能源占成本的比重如下所示：

名称	2010 年	2009 年	2008 年
原材料占成本的比重	66.69%	67.78%	66.33%
能源占成本的比重	1.79%	1.64%	1.63%

2、公司近三年前五名供应商情况

（1）2010 年度

单位名称	采购额（万元）	占采购总额的比例	是否关联方
佛山市南海西樵汇隆纺织有限公司	3,476.94	9.52%	否
石狮市锦绣纺织商贸有限公司	3,329.23	9.11%	否
福建众和营销有限公司	3,309.53	9.06%	否
江苏倪家巷集团精毛纺织有限公司	2,652.31	7.26%	否
石狮市富森源纺织贸易有限公司	2,432.35	6.66%	否
合计	15,200.36	41.61%	-

（2）2009 年度

单位名称	采购额（万元）	占采购总额的比例	是否关联方
福建众和营销有限公司	2,712.64	8.20%	否
泉州市同兴纺织贸易有限公司	1,959.94	5.93%	否
江苏倪家巷集团精毛纺织有限公司	1,750.39	5.29%	否
佛山市南海西樵汇隆纺织有限公司	1,344.10	4.07%	否
石狮市锦绣纺织商贸有限公司	1,303.54	3.94%	否
合计	9,070.62	27.43%	-

（3）2008 年度

单位名称	采购额（万元）	占采购总额的比例	是否关联方
泉州市同兴纺织贸易有限公司	3,520.02	9.58%	否
福建众和营销有限公司	3,131.99	8.52%	否

江苏倪家巷集团精毛纺织有限公司	2,516.18	6.85%	否
新宏兴（福建）纺织经贸有限公司	1,584.74	4.31%	否
石狮市富森源纺织贸易有限公司	1,316.73	3.58%	否
合计	12,069.65	32.84%	-

注：上表数据的计算口径为公司编制的 2008 年、2009 年及 2010 年合并报表；

发行人不存在向单个供应商的采购比例超过采购总额的 50%或严重依赖于少数供应商的情况。

本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，主要关联方或持有 5%以上股东在最近三年公司前五名供应商中不占有权益。最近三年公司前五名供应商与本公司及其董事、监事、高级管理人员不存在关联关系。

3、报告期内公司原材料的采购价格及主导产品的销售价格情况

公司主导产品为男裤、茄克，主要原材料为生产上述产品所需的面料及里袋布等，近年来原材料价格存在一定的变动幅度，具体详见下表：

单位：元

		2010 年		2009 年		2008 年
		价格	变动率	价格	变动率	价格
男裤	每米原材料平均采购成本	21.60	29.19%	16.72	-6.85%	17.95
	产品平均销售价格	161.24	13.44%	142.14	8.07%	131.53
		毛利率	比上年增减	毛利率	比上年增减	毛利率
		57.02%	8.84%	48.18%	0.98%	47.20%
茄克	每米原材料平均采购成本	21.60	29.19%	16.72	-6.85%	17.95
	产品平均销售价格	390.25	13.31%	344.41	8.56%	317.24
		毛利率	比上年增减	毛利率	比上年增减	毛利率
		50.70%	3.09%	47.61%	1.58%	46.03%

注：鉴于公司生产的主导产品主要原材料为面料及里袋布，上表中每米原材料平均采购成本主要为面料及里袋布的加权平均采购成本。

4、原材料价格波动对公司盈利能力的敏感性测试

报告期内，公司原材料的平均采购成本及男裤、茄克产品的平均销售价格分别为 18.76 元/米及 144.97 元、350.63 元，假设报告期内公司的产品平均销售价格不变，原材料成本占总成本的比例平均为 66.93%，此时原材料平均采购成本上下变动 5%、10%、20%及 30%时，主导产品男裤、茄克的毛利率波动情况如

下：

品类毛利率变动情况	原材料采购价格变动比例								
	-30%	-20%	-10%	-5%	0%	5%	10%	20%	30%
男裤	19.17%	12.78%	6.39%	3.19%	-	-3.19%	-6.39%	-12.78%	-19.17%
茄克	21.51%	14.34%	7.17%	3.58%	-	-3.58%	-7.17%	-14.34%	-21.51%

（六）环保和安全生产方面的措施

1、环保措施

公司注重环境保护，在生产上严格遵守国家有关环境保护的法律和法规。服装产业基本上不存在废气、废水和废渣的排放。公司严格按照 ISO18401 规定对生产的服装产品甲醛含量、PH 值、色牢度等环保指标进行控制，确保生产的服装产品性能达到人体健康要求。福建省泉州市环境保护局于 2011 年 1 月出具了环保证明：发行人自 2007 年 1 月以来生产经营活动符合国家及地方有关环境保护法律、法规的相关规定，未受到环保投诉，未发生环境污染事故，不存在因违反有关环保方面的法律、法规、规章而被环保行政主管部门处罚的情形。

2、安全生产措施

公司为保证生产安全，建立了全面有效的安全管理制度。公司严格按照《安全文明生产管理制度》和《生产作业指导书》进行安全作业，消除一切可能导致发生安全事故的因素。公司设有专人负责设施的保管维护，确保安全设施完备、良好、随时可使用状态，不放过一个细节，一旦发现隐患，立即整改。各车间安全生产负责人在生产全过程进行跟踪督导，确保整个生产过程安全规范；公司安全管理人员负责车间、仓库等巡视检查，随时检查安全问题，降低发生安全隐患的概率。

五、主要固定资产和无形资产情况

（一）主要固定资产情况

截至 2010 年 12 月 31 日，公司固定资产情况如下表所示：

项目	资产原值（万元）	累计折旧（万元）	资产净值（万元）	成新率
房屋和建筑物	25,591.02	3,336.26	22,254.76	87%
机器设备	7,930.59	3,263.49	4,667.10	59%
运输设备	1,311.25	816.43	494.82	38%
办公设备及其他	5,186.68	2,680.68	2506.00	48%
合计	40,019.53	10,096.87	29,922.66	75%

1、房屋所有权

（1）已取得房屋使用权属证书的房屋

截至本招股说明书签署日，本公司及其控股子公司共拥有 73 处房屋所有权，总建筑面积合计 205,565.06 ㎡，上述房屋及相关土地使用权的具体情况如下表所示：

序号	房屋所有权证书号	坐落地点	建筑面积（平方米）
1	晋房权证磁灶字第 002012 号	晋江市磁灶镇大宅村	3,255.68
2	晋房权证磁灶字第 002007 号	晋江市磁灶镇大宅村	4,873.19
3	晋房权证磁灶字第 002006 号	晋江市磁灶镇大宅村	1,516.56
			2,484.07
4	兰房权证（城关区）字第 179653 号	城关区雁南街道天水北路无号第 5 单元 06 层 602 室	167.22
5	兰房权证（城关区）字第 179647 号	城关区雁南街道天水北路无号第 5 单元 06 层 601 室	167.89
6	厦国土房证第 00787198 号	思明区嘉禾路 211 号 117 单元	68.47
7	厦国土房证第 00787196 号	思明区嘉禾路 211 号 116 单元	92.53
8	厦国土房证第 00787197 号	思明区嘉禾路 211 号 119 单元	99.92
9	厦国土房证第 00787199 号	思明区嘉禾路 211 号 118 单元	68.47
10	呼房权证回民区字第 2010143828 号	回民区温州商业步行街东侧温商商业附属楼 8 号楼 1 至 3 层 1-107	572.49
11	呼房权证回民区字第 2010143437 号	回民区温州商业步行街东侧温商商业附属楼 8 号楼 1 至 3 层 1-106	379.60
12	呼房权证回民区字第 2010143438 号	回民区温州商业步行街东侧温商商业附属楼 8 号楼 1 至 3 层 1-108	185.34

序号	房屋所有权证书号	坐落地点	建筑面积（平方米）
13	淄博市房权证张店区字第01-1145676号	张店区华光路268号一东B505	74.04
14	淄博市房权证张店区字第01-1145677号	张店区华光路268号一东B506	42.61
15	淄博市房权证张店区字第01-1145657号	张店区华光路268号一东B512	42.61
16	淄博市房权证张店区字第01-1145680号	张店区华光路268号一东B511	42.61
17	淄博市房权证张店区字第01-1145682号	张店区华光路268号一东B510	42.61
18	淄博市房权证张店区字第01-1145681号	张店区华光路268号一东B509	42.61
19	淄博市房权证张店区字第01-1145679号	张店区华光路268号一东B508	42.61
20	淄博市房权证张店区字第01-1145678号	张店区华光路268号一东B507	42.61
21	淄博市房权证张店区字第01-1145674号	张店区华光路268号一东B503	74.04
22	淄博市房权证张店区字第01-1145672号	张店区华光路268号一东B501	111.26
23	淄博市房权证张店区字第01-1145673号	张店区华光路268号一东B502	74.04
24	淄博市房权证张店区字第01-1145675号	张店区华光路268号一东B504	74.04
25	淄博市房权证张店区字第01-1145659号	张店区华光路268号一4	93.67
26	淄博市房权证张店区字第01-1145670号	张店区华光路268号一东B411	42.61
27	淄博市房权证张店区字第01-1145660号	张店区华光路268号一东B401	126.97
28	淄博市房权证张店区字第01-1145661号	张店区华光路268号一东B402	89.94
29	淄博市房权证张店区字第01-1145662号	张店区华光路268号一东B403	89.94
30	淄博市房权证张店区字第01-1145663号	张店区华光路268号一东B404	89.94
31	淄博市房权证张店区字第01-1145658号	张店区华光路268号一5	93.67

序号	房屋所有权证书号	坐落地点	建筑面积（平方米）
32	淄博市房权证张店区字第01-1145664号	张店区华光路268号一东B405	81.90
33	淄博市房权证张店区字第01-1145665号	张店区华光路268号一东B406	42.61
34	淄博市房权证张店区字第01-1145666号	张店区华光路268号一东B407	42.61
35	淄博市房权证张店区字第01-1145667号	张店区华光路268号一东B408	42.61
36	淄博市房权证张店区字第01-1145669号	张店区华光路268号一东B410	42.61
37	淄博市房权证张店区字第01-1145671号	张店区华光路268号一东B412	42.61
38	淄博市房权证张店区字第01-1145668号	张店区华光路268号一东B409	42.61
39	晋房权证青阳字第002010号	晋江市区青阳街道明达楼B区塘岸街6号	33.47
40	晋房权证青阳字第002011号	晋江市区青阳街道明达楼B区塘岸街4号	54.78
41	晋房权证青阳字第002008号	晋江市区青阳街道明达楼B区塘岸街2号	45.33
42	晋房权证青阳字第002009号	晋江市区青阳街道明达楼B区1号A	495.93
43	沪房地闸字（2010）第016885号	共和新路3699号	90.87
44	沪房地闸字（2010）第016947号	共和新路3699号	80.50
45	沪房地闸字（2010）第016948号	共和新路3699号	80.50
46	沪房地闸字（2010）第016880号	共和新路3699号	151.61
47	沪房地闸字（2010）第016950号	共和新路3699号	40.25
48	沪房地闸字（2010）第016881号	共和新路3699号	103.06
49	沪房地闸字（2010）第016886号	共和新路3699号	50.62
50	沪房地闸字（2010）第016883号	共和新路3699号	90.84

序号	房屋所有权证书号	坐落地点	建筑面积（平方米）
51	沪房地 闸 字（2010）第 016884 号	共和新路 3699 号	106.12
52	沪房地 闸 字（2010）第 016882 号	共和新路 3699 号	39.58
53	沪房地 闸 字（2010）第 016949 号	共和新路 3699 号	40.25
54	邕房权证字第 02002250 号	兴宁区青云街 18 号南宁万达商业广场 A 座 1 层 A1062 号商铺	50.46
55	邕房权证字第 02002249 号	兴宁区青云街 18 号南宁万达商业广场 A 座 1 层 A1063 号商铺	48.66
56	筑房权证云岩字第 010220075 号	枣山路 1 号盛世明珠大厦 1 栋 1 层 4 号	60.23
57	筑房权证云岩字第 010220072 号	枣山路 1 号盛世明珠大厦 1 栋 1 层 5 号	76.01
58	泉房权证开（开）字第 200610214 号	经济技术开发区清濛园区 3-6（A）、（B）号地块九牧王洋服	38,864.60
59	泉房权证开（开）字第 200802121 号	经济技术开发区清濛园区 4 纬 1 路 4 号街坊 2、3 地块 B4 幢	9,436.92
60	泉房权证开（开）字第 200802122 号	经济技术开发区清濛园区 4 纬 1 路 4 号街坊 2、3 地块 A6 幢	5,450.07
61	泉房权证开（开）字第 200802123 号	经济技术开发区清濛科技工业区 2-8 号地块二号街坊 B 幢	4,892.65
62	泉房权证开（开）字第 200802124 号	经济技术开发区清濛科技工业区 2-8 号地块二号街坊 C 幢	5,298.39
63	泉房权证开（开）字第 200805768 号	经济技术开发区清濛园区德泰路 3 号生产研发车间	6,935.38
64	泉房权证开（开）字第 200805769 号	经济技术开发区清濛园区德泰路 3 号试验检验车间	11,443.12
65	泉房权证开（开）字第 200805770 号	经济技术开发区清濛园区德泰路 3 号厂房 2	49,028.24

序号	房屋所有权证书号	坐落地点	建筑面积（平方米）
66	泉房权证开（开）字第 200805771 号	经济技术开发区清濛园区德泰路 3 号宿舍楼 3	16,144.56
67	泉房权证开（开）字第 200912532 号	经济技术开发区清濛科技工业区池纬二路 4-1 号地块宿舍 E 幢	3,666.92
68	晋房权证并字第 S0805670 号	棉花巷 49 号（怡华苑小区）1 幢 2 层	905.01
69	晋房权证并字第 S0805671 号	棉花巷 49 号（怡华苑小区）1 幢地下室 1 号	413.95
70	晋房权证并字第 S0805672 号	棉花巷 49 号（怡华苑小区）1 幢一层 1 号	308.14
71	晋房权证磁灶字第 002221 号	晋江市磁灶镇大宅村、锦美村	35,184.30
72	佳房权证向字第 2010025907 号	向阳区青云社区	126.16
73	佳房权证向字第 2010025909 号	向阳区青云社区	126.16

（2）尚未取得房屋所有权属证书的房屋

1）2010 年 4 月 28 日，发行人与黄石海泰房地产开发有限公司签署《商品房买卖合同》，购买其开发的位于黄石市武汉路 55 号大上海广场 4 幢 1 单元 112 号的 1 宗预售商品房，合同约定该商品房建筑面积共 335.89 平方米，实际面积以将来取得的房屋所有权属证书上记载为准，购买价格暂定为 1,343.56 万元整，根据实测面积多退少补。2010 年 7 月 19 日，该合同取得黄石市房地产交易管理所出具的《购房合同备案证明》。发行人全额支付购房款，黄石海泰房地产开发有限公司应于 2010 年 12 月 31 日前，将该商品房验收合格后交付发行人使用，并于商品房交付使用后 180 日内将发行人办理房屋产权登记需其提供的资料报产权登记机关备案。截至本招股说明书签署日，因开发商履约期限尚未届满，发行人未取得房屋所有权证。

2）2006 年 11 月 30 日，九牧王有限与泉州市房地产开发经营公司签订《泉州市商品房买卖合同》（编号：200600004455），约定将坐落于鲤城区西街中山路暂定名为“钟楼片区保护建设工程”的第 1 幢第 1 层店 15 号房以 303 万元的价格出售予九牧王有限，建筑面积 60.28 平方米，公司已付清房款，根据合同约定，

卖方应在 2007 年 1 月 30 日前交房，并在交房后的 365 日内将办理权属登记需由卖方提供的资料报产权登记机关备案。截至本招股说明书签署日，因卖方未履行办理产权登记的义务，致使公司尚未取得权属证书。

3）2007 年 11 月 15 日，九牧王有限与河南升龙置业有限公司签署 6 份《商品房买卖合同》，向其购买位于郑州市金水路南、燕西路西“曼哈顿广场”项目 6 宗预售商品房，公司已付清购房款。根据合同约定，卖方应在 2008 年 9 月 30 日前交房，并在交房日后的 360 日内持办理权属登记需由卖方提供的资料到产权登记机关备案。根据合同约定，卖方应在 2008 年 9 月 30 日前交房，并在交房日后的 360 日内持办理权属登记需由卖方提供的资料到产权登记机关备案。截至本招股说明书签署日，因卖方未履行办理产权登记的义务，致使公司尚未取得权属证书。

合同编号	商品房	建筑面积（平方米）	价格（元）
07171761	金水区未来路东，金水路南裙房 1 层 A1015 号房	191.61	8,860,046
07171757	金水区未来路东，金水路南裙房 2 层 A1015-1 号房	189.53	3,331,558
07171769	金水区未来路东，金水路南裙房 1 层 A1060 号房	50.94	1,485,156
07171780	金水区未来路东，金水路南裙房 1 层 A1061 号房	42.63	1,076,194
07171752	金水区未来路东，金水路南裙房 2 层 A2022 号房	42.10	891,404
07171750	金水区未来路东，金水路南裙房 2 层 A2023 号房	44.59	944,126
合计		561.40	16,588,484

4）2007 年 11 月 21 日，九牧王有限与甘肃爱之泰房地产开发有限公司签署《商品房购销合同》，向其购买位于天水北路“银垠大厦”项目 3 宗预售商品房，公司已按合同约定支付首付款。根据合同约定，卖方应在 2008 年 12 月 31 日前交房，买方应在交房时付清剩余款项，双方在交房后在主管部门规定的期限内办理权属登记手续。截至本招股说明书签署日，因卖方未实际交房，致使公司尚未取得权属证书。

合同编号	商品房	建筑面积（平方米）	价格（元）
A165 号	A 座 2507 号	176.64	674,764.80
A165 号	A 座 2508 号	176.64	674,764.80
A165 号	B 座 2507 号	176.64	674,764.80

合同编号	商品房	建筑面积（平方米）	价格（元）
合计		529.92	2,024,294.40

5）2010 年 1 月 29 日，九牧王有限与武汉万达广场投资有限公司签署《武汉市商品房买卖合同》，购买其开发的位于武汉市江汉区新华西路“新华西万达广场（武汉菱角湖万达广场）”2 宗预售商品房，公司已付清购房款。根据合同约定，卖方将在 2011 年 3 月 31 日前交房，并在交房日后的 90 日内办理房地产初始登记。截至本招股说明书签署日，因卖方未履行办理产权登记的义务，致使公司尚未取得权属证书。

合同编号	商品房	建筑面积（平方米）	价格（元）
WH-LJH-SP-B028	S1 幢 1-2 层 028 号	104.38	3,912,670
WH-LJH-SP-B029	S1 幢 1-2 层 029 号	104.38	3,912,670
合计		208.76	7,825,340

6）2010 年 9 月 21 日，发行人与商丘华联置业有限公司签署 3 份《商品房买卖合同》，向其购买位于凯旋路与民主路交汇处“华联国贸中心”项目 3 宗预售商品房。发行人已支付除 29 万元尾款外的其他全部购房款，商丘华联置业有限公司应于 2011 年 5 月 30 日前，将该商品房验收合格后交付发行人使用，并应在商品房交付使用后的 180 日内，将办理权属登记需由卖方提供的资料报产权登记机关备案，发行人在商品房交付使用时付清尾款。截止本招股说明书签署日，因开发商履约期限尚未届满，发行人未取得房屋所有权证。

合同编号	商品房	建筑面积（平方米）	价格（元）
无	华联国贸中心一期一层 017 号	123.55	3,193,511
无	华联国贸中心一期一层 018 号	117.93	3,048,245
无	华联国贸中心一期一层 019 号	117.93	3,048,245
合计		359.41	9,290,001

7）2010 年 9 月 25 日，发行人与宜昌万达广场投资有限公司签署 3 份《宜昌市商品房买卖合同》及其补充协议，向其购买位于宜昌市沿江大道的万达广场底商 B 区 3 宗预售商品房。发行人已全额支付购房款，宜昌万达广场投资有限公司应于 2010 年 12 月 31 日前，将该商品房验收合格后交付发行人使用，并应在商品房交付使用后的 60 日内，将符合办理房屋权属登记的资料提交产权部门办理产权证书。截止本招股说明书签署日，开发商已按约定交房，提产权属登记

资料的手续正在办理过程中。

合同编号	商品房	建筑面积（平方米）	价格（元）
0090910	万达广场 B 区 000134 号房	225.82	5,314,690
0091030	万达广场 B 区 000135 号房	128.21	2,891,734
0091033	万达广场 B 区 000136 号房	128.21	2,891,734
合计		482.24	11,098,158

8）2010 年 9 月 8 日，发行人与襄樊万达广场投资有限公司签署 6 份《商品房买卖合同》及其补充协议，向其购买襄樊万达广场室外步行街 6 宗预售商品房。发行人已全额支付购房款，襄樊万达广场投资有限公司已按合同约定将该等房产交付发行人使用，并应在商品房交付使用后的 365 日内，将办理权属登记需由出卖人提供的资料报产权登记机关备案。截止本招股说明书签署日，因开发商履约期限尚未届满，发行人未取得房屋所有权证。

合同编号	商品房	建筑面积（平方米）	价格（元）
XF201009950	第 2 号楼 1 层 101	106.88	5,638,294
XF201009954	第 2 号楼 1 层 102	54.23	2,568,712
XF201009978	第 2 号楼 1 层 103	54.23	2,271,966
XF201009957	第 2 号楼 1 层 201	112.92	1,438,544
XF201009959	第 2 号楼 1 层 202	54.23	616,676
XF201009960	第 2 号楼 1 层 203	54.23	616,676
合计		436.72	13,150,868

9）2010 年 11 月 5 日，发行人与上海嘉定万达广场投资有限公司签署《上海市商品房买卖合同》及其补充协议，向其购买位于嘉定区华江路 850 弄上海江桥万达广场 25 号 1 宗预售商品房，该商品房建筑面积 329.14 平方米，总房价款 11,063,184 元。发行人已全额支付购房款，上海嘉定万达广场投资有限公司应于 2011 年 8 月 31 日前，将该商品房验收合格后交付发行人使用，应于 2012 年 3 月 31 日前办理房地产初始登记手续，并在该手续完成后的 60 日内签署《房屋交接书》，自签署《房屋交接书》之日起的 90 日内向登记机关申领权属证书。截止本招股说明书签署日，因开发商履约期限尚未届满，发行人未取得房屋所有权证。

10）2010 年 11 月 18 日和 19 日，发行人与大庆萨尔图万达广场投资有限公司共签署 3 份《商品房买卖合同》及其补充协议，向其购买大庆万达广场商业中

心底商外铺 3 宗预售商品房。发行人已全额支付购房款，大庆萨尔图万达广场投资有限公司应于 2012 年 3 月 31 日前，将该商品房验收合格后交付发行人使用，并在商品房交付使用后的 360 日内，将办理权属登记需由出卖人提供的资料报产权登记机关备案。截止本招股说明书签署日，因开发商履约期限尚未届满，发行人未取得房屋所有权证。

合同编号	商品房	建筑面积（平方米）	价格（元）
201011198E0053132890	大庆万达广场商业中心底商外铺商服 127 号房	129.26	4,400,010
20101118525224132861	大庆万达广场商业中心底商外铺商服 128 号房	130.31	4,591,603
20101118525224132862	大庆万达广场商业中心底商外铺商服 129 号房	139.26	5,176,016
合计		398.83	14,167,629

11）2010 年 11 月 23 日，发行人与武汉经开万达广场投资有限公司签署 4 份《武汉市商品房买卖合同》及其补充协议，向其购买武汉经开万达广场 A 区 4 宗预售商品房。发行人已全额支付购房款，武汉经开万达广场投资有限公司应于 2011 年 11 月 16 日前，将该商品房验收合格后交付发行人使用，并在商品房交付使用后的 180 日内，使发行人取得房屋权属证书。截止本招股说明书签署日，因开发商履约期限尚未届满，发行人未取得房屋所有权证。

合同编号	商品房	建筑面积（平方米）	价格（元）
经 101523354	武汉经开万达广场 A 区 S3 幢 D63 号房	111.16	4,006,237
经 101523355	武汉经开万达广场 A 区 S3 幢 D65 号房	111.16	4,006,237
经 101523356	武汉经开万达广场 A 区 S3 幢 D66 号房	111.16	4,099,405
经 101523357	武汉经开万达广场 A 区 S3 幢 D67 号房	111.16	4,099,405
合计		444.64	16,211,284

12）2010 年 11 月 30 日，发行人与泉州浦西万达广场投资有限公司签署 4 份《泉州市商品房买卖合同》及其补充协议，向其购买位于丰泽区宝洲路中段南

侧的泉州浦西万达广场 4 宗预售商品房。发行人已全额支付购房款，泉州浦西万达广场投资有限公司应于 2012 年 6 月 8 日前，将该商品房验收合格后交付发行人使用，并在商品房交付使用后的 365 日内，将办理权属登记需由出卖人提供的资料报产权登记机关备案，使发行人取得房屋权属证书。截止本招股说明书签署日，因开发商履约期限尚未届满，发行人未取得房屋所有权证。

合同编号	商品房	建筑面积（平方米）	价格（元）
200600065953	泉州浦西万达广场商业综合体 4 号建筑 4 幢 S172 号房	111.02	4,840,475
200600065958	泉州浦西万达广场商业综合体 4 号建筑 4 幢 S170 号房	110.34	4,744,653
200600065960	泉州浦西万达广场商业综合体 4 号建筑 4 幢 S171 号房	110.30	4,776,007
200600065963	泉州浦西万达广场商业综合体 4 号建筑 4 幢 S173 号房	168.56	8,141,451
合计		500.22	22,502,586

13）2010 年 12 月 14 日，发行人与天津河东万达广场投资有限公司签署合同编号为 2010-9176818 号的《天津市商品房买卖合同》及其补充协议，购买其开发的位于河东区津滨大道 53 号—1101 的 1 宗预售商品房。该商品房建筑面积共 361.66 平方米，总价款为 11,359,002 元。发行人已全额支付购房款，天津河东万达广场投资有限公司应于 2011 年 4 月 30 日前，将该商品房验收合格后交付发行人使用，并于商品房初始登记完毕之日起 365 日内办结房屋权属转移登记。截止本招股说明书签署日，因开发商履约期限尚未届满，发行人未取得房屋所有权证。

14）2011 年 1 月 29 日，发行人与王德茂、张美丽签署《房屋买卖合同》，购买其位于包头市昆区钢铁大街 71 号一层 D7 室（房屋产权证书号：包房权证昆字第 246589 号）的商用房产，该房产建筑面积 160.01 平方米，总价款 20,800,000 元。发行人应在 2011 年 1 月 31 日支付定金 100 万元，2011 年 2 月 23 日支付首期款 1,400 万元，申请办理房屋权属转移登记手续之日支付二期款 500 万元，房产交付且发行人取得房屋产权证书后 15 日内付清余款 80 万元。卖方应在 2011 年 3 月 5 日前，与发行人共同向房屋权属登记部门申请办理房屋权属转移登记手

续，并应在 2011 年 3 月 21 日将该房产交付给发行人。截止本招股说明书签署日，发行人已按约定支付 100 万元定金，双方其他义务的履行期间尚未届满。

上述公司尚未取得房产均为发行人在当地购买的商品房，该等房产的总面积占发行人已取得权属证书房产的总面积的比例较低，约为 2.51%，不会对发行人的生产经营产生实质性不利影响。

2、房屋租赁情况

截至本招股说明书签署日，公司及分公司正在承租的房屋共 64 处，具体情况如下表所示：

（1）发行人租赁房屋情况

出租方	权属证书	租赁房产坐落地点	截止日	租赁面积	租金（万元）	实际使用人	用途
四川信兴资产管理咨询公司	有	成都市锦江区一心桥街 99 号 6 楼	2011-07-31	1,200.00	19.00	成都分公司	仓库
沈阳市第一运输总公司	无	沈阳市和平区北四马路 5 号七楼	2011-08-30	（注 1）	11.00	沈阳分公司	仓库
厦门厦安誉元房地产策划代理有限公司	原租赁合同及同意转租确认	将军祠路 28 号 7 楼西南侧	2010-12-31（注 2）	180.00	3.24	厦门思明营销分公司	仓库
南京格陵兰电子机械技术应用研究所	无	大校场 26 号北一楼层	2011-03-31	（注 3）	15.00	南京分公司	仓库
江西集成置业有限公司	有	南昌市都司前 68-2 号第二、三、四层，第二（西北面部分）层	2011-05-31	950.00	8.58	南昌分公司	仓库
哈尔滨朗文通讯设备有限公司	有	道里区经纬街 42 号主楼第五层西侧	2011-07-14	340.00	11.00	哈尔滨分公司	仓库
武汉捷利物流有限公司	无	武汉市桥口区古乐路特 8 号永利工业园 4 号仓库	2011-12-31	1,700.00	26.52	武汉分公司	仓库
中国人民武装警察部队河南总队后勤部营房处	无（武警部队用房）	河南省郑州市管城区南下路 1 号三楼	2012-01-15	1,180.00	30.00	郑州分公司	仓库
杭州萧山明发建筑装潢材料有限公司	有	萧山区北干街道兴议村大楼东侧第四层及配套场地	2012-03-14	792.00	（注 4）	杭州分公司	仓库

出租方	权属证书	租赁房产坐落地点	截止日	租赁面积	租金（万元）	实际使用人	用途
大连农垦建筑工程有限公司	无	大连市沙河口区万岁街 15 号公建楼三层 A 座	2012-03-31	520.00	10.50	大连分公司	办公
昆明市西山区河南社区居民委员会西坝新村-股份合作社	无	云南省昆明市（西坝）安康路 164-166 号“西坝一社综合楼”主楼第三层	2012-04-19	740.00	14.20	昆明分公司	仓库
广州市盈溢物业管理有限公司	无	盈溢工业园 F2 栋第一、二层	2012-12-16	1,600.00	29.57	广州分公司	仓库
海南利源丰实业有限公司	有	海口市海秀路 112 号	2013-10-09	380.00	4.68	海口分公司	仓库
彭恩超	无	贵阳市云岩区虎门巷 9 号华谊苑一楼西	2013-11-06	600.00	14.29	贵阳分公司	仓库
重庆聚丰房地产开发（集团）有限公司	无	重庆市渝中区华一路 15 号聚丰锦绣盛世 A 栋负一层	2014-02-14	894.09	10.73	重庆分公司	仓库
孙琼	有	西安市雁塔区长延堡杏园小区综合二号楼一、二层	2014-05-09	1,500.00	21.60	西安分公司	仓库
南京格陵兰电子机械技术应用研究所	无	大校场路 26 号南大楼三层(半层)	2016-02-29	（注 5）	14.05（注 6）	南京秦淮分公司	办公
陈培泉	新购商品房，正在办理权属证书	长春市二道区和顺北四条万盛中央一品 8 栋 105 号	2013-06-30	202.38	3.00	长春分公司	办公
河北储备物资管理局一三五处	无	10 号北库	2011-12-31	567.00	9.73	石家庄分公司	仓库
深圳市健美乐商贸发展有限公司	无	深圳市八卦一路 618 栋 5 楼东	2012-09-30	705.00	31.30	广州分公司	仓库
济宁中央百货有限责任公司服装商场	无	济宁市太白中路 35 号第八层 803、805 两室	2012-12-30	200.00	2.20	济南分公司	仓库
石家庄三博物流有限公司	有	石家庄市仓丰路 36 号	2012-09-30	964.00	15.04	石家庄分公司	仓库

注 1：合同未约定面积。

注 2：租赁期间已经届满，但发行人厦门思明营销分公司仍在继续使用该房产，双方正

就续签租赁协议进行协商。

注 3：合同未明确约定租赁面积。

注 4：第一年租金为 9.60 万元，第二年租金为 10.08 万元。

注 5：合同未明确约定租赁面积。

注 6：自 2009 年 3 月 1 日至 2012 年 2 月 29 日，年租金为 14.05 万元，自 2012 年 3 月 1 日至 2016 年 2 月 29 日期间，年租金为 14.47 万元。

（2）发行人分/子公司租赁房屋情况

出租方	承租方	权属证书	租赁房产坐落地点	截止日	租赁面积	租金	用途
厦门市开元国有资产投资有限公司	厦门分公司	无	厦门市思明区龙昌路 12 号嘉莲商务中心二期写字楼	自用办公大楼竣工验收之日	15,233.25	370.44	办公
沈阳市第一运输总公司	沈阳分公司	无	沈阳市和平区北四马路 5 号六楼	2011-06-30	（注 1）	8.00	仓库
厦门厦安誉元房地产策划代理有限公司	厦门思明营销分公司	无	将军祠路 28 号 7 楼西南侧	2010-12-31（注 2）	320.00	5.76	办公
北京顺康物业管理有限公司	北京分公司	有	北京市崇文区崇文门外大街 44 号地块大康大厦 8 层 805B、806 房间	2011-03-19	285.00	29.44	办公
曹莉青	石家庄分公司	无	中山东路 118 号东方新世界 901 室	2011-03-31	214.00	9.00	办公
江西集成置业有限公司	南昌分公司	有	南昌市都司前 68-2 号第二、三、四层	2011-05-31	（注 3）	8.58	办公
哈尔滨朗文通讯设备有限公司	哈尔滨分公司	有	道里区经纬街 42 号主楼第五层东侧	2011-07-14	240.00	12.50	办公
南宁市万源物业有限责任公司	南宁分公司	有	南宁市西乡塘区中华路 133－1 号后二楼 1-4 号	2011-06-15	540.00	7.78	办公
南宁市万源物业有限责任公司	南宁分公司	有	南宁市西乡塘区中华路 133－1 号综合楼后楼三楼	2011-06-15	390.00	5.62	仓库

出租方	承租方	权属证书	租赁房产坐落地点	截止日	租赁面积	租金	用途
南宁市万源物业有限责任公司	南宁分公司	有	南宁市西乡塘区中华路133－1 号综合楼后楼四楼（东面隔断部分除外）	2011-08-30	500.00	7.20	仓库
林沧捷	重庆分公司	有	重庆市渝中区华一路 15 号 A 栋 22-8#、9#、10#、11#	2012-12-31	252.00	4.00	办公
武汉捷利物流有限公司	武汉分公司	无	武汉市桥口区古乐路特 8 号永利工业园 6 号第二层	2011-12-31	600.00	（注 4）	办公
昆明市西山区河南社区居民委员会西坝新村一股份合作社	昆明分公司	无	云南省昆明市（西坝）安康路 164-166 号“西坝一社综合楼”主楼第三层	2012-05-01	120.00	2.30	办公
南京桦硕光学仪器有限公司	南京分公司	有	常府街 31 号	2012-09-30	180.00	23.60	办公
广州市盈溢物业管理有限公司	广州分公司	无	盈溢工业园 F2 栋第二层	2012-12-16	600.00	10.87	办公
海南利源丰实业有限公司	海口分公司	有	海口市海秀路 112 号	2013-10-09	160.00	2.04	办公
彭恩超	贵阳分公司	无	贵阳市云岩区虎门巷 9 号华谊苑一楼东	2013-11-06	334.36	8.00	办公
孙琼	西安分公司	有	西安市雁塔区长延堡杏园小区综合二号楼二层	2014-05-09	308.80	4.45	办公
厦门东禾房地产投资有限公司	厦门分公司	无	厦门市思明区会展路 36 套一房，39 套二房，5 套三房	2015-04-30	5,765.68	（注 5）	宿舍
山东三箭资产投资管理有限公司	济南分公司	有	济南市二环东路中段 2668 号三箭孔子文化大厦 13 层东厅	2015-07-31	525.86	33.89	办公
四川信兴资产管理咨询公司	成都分公司	有	锦江区一心桥街 99 号 7 楼	2011-07-31	1,200.00	19.00	办公仓库
张剑	杭州分公司	有	杭州上城区江城路 601 号	2012-10-31	594.00	48.00	商业办公

出租方	承租方	权属证书	租赁房产坐落地点	截止日	租赁面积	租金	用途
柯品清	福州分公司	有	八一七北路 88 号百华大厦 13 层 07-10 号房	2015-12-31	239.15	（注 6）	办公
辽宁中海房地产开发有限公司	沈阳分公司	无	沈阳市铁西区兴工北街 64-1	2015-09-14	510.00	（注 7）	办公
任伏云	石家庄分公司	无	邯郸市学步桥南小区 2-2-9	2011-08-31	100.00	1.44	办公
陈清照、岳贝妮、周尽	武汉分公司	有	武汉市汉口建设大道云林街 31 号中环大厦 A 座 30 层 1-4 号	2018-09-14	1,290.00	（注 8）	办公
无锡市百捷储运有限公司	南京分公司	有	无锡市长降路 45 号	2013-08-31	600.00	7.67	仓储办公
福州歆逸服饰有限公司	福州分公司	有	福建省福州市鼓楼区柳河路 81 号福建省电影机械厂 18 号楼 7 层	2011-12-12	370.00	6.00	仓库
丁红辉	长沙分公司	办理中	湖南省益阳市桃花仓东路金嘉利购物广场 232#	2016-09-07	170.70	49.00	店面
薛萧	成都分公司	有	夹江县焉城镇建设中路 249、251、253、255 号	2015-10-04	123.84	（注 9）	店面
朱仕周	成都分公司	有	四川省阆中市郎家拐街 98 号	2015-07-31	160.44	（注 10）	店面
刘振树	哈尔滨分公司	有	黑龙江省鸡西市中心塔小区 14 号	2015-12-31	363.80	80.00	店面
李伟宾	呼和浩特分公司	有	鄂尔多斯市达拉特南路时达商城	2013-12-31	116.69	100.00	店面
武都信兴综合商场	兰州分公司	有	甘肃省陇南市武都区南桥路	2017-10-31	300.00	37.00	店面
阮新聪	南京分公司	办理中	盐城市建军中路汇金购物中心 121 号	2013-07-17	181.84	93.00	店面
方文义	南京分公司	有	丹阳市新民中路 9 号	2015-08-31	158.00	（注 11）	店面
何令美、何云婷	沈阳分公司	有	本溪市平山区永丰 4 区 13 号	2013-12-31	118.73	65.00	店面

出租方	承租方	权属证书	租赁房产坐落地点	截止日	租赁面积	租金	用途
王秀杰	沈阳分公司	有	铁岭市昌图县昌图镇家和美商城中区一楼 0013 号	2013-12-31	140.00	26.00	店面
陈震	天津分公司	有	天津市南开区二马路 59 号二、三楼	2012-10-19	432.00	5.00	办公
长沙景鹏物业管理有限责任公司	长沙分公司	无	长沙市五一大道 253 号湘域中央 2 幢地上 3 层，具体房号为 303#、304#、306#、其他 02（厕所）	2015-03-31	515.37	（注 12）	办公
厦门市融坤商贸发展有限公司	玛斯公司	有	福建省厦门市思明南路 177 号之 21（即“中华城”A2 地块 C 区三楼 3025 号店面）	2013-03-18	230.02	47.69	店面
黄海博	上海分公司	有	上海市松江区中山二路 138 号	2014-2-28	110.00	48.00	店面

注 1：合同未约定面积。

注 2：租赁期间已经届满，但发行人厦门思明营销分公司仍在继续使用该房产，双方正就续签租赁协议进行协商。

注 3：合同未明确约定租赁面积。

注 4：第一年 5.40 万，此后每年议价。

注 5： 2009 年 5 月 1 日至 2010 年 4 月 30 日期间租金为 1,037,822 元/年，2010 年 5 月 1 日至 2012 年 4 月 30 日期间租金为 1,176,199 元/年，2012 年 5 月 1 日至 2015 年 4 月 30 日期间租金为所在小区整体租金（含税）平均价格的 85%，但该三年租金保底为 19 元/平方米/月、20 元/平方米/月及 20 元/平方米/月。

注 6：第一年 10.04 万元，此后每年递增 5%。

注 7：第一年和第二年为 10.2 万元，此后分别为 10.71 万元、11.25 万元、11.81 万元。

注 8：前三年每年 33.6 万元，第四年到第六年每年 42 万元，第七年和第八年每年 46.8 万元。

注 9：前四年每年 34 万元，第五年 36.72 万元。

注 10：前三年每年 63 万元，第四年开始每年递增 8%。

注 11：2010 年 12 月 1 日至 2011 年 8 月 31 日为 51 万元，此后第一个和第二个 12 个月为 68 万元，第三个和第四个 12 个月为 75 万元。

注 12：第一、二年度的租金为每年 34.32 万元，从第三年度开始的租金均在前一年度的租金基础上递增 8%。

3、房屋对外出租情况

截至本招股书签署日，公司及控股子公司正在履行或将要履行的重大对外租赁合同如下：

（1）公司正在履行或将要履行的重大对外租赁合同

发行人将购买的郑州市金水路南、燕西路西“曼哈顿广场”项目合计 561.4 平方米的 6 处房产（详见本节之“五、主要固定资产和无形资产”之“（一）主要固定资产”之“1、房屋所有权”之“（2）尚未取得房屋所有权属证书的房屋”）出租给张永贵使用，租期 3 年，有效期至 2013 年 6 月 30 日，年租金为 45 万元。

发行人将购买的泉州市鲤城区西街、中山街 60.38 平方米的 1 处房产（详见本节之“五、主要固定资产和无形资产”之“（一）主要固定资产”之“1、房屋所有权”之“（2）尚未取得房屋所有权属证书的房屋”）出租给冯小玲使用，租期 1 年，有效期至 2011 年 6 月 31 日，年租金为 10 万元。

发行人将购买的上海市闸北区共和新路 3699 号 A 座 703-704、705 室合计 211.62 平方米的 3 处房产（房产证号：沪房地闸字(2010)第 016885 号、沪房地闸字(2010)第 016947 号、沪房地闸字(2010)第 016950 号）出租给范示德汽车技术（上海）有限公司使用，租期 1 年，有效期至 2011 年 9 月 30 日，年租金为 20.76 万元。

发行人将购买的呼和浩特市回民区温州商业步行街东侧温商商业附属楼 8 号楼底店中 113.00 平方米的房产（房产证号：呼房权证回民区字第 2010143437 号）出租给齐晓廷使用，租期 3 年，有效期至 2013 年 9 月 23 日，年租金为 8.00 万元。

（2）公司控股子公司正在履行或将要履行的重大对外租赁合同

承租人	租赁房产坐落地点	房产权属证书号	租赁面积	租期	截止日	租金（元）
公司	泉州经济技术开发区清濛园区德泰路3号宿舍楼3及试验检验车间	泉房权证开（开）字第200805771号、泉房权证开（开）字第200805769号	27,587.68	5年	2014年12月31日	8,171,170.00
	泉州经济技术开发区清濛园区德泰路3号厂房2	泉房权证开（开）字第200805770号	49,028.24			
	泉州经济技术开发区清蒙园区3-6(A)、(B)地块房产	泉房权证开（开）字第200610214号	30,270.17			
	泉州经济技术开发区清蒙园区德泰路3号生产研发车间	泉房权证开（开）字第200805768号	6,102.38			
公司	泉州市经济技术开发区清蒙园区A幢办公楼	泉房权证开（开）字第200802124号	3,000.00	15年	2024年12月31日	180,000.00
公司	太原市棉花巷49号（怡华苑小区）1幢1层1号、1幢地下室1号、1幢2层	晋房权证并字第S0805670号、S0805671号、S0805672号	1,627.10	5年	2014年12月31日	976,260.00
泉州经济技术开发区晖煌服装店	清濛科技工业园2-8号地块二号街坊B幢一楼	泉房权证开（开）字第200802123号	800.00	5年	2013年1月14日	67,200.00
庄庆远	泉州经济技术开发区清蒙园区4纬1路4号街坊2、3地块A6栋霞辉楼一楼厂房	泉房权证开（开）字第200802122号	1,541.27	3年	2011年11月9日	99,874.58
	泉州经济技术开发区清蒙园区4纬1路4号街坊2、3地块E型宿舍楼5楼16间宿舍	泉房权证开（开）字第200912532号	612.00			46,080.00
特色龙（福建）服饰发展有限公司	泉州经济技术开发区德泰路2号二号办公楼	泉房权证开（开）字第200805768号	833.00	5年	2014年6月30日	157,980.00
	泉州经济技术开发区崇仁街标准厂房2至3楼	泉房权证开（开）字第200802124号	1,500.00			
	泉州经济技术开发区德泰路2号三号宿舍楼6楼	泉房权证开（开）字第200805769号	300.00			

承租人	租赁房产坐落地点	房产权属证书号	租赁面积	租期	截止日	租金（元）
泉州市丽达针织制衣有限公司	泉州经济技术开发区清蒙园区 4 纬 1 路 4 号街坊 2、3 地块 A6 幢第二、三、四层及一层东、西两个大门区域	泉房权证开（开）字第 200802122 号	3,981.00	5 年	2014 年 12 月 31 日	171,979.20（2013 和 2014 年度按上年度租金的 5%递增）
宏裕（福建）服装辅料有限公司	泉州经济技术开发区清蒙园区 4 纬 1 路 4 号街坊 2、3 地块 B4 幢 1-4 层	泉房权证开（开）字第 200802121 号	4,128.00	3 年	2012 年 12 月 25 日	178,329.60

4、主要生产设备

截至 2010 年 12 月 31 日，公司的主要生产设备运行情况良好，具体情况如下所示：

固定资产名称	型号	数量	资产净值（元）	还能安全运行的时间（月）	产地
平车	兄弟牌 S-7200B-433	3,300	13,110,283.84	68	日本
开袋机	兄弟牌 BAS-620	29	2,195,147.48	71	日本
凤眼机	杜克普牌 579-112	34	1,519,696.20	64	德国
西裤吊挂生产线	依腾	8	4,803,716.90	84	瑞典
吊挂	威士牌	9	672,262.92	80	上海
压机	威士牌 AZT-D26	210	4,084,621.64	76	上海
合缝机	重机牌 MH-380	149	1,071,077.29	52	日本
电脑拉布机	格柏牌	9	1,626,339.00	85	美国
打枣机	重机牌 LK-1900	67	809,000.75	77	日本
程控上袖机	重机牌 DLU-5495N	15	712,077.60	55	日本
整烫机	佳田牌 YTT-B-3	358	820,552.52	59	上海
珠边机	利德宝牌 GL-2781	35	675,820.54	65	温州
锁边机	飞马牌 M732-38	250	702,418.36	59	日本
人字机	兄弟牌 LZ2-B856E-401	43	758,097.88	76	日本
空气压缩机	开山牌 LG-3.6/8	29	601,984.46	70	浙江
合计	-	4,545	34,163,097.38	-	-

（二）主要无形资产情况

1、土地使用权

（1）公司已取得土地使用权属证书的土地

截至 2010 年 12 月 31 日，发行人及其控股子公司已取得《国有土地使用权证》的土地共 40 宗，除全资子公司厦门九牧王 1 宗土地的使用权类型为“有偿使用”外，其他土地使用权类型均为“出让”，使用权面积合计 159,849.09 平方米，具体内容如下：

序号	土地产权证号	坐落地点	面积（平方米）	用途	终止期限
土地使用权人：九牧王公司					
1	泉国用（2010）第 100053 号	泉州经济技术开发区清濛园区 3-G-A、3-G-B 号地块	10,706.20	工业	2057-06-29
2	泉国用（2010）第 100054 号	泉州经济技术开发区清濛园区西片区 B12-15 号	44,045.00	工业	2057-05-23
3	晋国用（2010）第 00319 号	晋江市磁灶镇大宅村	4,503.40	工业	2057-07-17
4	晋国用（2010）第 00321 号	晋江市磁灶镇大宅村	1,963.00	工业	2057-09-18
5	晋国用（2010）第 00320 号	晋江市磁灶镇大宅村	2,978.00	工业	2058-10-16
6	淄国用（2008）第 A09947 号	张店区华光路 268 号一东 B502	53.23	商业	2044-02-28
7	淄国用（2008）第 A09948 号	张店区华光路 268 号一东 B504	53.23	商业	2044-02-28
8	淄国用（2008）第 A09949 号	张店区华光路 268 号一东 B402	64.66	商业	2044-02-28
9	淄国用（2008）第 A09950 号	张店区华光路 268 号一东 B503	53.23	商业	2044-02-28
10	淄国用（2008）第 A09951 号	张店区华光路 268 号一东 B505	53.23	商业	2044-02-28
11	淄国用（2008）第 A09952 号	张店区华光路 268 号一东 B511	30.64	商业	2044-02-28
12	淄国用（2008）第 A09953 号	张店区华光路 268 号一东 B508	30.63	商业	2044-02-28
13	淄国用（2008）第 A09954 号	张店区华光路 268 号一东 B403	64.66	商业	2044-02-28

14	淄国用（2008）第A09955 号	张店区华光路 268 号-4	67.34	商业	2044-02-28
15	淄国用（2008）第A09956 号	张店区华光路 268 号-5	67.34	商业	2044-02-28
16	淄国用（2008）第A09957 号	张店区华光路 268 号一东 B409	30.63	商业	2044-02-28
17	淄国用（2008）第A09958 号	张店区华光路 268 号一东 B408	30.63	商业	2044-02-28
18	淄国用（2008）第A09959 号	张店区华光路 268 号一东 B407	30.63	商业	2044-02-28
19	淄国用（2008）第A09960 号	张店区华光路 268 号一东 B506	30.63	商业	2044-02-28
20	淄国用（2008）第A09961 号	张店区华光路 268 号一东 B507	30.63	商业	2044-02-28
21	淄国用（2008）第A09962 号	张店区华光路 268 号一东 B509	30.63	商业	2044-02-28
22	淄国用（2008）第A09963 号	张店区华光路 268 号一东 B510	30.63	商业	2044-02-28
23	淄国用（2008）第A09964 号	张店区华光路 268 号一东 B410	30.63	商业	2044-02-28
24	淄国用（2008）第A09965 号	张店区华光路 268 号一东 B406	30.63	商业	2044-02-28
25	淄国用（2008）第A09966 号	张店区华光路 268 号一东 B412	30.64	商业	2044-02-28
26	淄国用（2008）第A09967 号	张店区华光路 268 号一东 B401	91.28	商业	2044-02-28
27	淄国用（2008）第A09968 号	张店区华光路 268 号一东 B501	79.98	商业	2044-02-28
28	淄国用（2008）第A09969 号	张店区华光路 268 号一东 B405	58.88	商业	2044-02-28
29	淄国用（2008）第A09970 号	张店区华光路 268 号一东 B404	64.66	商业	2044-02-28
30	淄国用（2008）第A09971 号	张店区华光路 268 号一东 B411	30.64	商业	2044-02-28
31	淄国用（2008）第A09972 号	张店区华光路 268 号一东 B512	30.64	商业	2044-02-28
32	晋国用（2010）第00541 号	晋江市磁灶镇大宅村、锦美村	14,092	工业	2060-6-15
土地使用权人：泉州九牧王					
33	泉国用（2001）字第100095 号	泉州市清蒙科技工业区 3-6（B）号	21,672.30	工业	2047-08-28
34	泉国用（2001）字第100098 号	泉州市清蒙科技工业区 3-6（A）号	7,787.40	商业	2041-05-30

35	泉国用（2006）第100109号	泉州经济技术开发区清蒙园区3-5（A）-1、3-7（A）-1	27,897.40	工业	2056-02-26
36	泉国用（2009）第100013号	泉州市经济技术开发区清濛园区 4-1（G）、4-2（D）号地块	4,549.40	工业	2047-08-20
37	泉国用（2009）第100014号	泉州市经济技术开发区清濛园区 4-3（A）号地块	6,037.10	工业	2047-08-20
38	泉国用（2009）第100015号	泉州市经济技术开发区清濛园区 2-8（C）号地块	3,901.50	工业	2047-10-07
39	泉国用（2009）第100016号	泉州市经济技术开发区清濛园区 2-8（E）号地块	3,449.20	工业	2047-10-07
土地使用权人：厦门九牧王					
40注	厦国土房证第地00010224号	思明区观音山片区D21地块“九牧王营运中心”建设用地	5,066.61	办公	2057-04-05

注：根据厦门九牧王与厦门市国土资源与房产管理局签署的《厦门市国有建设用地使用权有偿使用合同书》，厦门九牧王取得的前述厦国土房证第地00010224号《土地房屋权证》项下土地存在权利限制，具体包括：如厦门九牧王欲改变土地的现有“办公”用途，须经出让方批准并重新签订出让合同，并按批准时该地块的实时市场价格补交土地出让金；如厦门九牧王欲转让土地使用权，须经出让方批准并补交土地出让金；如厦门九牧王欲整体抵押土地使用权，须经厦门市人民政府批准。

（2）公司尚未取得土地使用权属证书的土地

2010年6月30日，发行人与泉州市国土资源局签署合同编号为泉地（2010）ZB合42号的《国有建设用地使用权出让合同》，以680,559元的价格，购买坐落于泉州经济技术开发区清濛园区3-5号地块50年土地使用权，该地块面积为3,355.5平方米，用途为工业用地。发行人已全额缴纳了土地出让金，现正在办理权属证书的过程中。

2、商标

（1）公司拥有的国内注册的主商标

截至本招股说明书签署日，公司现已取得13项与其业务直接相关的国内注

册的主商标的权属证书，具体情况如下表所示：

序号	注册号	商标	类别	注册有效期限
1	3062459	JOE ONE 九牧王	第 25 类	2013-04-27
2	4264654	牧心者牧天下	第 25 类	2018-05-06
3	4667814	心到自然成	第 25 类	2019-02-27
4	4863825	JOE ONE	第 25 类	2019-04-27
5	4863826		第 25 类	2019-04-27
6	4863827	JOE ONE	第 25 类	2019-04-27
7	4863828	九牧王	第 25 类	2019-04-27
8	4863992	JOE ONE 九牧王	第 25 类	2019-04-27
9	6978747	JOEONE	第 25 类	2020-08-27
10	7773666	JOEONE	第 25 类	2020-12-06
11	7967316	JOEONE	第 25 类	2021-01-06
12	7967318	JOE ONE	第 25 类	2021-01-06

13	7967322		第 25 类	2021-01-06

（2）公司及控股子公司拥有的保护性商标

为减少公司主商标受到不正当竞争的可能，公司实施了注册保护性商标的措施，具体情况如下：

① 公司拥有的国内注册的保护性商标情况

截至本招股说明书签署日，公司已取得权属证书的保护性商标 438 项，另有 175 项保护性商标注册申请已被国家商标局受理但尚未取得权属证书。

②公司及控股子公司拥有的国外注册的保护性商标情况

截至本招股说明书签署日，公司及控股子公司共拥有 81 项国外注册的保护性商标。

（3）公司拥有的与主商标及保护性商标无关联的商标

①截至本招股说明书签署日，公司子公司泉州九牧王共拥有 15 项注册商标的权属证书，其中与“格利派蒙”相关的 11 项注册商标转让给公司，并已完成变更登记手续。为加强对“格利派蒙”主商标的保护，公司申请注册了对该主商标的 16 项保护性商标，截至本招股说明书签署日，该等申请均已获国家商标局核发《注册申请受理通知书》。

②公司于 2009 年 9 月 20 日与厦门帆派服饰有限公司签署《商标转让合同》，以 1,800 万元的价格购买厦门帆派服饰有限公司已注册登记的“FUN”主商标及其保护性商标共 30 项。截至本招股说明书签署日，公司已全额付清购买款，上述商标已全部完成变更登记手续。

此外，公司申请注册了对该主商标的 44 项保护性商标，截至本招股说明书签署日，该等已被国家商标局受理但尚未取得权属证书。

③欧瑞宝公司于 2010 年 8 月 6 日与 Vigano’ S.r.l.公司签署《商标购买和转让协议》，以 449,775.00 欧元的价格购买 Vigano’ S.r.l.公司在中国大陆、香港和台湾地区分别登记注册的“VIGANO’”商标各 1 项及在澳门的“VIGANO’”商标申请权。该协议还约定，欧瑞宝公司在付清价款但上述商标的注册变更手续完成前，有权以自己的名义使用该商标。截至本招股说明书签署日，欧瑞宝公司已经付清全部

价款，中国大陆的“VIGANO’”国际注册商标转让手续已在世界知识产权组织国际局办理完毕，香港地区的“VIGANO’”商标已完成转让手续，其余 2 项商标的变更登记手续正在办理过程中。

此外，欧瑞宝公司申请注册了 69 项与“VIGANO’”有关的保护性商标，截至本招股说明书签署日，该等申请已被国家商标局受理但尚未取得权属证书。

3、专利

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司拥有已注册的专利权有 7 项，具体情况如下：

序号	专利名称	专利类型	专利号	授权公告日
1	型材（一）	外观设计	ZL 2010 3 0002663.X	2010-09-29
2	型材（二）	外观设计	ZL 2010 3 0002664.4	2010-09-29
3	弹力腰裤子	实用新型	ZL 2010 2 0119025.0	2010-10-06
4	活动腰裤子	实用新型	ZL 2010 2 0119051.3	2010-10-20
5	型材（三）	外观设计	ZL 2010 3 0002662.5	2010-11-17
6	缝纫机布料拖拉装置	实用新型	ZL 2010 2 0166769.8	2010-12-29
7	裤腰成型装置	实用新型	ZL 2010 2 0166793.1	2010-12-29

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司已获受理尚未注册的专利申请有 3 项，具体情况如下：

序号	专利名称	专利类型	申请号	申请日
1	隔层口袋	实用新型	201020166801.2	2010-04-22
2	一种防盗裤子	实用新型	201020635190.1	2010-11-30
3	一种纽扣强度测试仪	实用新型	201020635346.6	2010-11-30

4、著作权

截至本招股说明书签署日，发行人拥有 10 项著作权，具体如下：

序号	登记号	作品名称
1	13-2009-J-5466	《九牧王男装终端形象设计及施工图》
2	13-2009-J-5467	《九牧王西裤终端形象设计及施工图》
3	13-2010-J-1323	《九牧王 L 型小裤模组合台设计图》
4	13-2010-J-1324	《九牧王裤文化墙》
5	13-2010-J-1325	《九牧王裤文化精品柜设计》
6	13-2010-F-1321	《JOEONE 图形 1》
7	13-2010-F-1322	《JOEONE 图形 2》
8	2011SR002590	产品满意度调研系统 V1.0
9	2011SR002857	会员管理系统[简称：VIP] V1.0
10	2011SR002858	人力资源管理流程调查系统[简称：HR PST] V1.0

六、特许经营权情况

截至本招股说明书签署日，本公司不拥有任何特许经营权。

七、公司的技术与研发情况

（一）公司现有的技术水平

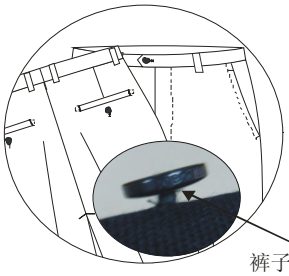
公司主要产品生产技术处于大批量生产阶段，技术成熟，生产稳定。

公司注重从面、里、辅料的检验到裁剪、预备、缝制及后整等一整套工艺的结合。在版型制作方面，公司不断收集不同区域消费者人体曲线数据，掌握人体特征，强调静态穿着合体的同时，充分考虑人体动态时需要的松量，确定一套无规律的各部位的细节尺寸来符合不同版型的制作，公司开发的每款产品均由不同体型的人通过直立、行走、下蹲等各个角度进行审视，充分考虑到体型与松量的结合，达到合体、舒适的最佳穿着效果。在工艺制作方面，公司在生产制作每款产品时，会对每道工序进行分析，找出特殊工序开发的模具，以杜绝人为造成的产品缺陷，提高公司产品质量，并通过国内外先进的生产设备及自创的工艺模型，生产出“专业好品质”的产品以满足不同区域不同细分市场消费者的需求。

另外，公司也通过国内外的信息收集中心吸收流行的前沿信息，并结合公司产品的风格和市场消费者的需求，开发不同款式与时尚度的产品以满足消费者差异化与个性化需求。

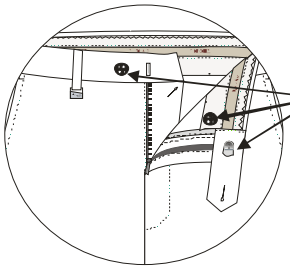
公司是参与制定《中华人民共和国国家标准 西裤》（GB/T2666-2009）、《中华人民共和国国家标准 水洗整理服装》（GB/T22700-2008）的主要起草单位；公司拥有省级技术中心及中国合格评定国家认可委员会认可的检测实验室；2004年“九牧王杯”全国服装制作工职业技能大赛上使用的西裤质量检测标准便是采用公司制定的标准。

公司核心产品男裤工艺技术特点如下：



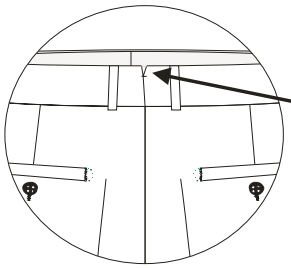
裤子上的所有纽扣均采用专机模仿手工缠线，使纽扣距离布面一定高度，在扣好后不会出现凹陷不平现象。

仿手工钉制



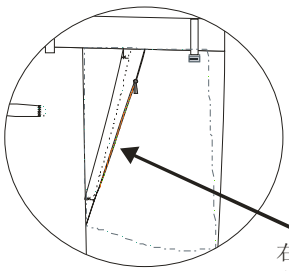
三重保险

门襟采用三重钮扣/裤勾保护，以防在穿着时当外力（例如打喷嚏、吃饱饭等）拉紧或受力过度而崩裂，避免造成尴尬场面。



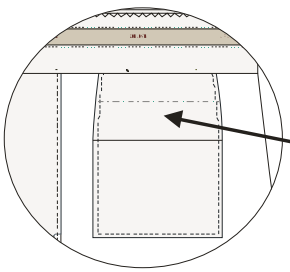
后腰中开衩

裤腰后中1cm高的开衩，在消费者往后伸展时不受腰部纬度的控制，同时也不会造成裤子腰部的变形。



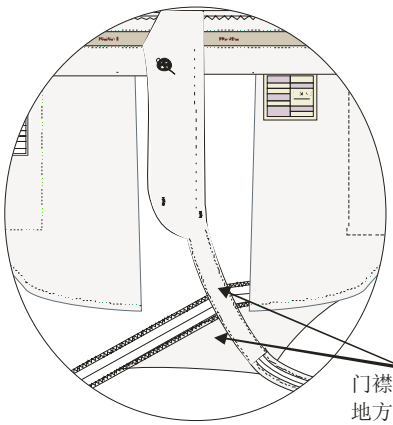
右侧袋设计有隐形暗袋，在放置贵重物品时，具备很强的隐蔽性，起到防盗防丢功能。

隐形仿盗袋设计



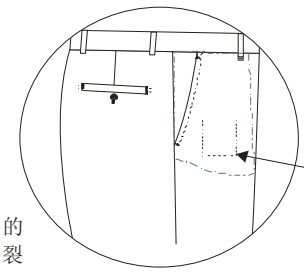
后袋布特殊折叠工艺

后袋布独特的折叠工艺在考虑西裤外观平正同时 完美内在细节，隐藏钉扣及压线接头并避免与其他织物摩擦产生的起毛球现象。



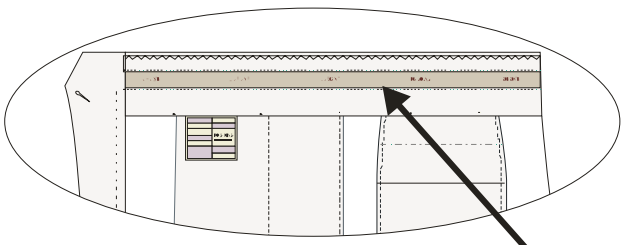
门襟和裆底是接线较多的地方，同时也是较容易裂开的地方，采用过桥布加三角里布的独特工艺在保证穿着的舒适性外，起到很好的加强牢固作用。

特殊的裤裆工艺



袋中袋

前侧袋中袋，处于侧臀部凸起的边缘，在消费者放置手机及打火机等小物件时能使袋布自然下垂紧贴腿部，避免因裤子表面的凸起及物品的下垂造成的不舒适感。



独特的西裤腰里工艺及合理的分割设计，在确保美观平整外，更好的起到腰部固定和防滑作用。

独特腰里工艺

（二）公司的研究开发情况

1、研发费用

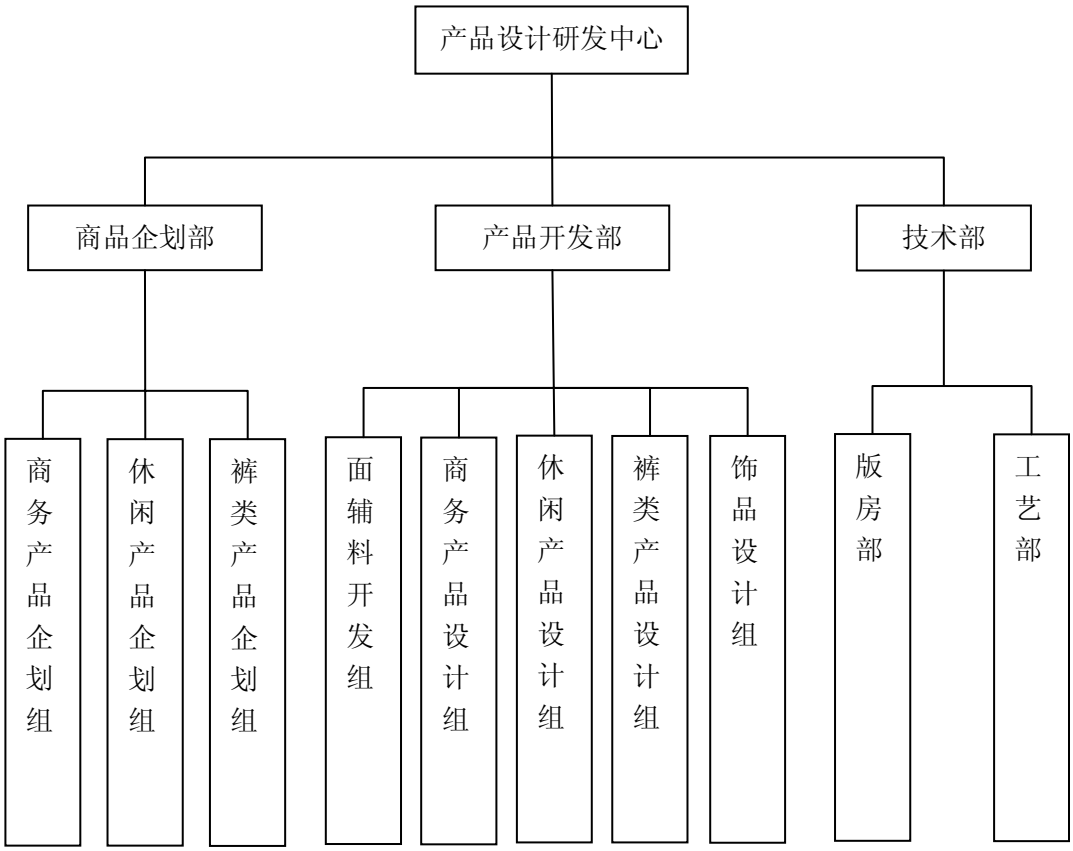
公司注重对新产品的开发，近年来不断加大对研发费用的投入。公司最近三年的产品设计开发费用情况如下表所示：

名称	2010 年	2009 年	2008 年
产品研发费用（万元）	952.57	761.99	553.82
占营业收入的比例（%）	0.57	0.54	0.46

2、公司研发机构的组成情况

公司目前产品设计研发中心分为商品企划部、产品开发部和技术部三个部门由设计总监统一负责。其中，商品企划部分为商务、休闲及裤装三个产品企划组；产品开发部下设面辅料开发组，同时将设计部门分为商务、休闲、裤装和饰品四大设计组；技术部由工艺部和版房部构成。目前，公司共有核心的设计研发人员 80 名，具有较为丰富的纺织服装方面的理论知识和实践经验。

公司现有研发体系的架构：



3、公司未来的研发体系

公司未来的研发体系将在现有的基础上，继续引进国内外知名的设计研发人员，加大先进研发设备及开发软件的投入，并在米兰、纽约、巴黎、东京、香港、上海等地设立信息收集中心，跟踪了解最新的服装流行趋势。

（三）公司的技术创新机制

公司将通过积极开展以下几个方面工作不断完善技术创新机制，提高企业产品竞争力。

1、紧随国际化服装流行趋势，抢占研发的制高点

公司将通过在米兰、巴黎、纽约、东京、香港、上海等地设立信息收集中心及与国外服装流行信息收集机构合作的方式，搜集、整理、分析最新的服装流行趋势等信息；公司每年定期派设计人员前往意大利、法国、日本等国考察、交流学习，把握最前沿的服装流行趋势，了解其最新的服装设计理念。通过将最新的国际化服装流行趋势与公司的实际情况和目标消费群的消费特征相结合，设计出更具竞争力的产品。

2、加大服装面、辅料的开发力度，保持服装面、辅料供应链的独特性

公司将与国内外优秀的面辅料开发商进行合作，共同开发环保、舒适、功能性等面料，满足消费者的差异化需求，进一步提高公司产品的竞争力。

3、加强优秀人才的培养，提高公司整体设计研发能力

公司将采用对外招聘与内部培养的方式提高公司研发团队的实力，将不断引进国内外先进的设计研发人员，内部通过持续的培训、交流提高研发人员的设计水平，打造成一支国际化的设计团队。公司还将通过实施科学化的考核、建立有效的激励机制，提高研发人员的创新热情，开发出更加适销对路的产品。

4、注重服装的工艺改进，满足消费者的个性化需求

公司非常重视服装工艺的持续改进，通过不断收集不同地区消费者人体数据，持续改进版型工艺模具，不断推陈出新，开发出适合不同消费者的版型及款式，满足不同消费者的个性化需求。

5、持续加大研发费用的投入

为了保持公司产品设计研发方面的领先优势，不断满足消费者的个性化需求，公司将不断加大对研发费用的投入，通过购买国内外先进的研发设备与开发

软件系统，提高公司研发软硬件设施的先进性，并不断加大对人才投入，引进国内外先进的设计研发人才，打造一支具有国际水准的设计师团队。

八、产品的质量控制

公司始终都把产品质量管理作为公司的重要工作，把奉献高品质产品给消费者作为公司的经营目标，把产品质量的管理作为企业战略管理的重要部分，为保证产品的质量始终如一，企业通过了 IS09001 质量管理体系与产品质量双认证，主导产品分别通过 IS014001 环境管理体系及中国环境产品双认证，取得“国家质量检测合格产品”证书，企业荣获了“全国产品质量、售后服务信誉双保障企业”的美誉。

公司按照国家 ISO9001:2000 质量管理体系标准并根据自身生产模式的特点，在产品的生产过程中，制定了严格的质量标准和措施，公司商品运营中心下设质量检验部负责从原材料进厂到产品出厂等质量检验管理工作。

（一）公司的产品质量控制

1、公司采用的主要质量控制标准如下

检验项目	适用标准
西裤	GB/T2666-2009
休闲裤	FZ/T81007-2003 GB/T22700-2008
牛仔裤	FZ/T81006-2007
茄克衫	FZ/T81008-2004
西服/大衣	GB/T2664-2009
休闲西服	FZ/T81007-2003
棉服	GB/T2662-2008
羽绒服	GB/T14272-2002
风衣	FZ/T81010-2009
衬衫	GB/T2660-2008
T 恤	GB/T22849-2009
羊毛衫	FZ/T73005-2002 FZ/T73018/2002

2、公司产品的质量控制流程

公司对生产线各岗位操作人员提出了严格的要求，对各工序制定了严格操作规程，制定各部门质检岗位职责，明确任务和职权，各司其责，紧密配合，形成了一个高效、协调、严密的质量管理工作体系。

（1）面、辅料的质量控制

公司产品所采用的面、辅料主要由国内外知名供应商定点、定牌供应的。从采购源头上保证所采购的面、辅料的甲醛含量、PH 值等符合国家规定的指标。公司设立检测中心，对不同种类的面料进行严格检验，此外，公司对特殊的面料在开裁前进行物理性的预缩整理，经过处理后的面料可增强纤维弹性和形态记忆定型功能并消除纤维的内应力。

（2）生产过程的质量控制

公司产品从面料检验合格后进入生产线，从裁床到包装，制定出高于国家标准的自控标准和管理规定进行生产作业，并在生产的各环节设置专职检验员对产品进行检验。

在产品的重要部分及特殊工艺，公司使用了意大利、德国及日本先进的电脑自控专用设备，这些设备的使用改进了很多人工难以控制的工艺技术，同时大大提高了生产水平，使产品在整体质量上有了较大程度的提高。在缝制过程中，使工人能准确掌握每一个工序部位的尺寸；同时，公司自行研发制作了很多工艺模具，工人可直接按照模具的设定进行操作，既可避免人为不熟练造成的产品缺陷，又可提高操作速度。

（3）产成品出厂检验

为了进一步保证产品质量，所有成品在出厂前都必须按规定货号数量抽检，抽检中出现货号批量判定不符合标准规定的，将全部退回工厂返修。成品均需经省纤维检验所配合公司进行成衣检验，检验项目包括外观、标识、标注、甲醛、PH 值等相关产品标准要求项目。上述其中的任一项目如未达到国家相关标准要求均不能对外销售。

（4）技术检测条件

公司拥有省级技术中心，其检测中心获得了中国合格评定国家认可委员会认可，拥有染化实验室、恒温恒湿实验室、评级专用暗室等，检测设备齐全，具备了纺织品甲醛含量、PH 值、色牢度等多项指标的检测能力，其检测水平均达到国内领先水平。

（二）公司的服务质量控制

在售后服务方面，公司设有全国客户免费投诉热线电话，各省都设有售后服

务机构。若出现质量问题或服务投诉时，顾客可直接向当地的售后服务机构或公司售后服务中心投诉。

公司还制定了《售后服务制度》、《商品退货责任规定》，对符合公司制度规定的必须及时处理、记录，对产品在使用过程中出现的问题进行汇总、分析，及时给予跟踪处理，同时为公司今后产品改进提供依据。公司每年还针对性地进行顾客满意度调查，了解顾客的需求及公司产品质量现状，为公司改进质量管理创造机会。

第七节 同业竞争与关联交易

一、同业竞争

（一）同业竞争情况

公司目前主要从事“九牧王”品牌服饰的设计研发、生产、销售及品牌推广，经营范围为生产纺织品、服装、皮革服饰、家具、运动鞋及相关技术的交流和推广（出口不含配额许可证管理品种）。

公司控股股东为九牧王投资，实际控制人为林聪颖，控股股东、实际控制人控制的其他企业为九牧王 BVI-1、九牧王 BVI-2、九牧王国际、九牧王香港、福建服饰、晋江制衣、九牧王泉州及九牧王发展，控股股东、实际控制人及其控制的其他企业均不与公司构成同业竞争关系。上述企业的具体请见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人的发起人、主要股东及实际控制人的情况”。

（二）关于避免同业竞争的承诺

为了避免与公司可能出现的同业竞争，维护公司全体股东的利益，保证公司长期稳定发展，林聪颖作为公司的实际控制人，代表其本人及本人现在控制、将来有可能控制的其他企业出具了《消除和避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

1、目前不存在与发行人从事相同、类似或在任何方面构成竞争的业务（以下合称“竞争性业务”）的情形，以前存在的竞争性业务已经通过变更经营范围的方式加以消除；

2、在未来不会以任何方式从事（包括与其他方合作直接或间接从事）竞争性业务；也不会投资于从事竞争性业务的公司、企业或其它机构、组织，以避免对发行人的经营活动构成新的、可能的直接或间接的业务竞争；

3、在未来不会促使其他可能的竞争方直接或间接从事、参与或进行竞争性业务；在任何情况下，当可能的竞争方发现自己从事竞争性业务时，可能的竞争方将自愿放弃该业务；

4、可能的竞争方不会向从事竞争性业务的公司、企业或其它机构、组织或个人提供资金、技术或提供销售管道、客户信息支持。

九牧王投资作为公司的控股股东，出具了《消除和避免同业竞争的承诺函》，

承诺如下：

1、目前不存在与发行人从事相同、类似或在任何方面构成竞争的业务（以下合称“竞争性业务”）的情形；

2、在未来不会以任何方式从事（包括与其他方合作直接或间接从事）竞争性业务；也不会投资于从事竞争性业务的公司、企业或其它机构、组织，以避免对发行人的经营活动构成新的、可能的直接或间接的业务竞争；

3、在未来不会促使其他可能的竞争方直接或间接从事、参与或进行竞争性业务；在任何情况下，当可能的竞争方发现自己从事竞争性业务时，可能的竞争方将自愿放弃该业务；

4、可能的竞争方不会向从事竞争性业务的公司、企业或其它机构、组织或个人提供资金、技术或提供销售管道、客户信息支持。

二、关联方及关联关系

根据《公司法》和《企业会计准则》的规定，截至本招股说明书签署日，公司的关联方及关联关系如下：

（一）公司控股股东和实际控制人

公司的控股股东是九牧王投资，持有公司 74.5148%的股份；公司的实际控制人为林聪颖，通过控制九牧王投资，间接持有公司 74.5148%的股权。

（二）公司实际控制人控制的其他企业

公司实际控制人林聪颖控制的其他企业为九牧王 BVI-1、九牧王 BVI-2、九牧王国际、九牧王香港、福建服饰、晋江制衣、九牧王泉州及九牧王发展，其具体情况请见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人的发起人、主要股东及实际控制人的情况”之“（二）实际控制人情况”之“2、实际控制人控制的其他企业”。

（三）其他持有公司 5%以上股份的股东

持有公司 5%以上股份的股东为顺茂投资、睿智投资和铂锐投资，其基本情况请见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人的发起人、主要股东及实际控制人的情况”之“（三）其他发起人股东情况”。

（四）公司下属子公司

公司下属子公司为泉州九牧王、厦门九牧王、欧瑞宝公司、玛斯公司及九牧王零售，具体情况请见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人的对外投资情况”之“（一）控股子公司的基本情况”。

（五）关联自然人

公司的关联自然人为董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员。除实际控制人林聪颖以外，公司的董事、监事、高级管理人员及其与公司存在关联交易的家庭成员如下所示：

序号	姓名	关联关系
1	陈金盾	公司副董事长，林聪颖妻子之兄
2	陈加芽	公司董事、总经理，林聪颖妻子之弟
3	陈加贫	公司董事、副总经理，林聪颖妻子之弟
4	林沧捷	公司董事、副总经理，林聪颖之弟
5	张景淳	公司董事、副总经理、财务总监
6	薛祖云	公司独立董事
7	童锦治	公司独立董事
8	王茁	公司独立董事
9	李志坚	公司监事会主席
10	张晓薇	公司监事
11	陈爱华	公司监事
12	林玉熊	公司副总经理，林聪颖之父
13	柯敏坚	公司副总经理
14	曾勇	公司副总经理
15	徐芳	公司副总经理
16	林荣宗	公司副总经理
17	吴徽荣	公司副总经理、董事会秘书
18	杨燕峰	公司原监事，2010.3.22 后不再担任公司监事
19	洪玉衡	林聪颖之女婿
20	洪于生	林聪颖女婿洪玉衡之父
21	陈志生	陈加芽妻子之兄
22	吴友烈	张景淳姐姐之夫
23	杨冰河	杨燕峰之兄
24	陈培泉	陈加贫之子

（六）其他关联方

其他关联方主要为除实际控制人林聪颖以外的关联自然人控制或参股的其他企业，其中曾存在关联交易的其他关联方具体情况如下所示：

序号	关联方名称	关联关系
1	智立方投资	陈美箸持有其 95%股权，公司股东之一
2	金盾咨询	陈金盾持有其 40%股权，陈加贫持有其 40%股权，陈加芽持有其 20%股权
3	好易居投资	陈金盾持有其 33.33%股权，陈加贫持有其 33.33%股权，陈加芽持有其 33.33%股权
4	石狮市博纶纺织贸易有限公司	洪于生持有其 60%股权
5	厦门市宝纶纺织科技有限公司	洪玉衡持有其 98.18%股权
6	安徽九特龙服饰有限公司	陈加芽妻子之兄陈志生持有其 50%股权
7	合肥九特龙洋服时装有限公司	陈加芽妻子之兄陈志生持有其 80%股权
8	宁波市江东冠利贸易有限公司	张景淳姐姐之夫吴友烈持有其 90%股权
9	泰州市海陵区佳龙商贸有限公司	持有该公司 80%股权的杨冰河为公司前任监事杨燕峰之兄，2010 年 3 月 22 日后杨燕峰不再担任公司监事

三、关联交易情况

公司具有独立、完整的产供销体系，对控股股东及其他关联方不存在依赖关系，报告期内关联交易情况如下：

（一）经常性关联交易

1、销售商品

（1）报告期内公司与关联方发生的关联交易情况

合肥九特龙洋服时装有限公司、宁波市江东冠利贸易有限公司、泰州市海陵区佳龙商贸有限公司、安徽九特龙服饰有限公司均为公司的加盟商，报告期内公司向上述加盟商销售商品的情况如下表所示：

时间	关联方	金额（元）	占营业收入的比重
2010 年度	合肥九特龙洋服时装有限公司	74,511,138.83	4.45%
	宁波市江东冠利贸易有限公司	11,803,895.79	0.70%
	泰州市海陵区佳龙商贸有限公司	5,644,066.05	0.34%
	合计	91,959,100.67	5.49%
2009 年度	合肥九特龙洋服时装有限公司	81,508,407.82	5.81%
	宁波市江东冠利贸易有限公司	11,963,160.32	0.85%
	泰州市海陵区佳龙商贸有限公司	4,571,801.35	0.33%
	合计	98,043,369.49	6.99%
2008 年度	合肥九特龙洋服时装有限公司	71,531,880.80	5.82%
	宁波市江东冠利贸易有限公司	7,629,996.33	0.62%
	安徽九特龙服饰有限公司	12,290,985.61	1.00%
	泰州市海陵区佳龙商贸有限公司	3,463,554.69	0.28%
	合计	94,916,417.43	7.72%

合肥九特龙洋服时装有限公司、宁波市江东冠利贸易有限公司、安徽九特龙服饰有限公司是公司的一级加盟商，泰州市海陵区佳龙商贸有限公司是公司的二级加盟商，对上述关联方销售的定价均执行公司统一的定价策略，与公司给予其他同级别加盟商的折扣率相同。

报告期内，公司发生的关联销售总额占当期营业收入的比例较小，对公司经营成果未产生重大影响。上述关联方已在其所在地区拥有稳定的销售终端体系，与公司建立了稳定的合作关系，公司未来与其发生的关联销售将依据《公司章程》、《关联交易管理制度》等的规定履行必要的决策程序，确保交易的公平性。

（2）公司向关联方及非关联方的销售价格比较

①公司销售定价政策

根据公司与加盟商签订的《特许经销合同》的约定，公司对一级加盟商销售价格为市场标准价的一定折扣，二级加盟商的销售价格的折扣率稍高于一级加盟商。因此，公司销售给一级加盟商和二级加盟商的价格是有区别的，但是对所属相同类别的加盟商销售政策是一致的。公司关联交易价格的定价依据与公司销售价格的定价政策一致，无任何差异，即公司根据商品的成本加成法并结合竞争对手相似产品的价格制定对外销售的标准价格，然后根据对外销售的标准价格一定折扣确定与公司加盟商的批发价格。

②关联方与非关联方实际销售价格统计对比情况

报告期内主要关联方合肥九特龙、安徽九特龙、宁波江东冠利均为一级加盟商，因此，以下将向上述关联方的销售价格和向非关联一级加盟商销售的平均价格进行比较，具体情况如下：

时间	关联性质	客户	产品	销售单价（元）
2010 年	关联方	合肥九特龙洋服时装有限公司	男裤	142.55
			茄克	391.73
			T 恤	214.85
			衬衫	133.96
		宁波市江东冠利贸易有限公司	男裤	155.03
			茄克	386.49
			T 恤	204.39
			衬衫	137.69
	非关联方	一级非关联方加盟商	男裤	138.66
			茄克	338.65
			T 恤	224.98

时间	关联性质	客户	产品	销售单价（元）
			衬衫	142.36
2009 年度	关联方	合肥九特龙洋服时装有限公司	男裤	105.29
			茄克	307.79
			T 恤	131.46
			衬衫	92.33
		宁波市江东冠利贸易有限公司	男裤	120.25
			茄克	280.89
			T 恤	149.82
			衬衫	110.65
	非关联方	一级非关联方加盟商	男裤	103.70
			茄克	286.09
			T 恤	141.71
			衬衫	93.23
2008 年度	关联方	合肥九特龙洋服时装有限公司	男裤	127.92
			茄克	315.19
			T 恤	145.64
			衬衫	96.50
		宁波市江东冠利贸易有限公司	男裤	95.59
			茄克	279.20
			T 恤	107.84
			衬衫	94.31
		安徽九特龙服饰有限公司	男裤	109.76
			茄克	305.09
			T 恤	112.93
			衬衫	88.02
	非关联方	一级非关联方加盟商	男裤	99.65
			茄克	292.81
			T 恤	135.79
			衬衫	95.43

佳龙商贸为公司的二级加盟商，为保证可比性，现随机选取与佳龙商贸所在区域较近的 61 家非关联二级加盟商样本进行对比，具体情况如下：

时间	关联性质	客户	产品	销售单价（元）
2010 年	关联方	泰州市海陵区佳龙商贸有限公司	T 恤	211.97
			衬衫	150.08
			男裤	149.78
			茄克	291.80
	二级非关联方	除佳龙商贸外江苏区域的 61 家二级加盟商	T 恤	229.04
			衬衫	151.26
			男裤	156.49
			茄克	285.69

2009 年度	关联方	泰州市海陵区佳龙商贸有限公司	T 恤	194.00
			衬衫	132.01
			男裤	143.49
			茄克	382.65
	二级非关联方	除佳龙商贸外江苏区域的 61 家二级加盟商	T 恤	212.79
			衬衫	141.47
			男裤	148.88
			茄克	439.61
2008 年度	关联方	泰州市海陵区佳龙商贸有限公司	T 恤	164.41
			衬衫	119.50
			男裤	130.61
			茄克	365.57
	二级非关联方	除佳龙商贸外江苏区域的 61 家二级加盟商	T 恤	177.47
			衬衫	120.87
			男裤	138.63
			茄克	424.84

上述统计的公司向关联方与非关联方的实际销售平均价格基本一致，略有差别的原因为不同加盟商所处区域不同，加盟商会根据其所在市场消费者偏好、消费水平、气候环境差异等情况确定向公司选择采购不同品类、不同档次的产品，这种差异是正常的。

综上，保荐机构认为，公司向关联方执行的销售政策，包括定价政策、退换货政策、回款政策等，均与发行人对其它无关联加盟商所执行的政策相同，交易条件和交易定价不存在明显差异，关联交易公允。

2、购买商品

（1）报告期内公司与关联方发生的关联采购情况

厦门市宝纶纺织科技有限公司和石狮市博纶纺织贸易有限公司为公司的面料供应商，报告期内公司向这两家供货商采购货品的情况如下表所示：

时间	关联方	金额（元）	占原材料采购总额的比重	占当期营业成本的比重
2010 年度	厦门市宝纶纺织科技有限公司	8,138,028.29	2.23%	1.09%
	石狮市博纶纺织贸易有限公司	2,864,842.95	0.78%	0.38%
	合计	11,002,871.24	3.01%	1.48%
2009 年度	厦门市宝纶纺织科技有限公司	5,269,719.59	1.59%	0.72%
2008 年度	厦门市宝纶纺织科技有限公司	3,995,033.48	1.09%	0.62%
	石狮市博纶纺织贸易有限公司	256,824.53	0.07%	0.04%
	合计	4,251,858.01	1.16%	0.66%

公司与这两家供货商的采购价格均按市场价格协商确定。报告期内，公司发生的关联采购总额占当期同类型交易及营业成本的比例较小，对公司经营成果未产生重大影响。这两家供货商与公司合作多年，已在货品质量、供货时间等多方面形成一定的默契，公司未来与其发生的关联采购将依据《公司章程》、《关联交易管理制度》等的规定履行必要的决策程序，确保交易的公平性。

（2）公司向关联方及非关联方（除关联方之外的供应商）采购价格比较

①关联方与非关联方实际采购价格统计对比情况

公司的采购流程：公司在采购原材料时，对候选的原料供应商（包括关联和非关联供应商）进行询价，并结合原料供应商的交货期、供货质量、市场上同类原材料价格等因素确定最终的原料供应商，最终的采购价格也是市场化询价的结果。无论是关联供应商还是非关联供应商，其价格的定价依据是一致的，均是依据市场询价的结果。

公司向关联方及非关联方实际采购平均价格统计：报告期内，公司向关联方采购的原材料为面料。公司向外部非关联方及关联方采购的面料平均价格如下表所示：

时间	关联性质	采购方	采购单价（元/米）	差异率
2010 年度	关联方	厦门市宝纶纺织科技有限公司	27.43	4.02%
	关联方	石狮市博纶纺织贸易有限公司	28.50	0.28%
	非关联方	-	28.58	
2009 年度	关联方	厦门市宝纶纺织科技有限公司	19.07	28.12%
	非关联方	-	26.53	
2008 年度	关联方	厦门市宝纶纺织科技有限公司	22.05	20.74%
		石狮市博纶纺织贸易有限公司	20.77	25.34%
	非关联方	-	27.82	

上表统计结果为包括了各种面料的平均价格。报告期内公司从关联方采购面料的平均价格均低于非关联方的采购价格。关联方与非关联方实际采购平均价格存在一定差异的主要原因为：面料种类繁多，不同成分、重量及幅宽的面料价格差异较大。

综上，保荐机构认为公司与关联方发生的关联采购价格是市场询价的结果，虽然与非关联方采购的平均价格存在一定的差异，但造成此差异的原因是采购了不同种类的面料，非人为调整的原因，关联交易价格是公允的。

（3）公司保证上述关联交易价格公允的机制

公司对关联方的采购价格主要通过市场询价确定，对关联方的销售价格的定价机制同非关联方一致，即均按照成本加成法并结合市场同类产品的销售价格综合考虑确定对外销售标准价，再按照公司规定的加盟商类别给予一定的折扣，最终确定对不同类别加盟商的销售价格。

公司通过制定《关联交易管理制度》，规定公司在确认和处理有关关联人之间关联关系与关联交易时，应遵循并贯彻以下原则：（1）尽量避免或减少与关联人之间的关联交易；（2）确定关联交易价格时，应遵循“自愿、平等、诚实信用以及等价有偿”的原则，并以书面协议方式予以确定；（3）关联董事和关联股东回避表决；（4）必要时聘请独立财务顾问或专业评估机构发表意见和报告。

公司在《九牧王股份有限公司章程（草案）》中规定，公司与关联法人发生的交易金额超过 300 万元以上、不满 3,000 万元的，或占公司经审计净资产 0.5%以上，不满 5%（以金额低者为准）的关联交易及公司与关联自然人发生的交易金额超过 30 万元以上、不满 3,000 万元的，或占公司经审计净资产 0.5%以上，不满 5%（以金额低者为准）的关联交易需经过董事会审议通过，并需要独立董事发表独立意见。

3、支付给关键管理人员的薪酬

公司的关键管理人员包括董事、监事及高级管理人员， 2008 年、2009 年及 2010 年，关键管理人员人数分别为 10 人、10 人及 18 人，支付给关键管理人员的薪酬总额分别为 1,981,982.00 元、4,054,432.00 元及 7,615,029.00 元。

（二）偶发性关联交易

1、购买商品以外的资产

（1）2009 年 11 月 15 日，公司与福建服饰签订协议，天健光华（北京）会计师事务所有限公司厦门分公司出具的“天健光华审（2009）专字第 020577 号”《固定资产专项审计报告》的结果为作价依据，以 24,909,618.38 元的价格向其购买 1#厂房以及员工宿舍。

（2）2008 年 6 月 17 日和 2008 年 7 月 30 日，公司与金盾咨询分别签订了《国有土地使用权转让合同》和《房地产买卖契约》，以评估价格为依据，经双方协商，公司分别以 63 万元和 238 万元购买了金盾咨询位于磁灶镇大宅村的土

地和房屋，此后双方办理了相关手续，公司获取了相应的《国有土地使用证》和《房屋所有权证》。

2、股权投资

（1）投资厦门九牧王事项

2008 年 6 月 11 日，公司与陈金盾、陈加贫、陈加芽签订协议，分别以原始实际出资额 900 万元购买此三方各自持有的厦门九牧王 15%股权，厦门九牧王于 2008 年 6 月 30 日办理了工商变更登记手续。

2008 年 6 月 11 日，公司与林沧捷签订协议，以 1 元的价格购买其认缴但尚未出资的厦门九牧王 15%的股权，并按章程规定如期出资，厦门九牧王于 2008 年 6 月 30 日办理了工商变更登记手续。

3、关联担保情况

（1）借款担保

担保方	被担保方	借款金额（万元）	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
林聪颖	泉州九牧王	5,800	2005.5.31	2009.5.30	是
福建服饰	泉州九牧王	1,500	2007.11.15	2008.9.15	是
福建服饰、林聪颖	泉州九牧王	9,000	2006.5.10	2008.5.10	是
福建服饰、林聪颖	泉州九牧王	500	2007.3.8	2008.3.28	是
福建服饰、公司、林聪颖	泉州九牧王	500	2007.12.4	2008.12.4	是
泉州九牧王	福建服饰	3,000	2007.4.24	2008.4.24	是
公司	泉州九牧王	6,530	2008.5.27	2009.5.27	是
林聪颖			2008.5.12	2011.5.12	是
林聪颖、泉州九牧王	公司	1,000	2008.9.9	2009.9.9	是
泉州九牧王	公司	1,000	2008.9.3	2009.9.3	是
合　计		28,830	-	-	-

注：截至 2010 年 12 月 31 日，泉州九牧王借款 6,530 万元已经到期偿还完毕。

（2）授信额度担保

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
林聪颖、泉州九牧王[注 1]	公司	10,000	2009.10.31	2010.10.31	是
林聪颖、泉州九牧王[注 2]	公司	5,000	2009.12.22	2010.10.22	是
林聪颖、泉州九牧王[注 3]	公司	10,000	2009.12.31	2010.10.31	是
林聪颖、泉州九牧王[注 4]	公司	20,000	2010.1.1	2010.12.10	是
泉州九牧王[注 5]	公司	12,000	2009.12.28	2010.12.31	是
泉州九牧王[注 6]	公司	15,000	2009.12.28	2010.12.28	是
泉州九牧王[注 7]	公司	30,000	2010.11.17	2011.11.17	否
合 计		102,000	-	-	-

注 1：公司与中国民生银行泉州清濛支行于 2009 年 10 月 31 日签订《综合授信合同》，中国民生银行泉州清濛支行给予公司人民币 1 亿元的综合授信额度，期限为 2009 年 10 月 31 日至 2010 年 10 月 31 日。同时，林聪颖先生和泉州九牧王分别与中国民生银行泉州清濛支行签订了《最高额保证合同》，为公司上述《综合授信合同》进行信用担保，保证额度均为人民币 1 亿元，保证期限为 2009 年 10 月 31 日至 2010 年 10 月 31 日。

注 2：公司与中信银行股份有限公司泉州分行于 2009 年 10 月 22 日签订《综合授信合同》，中信银行股份有限公司泉州分行给予公司人民币 5000 万元的综合授信额度，期限为 2009 年 10 月 22 日至 2010 年 10 月 22 日。同时，林聪颖先生和泉州九牧王分别与中信银行股份有限公司泉州市分行签订了《最高额保证合同》，为公司上述《综合授信合同》进行信用担保，保证额度均为人民币 5,000 万元，保证期限为 2009 年 10 月 22 日至 2010 年 10 月 22 日。

注 3：公司与招商银行股份有限公司泉州分行于 2009 年 12 月 31 日签订《授信协议》，招商银行股份有限公司泉州分行给予公司人民币 1 亿元的综合授信额度，期限为 2009 年 12 月 31 日至 2010 年 12 月 31 日。同时，林聪颖先生和泉州九牧王分别与招商银行股份有限公司泉州分行签订了《最高额不可撤销担保书》，为公司上述《综合授信合同》进行信用担保，保证额度均为人民币 1 亿元，保证期限为 2009 年 12 月 31 日至 2010 年 12 月 31 日。

注 4：公司与兴业银行股份有限公司晋江支行于 2010 年 1 月 1 日签订《基本额度授信合同》,兴业银行股份有限公司晋江支行给予公司人民币 2 亿元的综合授信额度,期限为 2010 年 1 月 1 日至 2010 年 12 月 10 日。同时，林聪颖先生和泉州九牧王分别与兴业银行股份有限公司晋江支行签订了《个人担保声明书》、《最高额保证合同》，为公司上述《基本额度授信合同》进行担保，保证额度均为人民币 2 亿元，保证期限为 2010 年 1 月 1 日至 2010 年 12 月 10 日。

注 5：泉州九牧王与中国工商银行股份有限公司泉州清濛支行于 2009 年 12 月 28 日签订《最高额保证合同》，为公司在 1.2 亿元的最高余额内与中国工商银行股份有限公司泉州清濛支行签订的本外币借款合同、外汇转贷款合同、银行承兑协议、信用证开证协议/合同、开立担保协议、国际国内贸易融资协议、远期结售汇协议等金融衍生类产品协议以及其他文件而享有的对公司的债权进行担保，保证期限为 2009 年 12 月 28 日至 2010 年 12 月 31 日。

注 6：公司与中国银行股份有限公司厦门市分行于 2009 年 12 月 28 日签订《授信额度协议》，中国银行股份有限公司厦门市分行给予公司人民币 1.5 亿元的综合授信额度，期限为 2009 年 12 月 28 日至 2010 年 12 月 28 日。同时，泉州九牧王与中国银行股份有限公司厦门市分行签订了《最高额保证合同》，为公司上述《授信额度协议》进行担保，保证额度为人民币 1.5 亿元，保证期限为《授信额度协议》确定的主债权发生期间届满之日起两年。

注 7：公司与中国民生银行股份有限公司泉州分行签订《授信额度协议》，中国民生银行股份有限公司泉州分行给予公司人民币 3 亿元的综合授信额度，期限为 2010 年 11 月 17 日至 2011 年 11 月 17 日。同时，公司子公司泉州九牧王与中国民生银行股份有限公司泉州分行签订了《最高额保证合同》，为公司上述《授信额度协议》进行担保，保证额度为人民币 3 亿元，保证期限为《授信额度协议》确定的主债权发生期间届满之日起两年。

4、关联租赁情况

（1）2009 年公司与福建服饰签订房产租赁协议，租用福建服饰的房产（1#厂房及员工宿舍），公司 2009 年 1 月至 11 月需支付给福建服饰租金共计 1,306,800.00 元。2009 年 11 月，公司收购了上述房产，今后不再发生该等关联交易。

（2）根据公司与林沧捷签订的《重庆市房屋租赁合同》，公司租赁林沧捷位于重庆市的房产，租赁期限自 2009 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日止，其中 2009 年度、2010 年度租金均为 21,192.00 元，2011 年度、2012 年度租金均为

40,000.00 元。

（3）2010 年 6 月 1 日，公司与陈培泉签署《房屋租赁合同》，租用陈培泉新购自有房产，作为公司长春分公司办公用房，租赁期限自 2010 年 7 月 1 日至 2013 年 6 月 30 日，年租金为 3 万元。

5、关联自然人资金往来情况

报告期内，为支持公司的发展，林聪颖、陈金盾、陈加芽、陈加贫为公司提供无偿资金支持，截至 2010 年 3 月 31 日，公司已经全部归还完毕。具体情况如下：

单位：元

年度	资金往来情况	林聪颖	陈加贫	陈加芽	陈金盾
2008 年	期初欠款额	72,787,481.28	5,000,000.00	0.00	0.00
	收到资金额	74,267,445.00	3,300,000.00	11,320,000.00	58,700,000.00
	归还资金额	73,506,391.73	18,450,000.00	11,600,000.00	56,900,000.00
	收付资金净额	761,053.27	-15,150,000.00	-280,000.00	1,800,000.00
	欠款余额	73,548,534.55	-10,150,000.00	-280,000.00	1,800,000.00
	债务清理额	-18,630,000.00	18,150,000.00	280,000.00	200,000.00
	期末欠款额	54,918,534.55	8,000,000.00	0.00	2,000,000.00
2009 年	期初欠款额	54,956,007.61 [注 1]	8,000,000.00	0.00	2,000,000.00
	收到资金额	82,984,737.51	11,368,251.39	500,000.00	16,130,000.00
	归还资金额	6,500,000.00	2,650,000.00	0.00	44,800,000.00
	收付资金净额	76,484,737.51	8,718,251.39	500,000.00	-28,670,000.00
	欠款余额	131,440,745.12	16,718,251.39	500,000.00	-26,670,000.00
	债务清理额	-37,581,748.61	-8,718,251.39	-500,000.00	29,100,000.00
	期末欠款额	93,858,996.51	8,000,000.00	0.00	2,430,000.00
2010 年	期初欠款额	93,858,996.51	8,000,000.00	0.00	2,430,000.00
	收到资金额	550,000.00	0.00	0.00	0.00
	归还资金额	57,708,996.51	35,720,000.00	5,490,000.00	5,920,000.00
	收付资金净额	-57,158,996.51	-35,720,000.00	-5,490,000.00	-5,920,000.00
	欠款余额	36,700,000.00	-27,720,000.00	-5,490,000.00	-3,490,000.00
	债务清理额	-36,700,000.00	27,720,000.00	5,490,000.00	3,490,000.00
	期末欠款额	0.00	0.00	0.00	0.00

注 1： 2009 年期初数与 2008 年期末数不一致，是因为 2009 年公司的合并报表范围减少了福建服饰所致。

说明一：上表关联自然人与公司资金往来情况包括关联自然人与九牧王公司及本次申报财务报表合并报表范围内的福建服饰、泉州九牧王及厦门九牧王的资

金往来合计情况。

说明二：报告期内，公司与关联自然人之间进行的债务清理具体情况如下：

（1）2008 年 12 月债务清理情况

2008 年 12 月，公司与陈加贫、陈加芽、陈金盾、林聪颖签订多方协议，公司将应付林聪颖的债务 18,630,000.00 元与应收陈加贫 18,150,000.00 元、陈加芽 280,000.00 元、陈金盾 200,000.00 元债权共计 18,630,000.00 元对抵。

（2）2009 年 12 月债务清理情况

2009 年 12 月，公司与陈加贫、陈加芽、陈金盾、林聪颖、好易居投资签订多方协议，公司将应付陈加贫 8,718,251.39 元、陈加芽 500,000.00 元、林聪颖 37,581,748.61 元的债务共计 46,800,000.00 元与应收陈金盾 29,100,000.00 元、好易居投资 17,700,000.00 元的债权共计 46,800,000.00 元对抵。

（3）2010 年 3 月债务清理情况

2010 年 3 月，公司与陈加贫、陈加芽、陈金盾、林聪颖、泉州九牧王签订多方协议：

公司将应付林聪颖的债务 65,176,830.53 元与应收陈加贫 16,520,000.00 元、应收陈加芽 5,490,000.00 元及应收陈金盾 5,490,000.00 元的债权共计 27,500,000.00 元进行对抵后，尚欠林聪颖 37,676,830.53 元转为应付给泉州九牧王，泉州九牧王增加应付林聪颖债务 37,676,830.53 元。

厦门九牧王将应付林聪颖 120,000.00 元、应付陈加贫 8,000,000.00 及应付陈金盾 2,000,000.00 元的债务共计 10,120,000.00 元转为应付给泉州九牧王，泉州九牧王增加应付林聪颖 120,000.00 元、应付陈加贫 8,000,000.00 元及应付陈金盾 2,000,000.00 元。

泉州九牧王将应收陈加贫 19,200,000.00 元、林聪颖 28,596,830.53 元的债权共计 47,796,830.53 元与上述 A、B 产生的应付林聪颖 37,796,830.53 元、应付陈加贫 8,000,000.00 元及应付陈金盾 2,000,000.00 元债务共计 47,796,830.53 元对抵。

6、关联单位资金往来情况

（1）与好易居投资、九牧王投资、陈加贫等关联方形成较大金额的其他应收款的具体情况

①与好易居投资资金往来情况

2009 年度，公司支付给好易居投资 2,770.00 万元，系好易居投资临时资金需求，公司给予的资金支持，同年，好易居投资归还本公司 1,000.00 万元，余额 1,770.00 万元已于 2009 年 12 月通过多方抵债协议对抵清理。

②与九牧王投资资金往来情况

2010 年度，公司代九牧王投资预缴纳净资产折股应纳税款 12,725,414.94 元，公司于 2010 年年末已全部收回上述代垫款。

③与陈加贫等关联自然人的资金往来主要系公司发展过程中，因规模不断扩张而产生的日常资金需求，陈加贫等作为公司主要关联人，日常给予公司的资金支持，截至 2010 年 3 月 31 日，公司已全部归还了相关关联人所提供的资金，后续并未产生新的资金往来。

（2）公司在短期内偿还前述大额借款，不会对公司的资产结构和生产经营造成不利影响，公司不对关联方借款存在依赖

2010 年一季度，公司对关联方资金往来进行了清理，偿还了关联方资金，该还款不会对公司的资产结构和生产经营造成不利影响：

①公司近年经营规模保持较快增长，盈利能力不断加强，经营现金流量较为充足。截至 2010 年 12 月 31 日，公司偿还关联资金往来后，尚余货币资金 22,089.34 万元，可以满足公司日常经营需要。

②公司清理完关联方往来后，流动比率和速动比率分别从 2009 年的 1.08 和 0.60 提高到 2010 年末的 1.58 和 0.85，资产负债率从 2009 年的 56.47%下降到 2010 年末的 39.59%，资本结构有所改善。

此外，向关联方拆借资金涉及的相关财务费用占当期公司净利润的比重较小（以 2010 年偿还关联资金约 9,400 万元计，按 2009 年一年期银行贷款利率 5.31%测算，年利息为 499 万元，占 2009 年利润总额 25,599 万元的 1.95%），其不会对公司盈利状况产生重大影响。同时，公司与多家银行保持良好的合作关系，获得多家银行共计 5 亿元的贷款授信额度尚未实际使用，不会对关联方资金借款产生依赖。

因此，公司偿还关联方资金不会对公司的日常经营产生不利影响。公司对关联方借款并不存在依赖。

（3）从整体看，关联方并未占用公司资金，而是为公司提供资金。在公司

多年的发展过程中，关联人长期以来均以企业的发展为追求目标，坚持依法经营，把诚信理念作为最重要的企业文化内涵与核心的价值观。本次实施上市计划，其中主要目的之一也是为了进一步规范公司运作，健全公司治理，完善现代企业管理制度。

在本次发行辅导过程中，公司完善了“三会制度”、资金管理相关制度、关联交易管理制度等，进一步规范了资金审批、流转等程序，加强约束关联方的资金往来和其他关联交易行为，对关联人进行了关联交易、资金管理、风险控制等规范运作方面的培训，管理层树立了规范运作的意识，此将有效地防范关联方占用公司资金的可能。

前述抵债说明详见本节之“（二）、偶发性关联交易”之“5、关联自然人资金往来情况”。

7、其他

（1）公司、泉州九牧王、好易居投资于 2010 年 9 月 3 日签订《协议书》，该协议约定：根据 2010 年第 4 次泉州市人民政府用地联席会议精神及其他政府相关文件的精神，泉州九牧王部分商业用地因规划原因被政府收回后，好易居投资有权取得 4－1（D）地块使用权，泉州九牧王因该等商业用地被政府收回后应收到的补偿金由好易居投资直接支付给泉州九牧王。该补偿金金额共计 15,014,016.97 元，好易居投资已于 2010 年 11 月全额支付给泉州九牧王。截止 2010 年末，泉州九牧王因规划原因被政府收回的土地手续尚未办理完毕，故泉州九牧王将收到的土地补偿款 15,014,016.97 元暂挂“其他应付款－福建好易居投资发展有限公司”。

（2）本公司实质控制人林聪颖先生拟另行成立项目公司（即九牧王投资发展有限责任公司），参与泉州市政府推动的泉州市东海片区滨海总部区（首期）建设工作，但由于项目公司设立手续在竞拍总部大楼建设用地的挂牌公告文件规定的时限内无法办理完毕，经本公司第一届董事会第六次会议审议批准，同意暂以本公司的名义办理前期报名及竞拍相关事项，但相应的土地出让合同由设立后的项目公司签署，办理相关事项的费用全部由林聪颖先生及设立后的项目公司承担，本公司不为此垫付任何费用。截至本招股说明书签署日，项目公司已取得工商部门核发的《企业法人营业执照》，目前正在办理与政府相关部门签署正式土

地出让合同的相关手续。

（三）关联方应收、应付款项余额

1、应收票据

单位：元

关联方	2010.12.31	2009.12.31	2008.12.31
合肥九特龙洋服时装有限公司	20,000,000.00	-	-
宁波市江东冠利贸易有限公司	1,000,000.00	-	-
泰州市海陵区佳龙商贸有限公司	500,000.00	-	-
合计	21,500,000.00	-	-

2、应收账款

单位：元

关联方	2010.12.31	2009.12.31	2008.12.31
泰州市海陵区佳龙商贸有限公司	42,051.78	64,987.30	208,851.88
安徽九特龙服饰有限公司	-	-	-
宁波市江东冠利贸易有限公司	-	1,799,350.57	-
合　计	42,051.78	1,864,337.87	208,851.88

3、应付账款

单位：元

关联方	2010.12.31	2009.12.31	2008.12.31
厦门市宝纶纺织科技有限公司	1,797,592.08	2,729,072.41	1,752,964.21
晋江市金盾企业咨询有限公司	-	3,010,000.00	3,010,000.00
石狮市博纶纺织贸易有限公司	979,270.33	-	-
合　计	2,776,862.41	5,739,072.41	4,762,964.21

4、应付票据

单位：元

关联方	2010.12.31	2009.12.31	2008.12.31
厦门市宝纶纺织科技有限公司	3,800,000.00	-	-

5、其他应付款

单位：元

关联方	2010.12.31	2009.12.31	2008.12.31
林聪颖	-	93,858.996.51	54,918,534.55
福建服饰	-	28,977,246.46	-
陈加贫	-	8,000,000.00	8,000,000.00
九牧王投资[注 1]	7,268,187.14	7,268,187.14	6,328,289.76
陈金盾	-	2,430,000.00	2,000,000.00
铂锐投资	-	31,592.00	-
睿智投资	-	31,592.00	-
顺茂投资	-	31,592.00	-

智立方投资	-	29,224.00	-
好易居投资 [注 2]	15,014,016.97		
合　计	22,282,204.11	140,658,430.11	71,246,824.31

注 1：九牧王投资的其他应付款形成原因主要是为公司代垫海外上市中介机构等费用及聘请外籍设计师的相关费用。

注 2：好易居投资的其他应付款原因：本公司、泉州九牧王、好易居投资于 2010 年 9 月 3 日签订《协议书》，该协议约定：根据 2010 年第 4 次泉州市人民政府用地联席会议精神及其他政府相关文件的精神，泉州九牧王部分商业用地因规划原因被政府收回后，好易居投资有权取得 4－1（D）地块使用权，泉州九牧王因该等商业用地被政府收回后应收到的补偿金由好易居投资直接支付给泉州九牧王。该补偿金金额共计 15,014,016.97 元，好易居投资已于 2010 年 11 月全额支付给泉州九牧王。截止 2010 年末，泉州九牧王因规划原因被政府收回的土地手续尚未办理完毕，故泉州九牧王将收到的土地补偿款 15,014,016.97 元暂挂“其他应付款－福建好易居投资发展有限公司”。

6、预收款项

单位：元

关联方	2010.12.31	2009.12.31	2008.12.31
宁波市江东冠利贸易有限公司	948,588.82	-	-
合肥九特龙洋服时装有限公司	14,073,208.93	2,937,720.77	10,206,457.92
安徽九特龙服饰有限公司	-	4,172,888.69	4,172,888.69
泰州市海陵区佳龙商贸有限公司	-	111,800.00	-
合　计	15,021,797.75	7,222,409.46	14,379,346.61

7、应付股利

单位：元

关联方	2010.12.31	2009.12.31	2008.12.31
九牧王国际投资控股有限公司	-	115,500,000.00	-

（四）报告期内关联交易对公司经营成果和财务状况的影响

公司报告期关联销售及采购占当期营业收入和营业成本比重如下所示：

时间	关联销售		关联采购	
	金额（元）	占当期营业收入比例	金额（元）	占当期营业成本比例
2008 年度	94,916,417.43	7.72%	4,251,858.01	0.66%
2009 年度	98,043,369.49	6.99%	5,269,719.59	0.72%
2010 年度	91,959,100.67	5.49%	11,002,871.24	1.48%

公司报告期内与关联方之间发生的经常性关联销售执行公司统一定价策略，

关联采购以交易发生当时的市场情形为基础定价，其收入和支出金额占当期营业收入和营业成本的比例均较低，对公司的主营业务、财务状况和经营成果不构成重大影响。

公司报告期内与关联方之间发生的偶发性关联交易对公司的财务状况和经营成果无重大不利影响。

四、对关联交易决策权力与程序的安排

发行人为了规范关联交易行为，已在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《关联交易管理制度》中明确了关联交易的决策程序、关联交易的信息披露等事项。

（一）《公司章程》对于关联交易的有关规定

《公司章程》第三十七条规定：对股东、实际控制人及其关联方提供的担保，须经股东大会审议通过。

《公司章程》第七十二条规定：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。股东大会审议有关关联交易事项时，如全体股东均为关联股东，则不受此规定的限制。

《公司章程》第一百零六条规定：董事与董事会会议决议事项有关联关系的，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 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。

（二）《股东大会议事规则》对于关联交易的有关规定

《股东大会议事规则》第三十一条规定：股东与股东大会拟审议事项有关联关系时，应当回避表决，其所持有表决权的股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。公司持有的本公司股份没有表决权，且该部分股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。

（三）《董事会议事规则》对于关联交易的有关规定

《董事会议事规则》第十二条（一）项规定：在审议关联交易事项时，非关

联董事不得委托关联董事代为出席；关联董事也不得接受非关联董事的委托。

《董事会议事规则》第十九条规定：董事与会议提案所涉及的事项有关联关系而须回避的情形，董事应当对有关提案回避表决。

（四）《关联交易管理制度》的主要内容

1、《关联交易管理制度》第八条

关联交易是指公司及公司直接或间接控股子公司与关联人之间发生的转移资源或义务的事项，而不论是否收受价款。包括以下交易：

（1）购买或者出售资产；

（2）对外投资（含委托理财、委托贷款等）；

（3）提供财务资助；

（4）提供担保；

（5）租入或者租出资产；

（6）委托或者受托管理资产和业务；

（7）赠与或者受赠资产；

（8）债权、债务重组；

（9）研究与开发项目的转移；

（10）签订许可使用协议；

（11）购买原材料、燃料、动力；

（12）销售产品、商品；

（13）提供或者接受劳务；

（14）委托或者受托销售；

（15）与关联人共同投资；

（16）其他通过约定可能引致资源或者义务转移的事项。

2、《关联交易管理制度》第九条

公司与关联人发生的交易金额在 3,000 万元以上，或占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易（以金额低者为准），应当经二分之一以上独立董事同意后提交董事会讨论，并由董事会审议通过后将该交易提交公司股东大会审议通过，方可实施。在讨论该交易时，应当聘请具有执行证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行审计或者评估。

公司与关联法人发生的关联交易金额在 300 万元以上或占公司最近一期经审计净资产 0.5%以上（以金额低者为准）、不满 3,000 万元或不满公司最近一期经审计净资产 5%（以金额低者为准）的关联交易，由二分之一以上独立董事发表同意意见，并经董事会审议通过，方可实施。

公司与关联自然人发生的关联交易金额在 30 万元以上或占公司最近一期经审计净资产 0.5%以上（以金额低者为准）、不满 3,000 万元或不满公司最近一期经审计净资产 5%（以金额低者为准）的关联交易，由二分之一以上独立董事发表同意意见，并经董事会审议通过，方可实施。

除前三款以外的关联交易，除《公司章程》另有规定外，由总经理批准，方可实施。总经理批准的程序，本制度未作规定的，按《总经理工作细则》的规定执行。

构成关联交易的对外担保，除应当符合本制度之外，还应当符合《对外担保管理制度》的规定。

3、《关联交易管理制度》第十条

关联交易事项属本制度第八条（一）至（十）项所述事项的，应当以发生额作为计算标准，并以交易类别为单位在连续十二个月内累计计算，如经累计计算的发生额达到本制度第九条所述标准的，应将该交易提交公司股东大会审议。

公司在连续十二个月内发生的交易标的相关的同类关联交易，应当按照累计计算的原则，适用本制度第九条的规定。

公司与关联人进行的上述关联交易已经按照本制度第九条的规定履行相关义务的，不再纳入相关的累计计算范围。

4、《关联交易管理制度》第十一条

公司与关联人在一个年度内首次进行本制度第八条（十一）项至（十四）项所列与日常经营相关的关联交易时，应当按照实际发生的关联交易金额或者以相关标的为基础预估的全年累计发生的同类关联交易总金额，适用本制度第九条的规定。

在同一年度内，公司与关联人之间在前款所述的总金额之外，还需再进行新的关联交易的，应当另行根据前款及本制度第九条的规定履行相关义务，但无需重复计算已经纳入累计计算范围的总金额。

5、《关联交易管理制度》第十二条

公司总经理决定关联交易事项时，如总经理与该关联交易有关联关系，该关联交易事项由董事会审议决定。

前款所称“总经理与该关联交易有关联关系”，是指总经理具有下列情形之一：

（1）为交易对方；

（2）为交易对方的直接或间接控制人；

（3）在交易对方或者能直接或间接控制该交易对方的法人单位任职；

（4）为交易对方或者其直接或间接控制人的关系密切的家庭成员（包括配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、配偶的兄弟姐妹、子女配偶的父母，下同）；

（5）为交易对方或者其直接或间接控制人的董事、监事或高级管理人员的关系密切的家庭成员；

（6）公司基于其他理由认定的，总经理独立商业判断可能受到影响。

6、《关联交易管理制度》第十三条

《关联交易管理制度》第十三条规定：公司董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决。

前款所称“关联董事”，是指具有下列情形之一的董事：

（1）为交易对方；

（2）为交易对方的直接或者间接控制人；

（3）在交易对方或者能直接或间接控制该交易对方的法人单位任职；

（4）为交易对方或者其直接或间接控制人的关系密切的家庭成员；

（5）为交易对方或者其直接或间接控制人的董事、监事或高级管理人员的关系密切的家庭成员；

（6）公司基于其他理由认定的，董事独立商业判断可能受到影响。

前款所称“回避表决”，是指关联董事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。该董事会会议由无关联关系董事过半数出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。关联董事回避表决后出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应当由全体董事（含关联董事）就将

该关联交易提交公司股东大会审议等程序性问题作出决议，由股东大会对该关联交易作出决议。

7、《关联交易管理制度》第十四条

公司股东大会审议关联交易事项时，关联股东应当回避表决。

前款所称“关联股东”，是指具有下列情形之一的股东：

（1）为交易对方；

（2）为交易对方的直接或者间接控制人；

（3）被交易对方直接或者间接控制；

（4）与交易对方受同一法人或者自然人直接或间接控制；

（5）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和影响的股东；

（6）公司基于其他理由认定的，可能造成公司利益对其倾斜的股东。

前款所称“回避表决”，是指该关联股东不参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入该议案的有效表决总数。

如表决时，全体股东均构成关联股东，则本条规定的回避表决不适用。

五、发行人报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事意见

自股份公司成立以来，公司发生的关联交易均已履行了公司章程等有关规定的程序。报告期内发生的关联交易已经公司第一届董事会第十一次会议确认。同时，公司独立董事就“天健正信审（2011）GF 字第 020031 号”《九牧王股份有限公司截至 2010 年 12 月 31 日止前三个年度财务报表的审计报告》审计的报告期内关联交易发表独立董事意见，认为该等关联交易不存在显失公平、损害公司及其股东利益的情况。

六、规范和减少关联交易的措施

为规范和减少关联交易，保证关联交易的公开、公平、公正，公司董事会按照《公司法》、《上市公司章程指引》等有关法律法规及相关规定，制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《独立董事工作制度》等规章制度，对关联交易的决策权限、决策程序及关联董事、关

联股东的回避表决制度进行了详细的规定，以保证公司董事会、股东大会关联交易决策对其他股东利益的公允性。

第八节 董事、监事、高级管理人员及核心技术人员

一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介

截至本招股说明书签署日，公司有 9 名董事、3 名监事、10 名高级管理人员、3 名核心技术人员，其简要情况如下：

（一）董事

公司董事会由 9 名董事组成，其中包括 3 名独立董事。公司第一届董事会成员由创立大会选举产生，任期 3 年，任职期限为 2010 年 3 月 22 日至 2013 年 3 月 21 日，任期届满可连选连任，但独立董事的连任时间不得超过六年。主要情况如下：

1、林聪颖，董事长，男，1960 年出生，香港居民，厦门大学 EMBA 在读，高级经济师。曾任晋江制衣董事长及副总经理、福建服饰董事长、泉州九牧王总经理及公司总经理等。现兼任九牧王国际董事、九牧王 BVI-1 董事、九牧王 BVI-2 董事、九牧王投资董事、九牧王香港董事、厦门九牧王执行董事、九牧王零售董事、晋江制衣副董事长、福建服饰副董事长、福建省海峡西岸投资有限公司监事、九牧王泉州执行董事及总经理等，同时任晋江市政协常委委员、中国服装协会副会长、晋江市纺织服装协会会长、泉州市慈善总会名誉会长等。曾荣获“2005 中国企业商标 50 人”、“2005 福建经济年度管理奖”、“第十一届福建省优秀企业家”、“全国关爱员工优秀民营企业家”、“纪念改革开放 30 周年泉州市 30 位杰出经济人物”等荣誉。

2、陈金盾，副董事长，男，1958 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，郑州轻工业学院工商管理专业在读，经济师。曾任泉州九牧王副董事长及副总经理、厦门九牧王董事、晋江制衣副董事长、福建服饰副董事长、公司副总经理等。现兼任顺茂投资执行董事及总经理、泉州九牧王副董事长、晋江制衣董事长及总经理、福建服饰董事长及总经理、金盾咨询执行董事及经理、好易居投资经理、九牧王发展执行董事及总经理等。

3、陈加芽，董事，男，1970 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，厦门大学 EMBA 在读，经济师。曾任福建服饰董事及副总经理、泉州九牧王副董事长及总经理、厦门九牧王董事、福建服饰副总经理、晋江制衣董事、公司副董事

长及副总经理等，现兼任公司总经理、铂锐投资执行董事及总经理、厦门九牧王总经理、泉州九牧王董事、好易居投资监事等。

4、陈加贫，董事，男，1964 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，厦门大学 EMBA 在读，经济师。曾任福建服饰董事及副总经理、泉州九牧王董事及副总经理、厦门九牧王董事及总经理、晋江制衣董事及副总经理等。曾获泉州市劳动模范。现兼任公司副总经理、睿智投资执行董事及总经理、泉州九牧王董事长及总经理、厦门九牧王监事、晋江制衣监事、福建服饰监事、金盾咨询监事、好易居投资执行董事、福建省海峡西岸投资有限公司董事等。

5、林沧捷，董事，男，1969 年出生，香港居民，厦门大学 EMBA 在读。曾任福建服饰副总经理、泉州九牧王副总经理、厦门九牧王董事等。现兼任公司副总经理、欧瑞宝公司执行董事及总经理、玛斯公司执行董事及总经理、九牧王香港董事、晋江制衣董事、福建服饰董事、九牧王泉州监事、九牧王发展监事等。

6、张景淳，董事，男，1973 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，厦门大学 EMBA 在读，会计师，经济师。曾任中国工商银行晋江市支行信贷员、晋江制衣财务经理、福建服饰财务经理、泉州九牧王财务总监、厦门九牧王董事、好易居投资监事等。现兼任公司副总经理及财务总监、欧瑞宝公司监事、玛斯公司监事等。

7、薛祖云，独立董事，男，1963 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，管理学博士，注册会计师。曾任广州远洋运输公司工程师、中国电子器材厦门公司财务经理、天健会计师事务所注册会计师、中青基业投资发展中心财务总监等，现任厦门大学管理学院会计系副主任、教授，兼任福建漳州发展股份有限公司独立董事、夏新电子股份有限公司独立董事、茂名石化实华股份有限公司独立董事、浙江万好万家实业股份有限公司独立董事、LONGTOP FINANCIAL TECHNOLOGIES LTD（NYSE：LFT）独立董事。

8、童锦治，独立董事，女，1963 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，经济学博士，注册税务师。曾任厦门信实人税务师事务所注册税务师、厦门翔鹭涤纶纺纤（厦门）有限公司税务顾问、厦门路桥建材有限公司税务顾问、广东梅雁水电股份有限公司独立董事、福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司独立董事、厦门信达股份有限公司独立董事等，现任厦门大学经济学院财政系主任、教授、博

士生导师，厦门市思明区人大代表、厦门市思明区人大财经委委员、中国国际税收研究会理事、福建省国际税收研究会常务理事、漳州片仔癀药业股份有限公司独立董事。

9、王茁，独立董事，男，1967 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，专业技术职称主任编辑。曾任《中国纺织报》社副总编辑、《中国服装》杂志社总编辑和常务副社长、中国服装协会副秘书长兼外联部主任等，现任中国服装协会秘书长兼外联部主任。

（二）监事

公司监事会由 3 名成员组成，其中职工代表监事 1 名。股东监事由创立大会选举产生，职工代表监事由公司职工代表大会选举产生。监事任期 3 年，任职期限为 2010 年 3 月 22 日至 2013 年 3 月 21 日，任期届满可连选连任。现任监事基本情况如下：

1、李志坚，监事会主席，男，1961 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。曾就职于福建省晋江养正中学、福建省晋江三木公司和福建服饰，曾任泉州九牧王研发部经理等，现任公司商品运营中心商品技术部经理。

2、张晓薇，监事，女，1981 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，助理经济师。曾任泉州九牧王营销中心总经理行政助理、公司证券部经理助理等，现任公司销售管理中心定制部副经理。

3、陈爱华，职工代表监事，女，1966 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。曾任福建服饰车间主任、厂长，现任公司晋江分公司生产部经理。

（三）高级管理人员

公司高级管理人员包括总经理、副总经理、董事会秘书、财务负责人，现任高级管理人员由公司第一届董事会聘任，任期 3 年，任职期限为 2010 年 3 月 22 日至 2013 年 3 月 21 日。具体情况如下：

1、陈加芽，总经理，简历详见本节之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”之“（一）董事”。

2、陈加贫，副总经理，简历详见本节之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”之“（一）董事”。

3、林玉熊，副总经理，男，1936 年出生，香港居民。曾任晋江制衣董事、

福建服饰副董事长及副总经理、泉州九牧王副董事长及副总经理、公司董事、公司监事会主席、厦门九牧王监事等。

4、林沧捷，副总经理，简历详见本节之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”之“（一）董事”。

5、柯敏坚，副总经理，男，1974 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，工商管理硕士。曾任武汉长江大酒店销售经理及市场推广经理、武汉东方大酒店市场营销总监助理及人力资源总监、武汉雅兰健康投资有限公司总经理助理、飞利浦汽车照明（湖北）有限公司人力资源经理、飞利浦皇家电子集团（香港）飞利浦照明亚太区管理层发展和组织发展经理等。

6、曾勇，副总经理，男，1969 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾任四川峨嵋山矿泉饮料食品有限公司市场部副部长、成都可口可乐饮料有限公司销售经理、北京博士伦眼睛护理产品有限公司西区经理、李宁体育用品有限公司销售总监等。

7、徐芳，副总经理，女，1969 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，厦门大学 EMBA 在读，经济师。曾任浙江茉织华实业有限公司技术师、美国联泰制衣有限公司技术员、福建才子集团厂长及总监、泉州九牧王厂长及供应中心总监等，曾荣获“2003-2004 年度泉州市女职工标兵”、“泉州市十佳魅力经理人”等。现兼任公司制造中心总监。

8、林荣宗，副总经理，男，1962 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，厦门大学 EMBA 在读，经济师。曾就职于惠安东风服装厂、石狮友和制衣厂，曾任安海秋田制衣公司设计及制版师、晋江制衣厂长、福建服饰厂长、泉州九牧王技术质量中心总监等，曾荣获“全国纺织工业劳动模范”、“全国服装标准化技术委员会标准化工作先进个人”等荣誉，为现行《中华人民共和国国家标准 西裤》（GB/T2666-2009）和《中华人民共和国国家标准 水洗整理服装》（GB/T22700-2008）的主要起草人之一。现兼任公司技术质量中心总监。

9、张景淳，副总经理、财务负责人（财务总监），简历详见本节之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”之“（一）董事”。

10、吴徽荣，副总经理、董事会秘书，男，1969 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾任泉州市司法局科员、泉州市义全律师事务所律师、

福建闽荣律师事务所副主任律师。

（四）核心技术人员

1、林荣宗，简历详见本节之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”之“（三）高级管理人员”。

2、张铁龙，男，1976 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，厦门大学 EMBA 在读，网络系统工程师，北京大学 CIO（信息总监）班学员。曾任惠安科力电脑公司软件开发员、泉州新天地电脑公司软件部经理、泉州领航科技公司项目部经理、福建服饰 IT 部经理、泉州九牧王 IT 部经理等。曾荣获中国 CIO 发展中心授予的“2006 年度中国最佳成就奖”、2008 中国优秀 CIO 评选组委会授予的“2008 年度中国优秀 CIO”称号。现任公司信息管理中心总监。

3、杨克滨，男，1977 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。曾任北京金苹果时装公司设计师、加拿大华美集团（哈尔滨）姿百合制衣有限责任公司制版师、香港伟俊集团积祺莲品牌制版师、报喜鸟集团有限公司制版师、法派集团有限公司首席制版师及技术副总监等。2002 获得中国商业职业技能鉴定指导中心颁发的《中国商业美术设计师资格证书》，2007 年被评为“温州市首届百名优秀新温州人”。现任公司商品运营中心商品管理部技术总监。

（五）董事、监事及高级管理人员的提名及选聘情况

1、董事提名及选聘情况

2010 年 3 月 22 日，经公司创立大会全体股东协商，一致提名并选举林聪颖、陈金盾、陈加芽、陈加贫、林沧捷、张景淳、薛祖云、童锦治、王茁共九人为公司第一届董事会董事，任期三年。

2010 年 3 月 22 日，公司第一届董事会第一次会议选举林聪颖为公司董事长，陈金盾为公司副董事长。

2、监事提名及选聘情况

2010 年 3 月 22 日，公司创立大会选举李志坚、张晓薇为公司第一届监事会股东代表监事，另一位监事陈爱华由公司职工代表大会选举产生。监事会成员任期均为三年。

2010 年 3 月 22 日，公司第一届监事会第一次会议选举李志坚为公司监事会主席。

3、高级管理人员提名及选聘情况

2010 年 3 月 22 日，公司第一届董事会第一次会议根据董事长提名，聘任陈加芽为公司总经理；经总经理提名，聘任陈加贫、林玉熊、林沧捷、柯敏坚、曾勇、徐芳、林荣宗、张景淳、吴徽荣为公司副总经理，聘任张景淳为公司财务总监（财务负责人）；经董事长提名，聘任吴徽荣为董事会秘书；所聘任高管任期均与本届董事会任期相同。

二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属间接持股及变动情况

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属无直接持有公司股权情况，均通过公司各法人股东间接持有公司股权，具体情况如下：

1、截至 2007 年 12 月 31 日的持股情况

姓名	间接持股主体	在间接持股主体所占股权比例	间接对发行人的出资额（万港元）	间接拥有发行人权益比例
林聪颖	九牧王国际	100%	6,000.00	100%

2、截至 2008 年 12 月 31 日的持股情况

姓名	间接持股主体	在间接持股主体所占股权比例	间接对发行人的出资额（万港元）	间接拥有发行人权益比例
林聪颖	九牧王投资	100%	6,000.00	100%

3、截至 2009 年 12 月 31 日的持股情况

姓名	间接持股主体	在间接持股主体所占股权比例	间接对发行人的出资额（万港元）	间接拥有发行人权益比例
林聪颖	九牧王投资	100%	6,000.00	75.00%
陈金盾	顺茂投资	80%	428.80	5.36%
陈忠利	顺茂投资	20%	107.20	1.34%
陈加贫	睿智投资	40%	214.40	2.68%
陈培泉	睿智投资	60%	321.60	4.02%
陈加芽	铂锐投资	70%	375.20	4.69%
陈桂兰	铂锐投资	30%	160.80	2.01%
陈美箸	智立方投资	95%	372.40	4.655%

4、截至 2010 年 12 月 31 日的持股情况

姓名	间接持股主体	在间接持股主体所占股权比例	间接持有发行人的股数（万股）	间接对发行人持股比例
林聪颖	九牧王投资	100%	33,750.00	74.5148%
陈金盾	顺茂投资	80%	2,412.00	5.3253%

姓名	间接持股主体	在间接持股主体所占股权比例	间接持有发行人的股数（万股）	间接对发行人持股比例
陈忠利	顺茂投资	20%	603.00	1.3313%
陈加贫	睿智投资	40%	1,206.00	2.6627%
陈培泉	睿智投资	60%	1,809.00	3.9940%
陈加芽	铂锐投资	70%	2,110.50	4.6597%
陈桂兰	铂锐投资	30%	904.50	1.9970%
陈美箸	智立方投资	95%	2,094.75	4.6249%

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属间接持有公司股权的变动原因请见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人股本的形成及其变化情况和重大资产重组情况”之“（一）发行人股本的形成及其变化情况”。

上述人员中，陈忠利为陈金盾之子，陈培泉为陈加贫之子，陈桂兰为陈加芽之妻，陈美箸为林聪颖妻子之妹、张景淳之妻。其他亲属关系请见本节之“六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的亲属关系”。

截至本招股说明书签署日，上述人员间接持有的公司股份不存在质押或被冻结的情况。

三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员除间接持有发行人股份外，其他主要对外投资情况如下表所示：

姓名	对外投资企业名称	投资金额	持股比例
林聪颖	九牧王国际	0	100.00%
	九牧王投资	1 港元	100.00%
	九牧王 BVI-1	1 美元	100.00%
	九牧王 BVI-2	1 美元	100.00%（间接）
	九牧王香港	8,125 港元	81.25%
	福建服饰	880 万港元	100.00%
	晋江制衣	160 万元	80.00%
	九牧王泉州	10,400 万元	81.25%（间接）
	九牧王发展	10,400 万元	52.00%（间接）

姓名	对外投资企业名称	投资金额	持股比例
陈金盾	顺茂投资	400 万元	80.00%
	金盾咨询	8 万元	40.00%
	好易居投资	1,000 万元	33.33%
	九牧王发展	1,920 万元	9.60%（间接）
陈加芽	铂锐投资	350 万元	70.00%
	金盾咨询	4 万元	20.00%
	好易居投资	1,000 万元	33.33%
	九牧王发展	1,680 万元	8.40%（间接）
陈加贫	睿智投资	200 万元	40.00%
	金盾咨询	8 万元	40.00%
	好易居投资	1,000 万元	33.33%
	九牧王发展	960 万元	4.80%（间接）
林沧捷	九牧王香港	1,875 港元	18.75%
	九牧王泉州	2,400 万元	18.75%（间接）
	九牧王发展	2,400 万元	12.00%（间接）

上表中所述公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他主要对外投资与发行人均不存在利益冲突情况。

四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员从公司领取薪酬情况

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员 2010 年度从公司领取薪酬情况如下：

序号	姓名	职务	领薪单位	2010 年度薪酬（万元）
1	林聪颖	董事长	九牧王股份	70.90
2	陈金盾	副董事长	九牧王股份	50.90
3	陈加芽	董事、总经理	九牧王股份	50.90
4	陈加贫	董事、副总经理	泉州九牧王	40.90
5	林沧捷	董事、副总经理	九牧王股份	40.90
6	张景淳	董事、副总经理、财务总监	九牧王股份	60.46

序号	姓名	职务	领薪单位	2010 年度薪酬（万元）
7	薛祖云	独立董事	九牧王股份	6.67
8	童锦治	独立董事	九牧王股份	6.67
9	王茁	独立董事	九牧王股份	6.67
10	李志坚	监事会主席	九牧王股份	23.61
11	张晓薇	监事	九牧王股份	7.91
12	陈爱华	监事	九牧王股份	24.94
13	林玉熊	副总经理	九牧王股份	35.33
14	柯敏坚	副总经理	九牧王股份	79.46
15	曾勇	副总经理	九牧王股份	76.40
16	徐芳	副总经理	泉州九牧王	62.09
17	林荣宗	副总经理	九牧王股份	62.77
18	吴徽荣	副总经理、董事会秘书	九牧王股份	54.04
19	杨克滨	核心技术人员，商品运营中心技术总监	九牧王股份	32.83
20	张铁龙	核心技术人员，信息管理中心总监	九牧王股份	45.45

2010 年 3 月 22 日，公司创立大会批准《关于九牧王股份有限公司董事、监事津贴标准的规定》，决定公司每年向每位董事（不含独立董事）支付 1.2 万元（税前）的董事津贴，向每位监事（含职工监事）支付 1.2 万元（税前）的监事津贴，董事、监事取得津贴应缴纳的个人所得税由公司代扣代缴。董事、监事参加公司会议所发生的差旅费及其他必要费用由公司承担。同时，创立大会还批准了《关于九牧王股份有限公司独立董事津贴标准的规定》，决定公司每年向每位独立董事支付 8 万元（税前）的独立董事津贴，独立董事取得津贴应缴纳的个人所得税由公司代扣代缴。独立董事参加公司会议所发生的差旅费及其他必要费用，以及独立董事履行职责所发生的相关费用，由公司承担。

除上述薪酬外，公司未实施对公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他待遇和退休金计划。

五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在其他单位的重要兼职

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员在公司（含下属子公司）外

单位的主要任职情况如下表所示：

姓名	公司所任职务	公司外的其他任职单位	公司外其他任职单位的职务	其他任职单位与公司的关系
林聪颖	董事长	九牧王投资	董事	控股股东
		九牧王 BVI-1	董事	实际控制人控制的其他企业
		九牧王 BVI-2	董事	实际控制人控制的其他企业
		九牧王国际	董事	实际控制人控制的其他企业
		福建服饰	副董事长	实际控制人控制的其他企业
		晋江制衣	副董事长	实际控制人控制的其他企业
		九牧王香港	董事	实际控制人控制的其他企业
		福建省海峡西岸投资有限公司	监事	关联方参股企业
		九牧王泉州	执行董事、总经理	实际控制人控制的其他企业
陈金盾	副董事长	顺茂投资	执行董事、总经理	公司股东之一
		福建服饰	董事长、总经理	实际控制人控制的其他企业
		晋江制衣	董事长、总经理	实际控制人控制的其他企业
		金盾咨询	执行董事、经理	关联人持股的企业
		好易居投资	经理	关联人持股的企业
		九牧王发展	执行董事、总经理	实际控制人控制的其他企业
陈加芽	董事、总经理	铂锐投资	执行董事、总经理	公司股东之一
		好易居投资	监事	关联人持股的企业
陈加贫	董事、副总经理	睿智投资	执行董事、总经理	公司股东之一
		福建服饰	监事	实际控制人控制的其他企业
		晋江制衣	监事	实际控制人控制的其他企业
		金盾咨询	监事	关联人持股的企业
		好易居投资	执行董事	关联人持股的企业
		福建省海峡西岸投资有限公司	董事	关联方参股企业

姓名	公司所任职务	公司外的其他任职单位	公司外其他任职单位的职务	其他任职单位与公司的关系
林沧捷	董事、副总经理	九牧王香港	董事	实际控制人控制的其他企业
		福建服饰	董事	实际控制人控制的其他企业
		晋江制衣	董事	实际控制人控制的其他企业
		九牧王泉州	监事	实际控制人控制的其他企业
		九牧王发展	监事	实际控制人控制的其他企业
薛祖云	独立董事	厦门大学管理学院会计系	副主任、教授	无
		茂名石化实华股份有限公司	独立董事	无
		浙江万好万家实业股份有限公司	独立董事	无
		福建漳州发展股份有限公司	独立董事	无
		夏新电子股份有限公司	独立董事	无
		LONGTOP FINANCIAL TECHNOLOGIES LTD（NYSE：LFT）	独立董事	无
童锦治	独立董事	厦门大学经济学院财政系	主任、教授、博士生导师	无
		漳州片仔癀药业股份有限公司	独立董事	无
王茁	独立董事	中国服装协会	秘书长、外联部主任	无

除以上披露外，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在在其它单位任职的情形。

六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的亲属关系

林聪颖与林沧捷为兄弟关系，其二人均为林玉熊之子。陈金盾、陈加贫与陈加芽为兄弟关系，其三人均为林聪颖妻子的兄弟。张景淳与林聪颖为连襟关系。除此之外，公司其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间不存在亲属关系。

七、公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议及承诺

（一）签订的协议情况

在公司任职的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与公司签署了劳动合同。除此以外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员未与公司签订其他任何协议。

（二）持股锁定期的承诺

间接持有公司股份的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员就持有公司股份的锁定期做出承诺，具体情况请见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、发行前后股本变化情况”之“（七）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定承诺”。

（三）避免同业竞争的承诺

具体情况请见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“一、同业竞争”之“（二）关于避免同业竞争的承诺”。

八、董事、监事与高级管理人员的任职资格

公司董事、监事及高级管理人员的提名和选聘均严格履行了相关的法律程序，符合有关法律、行政法规和《公司章程》规定的任职资格。

九、董事、监事与高级管理人员近三年的变动情况

报告期内，公司的董事、监事与高级管理人员未发生重大变化，具体变动情况如下：

（一）董事会人员变化

1、2004 年 2 月 23 日，九牧王有限的单一股东九牧王国际委派林聪颖、林玉熊、陈金盾、陈加贫、陈加芽、林沧捷、陈桂兰出任董事。

2、2008 年 5 月 5 日，由于九牧王有限的股东由九牧王国际变更为九牧王投资，九牧王有限的单一股东九牧王投资委派林聪颖、陈金盾、陈加贫、陈加芽、林沧捷出任董事。

3、2010 年 3 月 22 日，九牧王股份创立大会通过决议，选举林聪颖、陈金

盾、陈加芽、陈加贫、林沧捷、张景淳、薛祖云、童锦治、王茁为公司董事，其中薛祖云、童锦治、王茁为独立董事。

（二）监事会人员变化

1、2008 年 5 月 5 日，由于九牧王有限的股东由九牧王国际变更为九牧王投资，九牧王有限的单一股东九牧王投资委派林玉熊、杨燕峰出任股东代表监事，与 2008 年 5 月 5 日职工代表大会选举产生的职工代表监事陈爱华共同组成监事会。

2、2010 年 3 月 22 日，九牧王股份创立大会通过决议，选举李志坚、张晓薇为股东代表监事，与职工代表大会选举产生的职工代表监事陈爱华共同组成监事会。

（三）高级管理人员变化

1、2004 年 4 月 30 日，九牧王有限聘任林聪颖为总经理，陈金盾、陈加贫、陈加芽、林沧捷为副总经理，张景淳为财务总监。

2、2007 年 9 月 30 日，公司增加聘任柯敏坚为副总经理。

3、2008 年 5 月 5 日，董事会同意林聪颖辞去总经理职务，聘任陈加芽为总经理，张景淳兼任副总经理。

4、2010 年 3 月 22 日，九牧王股份第一届董事会第一次会议决议聘任陈加芽为总经理，陈加贫、林玉熊、林沧捷、柯敏坚、曾勇、徐芳、林荣宗、张景淳、吴徽荣为副总经理，其中张景淳兼任财务总监（财务负责人），吴徽荣兼任董事会秘书。

第九节 公司治理

一、公司治理概述

根据《公司法》、《证券法》等相关法律法规及规范性文件的要求，发行人制定了《公司章程》，建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的公司治理框架，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范的相互协调和相互制衡机制。

公司股东大会由全体股东组成。公司董事会由九名董事组成，其中独立董事三名，董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会和薪酬与考核委员会。公司监事会由三名监事组成，其中职工代表监事一名，监事会主席一名。公司高级管理人员包括总经理、副总经理、董事会秘书和财务负责人。

股份有限公司自设立以来，股东大会、董事会、监事会和经理层能够按照相关法律、法规和《公司章程》赋予的职权依法独立规范运作，履行各自的权利和义务，没有违法违规情况的发生。

为了更好地维护股东权益，确保股东、董事、监事职权的有效履行，公司制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》等制度，为公司法人治理的规范化运行提供了进一步的制度保证。

二、公司股东大会、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）股东大会的建立及运行情况

1、股东的权利和义务

《公司章程》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、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。

公司股东承担下列义务：

（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

《公司章程》规定，股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：

（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）修改公司章程；

（11）对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；

（12）审议批准公司在一年内正常生产、经营活动之外的购买、出售重大资产超过公司经审计的总资产 30%的事项；

（13）审议批准变更募集资金用途事项；

（14）审议批准股权激励计划；

（15）审议批准公司与关联方发生的交易金额在 3,000 万元以上，或占公司经审计的净资产 5%以上（以金额低者为准）的关联交易；

（16）审议批准投资金额在公司经审计的总资产 30%以上的向其他企业投资事项；

（17）审议批准单项超过公司经审计的净资产 10%，或累计超过公司经审计的净资产 50%的借款和委托理财事项；

（18）审议批准法律、行政法规、部门规章或公司章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

除上述职权外，股东大会的职权还包括审议批准下列担保事项：

（1）本公司及本公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过公司经审计的净资产 50%以后提供的任何担保；

（2）公司的对外担保总额，达到或超过公司经审计的总资产 30%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）单笔担保额超过公司经审计的净资产 10%的担保；

（5）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。

公司的反担保行为比照担保行为的规定执行。

3、股东大会的议事规则

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 1 次，应当于上一会计年度结束后的 6 个月内举行。

召集人应在年度股东大会召开 20 日前通知各股东，临时股东大会应于会议召开 15 日前通知各股东。公司在计算起始期限时，包括通知发出日，不包括会议召开当日。

股东（包括股东代理人）以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权。但公司持有的本公司股份没有表决权，且该部分股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。

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 1/2 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 2/3 以上通过。股东大会作出决议，出席会议的股东或股东代表，以及列席会议的董事，应当在股东大会决议上签字。

公司自创立大会至今，共计召开了 4 次股东大会。股东大会严格按照《公司法》和《公司章程》的规定召开，股东认真履行职责，充分行使股东权利，运行规范。

（二）董事会的建立及运行情况

1、董事会的设置

公司设董事会，对股东大会负责，董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 名，设董事长 1 人，副董事长 1 人，董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会共四个专门委员会。

2、董事会职权

《公司章程》规定董事会行使下列职权：

（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）决定公司内部管理机构的设置；

（9）根据董事长的提名，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、财务负责人等高级管理人员，并决定

其报酬事项和奖惩事项；

（10）制订公司的基本管理制度；

（11）制订公司章程的修改方案；

（12）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；

（13）听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；

（14）审议批准需股东大会审议批准以外的其他对外担保事项；

（15）审议批准公司与关联法人发生的交易金额在 300 万元以上或占公司经审计净资产 0.5%以上（以金额低者为准）、不满 3,000 万元或不满公司经审计净资产 5%（以金额低者为准）的关联交易；

（16）审议批准公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上或占公司经审计净资产 0.5%以上（以金额低者为准）、不满 3,000 万元或不满公司经审计净资产 5%（以金额低者为准）的关联交易；

（17）审议批准公司在一年内正常生产、经营活动之外的购买、出售重大资产在公司经审计的总资产 5%以上，30%以下的事项；

（18）审议批准投资金额不满公司经审计的总资产 30%的向其他企业投资事项；

（19）审议批准单项金额在公司经审计净资产 5%以上，10%以下，每年累计金额在公司经审计净资产 20%以上，50%以下的借款和委托理财事项；

（20）法律、行政法规、部门规章或公司章程授予的其他职权。

3、董事会的议事规则

董事会会议分为定期会议和临时会议，董事会每年至少召开两次定期会议。定期会议由董事长召集，于会议召开 10 日以前书面通知全体董事和监事。代表 1/10 以上表决权的股东、1/3 以上董事、董事长、监事会、总经理，可以提议召开董事会临时会议。董事长应当自接到提议后 10 日内，召集和主持董事会会议。董事会召开临时董事会会议，最迟应当于会议召开 2 日以前以书面、电话、传真、电子邮件等方式通知全体董事和监事。

董事会会议应有过半数的董事出席方可举行。董事会作出决议，必须经全体董事的过半数通过。董事会决议的表决，实行一人一票。董事会决议表决方式为：书面或举手表决。董事进行表决，可以选择以下三种意见之一：同意、反对、弃

权。董事的表决意见以表决单上的结果为准。表决单上多选、不选、选择附保留意见的，均视为选择弃权。董事与董事会会议决议事项有关联关系的，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 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。

公司自创立大会至今，共计召开了 11 次董事会。公司制定了《董事会议事规则》，董事会规范运行。公司董事严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使自己的权利和履行自己的义务。

（三）董事会专门委员会

2010 年 3 月 22 日，经公司创立大会审议，公司董事会设立了战略委员会、审计委员会、提名委员会和薪酬与考核委员会；同日，经公司第一届董事会第一次会议审议，选举了各委员会委员。各个委员会委员名单如下：

名　称	主　任	委　员
战略委员会	林聪颖	陈加芽、薛祖云、童锦治、王茁
审计委员会	薛祖云	童锦治、陈加贫
提名委员会	童锦治	薛祖云、陈金盾
薪酬与考核委员会	王茁	薛祖云、林聪颖

各委员会的主要职责权限如下：

1、战略委员会

战略委员会的主要职责权限为：

（1）对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；

（2）对公司重大投资决策进行研究并提出建议；

（3）对《公司章程》规定的须经董事会批准的重大融资方案进行研究并提出建议；

（4）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；

（5）对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；

（6）对以上事项实施进行检查；

（7）董事会授权的其他的事项。

2、审计委员会

审计委员会的主要职责权限为：

（1）提议聘请或更换外部审计机构；

（2）监督公司的内部审计制度及其实施；

（3）负责内部审计与外部审计之间的沟通；

（4）审核公司的财务信息及其披露；

（5）审查公司内部控制制度，对重大关联交易进行审计；

（6）《内部审计管理制度》授予的其他职责；

（7）公司董事会交办的其他事宜。

3、提名委员会

提名委员会的职责权限为：

（1）根据公司经营活动情况、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；

（2）研究董事、高级管理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；

（3）广泛搜寻合格的董事和高级管理人员的人选；

（4）对董事候选人和高级管理人员人选进行审查并提出建议；

（5）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；

（6）董事会授予的其他职权。

4、薪酬与考核委员会

薪酬与考核委员会的职责权限为：

（1）根据董事及高级管理人员岗位的主要范围、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；

（2）审查公司董事（非独立董事）及高级管理人员的履职情况并对其进行年度绩效考评；

（3）负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；

（4）制定公司股权激励计划的草案；

（5）董事会授权的其他事宜。

（四）监事会的建立及运行情况

1、监事会的职权

《公司章程》规定，监事会行使下列职权：

（1）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、公司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《公司法》第一百五十二条及公司章程的规定，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。

2、监事会的议事规则

监事会每 6 个月至少召开一次会议。有下列情形之一的，可以召开临时监事会会议：任何监事提议召开时；股东大会、董事会会议通过了违反法律、法规、规章、监管部门的各种规定和要求、公司章程、公司股东大会决议和其他有关规定的决议时；董事和高级管理人员的不当行为可能给公司造成重大损害或者在市场中造成恶劣影响时；公司、董事、监事、高级管理人员被股东提起诉讼时。

监事会通过决议，应当经半数以上监事表决通过。监事会进行表决，实行一人一票。

公司自创立大会至今，共计召开了 2 次监事会。公司制定了《监事会议事规则》，监事会运行规范。公司监事严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使自己的权利和履行自己的义务。

（五）独立董事制度的建立及运行情况

1、独立董事情况

公司现有 3 名独立董事，分别为薛祖云、童锦治和王茁，其中薛祖云为会计专业人士。公司现任独立董事均是由 2010 年 3 月 22 日召开的创立大会审议通过产生。公司独立董事的提名与任职符合《公司章程》的规定，符合《中国证监会

关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》所列的基本条件。

2、独立董事履行职责的制度安排

独立董事除应当具有《公司法》和其他法律、法规赋予董事的职权外，经半数以上独立董事同意，独立董事还可以行使下列职权：

（1）公司拟与关联人达成的总额高于 3000 万元或高于公司经审计净资产值 5%的关联交易（以金额低者为准），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）根据公司章程的规定向董事会提请召开临时股东大会；

（4）根据公司章程的规定提议召开临时董事会；

（5）独立聘请外部审计机构和咨询机构；

（6）在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

每名独立董事应当对公司下列重大事项发表独立意见：

（1）提名、任免董事（含独立董事本身）；

（2）聘任或解聘高级管理人员；

（3）公司董事（不含独立董事本身）、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 万元或高于公司经审计净资产 5%（以金额低者为准）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）独立董事认为可能损害中小股东权益的事项。

3、独立董事实际发挥作用的情况

公司三名独立董事自聘任以来均能严格按照法律、法规、规范性文件、制度及《公司章程》的规定认真履行独立董事职责，在规范公司运作，加强风险管理，完善内部控制，保障中小股东利益，提高董事会决策水平等方面起到了积极的作用。

（六）董事会秘书制度的建立及运行情况

董事会秘书对董事会负责，履行如下职责：

（1）准备和提交董事会、监事会和股东大会文件；

（2）按照法定程序筹备董事会会议、监事会会议和股东大会，列席董事会会议、监事会会议和股东大会并作记录，并应当在会议纪要上签字，保证其准确性，并负责保管会议文件和记录；

（3）负责保管公司股东名册资料、董事名册、大股东及董事、监事、高级管理人员持股资料以及董事会印章；

（4）帮助公司董事、监事、高级管理人员了解法律法规、《公司章程》等对其设定的责任；

（5）协助董事会依法行使职权，在董事会违反法律法规、《公司章程》及有关规定作出决议时，及时提出异议；

（6）为公司重大决策提供咨询和建议；

（7）公司上市后，作为公司与监管机构和其他相关部门的指定联络人，负责准备和提交上述管理部门要求的文件，组织完成监管机构布置的任务；

（8）公司上市后，负责处理公司信息披露事务，督促公司制定并执行信息披露管理制度和重大信息的内部报告制度，促使公司和相关当事人依法履行信息披露义务，保证公司信息披露的及时性、合法性、真实性和完整性；

（9）公司上市后，列席涉及信息披露的有关会议，公司有关部门应当向董事会秘书提供信息披露所需要的资料和信息，公司作出重大决定之前，应当从信息披露角度征询董事会秘书的意见；

（10）公司上市后，负责信息的保密工作，制订保密措施；

（11）公司上市后，协调公司与投资者之间的关系，接待投资者来访，回答投资者咨询，向投资者提供公司信息披露资料；

（12）政府监管机构和其他相关管理部门要求履行的其他职责。

本公司董事会秘书自被聘任以来，按照《公司章程》的有关规定开展工作，出席了公司历次董事会、股东大会，并亲自记载或安排其他人员记载会议记录；历次董事会、股东大会召开前，董事会秘书均按照《公司章程》的有关规定为独立董事及其他董事提供会议材料、会议通知等相关文件，较好地履行了《公司章程》规定的相关职责。董事会秘书在公司法人治理结构的完善、与中介机构的配合协调、与监管部门的沟通协调、公司重大生产经营决策、主要管理制度的制定等方面均发挥了重大作用。

三、公司报告期内违法违规情况

本公司严格遵守国家的有关法律和法规，报告期内不存在重大违法违规行为。

同时，保荐机构及发行人律师注意到，报告期内，公司关联方福建服饰曾受到一次金额较大的行政处罚，具体情况如下：

因福建服饰未经批准，自行建设新厂房和新宿舍楼，2008 年 1 月 22 日，晋江市国土资源局对福建服饰处以 169,104 元的罚款。福建服饰已经按期如数缴纳了该罚款。

2010 年 6 月 5 日，晋江市国土资源局出具证明，确认该处罚所涉及的事项不属于情节严重的重大违法行为。

保荐机构及发行人律师认为，公司关联方福建服饰已按期如数缴纳罚款，其行为已被处罚机关确认不属于情节严重的重大违法行为，不会对本次发行上市产生不利影响。

四、公司资金占用和对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用，也不存在对控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

五、公司管理层对内部控制制度的自我评估意见

（一）公司管理层对内部控制制度的自我评估

公司制订的各项内部控制制度完整、合理、有效，执行情况良好。

公司根据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等有关法律法规的规定，制订了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《总经理工作规则》等重大规章制度，明确了股东大会、董事会、监事会及经理层的权责范围和工作程序。股东大会、董事会、监事会的召开、重大决策等行为合法、合规、真实、有效。公司制订的内部管理与控制制度以公司的基本管理制度为基础，涵盖了财务预算、生产计划、物资采购、产品销售、对外投资、人事管理、内部审计等整个生产经营过程，确保各项工作都有章可循，形成了规范的管理体

系。

公司在内部控制建立过程中，充分考虑了行业的特点和公司多年管理经验，保证了内控制度符合公司生产经营的需要，对经营风险起到了有效的控制作用。

公司制订内部控制制度以来，各项制度均得到有效的执行，对于公司加强管理、规范运行、提高经济效益以及公司的长远发展起到了积极有效的作用。

（二）注册会计师对公司内部控制制度的鉴证意见

天健正信就公司内部控制的有效性，出具了“天健正信审（2011）专字第020192 号”《内部控制鉴证报告》，认为公司按照《企业内部控制基本规范》（财会[2008]7 号）于截至 2010 年 12 月 31 日止在所有重大方面保持了与财务报表编制相关的有效的内部控制。

第十节 财务会计信息

一、财务报表

（一）发行人财务报表审计意见

天健正信接受公司的委托，对公司报告期内的财务报表进行了审计，并出具了“天健正信审（2011）GF字第020031号”标准无保留意见的审计报告。

（二）发行人会计报表

1、合并资产负债表

单位：元

资产	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	220,893,378.83	286,348,051.47	126,029,675.92
交易性金融资产	-	-	-
应收票据	76,572,153.00	7,500,000.00	-
应收账款	77,883,008.96	90,877,005.10	60,948,456.45
预付款项	137,886,394.17	27,819,527.00	20,404,134.43
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	9,154,377.36	8,062,911.36	7,724,651.24
存货	448,609,203.85	334,477,099.34	369,692,662.61
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	-	-	-
流动资产合计	**970,998,516.17**	**755,084,594.27**	**584,799,580.65**
非流动资产：			
可供出售金融资产	-	-	-
持有至到期投资	14,800,000.00	23,000,000.00	-
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	-	-	-
投资性房地产	27,611,226.76	22,576,393.04	-
固定资产	299,226,637.22	285,082,474.13	273,558,959.37
在建工程	146,407,333.05	85,795,374.05	73,591,099.43
工程物资	-	-	-
固定资产清理	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-
油气资产	-	-	-

无形资产	117,577,864.23	109,691,224.49	92,686,440.17
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	13,188,515.38	5,603,075.90	2,304,471.16
递延所得税资产	1,939,646.50	2,367,763.73	217,822.87
其他非流动资产	-	-	-
非流动资产合计	**620,751,223.14**	**534,116,305.34**	**442,358,793.00**
资产总计	**1,591,749,739.31**	**1,289,200,899.61**	**1,027,158,373.65**
负债和所有者权益（或股东权益）	**2010 年 12 月 31 日**	**2009 年 12 月 31 日**	**2008 年 12 月 31 日**
流动负债：			
短期借款	36,800,000.00	-	103,300,000.00
交易性金融负债	-	-	-
应付票据	203,536,141.80	119,516,593.76	91,120,000.00
应付账款	201,538,707.12	134,974,877.32	99,973,961.56
预收款项	75,030,395.78	99,559,309.49	114,598,743.97
应付职工薪酬	50,926,036.97	33,977,139.31	31,317,756.64
应交税费	1,212,975.81	18,241,657.51	14,360,992.82
应付利息	-	-	141,277.38
应付股利	-	115,500,000.00	-
其他应付款	47,255,185.71	177,491,160.41	112,921,167.37
一年内到期的非流动负债	-	-	-
其他流动负债	-	-	-
流动负债合计	**616,299,443.19**	**699,260,737.80**	**567,733,899.74**
非流动负债：			
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
长期应付款	-	-	-
专项应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	**616,299,443.19**	**699,260,737.80**	**567,733,899.74**
所有者权益（或股东权益）：			
股本	452,930,000.00	77,951,600.00	60,345,600.00
资本公积	91,310,659.87	239,360.54	29,817,467.14
减：库存股	-	-	-
专项储备	-	-	-
盈余公积	37,037,735.60	47,972,840.94	18,783,002.19

未分配利润	327,425,326.94	397,204,845.60	266,628,960.01
外币报表折算差额	-	-	-
归属于母公司所有者权益（或股东权益）合计	**908,703,722.41**	**523,368,647.08**	**375,575,029.34**
少数股东权益	66,746,573.71	66,571,514.73	83,849,444.57
所有者权益（或股东权益）合计	**975,450,296.12**	**589,940,161.81**	**459,424,473.91**
负债和所有者权益（或股东权益）总计	**1,591,749,739.31**	**1,289,200,899.61**	**1,027,158,373.65**

2、母公司资产负债表

单位：元

资产	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	197,382,847.48	235,499,388.78	103,862,588.71
交易性金融资产	-	-	-
应收票据	76,572,153.00	7,500,000.00	-
应收账款	77,883,680.47	90,877,005.10	60,795,148.55
预付款项	135,812,923.41	28,234,515.25	17,540,454.43
应收利息	-	-	-
应收股利	-	32,500,000.00	-
其他应收款	127,374,445.67	75,120,803.06	30,785,345.76
存货	448,570,650.34	334,358,966.53	369,592,559.26
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	-	-	-
流动资产合计	**1,063,596,700.37**	**804,090,678.72**	**582,576,096.71**
非流动资产：			
可供出售金融资产	-	-	-
持有至到期投资	-	18,000,000.00	-
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	208,911,478.42	173,911,478.42	173,911,478.42
投资性房地产	27,611,226.76	22,576,393.04	-
固定资产	146,912,580.06	119,111,307.26	88,604,685.97
在建工程	4,563,250.21	4,673,375.21	3,542,085.62
工程物资	-	-	-
固定资产清理	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-
油气资产	-	-	-
无形资产	46,116,337.80	40,810,308.73	22,292,810.33
开发支出	-	-	-

商誉	-	-	-
长期待摊费用	13,188,515.38	5,603,075.90	2,304,471.16
递延所得税资产	1,939,646.50	2,357,358.30	143,360.54
其他非流动资产	-	-	-
非流动资产合计	**449,243,035.13**	**387,043,296.86**	**290,798,892.04**
资产总计	**1,512,839,735.50**	**1,191,133,975.58**	**873,374,988.75**
负债和所有者权益（或股东权益）	**2010 年 12 月 31 日**	**2009 年 12 月 31 日**	**2008 年 12 月 31 日**
流动负债：			
短期借款	36,800,000.00	-	20,000,000.00
交易性金融负债	-	-	-
应付票据	203,536,141.80	119,516,593.76	91,120,000.00
应付账款	210,013,885.77	136,630,705.38	174,723,506.29
预收款项	74,951,405.78	99,559,309.49	113,226,945.86
应付职工薪酬	47,869,013.09	32,212,604.36	27,423,073.84
应交税费	-1,455,648.03	15,765,696.38	-7,295,124.13
应付利息	-	-	-
应付股利	-	98,000,000.00	-
其他应付款	27,209,675.80	170,920,972.46	147,152,880.63
一年内到期的非流动负债	-	-	-
其他流动负债	-	-	-
流动负债合计	598,924,474.21	**672,605,881.83**	**566,351,282.49**
非流动负债：			
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
长期应付款	-	-	-
专项应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	**598,924,474.21**	**672,605,881.83**	**566,351,282.49**
所有者权益（或股东权益）：			
股本	452,930,000.00	77,951,600.00	60,345,600.00
资本公积	90,607,905.29	58,848,084.38	58,848,084.38
减：库存股	-	-	-
专项储备	-	-	-
盈余公积	37,037,735.60	47,972,840.94	18,783,002.19
未分配利润	333,339,620.40	333,755,568.43	169,047,019.69
外币报表折算差额	-	-	-

归属于母公司所有者权益（或股东权益）合计	**913,915,261.29**	**518,528,093.75**	**307,023,706.26**
少数股东权益	-	-	-
所有者权益（或股东权益）合计	**913,915,261.29**	**518,528,093.75**	**307,023,706.26**
负债和所有者权益（或股东权益）总计	**1,512,839,735.50**	**1,191,133,975.58**	**873,374,988.75**

3、合并利润表

单位：元

项目	2010 年度	2009 年度	2008 年度
一、营业收入	1,674,810,347.77	1,403,912,615.35	1,230,114,518.69
减：营业成本	744,241,397.04	731,457,772.70	647,813,200.91
营业税金及附加	3,900,580.28	1,771,512.79	1,421,965.71
销售费用	390,529,004.76	324,860,564.29	252,018,996.23
管理费用	104,938,568.87	81,917,556.89	89,749,893.02
财务费用	332,295.78	2,562,805.28	14,252,483.71
资产减值损失	11,444,343.76	6,742,363.70	20,598,935.36
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）	303,654.30	353,460.79	-297,034.45
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-297,034.45
二、营业利润	419,727,811.58	254,953,500.49	203,962,009.30
加：营业外收入	3,264,520.07	1,511,915.92	575,665.61
减：营业外支出	2,542,600.65	480,124.28	4,206,090.08
其中：非流动资产处置净损失	15,674.73	30,517.00	253,945.80
三、利润总额	420,449,731.00	255,985,292.13	200,331,584.83
减：所得税费用	59,949,408.23	-2,002,502.37	3,000,574.67
四、净利润	360,500,322.77	257,987,794.50	197,331,010.16
其中：被合并方在合并前实现的净利润	-	-	1,110,062.73
归属于母公司所有者的净利润	360,325,263.79	257,765,724.34	193,235,904.42
少数股东损益	175,058.98	222,070.16	4,095,105.74
五、每股收益：			
基本每股收益	0.80	0.57	0.43
稀释每股收益	0.80	0.57	0.43

项目	2010 年度	2009 年度	2008 年度
六、其他综合收益		-	-
七、综合收益总额	360,500,322.77	257,987,794.50	197,331,010.16
归属于母公司所有者的综合收益总额	360,325,263.79	257,765,724.34	193,235,904.42
归属于少数股东的综合收益总额	175,058.98	222,070.16	4,095,105.74

4、母公司利润表

单位：元

项目	2010 年度	2009 年度	2008 年度
一、营业收入	1,673,784,713.54	1,402,649,429.40	1,121,525,098.58
减：营业成本	752,262,137.37	739,782,481.56	604,618,493.44
营业税金及附加	3,148,368.86	1,455,877.00	740,690.68
销售费用	389,073,566.86	324,840,932.19	227,686,789.75
管理费用	88,834,933.96	72,056,422.11	69,585,576.56
财务费用	586,952.46	1,614,520.62	790,374.05
资产减值损失	11,195,044.20	6,827,675.62	27,359,068.21
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）	157,593.60	32,853,460.79	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
二、营业利润	428,841,303.43	288,924,981.09	190,744,105.89
加：营业外收入	3,164,174.51	1,209,015.92	15,665.61
减：营业外支出	2,466,629.87	449,607.28	3,156,418.21
其中：非流动资产处置净损失	15,674.73	-	-
三、利润总额	429,538,848.07	289,684,389.73	187,603,353.29
减：所得税费用	59,161,492.07	-2,213,997.76	-
四、净利润	370,377,356.00	291,898,387.49	187,603,353.29
其中：被合并方在合并前实现的净利润	-	-	-
归属于母公司所有者的净利润	370,377,356.00	291,898,387.49	187,603,353.29
少数股东损益	-	-	-
五、每股收益：			
基本每股收益			

稀释每股收益			
六、其他综合收益		-	-
七、综合收益总额	370,377,356.00	291,898,387.49	187,603,353.29
归属于母公司所有者的综合收益总额	370,377,356.00	291,898,387.49	187,603,353.29
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-

5、合并现金流量表

单位：元

项 目	2010 年度	2009 年度	2008 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	1,832,070,788.55	1,588,399,592.22	1,521,116,140.79
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	51,092,246.27	113,814,067.74	149,153,143.19
经营活动现金流入小计	1,883,163,034.82	1,702,213,659.96	1,670,269,283.98
购买商品、接受劳务支付的现金	740,029,846.18	622,193,564.13	608,371,066.13
支付给职工以及为职工支付的现金	263,106,540.00	199,784,771.04	173,479,951.54
支付的各项税费	251,800,869.53	153,337,636.57	156,991,573.94
支付其他与经营活动有关的现金	446,667,771.52	359,617,877.75	402,683,808.22
经营活动现金流出小计	1,701,605,027.23	1,334,933,849.49	1,341,526,399.83
经营活动产生的现金流量净额	181,558,007.59	367,279,810.47	328,742,884.15
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	106,000,000.00	-	-
取得投资收益收到的现金	303,654.30	112,136.43	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	15,049,169.78	-	-
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	-	-	11,305,467.99
投资活动现金流入小计	121,352,824.08	112,136.43	11,305,467.99
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	216,258,014.65	96,202,078.69	92,098,851.71
投资支付的现金	97,800,000.00	23,000,000.00	-
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	-	925,437.18	-
投资活动现金流出小计	314,058,014.65	120,127,515.87	92,098,851.71
投资活动产生的现金流量净额	-192,705,190.57	-120,015,379.44	-80,793,383.72
三、筹资活动产生的现金流量：			

项 目	2010 年度	2009 年度	2008 年度
吸收投资收到的现金	25,011,191.00	17,606,000.00	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	36,800,000.00	30,000,000.00	265,300,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	78,881,523.56	43,812,742.00	41,985,260.64
筹资活动现金流入小计	140,692,714.56	91,418,742.00	307,285,260.64
偿还债务支付的现金	-	133,300,000.00	412,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	116,118,680.66	1,630,055.48	15,154,784.59
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	17,500,000.00	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	100,477,318.64	48,102,546.46	58,521,260.64
筹资活动现金流出小计	216,595,999.30	183,032,601.94	485,676,045.23
筹资活动产生的现金流量净额	-75,903,284.74	-91,613,859.94	-178,390,784.59
四、汇率变动对现金的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	-87,050,467.72	155,650,571.09	69,558,715.84
加：期初现金及现金等价物余额	252,143,954.01	96,493,382.92	26,934,667.08
六、期末现金及现金等价物余额	165,093,486.29	252,143,954.01	96,493,382.92

6、母公司现金流量表

单位：元

项 目	2010 年度	2009 年度	2008 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	1,831,044,581.75	1,587,633,024.09	1,361,622,109.94
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	104,755,130.55	101,399,605.73	334,691,339.12
经营活动现金流入小计	1,935,799,712.30	1,689,032,629.82	1,696,313,449.06
购买商品、接受劳务支付的现金	753,913,159.90	761,642,693.94	723,130,344.98
支付给职工以及为职工支付的现金	246,027,539.31	179,934,388.91	131,605,561.13
支付的各项税费	243,637,797.91	127,012,909.85	64,397,075.45
支付其他与经营活动有关的现金	544,701,863.50	412,305,461.05	659,319,453.77
经营活动现金流出小计	1,788,280,360.62	1,480,895,453.75	1,578,452,435.33
经营活动产生的现金流量净额	147,519,351.68	208,137,176.07	117,861,013.73
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	84,000,000.00	-	-
取得投资收益收到的现金	32,657,593.60	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	35,152.81	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的	-	-	-

项 目	2010 年度	2009 年度	2008 年度
现金净额			
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	116,692,746.41	-	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	164,521,149.73	55,573,030.27	33,792,930.71
投资支付的现金	66,000,000.00	18,000,000.00	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	35,000,000.00	-	9,000,000.00
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	265,521,149.73	73,573,030.27	42,792,930.71
投资活动产生的现金流量净额	-148,828,403.32	-73,573,030.27	-42,792,930.71
三、筹资活动产生的现金流量：	-	-	
吸收投资收到的现金	25,011,191.00	17,606,000.00	-
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
取得借款收到的现金	36,800,000.00	30,000,000.00	50,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	78,881,523.56	43,812,742.00	26,145,260.64
筹资活动现金流入小计	140,692,714.56	91,418,742.00	76,145,260.64
偿还债务支付的现金	-	50,000,000.00	30,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	98,618,680.66	518,208.75	1,026,994.79
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	100,477,318.64	48,495,683.44	54,531,260.64
筹资活动现金流出小计	199,095,999.30	99,013,892.19	85,558,255.43
筹资活动产生的现金流量净额	-58,403,284.74	-7,595,150.19	-9,412,994.79
四、汇率变动对现金的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	-59,712,336.38	126,968,995.61	65,655,088.23
加：期初现金及现金等价物余额	201,295,291.32	74,326,295.71	8,671,207.48
六、期末现金及现金等价物余额	141,582,954.94	201,295,291.32	74,326,295.71

二、发行人财务报表的编制基础和合并财务报表范围及变化情况

（一）会计报表的编制基础及遵循会计准则的声明

本公司 2007 年 1 月 1 日之前执行原企业会计准则和《企业会计制度》，自 2007 年 1 月 1 日起执行财政部 2006 年 2 月 15 日颁布的《企业会计准则》（“财会[2006]3 号”）及其后续规定。本财务报表按照《企业会计准则第 38 号——首

次执行企业会计准则》、中国证监会《公开发行证券的公司信息披露规范问答第7 号——新旧会计准则过渡期间比较财务会计信息的编制和披露》（证监会计字[2007]10 号）等的规定，对要求追溯调整的项目在相关会计年度进行了追溯调整，并对财务报表进行了重新表述。

本公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照《企业会计准则—基本准则》和其他各项具体会计准则、应用指南及准则解释的规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。编制符合企业会计准则要求的财务报表需要使用估计和假设，这些估计和假设会影响到财务报告日的资产、负债和或有负债的披露，以及报告期间的收入和费用。

（二）合并财务报表范围及变化情况

1、合并报表范围

子公司名称	注册地	注册资本	持股比例	公司实际投资额	经营范围	合并期限
泉州九牧王	泉州	4,200 万元	65%	5,460 万元	生产各种服装及服饰产品	2008 年至2010 年
福建服饰	晋江	港元880 万元	-	-	生产、销售服装、领带、袜子	2008 年
厦门九牧王	厦门	6,000 万元	100%	6,000 万元	对房地产投资；房地产开发经营与管理；企业管理咨询、投资顾问	2008 年 7 月至 2010 年 12 月
欧瑞宝公司	厦门	1,500 万元	100%	1,500 万元	服装业的投资及管理，服装、鞋帽销售，经营各类商品和技术的进出口	2010 年 3 月至 2010 年 12 月
玛斯公司	厦门	2,000 万元	100%	2,000 万元	服装业的投资及管理，服装、鞋帽销售，经营各类商品和技术的进出口	2010 年 3 月至 2010 年 12 月

2、报告期内合并报表范围发生变更的内容和原因

（1）根据公司董事会决议，公司于 2010 年 3 月 8 日以货币资金投资 1,500

万元设立全资子公司－欧瑞宝公司;2010 年 3 月 23 日公司以货币资金投资 2,000 万元设立全资子公司－玛斯公司。公司于 2010 年 3 月 1 日起将欧瑞宝公司及玛斯公司纳入合并会计报表范围。

（2）2008 年 6 月公司通过股权收购，持有厦门九牧王 100%的股权，将其纳入合并会计报表范围。

（3）福建服饰于 2007 年末开始进行业务重组，其与业务相关的生产人员、销售渠道、存货及生产设备等陆续转入本公司，福建服饰于 2008 年已停止生产，并对其与业务相关的往来款等进行了清理。2008 年末，本公司与福建服饰签订了《资产收购协议》将其账列与业务相关的设备作价 3,969,038.62 元转让给本公司。至此，本公司完成了对福建服饰的业务合并，合并日为 2008 年 12 月 31 日。该次合并为同一控制下的企业合并，理由如下：

在合并日前，本公司实际控制人林聪颖先生持有福建服饰 100%股权，即本公司和福建服饰在合并日前同受林聪颖先生控制。故该次业务合并为同一控制下的业务合并，本公司将福建服饰 2008 年度财务报表纳入合并报表范围。

三、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）收入确认及计量的具体方法

1、销售商品收入的确认

公司销售的商品在同时满足下列条件时，按从购货方已收或应收的合同或协议价款的金额确认销售商品收入：（1）已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；（2）既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；（3）收入的金额能够可靠地计量；（4）相关的经济利益很可能流入企业；（5）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

根据不同销售模式，本公司销售商品收入确认方法具体如下：

（1）买断式加盟商

本公司对于买断式加盟商，于商品已实际交付，取得收款权利时确认销售收入，相应结转销售成本。

（2）直营店

本公司直营店系本公司自有销售终端，本公司在专卖店实际销售商品，取得

收款权利时确认销售收入，相应结转销售成本。

（3）直营商场

直营商场系由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商场提供销售结算单确认销售收入，相应结转销售成本。

（4）代理加盟商

在部分一级城市，本公司对部分加盟商采用委托代销的模式，本公司根据与代理加盟商签订的协议，于合同约定结算期，根据代理加盟商提供的代销清单确认销售收入，相应结转销售成本。

合同或协议价款的收取采用递延方式，实质上具有融资性质的，按照应收的合同或协议价款的公允价值确定销售商品收入金额。

2、提供劳务收入的确认

本公司劳务主要系指受托加工，本公司于加工劳务提供完毕，并实际交付加工货物，取得收取加工费权利时，确认加工劳务收入，相应结转加工劳务成本。

3、让渡资产使用权收入的确认

本公司在与让渡资产使用权相关的经济利益能够流入和收入的金额能够可靠的计量时确认让渡资产使用权收入。利息收入按使用货币资金的使用时间和适用利率计算确定。使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

（二）金融工具

1、金融工具的分类、确认依据和计量方法

本公司的金融资产包括：应收款项和持有至到期投资。金融资产的分类取决于本公司及其子公司对金融资产的持有意图和持有能力。

本公司的金融负债均为其他金融负债。

（1）应收款项

本公司应收款项（包括应收账款和其他应收款等）按合同或协议价款作为初始入账金额。凡因债务人破产，依照法律清偿程序清偿后仍无法收回；或因债务人死亡，既无遗产可供清偿，又无义务承担人，确实无法收回；或因债务人逾期

未能履行偿债义务，经法定程序审核批准，该等应收账款列为坏账损失。

本公司以应收债权向银行等金融机构转让、质押或贴现等方式融资时，根据相关合同的约定，当债务人到期未偿还该项债务时，若本公司负有向金融机构还款的责任，则该应收债权作为质押贷款处理；若本公司没有向金融机构还款的责任，则该应收债权作为转让处理，并确认债权的转让损益。

本公司收回应收款项时，将取得的价款和应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

① 单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项

本公司将单一客户余额大于 200 万元（含 200 万元）的应收账款，确定为单项金额重大的应收款项。

本公司将单一项目余额大于 100 万元（含 100 万元）的其他应收款，确定为单项金额重大的其他应收款。

在资产负债表日，本公司对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，经测试发生了减值的，按其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确定减值损失，计提坏账准备；对单项测试未减值的应收款项，汇同对单项金额非重大的应收款项，按类似的信用风险特征划分为若干组合，再按这些应收款项组合在资产负债表日余额的一定比例计算确定减值损失，计提坏账准备。

本公司报告期无单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项。

②单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

本公司报告期无单项金额虽不重大并单项计提坏账准备的应收款项。

③按组合计提坏账准备的应收款项

应收款项按款项性质分类后，以账龄为风险特征划分信用风险组合，确定计提比例如下：

类别	风险特征			
	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
合并范围内应收款项	0	0	0	0
应收账款及其他应收款	5%	20%	50%	100%

（2）持有至到期投资

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。本公司对持有至到期投资，按取得时的公允价值和相关

交易费用之和作为初始确认金额。支付的价款中包含的已到付息期但尚未领取的债券利息的，单独确认为应收项目。持有至到期投资在持有期间按照摊余成本和实际利率确认利息收入，计入投资收益。实际利率在取得持有至到期投资时确定，在随后期间保持不变。实际利率与票面利率差别很小的，按票面利率计算利息收入，计入投资收益。处置持有至到期投资时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额确认为投资收益。

如本公司因持有意图或能力发生改变，使某项投资不再适合作为持有至到期投资，则将其重分类为可供出售金融资产，并以公允价值进行后续计量。重分类日，该投资的账面价值与公允价值之间的差额计入所有者权益，在该可供出售金融资产发生减值或终止确认时转出，计入当期损益。

（3）其他金融负债

本公司的其他金融负债是指除以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债以外的金融负债。主要系因购买商品产生的应付账款等。其他金融负债按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

本公司拥有的其他不属于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等，按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。在初始计量后按《企业会计准则第 13 号－或有事项》确定的金额，和按《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两者中的较高者进行后续计量。

2、金融资产转移的确认依据和计量方法

本公司的金融资产转移，包括下列两种情形：

（1）将收取金融资产现金流量的权利转移给另一方；

（2）将金融资产转移给另一方，但保留收取金融资产现金流量的权利，并承担将收取的现金流量支付给最终收款方的义务，同时满足下列条件：

①从该金融资产收到对等的现金流量时，才有义务将其支付给最终收款方。企业发生短期垫付款，但有权全额收回该垫付款并按照市场上同期银行贷款利率计收利息的，视同满足本条件。

②根据合同约定，不能出售该金融资产或作为担保物，但可以将其作为对最

终收款方支付现金流量的保证。

③有义务将收取的现金流量及时支付给最终收款方。企业无权将该现金流量进行再投资，但按照合同约定在相邻两次支付间隔期内将所收到的现金流量进行现金或现金等价物投资的除外。企业按照合同约定进行再投资的，应当将投资收益按照合同约定支付给最终收款方。

已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，分别下列情况处理：

（1）放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产。

（2）未放弃对该金融资产控制的，按照其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。

3、金融负债终止确认条件

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，终止确认该金融负债或其一部分。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。

4、金融资产减值测试方法、减值准备计提方法

资产负债表日，本公司对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查。

对于持有至到期投资，有客观证据表明其发生了减值的，根据其账面价值与预计未来现金流量现值之间差额计算确认减值损失；计提后如有证据表明其价值已恢复，原确认的减值损失可予以转回，记入当期损益，但该转回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。

（三）存货

1、存货的分类

存货主要包括原材料、委托加工物资、低值易耗品、在产品、产成品（库存商品）等。

2、发出存货的计价方法

存货在取得时，按成本进行初始计量，包括采购成本、加工成本和其他成本。存货发出时，采用月末一次加权平均法确定发出存货的实际成本。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。年末，在对存货进行全面盘点的基础上，对于存货因被淘汰、全部或部分陈旧过时或估计销售价格低于成本等原因导致成本高于可变现净值的部分提取存货跌价准备。

存货跌价准备按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取。其中：对于产成品（库存商品）等直接用于出售的商品存货，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；对于原材料，本公司对其中呆滞部分计提存货跌价准备。

4、存货的盘存制度

本公司的存货盘存制度为永续盘存制。本公司定期对存货进行清查，盘盈利得和盘亏损失计入当期损益。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

低值易耗品和包装物采用一次转销法摊销。

（四）长期股权投资

本公司的长期股权投资均系对子公司的投资。

1、投资成本的确定

（1）同一控制下的企业合并

对于同一控制下的企业合并，合并方在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日在被合并方的账面价值计量。合并方取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

（2）非同一控制下的企业合并

对于非同一控制下的企业合并，合并成本为购买方在购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值。通过多次交换交易分步实现的企业合并，合并成本为每一单项交易成本之和。购买方为进行企业合并发生的各项直接相关费用计入企业合并成本。

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，确认为商誉。购买方对合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，经复核后合并成本仍小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，计入当期损益。

2、后续计量及损益确认方法

本公司对子公司的投资的后续计量采用成本法核算，编制合并财务报表时按照权益法进行调整。除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认投资收益。

3、减值测试方法及减值准备计提方法

资产负债表日，若因市价持续下跌或被投资单位经营状况恶化等原因使长期股权投资存在减值迹象时，根据单项长期股权投资的公允价值减去处置费用后的净额与长期股权投资预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定长期股权投资的可收回金额。长期股权投资的可收回金额低于账面价值时，将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。长期股权投资减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（五）投资性房地产

本公司的投资性房地产均为已出租的建筑物。

本公司的投资性房地产按其成本作为入账价值，外购投资性房地产的成本包括购买价款、相关税费和可直接归属于该资产的其他支出；自行建造投资性房地产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。

本公司对投资性房地产采用成本模式进行后续计量，按其预计使用寿命及净残值率对建筑物和土地使用权计提折旧或摊销。投资性房地产的预计使用寿命、净残值率及年折旧（摊销）率列示如下：

类　别	预计使用寿命（年）	预计净残值率	年折旧（摊销）率
房屋建筑物	20-40	10%	2.25%－4.5%

投资性房地产的用途改变为自用时，自改变之日起，本公司将该投资性房地产转换为固定资产。自用房地产的用途改变为赚取租金或资本增值时，自改变之日起，本公司将固定资产或无形资产转换为投资性房地产。发生转换时，以转换

前的账面价值作为转换后的入账价值。

资产负债表日，若单项投资性房地产的可收回金额低于账面价值时，将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。投资性房地产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

当投资性房地产被处置，或者永久退出使用且预计不能从其处置中取得经济利益时，终止确认该项投资性房地产。投资性房地产出售、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金额计入当期损益。

（六）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指同时满足与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业和该固定资产的成本能够可靠地计量条件的，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。

2、各类固定资产的折旧方法

除已提足折旧仍继续使用的固定资产之外，本公司对所有固定资产计提折旧。折旧方法采用年限平均法。

本公司根据固定资产的性质和使用情况，确定固定资产的使用寿命和预计净残值。并在年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。

本公司的固定资产类别、预计使用寿命、预计净残值率和年折旧率如下：

类别	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	20-40	10%	2.25%－4.5%
机器设备	10	10%	9.00%
运输工具	5	10%	18.00%
办公设备及其他	5	10%	18.00%

3、固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法

资产负债表日，固定资产按照账面价值与可收回金额孰低计价。若单项固定资产的可收回金额低于账面价值，将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。固定资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

4、其他说明

本公司固定资产按成本进行初始计量。其中，外购的固定资产的成本包括买价、进口关税等相关税费，以及为使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可直接归属于该资产的其他支出。自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。投资者投入的固定资产，按投资合同或协议约定的价值作为入账价值，但合同或协议约定价值不公允的按公允价值入账。购买固定资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，固定资产的成本以购买价款的现值为基础确定。实际支付的价款与购买价款的现值之间的差额，除应予资本化的以外，在信用期间内计入当期损益。

当固定资产被处置、或者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金额计入当期损益。

（七）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，包括土地使用权、商标及软件等。

无形资产按照成本进行初始计量。购入的无形资产，按实际支付的价款和相关支出作为实际成本。投资者投入的无形资产，按投资合同或协议约定的价值确定实际成本，但合同或协议约定价值不公允的，按公允价值确定实际成本。

本公司在取得无形资产时分析判断其使用寿命，划分为使用寿命有限和使用寿命不确定的无形资产。

使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内采用直线法摊销，并在年度终了，对无形资产的使用寿命和摊销方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。使用寿命有限的无形资产摊销方法如下：

类别	使用寿命	摊销方法
土地使用权	法定使用期限	平均年限法
商标	10 年	平均年限法
软件	10 年	平均年限法

使用寿命不确定的无形资产不予摊销。本公司使用寿命不确定的无形资产系外购的时装品牌，本公司在每个会计期间对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，当有确凿证据表明其使用寿命是有限的，则估计其使用寿命，按直

线法进行摊销。使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。

资产负债表日，本公司对无形资产按照其账面价值与可收回金额孰低计量，按单项资产可收回金额低于账面价值的差额计提无形资产减值准备，相应的资产减值损失计入当期损益。无形资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（八）资产减值

1、资产减值是指资产的可收回金额低于其账面价值。

在财务报表中单独列示的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，至少每年进行减值测试。固定资产、无形资产及长期投资等，企业在资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，资产存在减值迹象的，以单项资产为基础估计其可收回金额；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为基础确定资产组的可收回金额。按照可收回金额低于账面价值的差额，计提减值准备。

2、资产组是企业可以认定的最小资产组合，其产生的现金流入基本上独立于其他资产或资产组。能够独立于其他部门或单位等形成收入、产生现金流入，或者其形成的收入和现金流入绝大部分独立于其他部门或单位、且属于可认定的最小资产组合的企业的生产线、营业终端、业务部门通常被认定为一个资产组；几项资产组合生产产品存在活跃市场的，这些资产的组合也被认定为资产组。

3、可收回金额根据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较高者确定。

4、上述资产减值损失一经确认，如果以后期间价值得以恢复，也不予转回。

（九）借款费用资本化

本公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。符合资本化条件的资产，是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者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

同时满足下列条件时，借款费用开始资本化：（1）资产支出已经发生，资产

支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；（2）借款费用已经发生；（3）为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

在资本化期间内，每一会计期间的资本化金额，为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用，减去将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确定。为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用了一般借款的，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，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。利息资本化金额，不超过当期相关借款实际发生的利息金额。

符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，暂停借款费用的资本化。在中断期间发生的借款费用确认为费用，计入当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始。如果中断是所购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态必要的程序，借款费用继续资本化。

购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，停止借款费用资本化。

（十）在建工程

本公司自行建造的在建工程按实际成本计价，实际成本由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。

已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的固定资产，按照估计价值确定其成本，并计提折旧；待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

资产负债表日，本公司对在建工程按照账面价值与可收回金额孰低计量，按单项工程可收回金额低于账面价值的差额，计提在建工程减值准备，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。在建工程减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（十一）预计负债

本公司发生与或有事项相关的义务并同时符合以下条件时，在资产负债表中确认为预计负债：（1）该义务是本公司承担的现时义务；（2）该义务的履行很可能导致经济利益流出企业；（3）该义务的金额能够可靠地计量。

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量，并综合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。货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。本公司于资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核，并对账面价值进行调整以反映当前最佳估计数。

（十二）合并财务报表的编制方法

本公司将拥有实际控制权的子公司和特殊目的主体纳入合并财务报表范围。

本公司合并财务报表按照《企业会计准则第 33 号－合并财务报表》及相关规定的要求编制，合并时合并范围内的所有重大内部交易和往来业已抵销。子公司的股东权益中不属于母公司所拥有的部分作为少数股东权益在合并财务报表中股东权益项下单独列示。

子公司与本公司采用的会计政策或会计期间不一致的，在编制合并财务报表时，按照本公司的会计政策或会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。

对于非同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并财务报表时，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其个别财务报表进行调整；对于同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并财务报表时，视同合并后形成的报告主体自最终控制方开始实施控制时一直是一体化存续下来的，对合并资产负债表的期初数进行调整，同时对比较报表的相关项目进行调整。

（十三）所得税的会计处理方法

本公司的所得税采用资产负债表债务法核算。资产、负债的账面价值与其计税基础存在差异的，按照规定确认所产生的递延所得税资产和递延所得税负债。

在资产负债表日，对于当期和以前期间形成的当期所得税负债（或资产），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；对于递延所得税资产和递延所得税负债，根据税法规定，按照预期收回该资产或清偿该负债期间

的适用税率计量。

递延所得税资产的确认以本公司很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的应纳税所得额为限。在无法明确估计可抵扣暂时性差异预期转回期间可能取得的应纳税所得额时，不确认与可抵扣暂时性差异相关的递延所得税资产。对子公司、联营企业及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债，予以确认，但同时满足能够控制应纳税暂时性差异转回的时间且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回的，不予确认；对子公司、联营企业及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产，该可抵扣暂时性差异同时满足在可预见的未来很可能转回即在可预见的将来有处置该项投资的明确计划，且预计在处置该项投资时，除了有足够的应纳税所得以外，还有足够的投资收益用以抵扣可抵扣暂时性差异时，予以确认。

资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核。除企业合并、直接在所有者权益中确认的交易或者事项产生的所得税外，本公司将当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益。

（十四）税项

1、主要税种、税率及税收优惠

（1）流转税及附加税费

税目	纳税（费）基础	税（费）率	备注
营业税	租金收入	5%	
增值税	销售商品、提供加工劳务	17%	
城市维护建设税	应交流转税额	7%、5%	
教育费附加	应交流转税额	3%	
地方教育费附加	应交流转税额	1%	

注：根据 2010 年 10 月 18 日国务院颁布的国发（2010）35 号文《关于统一内外资企业和个人城市维护建设税和教育费附加制度的通知》，2010 年 12 月 1 日起，本公司开始计缴城市维护建设税及教育费附加。

（2）企业所得税

公司名称	报告期	报告期实际税率	获利起始年度	备注
本公司	2008 年至 2009 年	0	2008 年	注 1、注 2
	2010 年度	12.5%		
泉州九牧王	2008 年度	12.5%	2004 年	注 1、注 3
	2009 年至 2010 年度	25%		
福建服饰	2008 年度	25%	1999 年	注 1、注 4
厦门九牧王	2008 年度	18%	-	注 1、注 5
	2009 年度	20%		
	2010 年度	22%		
欧瑞宝公司	2010 年 3 月至 12 月	25%	-	注 6
玛斯公司	2010 年 3 月至 12 月	25%	-	注 7

注 1：本公司、泉州九牧王及福建服饰均系注册地在泉州的外商投资企业，属于设立在沿海经济开放区的外商投资企业。根据《中华人民共和国外商投资企业和外国企业所得税法》及其实施细则，“设在沿海经济开放区和经济特区、经济技术开发区所在城市的老市区的生产性外商投资企业，减按百分之二十四的税率征收企业所得税。”故本公司、泉州九牧王及福建服饰 2007 年及以前年度适用企业所得税（中央部分）法定税率为 24%，适用企业所得税（地方部分）法定税率为 3%。厦门九牧王地处厦门经济特区，2007 年及以前年度适用企业所得税率法定税率为 15%。全国人民代表大会于 2007 年 3 月 16 日通过了《中华人民共和国企业所得税法》（“新所得税法”），新所得税法自 2008 年 1 月 1 日起施行。本公司、泉州九牧王、福建服饰、厦门九牧王适用的企业所得税法定税率自 2008 年 1 月 1 日调整为 25%。

注 2：本公司系成立于 2007 年 3 月 16 日之前的生产型外商投资企业，根据《中华人民共和国外商投资企业和外国企业所得税法》，享受 “两免三减半”的税收优惠。根据《国务院关于实施企业所得税过渡优惠政策的通知》（国发〔2007〕39 号）的规定：“自 2008 年 1 月 1 日起，原享受企业所得税‘两免三减半’、‘五免五减半’等定期减免税优惠的企业，新税法施行后继续按原税收法律、行政法规及相关文件规定的优惠办法及年限享受至期满为止”，本公司于 2008 年后仍可继续享受“两免三减半”的税收优惠。

经泉州经济技术开发区国家税务局批准，本公司自 2008 年起开始享受“两免三减半”税收优惠，其中 2008 年度、2009 年度为免税期，2010 年至 2012 年为减半征收，实际适用税率为 12.5%。

注 3：泉州九牧王系成立于 2007 年 3 月 16 日之前的生产型外商投资企业，根据《中华人民共和国外商投资企业和外国企业所得税法》，享受 “两免三减半”的税收优惠。根据国务院“国发〔2007〕39 号”《关于实施企业所得税过渡优惠政策的通知》的规定：“自 2008 年 1 月 1 日起，原享受企业所得税‘两免三减半’、‘五免五减半’等定期减免税优惠的企业，新税法施行后继续按原税收法律、行政法规及相关文件规定的优惠办法及年限享受至期满为止”，本公司于 2008 年仍可继续享受“两免三减半”的税收优惠。

泉州九牧王于 2004 年进入获利年度，经泉州市清蒙科技工业区国家税务局 350503717398132 号《减、免税批准通知书》批准，泉州九牧王自 2004 年开始享受“两免三减半”的税收优惠。其中 2004 年、2005 年度为免税期，2006 至 2008 年度为减半征收期。2006 年、2007 年度实际适用企业所得税率为 12%（其中地方企业所得税 3%的部分予以免征），2008 年度实际适用企业所得税率为 12.5%。自 2009 年度起，泉州九牧王适用企业所得税率为 25%。

注 4：福建服饰系成立于 2007 年 3 月 16 日之前的生产型外商投资企业，根据《中华人民共和国外商投资企业和外国企业所得税法》，享受 “两免三减半”的税收优惠。福建服饰于 1999 年进入获利年度，1999 年至 2003 年享受“两免三减半”的税收优惠，自 2004 年起，福建服饰按照法定税率缴纳企业所得税。自 2008 年度起，福建服饰适用企业所得税率为 25%。

注 5：厦门九牧王系 2007 年 3 月 16 日之前成立于厦门经济特区的企业，2007 年度实际适用的企业所得税率为 15%。根据《国务院关于实施企业所得税过渡优惠政策的通知》（国发〔2007〕39 号），企业按照原税收法律、行政法规和具有行政法规效力文件规定享受的企业所得税优惠政策，实施过渡办法为：自 2008 年 1 月 1 日起，原享受低税率优惠政策的企业，在新税法施行后 5 年内逐步过渡到法定税率。其中：享受企业所得税 15%税率的企业，2008 年按 18%税率执行，2009 年按 20%税率执行，2010 年按 22%税率执行，2011 年按 24%税率执行，2012 年按 25%税率执行。根据上述办法，厦门九牧王 2008 年度、2009 年度、2010 年度的企业所得税税率分别为 18%、20%、22%。

注 6：欧瑞宝公司成立于 2010 年 3 月，适用的企业所得税率为 25%。

注 7：玛斯公司成立于 2010 年 3 月，适用的企业所得税率为 25%。

（3）房产税

本公司房产税按照房产原值的 70－75%为纳税基准，税率为 1.2%，或以租金收入为纳税基准，税率为 12%。

（4）个人所得税

员工个人所得税由本公司代扣代缴。

（十五）会计政策或会计估计变更

1、会计政策变更

本报告期主要会计政策未发生变更。

2、会计估计变更和前期会计差错更正

本报告期，主要会计估计未发生变更，未发生前期会计差错更正。

四、分部信息

主营业务按地区列示如下：

单位：元

地区名称	2010 年度	
	主营业务收入	主营业务成本
华东	687,173,871.63	325,150,862.67
中南	366,138,157.44	152,771,575.28
华北	226,849,503.53	91,625,840.97
西南	154,779,448.93	63,517,263.97
西北	151,134,127.32	70,441,119.13
东北	84,090,414.32	36,005,862.26
合计	1,670,165,523.17	739,512,524.28
地区名称	2009 年度	
	主营业务收入	主营业务成本
华东	586,294,706.93	333,457,743.91
中南	314,538,222.98	159,574,259.23
华北	187,942,662.35	79,950,650.91
西南	135,153,663.75	59,144,220.15
西北	97,637,542.92	56,323,535.74
东北	77,464,659.52	38,640,344.91
合计	1,399,031,458.45	727,090,754.85
地区名称	2008 年度	
	主营业务收入	主营业务成本
华东	535,387,068.16	302,150,737.76
中南	256,572,007.29	124,159,221.67
华北	163,257,383.03	77,096,776.63
西南	105,727,333.01	51,796,801.45

西北	101,286,372.36	55,208,287.54
东北	65,387,091.51	34,750,799.03
合计	1,227,617,255.36	645,162,624.08

五、非经常性损益

本公司报告期内的非经常性损益项目及金额如下：

单位：元

项目	2010 年度	2009 年度	2008 年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-12,459.98	-30,517.00	-
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	-	-	-
计入当期损益的政府补助（与公司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）	2,778,150.00	1,340,901.31	350,000.00
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-
非货币性资产交换损益	-	-	-
委托他人投资或管理资产的损益	-	-	-
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备	-	-	-
债务重组损益	-	-	-
企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等	-	-	-
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	-	-	-

项目	2010 年度	2009 年度	2008 年度
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	-	-	503,308.15
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-
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	-	-	-
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	-
对外委托贷款取得的损益	-	-	-
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	-	-	-
受托经营取得的托管费收入	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-2,043,770.60	-278,592.67	-3,760,752.60
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-
非经常性损益合计（影响利润总额）	721,919.42	1,031,791.64	-2,907,444.45
减：所得税影响额	215,070.11	-6,904.25	-33,750.00
非经常性损益净额（影响净利润）	506,849.31	1,038,695.89	-2,873,694.45
减：少数股东权益影响额	35,000.00	97,750.54	-82,687.50
归属于母公司普通股股东净利润的非经常性损	471,849.31	940,945.35	-2,791,006.95

项目	2010 年度	2009 年度	2008 年度
益			
扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东净利润	359,853,414.48	256,824,778.99	196,026,911.37
归属于母公司普通股股东的净利润	360,325,263.79	257,765,724.34	193,235,904.42
归属于母公司普通股股东净利润的非经常性损益占净利润的比例	0.13%	0.37%	-1.44%

六、最近一期末主要固定资产

单位：元

类别	2009 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2010 年 12 月 31 日
一、固定资产原价合计	360,314,830.55	46,780,622.73	6,900,161.93	400,195,291.35
1、房屋建筑物	224,045,759.19	38,556,269.94	6,691,872.48	255,910,156.65
2、机器设备	78,331,391.83	974,486.10	-	79,305,877.93
3、运输工具	12,023,155.64	1,220,325.00	130,977.00	13,112,503.64
4、办公设备及其他	45,914,523.89	6,029,541.69	77,312.45	51,866,753.13
二、累计折旧合计	75,232,356.42	26,306,593.62	570,295.91	100,968,654.13
1、房屋建筑物	23,402,460.70	10,501,054.21	540,916.65	33,362,598.26
2、机器设备	25,124,622.68	7,510,295.60	-	32,634,918.28
3、运输工具	6,944,961.15	1,232,243.43	12,867.26	8,164,337.32
4、办公设备及其他	19,760,311.89	7,063,000.38	16,512.00	26,806,800.27
三、固定资产净值合计	285,082,474.13	-	-	299,226,637.22
1、房屋建筑物	200,643,298.49	-	-	222,547,558.39
2、机器设备	53,206,769.15	-	-	46,670,959.65
3、运输工具	5,078,194.49	-	-	4,948,166.32
4、办公设备及其他	26,154,212.00	-	-	25,059,952.86
四、固定资产减值准备累计金额合计	-	-	-	-

类别	2009 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2010 年 12 月 31 日
1、房屋建筑物	-	-	-	-
2、机器设备	-	-	-	-
3、运输工具	-	-	-	-
4、办公设备及其他	-	-	-	-
五、固定资产账面价值合计	285,082,474.13	-	-	299,226,637.22
1、房屋建筑物	200,643,298.49	-	-	222,547,558.39
2、机器设备	53,206,769.15	-	-	46,670,959.65
3、运输工具	5,078,194.49	-	-	4,948,166.32
4、办公设备及其他	26,154,212.00	-	-	25,059,952.86

七、无形资产

单位：元

项目	2009 年 12 月 31 日	本期增加额	本期减少额	2010 年 12 月 31 日
一、无形资产原价合计	116,623,427.57	10,469,581.59	-	127,093,009.16
土地使用权	93,624,606.19	3,409,753.00	-	97,034,359.19
商标权	20,291,206.00	4,279,824.79	-	24,571,030.79
软件	2,707,615.38	2,780,003.80	-	5,487,619.18
二、无形资产累计摊销额合计	6,932,203.08	2,582,941.85	-	9,515,144.93
土地使用权	6,085,051.13	1,942,792.11	-	8,027,843.24
商标权	472,384.38	216,899.61	-	689,283.99
软件	374,767.57	423,250.13	-	798,017.70
三、无形资产账面净值合计	109,691,224.49	-	-	117,577,864.23
土地使用权	87,539,555.06	-	-	89,006,515.95
商标权	19,818,821.62	-	-	23,881,746.80
软件	2,332,847.81	-	-	4,689,601.48
四、无形资产减值准备累计金额合计	-	-	-	-
土地使用权	-	-	-	-
商标权	-	-	-	-
软件	-	-	-	-

项目	2009 年 12 月 31 日	本期增加额	本期减少额	2010 年 12 月 31 日
五、无形资产账面价值合计	109,691,224.49	-	-	117,577,864.23
土地使用权	87,539,555.06	-	-	89,006,515.95
商标权	19,818,821.62	-	-	23,881,746.80
软件	2,332,847.81	-	-	4,689,601.48

八、最近一期末主要债项

（一）应付票据

单位：元

项目	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
银行承兑汇票	203,536,141.80	119,516,593.76	91,120,000.00
合计	203,536,141.80	119,516,593.76	91,120,000.00

注：（1）下一会计期间将到期的金额 203,536,141.80 元。

（2）2008 年至 2010 年，应付票据逐年增加的主要原因是银行承兑汇票逐步成为本公司向供应商支付款项的结算方式之一，本公司采购规模的逐年扩大使得应付票据余额相应逐年增加。

（二）应付账款

单位：元

项目	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
应付账款	201,538,707.12	134,974,877.32	99,973,961.56
合计	201,538,707.12	134,974,877.32	99,973,961.56

注：（1）2008 年至 2010 年，应付账款逐年上升，主要是本公司生产经营规模扩大，原材料采购及委托加工产品规模也大幅提高，应付账款也相应逐年增加。

（2）截至 2010 年 12 月 31 日止，应付账款余额中无账龄超过一年的大额应付账款。

（3）截至 2010 年 12 月 31 日止，应付账款中无应付持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位款项。

（三）预收账款

单位：元

项目	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
预收款项	75,030,395.78	99,559,309.49	114,598,743.97
合计	75,030,395.78	99,559,309.49	114,598,743.97

注：（1）截至 2010 年 12 月 31 日，本公司无账龄超过一年的大额预收款项。

（2）截至 2010 年 12 月 31 日，预收款项中无预收持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位。

公司的预收款项的形成主要是公司向买断式加盟商收取的款项。

根据加盟合同，买断式加盟商在公司的订货会上与公司签订意向订单后，一般支付 10%货款作为订金。在订货会后，买断式加盟商根据市场销售情况与公司签订现货提货合同，加盟商应在签订现货合同后 3 日内支付货款。加盟商履行订货会订单执行率达到 90%时，订金可冲抵当季货款或转为下季订货会订金。

报告期公司预收款项主要为预收加盟商款项，截至 2010 年 12 月 31 日，公司预收款项客户前十名列示如下：

单位：元

序号	客户名称	客户类别	期末余额
1	合肥九特龙洋服时装有限公司	加盟商	14,073,208.93
2	新疆诺亚服饰有限公司	加盟商	6,551,833.16
3	青岛瑞尚贸易发展有限公司	加盟商	1,880,722.40
4	苏州百世吉服饰有限公司	加盟商	1,057,642.57
5	宁波市江东冠利贸易有限公司	加盟商	948,588.82
6	银川源森达商贸有限公司	加盟商	901,810.92
7	西宁杰豪商贸有限公司	加盟商	803,624.88
8	福建省福州电业局	团购客户	716,456.40
9	湖北襄樊蔡沈商贸有限公司	加盟商	651,528.76
10	荆州市新百盛商贸有限公司	加盟商	604,657.63
合计			28,190,074.47

截至 2010 年 12 月 31 日，预收款项前十名客户余额合计为 28,190,074.47 元，占期末预收款项总额 37.57%，其他约 740 家客户余额合计占 62.43%。

（四）应交税费

单位：元

税种	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
增值税	-22,568,548.04	18,102,883.85	14,017,577.30
营业税	164,327.20	372,008.63	115,475.34
企业所得税	21,318,557.17	-88,885.14	-139,573.68
个人所得税	683,874.90	-308,208.72	85,811.22
房产税	144,172.80	-	-
城建税	921,924.72	-	-
教育费附加	403,735.07	-	-
地方教育费附加	144,931.99	169,663.91	248,611.28
其他	-	-5,805.02	33,091.36
合计	1,212,975.81	18,241,657.51	14,360,992.82

注：应交税费各年度变动金额主要系增值税和企业所得税余额变动引起，说明如下：

（1）增值税变动原因

增值税 2010 年年末余额较 2009 年年末余额下降较大，主要是本公司 2010 年年末部分增值税进项税票尚未认证抵扣，使得待抵扣进项税余额大幅增加。

（2）企业所得税余额变动原因

报告期内，本公司主要利润来源于母公司，母公司 2008、2009 年度尚处免税期，无需计缴企业所得税；2010 年母公司实际适用税率为 12.5%，本公司按照适用税率计缴企业所得税。

（五）其他应付款

（1）其他应付款各报告期末余额列示如下：

单位：元

项目	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
其他应付款	47,255,185.71	177,491,160.41	112,921,167.37
合计	47,255,185.71	177,491,160.41	112,921,167.37

注：其他应付款 2010 年年末余额较 2009 年年末余额减少 13,023.60 万元，下降了 73.38%，主要系本公司 2010 年度清偿了关联方款项所致。

其他应付款 2009 年末余额较 2008 年末增加了 6,457 万元，增长了 57.18%，主要原因是：1）公司与关联方的往来款项递增使得其他应付款余额相应的增加；2）报告期内公司加盟终端数量由 2008 年的 1,747 家增加至 2009 年的 1,931 家，加盟商支付的加盟保证金相应增加。

（2）本报告期其他应付款中应付持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位或关联方的款项情况如下：

单位：元

项目	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
林聪颖	-	93,858,996.51
九牧王（福建）服饰发展有限公司	-	28,977,246.46
陈加贫	-	8,000,000.00
九牧王国际投资控股有限公司	7,268,187.14	7,268,187.14
陈金盾	-	2,430,000.00
泉州市铂锐投资管理有限公司	-	31,592.00
泉州市睿智投资管理有限公司	-	31,592.00
泉州市顺茂投资管理有限公司	-	31,592.00
智立方（泉州）投资管理有限公司	-	29,224.00
福建好易居投资发展有限公司	15,014,016.97	
合计	22,282,204.11	140,658,430.11

（3）期末金额较大的其他应付款明细列示如下：

单位：元

项目	2010 年 12 月 31 日	性质或内容
加盟保证金（注）	22,869,200.00	加盟商保证金
福建好易居投资发展有限公司	15,014,016.97	土地补偿款
九牧王国际投资控股有限公司	7,268,187.14	关联方往来款
合　计	45,151,404.11	

注：加盟保证金系本公司依据合同约定收取的加盟商加盟保证金。

（4）期末无账龄超过一年的大额其他应付款。

（六）应付股利

单位：元

投资者名称	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
九牧王国际投资控股有限公司	-	115,500,000.00
合计	-	115,500,000.00

1、根据本公司 2009 年 11 月 15 日董事会决议，本公司对截止 2008 年末的未分配利润进行分配，共向股东九牧王国际投资控股有限公司分配利润 9,800 万元。

2、根据泉州九牧王 2009 年 11 月 15 日董事会决议，泉州九牧王对截止 2008 年末的未分配利润进行分配，共计分配利润 5,000 万元，其中九牧王国际投资控股有限公司按持股比例应分得利润 1,750 万元。

3、本公司上述应付股利于 2010 年 4 月已支付完毕。

九、所有者权益变动情况

（一）股本变化情况

单位：元

项目	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
九牧王国际投资控股有限公司	337,500,000.00	58,463,700.00	60,345,600.00
泉州市顺茂投资管理有限公司	30,150,000.00	5,222,757.20	-
泉州市睿智投资管理有限公司	30,150,000.00	5,222,757.20	-
泉州市铂锐投资管理有限公司	30,150,000.00	5,222,757.20	-
智立方（泉州）投资管理有限公司	22,050,000.00	3,819,628.40	-
金石投资有限公司	2,930,000.00	-	-
合　计	452,930,000.00	77,951,600.00	60,345,600.00

报告期内股本的增减变动情况详见本招股说明书“第五节发行人基本情况”

之“三、发行人股本的形成及其变化情况和重大资产重组情况”。

（二）资本公积变动情况

单位：元

项目	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
股本溢价	91,055,919.86	-	29,578,106.60
其他资本公积	254,740.01	239,360.54	239,360.54
合计	91,310,659.87	239,360.54	29,817,467.14

注：（1）股本溢价 2009 年减少 29,578,106.60 元，系 2009 年度福建服饰不再纳入合并报表范围，相应转出股本溢价。

（2）2010 年本公司发起人以其拥有的九牧王（中国）有限公司截止 2009 年 12 月 31 日的净资产折股投入整体变更后的九牧王股份有限公司，净资产超过注册资本部分计 68,974,728.86 元计入本公司资本公积。

（3）2010 年新增股东金石投资有限公司以人民币 25,011,191.00 元认缴本公司新增注册资本 2,930,000.00 元，其实际出资超过新增注册资本的部分 22,081,191.00 元计入本公司资本公积。

（三）盈余公积变动情况

单位：元

项目	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
法定盈余公积	37,037,735.60	-	-
储备基金	-	47,972,840.94	18,783,002.19
合计	37,037,735.60	47,972,840.94	18,783,002.19

注： 2010 年盈余公积本期减少额系本公司发起人以其拥有的九牧王（中国）有限公司截止 2009 年 12 月 31 日的净资产折股投入整体变更后的九牧王股份有限公司。

（四）未分配利润变动情况

单位：元

项目	2010 年度	2009 年度	2008 年度
上年年末未分配利润	397,204,845.60	266,628,960.01	93,263,453.65
加：年初未分配利润调整数（调减“-”）	-	-	-
本期年初未分配利润	397,204,845.60	266,628,960.01	93,263,453.65
加：本期归属于母公司所有者的净利润	360,325,263.79	257,765,724.34	193,235,904.42
减：提取法定盈余公积	37,037,735.60	29,189,838.75	18,760,335.33
应付普通股股利	-	98,000,000.00	-

转作资本（股本）	333,755,568.43	-	-
其他（注）	59,311,478.42	-	1,110,062.73
期末未分配利润	327,425,326.94	397,204,845.60	266,628,960.01

注：（1）2010 年其他项目余额 59,311,478.42 元，系 2007 年度同一控制下企业合并在编制合并资产负债表时，对被合并方在企业合并前实现的留存收益（盈余公积和未分配利润之和）中归属于合并方的部分，自合并方的资本公积转入留存收益。2010 年 3 月份，本公司依法改制成股份有限公司，以 2009 年 12 月 31 日的净资产折股，因此，在编制 2010 年合并资产负债表，不再将被合并方在企业合并前实现的留存收益中归属于合并方的部分，自合并方的资本公积转入留存收益。

（2）2008 年的其他项目余额 1,110,062.73 元，系同一控制企业合并在合并日前被合并方福建服饰实现的净利润。

十、现金流量情况、不涉及现金收支的重大投资和筹资活动及其影响

（一）简要现金流量情况

单位：元

项目	2010 年	2009 年	2008 年
经营活动产生的现金流量净额	181,558,007.59	367,279,810.47	328,742,884.15
投资活动产生的现金流量净额	-192,705,190.57	-120,015,379.44	-80,793,383.72
筹资活动产生的现金流量净额	-75,903,284.74	-91,613,859.94	-178,390,784.59
现金及现金等价物净增加额	-87,050,467.72	155,650,571.09	69,558,715.84
期末现金及现金等价物余额	165,093,486.29	252,143,954.01	96,493,382.92

（二）不涉及现金收支的重大投资和筹资活动

报告期内公司不存在不涉及现金收支的重大投资和筹资活动。

十一、期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

1、新设子公司

经本公司第一届董事会第十次会议和 2011 年第一次临时股东大会批准，本公司决定在香港注册成立九牧王零售投资管理有限公司，投资总额为 1200 万美元。

2011 年 1 月 10 日，福建省外经贸厅出具《福建省对外贸易经济合作厅关

于同意九牧王股份有限公司设立香港九牧王零售投资管理有限公司的批复》（闽外经贸外投[2011]1 号），批准本公司以现汇出资在香港设立九牧王零售，注册资本和投资总额均为 1200 万美元，九牧王零售的经营范围为：主要从事投资、品牌推广、研发及销售业务。同日，发行人获发《企业境外投资证书》（商境外投资证第 3500201100002 号）。

2011 年 1 月 12 日，九牧王零售获香港公司注册处签发第 1550956 号《公司注册证书》。根据香港廖国辉律师事务所出具的《法律意见书》，九牧王零售系 2011 年 1 月 12 日根据法律在香港注册成立并有效存续的有限公司，注册资本 9,000 万港币，股份总额 9,000 万股，已发行股份 2,500 万股，每股面值 1 港元，由本公司认购。

2、股权转让

2011 年 1 月 13 日，九牧王投资与九牧王零售投资管理有限公司签订《关于泉州洋服时装有限公司的股权转让协议》，协议约定九牧王投资将其持有的泉州九牧王 35%股权转让给九牧王零售，以泉州九牧王 2010 年 12 月 31 日经审计净资产的 35%为作价依据，转让价格为 66,746,573.71 元。

泉州九牧王于 2011 年 1 月 13 日召开董事会，会议决议同意九牧王投资将其持有的泉州九牧王 35%的股权转让给九牧王零售，本公司同意前述股权转让，并放弃优先受让权。该股权转让经审批机关批准后，九牧王零售即成为泉州九牧王的合营方。

2011 年 1 月 13 日，泉州经济技术开发区对外贸易经济合作局出具“泉开管外经贸[2011]7 号文件，同意泉州九牧王外方投资者九牧王投资将其持有的泉州九牧王的 35%股权转让给九牧王零售，股权转让后，泉州九牧王的公司性质仍为中外合资经营企业。

2011 年 1 月 13 日，泉州九牧王取得变更后的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

除存在上述资产负债表日后事项外，截止财务报告日，本公司无其他应披露未披露的重大资产负债表日后事项。

截至 2010 年 12 月 31 日，除上述事项外，公司无其他应披露未披露的重大资产负债表日后事项。

（二）或有事项

2007 年 1 月 25 日，公司与广州盛世长城国际广告有限公司广州分公司（以下简称“盛世长城”）签署了一份《品牌策划服务合同》，合同内容为公司委托盛世长城为公司的品牌策划、宣传推广的代理公司，合同约定服务费为人民币 360 万元（另支付税款 8.7%），合计 3,913,200.00 元，合同期限为 2007 年 2 月 1 日至 2008 年 1 月 31 日。

后因盛世长城提供的服务成果难以得到公司的认可，公司决定暂停合同的履行，于 2007 年 7 月 3 日向盛世长城发出《关于合同项目暂停执行通知函》，要求暂停合同执行。2010 年 1 月 25 日，盛世长城以公司违约为由，起诉公司，请求判决终止与公司签订的服务合同，支付 6 月份服务费 326,100.00 元及逾期付款违约金 63,686.40 元，并赔偿损失 2,563,538.00 元、承担律师代理费 110,600.00 元。

公司委托福建闽荣律师事务所（以下简称“闽荣事务所”）代理本案诉讼活动，公司与闽荣事务所对本案进行全面、细致地分析，认为按照目前案件事实及双方提供的证据看，盛世长城的全部诉讼请求较难获得人民法院的支持，公司胜诉的可能性较大。

截至本招股说明书签署日，该未决诉讼已开庭审理，尚未判决。

闽荣事务所于 2011 年 1 月 25 日出具《盛世长城国际广告有限公司广州分公司诉九牧王股份有限公司服务合同纠纷案法律意见书》，该法律意见书认为：1、公司无违约事实；2、盛世长城诉求终止合同没有事实和法律依据；3、盛世长城诉求公司支付 6 月份服务费与事实不符；4、盛世长城诉求公司承担违约责任，赔偿各项损失赔偿没有事实和法律依据。

基于该诉讼正在审理过程中，且公司认为胜诉的可能性较大，故截止 2010 年 12 月 31 日，公司未对该未决诉讼计提预计损失，亦未进行会计处理。

同时，根据盛世长城提出的诉讼请求，要求公司承担的各项损失金额共计 3,063,924.40 元，该金额所占公司 2010 年度净利润的比例为 0.85%，该比例较小，因此，即使盛世长城全部诉讼请求均得到法院支持，该损失对发行人经营业绩的影响程度也很小。

除存在上述或有事项外，截至 2010 年 12 月 31 日，本公司无其他应披露未披露的重大或有事项。

（三）其他重要事项

1、企业合并

本公司报告期内企业合并情况详见“第五节发行人基本情况”之“三、发行人股本的形成及其变化情况和重大资产重组情况”相关内容。

2、租赁

（1）截至 2010 年 12 月 31 日，本公司作为出租人，与经营租赁租出资产有关的信息如下：

单位：元

经营租赁租出资产类别	2010 年 12 月 31 日账面价值	2009 年 12 月 31 日账面价值
房屋建筑物	27,611,226.76	22,576,393.04

注：投资性房地产主要是 2009 年公司两处用于出租的房产，即郑州金水区房产及贵阳盛世明珠广场房产，上述房产系原拟用于开设直营店的商铺，后因考虑到市场、经营成本等原因将此商铺租给加盟商使用。

2010 年公司新增泉州东街房产、上海共和房产合计增加投资性房地产原值 669.19 万元。

（2）截至 2010 年 12 月 31 日，本公司作为承租人，与本公司经营租赁有关的信息如下：

单位：元

剩余租赁期	最低租赁付款额
1 年以内（含 1 年）	9,813,768.11
1 年以上 2 年以内（含 2 年）	1,875,205.71
2 年以上 3 年以内（含 3 年）	556,943.20
3 年以上	362,311.86
合计	12,608,228.88

十二、财务指标

（一）基本财务指标

	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
资产负债率（母公司）	39.59%	56.47%	64.85%
流动比率	1.58	1.08	1.03
速动比率	0.85	0.60	0.38

无形资产（土地使用权除外）占净资产比例	2.93%	3.75%	0.97%
	2010 年度	**2009 年度**	**2008 年度**
应收账款周转率	19.85	18.50	22.86
存货周转率	1.90	2.08	1.93
息税折旧摊销前利润	455,900,781.30	287,303,304.01	240,857,813.45
利息保障倍数	680.59	139.10	14.70
每股经营活动的现金流量	0.40	0.82	0.73
每股净现金流量	-0.19	0.35	0.15

注：上述财务指标计算公式如下：

1、 资产负债率＝总负债／总资产

2、 流动比率＝流动资产／流动负债

3、 速动比率＝（流动资产 － 存货）／流动负债

4、 无形资产（扣除土地使用权）占净资产比例＝无形资产（扣除土地使用权）／期末净资产

5、 应收账款周转率＝营业收入／应收账款平均净额

6、 存货周转率＝营业成本/存货平均净额

7、 息税折旧摊销前利润＝净利润 ＋ 所得税 ＋ 利息支出 ＋ 折旧 ＋ 摊销

8、 利息保障倍数＝（税前利润 ＋ 利息支出）／利息支出

9、 每股经营活动的现金流量＝经营活动产生的现金流量净额／期末股本总额

10、每股净现金流量＝现金流量净额／期末股本总额

（二）净资产收益率和每股收益

项目	净资产收益率（%）	每股收益（元）	
	加权平均	基本	稀释
2010 年度			
归属于公司普通股股东的净利润	49.89	0.80	0.80
扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	49.80	0.80	0.80
2009 年度			
归属于公司普通股股东的净利润	55.23	0.57	0.57
扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	55.03	0.57	0.57
2008 年度			
归属于公司普通股股东的净利润	69.31	0.43	0.43

项目	净资产收益率（%）	每股收益（元）	
	加权平均	基本	稀释
扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	70.31	0.44	0.44

十三、盈利预测

公司未编制盈利预测报告。

十四、评估情况

2010 年 2 月，公司为整体变更设立股份有限公司之需进行了整体评估，具体如下：

福建中兴资产评估房地产土地估价有限责任公司接受九牧王（中国）有限公司的委托，以 2009 年 12 月 31 日为评估基准日，出具了闽中兴评字（2010）第 1006 号《九牧王（中国）有限公司拟股份改制的全部股东权益价值评估报告书》，本次评估未调账。

评估目的：为九牧王（中国）有限公司核实九牧王（中国）有限公司股东全部权益价值,拟为九牧王（中国）有限公司进行股份改制提供作价参考。

评估方法：成本加和法和收益法。

评估结果：经采用成本加和法评估，九牧王（中国）有限公司股东全部权益价值（净资产）为 63,592.81 万元。采用收益法确定的九牧王（中国）有限公司股东全部权益价值为 78,484.93 万元，两者相差 14,892.12 万元，经综合考虑，评估师最终确定的股东全部权益价值为以成本加和法确定的 63,592.81 万元。

资产评估结果汇总表

单位：万元

序号	资产项目	账面净值	调整后净值	评估值	增加值	增加率%
		A	B	C	D=C-B	E=(C-B)/B×100%
1	流动资产	80,409.07	80,409.07	84,832.15	4,423.08	5.50
2	长期投资	21,448.79	21,448.79	26,613.03	5,164.24	24.08
3	固定资产	12,373.34	12,373.34	13,062.93	689.59	5.57
4	其中：建筑物	7,644.40	7,644.40	8,833.62	1,189.22	15.56
5	机器设备	4,261.60	4,261.60	4,196.60	-65.00	-1.53
6	在建工程	467.34	467.34	32.71	-434.63	-93.00
7	无形资产	4,145.16	4,145.16	5,642.39	1,497.23	36.12

序号	资产项目	账面净值	调整后净值	评估值	增加值	增加率%
		A	B	C	D=C-B	E=(C-B)/B×100%
8	其中：土地使用权	1,932.45	1,932.45	3,609.11	1,676.66	86.76
9	其他资产	781.71	781.71	702.90	-78.81	-10.08
10	**资产总计**	**119,158.06**	**119,158.06**	**130,853.39**	**11,695.33**	**9.81**
11	流动负债	67,260.59	67,260.59	67,260.59	0.00	0.00
12	长期负债	-	-	0.00	0.00	
13	**负债总计**	**67,260.59**	**67,260.59**	**67,260.59**	**0.00**	**0.00**
14	**净资产**	**51,897.47**	**51,897.47**	**63,592.81**	**11,695.33**	**22.54**

本次评估结果中最主要的增值是：1）存货中的产成品评估增值 4,469.52 万元，系产成品跌价准备评估为零和预计产成品未来利润共同影响造成；2）长期投资评估增值 5,164.24 万元，其中长期股权投资评估增值 4,768.44 万元，系控股的子公司按母公司的评估基准日进行整体评估，按评估后的净资产乘以母公司的股权比例后的价值作为母公司长期其他股权投资的评估值产生的评估增值；投资性房地产评估增值 395.80 万元，系近年房产价格上涨造成；3）土地使用权评估增值 1,676.66 万元，系土地使用权升值较快所致。

十五、历次验资情况

发行人历次验资情况请详见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“四、历次验资情况及发起人投入资产的计量属性”。

第十一节 管理层讨论与分析

公司始终专注发展以男裤为核心的中高档商务休闲男装的战略方向，致力于让男士拥有高性价比的精工时尚服饰。长期以来，公司凭借优质的产品品质获得了消费者信赖，“男裤专家”、“专业好品质”已逐渐成为九牧王品牌的象征。截至 2009 年，公司西裤市场综合占有率排名连续十年第一，茄克市场综合占有率连续两年第二。公司主导产品男裤、茄克的行业领先优势已经使公司成为中国男装行业的领导企业。

报告期内，公司产品持续畅销，经营业绩快速增长，盈利能力稳步提高。2008 年至 2010 年，公司营业收入的年复合增长率为 16.68%，净利润的年复合增长率为 35.16%。2008 年至 2010 年，公司的加权平均净资产收益率分别达到 69.31%、55.23%和 49.89%，平均为 58.14%；销售净利率分别达到 16.04%、18.38%、21.52%，平均为 18.65%。伴随公司经营业绩的增长，公司的资产规模也实现了迅速扩张，2010 年末，公司总资产达 159,174.97 万元，较 2008 年末增长 54.97%，净资产为 97,545.03 万元，较 2008 年末增长 112.32%。

依据 2008 年、2009 年及 2010 年的合并财务报表，公司管理层对报告期内公司财务状况、盈利能力及现金流量等情况进行了讨论和分析。（本节内如无特殊注明，货币单位指人民币万元）

一、财务状况分析

（一）资产的主要构成及结构分析

报告期内，公司资产构成及变化情况如下：

项 目	2010 年 12 月 31 日		2009 年 12 月 31 日		2008 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	97,099.85	61.00%	75,508.46	58.57%	58,479.96	56.93%
非流动资产	62,075.12	39.00%	53,411.63	41.43%	44,235.88	43.07%
资产总额	159,174.97	100.00%	128,920.09	100.00%	102,715.84	100.00%

报告期内，公司的资产总额呈显著增长趋势，2010 年末，公司总资产为 159,174.97 万元，较 2008 年末增长 54.97%。公司资产规模持续增长，主要是由于报告期内公司经营规模逐步扩大和经营业绩的显著提升。

1、公司流动资产的构成及分析

公司流动资产主要由存货、货币资金和应收账款构成。报告期各期末，公司流动资产的构成情况如下：

资产	2010 年 12 月 31 日		2009 年 12 月 31 日		2008 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	22,089.34	22.75%	28,634.81	37.92%	12,602.97	21.55%
应收票据	7,657.22	7.89%	750.00	0.99%	-	-
应收账款	7,788.30	8.02%	9,087.70	12.04%	6,094.85	10.42%
预付款项	13,788.64	14.20%	2,781.95	3.68%	2,040.41	3.49%
其他应收款	915.44	0.94%	806.29	1.07%	772.46	1.32%
存货	44,860.92	46.20%	33,447.71	44.30%	36,969.27	63.22%
流动资产合计	97,099.85	100.00%	75,508.46	100.00%	58,479.96	100.00%

（1）货币资金分析

货币资金	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
现金	172.80	115.50	115.87
银行存款	16,336.55	25,098.90	9,533.47
其他货币资金	5,579.99	3,420.41	2,953.63
合计	22,089.34	28,634.81	12,602.97
较上年增加额	-6,545.47	16,031.84	8,648.77
较上年增长率	-22.86%	127.21%	218.72%

公司货币资金主要包括银行存款和其他货币资金。公司注重货币资金的管理，始终坚持稳健的货币策略，以应对市场的不确定性，在满足日常生产经营需求的基础上，力求通过再投入，来扩大生产规模、增加营销终端数量，提升公司综合竞争力。2010 年末、2009 年末和 2008 年末，公司的货币资金分别为 22,089.34 万元、28,634.81 万元和 12,602.97 万元。其中，2010 年末较 2009 年末减少了 22.86%、2009 年末较 2008 年末增长了 127.21%。

货币资金余额 2010 年末较 2009 年末下降 22.86%，主要原因是虽然公司 2010 年盈利能力不断提升，销售回款金额较大，但此期间公司偿还了关联方借款以及支付应付股东的股利合计 25,878.04 万元，同时公司为扩大营销网络，支付店铺购置款金额较大，使得公司 2010 年末货币资金余额有所下降；货币资金 2009 年末较 2008 年末大幅增长 127.21%，主要是因为：1）公司 2009 年营业收入较 2008 年增长 14.13%，且公司一向采取较为稳健的信用政策，货款回收能力较强，使得货币资金增长较快； 2）银行承兑汇票是公司向供应商付款的主要支付方式

之一，随着采购规模的扩大，公司应付票据逐年增加，这使得其他货币资金（公司为开具银行承兑汇票而缴纳的保证金）相应增长。

（2）应收票据分析

项目	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
银行承兑汇票	125.00	-	-
商业承兑汇票	7,532.22	750.00	-
合　计	7,657.22	750.00	-

2009 年下半年开始，为了扶持部分信誉好、销售规模较大的加盟商，帮助其扩大经营规模，同时保证公司货款的及时回收，公司对上述客户采取商业承兑汇票的收款方式。2010 年末、2009 年末和 2008 年末，公司应收票据余额分别为 7,657.22 万元、750 万元和 0 万元。除 2010 年末 125 万元应收票据为银行承兑汇票外，在其他报告期内公司应收票据余额均为商业承兑汇票。2010 年末公司应收票据余额比 2009 年末增长较大的原因主要系自 2009 年下半年开始，本公司为了扶持部分信誉好、销售规模较大的加盟商，帮助其扩大经营规模，同时保证货款的及时回收，本公司对上述客户推行收取商业承兑汇票的结算方式。本公司对加盟商实施商业承兑汇票的收款政策在 2009 年下半年才开始实施，实施过程中，应收票据未发生到期无法收款的情况，因此本公司从 2010 年起适度扩大了商业承兑汇票结算方式的范围，使得 2010 年年末应收票据余额较 2009 年末增长较多。

2010 年末，公司应收票据余额前五位客户情况如下：

客户名称	种类	余额	备注
合肥九特龙洋服时装有限公司	商业承兑汇票	2,000.00	货款
新疆诺亚服饰有限公司	商业承兑汇票	1,200.00	货款
卡洛（泉州）商贸有限公司	商业承兑汇票	1,150.00	货款
烟台达峰商贸有限公司	商业承兑汇票	500.00	货款
银川源森达商贸有限公司	商业承兑汇票	350.00	货款
合计	-	5,200.00	-
合计占期末应收票据余额的比重	-	67.91%	-

（3）应收账款分析

①公司的应收账款主要包括应收加盟商的销售款及应收商场的销售款。报告期各期末，公司应收账款情况如下表：

项目	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
应收账款净额	7,788.30	9,087.70	6,094.85
较上年增加额	-1,299.40	2,992.85	1,426.38
较上年增长率	-14.30%	49.10%	30.55%
营业收入	167,481.03	140,391.26	123,011.45
较上年增长率	19.30%	14.13%	41.43%
应收账款净额占营业收入的比例	4.65%	6.47%	4.95%

公司一直很重视销售货款的回收工作，不断加强对加盟商的信用管理，安排专人负责与直营终端所在商场的货款催收工作。报告期内公司应收账款占营业收入的比例较低，应收账款周转速度较快。

公司 2010 年末应收账款净额为 7,788.30 万元，比 2009 年末减少 1,299.40 万元，降幅为 14.30%，主要系公司从 2010 年起适度扩大了商业承兑汇票的结算，使得 2010 年末应收账款余额下降。2009 年末应收账款净额比 2008 年末增加 2,992.85 万元，增幅为 49.10%，超过营业收入的增幅，主要系 2009 年公司为加速商品上柜速度，延长商品的面市生命周期，促进公司产品销售，公司按照对加盟商的管理制度，对部分加盟商提供了一定的短期信用政策，因此 2009 年应收账款净额增长较快。

②2010 年末，公司应收账款余额前五位客户情况如下：

客户名称	期末余额
青岛九瑞贸易有限公司	205.60
卡洛(泉州)商贸有限公司	162.70
南京象天贸易有限公司	143.91
长沙通程控股股份有限公司	127.58
西安兴正元购物中心有限公司	124.90
合计	764.69
合计占期末应收账款余额的比重	9.32%

③报告期内，公司应收账款账龄的分布情况和坏账准备计提情况

单位：元

账龄结构	2010 年 12 月 31 日			
	余额	比例	坏账准备	净额
1 年以内	81,612,822.40	99.47%	4,080,674.70	77,532,147.70
1－2 年（含）	438,576.57	0.53%	87,715.31	350,861.26
合　计	82,051,398.97	100.00%	4,168,390.01	77,883,008.96

账龄结构	2009 年 12 月 31 日			
	余额	比例	坏账准备	净额
1 年以内	92,278,353.09	95.83%	4,613,917.65	87,664,435.44
1—2 年（含）	4,015,712.07	4.17%	803,142.41	3,212,569.66
合　计	96,294,065.16	100.00%	5,417,060.06	90,877,005.10
账龄结构	2008 年 12 月 31 日			
	余额	比例	坏账准备	净额
1 年以内	64,156,269.96	100.00%	3,207,813.51	60,948,456.45
合　计	64,156,269.96	100.00%	3,207,813.51	60,948,456.45

公司报告期末应收账款账龄在一年以内的比例均在 95%以上，账龄超过 1 年以上的应收账款比例较小。

报告期，公司应收账款账龄结构与同行业上市公司对比列示如下：

项目	2010 年 6 月 30 日			
	1 年以内	1—2 年	2—3 年	3 年以上
七匹狼	91.45%	8.14%	0.41%	-
美邦服饰	99.51%	0.46%	-	0.03%
美尔雅	74.44%	2.62%	1.66%	21.28%
凯撒股份	99.09%	0.25%	0.44%	0.22%
行业平均值	91.12%	2.87%	0.63%	5.38%
公司	99.18%	0.82%	-	-
项目	2009 年 12 月 31 日			
	1 年以内	1—2 年	2—3 年	3 年以上
七匹狼	98.61%	1.39%	-	-
美邦服饰	99.76%	0.23%	-	0.01%
美尔雅	74.05%	3.17%	1.62%	21.16%
凯撒股份	98.49%	0.31%	0.54%	0.66%
行业平均值	92.73%	1.28%	0.54%	5.46%
公司	95.83%	4.17%	-	-
项目	2008 年 12 月 31 日			
	1 年以内	1—2 年	2—3 年	3 年以上
七匹狼	99.99%	0.01%	-	-
美邦服饰	99.95%	-	0.04%	0.01%
美尔雅	70.59%	2.24%	1.59%	25.58%
凯撒股份	97.34%	1.34%	0.21%	1.11%

行业平均值	91.97%	0.90%	0.46%	6.68%
公司	100.00%	-	-	-

数据来源：各上市公司年报

注：由于上表中的可比上市公司均未公布 2010 年年报，因此仍采用 2010 年半年度的数据作为比较。（以下涉及同行业比较的同此）

从报告期看，公司应收账款账龄结构优于同行业上市公司平均水平。

应收账款形成的原因及回收期：

公司的销售主要是通过专卖店（包括买断式加盟和代理加盟）、商场专柜等途径进行的。公司应收账款形成的主要原因为：由于商场、代理加盟商结算付款有一较短的周期以及对部分买断式加盟商提供少量信用额度形成的。应收账款的形成途径决定了应收账款账龄较短。

- 对商场专柜销售形成的应收账款：公司销售终端中商场专柜较多，公司应收账款中应收商场款项比例较高，公司应收商场款项的回收期较短，具体如下：公司与商场签订合同中一般约定一定的结算期，在结算期后结算销售款，在双方确认后，商场将扣除合同约定的相关费用后的余款支付给本公司。结算期一般为 1 至 2 个月，在结算期后对账确认一般为半个月的时间，确认开票后，商场一般在半个月内付款完毕。因此，公司对商场形成的应收账款从账面确认至收回，一般周期在 1 个月以内，其账龄较短。

- 对代理加盟商的应收账款：公司应收账款的形成还包括对代理加盟商的应收款项。对于代理加盟商公司采用委托代销的形式结算，一般次月结算上月销售款项，双方确认后，5 个工作日内与代理加盟商进行结算并开具发票，代理加盟商收到发票后的 10 个工作日内向发行人支付货款。因此公司对代理加盟商形成的应收账款从账面确认至收回，一般周期在 1 个月以内，其账龄较短。

- 对部分买断式加盟商提供信用额度形成的应收账款：公司应收账款中还包括对部分向买断式加盟商提供信用额度形成的应收款。公司根据加盟商管理制度，对于部分买断式加盟商给予一定的信用额度，其信用期一般在 3 至 6 个月之间。因此公司对加盟商形成的应收账款从账面确认至收回，一般周期在 6 个月以内，其账龄较短。

- 公司应收账款的周转率

报告期公司应收账款周转率列示如下：

项目	2010 年度	2009 年度	2008 年度
应收账款周转率（次/年）	19.85	18.50	22.86

报告期内公司应收账款周转率较高，公司应收账款整体回收期较短。

综上，由于公司应收账款的主要为对商场专柜销售、对代理加盟商销售以及对少数买断式加盟商提供短期信用额度形成的，其应收账款的回收期较短，因此，公司应收账款账龄基本在一年以内是合理的。

④与同行业对比分析公司坏账计提情况

➢ 应收账款计提政策的对比

公司应收款项坏账计提政策与同行业上市公司相比，坏账计提政策更为谨慎。

公司应收款项坏账计提政策如下表：

类别	风险特征			
	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
合并范围内应收款项	0	0	0	0
应收账款	5%	20%	50%	100%

注：合并范围内应收款项是否计提坏账准备，对公司合并报表无影响。

同行业上市公司应收款项坏账计提政策如下表：

同行业上市公司	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
雅戈尔	5%	10%	30%	50%	80%	100%
报喜鸟	5%	10%	20%	50%	80%	100%
杉杉股份	5%	10%	30%	50%	50%	100%
红豆股份	5%	10%	20%	50%	50%	100%
七匹狼	5%	40%	60%	100%	100%	100%
凯撒股份	5%	20%	50%	80%	80%	80%
行业平均值	5%	17%	35%	63%	73%	97%
公司	5%	20%	50%	100%	100%	100%

数据来源：各上市公司年报

从上表可以看出，公司在各个应收款项账龄区间所对应的坏账准备计提比例均超过同行业上市公司的平均值，表明公司应收款项坏账计提政策是稳健的，公司依坏账计提政策所计提的坏账准备金额是充分的。

➢ 公司坏账准备计提占应收款项余额的比例的对比

报告期公司坏账准备占应收款项余额的比例列示如下：

项目	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
应收账款坏账准备比例	5.08%	5.63%	5.00%

报告期同行业上市公司坏账准备占应收账款余额的比例列示如下：

项目	2010 年 6 月 30 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
雅戈尔	2.92%	3.69%	2.74%
报喜鸟	5.57%	6.08%	5.47%
杉杉股份	19.44%	23.14%	19.83%
红豆股份	10.37%	10.28%	8.02%
七匹狼	8.07%	5.49%	5.00%
美邦服饰	0.03%	0.01%	0.05%
美尔雅	16.95%	16.94%	17.09%
凯撒股份	5.47%	5.78%	6.13%
行业平均值	**8.60%**	**8.93%**	**8.04%**
行业区间	0.03%-19.44%	0.01%-23.14%	0.05%-19.83%
公司	**5.12%**	**5.63%**	**5.00%**

数据来源：各上市公司年报

从上表可以看出，与同行业上市公司相比，公司报告期末实际计提的应收账款坏账准备占应收账款余额的比例略低于同行业上市公司平均值，但处于同行业正常水平。

（4）预付款项分析

报告期各期末，公司预付款项及其变动情况如下表所示：

项目	2010 年 12 月 31 日		2009 年 12 月 31 日		2008 年 12 月 31 日
	金额	增长率	金额	增长率	金额
预付款项	13,788.64	395.65%	2,781.95	36.34%	2,040.41

公司预付款项主要是由预付用于建设营销网络的房产购置款、预付广告款及预付采购款组成。2010 年末、2009 年末和 2008 年末，公司的预付款项余额分别为 13,788.64 万元、2,781.95 万元和 2,040.41 万元，占流动资产的比重分别为 14.20%、3.68%和 3.49%。

公司 2010 年末预付款项余额比 2009 年末增加 11,006.69 万元，大幅增长了 395.65%，主要原因系 2010 年公司预付购房款金额较 2009 年大幅增长所致，2010 年公司为扩大营销网络，向泉州浦西万达广场投资有限公司等公司支付购房款合计 10,994.46 万元。

2009 年末预付款项余额比 2008 年末增加了 741.54 万元，主要系 2009 年公司预付购房款较上年增加了 571.97 万元所致。

2010 年末，账龄一年以内的预付款项余额占全部预付款项余额的 100%。

经测试，期末预付款项不存在减值现象，故未计提坏账准备。

（5）其他应收款分析

本公司的其他应收款主要包括租赁房产押金、商场保证金及押金、团购保证金等。2010 年末、2009 年末和 2008 年末，本公司的其他应收款净额分别为 915.44 万元、806.29 万元和 772.47 万元，占流动资产的比重分别为 0.94%、1.07%和 1.32%，其他应收款占比较小，报告期内变动不大。

报告期内其他应收款账龄分布情况如下表所示：

单位：元

账龄结构	2010 年 12 月 31 日			
	余额	比例	坏账准备	净额
1 年以内	6,998,117.46	54.01%	350,005.23	6,648,112.23
1－2 年（含）	1,637,275.16	12.64%	327,455.03	1,309,820.13
2－3 年（含）	2,392,890.00	18.47%	1,196,445.00	1,196,445.00
3 年以上	1,928,675.84	14.89%	1,928,675.84	-
合　计	12,956,958.46	100.00%	3,802,581.10	9,154,377.36
账龄结构	**2009 年 12 月 31 日**			
	余额	**比例**	**坏账准备**	**净额**
1 年以内	4,749,287.80	50.02%	237,464.39	4,511,823.41
1－2 年（含）	3,927,566.69	41.36%	785,513.34	3,142,053.35
2－3 年（含）	818,069.20	8.62%	409,034.60	409,034.60
3 年以上	-	-	-	-
合　计	9,494,923.69	100.00%	1,432,012.33	8,062,911.36
账龄结构	**2008 年 12 月 31 日**			
	余额	**比例**	**坏账准备**	**净额**
1 年以内	7,285,264.30	87.81%	364,263.22	6,921,001.08
1－2 年（含）	1,004,562.70	12.11%	200,912.54	803,650.16
2－3 年（含）	-	-	-	-
3 年以上	6,500.00	0.08%	6,500.00	-
合　计	8,296,327.00	100.00%	571,675.76	7,724,651.24

报告期内，公司其他应收款净额所占资产总额比重很小，具体如下：

单位：元

项目	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
其他应收款	9,154,377.36	8,062,911.36	7,724,651.24
资产总额	1,591,749,739.31	1,289,200,899.61	1,027,158,373.65
比例	0.58%	0.63%	0.75%

公司其他应收款主要系商场保证金、租赁押金等，报告期内公司账龄超过一

年以上的其他应收款比例较大，主要系随着年限的增加，公司其他应收款中保证金及押金年限增加所致。因此，公司其他应收款的账龄分布是合理的。

最近一期末其他应收款及坏账准备情况如下：

类别	2010 年 12 月 31 日		
	余额	坏账准备	净额
1 年以内	699.81	35.00	664.81
1-2 年	163.73	32.75	130.98
2 -3 年	239.29	119.64	119.64
3 年以上	192.87	192.87	-
合计	1,295.70	380.26	915.44

截至 2010 年 12 月 31 日，其他应收款余额前五名欠款单位详情如下：

客户名称	期末余额	业务内容
商场保证金	299.39	保证金
泉州市清蒙科技工业区开发建设有限公司	135.13	往来款
厦门市融泰投资担保有限公司	97.00	保证金
厦门市开元国有资产投资有限公司	92.62	租赁押金
李文普	80.00	预借公司购房定金
合计	704.14	-
合计占期末其他应收账款余额的比重	54.34%	-

注：商场保证金为公司直营销售终端在各商场进行经营按协议所缴纳的保证金累计数。

与同行业对比分析公司其他应收款坏账计提情况：

项目	2010 年 6 月 30 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
雅戈尔	4.49%	6.75%	12.03%
报喜鸟	6.51%	7.35%	5.61%
杉杉股份	6.78%	7.56%	13.53%
红豆股份	15.95%	14.78%	16.58%
七匹狼	18.29%	20.81%	11.79%
美邦服饰	0.10%	0.12%	0.05%
美尔雅	58.26%	60.35%	61.39%
凯撒股份	7.48%	13.21%	9.85%
行业平均值	**14.73%**	**16.37%**	**16.35%**
行业区间	0.10%-58.26%	0.12%-60.35%	0.05%-61.39%
公司	**9.40%**	**15.08%**	**6.89%**

数据来源：各上市公司年报

从上表可以看出，与同行业上市公司相比，公司报告期末实际计提的其他应收款坏账准备占其他应收款余额的比例基本落在当期同行业上市区间内，与平均

值相比，公司 2008 年末、2009 年末和 2010 年 6 月末比例均相对较低，主要是由于各公司其他应收款构成结构不同所致。

（6）存货分析

公司的存货主要由库存商品及原材料组成。报告期各期末，公司存货构成情况如下：

项目	2010 年 12 月 31 日		2009 年 12 月 31 日		2008 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料	7,238.60	15.89%	7,373.05	21.34%	7,460.10	18.95%
在产品	3,014.54	6.62%	1,230.70	3.56%	866.87	2.20%
库存商品	34,560.61	75.87%	25,100.35	72.63%	30,278.93	76.92%
委托加工物资	736.70	1.62%	853.47	2.47%	757.74	1.92%
存货小计	45,550.46	100.00%	34,557.57	100.00%	39,363.64	100.00%
跌价准备	689.54		1,109.86		2,394.37	
存货净额	44,860.92		33,447.71		36,969.27	

2010 年末、2009 年末和 2008 年末，公司的存货净额分别为 44,860.92 万元、33,447.71 万元和 36,969.27 万元，占流动资产比重分别为 46.20%、44.30%和 63.22%。

公司的存货是正常生产经营形成的，符合公司生产经营的实际情况，存货质地较好，不会导致公司的经营出现较大风险，同时公司不断地加强存货的管理，制定了有效的适合公司发展战略的存货管理制度，并取得了一定的成效，公司的存货占流动资产的比重从 2008 年末的 63.22%减少到 2010 年末的 46.20%。公司自 2009 年起，与国际知名咨询公司进行战略协作，对供应链进行优化，通过进一步优化店铺集群、商品储备、商品企划、柔性化生产等工作，不断提高供应链管理水平。未来，公司将进一步加强、规范公司存货管理，合理安排采购与生产，加强连锁营销网络集中信息化管理，稳定供货渠道，减少原材料和产成品库存；在保证公司正常生产经营的同时，降低存货对公司营运资金的占用，提高资产的运营效率，控制存货积压可能给公司带来的风险仍然是公司管理工作的重点之一。

① 库存商品分析

报告期各期末，公司库存商品余额变动情况如下表：

项目	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
库存商品	34,560.61	25,100.35	30,278.93
占同期存货余额的比例	75.87%	72.63%	76.92%
较上年同期增加额	9,460.26	-5,178.58	6,284.00
较上年同期增长率	37.69%	-17.10%	26.19%

报告期各期末库存商品占公司存货余额的比重均在 70%以上。服装企业生产备货的惯例是提前一季进行下一季产品的材料采购及生产。因此，公司账面库存商品除了自营终端及公司仓储的当季待售商品外，还包括提前生产备货的下一季库存商品。因此，报告期各期末，公司库存商品余额较大。

2010 年末公司库存商品余额比 2009 年末增加了 9,460.26 万元，增幅为 37.69%，主要原因是：1）2010 年国内经济形势向好，公司经营规模扩大，库存商品余额相应增加；2）2010 年公司自营终端较 2009 年增加了 51 个，为满足新增自营销售终端的铺货需求，库存商品相应增加。

2009 年末库存商品余额比 2008 年末减少 5,178.58 万元，降幅为 17.10%，主要原因是：1）2008 年下半年发生金融危机，公司根据预期主动控制生产规模，但 2009 年金融危机对国内服装行业的影响小于预期，公司 2009 年的销售收入比 2008 年增长 14.13%，公司库存商品余额得到有效控制；2）公司近年来整合业务资源和业务流程，提高了市场快速反应能力和存货周转率，相应降低了库存商品余额。

截至 2010 年 12 月 31 日，公司库存商品库龄如下表所示：

项目	男裤	茄克	T 恤	衬衫	其他	合计	比例
1 年内	16,649.15	5,291.67	1,363.23	1,182.14	4,054.34	28,540.53	82.58%
1-2 年	1,899.52	635.89	251.08	188.40	846.89	3,821.80	11.06%
2-3 年	493.34	277.71	102.55	74.03	536.15	1,483.79	4.29%
3 年以上	108.38	61.73	54.55	28.21	461.63	714.50	2.07%
合计	19,150.39	6,267.00	1,771.43	1,472.78	5,899.01	34,560.61	100.00%

总体来说，公司库存商品库龄较短，其中 1 年以内的占 82.58%，1-2 年占 11.06%，库存商品积压风险较小。

②原材料分析

原材料为公司生产所需的各类服装面料、辅料，报告期各期末，公司原材料余额变动情况如下表：

项目	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
原材料	7,238.60	7,373.05	7,460.10
占同期存货余额的比例	15.89%	21.34%	18.95%
较上年同期增加额	-134.45	-87.05	1,854.10
较上年同期增长率	-1.82%	-1.17%	33.07%

由于公司生产所用的面、辅料多为定制产品，采购周期相对较长，因此一般情况下，公司会备足二个月生产所需的原材料。

2010 年末公司原材料余额 7,238.60 万元，比 2009 年末减少了 134.45 万元，降幅为 1.82%。2009 年末原材料余额比 2008 年末减少 87.05 万元，降幅为 1.17%，报告期内原材料余额变化不大。

③跌价准备的提取情况

A、跌价准备的提取方法

在报告期日，公司在对存货进行全面盘点的基础上，对于存货因被淘汰、全部或部分陈旧过时或估计销售价格低于成本等原因导致成本高于可变现净值的部分提取存货跌价准备。存货跌价准备系按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取。其中，对于产成品（库存商品）等直接用于出售的商品存货，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；对于原材料，本公司对其中呆滞部分计提存货跌价准备。

公司估计售价的方法：对库存商品进行库龄分析，再依据库存商品的历史销售折率，测算出当期不同库龄产品的预计销售价格。

B、跌价准备的提取情况

2010 年末、2009 年末和 2008 年末，公司存货跌价准备余额分别为 689.54 万元、1,109.86 万元和 2,394.37 万元。公司主要产品为男裤、茄克及系列服饰产品，不同区域男装面料、款式流行时间不同步，不同年龄段的消费者对产品流行的接受程度也不同，因此产品销售周期相对较长。截至 2010 年 12 月 31 日，公司库存商品中 1 年以内的占 82.58%，2 年以内的占 93.64%，存货积压风险较小。

④公司对过时和滞销产品的处理

公司主要采取以销定产的经营策略，同时公司在推广开发新产品时，将由销售中心及时组织订货会，向市场推广试销，根据市场信息的反馈及加盟商的订单来决定是否进行批量生产，大大减少了过时和滞销产品的产生。

公司对加盟商主要采取买断的销售政策，因此，公司账面库存的过时和滞销的产品主要产生于公司直营销售终端和一定的备货。目前，公司处理过时和滞销产品的主要途径：1）通过订货会推出部分特价产品，供加盟商选择，消化部分库存；2）在直营商场或商场的特价区，以及直营专卖店通过打折促销，消化部分过时及滞销品；3）公司通过平价（特价）折扣店、网络销售等多种方式来处理过时和滞销产品，处理好品牌维护与库存消化的矛盾，促进公司存货周转的良性循环。

⑤存货管理业务流程

A、材料采购、入库及付款控制

到货时，仓库人员根据技术部门的验收报告办理入库手续。对于验收不合格的材料，及时与供应商进行沟通，办理退换货手续。

财务管理中心对于已收到供应商发票的采购业务，经核对无误后记录应付账款；月末结账时，对于未收到发票的采购业务，编制《货已收、票未到明细》，记录暂估应付账款。

B、原材料领用

仓库人员根据计划员传递的《面、辅料需求表》进行备料，并编制《生产领料单》。生产领料单需经其他仓管人员复核，车间人员领料时，需要在生产领料单上签字确认。

C、成品入库

- 自产成品入库

车间包装组负责对每件产品进行逐一扫描，并生成《商品进货通知单》。仓库仓管员对产品按货号、规格、数量进行复点、登记，及时与扫描数据核对，以确保《商品进货通知单》入库货号、规格、数量与实物相符。确认无误后，仓库进行《商品进货通知单》验收确认。仓库派专人押运货品至仓库，商品到达仓库后，仓管员将《商品进货通知单》交给仓库账务员，由仓库账务员生成《商品进货单》，卸货验收入库，每日仓库主管需核对《商品进货单》和《商品进货通知单》，核对无误后，签字确认。月末，由仓库账务员打印当月入库情况表，与生产部门核对，并经公司储运部经理审核后上报给财务管理中心。

- 委托加工成品入库

仓库人员负责人对外协到货产品进行接收，核对实际到货箱数与托运单是否一致，确认一致后可在托运单签字，同时在“外协产品入库登记表”上登记。根据外协厂家提供的《外协厂家发货清单》进行拆箱清点货品，核对无误后，由仓库人员编制《商品进货通知单》。仓库账务员负责核对《商品进货通知单》与《外协厂家发货清单》，确认无误后审核《商品进货通知单》并生成《商品进货单》。品保部质检员对外协产品进行检验，以落实产品是否合格。次日，仓库账务员根据品保部提供的“成品检验报告”进行进货单的验收。月末，仓库账务员打印当月入库情况表，经公司储运部经理审核后上报给财务管理中心。

D、存货盘点

- 总部仓库自盘

仓库主管人员根据账务登记情况罗列当月发出过业务的物料清单明细，组织仓管员对相关单据上的物品进行盘点，并做好盘点记录表。

- 总部仓库财务监盘

每月，审计部的资产管理员会对仓库进行抽盘，做好盘点记录表，并将盘点结果反馈给各库位主管负责人、审计部负责人、公司财务总监。如有差异，则需要进一步落实责任，并查找原因。

- 驻外仓库及库位盘点

公司建立了完善的存货盘点制度，每半年对分公司仓库及存放在直营终端的存货进行一次全面盘点，财务部根据盘点结果编制《实物盘点表》，盘点人、财务人员、仓储人员都必须在盘点表上签字确认，分公司经理（或授权代理人）进行抽检签字，并根据盘点结果追究相关责任人责任。各分公司物流中心和直营终端，每月末对仓库存货及直营终端进行自盘，物流中心负责人和店长为盘点负责人，财务人员监盘，每月末根据盘点结果编制《实物盘点表》，交由财务确认，并根据盘点结果追究相关责任人责任。

审计部不定期派人对分公司存货进行盘点，如存在差异，落实原因并追究相关人员的责任，并向公司领导汇报。

⑥报告期的订单签订和执行情况

- 货品销售订单：报告期内公司的订货模式分为集中订货模式和零星订货模式。集中订货主要通过订货会完成，公司根据订货会上加盟商的订货需求及对市场的预测组织货品的生产，一般情况下，加盟商在订货会上的订货量相对较为

保守，订货会上，公司与加盟商签订的订单协议占公司全年订货量约为 70%左右，加盟商根据日常的经营销售情况，通过零星补单的形式向公司订货，因此，报告期内公司在以销定产的模式下，订单的执行率较高，销售情况良好。

➢ 原材料采购订单：公司每年在两季订货会上确定初步的订单后，预测原材料的采购需求，通过市场化的询价选择合适的供应商，向其采购原材料。鉴于公司订货会上销售订单较为保守，公司在订货会上销售订单的基础上，并结合未来市场需求预测确定原材料的采购量，由于货品销售的订单执行率较高，因此公司原材料采购订单的执行率也较高。

⑦公司报告期内各项存货库龄情况

公司报告期各期末存货库龄如下：

单位：元

库龄	2010 年 12 月 31 日	
	金额	比例
1 年以内	393,518,529.58	86.39%
1－2 年	40,003,141.97	8.78%
2－3 年	14,837,865.81	3.26%
3 年以上	7,145,018.72	1.57%
合计	455,504,556.08	100.00%
库龄	**2009 年 12 月 31 日**	
	金额	**比例**
1 年以内	284,845,567.40	82.43%
1－2 年	45,325,219.67	13.12%
2－3 年	10,483,177.25	3.03%
3 年以上	4,921,745.16	1.42%
合计	345,575,709.48	100.00%
库龄	**2008 年 12 月 31 日**	
	金额	**比例**
1 年以内	314,913,019.46	80.00%
1－2 年	47,111,287.01	11.97%
2－3 年	31,611,918.66	8.03%
3 年以上	116.24	0.00%
合计	393,636,341.37	100.00%

公司报告期各期末一年以内存货占比均超过 80%，总体库龄较短，具体存货类别库龄分析如下：

A、原材料

单位：元

库龄	2010 年 12 月 31 日	
	金额	比例
1 年以内	70,600,806.35	97.53%
1－2 年	1,785,168.87	2.47%
2－3 年	-	-
3 年以上	-	-
合计	72,385,975.22	100.00%
库龄	2009 年 12 月 31 日	
	金额	比例
1 年以内	69,370,227.91	94.09%
1－2 年	4,360,250.87	5.91%
2－3 年	-	-
3 年以上	-	-
合计	73,730,478.78	100.00%
库龄	2008 年 12 月 31 日	
	金额	比例
1 年以内	68,725,412.09	92.12%
1－2 年	5,875,604.80	7.88%
2－3 年	-	-
3 年以上	-	-
合计	74,601,016.89	100.00%

公司原材料系为生产公司产品而采购的原材料。报告期内，公司一年以上的原材料占比均低于 10%。库龄一年以上原材料产生的主要原因为：原材料采购一般采用批量采购，采购时按预计下单生产量及标准单耗来确定采购量，与实际生产耗用存在偏差，造成原材料的剩余。公司已对相关原材料计提了充足的跌价准备，并采用通过开发再利用、报废销售等途径进行了消化，同时加大对原材料日常采购、库存及利用等管理力度，公司一年以上原材料金额逐年下降。

B、库存商品

单位：元

库龄	2010 年 12 月 31 日	
	金额	比例
1 年以内	285,405,280.23	82.58%
1－2 年	38,217,973.10	11.06%
2－3 年	14,837,865.81	4.29%
3 年以上	7,145,018.72	2.07%
合计	345,606,137.86	100.00%
库龄	2009 年 12 月 31 日	
	金额	比例
1 年以内	194,633,610.55	77.54%

1－2 年	40,964,968.80	16.32%
2－3 年	10,483,177.25	4.18%
3 年以上	4,921,745.16	1.96%
合计	251,003,501.76	100.00%
库龄	**2008 年 12 月 31 日**	
	金额	**比例**
1 年以内	229,941,611.96	75.94%
1－2 年	41,235,682.21	13.62%
2－3 年	31,611,918.66	10.44%
3 年以上	116.24	0.00%
合计	302,789,329.07	100.00%

报告期内，公司一年以上的库存商品占比均低于 25%，两年以上的库存商品占比均低于 11%。公司库存商品主要产生于直营销售终端及代理加盟商库存。从服装行业的特点看，当季产品不可能 100%适销，同时，为了满足不同消费者对不同款式、花色等需求，一般在销售当季新品上市的同时，需要部分往年同季产品作为补充。公司在组织当季产品货源生产时，不会刻意为了下年度补充货品品类而多生产，一般是将过季未销售的产品作为下年度销售货品补充。随着各年度对过季产品的逐渐消化，公司 2 年以上剩余产品多为款式过时、断码、断色等货品，其后期滞销性也在加大。所以，一般来说，2 年以上的库存商品产生呆滞积压的可能性更大些，公司对于该部分产品计提了充足的跌价准备。

目前，公司处理超过一年以上的库存商品的主要途径：1）通过订货会推出部分特价产品，供加盟商选择，消化部分库存；2）在直营商场或商场的特价区，以及直营专卖店通过打折促销，消化部分过时及滞销品；3）通过平价（特价）折扣店、网络销售等多种方式来处理。

C、在产品

单位：元

库龄	**2010 年 12 月 31 日**	
	金额	**比例**
1 年以内	30,145,439.59	100.00%
1－2 年	-	-
2－3 年	-	-
3 年以上	-	-
合计	30,145,439.59	100.00%
库龄	**2009 年 12 月 31 日**	
	金额	**比例**
1 年以内	12,306,991.14	100.00%

1－2 年	-	-
2－3 年	-	-
3 年以上	-	-
合计	12,306,991.14	100.00%
库龄	**2008 年 12 月 31 日**	
	金额	**比例**
1 年以内	8,668,639.93	100.00%
1－2 年	-	-
2－3 年	-	-
3 年以上	-	-
合计	8,668,639.93	100.00%

在产品系公司投入车间生产尚未最终完工的在制品，其库龄与公司生产周期相关（一般在 2 个月以内），库龄较短，报告期各期末，在产品库龄均为一年以内。

D、委托加工物资

单位：元

库龄	**2010 年 12 月 31 日**	
	金额	**比例**
1 年以内	7,367,003.41	100.00%
1－2 年	-	-
2－3 年	-	-
3 年以上	-	-
合计	7,367,003.41	100.00%
库龄	**2009 年 12 月 31 日**	
	金额	**比例**
1 年以内	8,534,737.80	100.00%
1－2 年	-	-
2－3 年	-	-
3 年以上	-	-
合计	8,534,737.80	100.00%
库龄	**2008 年 12 月 31 日**	
	金额	**比例**
1 年以内	7,577,355.48	100.00%
1－2 年	-	-
2－3 年	-	-
3 年以上	-	-
合计	7,577,355.48	100.00%

委托加工物资系公司委托部分加工生产厂商进行生产而向其提供的原材料。其库龄与委托加工生产周期相关（一般在 3-4 个月左右），库龄较短，报告期各

期末，委托加工物资的库龄均在一年以内。

2、非流动资产构成及结构分析

报告期各期末，公司非流动资产构成及变动情况如下：

资产	2010 年 12 月 31 日		2009 年 12 月 31 日		2008 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
持有至到期投资	1,480.00	2.38%	2,300.00	4.31%	-	-
长期股权投资	-	-	-	-	-	-
投资性房地产	2,761.12	4.45%	2,257.64	4.23%	-	-
固定资产	29,922.66	48.20%	28,508.25	53.37%	27,355.90	61.84%
在建工程	14,640.73	23.59%	8,579.54	16.06%	7,359.11	16.64%
无形资产	11,757.79	18.94%	10,969.12	20.54%	9,268.64	20.95%
长期待摊费用	1,318.85	2.12%	560.31	1.05%	230.45	0.52%
递延所得税资产	193.96	0.31%	236.78	0.44%	21.78	0.05%
非流动资产合计	62,075.12	100.00%	53,411.63	100.00%	44,235.88	100.00%

（1）持有至到期投资分析

2009 年公司为提高短期闲置资金的使用效率，向工商银行、建设银行等金融机构购买银行短期理财产品，该等投资期限短（6 个月以内）、风险低、流动性强、收益率略高于银行同期存款利率。截至 2010 年 12 月 31 日，公司持有至到期投资余额为 1,480 万元，系建设银行理财产品。

（2）投资性房地产分析

公司投资性房地产采取成本计量模式。2010 年末，公司投资性房地产净值为 2,761.12 万元，较 2009 年末增加 503.48 万元，主要系新增出租泉州东街等房产；2009 年投资性房地产净值较 2008 年增加 2,257.64 万元,主要系 2009 年公司两处用于出租的房产即郑州金水区房产及贵阳盛世明珠广场房产。上述房产系原拟用于开设直营店的商铺，后因考虑到市场、经营成本等原因将此商铺出租。

（3）固定资产分析

公司固定资产主要由房屋建筑物及机器设备（按照净值金额）构成，如下表所示：

项目	2010 年 12 月 31 日		2009 年 12 月 31 日		2008 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
房屋及建筑物	22,254.76	74.37%	20,064.33	70.38%	18,580.36	67.92%
机器设备	4,667.10	15.60%	5,320.68	18.66%	6,016.40	21.99%
运输工具	494.82	1.65%	507.82	1.78%	429.70	1.57%

办公设备及其他	2,506.00	8.37%	2,615.42	9.17%	2,329.44	8.52%
合计	29,922.66	100.00%	28,508.25	100.00%	27,355.90	100.00%

2010年末公司固定资产净值29,922.66万元，较2009年末增加了1,414.41万元，增幅为4.96%，主要系2010年新增襄樊万达广场等房产共计3,054.76万元以及部分房产转为投资性房产所致。

2009年末公司固定资产净值较2008年末增加了1,152.35万元，增幅为4.21%，主要原因是：1）郑州金水区房产（该资产系2008年购入）因在2009年用于出租由固定资产转为投资性房产，使固定资产减少1,725.20万元；2）公司2009年新购置上海国际共和广场房产1,468.66万元；3）2009年公司晋江生产基地新建厂房投入使用而由在建工程转入固定资产，使固定资产相应增加2,504.74万元。

（4）在建工程分析

报告期各期末，公司在建工程明细如下表所示：

项目	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
	金额	金额	金额
九牧王营运中心大楼	14,184.41	8,112.20	4,540.54
晋江生产基地厂房及宿舍	-	-	2,464.36
泉州九牧王工业园新厂房	-	-	-
其他	456.33	467.34	354.21
合计	14,640.73	8,579.54	7,359.11

2010 年末、2009 年末和 2008 年末，公司在建工程的余额分别为 14,640.73 万元、8,579.54 万元和 7,359.11 万元，占总资产的比重分别为 9.20%、6.65%和 7.16%。

2010 年末公司在建工程余额比 2009 年末增加了 6,061.19 万元，增幅为 70.65%，主要是公司全资子公司厦门九牧王建设的厦门营运中心在建工程增加了 6,072.21 万元，该工程预计 2011 年 12 月完工并投入使用。

2009 年末公司在建工程余额比 2008 年末增加了 1,220.43 万元，增幅为 16.58%，主要是：1）厦门九牧王建设的厦门营运中心在建工程增加 3,571.66 万元；2）公司 2009 年晋江生产基地新建厂房转为固定资产，导致在建工程减少 2,464.36 万元。

（5）无形资产分析

本公司的无形资产包括土地使用权、财务及办公软件和商标。报告期各期末，

公司无形资产明细如下表所示：

项目	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
	金额	金额	金额
土地使用权	8,900.65	8,753.96	8,821.24
商标权	2,388.17	1,981.88	197.46
软件	468.96	233.28	249.94
合计	11,757.79	10,969.12	9,268.64

2010 年末公司无形资产净值较 2009 年末增加了 788.67 万元，主要是:1）2010 年子公司欧瑞宝外购“VIGANO’”商标权 409.33 万元；2）2010 年公司新购入软件 278 万元。

2009 年末公司无形资产净值较 2008 年末增加了 1,700.48 万元，增幅为 18.35%，主要系 2009 年本公司为逐步实施多品牌发展战略，支付 1,800 万元收购 FUN 品牌。

2008 年 4 月 18 日，厦门九牧王与厦门市国土资源与房产管理局签订《厦门市国有建设用地使用权有偿使用合同书》，厦门市国土资源与房产管理局根据“厦府地[2007]156 号”文件，出让位于观音山片区 D21 号地块给厦门九牧王，用于建设“九牧王营运中心”，出让期限为 50 年，自 2007 年 4 月 5 日至 2057 年 4 月 5 日止，合同约定，该国有用地使用权及其地上建筑物为厦门九牧王自用，未经厦门市国土资源与房产管理局同意，不得转让，厦门市国土资源与房产管理局同意厦门九牧王转让的，厦门九牧王必须按照交易发生时的土地市场价格补足国有建设用地使用权土地出让金。

（6）长期待摊费用分析

截至 2010 年 12 月 31 日，本公司长期待摊费用余额为 1,318.85 万元，主要系本公司为了加强销售网络建设，租入部分店铺，预付租金所致。

3、公司管理层对资产质量的说明

公司已按会计准则的规定建立了各项资产减值准备的计提制度，报告期各期末按照资产减值准备政策的规定以及各项资产的实际情况，足额计提了各项资产减值准备。

报告期各期末，公司主要资产减值准备如下表所示：

资产减值准备	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
一、坏账准备	797.10	684.91	377.95
其中：应收账款	416.84	541.71	320.78
其他应收款	380.26	143.20	57.17
二、存货跌价准备	689.54	1,109.86	2,394.37
三、商誉减值准备	109.74	109.74	109.74
合计	1,596.38	1,904.51	2,882.06

公司按既定政策计提坏账准备、存货跌价准备，具体分析见应收账款分析和存货分析。

公司固定资产均处于良好的运行阶段，尚未被新技术所淘汰，短期内不存在大幅减值的可能，近年来公司主要固定资产及在建工程不存在由于市价持续下跌、技术陈旧、损坏或长期闲置等原因导致其可收回金额低于账面价值的情况。

公司无形资产主要为土地使用权和商标，经测试，报告期内不存在收回金额低于账面价值的情形，同时经过评估，公司固定资产、在建工程、无形资产等资产质量良好，均无需计提减值准备。

公司于 2008 年 6 月完成对厦门九牧王的股权收购，合并成本超过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共计 109.74 万元，本公司于合并报表中确认为商誉，由于厦门九牧王目前主要业务为建设九牧王营运中心大楼，截至 2010 年 12 月 31 日该大楼尚在建设之中，其具体盈利期间尚难以确认，故于合并日将确认的商誉全额计提商誉减值准备，计入当期损益。

公司管理层认为：公司近年来资产规模和质量持续提高，资产结构逐步优化，资产质量优良，目前资产结构与公司的业务能力相匹配，公司将持续加强资产管理，执行稳健的会计政策，有效保证公司可持续发展能力。报告期内，公司各项资产减值准备计提政策符合国家财务会计制度规定，公司主要资产减值准备的提取充分、合理，与公司资产的实际质量状况相符。

（二）负债的主要构成分析

报告期内，公司的负债构成及变动情况如下：

项目	2010 年 12 月 31 日		2009 年 12 月 31 日		2008 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债合计	61,629.94	100.00%	69,926.07	100.00%	56,773.39	100.00%
非流动负债合计	-	-	-	-	-	-
负债合计	61,629.94	100.00%	69,926.07	100.00%	56,773.39	100.00%

报告期内公司负债总额与经营规模相适应，2010 年上半年公司清偿了关联方款项及支付应付股东股利，使得公司 2010 年末负债总额较 2009 年略有下降。公司负债全部由流动负债构成，公司的流动负债主要包括短期借款、应付票据、应付账款、其他应付款等，流动负债的结构与公司的融资政策以及客户信用的积累相关，具体情况如下：

负债	2010 年 12 月 31 日		2009 年 12 月 31 日		2008 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	3,680.00	5.97%	-	-	10,330.00	18.20%
应付票据	20,353.61	33.03%	11,951.66	17.09%	9,112.00	16.05%
应付账款	20,153.87	32.70%	13,497.49	19.30%	9,997.40	17.60%
预收款项	7,503.04	12.17%	9,955.93	14.24%	11,459.87	20.19%
应付职工薪酬	5,092.60	8.26%	3,397.71	4.86%	3,131.78	5.52%
应交税费	121.30	0.20%	1,824.17	2.61%	1,436.10	2.53%
应付利息	-	-	-	-	14.13	0.02%
应付股利	-	-	11,550.00	16.52%	-	-
其他应付款	4,725.52	7.67%	17,749.12	25.38%	11,292.12	19.89%
流动负债合计	61,629.94	100.00%	69,926.08	100.00%	56,773.39	100.00%

1、短期借款分析

2010 年末、2009 年末和 2008 年末，公司短期借款余额分别为 3,680 万元、0 万元和 10,330 万元。

2010 年末公司短期借款余额较 2009 年末增加 3,680 万元，主要系公司以附追索权的商业承兑汇票贴现而取得的借款合计 3,680 万元。2009 年末公司短期借款余额较 2008 年末减少 10,330 万元，主要原因系 2009 年公司的营业收入持续增长，销售回款及时，现金流充足，公司 2009 年偿还了 2008 年的全部短期借款。

2、应付票据与应付账款分析

公司应付票据与应付账款主要用于采购原材料、委托加工产品及购置机器设备。报告期内，随着公司生产经营规模的扩大，原材料及委托加工产品采购规模也大幅提高。报告期各期末，公司应付票据与应付账款余额如下表：

项目	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
应付票据	20,353.61	11,951.66	9,112.00
应付账款	20,153.87	13,497.49	9,997.40
合计	40,507.48	25,449.15	19,109.40

2010 年末、2009 年末和 2008 年末公司应付票据余额分别为 20,353.61 万元、

11,951.66 万元和 9,112.00 万元。其中，2010 年末比 2009 年末增加了 8,401.95 万元，大幅增长了 70.30%；2009 年末比 2008 年末余额增加了 2,839.66 万元，增幅为 31.16%。

2010 年末、2009 年末和 2008 年末，公司应付账款余额分别为 20,153.87 万元、13,497.49 万元和 9,997.40 万元。其中，2010 年末较 2009 年末增加了 6,656.38 万元，增幅为 49.32%；2009 年末较 2008 年末增加了 3,500.09 万元，增幅为 35.01%。

报告期内应付票据和应付账款逐年增加主要是因为：1）公司生产经营规模的扩大，原材料采购及委托加工产品规模也大幅提高，使得应付账款逐年增加；2）随着公司与主要供应商建立了长期稳定的合作关系，获得供应商较为优惠的信用政策，应付账款相应增加；3）银行承兑汇票逐步成为公司向供应商支付款项的结算方式之一，公司采购规模的扩大使得应付票据相应增加。

3、预收账款分析

预收账款主要是预收加盟商的订货款，报告期各期末，公司预收款项及其变化情况如下表所示：

项目	2010 年 12 月 31 日		2009 年 12 月 31 日		2008 年 12 月 31 日
	金额	增长率	金额	增长率	金额
预收款项	7,503.04	-24.64%	9,955.93	-13.12%	11,459.87

2010 年末、2009 年末和 2008 年末，公司预收账款余额分别为 7,503.04 万元、9,955.93 万元和 11,459.87 万元。其中，2010 年末预收账款余额较 2009 年末减少 2,452.89 万元，降幅为 24.64 %，2009 年末预收账款余额较 2008 年末减少 1,503.94 万元，降幅为 13.12%，报告期内预收款项总体呈下降趋势，主要原因系 2008 年新增较多加盟商，为了加强管理及提高履约责任，公司于 2008 年开始对加盟商的订货会订单收取 10%以上订金，该订金在加盟商当季订单执行率达到 90%时可转为货款或直接转为下季产品订单订金，该政策的变化，使得 2008 年预收款项余额较大，经过近两年的磨合与了解，双方形成良好的合作关系，公司适度放宽了部分经销商的订货预付款比例，预收款项逐年下降。

4、应付股利分析

2009 年末公司应付股利余额为 11,550 万元,主要由以下构成：1）根据 2009 年 11 月 15 日公司董事会决议，对截止 2008 年末的未分配利润进行分配，向股东九牧王投资分配利润 9,800 万元；2）根据 2009 年 11 月 15 日子公司泉州九牧

王董事会决议，对截止 2008 年末的未分配利润进行分配，其中九牧王投资按持股比例应分得利润 1,750 万元。

该应付股利公司于 2010 年 4 月全部付清，截至 2010 年 12 月 31 日，公司应付股利余额为 0 元。

5、其他应付款分析

公司的其他应付款主要包括收取的加盟保证金以及与关联方的往来款等，报告期各期末，公司其他应付款余额及变化如下表所示：

项目	2010 年 12 月 31 日		2009 年 12 月 31 日		2008 年 12 月 31 日
	金额	增长率	金额	增长率	金额
其他应付款	4,725.52	-73.38%	17,749.12	57.18%	11,292.12

2010 年末、2009 年末和 2008 年末，本公司其他应付款余额分别为 4,725.52 万元、17,749.12 万元和 11,292.12 万元。

2010 年末公司其他应付款余额较 2009 年末减少了 13,023.60 万元，大幅减少了 73.38%，这主要系公司 2010 年一季度归还了关联方款项所致。

2009 年末其他应付款余额较 2008 年末增加了 6,457.00 万元，增长了 57.18%，主要原因是：1）随着公司业务规模的扩大，关联方增加对公司资金的支持，致使公司与关联方的往来款项相应增加；2）报告期内公司加盟终端数量由 2008 年的 1,747 家增加至 2009 年的 1,931 家，加盟商支付的加盟保证金相应增加。

公司与关联方的资金往来详见“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、关联方及关联交易”相关内容。

（三）偿债能力分析

指标	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	1.58	1.08	1.03
速动比率（倍）	0.85	0.60	0.38
资产负债率（母公司口径）	39.59%	56.47%	64.85%
指标	**2010 年度**	**2009 年度**	**2008 年度**
息税折旧摊销前利润（万元）	45,590.08	28,730.33	24,085.78
利息保障倍数（倍）	680.59	139.10	14.70
经营活动的现金流量净额（万元）	18,155.80	36,727.98	32,874.29

注：息税折旧摊销前利润=净利润+所得税+利息支出+折旧+摊销

利息保障倍数=（税前利润+利息支出）/利息支出

1、短期偿债能力分析

2010 年末、2009 年末和 2008 年末，本公司的流动比率分别为 1.58、1.08 和 1.03，速动比率分别为 0.85、0.60 和 0.38。

公司流动比率和速动比率在报告期内逐年提高，主要是因为报告期内公司主营业务盈利能力较强，销售回款较好，公司的流动资产和流动负债均有不同程度的增长，但流动资产增长幅度超过流动负债的增长幅度。这主要是公司在生产经营过程中产生的自然性流动负债金额较大所致，但公司短期偿债能力并不会受此影响，主要是因为：1）公司的流动负债很大一部分是由应付账款、预收款项、和其他应付款构成，由于公司与供应商建立了长期合作关系，因此获得供应商长期提供较为宽松的信用政策，公司应付账款有一定的稳定性，基本不会带来偿还压力；同时公司与多数加盟商建立了长期合作关系，公司收取的加盟保证金和销售订金具有长期的性质；2）截至 2010 年 12 月 31 日公司与多家银行保持良好的合作关系，获得民生银行、中信银行等银行共计 5 亿元的贷款授信额度。

2、资本结构及利息保障倍数分析

2010 年末、2009 年末和 2008 年末公司资产负债率（母公司）分别为 39.59%、56.47%和 64.85 %。公司 2010 年末资产负债率较其他报告期末有较大的降低，主要原因是：1）2008 年至 2009 年公司处于快速成长阶段，业务规模不断扩大，公司净资产增长主要来源于滚存利润，因此，报告期内公司充分利用商业信用和银行授信，同时，公司适度向关联方借款，以补充发展所需资金，因此资产负债率相对较高；2）2010 年，公司的盈利水平保持着强劲的增长势头，同时，公司对资金进行了更为合理的安排，在满足生产经营的同时也归还了关联方的借款及支付应付股东的股利款，使得流动资产增加的同时流动负债较上年略有下降，资产负债率进一步下降。总体来说，报告期内，公司负债水平与总资产水平及业务规模基本同步增长，资产负债结构基本合理。

报告期内，公司息税折旧摊销前利润增长较快，主要来源于盈利的增长，企业信用良好，资金周转顺畅，无逾期未偿还银行借款本金及逾期支付利息的情况。

报告期内随着盈利的增长，公司利息保障倍数逐年递增，2008 年公司利息

保障倍数偏低，主要是 2008 年公司短期借款利息支出偏大所致，2009 年公司所发生的利息支出大部分是 2008 年末剩余短期借款所致，公司在 2009 年偿还了所有的短期借款，因此 2009 年公司利息支出相比 2008 年大幅下降，利息保障倍数则相比 2008 年大幅上升。

2010 年公司所发生的利息支出仅是票据贴现时产生的利息费用，金额较小，因此 2010 年公司利息保障倍数较 2009 年进一步大幅上升。

3、与同行业上市公司偿债能力指标比较

公司 2010 年 6 月末、2009 年末的流动比率、速动比率、资产负债率指标与同业上市公司对比如下：

证券简称	流动比率		速动比率		资产负债率	
	2010 年 6 月 30 日	2009 年 12 月 31 日	2010 年 6 月 30 日	2009 年 12 月 31 日	2010 年 6 月 30 日	2009 年 12 月 31 日
雅戈尔	1.12	1.14	0.28	0.26	69.86%	62.86%
报喜鸟	3.94	3.85	3.14	3.06	20.69%	19.83%
杉杉股份	1.72	1.13	1.28	0.85	43.16%	40.64%
红豆股份	1.53	1.77	0.50	0.83	68.10%	67.94%
七匹狼	2.15	2.12	1.72	1.66	27.48%	31.28%
美邦服饰	1.13	1.42	0.86	1.02	58.02%	45.13%
美尔雅	1.22	1.23	1.00	0.97	64.64%	61.82%
凯撒股份	13.82	4.51	11.62	2.73	6.29%	17.47%
平均值	3.33	2.15	2.55	1.42	44.78%	43.37%
本公司	1.65	1.08	0.87	0.60	35.87%	56.47%

数据来源：Wind 资讯

与同行业上市公司平均水平相比，公司的流动比率、速动比率均偏低，主要是因为报告期内公司营运资本主要通过流动负债筹集，流动负债在公司资产中占有较大比例所致；同时，2009 年末公司流动资产中存货占比为 44.30%（同期同比上市公司流动资产中存货平均占比为 35.10%），使得扣除存货后公司的速动比率进一步下降。但公司主营业务突出，盈利能力较强，产品销售及回款良好，经营活动产生的净现金流量充足，而且与多家银行存在着良好的合作关系，筹集资金偿还到期债务并未发生困难，加之公司负债中预收款项占有较大金额和比例，会随货物的交付而转为收入，最终一般无需真正按债务进行清偿，所以公司过去并不存在短期偿债风险。随着业务的发展和资产负债结构的优化，2010 年 6 月末，公司的相关指标均继续大幅提高，公司上市后，流动比率、速动比率和资产

负债率还将会得到较大的改善。

与同行业上市公司相比，2009 年公司的资产负债率高于平均值，但居于其高者和低者的中间，主要是因为公司正处于高速发展的成长期，运营规模的扩大和资本性支出的增加必然带来负债的增加，但公司适度控制了资产负债水平，以降低相关风险。2010 年 6 月末公司的资产负债率低于平均值，主要是公司对资金进行了更为合理的安排，在满足生产经营的同时也归还了关联方的借款及支付应付股东的股利款，使得流动负债较上年大幅下降，资产负债率进一步下降。

（四）资产周转能力分析

报告期内，本公司主要资产周转能力指标见下表：

财务指标	2010 年度	2009 年度	2008 年度
应收账款周转率（次）	19.85	18.50	22.86
应收账款周转天数（天）	18.14	19.46	15.75
存货周转率（次）	1.90	2.08	1.93
存货周转天数（天）	189.47	173.07	186.53

1、应收账款周转率分析

2010 年度、2009 年度和 2008 年度本公司应收账款周转率分别为 19.85 次、18.50 次和 22.86 次，总体来说公司报告期应收账款周转率与同业上市公司相比处于较高水平，主要是公司原则上对加盟商采用“款到发货”的营销策略，仅对部分信誉好、合作年限长、销量大的加盟商提供一定的信用额度和信用期限；同时公司对大多商场采取月结方式，应收账款占用较小，因此应收账款周转率较高。2009 年度应收账款周转率略有下降主要是因为 2009 年公司对部分加盟商加大扶持力度，提高其信用额度和信用期限，从而使得 2009 年应收账款的增长速度高于销售收入的增长速度，导致应收账款周转率较 2008 年略有下降。

2、存货周转率分析

2010 年度、2009 年度和 2008 年度公司的存货周转率分别为 1.90 次、2.08 次和 1.93 次，公司存货周转率较为稳定，主要系公司一直比较注重对存货的管理，不断加强生产和采购的计划性，虽然公司经营规模扩大，但存货在流动资产中的比重由 2008 年末的 63.22%降低至 2010 年末的 46.20%，使存货周转率保持稳定。

3、与同行业上市公司资产周转能力指标比较

公司的存货周转率、应收账款周转率指标与同业上市公司对比如下：

单位：次

证券简称	应收账款周转率		存货周转率	
	2010 年 1-6 月	2009 年 12 月 31 日	2010 年 1-6 月	2009 年 12 月 31 日
雅戈尔	7.87	16.79	0.19	0.48
报喜鸟	2.97	9.01	0.77	1.80
杉杉股份	2.44	4.97	1.59	3.21
红豆股份	4.57	3.48	0.62	0.52
七匹狼	3.50	11.14	2.09	3.47
美邦服饰	8.17	11.69	1.63	3.70
美尔雅	4.23	8.39	0.48	1.29
凯撒股份	3.40	7.67	0.61	1.78
平均值	4.64	9.14	1.00	2.03
本公司	7.42	18.50	0.98	2.08

数据来源：Wind 资讯

（1）应收账款周转率分析

公司应收账款周转率高于同业上市公司的平均值，这是由于公司一直以来，对加盟商实行“款到发货”的制度，仅对部分信誉好、合作年限长、销量大的加盟商提供一定的信用额度和信用期限，因此，相对于公司的销售规模，公司应收账款比例较小，2009 年公司应收账款净额仅占当年营业收入的 6.47%，加之公司一贯注重应收账款的催收管理，销售回款情况较好，所以应收账款周转率较高。

（2）存货周转率分析

2010 年 6 月末公司存货周转率与同行业上市公司平均水平相当，最近三年，公司的存货周转率稳中有升。公司不断提升供应链的管理效率，始终将存货管理作为管理工作的重点，着力加强生产和采购的计划性，加大力度消化库存商品，2009 年营业收入增长 14.13%，同期存货净额却下降 9.53%，表明公司对存货管理的能力增强。

二、盈利能力分析

报告期内，公司坚持男装品类的生产销售为主，加强研发设计，不断针对不同消费者以及不同场合的穿着需求推出新的服装板型、样式，同时始终贯彻“专业好品质”的品牌理念，“男裤专家”、“专业好品质”的良好品牌形象为公司销

售业绩的增长提供了良好的保证，公司主导产品男裤、茄克销售量稳步增长；同时，通过产品不断升级，主导产品的毛利率保持了较高水平。报告期内，公司的经营业绩增长迅速，盈利能力不断增强，公司营业收入、净利润、净资产收益率等指标持续增长，呈现了良好的趋势。

公司 2010 年、2009 年和 2008 年的营业收入为 167,481.03 万元、140,391.26 万元和 123,011.45 万元，营业收入 2010 年较 2009 年增长 19.30%，2009 年较 2008 年增长 14.13%，；2010 年、2009 年和 2008 年的净利润为 36,050.03 万元、25,798.78 万元和 19,733.10 万元，净利润 2010 年较 2009 年增长 39.74%，2009 年较 2008 年增长 30.74%。

报告期公司经营成果主要指标如下：

项　　目	2010 年度		2009 年度		2008 年度
	金额	增幅	金额	增幅	
一、营业收入	167,481.03	19.30%	140,391.26	14.13%	123,011.45
减：营业成本	74,424.14	1.75%	73,145.78	12.91%	64,781.32
营业税金及附加	390.06	120.19%	177.15	24.58%	142.20
销售费用	39,052.90	20.21%	32,486.06	28.90%	25,201.90
管理费用	10,493.86	28.10%	8,191.76	-8.73%	8,974.99
财务费用	33.23	-87.03%	256.28	-82.02%	1,425.25
资产减值损失	1,144.43	69.74%	674.24	-67.27%	2,059.89
加：公允价值变动收益					
投资收益	30.37	-14.09%	35.35	219.00%	-29.70
二、营业利润	41,972.78	64.63%	25,495.35	25.00%	20,396.20
加：营业外收入	326.45	115.92%	151.19	162.62%	57.57
减：营业外支出	254.26	429.60%	48.01	-88.59%	420.61
三、利润总额	42,044.97	64.25%	25,598.53	27.78%	20,033.16
减：所得税费用	5,994.94	3,093.73%	-200.25	-166.74%	300.06
四、净利润	36,050.03	39.74%	25,798.78	30.74%	19,733.10

（一）营业收入分析

1、营业收入构成

报告期内，公司营业收入情况如下：

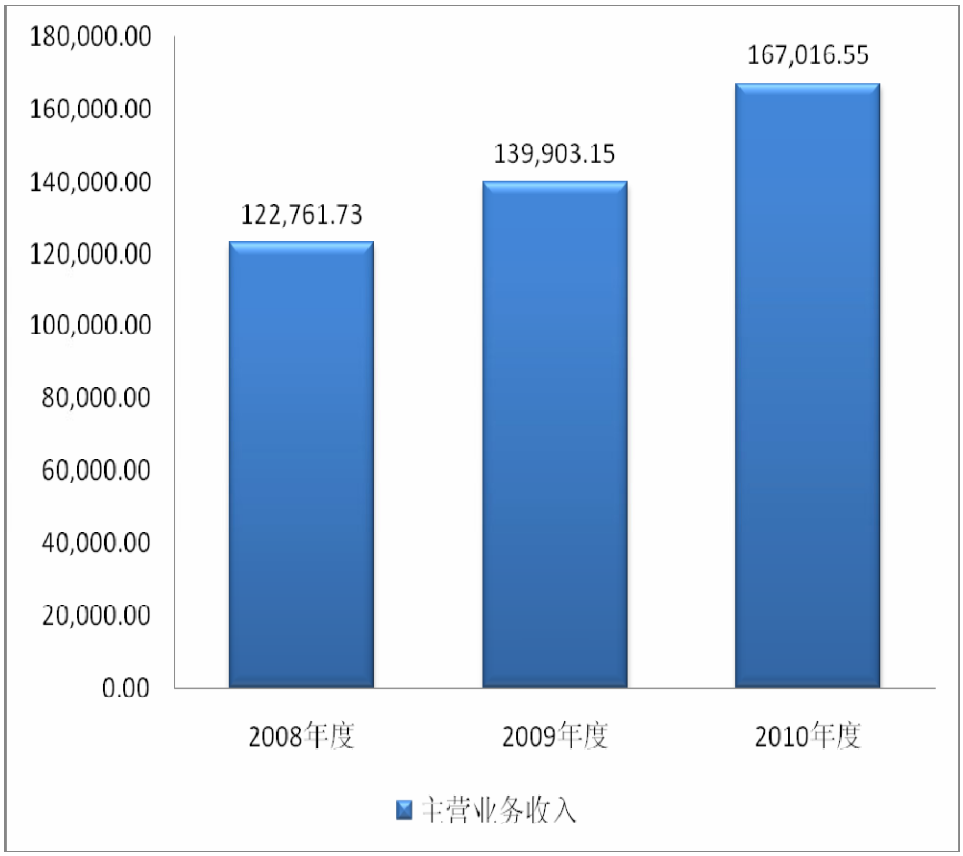
项目	2010 年度		2009 年度		2008 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	167,016.55	99.72%	139,903.15	99.65%	122,761.73	99.80%
其他业务收入	464.48	0.28%	488.11	0.35%	249.72	0.20%
营业收入合计	167,481.03	100.00%	140,391.26	100.00%	123,011.45	100.00%

公司的营业收入分为主营业务收入和其他业务收入，其中，主营业务收入全部是销售公司自有品牌产品的收入，其他业务收入主要是受托加工收入和租赁收入。报告期内，公司营业收入主要来源于主营业务，其销售占比均在营业收入的99%以上，其他业务收入占比很小，对公司经营成果影响极小。

2、主营业务收入的变动分析

公司主营业务是设计、生产和销售九牧王品牌的男裤、茄克、T 恤、衬衫及其它服饰类产品。

公司始终注重销售市场的开发与研究，着力进行品牌建设。经过几年的发展，准确的品牌市场定位和积极有效的营销策略已取得成效，九牧王品牌已由单一的男裤品牌逐步拓展为男士综合服饰系列品牌。最近三年，公司主要产品男裤、茄克、衬衫、T 恤及其他服饰类产品的销售都有了较大幅度的增长，公司主营业务收入呈现逐年增长的态势。



2010 年度公司主营业务收入较 2009 年度增加了 27,113.40 万元，增幅为19.38%，2009 年度公司主营业务收入较 2008 年度增加 17,141.42 万元，增幅为13.96%，主营业务收入增长的主要原因是：（1）报告期内，公司注重营销渠道的

建设，公司销售终端逐年增加，由 2008 年末的 2,325 个增加到 2010 年末的 2,710 个，带动主营业务收入持续增长；（2）随着公司品牌知名度、美誉度和忠诚度的提升，带动了平均单店业绩逐年稳步提升，促进主营业务收入稳步增长；（3）在公司核心产品男裤的品牌效应带动下，其他系列产品收入稳步增长。

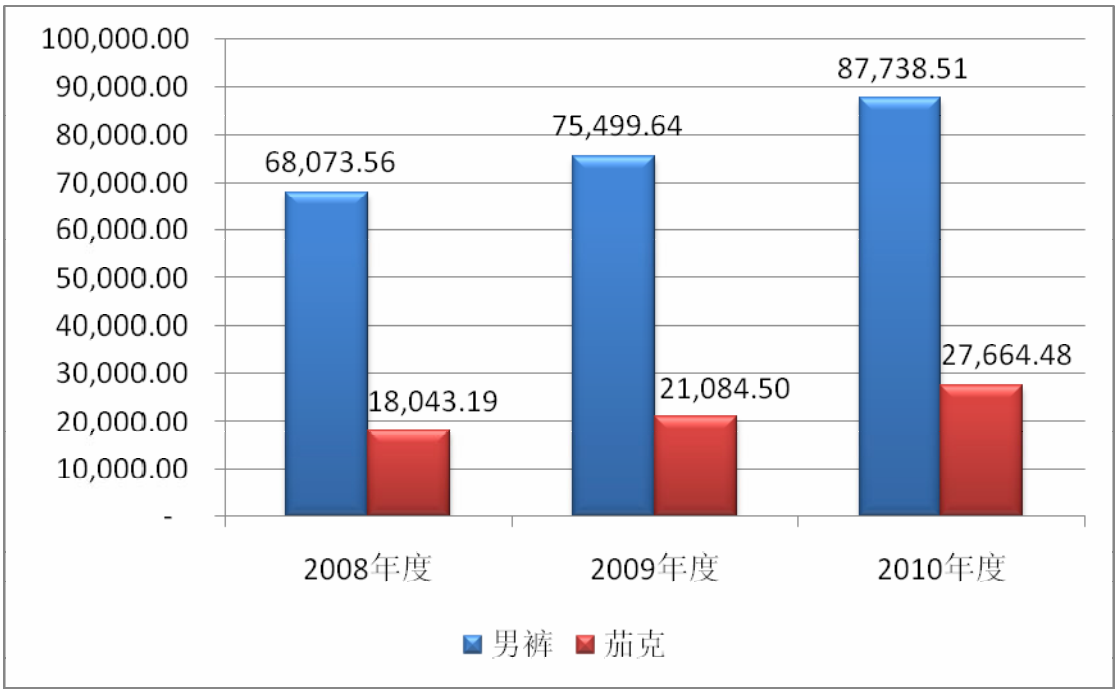
3、公司主营业务收入按不同产品类别构成分析

报告期公司主营产品为男裤、茄克、T 恤、衬衫及其他服饰类产品，不同类别产品的销售收入变动情况如下：

项目	2010 年度		2009 年度		2008 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
男裤	87,738.51	52.53%	75,499.64	53.97%	68,073.56	55.45%
茄克	27,664.48	16.56%	21,084.50	15.07%	18,043.19	14.70%
T 恤	15,529.84	9.30%	12,816.66	9.16%	8,644.03	7.04%
衬衫	12,726.58	7.62%	10,343.42	7.39%	8,510.32	6.93%
其他	23,357.14	13.98%	20,158.93	14.41%	19,490.62	15.88%
合计	167,016.55	100.00%	139,903.15	100.00%	122,761.73	100.00%

报告期内，公司主营业务收入主要来源于公司主导产品男裤、茄克，公司的主营业务收入结构较为稳定。男裤一直以来都是公司的核心产品，在行业中具有较高的知名度和美誉度，“男裤专家”在广大消费者心智中赢得高度认同，公司在男裤产品的研究开发上投入了大量的人力、物力、财力，通过多年积累的人体数据，不断调整适合不同区域人群的款式、版型，形成了大量的版型数据库，能够及时推出满足市场需求的应季产品；随着公司系列产品研发能力的提高和品牌宣传力度的加强，公司实施以男裤为核心，选择茄克品类为重点突破的产品线延伸策略，取得较好成效，茄克销售综合市场占有率已连续两年位居全国第二，公司产品收入结构更趋合理。

2010 年、2009 年和 2008 年，公司男裤、茄克产品销售收入稳定增长，其中，男裤销售收入分别为 87,738.51 万元、75,499.64 万元和 68,073.56 万元，其销售收入占各期主营业务收入的比例分别为 52.53%、53.97%和 55.45%；茄克销售收入分别为 27,664.48 万元、21,084.50 万元和 18,043.19 万元，其销售收入占各期主营业务收入的比例分别为 16.56%、15.07%和 14.70%。



此外，随着公司不断发展，在以男裤为核心品类带动系列化男装服饰的发展思路下，最近三年，公司 T 恤、衬衫等产品的销售也获得了快速增长， 2010 年，公司 T 恤、衬衫的销售收入分别为 15,529.84 万元、12,726.58 万元，占公司主营业务收入的比例分别达到 9.30%、7.62%。

4、主营业务收入按销售模式构成分析

（1）直营和加盟是公司的销售模式

公司产品通过直营和加盟两种模式进行销售。报告期内，公司直营终端数量占全部营销终端的比例约为 25%左右，因为公司直营终端的销售收入为零售价，而加盟终端的销售收入为公司对加盟商的批发价，因此报告期内，虽然公司直营终端数量占比较少，但是直营模式的销售收入占全部销售收入的比例在 36%~42%之间，直营终端在协助公司控制终端，提升品牌形象和影响力方面发挥了重要作用外，也体现了良好的经济效益。

报告期内，公司主营业务收入按不同的销售模式构成情况如下：

项目	2010 年度		2009 年度		2008 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直营模式	60,567.87	36.26%	58,350.95	41.71%	46,260.43	37.68%
加盟模式	106,448.68	63.74%	81,552.20	58.29%	76,501.30	62.32%
合计	167,016.55	100.00%	139,903.15	100.00%	122,761.73	100.00%

报告期内，公司直营模式销售包括直营终端销售及少量团购销售。其中，团购 2010 年、2009 年和 2008 年的销售收入分别为 3,363.93 万元、3,104.94 万元和 3,141.99 万元，其销售收入占公司当期主营业务收入总额的比重分别为 2.01%、2.22%和 2.56%，比重较小。

（2）公司的主营业务收入随着销售终端的拓展同步提高

项目	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
销售终端总数量	2,710	2,525	2,325
其中：直营	645	594	578
加盟	2,065	1,931	1,747
增长比例	7.33%	8.60%	-
项目	**2010 年度**	**2009 年度**	**2008 年度**
主营业务收入	167,016.55	139,903.15	122,761.73
增长比例	19.38%	13.96%	-

报告期内公司的主营业务收入和销售终端数量都呈增长态势，其中，主营业务收入的增长幅度超过销售终端数量的增长幅度，主要系在终端数量增长的同时，平均单店的业绩也在逐步提升。

5、主营业务收入按市场区域构成分析

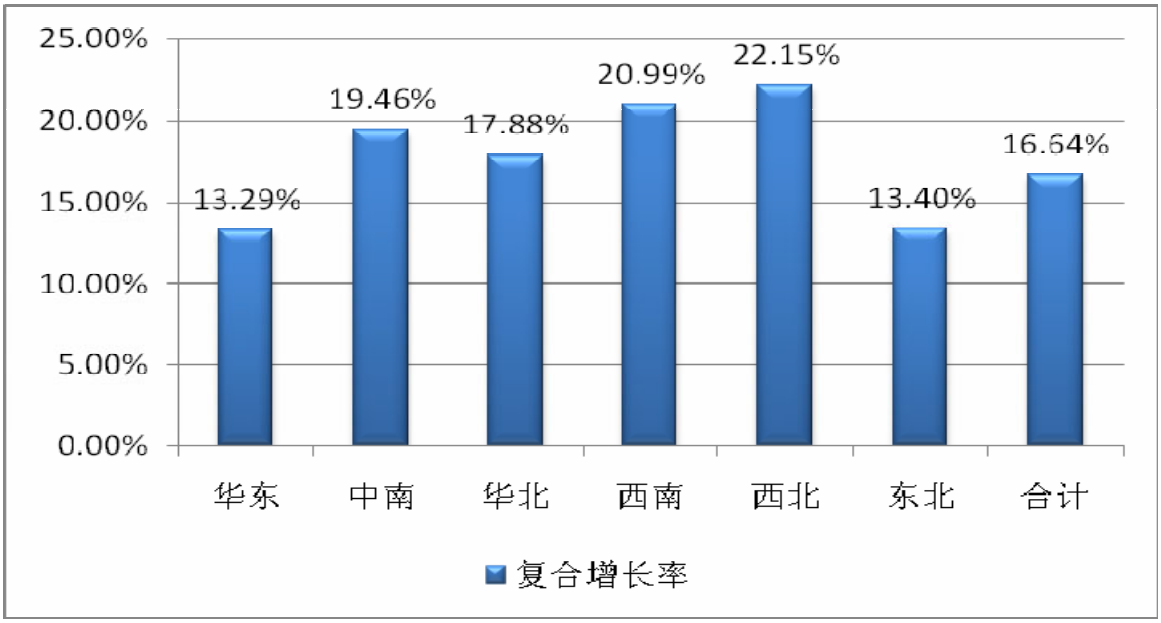
报告期内，公司主营业务收入按市场区域构成情况如下：

区域	2010 年度			2009 年度			2008 年度	
	金额	比例	同比增幅	金额	比例	同比增幅	金额	比例
华东	68,717.39	41.14%	17.21%	58,629.47	41.91%	9.51%	53,538.71	43.61%
中南	36,613.82	21.92%	16.41%	31,453.82	22.48%	22.59%	25,657.20	20.90%
华北	22,684.95	13.58%	20.70%	18,794.27	13.43%	15.12%	16,325.74	13.30%
西南	15,477.94	9.27%	14.52%	13,515.37	9.66%	27.83%	10,572.73	8.61%
西北	15,113.41	9.05%	54.79%	9,763.75	6.98%	-3.60%	10,128.64	8.25%
东北	8,409.04	5.03%	8.55%	7,746.47	5.54%	18.47%	6,538.71	5.33%
合计	167,016.55	100.00%	19.38%	139,903.15	100.00%	13.96%	122,761.73	100.00%

注：市场区域划分系按国家统一的行政区划划分。

从销售区域来看，公司的销售市场主要集中在华东、中南及华北地区，报告期内上述三地区实现的收入比重保持在 70%以上，是公司收入和利润的最重要来源，西南、西北及东北地区的销售占比维持在 30%左右。公司未来在维持重点区域稳步增长的情况下，将加大西南、西北及东北地区的市场开拓力度，提高其市场占有率。

公司 2008 年至 2010 年各区域主营业务收入复合增长率如下：



从销售收入增长速度来看，西北地区是公司销售增长最快的地区。

6、季节性因素对公司经营成果的影响分析

受季节及人们消费习惯的影响，服装消费具有明显的季节性。但由于公司核心产品男裤的季节性不强，一定程度上弱化了季节性对公司的影响。报告期，公司主要产品销售收入随季节变动情况如下：

项目	2010 年度		2009 年度		2008 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	41,029.38	24.57%	34,493.51	24.66%	26,298.26	21.42%
第二季度	32,206.25	19.28%	28,886.63	20.65%	29,817.94	24.29%
第三季度	38,340.11	22.96%	31,864.53	22.78%	23,199.00	18.90%
第四季度	55,440.81	33.19%	44,658.47	31.92%	43,446.53	35.39%
合计	167,016.55	100.00%	139,903.15	100%	122,761.73	100%

本公司主要产品为男裤、茄克、T 恤、衬衫及其他服饰类产品等男士系列服饰，其消费也随着季节的变化出现周期性波动，一般而言，每年第一、四季度为公司产品的销售旺季，特别是第四季度，占比最高，主要系第四季度销售的产品主要为价格较高的秋冬产品及第四季度节假日较多引起。2008 年至 2010 年，公司在旺季实现的销售收入占全年收入的 56.81%、56.58%和 57.76%。因此，公司的主营业务收入呈一定的季节性波动特点。

（二）营业成本分析

（1）营业成本构成

公司的营业成本主要是主营业务成本，报告期内，主营业务成本占营业成本的 99%以上。报告期内，公司营业成本的构成情况如下：

项目	2010 年度		2009 年度		2008 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务成本	73,951.25	99.36%	72,709.08	99.40%	64,516.26	99.59%
其他业务成本	472.89	0.64%	436.70	0.60%	265.06	0.41%
合计	74,424.14	100.00%	73,145.78	100.00%	64,781.32	100.00%

（2）公司主营业务成本构成分析

项目	2010 年度		2009 年度		2008 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
男裤	37,707.53	50.99%	39,121.92	53.81%	35,945.49	55.72%
茄克	13,638.69	18.44%	11,046.05	15.19%	9,737.59	15.09%
T 恤	6,201.30	8.39%	6,268.42	8.62%	4,200.75	6.51%
衬衫	4,981.73	6.74%	4,633.54	6.37%	3,812.17	5.91%
其他	11,422.00	15.45%	11,639.14	16.01%	10,820.26	16.77%
合计	73,951.25	100.00%	72,709.08	100.00%	64,516.26	100.00%

报告期内，公司主营业务成本随公司主营业务收入的增长而逐年上升，总体与公司的收入规模相匹配。

公司主营业务成本 2010 年较 2009 年增加 1,242.17 万元，增幅为 1.71%，2009 年较 2008 年增加 8,192.82 万元，增幅为 12.70%，分别低于相应主营业务收入 19.38%及 13.96%的增幅，说明公司总体成本控制较好。此外，公司主营业务成本主要为男裤、茄克成本，合计占比在 70%左右，成本结构相对稳定，且与主营业务收入占比相匹配。

报告期内原材料占公司主营业务成本情况如下表：

名称	2010 年	2009 年	2008 年
成本中原材料金额	49,318.09	49,282.21	42,823.48
原材料占成本的比重	66.69%	67.78%	66.33%

总体上看，原材料占主营业务成本的比重相对稳定；报告期内公司原材料价格呈现一定的波动，总体上公司原材料的价格水平相对稳定，这主要是随着公司

营销规模的不断扩大，公司产能稳步增加，规模优势逐步得以显现，公司规模化的采购模式，稳定了原材料的采购成本，避免原材料价格大幅波动带来的风险，由于原材料在主营业务成本中所占比重较大，原材料采购成本的相对稳定使得公司主营业务成本控制相对较好。

（三）营业毛利变动分析

项目	2010 年度		2009 年度		2008 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	167,481.03	19.30%	140,391.26	14.13%	123,011.45
其中：主营业务收入	167,016.55	19.38%	139,903.15	13.96%	122,761.73
营业成本	74,424.14	1.75%	73,145.78	12.91%	64,781.32
其中：主营业务成本	73,951.25	1.71%	72,709.08	12.70%	64,516.26
毛利	93,056.89	38.38%	67,245.48	15.48%	58,230.13
其中：主营业务毛利	93,065.30	38.50%	67,194.07	15.36%	58,245.47

报告期内，公司营业毛利增长迅速，主要原因是公司营业收入的增长远大于营业成本的增长速度。由于主营业务收入和主营业务成本均占营业收入及营业成本的 99%以上，故以下分析均按主营业务毛利的数据进行分析。

（1） 主营业务毛利总体情况

2010 年度、2009 年度及 2008 年度，公司主营业务毛利分别为 93,065.30 万元、67,194.07 万元及 58,245.47 万元。报告期内主营业务毛利逐年上升，主要系：1）公司主营业务收入逐年增长；2）公司采取的业务纵向一体化经营模式日益完善，能够对采购、生产等环节实施最有效的控制，提高了公司成本控制能力；3）公司品牌效益提升，男裤、茄克等主要产品更新升级推动毛利率上升。

主营业务毛利率的具体分析见本节“（七）盈利能力指标及同行业上市公司比较 1、主营业务毛利率分析”。

（2）按不同类别主营业务毛利构成及变动情况如下：

项目	2010 年度		2009 年度		2008 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
男裤	50,030.98	53.76%	36,377.72	54.14%	32,128.07	55.16%

茄克	14,025.79	15.07%	10,038.45	14.94%	8,305.60	14.26%
T 恤	9,328.54	10.02%	6,548.23	9.75%	4,443.29	7.63%
衬衫	7,744.85	8.32%	5,709.88	8.50%	4,698.14	8.07%
其他	11,935.14	12.82%	8,519.79	12.68%	8,670.37	14.89%
合计	93,065.30	100.00%	67,194.07	100.00%	58,245.47	100.00%

报告期公司主营业务毛利主要来源于男裤及茄克，其产生的毛利占公司主营业务毛利总额均超过 68%。男裤一直以来都是公司的核心产品，在市场上已获得较高的认可度，其中西裤综合市场占有率连续十年全国位居第一。在男裤品牌的带动下，公司茄克等其他产品盈利能力逐年上升，特别是茄克，其 2010 年毛利占公司主营业务毛利的比重达到 15.07%，其综合市场占有率已连续两年全国位居第二。

（四）期间费用分析

1、报告期，公司的期间费用情况如下表

期间费用	2010 年度		2009 年度		2008 年度	
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重
销售费用	39,052.90	23.32%	32,486.06	23.14%	25,201.90	20.49%
管理费用	10,493.86	6.27%	8,191.76	5.83%	8,974.99	7.30%
财务费用	33.23	0.02%	256.28	0.18%	1,425.25	1.16%
合计	49,579.99	29.60%	40,934.10	29.16%	35,602. 14	28.95%

2010 年、2009 年和 2008 年，公司期间费用占营业收入的比重分别为 29.60%、29.16%和 28.95%。公司期间费用中主要为销售费用，随着公司销售终端的扩张、销售活动的增加，在促进营业收入快速增长的同时，公司的销售费用相应增长，2010 年、2009 年和 2008 年销售费用占期间费用的比例分别为 78.77%、79.36%和 70.79%。

（1）销售费用分析

报告期内公司销售费用明细列示如下：

销售费用项目	2010 年		2009 年		2008 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
工资及福利	11,337.87	29.03%	7,644.16	23.53%	6,424.18	25.49%
广告费	9,395.13	24.06%	4,312.65	13.28%	7,526.59	29.87%
装修费	6,504.48	16.66%	11,247.55	34.62%	3,843.55	15.25%

租赁费	1,863.94	4.77%	1,185.61	3.65%	542.26	2.15%
促销费	1,349.27	3.45%	1,353.12	4.17%	1,176.93	4.67%
运杂费	1,133.11	2.90%	962.92	2.96%	818.59	3.25%
商场管理费	979.83	2.51%	998.93	3.07%	1,321.08	5.24%
差旅费	855.09	2.19%	512.08	1.58%	386.9	1.54%
其他费用	5,634.19	14.43%	4,269.04	13.14%	3,161.82	12.55%
合计	39,052.90	100.00%	32,486.06	100.00%	25,201.90	100.00%

注：报告期其他费用主要为折旧费、挑脚费、业务宣传费、社保费、水电费、招待费、办公费、保险费、交通费、工商税金、培训费、会议费及邮递费等费用。

①2010 年公司销售费用较 2009 年增加了 6,566.84 万元，增幅为 20.21%，主要原因是：1）公司在 2010 年加大广告投入，广告支出较 2009 年增加了 5,082.48 万元，其中世界杯期间为加大品牌宣传投入，电视广告支出合计 2,931.90 万元；2）2010 年公司营业收入较 2009 年增长 19.30%，使得工资及福利较 2009 年增加 3,693.71 万元；3）由于业务发展的需要，2010 年公司租赁费用较 2009 年增加了 678.33 万元；4）公司 2010 年装修费较 2009 年减少了 4,743.07 万元，主要系本公司 2009 年度由于国际金融危机外部环境影响下，对加盟销售终端装修、更换货架进行补贴 5,371.64 万元，2010 年度无此影响；5）2010 年公司在运杂费、差旅费、会议费、水电费、挑脚费等支出较 2009 年增加了 1,717.32 万元。

②2009 年公司销售费用较 2008 年增加了 7,284.16 万元，增幅为 28.90%。主要原因是：1）公司 2008 年末更换商标 LOGO，公司于 2009 年配合新商标重新设计终端形象，并对直营及加盟销售终端装修、更换货架，增加装修费等支出 7,404.00 万元，其中，为了克服国际金融危机给公司销售带来的不利影响，鼓励加盟商配合公司进行营销终端装修，公司对加盟商的装修费进行补贴，计 5,371.64 万元；该补贴系在国际金融危机外部环境影响下的一次特殊政策，不会对公司产生持续影响；2）2009 年销售业绩提升，相应增加营销人员工资及福利 1,219.98 万元；3）公司租赁厦门市开元国有资产投资有限公司房产，及 2009 年房产租赁价格整体上涨因素，使公司 2009 年租赁费较 2008 年增加了 643.35 万元；4）由于业务规模不断扩大，公司在运杂费、差旅费、商场促销费等支出较 2008 年增加了 1,097.13 万元；5）2009 年公司适当放缓广告投放力度，广告费较 2008 年减少了 3,213.94 万元。公司 2009 年减少广告支出主要是 2009 年面临全球金融危机，公司适当的控制广告投入。

（2）管理费用分析

报告期内，公司管理费用明细列示如下：

项目	2010 年		2009 年		2008 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
工资及福利	3,557.99	33.91%	2,836.11	34.62%	3,005.96	33.49%
咨询费	1,149.77	10.96%	767.41	9.37%	138.41	1.54%
办公费	627.39	5.98%	442.77	5.41%	613.01	6.83%
折旧费	554.42	5.28%	644.81	7.87%	702.56	7.83%
税金	418.40	3.99%	229.38	2.80%	281.31	3.13%
培训费	328.66	3.13%	161.9	1.98%	169.94	1.89%
中介机构费	326.00	3.11%	86.8	1.06%	656.27	7.31%
差旅费	316.71	3.02%	397.88	4.86%	531.65	5.92%
业务招待费	285.64	2.72%	558.69	6.82%	720.11	8.02%
其他费用	2,928.88	27.91%	2,066.01	25.22%	2,155.77	24.03%
合计	10,493.86	100.00%	8,191.76	100.00%	8,974.99	100.00%

注：其他费用主要为邮电费、车辆开支费、研发费、社保费、技术服务费、保险费、水电费、招聘费、修理费、装修费、工会经费及低值易耗品摊销等费用。

2010 年度、2009 年度和 2008 年度公司管理费用分别为 10,493.86 万元、8,191.76 万元和 8,974.99 万元，2010 年管理费用较 2009 年增加 2,302.10 万元，增幅为 28.10%，2009 年管理费用较 2008 年减少 783.23 万元，降幅为 8.73%。2010 年管理费用增幅较大，主要原因是：1）公司营业收入的增长使得工资及福利较 2009 年增加 721.88 万元；2）由于经营规模的扩大及公司重视提升内部管理能力，2010 年公司在咨询费、办公费、税金、培训费、中介机构费、无形资产摊销、招聘费等支出较 2009 年增加了 1,436.40 万元。

报告期内公司发生的研发费用均为公司研发机构发生的新品开发设计费用，包括开发设计费、研发人员工资、与研发相关的差旅费等。公司在核算时，将研发费用于发生当期计入损益，计入管理费用。发行人报告期发生的研发费用金额列示如下：

单位：元

明细	2010 年度	2009 年度	2008 年度
研发费用	9,525,721.86	7,619,866.20	5,538,225.41

（3）财务费用分析

报告期内，公司财务费用明细列示如下：

单位：元

明细	2010 年度	2009 年度	2008 年度
利息支出	618,680.66	1,853,618.09	14,618,852.41
减：利息收入	3,201,957.75	1,319,162.92	1,127,319.44
汇兑净损失	-494.04	-	0.21
手续费及其他	2,916,066.91	2,028,350.11	760,950.53
合　计	332,295.78	2,562,805.28	14,252,483.71

公司的财务费用主要包括利息支出、利息收入及银行手续费等项目。2010年、2009年和2008年，公司财务费用分别为33.23万元、256.28万元和1,425.25万元，占营业收入的比重分别为0.02%、0.18%和1.16%，总体比重不大。

2008年公司财务费用中利息支出较大主要是公司当年由于业务发展的需要，向银行进行短期借款以补充公司流动资金，随着公司盈利能力的增强，公司逐步偿还了银行借款，截至2009年上半年公司偿还了全部银行借款，节省了较多的利息支出。

2、与同业上市公司对比

（1）报告期内公司期间费用占营业收入比重与同行业上市公司对比情况

证券简称	期间费用占营业收入比例(%)		
	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度
雅戈尔	20.46	18.02	20.69
报喜鸟	33.34	30.15	30.20
杉杉股份	19.84	18.10	16.99
红豆股份	8.33	16.56	13.23
七匹狼	20.57	21.89	20.05
美邦服饰	39.73	32.97	26.39
美尔雅	39.74	41.50	41.78
凯撒	27.59	22.64	20.67
平均值	26.20	25.23	23.75
公司	30.34	29.16	28.94

报告期内公司期间费用占营业收入比重处于同行业上市公司的中上水平，与行业平均变化趋势基本一致。

（2）报告期内公司销售费用占营业收入比重与同行业上市公司对比情况

证券简称	销售费用占营业收入比例(%)		
	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度
雅戈尔	9.17	8.94	9.07
报喜鸟	19.90	17.65	18.01

杉杉股份	6.05	5.64	4.45
红豆股份	3.80	5.81	3.75
七匹狼	14.15	15.23	14.66
美邦服饰	34.42	27.80	21.09
美尔雅	28.57	30.17	29.23
凯撒股份	22.02	17.54	16.19
平均值	17.26	16.10	14.56
公司	24.68	23.14	20.49

报告期内公司销售费用占营业收入比重处于同行业中上水平，与行业平均变化趋势基本一致，即呈逐年上升、且上升趋势趋缓。

公司销售费用率高于同行业平均水平，这与各公司的经营模式有关，公司的经营模式是直营与加盟占比并重的模式，直营模式为公司带来高毛利率的同时必然会增加公司终端的销售费用，而同行业部分上市公司是以加盟为主，直营为辅的比重，因此其销售费用率相对较低，而毛利率也相对较低。

（3）报告期内公司管理费用占营业收入比重与同行业上市公司对比情况

证券简称	管理费用占营业收入比例(%)		
	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度
雅戈尔	8.07	6.62	7.43
报喜鸟	13.97	11.92	11.38
杉杉	10.78	10.09	9.45
红豆股份	2.85	5.10	4.94
七匹狼	6.79	7.35	6.30
美邦服饰	4.23	4.15	4.23
美尔雅	12.33	12.01	13.56
凯撒	5.02	5.06	4.47
平均	8.01	7.79	7.72
公司	5.61	5.83	7.30

与同行业上市上市公司相比，报告期内公司管理费用率均低于同行业上市公司的平均水平，处于合理水平，主要系公司加强内部管理，费用得到良好的控制。

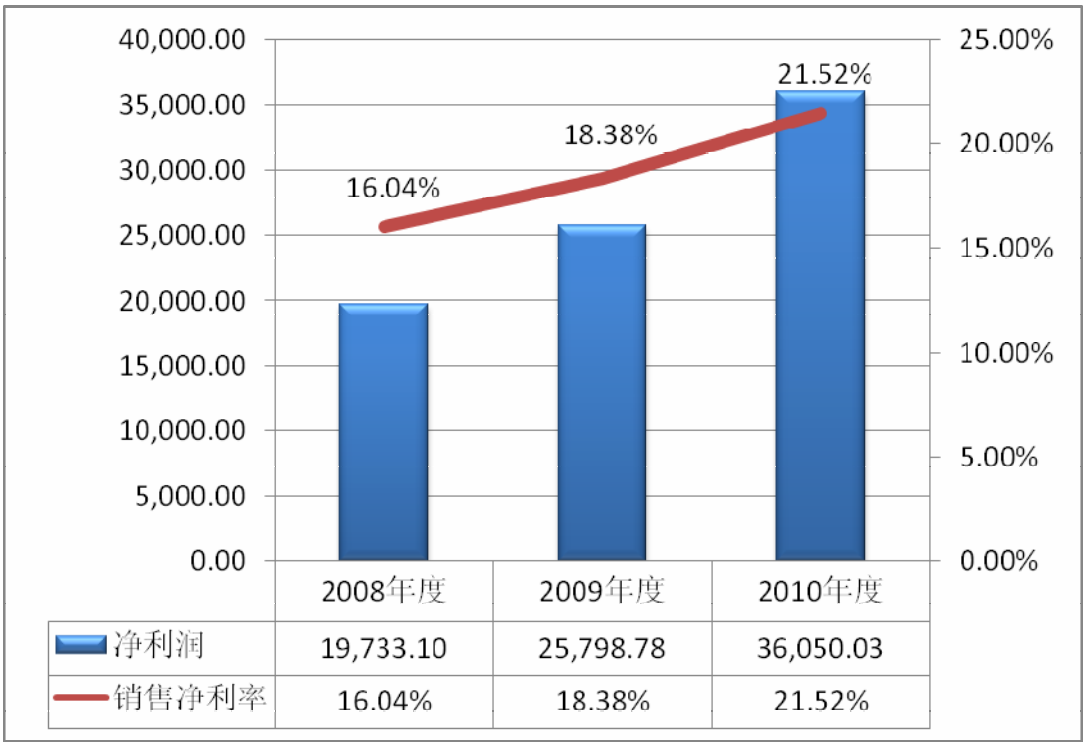
（4）报告期内公司财务费用占营业收入比重与同行业上市公司对比情况

证券简称	财务费用占营业收入比例(%)		
	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度
雅戈尔	3.21	2.45	4.19
报喜鸟	-0.54	0.58	0.81
杉杉股份	3.01	2.36	3.09
红豆股份	1.67	5.65	4.54
七匹狼	-0.37	-0.68	-0.91

美邦服饰	1.08	1.01	1.07
美尔雅	-1.17	-0.68	-1.01
凯撒股份	0.54	0.04	0.00
平均值	0.93	1.34	1.47
公司	0.05	0.18	1.16

报告期，公司财务费用占营业收入比重均低于同行业上市公司平均水平，随着公司盈利的增强，公司更合理的安排了资金的使用，公司财务费用率从 2009 年开始已处于较低水平。

（五）净利润分析



2010 年、2009 年和 2008 年公司净利润分别为 36,050.03 万元、25,798.78 万元和 19,733.10 万元；销售净利率分别为 21.52%、18.38%和 16.04%。

近三年，公司的净利润迅速增加，主要得益于：

1）主营业务收入的快速增长。公司注重营销渠道的建设，公司销售终端逐年增加，由 2008 年末的 2,325 个增加到 2010 年末的 2,710 个，带动主营业务收入持续增长；随着公司品牌知名度、美誉度和忠诚度的提升，带动了平均单店业绩逐年稳步提升，促进主营业务收入稳步增长。

2）主营业务毛利率的快速提升。公司业务纵向一体化的经营模式带来高价值供应链，随着经营规模的扩大，公司与供应商建立了稳固的合作关系，材料供

应及价格相对稳定，在产品售价提高的同时，有效控制了产品成本的上升，促进了主营业务毛利率的提升。

3）期间费用控制较好。公司不断加强内部管理和供应链整合，期间费用的增长速度低于营业毛利的增长速度，使得净利润逐年上升。

（六）利润表其他项目分析

（1）资产减值准备

详见本节“财务状况分析”中有关资产减值准备提取情况的具体内容。

（2）营业外收入和支出分析

项目	2010 年度	2009 年度	2008 年度
营业外收入：			
固定资产处置利得	0.32	-	-
无形资产处置利得	-	-	-
政府补助	277.82	134.09	56.00
其他	48.32	17.10	1.57
营业外收入合计	326.45	151.19	57.57
营业外支出：			
固定资产处置损失	1.57	3.05	25.39
对外捐赠	222.31	40.00	372.30
罚款支出	1.58	1.80	18.59
其他	28.81	3.16	4.32
营业外支出合计	254.26	48.01	420.61
营业外收支净额	72.19	103.18	-363.04

公司营业外收入主要为政府补助，营业外支出主要为对外捐赠。2010 年、2009 年和 2008 年，公司的营业外收支净额分别为 72.19 万元、103.18 万元和 -363.04 万元。2010 年及 2008 年公司营业外支出中的对外捐赠金额较大，主要系 2010 年公司向青海玉树等捐款合计 222.31 万元及 2008 年公司向汶川大地震捐款 300 万元。总体来说营业外收支占公司净利润比重很小，对公司经营不构成重大影响。

（2） 所得税费用分析

项目	2010 年度	2009 年度	2008 年度
按税法及相关规定计算的本年/期应交所得税	5,952.27	15.54	153.89
递延所得税费用	42.67	-215.79	146.16
所得税费用合计	5,994.94	-200.25	300.06
占利润总额的比例	14.26%	-0.78%	1.50%

2010 年、2009 年和 2008 年，公司当期所得税费用分别为 5,994.94 万元、-200.25 万元和 300.06 万元。

报告期内，公司的所得税费用主要由各合并主体产生。各合并主体包括母公司、泉州九牧王、厦门九牧王、福建服饰、欧瑞宝公司、玛斯公司。

报告期内，公司利润主要来源于母公司。母公司在 2008 年-2012 年期间享受“两免三减半”税收优惠，其 2008 年、2009 年处于免税期，无需计缴企业所得税；2010 年母公司实际适用税率为 12.5%，本公司按照适用税率计缴企业所得税。

2009 年所得税费用为负数系坏账准备及存货跌价准备等暂时性差异计提递延所得税资产引起。

（七）盈利能力指标及同行业上市公司比较分析

1、主营业务毛利率分析

（1）报告期内，公司主营业务毛利率情况：

项目	2010 年度		2009 年度		2008 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
主营业务收入	167,016.55	19.38%	139,903.15	13.96%	122,761.73
主营业务成本	73,951.25	1.71%	72,709.08	12.81%	64,516.26
主营业务毛利率	55.72%		48.03%		47.45%

报告期内，公司主营业务毛利率逐年上升，主要系公司售价逐年提升，而成本得到较好控制。报告期，2010 年度主营业务毛利率较 2009 年度增长较大，2009 年度主营业务毛利率与 2008 年度主营业务毛利率基本相当。

（2）报告期内，公司单位售价、单位成本的变动及其对毛利率的影响情况：

项目		2010 年度	2009 年度	2008 年度
单位售价变动	平均单位售价（元/件）	188.43	161.37	148.84
	较上期增长金额（元）	27.06	12.53	-
	较上期增长幅度	16.77%	8.42%	-
单位成本变动	平均单位成本（元/件）	83.43	83.87	78.22
	较上期增长金额（元）	-0.44	5.65	-

	较上期增长幅度	-0.52%	7.22%	-
毛利率		55.72%	48.03%	47.45%
单位售价变动对毛利率影响（注 1）		7.46%	4.08%	-
单位成本变动对毛利率影响（注 2）		0.23%	-3.50%	-
毛利率总体变动影响		7.69%	0.58%	-

注 1：单位售价增长使得毛利率提高的幅度系假设单位成本保持不变的情况下所进行的测算：

毛利率提高点数=[（1-上年度单位成本/本年度单位售价）-（1-上年度单位成本/上年度单位售价）]×100%

注 2：单位成本下降使得毛利率提高的幅度系假设单位售价保持不变的情况下所进行的测算：

毛利率提高点数=[（1-本年度单位成本/本年度单位售价）-（1-上年度单位成本/本年度单位售价）]×100%

①单位售价对毛利率的影响分析

报告期公司产品平均单位售价呈稳步上升趋势，从 2008 年的 148.84 元/件，提高到 2010 年的 188.43 元/件，年复合增长率为 12.52%，引起毛利率增加 11.54 个百分点。报告期内，产品单位售价变动及对毛利率影响情况如下：

2010 年公司产品平均售价较 2009 年上涨 27.06 元，增长 16.77%，使得毛利率提高 7.46 个百分点；2009 年公司产品平均售价较 2008 年上涨 12.53 元，增长 8.42%，使得毛利率提高 4.08 个百分点；

报告期内公司产品单位售价的稳步提升与公司产品定位、品牌效应及消费者认可有关，其年复合增长率为 12.52%，基本处于合理水平。公司是中国领先的商务休闲男装品牌企业，凭借较强的品牌知名度、庞大的营销网络、“专业好品质”的产品、业务纵向一体化带来的高价值供应链优势，公司核心产品男裤及茄克已经占据市场领导者地位。公司产品主要定位于中高端市场，随着品牌效应的扩大、公司逐年提高产品档次，销售价格逐年提升。

②单位成本对毛利率的影响分析

报告期公司产品的平均单位成本较为稳定，2009 年比 2008 年上升了 7.22%，但升幅不大。报告期内，单位成本变动原因及对毛利率影响情况如下：

A. 2010 年平均单位成本较 2009 年减少 0.44 元，下降 0.52 %，使得毛利率提高 0.23 个百分点。公司产品成本相对稳定是 2010 年主营业务毛利率较大增长

的重要原因之一，公司产品成本稳定的主要原因与公司采用纵向一体化的经营模式有关，公司采用业务纵向一体化的模式进行男装的设计研发、生产、销售及品牌推广，产品以自制生产为主，委托加工生产为辅。随着业务纵向一体化经营模式的日益完善，公司规模的不断扩大，公司对成本的控制能力也日益加强。

B. 2009 年平均单位成本较 2008 年增加 5.65 元，增长幅度为 7.22%，使得毛利率下降 3.50 个百分点。2009 年公司平均单位成本上涨主要系：

- 2008 年遭遇全球金融危机，由于对金融危机持续时间的不确定性，公司根据预期减少 2009 年的自产产量，使得 2009 年单位产品分摊的固定成本较 2008 年上升；
- 由于 2009 年自产产量的下降，工人淡季补贴工资增加，使得 2009 年单位产品平均直接人工较 2008 年上升。

（3）公司分产品毛利率变动分析

报告期内，公司分产品毛利率情况如下：

类别	2010 年度			2009 年度			2008 年度		
	毛利率	平均销售单价（元/件）	单位成本（元/件）	毛利率	平均销售单价（元/件）	单位成本（元/件）	毛利率	平均销售单价（元/件）	单位成本（元/件）
男裤	57.02%	161.24	69.30	48.18%	142.14	73.65	47.20%	131.53	69.45
茄克	50.70%	390.25	192.40	47.61%	344.41	180.43	46.03%	317.24	171.21
T 恤	60.07%	219.11	87.49	51.09%	178.25	87.18	51.40%	155.28	75.46
衬衫	60.86%	146.86	57.49	55.20%	124.8	55.91	55.21%	109.41	49.01
其他	51.10%	205.33	100.41	42.26%	168.31	97.17	44.49%	166.72	92.55
合计	55.72%	188.43	83.43	48.03%	161.37	83.87	47.45%	148.84	78.22

①男裤毛利率分析

公司男裤产品毛利率逐年上升，从 2008 年的 47.20%上升到 2010 年的 57.02%，男裤作为公司的核心产品，品牌知名度和美誉度较高，顾客对该品牌忠诚度较高，公司逐步提高了高价位产品的比重。报告期内销售价格的提升，是男裤毛利率上升的主要原因，其平均售价从 2008 年 131.53 元提高到 2010 年年的 161.24 元，年复合增长率为 10.72%。

随着公司生产规模的扩大，采购规模相应扩大，公司对成本的控制能力也日益加强，报告期男裤平均成本为 70.80 元，除了 2009 年单位成本较报告期平均成本高 4.03%外，其余期间单位成本与平均成本均略有下降。2009 年男裤成本较

高的主要原因系 2009 年受到金融危机影响，自产产量下降使得单位产品成本增加。

②茄克毛利率分析

在核心产品男裤品牌效应带动下，随着公司加大茄克产品的研发与投入，其产品毛利率逐年提升，从 2008 年的 46.03%上升到 2010 年的 50.70%，主要系报告期内茄克单位成本虽逐年上升，但单位成本涨幅低于销售价格涨幅。

茄克产品是公司除男裤外的另一主要产品，在男裤品牌效应的带动下，经过几年的发展，其综合市场占有率 2008 年、2009 年位居全国第二，产品平均售价从 2008 年的 317.24 元提高到 2010 年的 390.25 元，年复合增长率为 10.91%，售价的提高是其毛利率逐年提高的主要原因。

③T 恤、衬衫毛利率分析

T 恤、衬衫是公司新的利润增长点，随着研发及市场信息收集越来越完善，公司该品类产品的开发定位也越来越符合消费者需求，2010 年公司 T 恤、衬衫毛利率较 2008 年分别增加了 8.67 个百分点和 5.65 个百分点，其毛利率的变化与产品价格提升有关，其中 T 恤 2010 年平均售价较 2008 年增加 63.83 元，复合增长率为 18.79%，衬衫 2010 年平均售价较 2008 年增加 37.45 元，复合增长率为 15.86%。

④其他服饰类产品毛利率分析

其他服饰产品构成主要为西装、毛衣及饰品等，品种较多，各单品销售金额不大，其毛利率变化受品类结构影响较大。总体而言，因公司主要产品毛利率逐年提高，与主要产品品牌定位相适应，在品牌效应的带动下，其他类服饰的毛利率也呈上升趋势，其综合毛利率从 2008 年 44.49%上升到 2010 年的 51.10%。

2、与同行业上市公司盈利指标的比较

2010 年 1-6 月及 2009 年度公司与同行业上市公司盈利能力指标比较如下：

证券简称	期间费用占营业收入比例(%)		销售净利率(%)		净资产收益率(%)	
	2010 年 1-6 月	2009 年度	2010 年 1-6 月	2009 年度	2010 年 1-6 月	2009 年度
雅 戈 尔	20.46	18.02	13.02	28.46	5.02	22.61
报喜鸟	33.34	30.15	12.00	16.94	3.38	11.59
杉杉股份	19.84	18.10	5.32	4.90	2.10	2.73
红豆股份	8.33	16.56	2.89	2.76	1.97	2.03
七匹狼	20.57	21.89	12.86	10.93	8.60	14.86

美邦服饰	39.73	32.97	1.59	11.58	1.55	20.2
美尔雅	39.74	41.50	7.83	7.62	2.10	2.92
凯撒股份	27.59	22.64	18.99	18.45	10.87	26.57
平均值	26.20	25.23	9.31	12.71	4.45	12.94
公司	30.34	29.16	22.26	18.38	27.00	55.23

数据来源：Wind 资讯

2010 年 1-6 月及 2009 年度，公司期间费用占营业收入的比重高于同业上市公司平均水平，主要与公司的销售模式有关，公司主要采用直营与加盟相结合的销售模式，报告期内直营与加盟的销售占比基本保持在 4:6 左右。为了加强对终端的管理与服务，提高快速反应能力，应对不断变化的市场，公司自 2008 年起在全国陆续设立了 32 家分公司，此举措促进直营与加盟销售明显增加，并充分弥补了销售费用的增加，使得公司经营业绩显著提升。

公司销售净利率与净资产收益率均高于同业上市公司平均水平。

公司与同行业上市公司主营业务毛利率对比情况如下所示：

证券简称	主营业务毛利率(%)		
	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度
雅戈尔	37.25	35.53	32.05
报喜鸟	50.45	51.50	49.74
杉杉股份	26.54	23.03	23.16
红豆股份	26.05	25.30	25.15
七匹狼	42.53	38.19	34.24
美邦服饰	42.99	44.41	45.59
美尔雅	29.32	31.56	33.53
凯撒股份	53.66	45.84	43.33
平均值	38.60	36.92	35.85
公司	57.53	48.03	47.45

数据来源：Wind 资讯

报告期内，公司主营业务毛利率变动趋势与同业上市公司变动趋势基本一致，即呈逐年上升态势。

报告期内，公司各期主营业务毛利率基本处于同行业上游水平，这与公司产品定位、品牌效应及经营模式有关。

（1）公司是中国领先的商务休闲男装品牌企业，领跑中国男裤及茄克市场。截至 2009 年，九牧王品牌西裤市场综合占有率连续十年位居全国第一；九牧王品牌茄克市场综合占有率连续两年位居全国第二。

公司自成立伊始便紧紧围绕九牧王品牌的定位、核心价值与特性，通过产品

设计、销售终端形象、广告宣传、男裤文化节及西服文化节等各种营销活动，不断提高九牧王品牌的知名度、美誉度及忠诚度。同时，公司依靠“专业好品质”的产品赢得了消费者的良好口碑，进一步提高了九牧王品牌的美誉度，累积了一大批忠实的消费者。目前，九牧王品牌已成为中国最具影响力、最受欢迎的行业领先男装品牌之一。强大的品牌影响力成为公司主营业务毛利率持续提升的主要驱动力。

（2）公司采用业务纵向一体化的模式进行男装的设计研发、生产、销售及品牌推广，产品以自制生产为主，委托加工生产为辅。随着业务纵向一体化经营模式的日益完善，公司规模的不断扩大，公司对成本的控制能力也日益加强，在产品售价逐年提升的情况下，保持成本相对稳定，使得公司主营业务毛利率稳步提升。

（3）公司采用直营与加盟并重的销售模式，报告期内，公司直营销售占总销售的比重基本维持在 40%左右，与部分同行业上市公司以加盟为主、直营为辅的销售模式相比，由于直营模式毛利率相对加盟模式高，使得公司主营业务毛利率较同行业上市公司平均水平偏高。一般而言，直营比重较高的企业，其主营业务毛利率相对较高的同时，销售费用率也相对较高，综合考虑主营业务毛利率与销售费用率水平，公司与同行业上市公司比较情况如下：

证券简称	主营业务毛利率-销售费用率（%）		
	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度
雅戈尔	28.08	26.59	22.98
报喜鸟	30.55	33.85	31.73
杉杉股份	20.49	17.39	18.71
红豆股份	22.25	19.49	21.40
七匹狼	28.38	22.96	19.58
美邦服饰	8.57	16.61	24.50
美尔雅	0.75	1.39	4.30
凯撒	31.64	28.30	27.14
平均值	21.34	20.82	21.29
公司	32.85	24.89	26.96

数据来源：Wind 资讯

主营业务毛利率扣除销售费用率后，公司与凯撒股份、报喜鸟、七匹狼及雅戈尔等公司基本处于同一档次，尤其与凯撒股份最为接近。

（八）影响公司盈利能力稳定性和连续性的主要因素

1、宏观经济环境的变化

服装作为终端消费品，宏观经济景气度、消费者可支配收入状况等因素直接影响其消费需求，进而影响本行业产品的销售和未来的发展状况。2008 年下半年以来发生的国际金融危机对实体经济造成极大的影响，我国经济增长明显减缓，为应对金融危机，国家采取了一系列扩大内需、促进发展的政策措施，国内经济触底回升，国民经济增长也顺利实现“保八”目标，终端消费也在经历低谷后呈现回暖态势。但与此同时，通货膨胀开始抬头，经济刺激政策对经济增长的持续性以及相关政策退出的可能性引发市场对经济后续增长动能的疑虑；希腊债务危机以及美国经济的缓慢复苏加大外围经济的不确定性，未来经济发展可能面临着反复，由此给消费需求带来不确定性，从而影响公司盈利能力稳定性和连续性。

本公司产品在国内销售，中国有 13 亿人口，拥有全球最大的消费市场，巨大的服装消费需求，是中国纺织服装业长期稳定发展的有力保障。经过多年的发展，公司拥有行业丰富经验的管理人员及国内领先的技术、研发人员；建立了覆盖面广、稳定的营销渠道；品牌推广和建设成效显著，拥有较高的品牌知名度和美誉度；具备一定的经营规模，资产质量良好，因此，公司具有较强的抗风险能力，能够应对宏观经济环境变化对公司带来的影响。

2、对销售渠道及网络终端的控制管理

本公司目前主要采用“直营+加盟”相结合的营销模式，截至 2010 年 12 月 31 日，公司拥有直营终端和加盟终端的数量为 2,710 家，其中直营终端（包括专卖店和商场专柜）645 家，加盟终端（包括专卖店和商场专柜）2,065 家，已形成了覆盖面较广的营销网络。

公司现在的营销网络中加盟终端数量占营销终端总数的 76.20%，占较大比重。在过去的几年中，公司通过采取加盟方式开设加盟终端，节约了大量的资金投入，借助加盟商资源快速建立庞大的销售网络，提高公司品牌的知名度，扩大市场占有率，降低投资风险。但与直营模式相比，公司对加盟终端的控制力相对较弱，若出现加盟商经营活动有悖于公司品牌经营宗旨的情形，将对公司的品牌形象造成不利影响。此外，公司的销售主要依靠直营终端、加盟终端等营销终端

完成，随着企业经营规模的扩大，对营销网络的依赖性将有所增加。

因此，对销售渠道及网络终端的控制管理是影响公司未来盈利能力稳定性与连续性的重要因素。为此，公司一方面提高对加盟终端的管理和服务水平，加强信息化建设，通过及时、有效的信息沟通与反馈加大对加盟终端的管理和控制力度；另一方面，公司拟利用本次发行募集资金投资建设直营店及战略加盟店，以加强对整个销售渠道的控制管理力度。

3、消费者偏好

九牧王品牌凭借较强的品牌知名度、庞大的营销网络、专业好品质的产品，业务纵向一体化带来的高价值供应链优势，在我国商务休闲男装市场占据领先地位。但是服装行业属于时尚产业，能否准确把握市场流行趋势、及时预测和满足快速变化的消费者需求，将直接影响公司产品的销售收入和盈利能力。

多年来，公司非常重视新产品开发，不断加大研发投入，培养了一批经验丰富的专业人才，公司每年开发的服装款式有 2,000 多款，定期或不定期地安排设计人员到国内、国外市场调研，并参加服装发布会和博览会，以期准确地把握最新市场的流行趋势。公司采用对外招聘与内部培养的方式提高公司研发团队的实力，以求能及时把握流行趋势，全方位提升产品品位，满足消费者需求。

三、现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下：

项目	2010 年度	2009 年度	2008 年度
经营活动产生的现金流量净额	18,155.80	36,727.98	32,874.29
投资活动产生的现金流量净额	-19，270.52	-12,001.54	-8,079.34
筹资活动产生的现金流量净额	-7,590.33	-9,161.39	-17,839.08
现金及现金等价物净增加额	-8,705.05	15,565.06	6,955.87

（一）经营活动产生的现金流量分析

报告期，公司经营活动现金流量情况如下：

经营活动产生的现金流量	2010 年度	2009 年度	2008 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	183,207.08	158,839.96	152,111.61
收到其他与经营活动有关的现金	5,109.22	11,381.41	14,915.31
经营活动现金流入小计	188,316.30	170,221.37	167,026.93
购买商品、接受劳务支付的现金	74,002.98	62,219.36	60,837.11

支付给职工以及为职工支付的现金	26,310.65	19,978.48	17,348.00
支付的各项税费	25,180.09	15,333.76	15,699.16
支付其他与经营活动有关的现金	44,666.78	35,961.79	40,268.38
经营活动现金流出小计	170,160.50	133,493.38	134,152.64
经营活动产生的现金流量净额	18,155.80	36,727.98	32,874.29

2010 年度、2009 年度和 2008 年度，公司经营活动产生的现金流量净额与当期净利润的比率分别为 0.50 倍、1.42 倍和 1.67 倍，公司盈利质量良好；公司 2010 年经营活动产生的现金净流量为 18,155.80 万元，低于当期净利润，主要是公司归还关联方款项 14,328.04 万元引起，剔除该因素影响，公司 2010 年经营活动净现金流为 32,483.84 万元，与净利润比率为 0.90 倍，经营活动产生的现金净流量低于净利润主要系公司收款信用政策的适当放宽使得销售现金流入有所下降引起。公司 2010 年经营活动产生的现金净流量虽然较往年有所下降，但由于公司 2010 年经营业绩和盈利水平保持了较快的增长，因此从全年来看，关联方款项的偿还不会对公司未来的盈利质量产生较大的影响。

2010 年度、2009 年度和 2008 年度，公司销售商品、提供劳务收到的现金与当期营业收入的比率分别为 1.09 倍、1.13 倍和 1.24 倍，说明公司货款回收能力较强。报告期内公司销售商品、提供劳务收到的现金高于当期营业收入，主要是因为：1）销售商品收到的现金中包含增值税部分；2）公司对加盟商原则上采用“款到发货”的方式，应收账款相对较少。

1、公司 2010 年经营活动现金流量与 2009 年度对比分析

2010 年度，公司经营活动产生的现金净流量较 2009 年减少了 18,572.18 万元，经营活动现金流量变动如下：1）2010 年公司营业收入较 2009 年增长了 19.30%，使得销售商品、提供劳务收到的现金较 2009 年增加了 24,367.12 万元；2）营业收入的增长以及 2010 年母公司开始减半征收企业所得税，使得支付的各项税费较 2009 年增加了 9,846.33 万元；3）2010 年因经营规模扩大，使得公司 2010 年购买商品、接受劳务支付的现金金额较 2009 年增加了 11,783.62 万元；4）公司业绩持续增长，员工工资相应增长，使得支付给职工以及为职工支付的现金支出较 2009 年增加了 6,332.17 万元。

2、公司 2009 年度经营活动现金流量与 2008 年对比分析

2009 年度，公司经营活动现金流量净额较 2008 年增加了 3,853.69 万元，增

长 11.72%，小于营业收入的增长速度。经营活动现金流量变动主要如下：1）公司营业收入持续增长，同时经过一年的合作，公司放宽对加盟商提货的预付款比例，致使 2009 年营业收入虽然较 2008 年增长了 14.13%，但销售商品、提供劳务收到的现金增加了 6,728.35 万元，仅增长 4.42%。而同期，公司购买商品、接受劳务支付的现金较上一年度增加了 1,382.25 万元，增长了 2.27 %；2）随着员工人数的增加以及福利待遇的提高公司支付给职工及为职工支付的现金较上年度增加 2,630.48 万元，增长了 15.16%；3）公司收到其他与经营活动有关的现金流量比 2008 年减少了 3,533.91 万元，主要是向关联方款借款减少了 7,410.37 万元；4）公司支付的其他与经营活动有关的现金较上年减少了 4,306.59 万元，降幅 10.69%，主要是一方面公司支付的期间费用较 2008 年增加 5,164.80 万元；另一方面 2009 年公司支付的关联方款项较 2008 年减少了 12,498.10 万元。

3、支付的各项税费明细

公司报告期支付的主要税费包括：增值税、企业所得税、个人所得税、房产税、地方教育费附加、土地使用税及其他税种，具体明细列示如下：

单位：元

税费明细	2010 年度	2009 年度	2008 年度
增值税	207,417,429.88	148,349,752.37	133,019,930.53
企业所得税	38,115,228.15	82,823.62	19,559,956.70
个人所得税	10,015,406.38	4,126,077.72	2,137,624.67
房产税	1,865,864.92	1,346,811.11	1,268,627.97
地方教育费附加	1,957,558.01	1,460,809.40	1,282,366.37
土地使用税	942,376.23	933,178.92	1,021,219.57
其他	1,502,412.34	1,164,261.15	839,472.80
支付税费合计	261,816,275.91	157,463,714.29	159,129,198.61
现金流量表——支付税费	251,800,869.53	153,337,636.57	156,991,573.94
差异	10,015,406.38	4,126,077.72	2,137,624.67

报告期公司支付税费金额均大于现金流量表中“支付的各项税费”，差异原因系支付的个人所得税于现金流量表中列示于“支付给职工以及为职工支付的现金”所致。

（二）投资活动产生的现金流量分析

报告期各年度，公司投资活动产生的现金流量如下表：

投资活动产生的现金流量	2010 年度	2009 年度	2008 年度
收回投资收到的现金	10,600.00	-	-
取得投资收益收到的现金	30.37	11.21	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	1,504.92	-	-
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	-	-	1,130.55
投资活动现金流入小计	12,135.28	11.21	1,130.55
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	21,625.80	9,620.21	9,209.89
投资支付的现金	9,780.00	2,300.00	-
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	-	92.54	-
投资活动现金流出小计	31,405.80	12,012.75	9,209.89
投资活动产生的现金流量净额	-19,270.52	-12,001.54	-8,079.34

2010 年，公司投资活动产生的现金流量净额为-19,270.52 万元，主要原因是：1）为提高短期闲置资金的利用效率，公司购买了 9,780 万元短期银行理财产品；2）厦门九牧王营运中心在建工程的持续投入以及因终端拓展需要而向泉州浦西万达广场投资有限公司等公司购置的房产增加，使得公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金达到 21,625.80 万元； 3）公司收回到期的短期银行理财产品 10,600 万元。

2009 年度，公司投资活动产生的现金流量净额为-12,001.54 万元，主要原因是：1）为提高短期闲置资金的利用效率，公司购买了 2,300 万元的银行短期理财产品；2）新购置了上海国际共和广场房产、贵阳盛世明珠广场房产等两处营业用房，共计 2,130.85 万元；3）收购 FUN 品牌支付 1,800 万元；4）预付武汉万达购房款 782.53 万元；5）厦门九牧王支付厦门营运中心在建工程合计 4,071.66 万元。

2008 年度，公司投资活动产生的现金流量净额为-8,079.34 万元，主要原因是：1）公司支付郑州金水区房产 1,027.35 万元；2）公司新购入办公设备、机器设备等合计 1,595.73 万元；3）公司支付晋江生产基地新厂房、新宿舍工程款 1,127.82 万元； 4）厦门九牧王支付厦门营运中心在建工程款 3,731.31 万元。

（三）筹资活动产生的现金流量

报告期各年度，公司筹资活动产生的现金流量如下表：

筹资活动产生的现金流量	2010 年度	2009 年度	2008 年度
吸收投资收到的现金	2,501.12	1,760.60	-
取得借款收到的现金	3,680.00	3,000.00	26,530.00
收到其他与筹资活动有关的现金	7,888.15	4,381.27	4,198.53
筹资活动现金流入小计	14,069.27	9,141.87	30,728.53
偿还债务支付的现金	-	13,330.00	41,200.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	11,611.87	163.01	1,515.48
支付其他与筹资活动有关的现金	10,047.73	4,810.25	5,852.13
筹资活动现金流出小计	21,659.60	18,303.26	48,567.61
筹资活动产生的现金流量净额	-7,590.33	-9,161.39	-17,839.08

2010 年公司筹资活动产生的现金流量净额为-7,590.33 万元，主要原因是：1）公司收到金石投资公司的增资款 2,501.12 万元；2）公司以附追索权的商业承兑汇票贴现而取得的借款 3,680 万元；3）公司支付九牧王国际控股有限公司股利 11,550 万元；4）公司 2010 年承兑汇票保证金的净支出为 2,159.58 万元。

2009 年公司筹资活动产生的现金流量净额为-9,161.39 万元，主要原因是：2009 年公司营业收入保持持续增长，经营活动产生的现金流量较为充沛，公司偿还剩余的短期借款 13,330 万元。

2008 年公司筹资活动产生的现金流量净额为-17,839.08 万元，主要原因是：1）2008 年公司收入增长较快，经营活动产生的现金流入量较为充沛，短期借款净偿还了 14,670 万元；2）公司用于办理银行承兑汇票的保证金净支出 1,653.6 万元；3）公司偿还短期借款利息支出 1,515.48 万元。

四、资本性支出的分析

（一）报告期内资本性支出的情况

报告期内，公司的资本性支出主要根据公司的整体发展计划，用于生产厂房的扩建、购置营销终端房产等固定资产以及购置土地、商标等无形资产。公司的重大资本性支出如下：

项目	2010 年度	2009 年度	2008 年度
购置投资性房地产	-	697.05	-
购置固定资产	3,952.63	1,940.89	6,445.14
房屋建筑物	3,855.63	1,495.86	5,861.29
机器设备	97.00	445.03	583.85
在建工程增加	6,072.21	3,571.66	5,819.98
泉州九牧王工业园	-	-	19.28

晋江生产基地	-	-	1,260.16
厦门营运中心	6,072.21	3,571.66	4,540.54
无形资产增加	768.96	1,800.00	5,934.77
土地使用权	340.98	-	5,803.94
商标	427.98	1,800.00	130.83
合计	10,793.80	8,009.60	18,199.89

（二）未来可预见的重大资本性支出计划及资金需要量

本次募集资金投资项目详见本招股说明书“第十三节　募集资金运用”。

截至本招股说明书签署日，除本次发行募集资金计划投资的项目外，公司还准备继续以自筹资金方式投资约 13,400 万元完成厦门九牧王营运中心的建设，并计划于 2011 年 12 月正式投入使用，为公司引进高端人才、树立企业形象、优化信息中心搭建良好的运作平台。

五、或有事项、承诺事项和重大期后事项对发行人的影响

公司报告期内或有事项、承诺事项以及资产负债表日后事项见本招股说明书“第十节 财务会计信息”之“十一、期后事项、或有事项及其他重要事项”。或有事项以及资产负债表日后事项对公司财务状况、盈利能力及持续经营没有重大影响。

六、主要财务优势、困难及未来盈利能力趋势分析

（一）财务优势

1、主营业务突出、盈利能力强

公司主营业务突出，主要产品销量逐年增加，发展前景良好。截至 2009 年，公司主导产品九牧王品牌西裤综合市场占有率连续十年全国位居第一，茄克综合市场占有率连续两年全国位居第二。

公司主营业务盈利能力强，主营产品市场认可度高，毛利率逐年提升，经营活动现金流充足，经营产生的利润均能转化为公司现金流，盈利质量好。

2、资产质量好、周转速度快

公司拥有生产经营所需的完整的资产体系，资产质量较好。公司应收账款占流动资产比例较低，账龄短，周转速度快，回收风险较低，从过往历史记录看，

发生坏账损失的可能性较小。在存货管理方面，公司一直比较注重对存货的管理，不断加强生产和采购的计划性，有效地降低了期末存货余额，使得公司的存货周转率高于同行业上市公司的平均水平。固定资产成新率高，生产设备先进、不存在非生产经营性资产、高风险资产及闲置资产。

3、高效供应链带来的成本优势

公司采用业务纵向一体化模式，公司控制包括设计、研发、生产、销售等整个供应链，随着公司营销规模的不断扩大，公司产能稳步增加，规模优势逐步得以加强，同时公司通过工艺创新和机器设备改造，提升了生产效率和产品品质；公司生产基地所处周边具有完善的服装产业链可让公司迅速回应市场的需求趋势，并确保供应效率、降低生产成本，而且由于公司采用规模采购的模式，降低了原材料采购成本。

（二）主要困难

1、公司发展趋势良好，市场拓展力度不断加强，随着公司经营规模的不断扩大，营销终端逐步增加，需要公司进一步提升综合管理能力，以做好自营终端的管理及加盟终端的服务工作。

2、公司目前融资渠道相对单一，主要通过自然性负债及银行借款来满足公司发展资金需要，较难满足公司目前加大市场拓展的资金需求。为了稳固公司营销网络及树立品牌形象，未来公司将加大直营终端的布局，需要购置或长期租赁部分黄金地段店面，资金缺口较大，资金压力大。

（三）对公司未来盈利能力趋势的分析

公司一直专注九牧王品牌建设，品牌知名度和美誉度持续提升，公司主营业务前景广阔，主营产品盈利能力较强，公司整体财务状况良好，未来公司财务状况和盈利能力将持续向好。本次公开发行募集资金到位后，将进一步扩大公司的资产规模，公司的资产结构也将大幅优化，装备能力大幅提高，销售终端的覆盖范围更广，公司的综合竞争实力和抗风险能力将得到加强，公司整体盈利能力将随之进一步提高。

第十二节 业务发展目标

一、发行人业务发展计划

（一）公司发展战略

公司短期目标是进一步扩大在男裤品类的市场优势，并将男裤优势延伸到相关的男装品类，保持中国男装的领先品牌地位。公司中期目标是成为以男装为主的多品牌架构的国内领先服饰企业，满足不同细分市场及不同场合消费者的需求。公司长期发展目标是成为一家知名的国际化服装品牌运营商，通过高品质、专业细腻、具有时尚感的产品和强调消费体验的终端环境，不断引领服饰消费者的生活方式、提升消费者的生活品质。

为保证公司短期目标的实现，公司拟采取以下策略：

（1）加大渠道建设和拓展，完善营销网络布局，在巩固一级城市的同时突破二三级城市；（2）提升公司的设计和研发能力，建立“原料差异化、版型多样化和设计国际化”的产品领先地位；（3）完善快速反应的供应链体系，优化供应链管理，提高供应链快速反应能力；（4）加强公司战略管理和组织发展，保证公司战略执行到位、组织和人才发展到位，绩效管理到位。

（二）主要发展计划

1、商品设计研发计划

在商品设计研发上，公司将进一步挖掘“商务”、“休闲”及“绅士运动”系列的设计理念，通过有效的店铺集群，细分目标市场，分析了解不同消费群体的生活形态，不断丰富九牧王品牌的产品线，以满足不同细分市场、不同场合着装需求。公司将坚守“专业好品质”的核心价值理念，加强自主面料研发及创新，拓宽版型适应群体，争取让更多消费者购买到合身、舒适、时尚、好品质的产品。

公司的设计团队将围绕商品企划理念，根据不同地区消费者对服装的不同审美要求，结合各区域销售渠道的信息反馈，深入了解各区域产品的销售情况、消费群体的差异，不断修正产品设计方向，以满足不同区域消费者的需求。

公司将进一步完善产品设计中心的设备系统，开发产品设计中心成本与版型数据库，使公司的产品设计能力得到更有效地管理和挖掘；公司还将逐步完善VIP系统的建设和管理，建立消费者满意度数据库，为本公司的设计师提供强大

的设计决策支持。

公司还将致力于设计团队开发能力的提升，建立与巴黎、纽约、伦敦、东京、香港等时尚都市紧密联系的信息渠道，形成更固定、更及时的时尚风向标，让设计师了解世界各时尚之都的流行趋势与消费走势，培育一支具有国际水准的设计师团队。

2、营销网络建设计划

为巩固公司原有国内一级城市市场占有率并进一步开拓国内二、三级城市，公司将通过直营和加盟相结合的模式，在国内重要城市区域通过购买或租赁店铺的方式新建一批专卖店终端。并借助本次上市的契机，利用募集资金新建338家专卖店，其中直营店162家，战略加盟店176家，以抢占各城市的核心店铺资源，增强对终端的控制力度，加强公司品牌形象的辐射和渗透力。

3、供应链系统优化升级计划

（1）生产流水线的升级与扩建计划

公司未来将进一步提高产品生产流水线的效率，降低生产成本，通过扩建公司核心产品流水线，扩大核心产品的产能，以满足公司日益增长的销售增长对产能扩张的需求。公司拟利用本次募集资金对原有西裤流水线进行升级整合，使之成为完整吊挂流水线，并通过新建西裤、休闲裤及茄克流水线完成公司生产流水线的升级及扩建计划。

（2）物流仓储建设计划

公司未来会更进一步优化公司物流仓储网络结构，简化物流配送环节，缩短货物周转时间，降低物流仓储运营成本。公司拟利用本次募集资金在总部建设仓储中心，同时减少省会城市区域中心仓的数量和面积；完成由总部仓储中心直接向国内加盟终端和区域中心仓配送商品，再由区域中心仓向直营终端配送商品。通过优化升级，改变目前单一由公司总部仓储中心向各区域中心仓配送商品，再由区域中心仓向各销售终端配送商品的现状，减少中间环节，提高物流配送效率。通过减少区域中心仓的库存数量，有利于提高库存周转率，有利于减少租赁面积，进而降低租金支出。

（3）信息系统升级计划

公司的信息化建设将以实现公司战略为主导思想，建设物流、资金流、信息

流一体化、高度集成、智能化的信息管理平台，确保公司以自制生产为主、委托加工为辅的产品供应模式，直营和加盟相结合的销售模式，实现业务的高效运营，提升公司的综合竞争优势。

公司将对现有分散的信息管理系统进行整合，统一标准、完善基础信息库管理，规划可扩展的基础信息架构，提高系统集成、数据整合水平；全面推进以ERP为核心的各业务管理信息项目建设，实现以业务运营、管理支撑、门户集成为一体、高度整合的信息管理平台。

公司的信息系统升级计划，在保障业务高效协同的基础上，将有利于改善公司的核心经营指标，提高供应链的快速反应能力、市场快速应对能力、渠道及终端管控能力等方面将有明显的提高，从而更进一步提升公司的核心竞争能力，为公司未来成为国际化的服装品牌运营商提供稳定、灵活、可拓展的信息化管理体系。

4、人员发展计划

为实现公司未来的发展目标，公司制定了如下的人员发展规划：

（1）对外招聘与人才培养：公司将分析未来战略目标和优先事项与现有人员配置状况之间的差距识别招聘需求，以聘用最适合企业发展的优秀人才。公司启动了管理层发展项目，进行了一系列识别和发展具备较高管理潜力员工的活动，通过公司内部培养储备高素质人才，以满足企业快速发展的人才需求。

（2）员工的学习与发展：公司梳理并建立了领导力素质模型、专业知识和技术能力清单、核心价值观，并将在其基础上建立通用核心课程体系、专业核心课程体系以及人才发展课程体系。另一方面，公司在人力资源管理实践上强调在组织发展规划的背景下，结合员工的绩效表现以及职业发展规划来识别员工教育和培训的需求，采取外聘专业讲师授课、参与项目、外部培训、内部讲师授课、e-learning、导师等多渠道、多方法开展员工培训和发展。

（3）绩效管理与职业发展：公司针对不同岗位、不同层级的人员采用不同的考核方式，并结合绩效面谈机制，以帮助管理者与员工将业务目标转换为个人和团队的目标，并在目标与如何实现目标上达成共识，确保公司绩效的不断提高。公司建立了管理人员、专业技术人员和生产岗位员工三条员工相互转换通道的机制，员工可以跨部门、跨区域、跨组织的实现职业发展。

（4）提高员工权益：公司着力为员工创造温馨的工作生活环境，通过座谈会、爱心社团、合理化建议等方法为员工创造多种沟通渠道，营造员工参与管理的环境。公司通过“员工敬业度”等人力资源管理工具，识别管理层需要改善的方面，使员工更加认同公司的发展目标并为之努力。

5、商品系列化及多品牌运作计划

公司将在原九牧王品牌的基础之上布局公司母品牌和子品牌的二级品牌架构。九牧王为公司母品牌，作为商务休闲男装品牌，延续原有男裤市场优势，并在此基础上继续深化商品系列化运作，将九牧王品牌产品线进行延伸，满足消费者的个性化需求，最大限度的占领细分市场；另外，拟建设若干个子品牌：目前已经有FUN、Calliprimo、VIGANO’三个子品牌，其中 FUN作为大众休闲品牌，拟以时尚、品味、简约为其主要风格；Calliprimo拟以潮流、个性化、性价比高为主要诉求；VIGANO’拟作为高端品牌。公司商品系列化及多品牌运作计划将全面覆盖从低端到高端，适应各细分市场消费群体的不同需求，立志使公司成为中国商务休闲男装行业的领导品牌。

二、拟定计划依据的假设条件及主要困难

（一）假设条件

公司上述的发展计划是基于本公司现有业务规模、市场地位、发展趋势等各方面因素综合制定的，其拟定依据了以下假设条件：

本公司所处的国内外政治、经济、社会环境稳定，宏观经济保持良好的发展态势。

国家的基本经济政策，对纺织服装工业的政策等不会发生对公司业务造成重大影响的改变。

本公司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。

国内商务休闲男装需求稳定增长，国内外服饰市场无重大改变。

本公司股票发行与上市工作进展顺利，股票如期发行，募集资金按时到位，募集资金投资项目如期实施。

公司现有主要竞争优势继续发挥作用。无其它人力不可抗拒因素及不可预见因素造成的重大不利影响。

不会发生对发行人正常经营造成重大不利影响的突发事件和其它不可抗力因素。

（二）主要困难

上述计划的实施过程中可能会遇到以下几个困难：

国内商务休闲服饰市场竞争压力不断加剧，如果公司不能及时筹集资金加强销售网络的建设，此将影响公司整体战略规划的顺利实施。

公司营销网络建设、信息系统改进以及产品的设计和开发等都离不开人才的支持，因此能否稳定公司现有的专业团队并及时根据业务的发展聘用到合适人才对公司上述计划的实施至关重要。

三、发展计划与现有业务的关系

本公司的上述发展计划是充分考虑了国内外纺织服装行业的现状及未来发展趋势、并结合了公司现有业务的实际情况、公司在服装行业的经验和资源、在国内商务休闲男装市场上的地位、公司的融资能力等诸多因素拟定的。

本公司的组织架构和人力资源也为实现业务发展计划提供了相应的制度和人才保证。上述发展计划有利于实现公司的核心产品的规模扩张，提高公司设计研发能力和快速反应能力，也有利于公司实现营销网络规模的扩大，从而实现公司成为国内商务休闲男装领导品牌的战略愿景。

第十三节 募集资金运用

为满足本公司业务快速发展的需要，本次募集资金将投资于营销网络建设、供应链系统优化升级、信息系统升级和设计研发中心建设项目，以及用于其他与主营业务相关的营运资金。具体情况如下：

一、本次发行募集资金用途及审批情况

根据公司第一届董事会第四次会议及公司 2010 年第二次临时股东大会批准，公司本次拟公开发行不超过 12,000 万股人民币普通股（A 股），本次发行的募集资金总额将根据发行前决定的发行数量及询价确定的发行价格确定。本次发行募集资金将投资于营销网络建设、供应链系统优化升级、信息系统升级、设计研发中心建设项目（以上四个项目简称“投资项目”），以及用于其他与主营业务相关的营运资金，具体如下：

序号	募集资金投资项目	募集资金投资额（万元）	项目审批情况
1	营销网络建设项目	131,992.60	闽发改网股证[2010]34号
2	供应链系统优化升级项目	12,996.30	泉开管经[2010] 26号
3	信息系统升级项目	14,597.60	泉开管经[2010]32号
4	设计研发中心建设项目	5,147.56	泉开管经[2010]31号
5	其他与主营业务相关的营运资金	【】	-

若本次发行募集资金净额大于上述投资项目的资金需求，剩余资金将用于其他与主营业务相关的营运资金；若本次发行募集资金净额小于上述投资项目的资金需求，资金缺口由公司自筹方式解决；根据市场及项目情况，如果本次募集资金到位前公司需要对上述拟投资项目进行先期投入的，则公司将先用自筹资金投入，待募集资金到位后用募集资金置换先期投入的自筹资金。

在先行投入的资金自筹方式为向银行贷款的情况下，股东大会授权董事会在累计贷款余额不超过 5 亿元的额度内，可以直接决定与银行签署相应协议，无须再提请股东大会审议批准。

二、募集资金投资项目的基本情况

（一）营销网络建设项目

为适应男装市场和公司业务快速发展的需要，结合品牌和渠道竞争成为服装企业竞争焦点这一趋势，公司将进一步完善营销网络的战略布局、增强对终端和稀缺店铺资源的控制力。一是扩充销售终端数量，扩大网络规模；二是增加专卖店数量，提高直营店比重，优化销售终端结构；三是延伸营销网络的覆盖地域，在提高公司具有优势的一级城市销售终端密度的同时，加大对目前尚显不足的二、三级城市销售终端的拓展力度。

1、项目概况

本项目预计总投资为 131,992.60 万元，其中：建设投资 113,576.50 万元，流动资金 18,416.10 万元。

公司根据现有营销网络的状况和未来发展目标，拟在直辖市、省会、计划单列的一级城市和个别具有代表性的二级区域中心城市建设直营店 162 家，另建设战略加盟店 176 家，区域分布在以华东、中南和西南为主，包含部分中南、西北、东北地区的二级城市和个别三级城市，如下表所示：

店铺类型	数量（家）			面积（m^2）		
	购置	租赁	合计	购置	租赁	合计
直营店	36	126	162	6,470	40,270	46,740
战略加盟店	46	130	176	8,450	26,780	35,230
合计	82	256	338	14,920	67,050	81,970

本次募集资金投资建设销售终端的基本情况如下表所示：

类型	拟采取购买方式获得店铺情况	拟采取租赁方式获得店铺情况
店铺数量	82	256
建设区域	贵阳、成都、重庆、昆明、武汉、长沙、南昌、广州、深圳、海口、杭州、上海、天津、济南、郑州、厦门、乌鲁木齐、贵阳、长沙、南京、福州、绵阳、自贡、曲靖、昭通、大理、丽江、荆州、沙市、益阳、郴州、娄底、湘潭、常德、邵阳、三亚、苏州、扬州、嘉兴、绍兴、海盐、海宁、宁波、锡林浩特、佳木斯、齐齐哈尔、漳州、三明、巢湖、淮南、库尔勒、六盘水、南充、宜昌、荆门、耒阳、怀化、株	贵阳、成都、昆明、重庆、长沙、武汉、南昌、深圳、广州、海口、南京、杭州、无锡、上海、天津、石家庄、北京、呼和浩特、保定、沈阳、西安、哈尔滨、福州、成都、大连、厦门、青岛、济南、佛山、中山、江门、东莞、温州、宁波、湖州、常州、台州、扬州、连云港、盐城、泰州、德阳、绵阳、南充、内江、湛江、苏州、嘉兴、绍兴、金华、南通、淮安、镇江、丽水、舟山、徐州、烟台、淄博、东营、潍坊、荷泽、枣庄、济宁、

类型	拟采取购买方式获得店铺情况	拟采取租赁方式获得店铺情况
	洲、岳阳、衡阳、盐城、泰州、衢州、安阳、莆田、芜湖、阿克苏、克拉玛依等城市	日照、莱芜、临沂、聊城等城市

本项目中新建销售终端功能划分如下：

类型	直营店	战略加盟店
店铺数量	162	176
建设区域	北京、上海、南京、杭州、广州、深圳、海口、成都、重庆、贵阳、济南、青岛、郑州、福州、厦门、天津、武汉、大连、呼和浩特、佛山、邯郸等城市	巢湖、淮南、芜湖、龙岩、莆田、漳州、安阳、济宁、阿克苏、克拉玛依、乌鲁木齐、佳木斯、齐齐哈尔、海宁、宁波、衢州、绍兴、三亚、荆门、宜昌、衡阳、怀化、岳阳、株洲、南充、大理、丽江、曲靖、鹤壁、焦作、周口、东营、聊城、日照、威海、盐城、镇江、东莞、佛山、德阳、秦皇岛、张家界、邵阳等城市
主要功能	在一、二级城市的核心商圈建设直营店起到品牌推广、店铺示范作用，并促进销售的增长和扩大市场份额的作用，有效控制稀缺店铺资源	增加二、三级城市核心街区专卖店数量，拓展二、三级城市；控制稀缺店铺资源；填补市场空白，完善现有营销网络，扩大公司销售额，提高公司产品市场覆盖面

2、项目建设的必要性分析

（1）扩大销售终端数量，优化营销网络结构，拓展销售网络覆盖面，完善营销网络战略布局

截至 2010 年 12 月 31 日，本公司现有销售终端数量 2,710 家，支撑了 10 多亿元的销售收入，但鉴于公司目前销售终端的覆盖区域主要集中于一、二级城市的核心商圈，已不能满足男装市场及公司业务快速发展的需求，扩大销售终端数量，是公司进一步扩大销售的有效手段。

截至 2010 年 12 月 31 日，按终端形式分，公司商场专柜有 1,483 家，专卖店有 1,227 家，商场专柜数量多、占比高；按经营模式分，直营终端 645 家，加盟终端 2,065 家，加盟终端数量多、占比高。本次募集资金营销网络建设项目主要投向 338 家专卖店，其中直营店增加 162 家，可优化这一结构，提高专卖店的数量及比重、直营店的数量及比重，从而有利于公司增强终端控制能力，提高盈利能力。

基于公司产品的市场定位及目标消费群体，公司目前销售终端的建设主要集中在一级城市，二、三级城市销售终端的建设较为薄弱。随着我国经济的快速发

展，二、三级城市消费能力不断提高，已逐渐成长为公司新的目标市场，本次募集资金投资项目在继续巩固一级重点城市的同时适度在二、三级城市进行战略布局，并以此辐射到周边市场，带动区域内多层级市场的发展，以完善公司营销网络的区域分布，拓展新的消费群体。

（2）提升公司品牌形象和影响力

营销网络终端的建设是品牌形象的重要表现形式，越来越多的服装企业认识到电视广告、户外广告、平面广告等都是消耗型的，唯有终端形象的投入是积累型的。国外知名服装企业均高度重视门店对品牌形象的作用，通过店铺作为宣传的主渠道，使消费者对于其品牌的关注转化为对店铺形象及服务的关心，提高消费者进店频率，将品牌宣传与终端销售紧密结合在一起。本项目的建设将使公司的专卖店比重有所提高，整个专卖店覆盖区域将包括绝大多数一、二级城市以及部分发达地区的三级城市。根据行业经验，核心商圈形象店具有较强的影响力，不仅能使消费者对于品牌实力更有信心，也能大幅改善其对品牌价值的认同。而且随着形象店的建设，在其辐射范围内加盟的坪效和销售业绩也会有较大幅度的提高。因此，本项目建设对于提升公司品牌形象、增强公司品牌影响力具有重要的作用。

（3）核心商圈的稀缺店铺是企业参与市场竞争的重要资源

核心商圈作为城市的商业中心，是零售业务的理想场所。近年来，各行业对大、中型城市核心商圈店铺资源的争夺日趋激烈，优质店铺资源十分稀缺，故拥有此类店铺资源既可保证自身营销网络规划和品牌宣传计划的有效实施，一定程度上也会形成竞争优势。

国内的众多服装品牌公司均通过资本市场融资等方式加大对核心店铺的争夺。如国内服装企业雅戈尔、报喜鸟、七匹狼、美特斯•邦威等均将大部分所募集资金用于营销网络建设，对公司开拓市场产生了积极作用。优质店铺资源已成为服装企业未来发展的重要战略资源。

目前，公司拥有的店铺数量相对较少，及时、适度地取得相应的稀有店铺资源将使公司在激烈的行业竞争中保持领先优势。因此，公司拟通过本次募集资金购买部分核心商圈店铺，为公司未来进一步发展奠定基础。

（4）有利于增强公司销售终端的控制力

从国际服装品牌的运营经验看，强大的终端控制能力是服装企业重要的竞争元素。公司目前的营销网络具有如下特点：一方面公司商场专柜的比重较高，另一方面专卖店渠道中加盟商的比重也较高，尽管此种营销网络结构特点符合公司每阶段的发展规划并在实现发展速度和规模上具有一定优势，但在重点城市和地区有影响力和控制力的直营店数量不多，较大程度影响了公司未来对销售终端的控制力。

本项目的建设将会使公司的营销网络中直营店的比重较大提高，在公司重点开拓的一级城市中完全通过自主经营实现品牌形象和经济效益的均衡，在其它重要城市和地区通过引入合作经营方式加强对重要销售区域和终端的控制力。同时，公司通过在重点发展区域建立直营店，能够通过其全面的展示、销售和服务功能来提升终端影响力；而通过购买或者租赁店铺与加盟商合作能够引导其自觉按照公司的产品策略、营销计划和客户服务标准来提升终端服务水平，有效加强终端控制力。

（5）有利于提高公司的盈利能力

本项目的建设一方面可提高公司的销售收入，扩大公司的利润空间，另一方面可降低成本，确保公司持续的盈利能力。

公司目前商场和加盟店销售占主营业务的比例较高，这两种销售形式主要通过中间环节将产品销售给消费者，商场按照销售额的一定比例分成，加盟商以产品批发价格买断销售，因此大量的收入与利润留存于体外销售渠道。本项目通过建设一批直营店可使公司不仅获得生产环节利润，还可获得零售环节的利润。

另一方面，国内各城市核心商业圈的地价、租金不断攀升，从长期看租赁方式具有一定的不确定性。本项目建设拟通过购买部分店铺减少租金快速上升带来的成本压力，稳定部分销售终端。购买店铺虽然一次性投入较大，据公司按目前市场行情测算，如按 30 年期限折旧计算，其折旧费一般不会高于店铺租金。另外，通过专卖店形象还可带来无形的广告综合效应。

综上，项目的建设可有效提高公司的盈利能力。

3、项目建设的可行性分析

（1）我国服装市场潜力巨大

中国经济的持续发展，经济总量的不断提升使我国人均收入水平也在不断提高。根据国家统计局的统计，2005 年-2009 年我国城镇居民人均可支配收入自 10,493.03 元增至 17,174.65 元，年复合增长率为 13.11%，中国农村居民人均年现金收入自 3,915.50 元增至 6,270.20 元，年复合增长率为 12.49%。

伴随国民收入的增加，我国服装消费市场的容量在不断扩大。根据国家统计局的统计：2005 年-2009 年限额以上服装、鞋帽、针、纺织品类零售额的年复合增长率为 24.79%。2005 年-2009 年我国服装、鞋帽、针、纺织品类零售额增速普遍高于同期中国城镇和农村居民人均收入的增长比例。2009 年全国社会消费品零售总额达到 125,342.70 亿元，比 2008 年增长 15.54%，服装类消费增长 23.32%。活跃的内销市场将给我国服装生产企业带来释放产能空间。

我国政府在“十一五”期间将把城镇化建设作为发展的重点之一，我国城市化进程将极大刺激服装消费，新兴消费人群已经不满足于服装的保暖功能，而是转向时尚和品牌的追求。我国城镇居民家庭恩格尔系数为 35.8%，消费结构升级趋势已经非常明显，呈现从温饱到小康再到享受的消费阶段变化，作为消费渠道的专业连锁和现代百货业，都获得了高速增长，加快了服装消费的全面升级。

（2）国家产业政策的支持

2006 年 4 月，国家十部委联合发布的《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》中指出，加快行业结构调整，大力推进自主品牌建设，创建具有国际影响力的自主知名品牌。纺织工业“十一五”发展规划，也对服装业提出了明确要求：加大、加快服装自主品牌建设，力争到 2010 年形成若干个具有国际影响力的自主知名品牌。

2009 年 2 月，国务院审议并通过纺织行业振兴规划，振兴规划明确指出要加强技术改造和自主品牌建设。未来纺织行业将侧重向高技术，品牌化发展，培育具有国际影响力的自主知名品牌，提高竞争力。

2009 年 9 月 26 日，国家七部委联合发布的《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》中指出，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、具有较强市场竞争力的优势服装、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。详见“本招股说明书”之“第六节 业务与技术”之“二、发行所处行业的基本情况”之“2、我国服装行业概况”。

本项目以优化公司的营销网络布局为出发点，将进一步夯实本公司在营销网络上的竞争优势，符合国家服装行业发展的政策导向。

（3）公司具有丰富的基础资源和平台优势为本项目建设提供了良好的基础

公司具有强劲的品牌、庞大且成熟的营销网络、业务纵向一体化带来的高价值供应链，为营销网络建设项目的顺利实施提供了保障。

详见本招股说明书之“第六节 业务与技术”之“三、公司在行业中的竞争地位”之“（二）公司的竞争优势和竞争劣势”之“1、竞争优势”。

（4）公司具有丰富的店铺拓展和管理经验，项目建设具有可复制性

经过多年来的发展，公司形成了较为完善的店铺拓展管理制度与流程，包括市场考察、加盟商实力评估、装修工程管理等方面。公司也在不断积累店铺管理方面经验，至今已经形成完善的店铺管理制度，包括人员管理、货品管理、财务结算管理、店铺终端安全管理等方面，确保公司终端管理的规范化、统一化。公司丰富的店铺拓展和管理经验为本项目的顺利开展提供保证。

4、项目投资概算

本项目的预计总投资额为131,992.60万元，其中建设投资113,576.50万元，流动资金18,416.10万元。

（1） 建设投资具体情况如下：

序号	投资类别	金额(万元)	所占比例(%)
1	店铺购置费和装修费	104,883.90	92.30
2	设备购置费	1,412.10	1.20
3	工程建设其他费用	1,872.10	1.70
4	基本预备费	5,408.40	4.80
5	建设投资合计	113,576.50	100.00

（2）流动资金情况

流动资金按分项详细估算法估算，结合本项目的具体情况，按照各项流动资产和流动负债的最低周转天数估算，项目建成后正常生产年份需流动资金18,416.10万元。

5、项目建设方案要点

（1）销售网络终端的建设方案

①总体目标及店铺的选择原则

通过在一级城市和重点二级城市开设专卖店，促进九牧王品牌在全国市场建立、扩张销售渠道，使公司销售保持稳定的增长；并通过专卖店的建立，树立区域的零售标杆店铺，提升九牧王品牌的零售运营能力；同时，通过销售区域建设来组建稳定、强大的区域快速反应能力，并对区域类加盟提供良好的服务。

购买的店铺主要集中在一、二级城市，在一级城市以有发展潜力的社区店铺为主，在二级城市以核心街道或商圈为主；租赁的店铺主要集中在一级城市及经济发达省份的重点二级城市，店铺处于其核心商街或商圈。

②专卖店的建设方案

本项目拟建设直营店共 162 家，其中购置 36 家，租赁 126 家，总面积 46,740 平方米，其中购置 6,470 平方米，租赁 40,270 平方米。

本项目拟建设战略加盟店共 176 家，其中购置 46 家，租赁 130 家，总面积 35,230 平方米，其中购置 8,450 平方米，租赁 26,780 平方米。

（2）项目建设进度

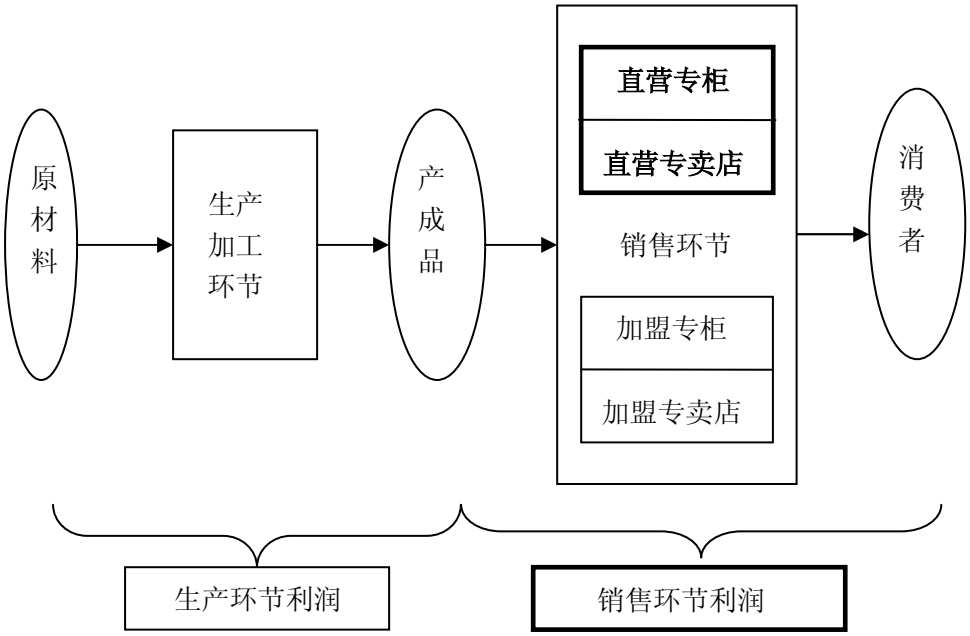
本项目建设期 2 年，根据各城市店铺建设需求的紧迫性以及店铺资源的可获得性合理控制店铺建设的进度，建设期第一年拟建设直营店 101 家、战略加盟店 106 家，建设期第二年拟建设直营店 61 家，战略加盟店 70 家。

为保障本项目能取得预期的收益，公司在新增店铺的省份内进行了详细的前期市场调查，并在此基础上积极落实店铺的选址工作。

6、项目预期实现效益的定量分析

本公司对营销网络建设项目进行广泛的市场调研，并聘请中国纺织建设规划院对本项目进行了严谨的可行性分析，编制了《九牧王股份有限公司营销网络建设可行性研究报告》。

本项目效益测算范围为销售环节利润，不包括生产加工环节利润。



（1）营业收入测算

本项目计算期12年，其中建设期2年，运营期10年。店铺建成后投入运营第一年达到85%的计划销售能力。

本项目的含税营业收入按如下公式计算：

总营业收入=直营店零售收入+战略加盟店批发收入=直营店的零售单价×直营店的年销售量+战略加盟店的批发单价×战略加盟店的批发量。

其中：战略加盟店批发单价=货品标准单价×协议折扣率

根据测算，本项目计算期第2年不含税营业收入为61,621.50万元，第3年不含税营业收入为112,171.60万元，正常年不含税营业收入为119,173.20万元，年均不含税营业收入为113,304.70万元。

（2）总成本费用估算

总成本费用系指运营期内为生产产品或提供服务所发生的全部费用，等于经营成本与折旧费、摊销费和财务费用之和。总成本费用可以按生产成本加期间费用法或生产要素法估算。按生产要素估算法估计公式如下：

总成本费用=销售成本+外购燃料和动力费+工资及福利费+折旧费+摊销费+修理费+财务费用（利息支出）+其他费用

其中其他费用是指从制造费用、管理费用和营业费用中扣除了折旧、摊销、修理费和工资福利费后的其余部分。

根据测算，本项目第2年总成本费用为52,916.60万元，第3年总成本费用为91,688.40万元，年均总成本费用为89,719.10万元。

（3）项目的财务指标

序号	指标	金额
1	年均营业收入（不含增值税）（万元）	113,304.70
2	年均总成本费用（不含增值税）（万元）	89,719.10
3	年均税后净利润（万元）	17,586.60
4	投资利润率（%）	17.80
5	所得税前投资回收期（含建设期）（年）	7.50
6	所得税后投资回收期（含建设期）（年）	6.20
7	所得税前财务内部收益率（%）	19.80
8	所得税后财务内部收益率（%）	15.00

7、项目建设对公司销售模式的影响

本项目建设后，公司的总体销售模式没有变化，仍采用以直营和加盟的销售模式，但项目建设后，公司的自营和加盟专卖店数量将会较以前较大比例增加，公司的销售终端结构得到优化，渠道稳定性和控制力得到明显提高。

本项目拟新建的162家自营店完成后，较以前仅有的7家直营专卖店有大幅提升，公司本次募投项目采用大比例开设直营专卖店形式主要考虑如下原因：公司创立及发展初期，公司产品较为单一决定了其开拓商场专柜作为其销售的主要模式更利于公司的发展。但随着公司业务规模的不断扩大及产品种类的不断丰富，仅靠商场专柜的形式已经不能满足公司业务扩张的需要，公司逐步引入了加盟专卖店的模式，此模式在公司资金实力不够雄厚的情况下可迅速拓展市场并可有效提升品牌影响力，截至2010年12月31日，公司加盟专卖店的数量达到1,220家。公司为进一步提升九牧王品牌价值，增强公司销售终端的稳定性及控制力，并有效提高公司的盈利能力，计划利用本次募集资金投向自营店的建设，与国内外知名服装品牌企业的发展策略一致，抢占终端，占领市场。

同时，公司创立初期便采用直营商场模式，已有多年对直营模式的管理经验，关于直营方面的各项管理制度及业务流程均较为成熟和规范，并拥有经验丰富的直营模式管理和操作人员，可有效保证本项目的开展。

此外，本项目拟新建的176家战略加盟店，公司拟采取购买或租赁的方式取

得店铺，然后授权供加盟商经营之用。加盟商不需要承担购买或租赁店铺的费用，但其从公司处进货价格的折扣率将相应提高。公司采取此种经营方式，主要考虑如下：（1）大面积专卖店销售终端是提升九牧王品牌、产品形象和消费者体验的有效措施，也是符合行业发展趋势及公司自身发展的需要；（2）有利于布局稀缺的、具有战略意义的店铺资源；（3）购买或长期租赁是公司应对店铺租金快速上涨、稳定销售渠道，提升企业财务表现的有效手段；（4）有利于扶持加盟商，扩大公司营销网络。加盟商具有熟悉当地市场情况、较强的本地运营能力等优势，但由于其资金实力有限，较难独立承担开设大店铺的资金压力。在此种方式下，尽管新增固定资产的折旧及新增店铺的租赁费用改由公司承担，但公司与加盟商之间的加盟关系没有改变，加盟商仍需要通过销售九牧王品牌的服饰来获取利润，公司的折旧、租金费用及盈利也通过加盟商服装销售量的增长及采购价格的上升而得到补偿和实现。

为充分发挥加盟店的作用并且实施有效管理，公司针对加盟商制定了全方位的管理制度、工作规范及工作流程，并通过签订合同等方式由公司销售体系各相关部门监督执行。

综上，本项目的建设符合公司业务发展的需要，与公司现阶段的发展需求相吻合，有利于提高公司的业务规模及盈利能力，保护股东的合法权益。

8、环保问题及采取的措施

本项目建设内容主要为购置、租赁商业店铺销售产品，无生产环节，不产生污染。

（二）供应链系统优化升级项目

1、项目概况

本项目预计总投资为12,996.30万元，其中建设投资为8,390.30万元，流动资金为4,606.00万元。本项目针对公司供应链系统中的生产和仓储环节进行优化升级，在生产环节扩充产能，改进工艺，提高生产效率，在仓储环节建设新的专业化的仓储中心，提高公司仓储能力和仓储配送效率，从而提高公司整个供应链系统的快速反应能力。

项目建设具体情况如下：

①引进吊挂流水线系统，将原12条标准西裤流水线改造为4条西裤吊挂生产

流水线。技改后年总产量增加12万件，改造后合计形成年产西裤93万条的产能。

②新建4条西裤吊挂生产流水线，形成年产西裤93万条的产能。

③新建5条标准茄克生产流水线，形成年产茄克16万件的产能。

④扩建面辅料及成衣检测中心的恒温恒湿实验室，购置专业检测设备，丰富检测项目。

⑤新建总建筑面积32,118平方米的工业及仓储配套设施，包括车间和专业仓储中心。在新建车间里建设10条标准休闲裤生产流水线，形成年产休闲裤70万条的产能；专业仓储中心物流吞吐量设计能力2,524万件/年，日常库存量286万件。

2、项目建设的必要性分析

（1）满足公司未来产能扩张的需要

随着公司品牌认知度和美誉度的稳步提升，销售网络的进一步扩大，公司产品的销售逐步增加，现有的设备产能不能满足未来市场扩张的需要。公司近三年男裤的产能及产量情况如下所示：

单位：万条

男裤	产能	产量
2008 年	500	480
2009 年	500	435
2010 年	500	513

单位：万件

茄克	产能	产量
2008 年	52	51
2009 年	52	42
2010 年	52	42

上表中可以看出，公司 2008、2009 年及 2010 年男裤的产能利用率分别约为 96%、87%和 103%，茄克的产能利用率分别约为 98%、81%和 81%。公司的产能利用率较高，2010 年男裤产能利用率已经饱和，产品需求旺盛。此外，根据服装行业的特点，公司每年还需要预留 10-20%的产能以备临时补货、季节性需求、未能预料到的大额订单或其他突发事件所需。

根据公司未来两年营销规划及本次营销网络建设项目的顺利实施，公司的男裤及茄克的销量将大幅增加，公司目前的产能将远不能达到未来发展的需要，需要扩大产能以适应未来市场的需求。

根据公司男裤及茄克 2008-2010 年的平均增长率为基础，按公司核心产品未

来两年15%的增长率测算，公司未来两年对男裤及茄克的预测需求情况如下表所示：

单位：万件

	2011年	2012年
男裤市场需求量	664	764
茄克市场需求量	80	92

（2）提高公司供应链的快速反应能力

我国服装行业已进入了品牌营销的时代，服装流行期越来越短，个性化需求越来越强，要求企业具备小批量、多品种、快速反应的能力，以在扩大销售的同时控制存货风险，我国服装行业进入了供应链竞争的关键时期。能够率先完成供应链管理，提高供应链快速反应能力的企业必将在未来市场竞争中取得优势。

本项目的建设便是为提高公司服装生产环节快速反应能力，通过将普通流水线改造成4条吊挂流水线并引进新的西裤吊挂流水线，提高流水线的柔性加工能力。本项目的实施还可通过对检测中心的建设，提高了检测环节的反应速度，及时完成对产品原辅料和产成品的各项理化指标的检验，缩短面辅料前期准备时间，保证产成品质量。

（3）促使公司的生产管理向精细化发展

服装企业生产精细化管理包括生产计划管理、生产成本管理、生产现场管理、生产流程管理、生产物料管理、生产订单管理等内容，精细化管理是实现生产环节快速反应，实现公司生产环节效率、效益双提高的必要保障，是企业间软实力的竞争。

本项目通过引进吊挂流水线，应用计算机进行工艺管理，实时控制，即时统计每道工序的加工工时、数量、返修、班产情况，以及每个班组操作工完成的件数、合格品率、日工资（计件）等，并且数据可通过网络系统反馈给ERP系统，按生产计划打印出生产报表（日报表、周报表、月报表、年报表等），为精细化管理提供技术支持。

（4）保持公司“专业好品质”的竞争优势

“专业好品质”是公司的核心价值理念及品牌象征。公司产品充分体现了公司在研发设计、生产工艺等各环节的综合核心竞争力，公司坚持通过扩大核心产品生产线，自主生产，使得核心产品的设计理念、款式、面料、工艺要求等信息不被外泄，保证其核心竞争优势。而且，公司主导产品男裤及茄克的销售规模较

大，目前国内多数企业的技术和设备水平良莠不齐，无法满足公司大批量生产的快速反应和工艺技术要求。本项目的实施可保证公司核心产品质量，保持其产品的竞争优势，巩固核心产品在消费者心目中的地位，进一步提升公司在同行业的领先地位。

（5）改善公司物流仓储条件及优化配送流程

公司现有总部仓储中心分布在福建省清蒙和晋江两个厂区内的四个标准厂房内，仓库地理位置比较分散，管理难度较大，运营成本较高。在公司 2009 年生产高峰时期，现有仓库的仓储及配货能力已接近饱和，未来将无法支持公司发展规模和速度。

公司目前迫于总部仓储中心的库容压力，实行主要从总部仓储中心配货至区域中心仓，再由区域中心仓配送给直营门店及二级加盟商，存在二次分拣配送现象，费工费时。此种运作模式一方面使得大部分加盟商的商品需要在区域中心仓进行中转，增加了中转周期。其次，由于公司现有总部仓储中心库容有限，完工产品需提前发自各区域中心仓存储，后期根据各区域的产品销售进行区域间整合，导致整合成本较高；第三，区域中心仓承担二级加盟商的商品周转职能，需要每个区域都有较大的库容，而仓库租赁费用较高，增加了运营成本。

本项目的建设使得总部仓储中心地理位置更为集中，仓储及配送能力也进一步提高，可以实现对部分规模较大的二级加盟商采用总仓直发的模式，一方面减轻了区域中心仓的仓储压力，另一方面可加快货品上市速度，提高库存周转率。

3、项目建设的可行性分析

（1）国内服装市场潜力巨大

随着我国经济的发展，国民收入水平的提高，未来我国服装市场容量也将进一步扩大。详见本节“三、募集资金运用项目的基本情况”之“（一）营销网络建设项目”之“3、项目建设的可行性分析”之“（2）我国服装市场潜力巨大”。

（2）公司具有专业生产基地与丰富的生产经验，产能扩张具有可复制性

公司在同行业内具有较具规模的生产基地，并经过多年来的发展，积累了较为丰富的生产经验，为本项目实施奠定了良好的基础。详见本节“三、募集资金运用项目的基本情况”之“（一）营销网络建设项目”之“3、项目建设的可行性分析”之“（2）公司具有丰富的基础资源和平台优势为本项目建设提供了良

好的基础”。

（3）较高的品牌知名度和庞大的营销网络为项目建设提供了市场保证

公司长期以来一直注重对品牌的影响力和知名度的提升，经过多年的努力，九牧王品牌已荣获了“中国驰名商标”、“中国名牌产品”、“中国十大最具影响力品牌”等多项荣誉，九牧王品牌已经深受消费者的喜爱。

公司多年来也不断加大对营销网络的开拓力度，截至2010年12月31日，公司已经建立了覆盖全国主要地区的终端店铺2,710家，未来两年内计划利用募集资金投资再新增338家专卖店，庞大的销售网络为项目建设提供了市场保证。

（4）公司具有多年的物流仓储配送经验

详见本节“三、募集资金运用项目的基本情况”之“（一）营销网络建设项目”之“3、项目建设的可行性分析”之“（3）公司具有丰富的基础资源和平台优势为本项目建设提供了良好的基础”。

4、项目投资概算

本项目预计总投资 12,996.30 万元，其中建设投资为 8,390.30 万元，流动资金为 4,606.00 万元。建设期为 24 个月。

建设投资具体情况如下：

序号	投资类别	金额(万元)	所占比例(%)
1	建筑工程费	3,278.30	39.07
2	设备购置费	4,299.40	51.24
3	工程建设其他费用	413.10	4.93
4	基本预备费	399.50	4.76
5	建设投资合计	8,390.30	100.00

5、项目建设方案要点

（1）项目的工艺流程

①项目的生产工艺流程详见本招股说明书之“第六节 业务与技术”之“四、公司的主营业务情况”之“（二）公司主要产品的工艺流程”。

②项目的仓储物流流程

本项目物流仓储中心的建设使得公司通过总部物流仓储中心直接向更多的加盟商配送货品，区域中心仓更集中向各分公司管辖的直营终端配送。

公司物流架构图参照本招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、公司主营业务情况”之“（三）公司主要经营模式”之“6、公司的物流仓储模式” 。

（2）项目技术来源

项目的产品设计主要依托目前公司的研发团队，产品工艺技术是结合相关产品特点和设备特征对现有的工艺技术进行优化和提升。

（3）项目主要设备的选型和配置

①西裤流水线设备

序号	设备名称	品牌/设备型号	台（套）
1	自动吊挂	依腾	8
2	电脑裁剪机	格柏	1
3	电脑铺布机	格柏	3
4	电脑平缝机	兄弟牌 S-7200B-433	466
5	带刀平缝车	海菱牌 FC777-MC	18
6	带轮合柱机	重机牌 MH-382	37
7	订扣机	重机牌 LK-1903	9
8	打枣机	重机牌 LK-1900	14
9	凤眼机	杜克普牌 579-112	9
10	开袋机	兄弟牌 BAS-620	3
11	锁边机	飞马牌 M732-38	22
12	拉筒机	飞马牌 M622-02X250	4
13	拉腰机	青柳牌 DTN-42F	2
14	人字机	兄弟牌 LZ2-B856E-401	4
15	订腰机	於仁牌 160-20	7
16	空气压缩机	LG-3.6/8	1
17	手动吊挂	上海威士机械	2
18	四合扣机	荣兴牌 WH-200	2
19	压机	威士牌 AZT-D26	25
20	粘衬机	欧西码牌 OP-520GS	2
21	真空泵	浙江 TLZ-15*7	2
22	整烫机	佳田牌 YTT-B-3	38
23	珠边机	利德宝牌 GL-2781	14
24	自动切布机	奇力牌 HY9866-II	2
25	辅助设备	-	36

②茄克流水线设备

序号	设备名称	品牌/设备型号	台（套）
1	断布机	奇力牌 HY9866-II	2
2	精修机	凯固牌 BK-900	1
3	粘合机	欧西码牌 OP-520GS	2
4	电脑平缝机	兄弟牌 S-7200B-433	180
5	双针车	兄弟牌 LT2-B845-3	12
6	带刀平缝车	海菱牌 FC777-MC	12

序号	设备名称	品牌/设备型号	台（套）
7	整烫机	佳田牌 YTT-B-3	18
8	四线锁边车	飞马牌 M732-38	24
9	坎车	飞马牌 M732-38	6
10	上袖机	重机牌 DLU-5495N	6
11	埋夹机	兄弟牌 DA-9270-A	6
12	平眼机	重机牌 LK-1903	2
13	订扣机	重机牌 LK-1903	2
14	打枣机	重机牌 LK-1900	1
15	凤眼机	杜克普牌 579-112	1
16	四合扣机	重机牌 LK-1903	3
17	辅助设备	-	20

③质量检测中心设备

序号	仪器名称	品牌/设备型号	台（套）
1	日晒气候色牢度仪(水冷式)	温州方圆仪器 FY3000+	1
2	多功能强力机	高铁检测仪器 AI-7000	1
3	汗渍色牢度仪(2 套)	温州方圆仪器 Y902C 温州方圆仪器 YG631M	2
4	改造恒温恒湿试验室	广州约顿电子科技 JOV13	1
5	试验室组合专用工作台	广东科艺普实验室设备	1
6	紫外线防护性能测试系统	南通宏大实验仪器 HD902C	1
7	织物钩纱试验仪	温州方圆仪器 YG518	1
8	透湿试验仪	温州市大荣纺织仪器 YG(B)216II	1
9	透气试验仪	温州市大荣纺织仪器 YG(B)216X	1
10	织物感应式静电测试仪	温州方圆仪器 YF342	1
11	织物摩擦式静电测试仪	温州方圆仪器 YF403	1
12	织物摩擦带电电负荷测试仪	温州方圆仪器 YG403D	1
13	八篮烘箱	温州方圆仪器 Y802N	1
14	纤维细度综合分析仪	南通宏大实验仪器 HD002C	1
15	干洗试验机	温州方圆仪器 YG-6	1
16	皮革摩擦色牢度仪	温州方圆仪器 XGMC-II	1
17	毛皮摩擦色牢度仪	温州方圆仪器 Y571E	1

序号	仪器名称	品牌/设备型号	台（套）
18	排汗导湿测试仪	温州方圆仪器 FY258B	1

④物流仓储中心设备

序号	设备型号及名称	厂商	数量
1	货架	北京思特博货架设计制造公司	8,500 平方米
2	件箱分拣输送线系统	北京起重运输设计院	3 套
3	自动打包机	南通中意	11 台
4	E16C 电动平衡重叉车	林德	15 辆
5	T16 电动搬运叉车	林德	6 辆
6	托盘	鹏远	5,000 块

（4）主要原材料、辅助材料及燃料等的供应情况

本项目所需的主要原辅材料：西裤面料主要为毛料、毛涤、涤纶等，休闲裤面料主要为纯棉、涤棉等，辅料主要为里料、衬料、拉链、钮扣及包装材料等。中高档的面料及辅料均由公司现有及新增供应商提供，能保证稳定充足供应。

（5）项目的组织方式和实施进度

该项目由公司自行组织实施，拟设立专门的项目团队负责。

该项目建设内容主要包括物流仓储中心建设、设备采购及设备到货后的安装、调试和试生产等过程，建设期1年。实施进度安排如下：

序号	名称	进度（月份）											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	物流仓储中心建设	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
2	检测中心装修	■	■	■									
3	设备购置			■	■	■	■						
4	设备安装					■	■	■	■	■			
5	设备调试并投产									■	■	■	■

（6）项目的效益分析

本公司对供应链系统优化升级项目进行广泛的市场调研，并聘请中国纺织建设规划院对本项目进行了严谨的可行性分析，编制了《九牧王股份有限公司供应链系统优化升级项目可行性研究报告》。

本项目效益测算范围为生产加工环节利润，不包括批发销售环节利润。

①营业收入测算

本项目计算期11年，其中建设期1年，运营期10年。计算期第2年投产，投产第一年达到80%生产能力，投产第二年达到100%生产能力。

产品出厂单价是参照目前公司含税价格为基础确定的，为统一计算口径，转换为不含税价。营业收入=产品出厂单价（不含税价格）×新增年销售量。

经估算，项目达产后运营期正常年均不含税销售收入为15,066.40万元。

②总成本费用估算

总成本费用系指运营期内为生产产品或提供服务所发生的全部费用，主要包括原料及辅料费用、工资及福利费用、燃料及动力费用、折旧费、修理费、管理费用及销售费用等。

经估算，项目达产后经营期年平均成本费用为12,547.80万元。

③项目的财务指标

序号	指标	金额
1	年均销售收入（万元）	15,066.40
2	年均总成本费用（万元）	12,547.80
3	年税后净利润（万元）	1,898.20
4	投资利润率（%）	19.30
5	所得税前投资回收期（含建设期）（年）	5.50
6	所得税后投资回收期（含建设期）（年）	6.40
7	所得税前财务内部收益率（税后）（%）	23.00
8	所得税后财务内部收益率（税后）（%）	17.80

6、项目的选址及土地使用情况

本项目建设地点位于福建省泉州经济技术开发区清蒙园区。其中物流仓储中心及10条标准休闲裤生产线建设用地已经由本公司以国有土地出让方式取得，土地证号为“泉国用（2010）第100053号”，使用权面积为10,706.20平方米，房屋尚未开始建设；其余西裤及茄克生产线用房将租用泉州九牧王拥有的房产证号为“泉房权证开（开）字第200805770号”的厂房。

7、项目环保问题及采取的措施

（1）废水

本项目服装生产及物流仓储没有生产污水产生。食堂洗涤污水经除油装置处理后，生活污水经化粪池处理后排入市政污水管网。

（2）废气

本项目服装生产工艺无废气排出。仓储物流中心采用电动叉车，没有尾气排

放。

（3）废物

本项目固体废物来自缝纫车间裁剪边角废料，可回收利用。

（4）噪声

本项目服装生产车间内无产生较大噪声的设备。空压机及真空泵设置在生产车间外，采取隔振、围护等降噪措施，使厂界噪声达到排放标准。

本项目生产过程中所产生的废水、废料、废气均采取相应的治理措施，其治理后的“三废”均可达到国家规定的排放标准，对当地群众的生活、工作及周围的环境不会产生影响。

本项目环境影响报告已获得泉州市环境保护局《关于<九牧王股份有限公司供应链系统优化升级项目环境影响报告表>的批复意见》（泉环监审[2010]表47号）的批复。

（三）信息系统升级项目

1、项目概况

本项目建设主要涵盖财务管理、设计研发、产品计划、营销管理、物流仓储、数据分析、办公协作等方面软件系统、相关硬件设备及配套工程。本项目预计总投资为 14,597.60 万元，全部为建设投资。

2、项目建设的必要性分析

（1）有利于提升产品开发全过程管理能力

目前，产品开发越来越复杂、技术革新越来越快，对于企业设计研发能力也提出越来越高的要求。建立及时、高效的市场信息数据收集、商品企划、商品数据管理系统，通过一站式分析管理平台支撑，快速整合相关业务信息，进一步提升公司设计研发团队把握潮流脉搏，掌握并准确预测市场走向的能力。国内外知名服装品牌也纷纷通过信息系统升级使得其产品研发能力得到了进一步提升。

公司通过产品生命周期信息管理系统的建设，实现从商品企划、产品研发、商品数据管理、样衣交付的全过程数据化管理与产品信息共享，规范与完善商品基础信息管理体系，提高商品开发过程的协同效益与效率，实现从商品企划到成品下单信息管理的高效集成，驱动供应链快速反应。

（2）有利于提高公司供应链管理水平

国内服装企业越来越重视供应链的管理能力的提升，通过提高供应链管理水平达到节约成本、提高营业收入，增强自身抗击市场风险能力的目的。公司采用业务纵向一体化的模式，更需提升供应链管理能力来保障公司战略的实现。

公司通过供应链信息管理系统的建设，可实现其在销售计划、订单、采购、生产及仓储各环节快速、准确、透明的高效协同，降低供应链运营管理成本，优化库存结构，增强公司供应链快速反应能力。

（3）有利于提高公司物流配送水平

现代物流作为一种先进的组织方式和管理技术，是企业提高其竞争力的有效手段。在服装产品的生产销售过程中，储存、装卸、等待加工和运输耗费公司大量的人力、物力，增加了公司物流成本。此外，纺织服装行业普遍具有流行性和季节性的特点，物流配送需要管理的品类繁多并处于不断变化之中。为了适应服装业的特点和市场竞争的需要，构建与物流配送体系相适应的物流仓储管理系统，形成“小批量、多批次、多品种、快交货”的服装业现代物流管理模式。

公司通过智能仓储快速物流系统建设可使得公司的物流体系做到“库存管理优化、信息反馈高效、市场反应灵敏”，进一步缩短企业对于市场变化的响应时间，提高了公司的物流配送水平。

（4）有利于提高公司销售渠道与终端管理水平

截至 2010 年 12 月 31 日，公司拥有销售终端 2,710 家，分布于全国大部分省市自治区，业务覆盖面较广，面对如此庞大的营销终端网络，公司传统的分销及零售管理系统已经无法满足快速扩张及对数据深层挖掘的需要，公司亟需一套行之有效且具有强大适应性的销售渠道与终端信息管理系统。

公司通过对销售渠道与终端信息管理系统进行升级与推广，将有助于营销管理团队运用系统化、结构化、科学有效的工具建立市场销售信息数据库，提高公司顾客关系及终端运营管理能力，洞察商品销售动态，有效进行商品销售周期管理，并将市场信息及时、完整地汇集到总部数据库，掌握市场整体运营情况，建立快速灵活的市场应对机制，提高消费者满意度及品牌忠诚度，促进销售目标的实现及店铺坪效的提升。

（5）有利于建立科学的决策体系

在企业现代化管理中信息管理系统的价值不仅体现在业务操作与管理层面，而且在企业决策制定中同样发挥重要作用。企业通过建设商务智能信息管理平台将有助于提高企业决策的快速与准确，主要体现在发展规划、品牌经营等战略层面，产品规划、流行趋势预测等战术层面以及生产批次调整、空间陈列设计等操作层面。

公司通过数据仓库与商务智能信息管理平台的建设，利用其强大的信息处理能力深度整合与挖掘各信息系统的价值，并在其平台上建立科学系统的分析模型，以直观、透明的方式获取决策依据与决策过程所需的信息，使公司决策者、管理者更全面、快速、准确地了解其内部运营信息与市场信息，及时进行策略调整与流程优化，保证公司决策的科学性与可行性，有效规避决策风险。

3、项目建设的可行性分析

（1）符合我国服装信息化建设的政策导向

《纺织工业“十一五”发展纲要》中指出：“纺织服装企业应以市场为目标，以创新能力和快速反应能力的提高为着眼点，通过业务流程再造和信息系统建设，以信息化技术改造传统的生产过程、营销过程和管理过程，加快对用户和市场的反应速度，提高企业管理效率。”

2009 年 2 月，国务院常务会议通过的《纺织工业调整和振兴规划（2009～2011 年）》中再次重申，应大力推动企业信息化建设，开发和应用适合各重点行业特点的企业资源计划系统（ERP）、电子商务系统等项建设。特别是在文中的纺织工业技术进步与技术改造投资方向中指出，品牌服装建设应利用互联网络等信息技术建立的生产、销售等快速反应体系，物流配送以及企业信息管理系统。

随着国家“信息化带动工业化，大力推动企业信息化建设”的战略部署逐步落实，各级政府相继出台的对纺织行业信息化建设的导向性政策措施，极大的鼓舞了纺织服装企业信息化建设的热情，同时也为企业营造了利用信息技术手段推动企业技术创新、管理创新的良好环境，并成为我国纺织工业向信息化、智能化方向发展的重要支撑。

（2）我国信息技术发展迅速，配套服务体系逐步完善

信息技术在纺织服装领域已经广泛应用于设计研发、生产制造、渠道与终端

管理、战略决策等企业运营环节，逐步实现从过去单一的数据采集向市场分析与企业管理延伸，从技术层面向战略层面推广。

我国的信息技术产业快速发展的同时，涌现出一大批优秀的技术咨询服务机构。通过引进国际先进信息化设计理念，打造符合市场需求的应用软件集成技术，提供具有较高附加值的产品实施与维护服务，指导并帮助信息化应用企业培养相关技术人才，深入挖掘信息数据资源，开拓技术应用领域，共同打造符合企业需求的信息化系统。信息技术的日渐成熟及配套服务体系的逐步完善为本项目的顺利实施奠定了基础。

（3）公司具有一批优秀的信息化管理与技术人才

公司在长期的信息化系统建设过程中，信息管理部门注重与业务部门的高度协同，理解公司战略，关注业务流程，积累了丰富的信息化项目实施与管理经验，培养了一批既通晓信息技术也熟悉公司业务的骨干人才。

公司的信息专业技术人员不仅具备了从信息化战略的规划到实施部署的管理能力，也具备了信息技术开发应用与系统集成、数据中心与网络管理的专业技能，可为项目的建设提供管理与技术支持，有效控制项目建设成本与风险，保障项目建成后的高效、稳定、安全与可持续运营，同时能够满足未来业务变革带来的信息系统优化升级需求。

（4）公司已部署的信息系统为项目建设提供借鉴经验和有效支持

经过多年的发展，公司已经初步建立了一套协同作业的信息处理机制与应用系统，包括基础软硬件设施、数据与网络机房、远程数据专网、远程视频会议系统、办公协同系统、分销管理系统、终端零售管理系统、财务管理系统等。

公司多年来对信息系统项目的建设经验为本项目的顺利实施提供了项目管理、网络运维、系统管理、规划与选型等方面的借鉴和支持。

4、项目投资概算

本项目预计总投资 14,597.60 万元，全部为建设投资，建设期为 36 个月。建设投资具体情况如下：

单位：万元

序号	投资类别	金额	比例
1	工程费用	13,697.00	93.80%
1.1	机房投资费用	1,600.00	11.00%
1.2	硬件投资费用	4,347.00	29.80%

序号	投资类别	金额	比例
1.3	软件投资费用	7,750.00	53.10%
2	工程建设其他费用	205.50	1.40%
2.1	建设单位管理费	205.50	1.40%
3	基本预备费	695.10	4.80%
-	建设投资合计	14,597.60	100.00%

（1）项目软件投资

单位：万元

序号	软件名称	拟选品牌	授权许可数	软件费与授权许可费用	实施与培训费用	总价
1	PLM(产品生命周期管理)	PTC	100	324	486	810
1.1	商品计划管理		30	96	144	240
1.2	商品研发管理		100	136	204	340
1.3	商品数据管理		100	92	138	230
2	SCM(供应链管理系统)	SAP	500	728	1,092	1,820
2.1	销售计划		100	80	120	200
2.2	订单管理		100	104	156	260
2.3	供应商管理		50	128	192	320
2.4	采购计划		50	108	162	270
2.5	库存管理		100	92	138	230
2.6	物料计划		50	104	156	260
2.7	商品配送		100	112	168	280
3	DRP(分销管理系统)	SAP	300	340	510	850
4	POS(零售管理)	BS	5000	168	252	420
5	BI(商务智能)	IBM	150	300	450	750
6	B2C(电子商务)	IBM	150	660	990	1,650
7	WMS(智能仓储系统)	SAP	150	220	330	550
8	财务管理系统	SAP	50	180	270	450
9	CRM(客户关系管理系统)	SAP	50	180	270	450
-	**合 计**			**3,100**	**4,650**	**7,750**

（2）项目硬件设备投资

单位：万元

序号	硬件设备名称	拟选品牌及型号	数量	单价	合计
1	中心机房服务器设备				
1.1	服务器	IBM Brade Center	2	100	200
1.2	服务器	IBM 750	4	300	1200
1.3	服务器	IBM 3950 M2	4	40	160
1.4	存储设备	DS8000	2	240	480
2	其他硬件设备				
2.1	光纤交换机	博科光纤交换机	16	5	80
2.2	磁带库	IBM	2	45	90

序号	硬件设备名称	拟选品牌及型号	数量	单价	合计
2.3	磁带	IBM	1000	0.1	100
2.4	交换机	Cisco 3700	35	6	210
2.5	交换机	Cisco 4500	18	20	360
2.6	交换机	Cisco 6500	2	40	80
2.7	流量控制设备	Pcakteer	6	17	102
2.8	负载均衡设备	BIG F5	6	20	120
2.9	网络机柜及配件	APC	70	2.5	175
2.10	防火墙	Juniper	2	60	120
2.11	交换机	Cisco 2960	100	0.6	60
2.12	路由器	Cisco 2800	50	1.2	60
2.13	打印机	HP/EPSON	200	0.3	60
2.14	PC 台式机	HP/LENOVO	500	0.5	250
2.15	笔记本电脑	HP/LENOVO	150	0.8	120
3	终端店铺硬件设备				
3.1	移动终端	MOTO	240	1	240
3.2	PC	HP/Lenovo	100	0.4	40
3.3	打印机	HP/EPSON	100	0.2	20
3.4	条码设备	MOTO	200	0.1	20
-	**合 计**				**4,347.00**

（3）中心机房建设投资

单位：万元

序号	项目	设备购置费	安装工程费	合计
1	中心机房装修及基础设施			
1.1	机房装修工程	120	30	150
1.2	机房电气	220	55	275
1.3	机房设备工程	140	35	175
1.4	机房防雷接地系统工程	120	30	150
1.5	机房 FM200 消防工程	40	10	50
1.6	光纤布线	160	40	200
1.7	UTP 布线	160	40	200
1.8	机房安全防御	144	36	180
2	网络接入费用	130	-	130
3	远程监控费用	90	-	90
	合 计			**1,600**

（4）其他费用投资

单位：万元

序号	费用名称	费率或标准	费用
1	建设单位管理费	工程费用 1.5%	205.50
	合 计		**205.50**

5、项目建设方案要点

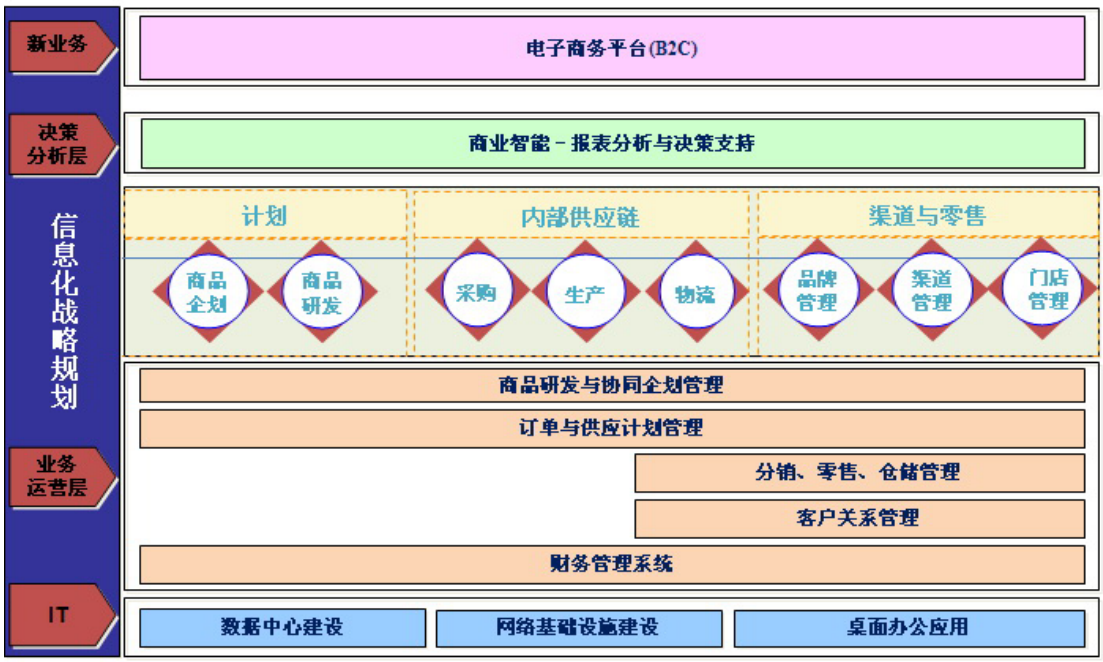
（1）项目建设目标

通过优质、高效的信息化管理系统建设，打造具有行业领先水平、高度集成的信息化管理平台，以降低业务运营成本、提高业务协同效率，支撑业务流程的优化与管理创新，提高公司业务纵向一体化的管理水平，促进公司战略实现。

（2）项目建设内容

本项目建设主要涵盖财务管理、设计研发、商品计划、营销管理、物流仓储、数据分析、办公协作等方面软件系统、相关硬件设备及配套工程。本项目信息系统建设划分为两个主要的功能区：主业务系统和主支持系统，其中主业务系统包括 5 个主要功能模块，主支持系统包括 4 个子功能模块，每个功能模块相对独立，各模块间通过中间件实现高速连接，并具备较好的互联互通性。

本项目覆盖的业务范围如下：



项目建设主要功能：

①主业务系统

本项目信息系统中主业务系统由产品生命周期管理系统、供应链管理系统、分销管理系统、零售管理系统、快速反应仓储系统 5 个主要功能模块组成。

A. 产品生命周期管理系统（PLM）

产品生命周期管理系统涵盖了商品设计研发的全部过程，主要由 4 个子模块组成：商品计划管理、商品研发管理、商品与工艺数据管理以及外协管理，他们主要涉及商品开发的规范、版型跟踪、样衣管理、进度跟踪、产品开发协作、趋势分析、颜色管理和产品目录管理等方面内容，具体功能如下表：

子模块名称	功能说明
商品计划管理	通过历史数据分析、商品品类规划、商品计划协同等形成商品开发计划；
商品研发管理	商品研发过程管理，包括研发任务分派与协同、研发进度管控、样衣管理等；
商品与工艺数据管理	包括面辅料、颜色、版型等基础数据管理、产品设计图、工艺说明等；
外协管理	通过建立外协单位档案、发送及签收外协工作任务等完成外协工作协同。

B. 供应链管理系统（SCM）

供应链管理系统主要由销售计划、订货会系统、供应商管理、销售订单管理、成品采购计划、生产计划、物料计划、面辅料采购计划、商品配送计划这 9 个子模块组成。供应链管理系统，通过销售计划指导订货会订单生成，并完成从销售计划到成品采购计划、生产计划、面辅料采购计划的跟踪与核算，从而指导分销模块中销售与采购订单的执行，具体功能如下表：

子模块名称	功能说明
销售计划	通过历史数据分析，结合商品计划，财务计划数据完成年度销售计划的制定；
订货会系统	订货会订单的获取；
供应商管理	供应商的档案管理、供应商分级管理等以指导采购计划的生成；
销售订单管理	接收订货会订单及季中补货订单，并对订单进行调整与确认形成正式销售订单；
成品采购计划	根据销售需求与库存计算成品需求，结合供应商产能生成成品采购计划及采购订单；
生产计划	根据成品采购计划，安排工厂生产计划；
物料计划	根据生产计划，结合 BOM 表和物料库存计算物料需求，形成物料需求计划；
面辅料采购计划	根据物料需求计划生成面辅料采购计划与采购订单；
商品配送计划	根据产品到货数据，安排成品出库计划，以指导销售订单执行。

C. 分销管理系统（DRP）

分销管理系统是主要针对信息化系统中供应链管理系统的实施与执行提供支持。其子模块主要包括：商品基础档案管理、销售订单执行、采购订单执行、库存管理、价格管理、促销管理等项，具体功能如下表：

子模块名称	功能说明
商品基础档案管理	接收 PLM 系统形成的正式商品及面辅料资料，支持销售订单及采购订单的管理；
销售订单执行	根据商品库存数量及销售订单，生成出货通知单，及销售退货处理；
采购订单执行	接收供应商发货信息，按采购订单生成进货通知单，及采购退货处理；
库存管理	库存调整及调拔处理；
价格管理	商品价格制定及调整；
促销管理	促销方案制定、促销事件管理、促销结果分析等。

D. 零售管理系统（POS）

零售管理系统主要对公司营销渠道中店铺销售管理业务提供支持。其子模块主要包括：门店销售、门店 VIP 管理、门店库存管理、促销执行，主要功能如下表：

子模块名称	功能说明
门店销售	POS 收银；
门店 VIP 管理	VIP 客户建档及管理、VIP 客户折扣处理；
门店库存管理	门店收货与退货处理，门店库存盘点与调整，门店库存调拔处理；
促销执行	接收总部促销方案，调整收银价格。

E. 快速反应仓储系统（WMS）

快速反应仓储系统主要针对公司新一代物流、仓储、配送平台提供支持，其子模块主要包括：收货管理、仓库管理、发货管理、运输管理等。具体功能如下表：

子模块名称	功能说明
收货管理	根据进货通知单进行仓库收货；
仓库管理	移仓操作、库存盘点等；
发货管理	根据出货通知单进行仓库发货；
运输管理	承运商管理、承运商选择、货品运输状态记录。

②主支持系统

主支持系统作为本项目信息化建设中辅助性功能部分，其内部子系统相对独立，为主业务系统分别提供不同方面的支持与服务。主要包括商业智能、电子商务平台、财务管理系统、客户关系管理系统。

A. 商业智能（BI）

商业智能作为企业决策管理的重要手段，通过对基础数据的收集、整理，从各个角度对企业经营管理活动进行分析，并进行业务绩效分析。充分利用企业的业务系统数据，从各主业务系统抽取数据到数据仓库，分别形成各相关主题的立方体，通过商务智能工具进行展现，提炼出有效信息，改善决策、提高利润、提高运营效率和增强透明度。其主要包括 8 个主题项：商品计划主题、生产主题、采购主题、CRM 主题、库存主题、财务绩效主题、销售主题和门店运作主题等。

B. 电子商务平台（B2C）

电子商务平台是支撑公司电子商务业务的运作的重要基础，为电子商务业务开展提供重要的服务工作。其子模块主要包括：商品管理、库存管理、会员管理、促销管理、第三方商城、渠道管理、订单管理、支付与结算管理、物流配送管理等项，主要功能如下表：

子模块名称	功能说明
商品管理	接收 PLM 系统形成的正式商品资料，网站商品上架与下架；
库存管理	收货管理、发货管理、库存调整；
会员管理	电子商务客户档案管理；
促销管理	网上促销方案制定与执行；
第三方商城	第三方商城业务支持；
渠道管理	分销商档案管理、销售策略执行；
订单管理	网上订单生成、修改，形成发货与结算依据；
支付与结算管理	网络客户及第三方商城等支付与结算处理，与银行业务往来管理；
物流配送管理	记录即时物流配送信息，方便客户了解商品状态。

C. 财务管理系统（FM）

财务管理系统为公司财务部门提供财务成本、应收、应付、总账等的核算管理支持，其子模块包括：成本管理、应付模块、应收模块、固定资产管理、预算管理、总账模块，主要功能如下表：

子模块名称	功能说明
成本管理	进行产品各种成本的计算与分析，用标准成本或平均成本法按地点维护成本；
应付模块	应付款管理及付款业务，支持集团内部采购业务以及内部应付款业务的处理，全面满足企业进行供应商及各种外部往来应付款项和付款的处理、核销及相关的查询、统计需要；
应收模块	应收款管理以及收款业务，为企业提供其客户及各种外部往来应收款项的处理、核销及相关查询、统计的功能。支持集团内部销售业务以及内部应收款业务的处理；

子模块名称	功能说明
固定资产管理	卡片管理、折旧处理、盘点业务处理等；
预算管理	支持各基层单位预算的编制和执行控制，做到预算执行的事前控制、事中管理和事后分析；
总账模块	凭证管理、出纳管理、账簿管理和期末处理等账务处理等。

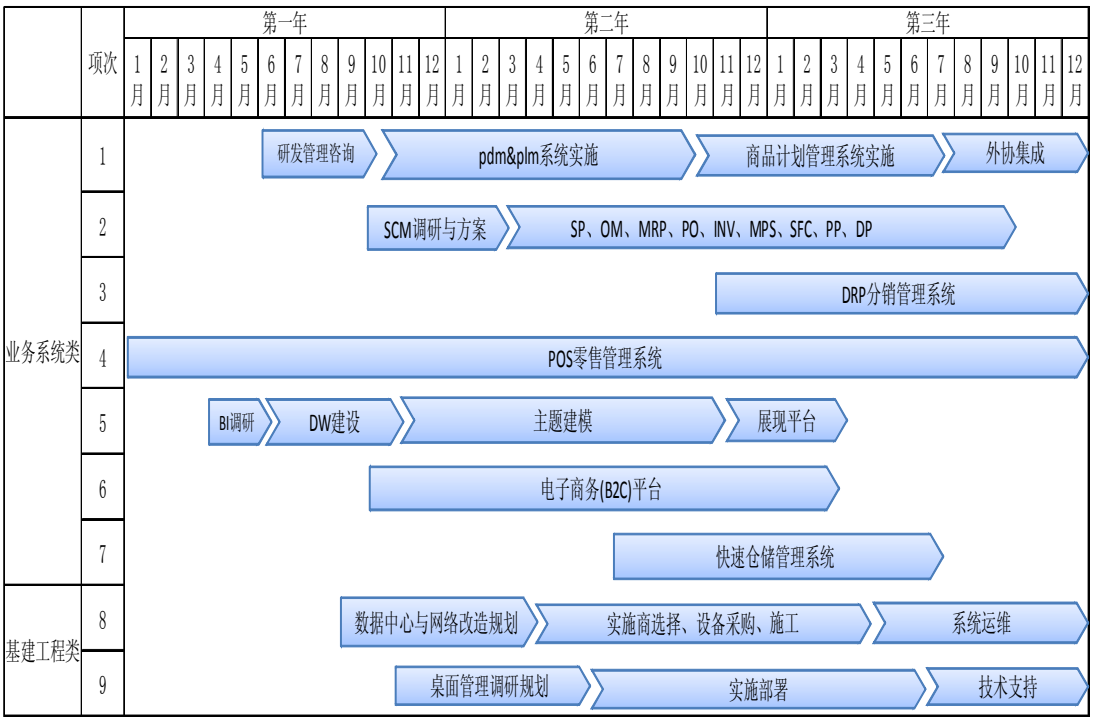
D. 客户关系管理系统（CRM）

客户关系管理系统作为公司主营业务部门对各级分销商与终端客户的信息管理的重要工具，主要支持分销商及终端客户档案管理、销售数据分析等。其子模块主要包括：渠道管理、市场营销、订单管理、销售管理、客户档案管理、服务管理、VIP 管理，主要功能如下表：

子模块名称	功能说明
渠道管理	支持渠道销售分析、终端配置管理；
市场营销	支持市场信息收集与分析、支持营销策略制定；
订单管理	支持分销商订单分析、销售计划分解、订单执行结果跟踪；
销售管理	支持市场销售分析、区域销售销售策略制定、终端陈列方案分发；
客户档案管理	分销商档案管理、门店档案管理；
服务管理	客户投诉与处理结果记录与分析；
VIP 管理	VIP 卡档案管理、VIP 客户消费分析。

（3）项目建设进度

项目建设期 36 个月，实施进度安排如下：



6、项目的选址及土地使用情况

本项目中心数据机房建设地点为福建省厦门市思明区观音山国际商务营运中心 6 号路九牧王营运中心，应用系统部署终端的建设地点在相关业务部门及终端门店。

本项目建设将租用全资子公司厦门九牧王正在建设的“九牧王营运中心”。

7、环保问题及采取的措施

本项目建设内容为信息系统升级，与生产型项目不同，无污染源。

（四）设计研发中心建设项目

1、项目概况

项目预计总投资为 5,147.56 万元，全部为建设投资。

项目设计研发中心办公地点设于福建省厦门市思明区观音山国际商务营运中心 6 号路九牧王营运中心，建筑面积约 2,800 平方米。共设有 3 个部门，分别为商品企划部、产品开发部和技术部。

本项目定位是满足公司升级发展的需要，进一步拓展并完善现有的设计研发体系，壮大设计研发队伍，提升设计研发水平。项目建设内容主要包括：产品企划数据库系统建设、产品设计和面辅料开发流程建设、产品技术集成化建设以及人才引进、培训和储备的组织结构搭建。通过提供先进的 2D 样版制作 CAD 系统、3D 设计软件系统、量身定制系统、3D 试穿系统、样品裁剪系统等，建立最优化的设计研发中心产品开发软硬件体系，将新的设计研发中心建设成为集商品企划、市场信息研究、产品设计研发、面料设计研发等多功能高度融合的设计研发中心。

2、项目建设的必要性分析

（1）提高公司的核心竞争力

当前，世界服装产业的全球价值链可以分为研发设计、加工制造、市场营销三大环节，设计研发和品牌营销占据价值链附加值的高端。占据价值链附加值高端环节的企业通常会在价值分配上处于有利地位，因此设计研发是服装企业形成核心竞争力的关键环节之一。

此外，设计是服装的灵魂，市场需求是服装设计的出发点，在服装设计与市场需求之间寻找契合点是企业盈利的关键。系统科学地建设产品研发体系使得企

业可以更好的寻找上述契合点，更好地维系企业的竞争力。

国内外服装业发展的规律和趋势昭示，服装企业要实现全面升级，就必须强力打造自己的产品研发中心，加大产品设计开发力度，逐步完善对品牌理念和营销文化的塑造，提升品牌的内涵和附加值，形成与其他对手竞争的比较优势。

本公司作为生产销售商务休闲男装的国内服装品牌企业，面对具有雄厚资金实力、先进技术和品牌优势的国际顶级服装品牌的竞争，建设产品设计研发中心显得尤为重要，本公司将设计研发的建设作为自身发展的重要战略环节，也将它作为品牌文化与内涵的核心体现。本项目的建设，将提高九牧王品牌的知名度和美誉度，缩短企业与市场的距离，开辟更为广阔的市场空间，为日趋激烈的服装市场国际化的竞争做好准备。

（2）有利于大幅提升设计研发中心的服务和资源整合能力

设计研发中心作为供应链系统的起始端和营销系统的重要支撑点，其职能为负责收集、整理、利用渠道和市场信息，结合公司定位和品牌风格设计产品并及时交给供应链系统实施，其自身的定位拥有了服务和资源整合职能。公司经过多年的发展，设计研发中心已初具规模，设计研发能力在同行业中处于前列，但与国际知名的服装企业相比，在内外部资源的有机高效整合上还存在一定的不足，设计研发中心的精细化管理和内部创新上还需突破。

本项目的实施能够使整个设计研发中心的运营效率大幅提升，较大程度上提高其内外部资源的整合能力。首先，研发设计中心可以利用完善的信息管理系统将外部信息处理和内部业务流程相结合，积累保存历史设计资料以使得公司历史及未来设计的产品在内在风格和标识上获得一定程度统一，还可摆脱人工处理效率低、重复性劳动多、可继承性差的缺陷。其次，通过完善设计研发中心软硬件体系，可以大幅提升设计师工作效率。第三，项目建设可有效改善样衣制造能力，提高与供应链系统的交互能力，进而提升企业快速响应能力。

（3）有效提升公司品牌影响力，并使公司产品获得较高的附加值

服装市场的品牌消费已日益向高档化、高附加值消费时代发展。公司强化对服装市场的信息研究，加大研发投入，提升品牌的附加值，是公司巩固中高端服装市场地位的重要途径。因此，建设设计研发中心是公司进一步提升品牌文化与内涵，提高公司产品附加值，扩大公司产品市场占有率的重要举措。

目前，公司产品已获得了消费者较强的认知度，产品附加值较同行业公司具有一定的优势，但随着公司产品的种类和款式需求不断增加，如何使公司的产品更符合时代潮流，更贴近消费者以及如何使公司的品牌影响力进一步提升，产品附加值进一步提高，未来的设计研发能力是关键。本项目的实施借鉴了国际知名服装企业的研发设计经验，从研发设备的采购、研发设计人才的储备及研发设计工作的流程等均力求与国际接轨，强大的研发设计能力可使得公司的产品面料、版型、款式及颜色等更符合人体特征，更适合人们审美的需求，可更好的将外观和内质统一于产品中，公司的品牌特色进一步强化，影响力将会进一步提升，产品附加值将会有较大提高。

3、项目建设的可行性分析

（1）响应国家宏观政策的要求，顺应纺织服装业发展趋势和方向

党的十七大报告中将“提高自主创新能力，建设创新型国家”作为国家发展战略的核心和提高综合国力的关键。《纺织工业“十一五”发展纲要》对服装行业指出：加大、加快服装自主品牌建设，吸纳国际化设计人才，提高产品设计能力；加强产品设计和市场推广。《国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》指出：要提升轻纺工业水平，着力打造自主品牌，提高质量，增加品种，满足多样化需求，扩大高端市场份额，提高竞争力；国家鼓励纺织工业增加附加值，提高纺织工业技术含量和自主品牌比重，发展高技术、高性能、差别化、绿色环保的产品，推进纺织工业梯度转移。

本项目力争提高本公司的自主创新能力，加强公司自主品牌建设，提高公司设计、研究开发水平，增强公司竞争力，提升品牌附加值，符合国家政策的要求。

（2）公司近年来的发展经验为项目建设提供核心智力保障

公司经过多年来的发展，已培养了一批技术骨干队伍，其中接受过高等教育培养的专业人员有 28 人，约占设计研发中心总人数的一半。自 2009 年开始公司加快引进了行业内顶尖人才，进一步充实公司的产品设计能力，其中引进的设计总监曾在国内多家知名服装公司从事产品设计工作，有近二十年服装产品设计经验，在服装设计领域获得过多项大奖；公司技术总监，曾在法派、报喜鸟等公司从事产品设计及相关的管理工作。随着不断增加引进的高端设计人才和公司自身培养设计研发人员能力的提升，设计研发中心的人力资源水平的不断提高，为本

项目建设提供了智力保障。

（3）公司强大的营销网络和信息系统为项目建设提供了强大的网络支持和及时的市场信息

公司多年来重视销售渠道建设，加大对销售终端的开拓力度，已经建成了由2,700 多家销售终端构成的营销网络体系，具有强大的分销能力。本次募集资金拟投资的营销网络及信息系统升级项目建成后，将进一步强化公司对营销渠道的控制力，提高公司的信息化管理水平，及时为设计研发中心提供各种流行趋势、市场销售等一线信息。

（4）公司原有设计研发中心为项目建设提供借鉴经验和有效支持

近年来，公司设计研发中心受到高度重视，已经拥有了一定的设计研发基础设施，设计研发团队的能力与素质也在不断提升。目前，公司的设计研发中心承担了对国际流行趋势、前沿软件、流行面料等进行研究和运用的职能，并通过与面料供应商的研发合作并综合销售终端提供的消费者和市场反馈信息，形成了以市场为导向、以消费者需求为出发点的快速反应设计研发能力。公司设计研发部门已经成为供应链和营销渠道之间沟通乃至协调的重要桥梁部门。

公司原有设计研发体系详见本招股说明书之“第六节 业务与技术”之“七、公司的技术与研发情况”。

原有设计研发中心的良好运作为本项目的建设提供了可借鉴的经验，另外，原有设计研发机构的较完善的绩效评估系统和相关的人员管理方法，也同样给本项目的建设提供有效支持。

4、项目投资概算

本项目预计总投资 5,147.56 万元，全部为建设投资，建设期为 12 个月。

建设投资具体情况如下：

序号	投资类别	金额(万元)	占建设投资比例(%)
1	工程费用	4,727.00	91.83
1.1	设备仪器	4,689.48	91.10
1.2	安装工程费	37.52	0.73
2	工程建设其他费用	175.44	3.41
2.1	建设单位管理费	165.44	3.21
2.2	可行性研究费	10.00	0.19
3	基本预备费	245.12	4.76
4	建设投资合计	5,147.56	100.00

5、项目建设方案要点

（1）设计研发中心组织结构

项目建成后，设计研发中心由其总监负责，设计研发中心由 3 个部门组成，分别为商品企划部、产品开发部和技术部。其中，产品开发部下设面辅料开发组，同时将设计部门均分为商务、休闲、裤装和饰品四大类；技术部由工艺部和版房部构成。

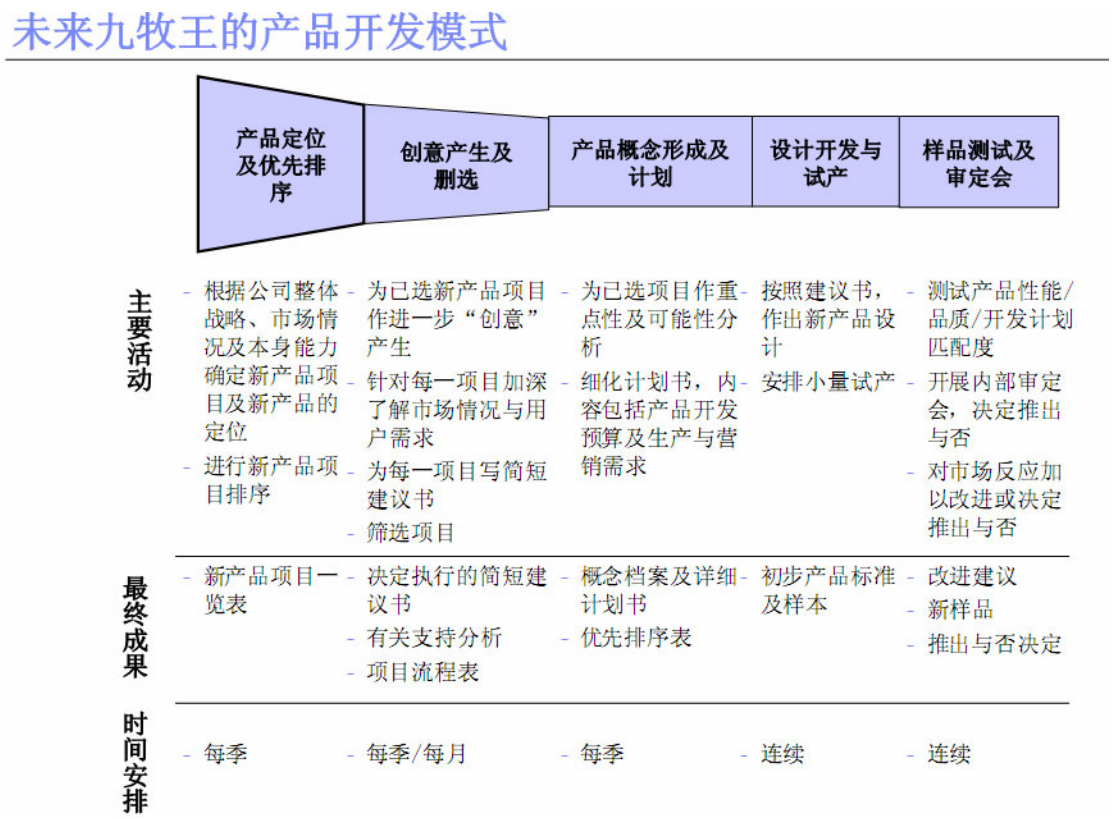
公司未来的设计研发部门的具体职能和人员配置如下：

部门名称	职能	人员配置
商品企划部	商品企划部根据公司战略对前一年产品进行分析调研，包括产品信息收集、整理、信息数据归纳提炼等，并通过对公司产品主题、色系、风格、元素、技法等方面的整体策划，推出每年春夏、秋冬两季的商品企划，包括产品配比、产品波段、产品价格带、产品陈列、市场买点、热销品类等，从而满足品牌形象塑造的需求，为公司持续盈利奠定基础。	9 人
产品开发部	产品开发部下设设计部，其按照商品企划进行信息收集、市场调研、分析研讨、设计主题制定，主题系列开发、开发计划制定、面料采样、款式设计、工艺结构设计、样品确认、样品调整、样品归档、产品陈列、产品手册制作、质量跟踪，产品上市跟踪等设计流程工作，并结合自身原创设计和采样再造设计，使产品线丰富而富有时代感。 产品开发部下设的面辅料开发组，主要关注国内外同行业领先品牌的面辅料供应资源，根据每季产品商品企划方案及计划，结合面辅料战略合作供应商资源状况，对面辅料进行开发整合，形成具有鲜明特色的产品系列；其工作流程为资料信息收集、分析归档建立数据库、配合设计师开发设计面辅料、把控面辅料质量、建立供应链体系。	69 人

部门名称	职能	人员配置
技术部	通过与技术质量中心、计划采购部及制造中心的配合，完成每季产品样衣的制作和改良；关注公司内部设计需求与市场变化趋势，熟悉国内外知名品牌产品的版型与工艺，归纳总结，不断创新，促使样衣的版型流畅、舒适、统一，并建立九牧王品牌产品的版型体系。	51 人
合计	-	129 人

（2）设计研发中心的工作流程图

设计研发流程是指贯穿整个设计研发过程的各个环节的配合过程。一个健全的设计研发流程是产品开发得以顺畅进行的前提，如果设计研发流程矛盾重重，运作环节不流畅，将势必影响到产品开发的顺利进行，影响公司战略实现的进程。设计研发中心的工作流程图如下所示：



（3）项目主要设备的选型和配置

①样衣房设备清单

序号	仪器名称	型号	厂家	数量（台/套）	单价（万元）	总价（万元）
1	电脑平车	brother	S－7200C-333	26	1.22	31.72
2	针送布电脑平缝机	Typical	GC6160D2	12	0.58	6.96
3	电脑双针车单杆双杆	brother	T-8452B-403/G40	2	3.2	6.4
4	六线锁边车	pegasus	M832-355	8	0.7	5.6
5	包缝机拉轮	RACING	PG	2	0.52	1.04
6	电脑带刀平车	typical	GC6170D2	2	1.22	2.44
7	后浪车(双针双链)	highlead	GK0058	2	0.76	1.52
8	西装扣带立线	AMS	EBS MARK II	1	22.5	22.5
9	珠边机	hengtai	GL-781	1	2.9	2.9
10	坎车	pegasus	CW562N-01	1	1.14	1.14
11	电脑人字	brother	Z-8550A-031	1	2.91	2.91
12	高速打枣车	brother	KE-430D	2	2.48	4.96
13	高速电子订扣机	brother	KE-438D	1	3.18	3.18
14	高速电子平眼机	brother	HE-800A	1	3.28	3.28
15	高速电子凤眼机	brother	RH-9820-01	1	9.2	9.2
16	四合扣机(撞钉车)	TAIHE	TH-6150	2	0.16	0.32
17	挑脚机	brother	JO-9330	1	1.88	1.88
18	裤耳	KANSAI	B-2000C	1	0.98	0.98
19	埋夹	brother	DA9270	1	2.2	2.2
20	粘朴机	HASHIMA	HP-600CA	1	5.3	5.3
21	单头电脑绣花机	brother	PR-620	1	5.8	5.8
22	电脑花样机	brother	BAS-311G	1	6.8	6.8
23	烫台(带锅炉)	立本	TCM-801A	10	0.68	6.8
24	自动上袖机	DA	550-16-26	1	11.979	11.979
25	领底预融	DA	550-12-12	1	15.234	15.234
26	袖笼衬里工序柱式机	DA	697-15155	1	12.2	12.2
27	自动缝袋盖机	DA	739-23-1/E1/5	1	26.86	26.86
28	预缝工作站	DA	739-23-1/E1/5	1	26.86	26.86
29	电脑程控自动合缝机	DA	1283-5/2	1	24.332	24.332
30	电子程控自动开袋机	DA	745-34-3 A"TJ"	1	23.732	23.732
31	电子程控自动开袋机	DA	745-34-3D	1	42.44	42.44
32	电脑自动袋贴缝制工作站	DA	2111-5	1	29.323	29.323
	合计			90		348.79

②产品开发部设备清单

序号	仪器名称	型号	厂家	数量（台/套）	单价（万元）	总价（万元）
1	样板制作系统	Lectra	ModarisV6R1	10	4.6	53.8

序号	仪器名称	型号	厂家	数量（台/套）	单价（万元）	总价（万元）
2	印花设计软件	Lectra	Kaledo print	65	9.2	699.7
3	色织布设计软件	Lectra	kaledo weave	65	7.7	585.6
4	针织面料设计软件	Lectra	kaledo knit	65	10.9	828.9
5	产品设计软件	Lectra	kaledo collection	65	8.4	638.8
6	三维非接触式人体测量系统	Human Solution	Vitus Smart	1	75	93.8
7	量身定制软件系统	Lectra	FITNET	1	14.3	16.7
8	3D 虚拟试衣系统	Lectra	Modaris 3D FIT	78	10.9	994.7
9	智能排料系统	Lectra	Diamino markporV5R3	15	10.4	182.5
10	样品裁剪系统	Lectra	Contour 1200MCV	1	50.7	63.4
11	样板读图设备	Lectra	A0	1	1.1	1.4
12	排料图打印设备	Lectra	Alys30	1	8.7	10.9
13	标准人台	国内定制	按定制要求	3	3	9.0
	合计			371		4,179.2

③办公设备

序号	仪器名称	拟选品牌	数量（台/套）	单价（万元）	总价（万元）
1	计算机	Apple	40	1	40
2	笔记本	Apple	40	1.5	60
3	扫描仪	惠普	5	10	50
4	打印复印一体机	惠普	5	2	10
5	摄影器材	佳能	3	0.5	1.5
	合计		93	-	161.5

（4）项目建设进度

项目建设期 12 个月，实施进度安排如下：

序号	名称 \ 月份	一年内建成											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	工程设计	■	■										
2	房屋装修工程			■	■	■							
3	设备采购考察、谈判		■	■	■								
4	设备运输					■							
5	设备安装						■						
6	设备调试							■	■	■			
7	试运转										■	■	■

（5）项目的效益分析

本项目的实施将提高公司设计研发水平，为公司的长期可持续发展提供新的契机。一方面，项目的实施可以提高公司产品品牌附加值；另一方面还可以保证公司的产品在设计研发上的领先性和难以模仿性。

本项目体现的经济和社会效益是间接通过支持公司的产品和市场而形成的。项目提高了公司的原创设计能力、材料与工艺的创新能力、品牌文化建设能力，依靠品牌文化与设计研发，以及先进的技术与材料，为服装产品注入文化与科技的内涵，提高产品附加值，将九牧王品牌塑造为中国中高端商务休闲男装品牌。项目对公司设计研发能力的提升以及自主品牌的建设都将起到强有力的支撑作用，进而对公司的长期盈利能力和可持续发展做出重要贡献。

设计研发中心建成后，每年仍然需要一定的运营费用作为本项目的持续性投入，这些投入具有提高品牌附加值和为公司创造更大经济效益的潜在功能，一旦某项研究成果得到市场认可并投入批量生产，将给公司带来较大的经济效益。公司的设计研发中心按成果转让方式转让也是一种经济效益的实现方式，专利的直接转让、经过认证的检测项目也可向社会开放，作为第三方公证机构对外收费等，这些在今后的运营完善中将逐步体现，但是具有不确定性，因此不作为项目的考核指标，仅在此说明其潜在效益。

设计研发中心的建设还将有助于公司品牌战略和技术战略的实现，增强公司的综合竞争实力，使公司能较好地适应激烈的国内外竞争环境。设计研发中心以市场为导向，创新产品为龙头，效益为中心，进行新产品、新材料、新工艺的开发，促进公司资产存量的合理配置，不断增加公司发展后劲和市场应变能力。

6、项目的选址及土地使用情况

本项目建设地点位于福建省厦门市思明区观音山国际商务营运中心6号路九牧王营运中心。

本项目建设将租用全资子公司厦门九牧王正在建设的“九牧王营运中心”。

7、环保问题及采取的措施

本项目建设内容主要为设计研发中心的建设，与生产型项目不同，无污染。

三、募集资金运用对公司经营和财务状况的影响

本次发行募集资金投入使用后，对本公司的经营和财务状况将产生较大影响，主要表现在：

（一）对公司经营状况的影响

本次发行后，通过营销网络建设项目的实施，公司的销售网络规模将会进一步扩大，销售网络结构将得到进一步优化，并进一步完善了公司的销售模式，增强了公司对营销网络的控制力度；供应链优化升级项目将使得公司扩大核心产品的产能以满足日益增加的销售需求，同时更为有效地控制生产的周期和质量，提高公司供应链效率，并改进物流仓储流程，提高公司物流仓储效率；信息系统升级项目可增强公司对一级市场的信息收集能力，提高公司运营效率及科学决策力，加快公司的快速反应能力；设计研发中心的设立将完善对品牌理念的建设和新产品的开发创新，进一步提升公司的技术水平和技术优势，提升品牌的文化内涵和产品的附加值，从而加强公司的市场竞争力，对日益增长的业务起到有效支持和推进作用。因此，本次募集资金投资项目将明显提高公司的核心竞争能力，从而有利于公司参与激烈竞争的市场，为实现公司主营业务收入和净利润的持续增长打下坚实的基础，为公司的可持续发展和战略目标的实现提供可靠的保证。

（二）对公司财务的影响

截至2010年12月31日，公司归属母公司的所有者权益为90,870.37万元，每股净资产为2.01元，本次发行后，公司资本实力将得到增强，公司的净资产和每股净资产将大幅度提升。同时，公司资产负债率将会有较大幅度下降，资金实力和偿债能力将得到有效提升。由于募集资金投资项目在短期内难以完全产生效益，因此，本公司在发行当年净资产收益率将有所下降，但公司的整体盈利长期来看将有进一步提升。

第十四节 股利分配政策

一、股利分配政策

根据《公司法》及《公司章程》的规定，公司股利分配政策的一般规定如下：

1、公司分配当年税后利润时，应当提取税后利润的 10%列入公司法定盈余公积金。公司法定盈余公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。公司的法定盈余公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前述规定提取法定盈余公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。公司从税后利润中提取法定盈余公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意盈余公积金。公司弥补亏损和提取法定盈余公积金、任意盈余公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配。股东大会违反前述规定，在公司弥补亏损和提取法定盈余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得参与分配利润。

2、公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司注册资本。但是，资本公积金不得用于弥补公司的亏损。法定盈余公积金转为注册资本时，所留存的该项公积金应不少于转增前公司注册资本的 25%。

3、公司利润分配政策为：根据公司盈利情况和其他实际情况，采取现金或者股份方式支付股东股利。

4、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 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

二、报告期内的股利分配情况

2009 年 11 月 15 日，经九牧王有限的董事会表决通过，对截至 2008 年 12 月 31 日的未分配利润中的 9,800 万元采用现金分红的形式进行分配，向股东按持股比例分配利润 9,800 万元。除此之外，报告期公司未发生其他的利润分配。

三、发行后的股利分配政策

公司于 2010 年 5 月 26 日召开 2010 年第二次临时股东大会，审议通过了《关于审议<九牧王股份有限公司章程（草案）>的议案》。《九牧王股份有限公司章程（草案）》中规定，公司可以采用现金或者股票方式分配股利，公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围。公司利润分配政策为：根据公司盈利情况和其

他实际情况，采用现金或股份方式支付股东股利。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百分之三十。

四、本次发行完成前滚存利润的分配情况

根据公司 2010 年第二次临时股东大会决议，本次发行日前滚存的可供股东分配的未分配利润由发行前后的新老股东共享。截至 2010 年 12 月 31 日，经天健正信审计，公司滚存的可供股东分配的未分配利润为 327,425,326.94 元。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露与投资者服务

本公司负责信息披露和投资者关系的部门为证券事务办公室，联系方式如下：

联系人：吴徽荣（董事会秘书）

地址：福建省厦门市思明区龙昌路 12 号

邮政编码：361009

电话：0592-2955789

传真号码：0592-2955997

电子邮箱：ir@joeone.net

二、重大合同

本节重大合同指公司目前正在履行的交易金额超过 500 万元的合同，或者交易金额虽未超过 500 万元，但对公司生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同。

除本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”所述的部分关联交易合同外，本公司正在履行或将要履行的重大合同包括：

（一）原材料采购合同

公司采购原材料，通常是先与主要供应商签署年度框架性原材料采购合同，在进行具体采购交易时再向供应商发出含有详细内容的采购单，并根据实际交易量进行结算。

截至本招股说明书签署日，公司正在履行或将要履行的重大原材料采购合同如下：

序号	订单编号	供应商	原材料名称	金额（元）	交货期
1	J212011140-C01	江苏倪家巷集团精毛纺织有限公司	毛面料	7,201,930.00	2011 年 5 月 20 日前完成

（二）委托加工合同

截至本招股说明书签署日，本公司正在履行或将要履行的重大委托加工合同如下：

序号	订单编号	代工厂家	委托加工产品	金额（元）	有效期截止日
1	JGYCC10-008-B03	广州帝棉针织制衣有限公司	长袖棉 T、长袖衬衫（针织）、短袖棉 T、短袖衬衫（针织）	7,241,250.00	2011-05-31
2	JGYCC10-009-B02	温州鳄鱼服饰有限公司	短袖棉 T、单茄克	5,448,940.00	2011-05-31
3	JGYCC10-017-B03	上海杰澳服饰有限公司	长袖衬衫(针织)、短袖丝 T、短袖衬衫	8,649,450.00	2011-06-30
4	JGYCC10-028-B07	广州市威尚制衣有限公司	牛仔裤、休闲裤	6,627,100.00	2011-05-30
5	JGYCC10-029-B06	中山市金莱制衣有限公司	牛仔裤、休闲裤、短裤、	8,035,200.00	2011-05-30
6	JGYCC10-030-B05	海盟（厦门）服饰股份有限公司	牛仔裤	11,098,900.00	2011-05-30
7	JGYCC10-067-B06	温州市豹子头制衣有限公司	正统长衫、正统短衬	5,685,550.00	2011-05-30
8	J212011057-B01	浙江南派服饰有限公司	大衣、便装	5,163,000.00	2011-11-25

（三）广告合同

截至本招股说明书签署日，本公司正在履行或将要履行的重大广告合同如下：

代理方	投放媒介	金额（万元）	起止日期	签约日期
北京新传神奇广告有限公司	中央电视台体育频道《体育世界》	1,550.00	2011 年 1 月 1 日至 2011 年 12 月 31 日	2010-12-21
北京沃美广告有限公司	CCTV-财经/新闻频道《商务精英套装》	1,500.00	2011 年 3 月 1 日至 2011 年 5 月 31 日，2011 年 9 月 1 日至 2011 年 11 月 30 日	2010-12-29

（四）授信合同

截至本招股说明书签署日，本公司正在履行或将要履行的授信合同如下：

1、2010 年 11 月 17 日，公司与中国民生银行股份有限公司泉州分行签订编号为“2010 年（泉综授）字（380）号”《综合授信合同》，约定由中国民生银行泉州清濛支行向公司提供 30,000 万元的授信额度，额度使用期限自 2010 年 11 月 17 日起至 2011 年 11 月 17 日。泉州九牧王与中国民生银行股份有限公司泉州分行签订编号为“（2010）年（泉高保）字（380）号”《最高额保证合同》为公司额度内借款提供连带责任保证。

2、2010 年 12 月 8 日，公司与中信银行股份有限公司泉州分行签订编号为“（2010）泉津银信字第 0031 号”《综合授信合同》，约定由中信银行股份有限公司泉州分行向公司提供 20,000 万元的授信额度，额度使用期限自 2010 年 12 月 8 日起至 2011 年 12 月 8 日止。

（五）承兑协议

截至本招股说明书签署日，本公司正在履行或将要履行的重大承兑协议如下：

单位：万元

承兑银行	合同编号	承兑汇票张数	承兑金额
中国民生银行股份有限公司泉州分行	（2010）年（泉承兑）字（380）号	356	7,470.71
兴业银行股份有限公司晋江支行	1345810037-100823-3	24	515.00
	1345810037-100901-2	40	1,061.90
	1345810037-101028-a	54	880.00
	1345810037-101028-b	86	1,198.00
	1345810037-101105-1	43	720.00
	1345810037-101126-1	59	760.00
	1345810037-101126-2	42	925.00
中信银行股份有限公司泉州分行	（2011）信银泉津承字第 001227	52	700.00
	（2011）信银泉津承字第 001349	88	1,405.00
	（2011）信银泉津承字第 001350	52	755.00

（六）商业汇票贴现

2010 年 11 月 25 日，发行人与中国民生银行股份有限公司泉州分行签署（2010）年（泉贴总）字（098）号《商业汇票贴现协议》，可在 2010 年 11 月

25 日至 2011 年 11 月 25 日期间向银行申请汇票贴现。截至 2010 年 12 月 31 日，发行人贴现票面金额共计为 3,680 万元。

（七）商标转让合同

欧瑞宝公司于 2010 年 8 月 6 日与 Vigano’ S.r.l.公司签署《商标购买和转让协议》，以 449,775.00 欧元的价格购买 Vigano’ S.r.l.公司在中国大陆、香港和台湾分别登记注册的“VIGANO’”商标各 1 项及在澳门的“VIGANO’”商标申请权。该协议还约定，欧瑞宝公司在付清价款但上述商标的注册变更手续完成前，有权以自己的名义使用该商标。截至本招股说明书签署日，欧瑞宝公司已经付清全部价款，中国大陆的“VIGANO’”国际注册商标转让手续已在世界知识产权组织国际局办理完毕，香港地区的“VIGANO’”商标已完成转让手续，其余 2 项商标的变更登记手续正在办理过程中。

三、对外担保合同

截至本招股说明书签署日，本公司不存在任何对外担保。

四、重大诉讼与仲裁

截至本招股说明书签署日，本公司与盛世长城存在未决诉讼，具体情况详见本招股说明书之“第十节 财务会计信息”之“十一、期后事项、或有负债及其他重要事项”之“（二）或有事项”。

除此之外，本公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

截至本招股说明书签署日，本公司控股股东、实际控制人、控股子公司、本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员作为一方当事人均未涉及任何重大诉讼或仲裁事项。

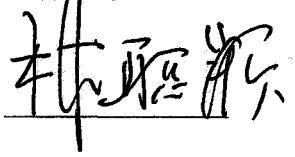
截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员均未涉及刑事诉讼事项。

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

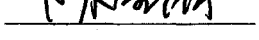
一、全体董事、监事、高级管理人员声明

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。

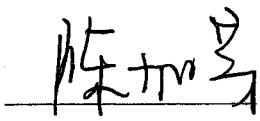
全体董事签名：



林聪颖



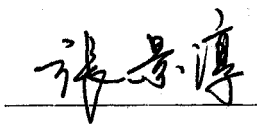
陈金盾



陈加芽

陈加贫

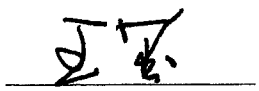
林沧捷



张景淳

薛祖云

童锦治



王 茁

全体监事签名：

李志坚　　张晓薇　　陈爱华

全体高级管理人员签名：

陈加芽　　陈加贫　　林玉熊

林沧捷　　柯敏坚　　张景淳

曾勇　　徐芳　　林荣宗

吴徽荣

九牧王股份有限公司

2011年3月4日

二、保荐人（主承销商）声明

本保荐人已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

法定代表人：

王东明

保荐代表人：

文富胜　　牛振松

项目协办人：

葛其明

[illegible]信证券股份有限公司

年　月　日

三、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，确认招股说明书及其摘要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在招股说明书及其摘要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、误导性陈述及重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

北京市君泽君律师事务所（公章）

负责人：

陶 修 明

经办律师：

李 敏　　李 荣 法　　车 千 里

2011 年 3 月 4 日

四、会计师及审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读发行人九牧王股份有限公司的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报告不存在矛盾。本所及签字注册会计师对发行人九牧王股份有限公司在招股说明书及其摘要中引用的财务报告的内容无异议，确认招股说明书不致因所引用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。

会计师事务所负责人：

梁青民

签字注册会计师：

熊建益　　闫钢军

天健正信会计师事务所有限公司

2011年 3月 4日

五、验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读发行人九牧王股份有限公司的招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人九牧王股份有限公司在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，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。

验资机构负责人：

梁青民

签字注册会计师：

熊建益　　闫钢军

天健正信会计师事务所有限公司

2011 年 3 月 4 日

五、验资机构声明（续）

本机构及签字注册会计师已阅读发行人九牧王股份有限公司的招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人九牧王股份有限公司在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，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。

验资机构负责人：

周洁

签字注册会计师：

周洁　　郭绪琴

天健光华（北京）会计师事务所有限公司厦门分公司

2019年1月3日

六、资产评估机构声明

本机构及经办资产评估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机构出具的资产评估报告（闽中兴评字（2010）第 1006 号）的内容无矛盾之处。本机构及经办资产评估师对招股说明书及其摘要中引用的本机构出具的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书及其摘要不致因完整准确地引用上述由本机构出具的报告而导致在相应部分出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对本机构出具的上述报告的真实性、准确性和完整性依据有关法律法规的规定承担相应的法律责任。

评估机构负责人：

林 畅

签字资产评估师：

陈 健　　林 栩

福建中兴资产评估房地产土地估价有限责任公司

2011 年 3 月 4 日

第十七节 备查文件

一、备查文件

在本次发行承销期内，下列文件均可在发行人和保荐人（主承销商）办公场所查阅。

（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）经注册会计师核验的非经常性损益明细表

（五）内部控制鉴证报告

（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、备查文件的查阅

（一）备查文件的查阅期间

除法定节假日以外的每日上午 9:30-11:30，下午 1:30-4:30

（二）备查文件的查阅地点

1、发行人：九牧王股份有限公司

法定代表人：林聪颖

地址：福建省厦门市思明区龙昌路 12 号

联系人：吴徽荣（董事会秘书）

电话：0592-2955789

传真：0592-2955997

发行人网址： www.jiumuwang.com

发行人电子邮箱：ir@joeone.net

2、保荐人（主承销商）：中信证券股份有限公司

法定代表人：王东明

联系地址：北京朝阳区新源里 16 号琨莎中心 23 层

联系人：庄玲峰、文富胜、牛振松、梁勇、赵凯

电话：010-84683231

传真：010-84683229