



淑女屋

深圳市淑女屋时装股份有限公司
(SHENZHEN FAIRYFAIR FASHION CO., LTD.)

深圳市南山区侨城北路高发东方科技园华展大厦

首次公开发行股票招股说明书

(申报稿)

保荐机构（主承销商）



华泰联合证券有限责任公司
HUATAI UNITED SECURITIES CO., LTD

(深圳市福田区深南大道4011号香港中旅大厦)

深圳市淑女屋时装股份有限公司

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监会核准。本招股说明书（申报稿）不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为作出投资决定的依据。

发行股票类型：	人民币普通股 A 股
每股面值：	人民币 1.00 元
发行股数：	4,240 万股
发行价格：	每股【】元
预计发行日期：	【】年【】月【】日
发行后总股本：	16,959.50 万股
申请上市证券交易所：	深圳证券交易所
发行人本次发行前股东持有股份限制流通及自愿锁定承诺如下： 1、发行人控股股东和实际控制人许和、匡子和主要股东匡炜、匡文承诺：自本公司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直接或间接持有的本公司股份，也不由本公司回购其持有的股份。 2、上海天祥商务咨询有限公司承诺：自本公司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直接或间接持有的本公司股份，也不由本公司回购其持有的股份。 3、发行人其他股东承诺：自本公司股票上市之日起一年内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的本公司股份，也不由本公司回购其持有的股份。 4、许和、匡子、匡炜、匡文、王少莹、张慧、覃培秋、杨奕、桑田、张志军、周岚作为公司董事、监事和高级管理人员的股东还承诺：除前述锁定期外，在其任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的 25%；离职后半年内，不转让其所持有的本公司股份；在申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售本公司股份数量占其所持有本公司股份总数的比例不得超过 50%。 承诺期限届满后，上述股份可以上市流通和转让。	
保荐机构（主承销商）：	华泰联合证券有限责任公司
招股说明书签署日期：	2011 年【】月【】日

发行人声明

发行人及全体董事、监事和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。

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、其他政府部门对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对本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

一、本次发行前公司总股本12,719.50万股，本次拟发行4,240万股流通股，发行后总股本16,959.50万股。

二、发行人本次发行前股东持有股份限制流通及自愿锁定承诺如下：

（一）发行人控股股东和实际控制人许和、匡子和主要股东匡炜、匡文承诺：自本公司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直接或间接持有的本公司股份，也不由本公司回购其持有的股份。

（二）上海天祥商务咨询有限公司承诺：自本公司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直接或间接持有的本公司股份，也不由本公司回购其持有的股份。

（三）发行人其他股东承诺：自本公司股票上市之日起一年内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的本公司股份，也不由本公司回购其持有的股份。

（四）许和、匡子、匡炜、匡文、王少莹、张慧、覃培秋、杨奕、桑田、张志军、周岚作为公司董事、监事和高级管理人员的股东还承诺：除前述锁定期外，在其任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的25%；离职后半年内，不转让其所持有的本公司股份；在申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售本公司股份数量占其所持有本公司股份总数的比例不得超过50%。

承诺期限届满后，上述股份可以上市流通和转让。

三、根据公司第二届董事会第二次会议和2011年第三次临时股东大会决议，公司拟向中国证券监督管理委员会申请公开发行人民币普通股（A股），本次公开发行完成后，由公司全体新老股东按照本次发行后的持股比例共同享有本次发行完成前的滚存未分配利润。

四、本公司请投资者仔细阅读“风险因素”章节全文，并特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险：

(一) 在百货商场销售风险

公司直营店大部分采用商场专柜形式,截至报告期期末,公司拥有 830 家门店,其中直营店 671 家,直营店中商场专柜为 600 家,占公司门店总数的比例为 72.29%;2010 年商场专柜的销售收入占公司主营收入的比例达 78.82%。公司与百货商场签订联销合同对商场专柜位置、面积、商场提成等合同条款作出约定,在商场中开设商场专柜经营。尽管公司已在全国多家知名百货商场开设了品牌店柜,与商场保持着良好的合作关系,但如果联销合同到期,公司与百货商场不能续约或在续约中不能对店柜位置、面积、商场提成等约定有利条款,则可能对公司的产品销售产生不利影响。

(二) 市场流行趋势变化风险

服装家纺产品在不同时季有相应的时尚流行趋势,尤其是女装具有设计时效性强、周期短、变化快等特点,消费者的时尚品味偏好变化较快,能否持续开发出适应市场流行趋势变化的产品成为竞争重点。如果公司不能及时准确地把握服装和家纺市场的流行趋势,产品设计跟不上市场流行趋势的变化,消费者对公司品牌的认同感降低,则可能会影响到公司产品的市场销售。

(三) 研发设计人才流失风险

公司拥有一支优秀的研发设计队伍,通过设计创新让产品有力彰显了品牌内涵,并顺应了市场潮流发展趋势。截至报告期期末,公司研发设计中心有 92 名设计人员,其中核心设计师 5 名。如果公司优秀设计人才有较大比例的流失且得不到有效补充,则将对公司产品设计造成不利影响。

(四) 实际控制人控制风险

本次发行前,发行人实际控制人许和、匡子夫妇持有发行人 59.73%的股份,本次发行完成后,实际控制人持股比例降至 44.80%。如果实际控制人通过行使表决权或其他方式对公司经营和财务决策、重大人事任免或利润分配等方面实施不利影响,则会给公司及中小股东带来一定风险。

目 录

目 录.....	5
第一节 释 义.....	8
第二节 概 览.....	12
一、发行人简介.....	12
二、发行人的主要财务数据和主要财务指标.....	13
三、本次发行情况.....	15
四、募集资金用途.....	16
第三节 本次发行概况.....	17
一、本次发行的基本情况.....	17
二、本次发行有关当事人.....	18
三、本次发行至上市期间重要日期.....	20
第四节 风险因素.....	21
一、市场风险.....	21
二、经营风险.....	22
三、实际控制人控制风险.....	24
四、存货管理风险.....	24
五、募集资金投资项目风险.....	25
第五节 发行人基本情况.....	27
一、发行人基本情况.....	27
二、发行人的改制重组情况.....	28
三、发行人独立运营情况.....	31
四、发行人设立以来股权变化.....	32
五、发行人的资产重组情况.....	45
六、发行人历次验资情况.....	50
七、发行人的组织结构.....	52
八、发行人子公司情况.....	59
九、发起人、主要股东及实际控制人的基本情况.....	66
十、发行人股本情况.....	70
十一、发行人工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股情况.....	72
十二、发行人员工及其劳动社会保障情况.....	72
第六节 业务与技术.....	78
一、发行人主营业务及变化情况.....	78
二、发行人所处行业的基本情况.....	79
三、发行人的行业竞争地位.....	90
四、发行人主营业务情况.....	100
五、发行人的主要固定资产及无形资产.....	152

六、技术水平和研发情况.....	169
七、质量控制情况.....	173
八、安全生产和环境保护.....	175
九、境外经营情况.....	175
第七节 同业竞争与关联交易.....	176
一、同业竞争情况.....	176
二、关联交易情况.....	177
第八节 董事、监事、高级管理人员与核心设计人员.....	185
一、董事、监事、高级管理人员与核心设计人员简介.....	185
二、董事、监事、高级管理人员、核心设计人员及其近亲属持股情况....	191
三、董事、监事、高级管理人员及核心设计人员薪酬情况.....	192
四、董事、监事、高级管理人员与公司协议和主要承诺情况.....	192
五、董事、监事、高级管理人员任职资格.....	194
六、董事、监事、高级管理人员报告期内变动情况.....	194
第九节 公司治理结构.....	196
一、发行人公司治理结构的建立健全情况.....	196
二、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的运作及履行职责情况.....	196
三、发行人近三年违法违规情况.....	202
四、发行人近三年资金占用及对外担保情况.....	203
五、公司内部控制制度情况.....	203
第十节 财务会计信息.....	204
一、财务报表编制的基准及注册会计师意见.....	204
二、合并范围及变化情况.....	206
三、财务报表.....	207
四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计.....	213
五、适用税率及享受的主要财政税收优惠政策.....	224
六、最近一年收购兼并情况.....	225
七、非经常性损益.....	225
八、固定资产.....	227
九、无形资产.....	228
十、负债情况.....	228
十一、所有者权益情况.....	230
十二、现金流量情况.....	232
十三、或有事项、资产负债日后事项及其他重要事项.....	233
十四、重要财务指标.....	233
十五、历次资产评估情况.....	236
十六、发行人历次验资情况.....	236
第十一节 管理层讨论与分析.....	237
一、财务状况分析.....	237

二、盈利能力分析.....	253
三、现金流状况分析.....	279
四、资本性支出分析.....	282
五、公司主要财务优势和困难.....	284
第十二节 业务发展目标.....	285
一、发行人的发展目标.....	285
二、发行人的发展计划.....	285
三、拟定上述计划所依据的假设条件.....	288
四、实施上述计划将面临的主要困难及对策.....	288
五、发行人的发展计划与现有业务关系.....	289
第十三节 募集资金运用.....	290
一、本次募集资金总量.....	290
二、本次募集资金投向概况.....	290
三、本次募集资金投资项目基本情况.....	290
四、募集资金投资项目对发行人经营和财务的影响.....	319
第十四节 股利分配政策.....	321
一、股利分配的一般政策.....	321
二、报告期内公司实际股利分配情况.....	321
三、本次发行后的股利分配政策.....	322
四、发行前滚存利润的安排.....	322
第十五节 其他重要事项.....	323
一、信息披露和投资者关系.....	323
二、重大合同.....	323
三、重大诉讼或仲裁事项.....	328
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明.....	329
发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....	330
保荐人（主承销商）声明.....	331
发行人律师声明.....	332
会计师事务所声明.....	333
资产评估机构声明.....	334
验资机构声明.....	335
第十七节 备查文件.....	336
一、备查文件内容.....	336
二、查阅时间和地点.....	336

第一节 释 义

在本招股说明书中，除非文义另有所指，以下简称和术语具有如下涵义：

一、各方主体		
发行人、公司、本公司、股份公司、淑女屋、淑女屋时装	指	深圳市淑女屋时装股份有限公司
匡子实业、有限公司	指	深圳市匡子实业发展有限公司，发行人前身
匡子时装、有限公司	指	深圳（市）匡子时装设计有限公司，发行人前身，后更名为深圳市匡子实业发展有限公司
本图投资	指	深圳市本图投资发展有限公司，发行人全资子公司
淑女屋服饰	指	深圳市淑女屋服饰有限公司，发行人全资子公司，已被发行人吸收合并
成都本土贸易	指	成都本土贸易有限公司，发行人全资子公司
重庆本土贸易	指	重庆本土贸易有限公司，发行人全资子公司
上海年年有余	指	上海年年有余服饰有限公司，发行人全资子公司
北京紫蜻蜓	指	北京紫蜻蜓服饰有限公司，发行人全资子公司
武汉新日	指	武汉新日淑女屋服饰有限公司，本图投资全资子公司
武汉新辰	指	武汉市新辰淑女屋服饰有限公司，发行人全资子公司
广州淑女屋	指	广州市淑女屋服饰有限公司，发行人全资子公司
青岛淑女屋	指	青岛市淑女屋服饰有限公司，发行人全资子公司
自然元素	指	深圳市自然元素实业有限公司，本图投资控股子公司，已注销
风情时尚	指	深圳市风情时尚服饰有限公司，本图投资控股子公司，已注销
画色单元	指	深圳市画色单元家饰有限公司，本图投资控股子公司，已注销
武汉新月	指	武汉新月淑女屋工贸有限公司，发行人实际控制人控制的公司
本土文化	指	深圳市本土文化发展有限公司，发行人实际控制人曾控制过的公司

本土网络	指	深圳市本土网络信息有限公司，发行人实际控制人曾控制过的公司
天祥商务	指	上海天祥商务咨询有限公司，发行人的法人股东
天祥实业	指	天祥商务的股东上海天祥实业有限公司
High Power	指	天祥实业的股东之一 High Power Limited
合辉投资	指	天祥实业的股东之一上海合辉投资管理有限公司
瑞点投资	指	天祥实业的股东之一上海瑞点投资管理有限公司
保荐人/保荐机构/ 主承销商/华泰联合证 券	指	华泰联合证券有限责任公司
发行人律师/律师	指	北京市康达律师事务所
天健正信会计师事务 所/天健正信/会计师	指	天健正信会计师事务所有限公司。2008 年 7 月天健华证中洲（北京）会计师事务所有限公司更名为天健光华（北京）会计师事务所有限公司，2009 年 9 月更名为天健正信会计师事务所有限公司
天健华证中洲(北京) 会计师事务所	指	天健华证中洲（北京）会计师事务所有限公司
天健光华（北京）会 计师事务所	指	天健光华（北京）会计师事务所有限公司
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
二、业务术语		
直营店	指	由公司投资开设并以零售价直接向消费者销售公司品牌产品的店柜，公司对其人、财、物及商流、物流、信息流等实施统一管理
加盟店	指	公司授予特许加盟商特许经营权，由特许加盟商投资开设的店柜，公司以批发价向特许加盟商销售公司品牌产品，再由特许加盟商以零售价向消费者销售
联销	指	一种市场销售模式，公司在百货商场开设店柜，由商场负责收银并按约定的比例从销售金额中扣点，公司根据扣点后的销售余额确认销售收入
商场专柜	指	以联销模式在百货商场开设的店柜
专卖店	指	在商业街、购物中心或居民社区开设的店柜，由店柜自收银，公司根据店柜销售额确认销售收入
旗舰店	指	规模比较大的专卖店，建筑面积比较大，店柜展示的产品系列品种较多

全国/中国/我国/国内	指	中国大陆地区，不包括港澳台地区
一线城市	指	直辖市、计划单列市、经济较发达的省会城市
二线城市	指	其他省会城市、经济发展程度较好的地级市
三线城市	指	一、二线城市以外的其他城市
吊牌价	指	公司产品的统一零售价，即产品挂牌上载明的价格
终端零售价	指	公司直营店将产品零售给消费者的实际价格，即终端零售价=吊牌价×（1-销售折让率）
批发价	指	公司将产品批发给加盟商的价格
单位售价	指	公司产品销售最终确认销售收入的价格（不含税），即直营商场专柜的单位售价=终端零售价-商场提成-增值税销项税；直营专卖店的单位售价=终端零售价-增值税销项税；对加盟店的单位售价=批发价-增值税销项税
单店销售收入	指	公司单个直营店产出的销售收入总额
单店批发收入	指	公司对单个加盟店的批发销售收入总额
坪效	指	公司销售终端每平方米经营面积产出的销售收入
外协生产	指	公司将产品委托外部加工厂商制造的生产模式，主要包括去料加工和包工包料两种形式
供应商	指	面辅料供应商和外协加工厂商
观澜生产基地	指	公司位于深圳宝安观澜的生产厂
武汉生产基地	指	公司位于武汉经济技术开发区的生产厂
ERP	指	Enterprise Resource Planning，企业资源计划，针对物流、资金流、信息流等集成一体化的企业信息系统
CAD	指	Computer Aided Design，计算机辅助设计，利用计算机及其图形设备帮助设计人员进行设计工作
CAM	指	Computer Aided Manufacturing，计算机辅助制造，将计算机应用于制造生产过程的系统
SAN	指	Storage Area Network，存储域网络，将不同的数据存储设备连接到服务器的快速、专门的网络，以实现备份和存档存储
三、其他术语		
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》

《公司章程》	指	《深圳市淑女屋时装股份有限公司章程》
报告期/最近三年一期	指	2008 年度、2009 年度、2010 年度、2011 年 1-6 月
本次发行	指	指公司首次公开发行面值为 1.00 元的 4,240 万股人民币普通股（A 股）的行为
元	指	指人民币元
注：本招股说明书若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。		

第二节 概 览

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

一、发行人简介

（一）发行人的基本信息

公司名称：	深圳市淑女屋时装股份有限公司
英文名称：	SHENZHEN FAIRYFAIR FASHION CO., LTD.
法定代表人：	许和
成立日期：	1993 年 10 月 25 日
整体变更日期：	2008 年 6 月 26 日
注册资本：	12,719.50 万元
注册地址：	深圳市南山区侨城北路高发东方科技园 2#厂房（华展）4 层北、5、6 层
经营范围：	服装、床上用品、装饰布、衍缝制品及家居用品的设计、生产（生产项目由分公司经营）；日常用品、床上用品、床、床垫、纺织品、服装、灯具和鞋类的销售；国内商业、物资供销业；礼仪信息咨询服务（不含专营、专控、专卖商品及限制项目）；货物进出口、技术进出口（法律、行政法规禁止的项目除外；法律、行政法规限制的项目须取得许可后方可经营）

（二）发行人的设立情况

发行人由深圳市匡子实业发展有限公司整体变更而来。深圳市匡子实业发展有限公司以截止2007年12月31日经审计的净资产158,267,489.19元为基准，按1:0.63的比例折为10,000万股，余额58,267,489.19元计入资本公积，整体变更为深圳市淑女屋时装股份有限公司。2008年6月12日，天健华证中洲（北京）会计师事务所出具了天健华证中洲验（2008）GF字第020012号《验资报告》，审验发行人整体变更设立时的注册资本已由各发起人足额缴纳。

2008年6月26日，股份公司完成工商变更登记手续，领取了注册号440301103072289的《企业法人营业执照》。

（三）发行人的主营业务

发行人是一家知名品牌时装家纺企业，主要从事流行时尚服装、家用纺织品的设计、生产和销售，主要产品为女装、童装和床上用品。发行人现拥有“淑女屋”女装、“淑女屋”床上用品、“自然元素”、“FairyFair”、“小淑女与约翰”等五个品牌产品，各品牌的市场定位、品牌内涵和设计风格简要情况如下表：

品牌	淑女屋 女装	淑女屋 床上用品	自然元素	FairyFair	小淑女与约翰
市场 定位	少淑女装 16岁-35岁	床上用品	休闲女装 16岁-30岁	成熟女装 25岁-45岁	童装 3岁-13岁
品牌 内涵	诗情画意、浪漫情怀，做美好女人	甜蜜优雅、浪漫温馨的生活方式，享受美好生活	自然、街头、时尚，独具品位的休闲生活及流行文化概念，做休闲时尚女人	知性优雅、风情贵族，做幸福女人	爱与美的开始，用爱包裹的童话，做童话中的小公主与小王子
设计 风格	清丽典雅浪漫温馨引人入胜	舒适温馨精致经典优美高贵	时尚前卫贴近自然简单舒适	知性端庄感性优雅魅力风情	可爱清新典雅舒适唯美纯真

（四）发行人的控股股东和实际控制人

发行人控股股东和实际控制人为许和、匡子夫妇，其合计持有发行人发行前59.73%的股份。许和现任公司董事长，匡子现任公司副董事长兼首席设计师，基本情况如下：

许和先生：中国国籍，无境外永久居留权，身份证号：42010519621126****，住所：深圳市南山区华侨城中旅广场飞云阁6H6A。

匡子女士：中国国籍，无境外永久居留权，身份证号：42010619641124****，住所：深圳市南山区华侨城中旅广场飞云阁6H6A。

二、发行人的主要财务数据和主要财务指标

根据天健正信会计师事务所于2011年8月1日出具的天健正信审（2011）GF

字第020162号标准无保留意见《审计报告》，公司的主要财务数据如下：

(一) 合并资产负债表主要数据

单位：元

项目	2011年 6月30日	2010年 12月31日	2009年 12月31日	2008年 12月31日
资产总额	567,637,368.34	586,523,623.88	504,304,646.48	407,063,944.81
负债总额	183,965,762.78	221,219,179.11	211,453,547.88	184,717,397.19
股东权益合计	383,671,605.56	365,304,444.77	292,851,098.60	222,346,547.62
归属于母公司所有者权益	383,671,605.56	365,304,444.77	292,851,098.60	221,913,666.74

(二) 合并利润表主要数据

单位：元

项目	2011年1-6月	2010年度	2009年度	2008年度
营业收入	343,426,204.39	586,760,279.70	475,527,687.83	446,416,234.99
营业利润	46,892,678.13	78,025,306.89	48,756,206.26	64,628,609.48
利润总额	47,318,544.59	78,256,668.65	51,443,064.37	65,708,048.62
净利润	34,266,535.79	60,772,846.17	41,831,431.86	58,164,302.37
归属于母公司所有者的净利润	34,266,535.79	60,772,846.17	41,831,431.86	58,167,215.24

(三) 合并现金流量表主要数据

单位：元

项目	2011年1-6月	2010年度	2009年度	2008年度
经营活动产生的现金流量净额	18,810,694.20	20,362,359.71	36,616,019.87	16,398,476.54
投资活动产生的现金流量净额	-36,015,426.58	-13,687,145.84	-53,911,668.83	-17,502,511.12
筹资活动产生的现金流量净额	-5,322,536.94	1,612,024.37	63,870,178.83	53,815,126.18
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-156.03
现金及现金等价物净增加额	-22,527,269.32	8,287,238.24	46,574,529.87	52,710,935.57

(四) 主要财务指标

以下财务指标除特别注明外，为合并报表口径。

财务指标	2011年 6月30日	2010年 12月31日	2009年 12月31日	2008年 12月31日
流动比率	2.42	2.09	1.97	1.80
速动比率	1.16	0.85	1.01	0.70
资产负债率(母公司)	30.48%	36.17%	39.82%	32.04%

财务指标	2011年1-6月	2010年度	2009年度	2008年度
利息保障倍数	19.53	16.72	11.64	16.55
息税折旧摊销前利润(元)	53,991,213.43	90,321,557.36	62,123,552.44	75,588,072.02
应收账款周转率(次)	6.32	10.12	9.02	10.19
存货周转率(次)	0.53	1.00	1.08	0.93
总资产周转率(次)	0.59	1.08	1.04	1.13
无形资产(土地使用权除外)占净资产的比例	0.03%	-	-	-
归属于发行人股东的每股净资产(元)	3.02	2.87	2.38	1.97
每股经营性现金流量(元)	0.15	0.16	0.30	0.15
每股净现金流量(元)	-0.18	0.07	0.38	0.47
基本每股收益(元)	0.27	0.49	0.37	0.58
加权平均净资产收益率	9.15%	18.58%	17.23%	37.05%

三、本次发行情况

(一) 本次发行的一般情况

- 1、股票种类：人民币普通股（A股）
- 2、每股面值：1.00元/股
- 3、发行股数：4,240万股
- 4、发行股数占发行后总股本的比例：25.00%
- 5、发行价格：通过向询价对象询价确定发行价格
- 6、发行方式：采用网下向股票配售对象询价配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式或中国证监会规定的其他方式
- 7、发行对象：符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开立证券账户的境内投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
- 8、承销方式：余额包销

(二) 本次发行前后的公司股权结构

公司本次发行4,240万股，本次发行前后公司股权结构如下：

股份类型	本次发行前		本次发行后	
	股数(万股)	所占比例	股数(万股)	所占比例
有限售条件流通股	12,719.50	100%	12,719.50	75.00%

本次发行流通股			4,240.00	25.00%
总股本	12,719.50	100%	16,959.50	100%

四、募集资金用途

本次发行募集资金按轻重缓急拟投资于以下项目：

序号	募集资金投资项目	投资总额 (万元)	计划用募集资金投入 (万元)	项目备案情况
1	营销渠道扩建	21,823.48	21,823.48	深发改备案 [2011]0016 号
2	大浪服装家纺生产基地建设	17,970.70	17,970.70	深发改备案 [2010]0307 号
3	信息系统技改	3,455.35	3,455.35	深发改备案 [2011]0011 号
合计		43,249.53	43,249.53	—

若本次募集资金不足，则不足部分由发行人自筹资金解决；若本次募集资金有剩余，则剩余部分用于补充公司流动资金。本次募集资金到位前，根据实际情况，如果需要对上述拟投资项目进行先期投入，公司将通过自有资金或银行贷款支付项目款项；募集资金到位后，可用于支付项目剩余款项或偿还先期银行贷款或置换先期投入自有资金。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

（一）本次发行的一般情况

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：4,240万股，占发行后总股本的25.00%

每股发行价格：通过向询价对象询价确定发行价格

市盈率：【】（按每股发行价格除以发行后每股收益计算）

发行前每股净资产：3.02元（按公司截至2011年6月30日经审计的归属于母公司股东的净资产值除以发行前总股本计算）

发行后每股净资产：【】元（按公司截至2011年6月30日经审计的归属于母公司股东净资产加上本次发行募集资金净额后除以发行后总股本计算）

市净率：【】（按每股发行价格除以发行后每股净资产计算）

（二）发行方式

采用网下向股票配售对象询价配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式或中国证监会规定的其他方式。

（三）发行对象

符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开立证券账户的境内投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）。

（四）承销方式

余额包销。

（五）预计募集资金金额

预计本次募集资金总额为【】万元，扣除发行费用后募集资金净额为【】万元。

（六）发行费用概算

本次发行费用包括：承销费、保荐费、审计费、验资费、登记托管费、上市初费和律师费等，预计本次发行费用总金额为【】万元，主要包括：

费用项目	金额（万元）
保荐及承销费用	
审计、验资费用	
律师费用	
登记托管费及上市初费	
信息披露及路演推介费	
合计	

二、本次发行有关当事人

- （一） 发行人： 深圳市淑女屋时装股份有限公司
- 法定代表人： 许和
- 住所： 深圳市南山区侨城北路高发东方科技园 2#厂房
（华展）4 层北、5、6 层
- 电话： 0755-2600 9419
- 传真： 0755-2658 4609
- 联系人： 桑田
- （二） 保荐人（主承销商）： 华泰联合证券有限责任公司
- 法定代表人： 马昭明
- 住所： 深圳市福田区中心区中心广场香港中旅大厦第五
层（01A、02、03、04）、17A、18A、24A、25A、26A
- 联系地址： 深圳市福田区中心区深南大道 4011 号香港中旅大
厦 25 楼

- 联系电话：0755-8249 2010
- 传真：0755-8249 3959
- 保荐代表人：毛成杰、金雷
- 项目协办人：周耿明
- 经办人：马俊华、袁聃、白毅敏、严绍东、胡跃明、秦力
- （三） 发行人律师：北京市康达律师事务所
- 负责人：付洋
- 办公地址：北京市朝阳区建国门外大街 19 号国际大厦 2301 室
- 联系电话：010-8526 2828
- 传真：010-8526 2826
- 经办律师：鲍卉芳、魏小江、康晓阳、冯国栋
- （四） 会计师事务所：天健正信会计师事务所有限公司
- 法定代表人：梁青民
- 办公地址：厦门市思明区珍珠湾软件园创新大厦 A 区 12F-15F
- 联系电话：0592-2218 833
- 传真：0592-2217 555
- 经办注册会计师：黄印强、廖金辉
- （五） 资产评估机构：北京中企华资产评估有限责任公司
- 法定代表人：孙月焕
- 住所：北京市东城区青龙胡同 35 号
- 联系电话：010-6588 1818
- 传真：010-6588 2651

经办注册资产评估师：孙庆峰、李健之

（六） 股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

办公地址：深圳市深南中路 1093 号中信大厦 18 楼

电话：0755-2593 8000

传真：0755-2598 8122

（七） 保荐人（主承销商）收款银行：

名称：中国工商银行深圳分行盛庭苑支行

账号：4000 0102 0920 0006 013

户名：华泰联合证券有限责任公司

（八） 申请上市交易所：深圳证券交易所

法定代表人：宋丽萍

办公地址：深圳市深南东路 5045 号

电话：0755-8208 3333

传真：0755-8208 3164

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

三、本次发行至上市期间重要日期

询价推介日期：【】年【】月【】日至【】年【】月【】日

发行公告刊登日期：【】年【】月【】日

申购日期和缴款日期：【】年【】月【】日

预计股票上市日期：【】年【】月【】日

第四节 风险因素

投资者在评价发行人本次发售的新股时，除本招股说明书提供的其它资料外，应特别认真地考虑本节所列的各项风险因素。本节各项风险因素遵循重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、市场风险

（一）市场竞争风险

发行人所处的服装家纺业是一个充分竞争的行业，企业众多，竞争激烈。低端市场企业数量很多，缺乏自主品牌，产品档次和附加值较低，主要靠价格竞争，同质化竞争激烈。中高端市场主要体现为品牌竞争，销售渠道集中在百货商场和购物中心。国际品牌企业拥有雄厚的资金实力和丰富的品牌运营经验，随着国际知名品牌陆续进入国内参与竞争，服装家纺企业的竞争已从价格、广告宣传的竞争逐渐转为品牌、渠道、商业模式的竞争。如果发行人不能应对激烈复杂的市场竞争，则面临产品销售和盈利下降的风险。

（二）市场流行趋势变化风险

服装家纺产品在不同时季有相应的时尚流行趋势，尤其是女装具有设计时效性强、周期短、变化快等特点，消费者的时尚品味偏好变化较快，能否持续开发出适应市场流行趋势变化的产品成为竞争重点。如果公司不能及时准确地把握服装和家纺市场的流行趋势，产品设计跟不上市场流行趋势的变化，消费者对公司品牌的认同感降低，则可能会影响到公司产品的市场销售。

（三）品牌维护风险

服装家纺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，不同品牌代表不同内涵价值。公司品牌拥有良好的市场形象，公司高度重视品牌的市场声誉，通过持续设计创新、申请驰名商标及采取保密措施等多种途径防止公司品牌和产品款式被冒用模仿，如果公司品牌被冒用，产品款式被模仿，则可能

影响到公司品牌的市场口碑和美誉度。

（四）产品销售季节性波动风险

服装家纺产品销售具有明显的季节性，每年的第一、四季度为销售旺季，第二、三季度的销售相对平淡。发行人的销售收入每年随季节变化出现波动，相应地每年第一、四季度的销售情况优于其他季节，2008年、2009年、2010年，公司第一季度和第四季度合计的销售收入占全年的销售收入的比例分别为59.82%、60.03%、57.36%，从而给公司的存货周转、盈利和现金流造成一定的影响。

（五）原材料价格波动风险

公司生产所需原材料为面辅料，主要包括棉布、化纤、毛料、丝绸、麻布等，报告期内原材料成本占产品生产成本的比重约为50%。受棉花、石油等基础产品价格波动、市场供需状况以及市场炒作等因素影响，面辅料价格呈现出波动性，从而导致服装家纺产品生产成本波动。如果原材料成本上涨过快，则对公司的经营成本和盈利状况造成不利影响。

二、经营风险

（一）租赁物业风险

公司位于深圳市宝安区观澜街道樟坑径下围工业区的生产厂房系租赁而来，建筑面积15,000平方米，主要作生产仓储之用。由于历史遗留问题，该厂房未取得产权证，如果厂房被列入拆迁范围，则对公司的生产经营产生不利影响。

公司直营专卖店的物业主要系租赁而来。截至目前，发行人及各子公司共租赁62处合计8,539.32平方米物业作直营专卖店之用，其中11处合计1,732.32平方米物业的出租方未提供或未能及时提供房屋产权证明或转租说明。尽管发行人在过往经营过程中并未出现过因租赁物业合同被有权第三方主张并被有权机关认定无效的情形，但是若租赁物业的出租方无权出租该等物业，则相关的租赁合同存在被有权第三方主张无效并被有权机关认定为无效的风险，影响相关门店的正常经营活动。

（二）外协生产风险

公司采取自主生产和外协生产相结合的模式。外协加工包括包工包料和去料加工两种形式。包工包料由外协厂商采购公司指定的面辅料并根据公司提供的工艺技术资料完成成衣的生产制造；去料加工由公司提供面辅料，外协厂商根据公司提供的工艺技术资料完成成衣的生产制造或特定工序。由于公司自主产能有限，报告期内外协生产产量增长较快，尽管公司对外协厂商进行了严格的筛选，要求各外协厂商按照公司的标准进行生产，并由跟单员全流程追踪外协生产过程以控制产品质量和进程，但如果外协厂商的产能安排、生产工艺技术水平以及产品质量不符合公司的要求，公司对外协厂商的管理能力跟不上外协生产规模的扩大，则公司的生产经营将受到不利影响。

（三）在百货商场销售风险

公司直营店大部分采用商场专柜形式，截至报告期期末，公司拥有830家门店，其中直营店671家，直营店中商场专柜为600家，占公司门店总数的比例为72.29%；2010年商场专柜的销售收入占公司主营收入的比例达78.82%。公司与百货商场签订联销合同对商场专柜位置、面积、商场提成等合同条款作出约定，在商场中开设商场专柜经营。尽管公司已在全国多家知名百货商场开设了品牌店柜，与商场保持着良好的合作关系，但如果联销合同到期，公司与百货商场不能续约或在续约中不能对店柜位置、面积、商场提成等约定有利条款，则可能对公司的产品销售产生不利影响。

（四）加盟店管理风险

公司积极拓展加盟商进入直营营销网络未覆盖的区域，截至报告期期末，公司拥有159家加盟店，占公司门店总数比例为19.16%；2010年加盟收入占公司主营业务收入的比例为12.57%。尽管公司严格甄选加盟商，以签订特许加盟合同形式与加盟商建立业务关系，严格有效履行合同内容，统一指导管理，以维护公司品牌的良好市场形象，但是如果公司管理及服务水平的提升无法跟上加盟店增加的速度，则可能出现对部分加盟店管理和服务滞后，对公司品牌形象和经营业绩造成不利影响。

（五）研发设计人才流失风险

公司拥有一支优秀的研发设计队伍，通过设计创新让产品有力彰显了品牌内涵，并顺应了市场潮流发展趋势。截至报告期期末，公司研发设计中心有92名设计人员，其中核心设计师5名。如果公司优秀设计人才有较大比例的流失且得不到有效补充，则将对公司产品设计造成不利影响。

（六）业务经营风险

经过多年的发展，公司在品牌、销售网络、生产等方面具备了较强的竞争力。近年来经营规模逐年扩大，2008年、2009年、2010年、2011年上半年的销售收入规模分别为44,641.62万元、47,547.55万元、58,618.96万元、34,237.87万元。报告期内公司加盟收入有一定幅度的增长，但公司仍以直营为主，2008年、2009年、2010年、2011年上半年直营收入的占比分别为91.84%、88.05%、87.43%、91.32%。直营店的建设主要靠公司自身资金的投入，销售规模的扩张主要靠自身经营积累的内涵式增长，增长速度可能不如以加盟为主的销售模式快。报告期内，由于公司自主产能有限，外协生产的占比提高，对公司在外协生产方面的管理能力提出了更高的要求；公司所处行业竞争激烈，市场化程度高，企业众多，发行人规模较小，抗风险能力较弱，故不排除发行人在未来市场竞争中受优势品牌的影响，销量不能持续上升，经营业绩出现波动的风险。

三、实际控制人控制风险

本次发行前，发行人实际控制人许和、匡子夫妇持有发行人59.73%的股份，本次发行完成后，实际控制人持股比例降至44.80%。如果实际控制人通过行使表决权或其他方式对公司经营和财务决策、重大人事任免或利润分配等方面实施不利影响，则会给公司及中小股东带来一定风险。

四、存货管理风险

报告期内各期末，公司存货余额较大，占流动资产的比例较高，占用营运资金较多。2008年末、2009年末、2010年末、2011年6月末，公司的存货余额分别为20,525.97万元、20,366.10万元、27,439.67万元、23,230.02万元，占总资产的比例分别为50.42%、40.38%、46.78%、40.92%。公司存货余额以库存

商品为主，2008 年末、2009 年末、2010 年末、2011 年 6 月末公司库存商品余额分别为 16,366.48 万元、14,277.10 万元、21,400.76 万元、17,103.09 万元，占存货余额的比例分为 79.74%、70.10%、77.99%、73.62%；公司存货余额较大，且以库存商品为主，与公司以直营为主的销售模式、女装行业特点、产品的销售周期和季节性相符合。2008 年、2009 年、2010 年、2011 年 1-6 月，公司的存货周转率分别为 0.93 次/年、1.08 次/年、1.00 次/年、0.53 次/半年，稳中有升，但与采取加盟为主的同行业企业相比，公司的存货周转率相对较低，这与公司采取以直营为主的经营模式相关，直营店需常年保持铺货量，若门店铺货量不足，则会影响公司销售收入的增长。公司若未能准确把握流行趋势的变化，产品不符合市场需求或市场竞争加剧，则会导致部分库存商品滞销。即使通过促销折让销售、特卖场等方式销售滞销货品能够保留部分毛利，但仍可能在一定程度上影响公司的盈利能力。

五、募集资金投资项目风险

（一）项目实施风险

公司已对本次募集资金投资项目可行性进行了充分谨慎地论证。在募集资金投资项目实施过程中，可能遇到诸如市场环境、消费潮流、技术工艺等外在因素变化，从而影响到项目实施环境；也可能受公司自身管理水平等内在因素影响，导致项目不能如期完成或不能实现预期收益，从而影响发行人的经营业绩。

（二）营销渠道扩大后的管理风险

本次募集资金投向的营销渠道扩建项目达产后将为公司增加 322 家直营店，这将对公司设计、生产、信息系统、配货、人员等管理能力提出更高的要求。若公司不能及时有效提高自身管理水平，则面临着营销渠道扩建不能够充分提升发行人市场竞争力的风险。公司一直坚持以直营为主，在直营店建设运营方面积累了丰富的管理经验，拥有完善的管理制度体系。本次募集资金投向的大浪服装家纺生产基地建设和信息系统技改项目将为营销渠道扩建提供有力支持。

（三）净资产收益率下降风险

本次发行成功后，公司净资产将大幅增加，而受募集资金投资项目建设周期

的影响，公司净利润短期内难以保持同比增长，因此，公司净资产收益率存在下降的风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

公司名称：深圳市淑女屋时装股份有限公司

英文名称：SHENZHEN FAIRYFAIR FASHION CO., LTD.

注册资本：12,719.50 万元

法定代表人：许和

设立日期：1993 年 10 月 25 日

整体变更日期：2008 年 6 月 26 日

注册地址：深圳市南山区侨城北路高发东方科技园 2#厂房（华展）4 层北、5、6 层

邮编：518053

电话：0755-2600 9419

传真：0755-2658 4609

互联网网址：www.fairyfair.com

电子信箱：ir@fairyfair.com

经营范围：服装、床上用品、装饰布、衍缝制品及家居用品的设计、生产（生产项目由分公司经营）；日常用品、床上用品、床、床垫、纺织品、服装、灯具和鞋类的销售；国内商业、物资供销业；礼仪信息咨询服务（不含专营、专控、专卖商品及限制项目）；货物进出口、技术进出口（法律、行政法规禁止的项目除外；法律、行政法规限制的项目须取得许可后方可经营）

二、发行人的改制重组情况

（一）发行人设立

发行人由深圳市匡子实业发展有限公司整体变更而来。2008年5月25日，深圳市匡子实业发展有限公司股东会作出决议，以截止2007年12月31日经天健华证中洲（北京）会计师事务所于2008年4月30日出具的天健华证中洲审（2008）NZ字第020538号《审计报告》审计的净资产158,267,489.19元为基准，按1:0.63的比例折为10,000万股，余额58,267,489.19元计入资本公积，整体变更为深圳市淑女屋时装股份有限公司。2008年5月26日，匡子实业的全体股东许和、匡子、匡炜、匡文共同签署了《深圳市淑女屋时装股份有限公司发起人协议》。2008年6月12日，天健华证中洲（北京）会计师事务所出具了天健华证中洲验（2008）GF字第020012号《验资报告》，审验股份公司整体变更设立时的注册资本已由各发起人足额缴纳。2008年6月12日，股份公司召开创立大会暨第一次股东大会。2008年6月26日，股份公司完成工商变更登记手续，领取了注册号440301103072289的《企业法人营业执照》。

（二）发起人

发行人发起人为许和、匡子、匡炜、匡文，其基本情况详见本招股说明书本节之“九、发起人、主要股东及实际控制人的基本情况”。股份公司成立时的股权结构如下表：

股东名称	持股数（万股）	持股比例
许和	3,250	32.50%
匡子	3,250	32.50%
匡炜	2,000	20.00%
匡文	1,500	15.00%
合计	10,000	100.00%

（三）发行人改制设立前后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

发行人发起人为许和、匡子、匡炜、匡文，其中许和、匡子夫妇为发行人的控股股东和实际控制人。在发行人整体变更设立前，除了股份公司前身匡子实业，许和、匡子还投资控制了多家企业。为进一步理顺股权关系、避免同业竞争并减

少关联交易、规范经营、降低管理成本、发挥业务协同优势以及实现主营业务整体发行上市，发行人实际控制人许和、匡子以匡子实业为主体企业，在2007年进行了系列资产重组，具体情况参见本招股说明书本节之“五、发行人的资产重组情况（一）2007年的股权收购”。股份公司设立后，公司控股股东和实际控制人许和、匡子夫妇目前拥有的主要资产为发行人59.73%的股权和武汉新月65%的股权。

（四）发行人成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

发行人由匡子实业整体变更而来，有限公司的资产和业务全部投入股份公司。发行人实际从事的主要业务为服装家纺产品的设计、生产和销售，拥有的主要资产系与主营业务相关的经营性资产。

发行人及其前身有限公司自1993年成立以来，经营发展将近二十年。自成立伊始，发行人即秉持自主品牌建设、自主设计、自主生产、自主建设销售渠道的业务一体化经营发展模式。

在品牌方面，发行人坚持将品牌建设作为公司发展的重心。“淑女屋”品牌是发行人创立的第一个品牌，其风格在市场上独树一帜，拥有大批忠实的消费群体，是目前发行人最主要的销售收入来源。在“淑女屋”品牌发展成熟稳定的前提下，发行人以“淑女屋”品牌为核心，从2003年开始推行多品牌策略，将“淑女屋”品牌延伸至床上用品，分别推出休闲女装品牌“自然元素”、成熟女装品牌“FairyFair”、童装品牌“小淑女与约翰”。各品牌具有相互延续的深厚的文化内涵，以“美好女人的一生”为宗旨，以时间为维度，展示从儿童到少女，从少女到母亲，再延续至母亲的孩子，表现爱与美永存的生生不息的生命历程。

在设计方面，发行人认为持续的自主设计创新是促进品牌发展的源泉，自成立伊始坚持自主设计创新，根据各品牌的市场定位设立“淑女屋”、“自然元素”、“FairyFair”、“小淑女与约翰”、“淑女屋床上用品”等五个设计分部，建设稳定优秀的设计师团队，鼓励设计师自主设计创新。品牌深厚的文化内涵是产品设计创意的基础；在坚持品牌的经典独特风格前提下，积极吸收国内外时尚潮流因素，促使产品设计顺应市场需求。

在生产方面，发行人自成立以来就坚持保有自主生产能力，确保产品生产的

工艺质量能凸显品牌的独特风格和设计创新，维持产能安排的稳定性；同时，随着公司经营销售规模的扩大以及多品牌策略的实施，公司自 2006 年开始推行外协生产，将简约款式或特定工艺委托外协厂商完成，发挥产品生产的灵活性，提高生产效率。

在渠道建设方面，发行人自成立以来即坚持以直营为主，渠道附加值高，控制力强，贯彻执行品牌营销策略，全方位运营品牌。截至 2011 年 6 月末公司在全国拥有 830 家门店，其中直营店 671 家，加盟店 159 家，遍布于全国近 150 个城市，且多入驻当地的知名大型百货商场中。在公司通过直营渠道夯实品牌在主要市场的竞争力前提下，自 1999 年开始，公司积极适当地发展加盟渠道，拓展二、三线市场，扩大销售渠道覆盖面，提高市场份额。

公司业务体系集自主品牌、自主设计、自主生产、自主渠道于一体，业务模式全面连贯，经营自主性强，发展稳健。

（五）发行人成立前主要发起人的业务流程，发行人的业务流程，以及主要发起人与发行人业务流程间的联系

发行人改制设立前后业务流程没有变化，具体业务流程参见本招股说明书“第六节 业务与技术”。

（六）发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

发行人成立时，匡子实业的业务、资产和负债全部投入股份公司，股份公司拥有完整的研发设计、采购、生产、销售业务体系，独立从事生产经营活动，不存在依赖控股股东的情形。与主要发起人的关联关系及演变情况参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”。

（七）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

发行人由匡子实业整体变更设立，匡子实业拥有的业务、资产及负债全部由股份公司承继。股份公司已办理了房产、土地使用权、商标及其他资产的产权变更手续。

三、发行人独立运营情况

发行人自设立以来严格按照《公司法》、《公司章程》等要求规范运作，在业务、资产、人员、机构和财务等方面与股东完全分开，具有独立、完整的资产和业务，具备面向市场独立自主经营的能力。

（一）业务独立情况

发行人由匡子实业整体变更设立，有限公司主营业务全部进入股份公司，股份公司从成立之时即拥有包括研发设计、采购、生产、销售等在内的完整业务体系，保证了公司业务的连续性、完整性与独立性，确保了公司业务的持续独立运营。

（二）资产独立情况

发行人成立时，承继了有限公司全部经营性资产，拥有独立于股东的生产经营场所，对与生产经营相关的设备、房产、土地及商标等资产拥有合法的所有权或使用权。公司没有以自身资产、权益或信誉为股东提供担保，也未将以公司名义获得的借款、授信额度转借给各股东。公司对所有资产有完全的控制支配权，不存在资产、资金被控股股东占用而损害公司利益的情形。

（三）人员独立情况

发行人董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》等相关规定产生，不存在控股股东超越公司股东大会和董事会做出人事任免决定的情形。公司的人事及薪酬管理与股东单位严格分离，不存在高级管理人员在股东单位及其控制的其他企业兼任除董事、监事以外的职务和领取报酬的情形，不存在财务人员在股东单位及其控制的其他企业中兼职和领取报酬的情形。

（四）机构独立情况

发行人已依法建立健全股东大会、董事会、监事会等机构，聘请了包括总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等人员在内的高级管理层，根据自身经营管理需要设置了品牌事业部、加盟事业部、研发中心、供应链中心、财务中心、人力资源中心等职能机构。公司独立行使经营管理职权，独立于控股股东、实际

控制人及其控制的其他企业，不存在机构混同的情形；公司的办公场所独立于股东单位，不存在混合经营、合署办公的情形。

（五）财务独立情况

发行人设置了独立的财务部门，配备了专职财务人员，建立了独立的会计核算体系，制定了规范、独立的财务会计制度和对子公司的财务管理制度。公司拥有独立的银行账号，已在深圳发展银行深圳华侨城支行开立了单独的基本存款账户，账号为11002892385401，不存在与股东共用银行账户的情况。公司独立进行财务决策，不存在控股股东干预公司资金使用的情形。公司依法独立纳税，办理了深税登字440301279405602号《税务登记证》。

四、发行人设立以来股权变化

（一）历次股本形成及其变化情况

1、1993年10月，有限公司成立

发行人前身深圳匡子时装设计有限公司由徐明、郑建雄设立，注册资本46万元。徐明以货币28.50万元、实物17.353万元合计出资45.853万元，其中44.30万元计入注册资本，其余1.553万元计入资本公积；郑建雄以货币出资1.70万元。深圳中诚会计师事务所对匡子时装的设立出资进行审验并出具了深诚验资字（1993）第A513号《验资证明书》。1993年10月25日，匡子时装完成工商设立登记手续。匡子时装成立时的股权结构如下表：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	徐明	44.30	96.30%
2	郑建雄	1.70	3.70%
合计		46.00	100.00%

匡子时装成立时股东投入的平车、平车机头、平眼机、凤眼机和飞马锁边机等设备未履行资产评估手续。

发行人律师认为：匡子时装成立时股东认缴的注册资本已足额缴纳并由验资机构履行了审验程序，其设立已经主管工商行政管理机关核准，设立行为真实、有效。匡子时装在其设立时未严格依据相关规定委托具有资格的资产评估机构对其股东的实物出资进行资产评估的情况对其设立的合法性和有效性不构成实质

影响，对发行人本次首发亦不构成实质性障碍。

保荐人认为：发行人前身匡子时装成立时股东投入的实物资产未经评估，在程序上存在一定瑕疵，但本次实物出资经匡子时装成立时的股东确认并由验资机构履行了审验程序，且公司工商登记机关没有提出异议，办理了工商登记手续；同时，本次实物出资的时间较早，所涉金额较小，不存在影响股份公司实收资本充足的情形，对发行人本次发行不构成实质性障碍。

2、1996年8月，匡子时装股权转让、增资及变更公司名称

1996年7月1日，经匡子时装股东会决议通过，郑建雄将所持匡子时装3.70%的股权作价1.70万元转让给周晶；徐明和周晶分别以货币增资267.10万元和32.90万元；深圳匡子时装设计有限公司更名为深圳市匡子时装设计有限公司。郑建雄与周晶于1996年6月10日签署了《股份转让协议》并由深圳市公证处出具了（96）深证经字第1089号《公证书》。1996年7月11日，深圳兴蒙会计师事务所对本次增资出具了深兴验字（1996）第105号《验资报告》，审验新增出资已足额缴纳。1996年8月5日，匡子时装完成工商变更登记手续。本次股权转让及增资完成后，匡子时装的股权结构如下表：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	徐明	311.40	90.00%
2	周晶	34.60	10.00%
合计		346.00	100.00%

3、1998年4月，匡子时装增资及变更公司名称

1998年3月6日，经匡子时装股东会决议通过，公司注册资本由346万元增至546万元，由徐明、周晶分别以货币增资180万元、20万元；公司名称变更为深圳市匡子实业发展有限公司。1998年3月28日，深圳敬业会计师事务所对本次增资出具了敬会验资报字（1998）第030号《验资报告》，审验新增出资已足额缴纳。1998年4月28日，匡子实业完成工商变更登记手续。本次增资完成后，匡子实业的股权结构如下表：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	徐明	491.40	90.00%
2	周晶	54.60	10.00%
合计		546.00	100.00%

4、2001年1月，匡子实业股权转让

2000年12月11日，经匡子实业股东会决议通过，徐明将持有的匡子实业80%的股权作价436.80万元转让给许和，周晶将持有的匡子实业10%的股权作价54.60万元转让给许和。2000年12月20日，徐明、周晶与许和共同签署了《股权转让合同书》并由深圳市福田区公证处出具了（2001）深福证字第0050号《公证书》。2001年1月18日，匡子实业完成工商变更登记手续。本次股权转让完成后，匡子实业的股权结构如下表：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	许和	491.40	90.00%
2	徐明	54.60	10.00%
合计		546.00	100.00%

5、2007年12月，匡子实业股权转让

2007年11月13日，经匡子实业股东会决议通过，许和将持有的匡子实业32.50%、20%、5%的股权分别转让给匡子、匡炜和匡文；徐明将持有的匡子实业10%的股权转让给匡文，上述股权的转让价格均为1元。许和、徐明与匡子、匡炜、匡文于2007年11月8日共同签署了《股权转让协议书》并由深圳国际高新技术产权交易所出具了深高交所见（2007）字第07373号《股权转让见证书》。本次股权转让完成后，匡子实业的股权结构如下表：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	许和	177.45	32.50%
2	匡子	177.45	32.50%
3	匡炜	109.20	20.00%
4	匡文	81.90	15.00%
合计		546.00	100.00%

自有限公司设立以来，徐明、周晶所持有的公司股权均系代公司实际控制人许和、匡子夫妇持有。本次股权转让完成后，上述代持关系已终止。

发行人实际控制人许和、匡子夫妇于1993年实际出资设立匡子时装（匡子实业）时，非深圳市户籍人士在深圳设立公司存在困难。由于许和、匡子夫妇两人都非深圳本地户籍人士，因此两人委托具有深圳户口的亲戚徐明（匡子胞妹匡文的丈夫）代为办理公司设立登记手续并持有股权；有限公司设立后，许和、匡子曾委托亲戚周晶（匡子的侄女）持有部分股权。

匡子实业成立后不久，匡子的姐妹匡炜、匡文加入匡子实业参与创业。鉴于匡炜、匡文历年对公司的发展做出的重要贡献，由许和、匡子提议并经与匡炜、

匡文共同协商，2003年9月4日，许和、匡子与匡炜、匡文共同签署了《股权协定》，约定四人在公司的持股比例分别为：许和32.50%、匡子32.50%、匡炜20%、匡文15%。

基于各人之间的亲属关系和相互信任，《股权协定》签署后四人并未按照所约定的比例及时办理相应的股权转让手续。2001年1月，徐明、周晶分别将代持的匡子实业80%、10%的股权转让给许和；2007年12月，徐明将代持的匡子实业10%的股权转让给匡文，至此，相关当事人终止了股权代持关系，并实现了实际控制人许和、匡子夫妇与匡炜、匡文于2003年9月4日所约定的在公司中各自所拥有的股权比例：许和32.50%、匡子32.50%、匡炜20%、匡文15%。

经发行人律师访谈及见证，周晶、徐明分别于2009年10月9日和2010年5月13日签署了《关于持有深圳市匡子实业发展有限公司股权的说明》，确认其名下的匡子实业股权均由许和、匡子实际出资形成，其在匡子实业没有任何实际出资，也没有实质参与匡子实业任何生产经营管理活动；其名义持有上述股权期间，基于该等股权所产生之一切权利义务均由许和、匡子享有或承担，其不享有任何实体权利；其代许和、匡子持有股权及其后的转让股权行为皆出于自愿，不存在任何异议。

发行人律师认为：发行人前身匡子实业设立后阶段性存在的徐明、周晶代替许和、匡子持有匡子实业股权的事实，以及许和、匡子、匡炜及匡文四人对于匡子实业股权比例的约定，均出于各当事人的真实意思表示；匡子实业2001年1月及2007年12月两次股权转让均出于当事人各方真实意思表示；且徐明、周晶已对上述股权代持事实及背景情况进行了再次确认，上述两次股权转让真实、有效。截止2007年12月20日，匡子实业历史上存在的股权代持关系已全部解除，不存在任何纠纷或潜在纠纷；上述股权代持关系及其解除过程不会对发行人现有的股权结构稳定性造成影响；对发行人首次公开发行不会造成实质性的法律障碍。

保荐人认为：自有限公司成立以来，徐明、周晶代许和、匡子持有匡子实业的股权系出于当事人自愿安排，经2001年1月和2007年12月的两次股权转让，该等股权代持关系已解除，且经过相关当事人的确认，不存在纠纷或潜在纠纷，不存在影响股份公司股权结构稳定的因素，对发行人本次发行不构成实质性障碍。

6、2007年12月，匡子实业增资

2007年12月11日，经匡子实业股东会决议通过，匡子实业的注册资本增至2,046万元，分别由许和、匡子、匡炜、匡文以货币增资487.50万元、487.50万元、300万元、225万元。2007年12月18日，天健华证中洲（北京）会计师事务所出具了天健华证中洲验（2007）NZ字第020052号《验资报告》，审验新增出资已足额缴纳。2007年12月20日，匡子实业完成工商变更登记手续。本次增资完成后匡子实业的股权结构如下表：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	许和	664.95	32.50%
2	匡子	664.95	32.50%
3	匡炜	409.20	20.00%
4	匡文	306.90	15.00%
合计		2,046.00	100.00%

7、2008年6月，匡子实业整体变更为股份公司

2008年5月25日，深圳市匡子实业发展有限公司股东会作出决议，以截止2007年12月31日经天健华证中洲（北京）会计师事务所于2008年4月30日出具的天健华证中洲审（2008）NZ字第020538号《审计报告》审计的净资产158,267,489.19元为基准，按1:0.63的比例折为10,000万股，余额58,267,489.19元计入资本公积，整体变更为深圳市淑女屋时装股份有限公司。2008年5月26日，匡子实业全体股东许和、匡子、匡炜、匡文签署了《深圳市淑女屋时装股份有限公司发起人协议》。2008年6月12日，天健华证中洲（北京）会计师事务所出具天健华证中洲验（2008）GF字第020012号《验资报告》，审验股份公司设立的注册资本已由各发起人足额缴纳。2008年6月12日，发行人召开创立大会暨第一次股东大会。2008年6月26日，股份公司办理了工商变更登记手续，领取了注册号为440301103072289的《企业法人营业执照》。股份公司设立时股权结构如下表：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	许和	3,250.00	32.50%
2	匡子	3,250.00	32.50%
3	匡炜	2,000.00	20.00%
4	匡文	1,500.00	15.00%
合计		10,000.00	100.00%

8、2008年12月，股份公司增资

2008年12月10日，经股份公司股东大会决议通过，公司股本增至11,280

万股，由原股东按各自持股比例认购，每股认购价格 2.80 元，四名股东合计投入 3,584 万元认购 1,280 万股，超出新增股本部分 2,304 万元计入资本公积。天健光华(北京)会计师事务所于 2008 年 12 月 22 日出具了天健光华验（2008）GF 字第 020023 号《验资报告》，审验新增出资已足额缴纳。2008 年 12 月 30 日，股份公司完成工商变更登记手续。本次增资完成后，股份公司的股权结构如下表：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	许和	3,666.00	32.50%
2	匡子	3,666.00	32.50%
3	匡炜	2,256.00	20.00%
4	匡文	1,692.00	15.00%
合计		11,280.00	100.00%

9、2009年12月，股份公司增资

2009 年 12 月 23 日，经股份公司股东大会决议通过，公司股本增至 12,319.50 万股，由周岚、覃培秋等 60 名自然人以每股 2.80 元的价格认购，合计出资 2,910.60 万元认购 1,039.50 万股，超出新增股本部分 1,871.10 万元计入资本公积。天健光华（北京）会计师事务所于 2009 年 12 月 25 日出具了天健光华验（2009）GF 字第 020036 号《验资报告》，审验新增出资已足额缴纳。2009 年 12 月 29 日，股份公司完成工商变更登记手续。本次增资完成后，股份公司股权结构如下表：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	许和	3,666.00	29.76%
2	匡子	3,666.00	29.76%
3	匡炜	2,256.00	18.31%
4	匡文	1,692.00	13.73%
5	周岚	120.00	0.97%
6	覃培秋	100.00	0.81%
7	周力	100.00	0.81%
8	王可愚	70.00	0.57%
9	葛倩	40.00	0.32%
10	孙伍阳	40.00	0.32%
11	汪学思	40.00	0.32%
12	李春风	35.00	0.28%
13	施博文	35.00	0.28%
14	胡春波	30.00	0.24%
15	黄利梅	30.00	0.24%
16	张玉林	30.00	0.24%
17	桑田	20.00	0.16%

18	宋云	20.00	0.16%
19	孙立新	20.00	0.16%
20	王文萍	20.00	0.16%
21	张志军	20.00	0.16%
22	章丹	20.00	0.16%
23	蒋黎黎	15.00	0.12%
24	罗晓君	15.00	0.12%
25	袁巍	15.00	0.12%
26	王岚	13.00	0.11%
27	杨阳	12.00	0.10%
28	郭宁波	10.00	0.08%
29	匡玲	10.00	0.08%
30	吴国	10.00	0.08%
31	徐焕之	10.00	0.08%
32	徐辉	10.00	0.08%
33	石静	9.00	0.07%
34	刘绚臻	8.00	0.06%
35	杨曼歆	8.00	0.06%
36	左三强	8.00	0.06%
37	王晓丹	7.00	0.06%
38	邓东东	5.00	0.04%
39	邓军林	5.00	0.04%
40	李艳华	5.00	0.04%
41	王艳	5.00	0.04%
42	文玲	5.00	0.04%
43	闫琼	5.00	0.04%
44	张慧	5.00	0.04%
45	张荣富	5.00	0.04%
46	杨奕	3.50	0.03%
47	宗琼芳	3.50	0.03%
48	陈岑	3.00	0.02%
49	陈骏斌	3.00	0.02%
50	胡敏	3.00	0.02%
51	李细中	3.00	0.02%
52	李怡	3.00	0.02%
53	容雪梅	3.00	0.02%
54	王燕	3.00	0.02%
55	熊晓芸	3.00	0.02%
56	余欣	3.00	0.02%
57	张志勇	3.00	0.02%
58	陈嘉	2.00	0.02%
59	韩飞	2.00	0.02%

60	汤江华	2.00	0.02%
61	田江	2.00	0.02%
62	王慕凡	2.00	0.02%
63	曾小敏	1.50	0.01%
64	唐净	1.00	0.01%
合计		12,319.50	100.00%

本次增资员工股东的职位、入职时间与目前的在职情况如下:

序号	股东姓名	职位	入职时间	目前在职情况
1	周岚	财务总监	1997年11月	在职
2	覃培秋	监事、华南区域经理	1993年10月	在职
3	桑田	副总经理、董事会秘书	2004年3月	在职
4	张志军	副总经理、供应链中心总经理	2003年4月	在职
5	蒋黎黎	华中区域经理	1998年12月	在职
6	罗晓君	西南区域经理	2008年9月	2010年9月离职
7	袁巍	华东区域经理	2002年7月	在职
8	王岚	淑女屋事业部商品部经理	2003年6月	2010年8月离职
9	杨阳	华东区域经理	2002年7月	在职
10	吴国	淑女屋床上用品事业部副总监	2004年10月	在职
11	徐焕之	西北区域经理	2002年9月	在职
12	刘绚璠	FairyFair 品牌设计总监	2001年8月	在职
13	杨曼歆	华北区域经理	1997年3月	在职
14	左三强	供应商开发部工程材料开发、采购专员	1995年12月	在职
15	王晓丹	东北区域经理	1998年10月	在职
16	邓军林	华南区域经理	2007年7月	在职
17	李艳华	淑女屋事业部营销部经理	1998年7月	在职
18	王艳	自然元素品牌设计总监	2003年7月	在职
19	文玲	研发中心总经理	2003年6月	2010年4月离职
20	闫琼	财务中心成本管理部副经理	1997年11月	在职
21	张慧	监事、观澜分公司总经理	2005年9月	在职
22	杨奕	监事、武汉新日总经理	1997年3月	在职
23	宗琼芳	武汉新日生产经理兼总经理助理	1997年7月	在职
24	陈岑	淑女屋女装品牌设计经理	2006年9月	在职
25	陈骏斌	自然元素事业部总监	2008年5月	在职
26	胡敏	西南区域经理	2004年4月	在职
27	李细中	武汉新日生产经理兼总经理助理	1998年3月	在职
28	李怡	华中区域经理	1998年10月	在职
29	容雪梅	淑女屋床上用品品牌设计副总监	2004年6月	在职
30	王燕	西南区域经理	2000年9月	在职
31	熊晓芸	总经理办公室主任	2004年9月	在职
32	余欣	加盟事业部副总监	2002年12月	在职

33	张志勇	供应链中心品质部经理	1998 年 9 月	在职
34	陈嘉	人力资源中心总监	2007 年 11 月	在职
35	韩飞	华北区域经理	2007 年 4 月	在职
36	汤江华	武汉新日采购部经理	1995 年 12 月	在职
37	田江	东北区域经理	2008 年 7 月	在职
38	王慕凡	空间工程部经理	1996 年 1 月	2010 年 6 月离职
39	曾小敏	华南区域经理	1996 年 10 月	在职
40	唐净	财务中心财务经理	2004 年 1 月	在职

本次增资非员工股东的背景情况如下：

序号	股东姓名	个人背景情况
1	周力	自由职业
2	王可愚	曾供职于发行人，任自然元素事业部总监，2007 年 12 月离职，现供职于深圳市创意品牌促进会
3	葛倩	现供职于武汉和润丰商务会展有限公司
4	孙伍阳	自由职业
5	汪学思	现供职于武汉科玛生物技术有限公司、武汉星彦信息技术有限公司和武汉泰乐宏瑞置业投资有限公司；现任二六三网络通信股份有限公司监事
6	李春风	曾供职于北京五星青岛啤酒有限公司，现已退休
7	施博文	现供职于北京和信得一科技有限公司
8	胡春波	曾供职于深圳市汇信投资有限公司，2010 年 9 月加入发行人，现任发行人内审部经理
9	黄利梅	现供职于中国信达资产管理股份有限公司深圳分公司
10	张玉林	曾供职于湖南武冈市百货公司，现已退休
11	宋云	曾供职于中国农业银行股份有限公司成都金牛支行，现已退休
12	孙立新	现供职于北京万信康科贸发展有限公司
13	王文萍	自由职业
14	章丹	现供职于北京三友华训科技发展有限公司
15	郭宁波	现供职于青岛韦立航运有限公司
16	匡玲	曾供职于发行人，现已退休
17	徐辉	现供职于北京九歌创艺文化艺术有限公司
18	石静	曾供职于发行人，任公司副总经理，2009 年 4 月离职，现供职于深圳市美道实业发展有限公司
19	邓东东	现供职于深圳市新瑞时实业有限公司
20	张荣富	现供职于国浩律师集团（深圳）事务所

注：胡春波、黄利梅、周力增资入股时承诺到发行人单位任职，胡春波于 2010 年 9 月到职，黄利梅、周力未如期到职。

除了葛倩和汪学思存在亲属关联关系外，2009 年 12 月增资入股的非发行人员工王可愚、胡春波、石静、葛倩、汪学思、宋云、孙立新、王文萍、章丹、郭宁波、匡玲、邓冬冬、张荣富以及黄利梅、周力、施博文、李春风、徐辉、孙伍阳、张玉林与下列单位与人员不存在任何形式的关联关系：股份公司的其他自然人股东，股份公司法人股东上海天祥商务咨询有限公司、股份公司的董事、监事、

高级管理人员，股份公司申请首次公开发行并上市所聘请的中介机构（即，华泰联合证券有限责任公司、北京市康达律师事务所、天健正信会计师事务所）及其负责人、签字人员；不存在通过协议、信托或任何其他方式为他人代为持有股份公司股份的情形。

10、2010年8月，股份公司股权转让及增资

2010年6月27日，经股份公司股东大会决议通过，文玲将其持有的5万股股份每股作价2.80元转让给王少莹；同时公司股本增加400万股，新增股本由上海天祥商务咨询有限公司出资2,400万元以每股6.00元的价格认购400万股，超出股本的2,000万元计入资本公积，公司股本增至12,719.50万股，天健正信会计师事务所于2010年7月30日出具了天健正信验（2010）综字第020101号《验资报告》，审验新增出资已足额缴纳。

2010年8月6日，经股份公司股东大会决议通过，黄利梅、王慕凡分别将其持有的30万股、2万股股份转让给王可愚，王岚将持有的13万股股份中的10万股转让给王可愚，3万股转让给韩飞，以上股权转让每股作价皆为2.80元。2010年8月10日，王岚分别与王可愚、韩飞签订了《股份转让协议》；2010年8月12日，文玲与王少莹签订了《股份转让协议》，黄利梅、王慕凡分别与王可愚签订了《股份转让协议》。2010年8月19日，股份公司完成工商变更登记手续。本次变更完成后，股份公司股权结构如下表：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	许和	3,666.00	28.82%
2	匡子	3,666.00	28.82%
3	匡炜	2,256.00	17.74%
4	匡文	1,692.00	13.30%
5	上海天祥商务咨询有限公司	400.00	3.14%
6	周岚	120.00	0.94%
7	王可愚	112.00	0.89%
8	覃培秋	100.00	0.79%
9	周力	100.00	0.79%
10	葛倩	40.00	0.31%
11	孙伍阳	40.00	0.31%
12	汪学思	40.00	0.31%
13	李春风	35.00	0.28%
14	施博文	35.00	0.28%
15	胡春波	30.00	0.24%
16	张玉林	30.00	0.24%
17	桑田	20.00	0.16%

18	宋云	20.00	0.16%
19	孙立新	20.00	0.16%
20	王文萍	20.00	0.16%
21	张志军	20.00	0.16%
22	章丹	20.00	0.16%
23	蒋黎黎	15.00	0.12%
24	罗晓君	15.00	0.12%
25	袁巍	15.00	0.12%
26	杨阳	12.00	0.09%
27	郭宁波	10.00	0.08%
28	匡玲	10.00	0.08%
29	吴国	10.00	0.08%
30	徐焕之	10.00	0.08%
31	徐辉	10.00	0.08%
32	石静	9.00	0.07%
33	刘绚鎏	8.00	0.06%
34	杨曼歆	8.00	0.06%
35	左三强	8.00	0.06%
36	王晓丹	7.00	0.06%
37	邓东东	5.00	0.04%
38	邓军林	5.00	0.04%
39	李艳华	5.00	0.04%
40	王艳	5.00	0.04%
41	王少莹	5.00	0.04%
42	闫琼	5.00	0.04%
43	张慧	5.00	0.04%
44	张荣富	5.00	0.04%
45	韩飞	5.00	0.04%
46	杨奕	3.50	0.03%
47	宗琼芳	3.50	0.03%
48	陈岑	3.00	0.02%
49	陈骏斌	3.00	0.02%
50	胡敏	3.00	0.02%
51	李细中	3.00	0.02%
52	李怡	3.00	0.02%
53	容雪梅	3.00	0.02%
54	王燕	3.00	0.02%
55	熊晓芸	3.00	0.02%
56	余欣	3.00	0.02%
57	张志勇	3.00	0.02%
58	陈嘉	2.00	0.02%
59	汤江华	2.00	0.02%
60	田江	2.00	0.02%
61	曾小敏	1.50	0.01%
62	唐净	1.00	0.01%

合计	12,719.50	100.00%

公司本次股份转让的具体原因如下：（1）文玲、王慕凡、王岚因个人原因从发行人离职，自愿转让持有的发行人股份；（2）黄利梅因无法如期履行到发行人任职的承诺，自愿转让持有的发行人股份。

本次股份转让受让方王可愚、韩飞以及王少莹与下列单位与人员不存在任何形式的关联关系：股份公司的其他自然人股东，股份公司法人股东上海天祥商务咨询有限公司，股份公司的董事、监事、高级管理人员，股份公司申请首次公开发行并上市所聘请的中介机构（即，华泰联合证券有限责任公司、北京市康达律师事务所、天健正信会计师事务所）及其负责人、签字人员；不存在通过协议、信托或任何其他方式为他人代为持有股份公司股份的情形，本次股权转让不存在纠纷和潜在风险。

11、2010年11月，股份公司股权转让

2010年9月30日，经股份公司股东大会决议通过，周力、孙伍阳、施博文、李春风、张玉林、罗晓君、徐辉分别将持有的100万股、40万股、35万股、35万股、30万股、15万股、10万股股份每股作价2.80元转让给许和。2010年9月27日，施博文、李春风分别与许和签署了《股份转让协议》；2010年9月29日，孙伍阳与许和签署了《股份转让协议》；2010年9月30日，徐辉与许和签署了《股份转让协议》；2010年10月12日，张玉林与许和签署了《股份转让协议》；2010年11月8日，罗晓君与许和签署了《股份转让协议》，周力与许和签署了《股份转让协议》。2010年11月24日，股份公司完成工商变更登记手续。本次股权转让完成后，股份公司的股权结构如下表：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	许和	3,931.00	30.91%
2	匡子	3,666.00	28.82%
3	匡炜	2,256.00	17.74%
4	匡文	1,692.00	13.30%
5	上海天祥商务咨询有限公司	400.00	3.14%
6	周岚	120.00	0.94%
7	王可愚	112.00	0.88%
8	覃培秋	100.00	0.79%
9	葛倩	40.00	0.31%
10	汪学思	40.00	0.31%
11	胡春波	30.00	0.24%

12	桑田	20.00	0.16%
13	宋云	20.00	0.16%
14	孙立新	20.00	0.16%
15	王文萍	20.00	0.16%
16	张志军	20.00	0.16%
17	章丹	20.00	0.16%
18	蒋黎黎	15.00	0.12%
19	袁巍	15.00	0.12%
20	杨阳	12.00	0.09%
21	郭宁波	10.00	0.08%
22	匡玲	10.00	0.08%
23	吴国	10.00	0.08%
24	徐焕之	10.00	0.08%
25	石静	9.00	0.07%
26	刘绚鑾	8.00	0.06%
27	杨曼歆	8.00	0.06%
28	左三强	8.00	0.06%
29	王晓丹	7.00	0.06%
30	邓东东	5.00	0.04%
31	邓军林	5.00	0.04%
32	李艳华	5.00	0.04%
33	王艳	5.00	0.04%
34	王少莹	5.00	0.04%
35	闫琼	5.00	0.04%
36	张慧	5.00	0.04%
37	张荣富	5.00	0.04%
38	韩飞	5.00	0.04%
39	杨奕	3.50	0.03%
40	宗琼芳	3.50	0.03%
41	陈岑	3.00	0.02%
42	陈骏斌	3.00	0.02%
43	胡敏	3.00	0.02%
44	李细中	3.00	0.02%
45	李怡	3.00	0.02%
46	容雪梅	3.00	0.02%
47	王燕	3.00	0.02%
48	熊晓芸	3.00	0.02%
49	余欣	3.00	0.02%
50	张志勇	3.00	0.02%
51	陈嘉	2.00	0.02%
52	汤江华	2.00	0.02%
53	田江	2.00	0.02%
54	曾小敏	1.50	0.01%
55	唐净	1.00	0.01%
合计		12,719.50	100.00%

公司本次股份转让的具体原因如下：（1）罗晓君因个人原因从发行人离职，自愿转让持有的发行人股份；（2）周力因无法如期履行到发行人任职的承诺，自愿转让持有的发行人股份；（3）徐辉、李春凤、施博文、孙伍阳、张玉林等无法履行为发行人开拓市场的承诺，自愿转让持有的发行人股份。

除许和与发行人股东匡子、匡炜、匡文及闫琼存在亲属关联关系外，本次股份转让受让方许和与下列单位与人员不存在任何形式的关联关系：股份公司的其他自然人股东，股份公司法人股东上海天祥商务咨询有限公司，股份公司的董事、监事、高级管理人员，股份公司申请首次公开发行并上市所聘请的中介机构（即，华泰联合证券有限责任公司、北京市康达律师事务所、天健正信会计师事务所）及其负责人、签字人员；不存在通过协议、信托或任何其他方式为他人代为持有股份公司股份的情形，本次股权转让不存在纠纷和潜在风险。

（二）历次股权变化对公司的影响

公司历次增资及股权转让等股权变化，未改变公司的实际控制人、主营业务和核心管理层，并进一步增强了公司的资本实力、优化了股权结构，实现了中高层管理人员和业务骨干员工持股，建立了长期激励机制，有利于公司的可持续发展。

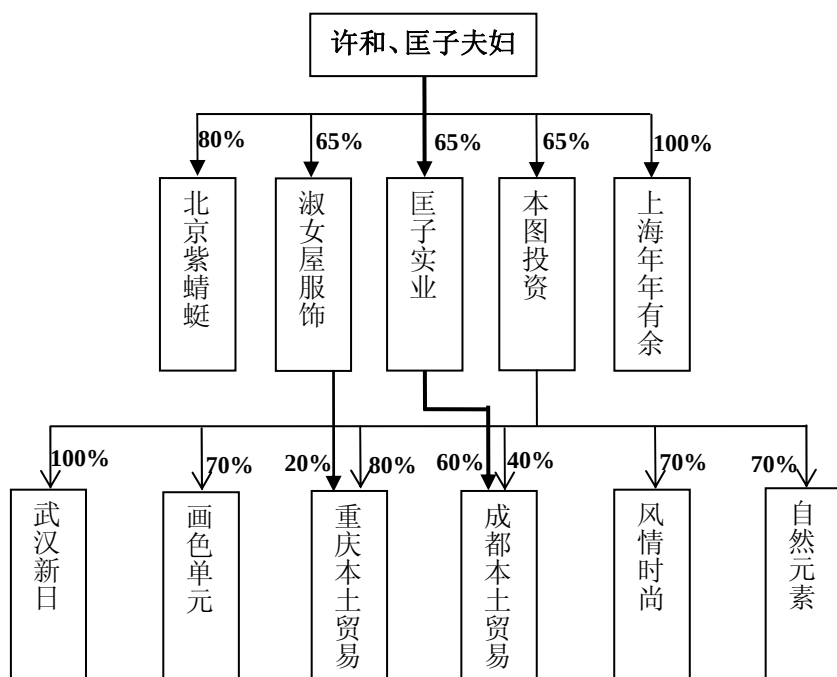
五、发行人的资产重组情况

报告期内，发行人未有重大资产重组活动。发行人自设立以来的资产重组情况如下：

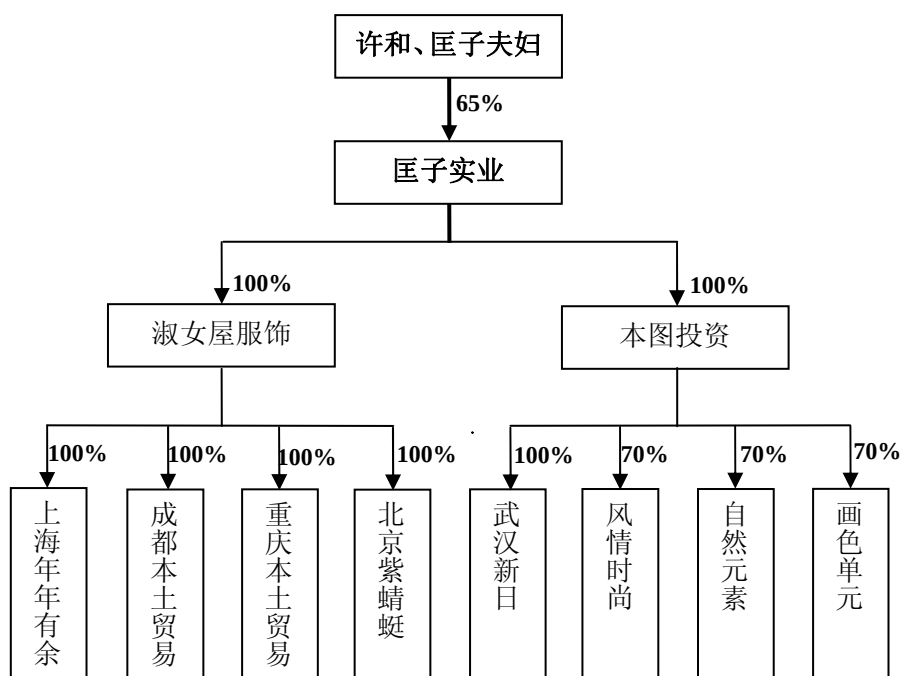
（一）2007 年的股权收购

为了进一步理顺股权关系、避免同业竞争和减少关联交易、规范经营、降低管理成本以及实现主营业务整体上市，2007年末，公司实际控制人许和、匡子以匡子实业为收购方，对其实际控制的企业进行了一系列股权收购：首先由淑女屋服饰收购各地营销公司的股权，再由匡子实业收购淑女屋服饰和本图投资的股权，形成以匡子实业为主体公司，淑女屋服饰为营销管理子公司，本图投资为经营资产管理子公司的经营主体架构。

2007年收购前的股权架构:



2007年收购后的股权架构:



2007年股权收购过程一览表：

收购主体	收购对象	收购时间
淑女屋服饰	北京紫蜻蜓 100%的股权	2007 年 10 月
	重庆本土贸易 80%的股权	2007 年 11 月
	成都本土贸易 100%的股权	2007 年 12 月
	上海年年有余 100%的股权	
匡子实业	淑女屋服饰 100%的股权	2007 年 12 月
	本图投资 100%的股权	

1、2007年10月至12月，淑女屋服饰收购各地营销公司的股权

根据匡子实业当时的发展战略规划，公司实际控制人许和、匡子将淑女屋服饰定位为公司的营销渠道管理主体，管理全国各地营销子公司、直营店和加盟店；北京紫蜻蜓、上海年年有余、重庆本土贸易、成都本土贸易定位为区域性营销子公司。淑女屋服饰以股权收购方式将许和、匡子控制的重庆本土贸易、成都本土贸易、北京紫蜻蜓、上海年年有余变更为其全资子公司。

(1) 收购时淑女屋服饰的基本情况

深圳市淑女屋服饰有限公司成立于1995年2月27日，注册资本269万元，许和出资87.43万元，占32.50%，匡子出资87.43万元，占32.50%，匡炜出资53.80万元，占20%，匡文出资40.34万元，占15%。

(2) 2007年10月，淑女屋服饰收购北京紫蜻蜓100%的股权

北京紫蜻蜓服饰有限公司成立于1998年9月14日，注册资本为150万元，匡子出资120万元，占80%，匡文出资30万元，占20%。

2007年9月25日，淑女屋服饰与匡子、匡文签署了《出资转让协议书》，匡子、匡文将各自持有的北京紫蜻蜓80%、20%的股权分别以120万元、30万元的价格转让给淑女屋服饰。2007年10月30日，北京紫蜻蜓完成工商变更登记手续，成为淑女屋服饰的全资子公司。

(3) 2007 年 11 月，淑女屋服饰收购重庆本土贸易 80%的股权

重庆本土贸易有限公司成立于2003年8月5日，注册资本为100万元，本图投资出资80万元，占80%，淑女屋服饰出资20万元，占20%。

2007年9月28日，淑女屋服饰与本图投资签署了《股权转让协议》，本图投资将持有的重庆本土贸易80%股权以80万元的价格转让给淑女屋服饰。2007年11月5日，重庆本土贸易完成工商变更登记手续，成为淑女屋服饰的全资子公司。

（4）2007 年 12 月，淑女屋服饰收购成都本土贸易 100%的股权

成都本土贸易有限公司成立于2003年9月19日，注册资本为50万元，匡子实业出资30万元，占60%，本图投资出资20万元，占40%。

2007 年 11 月 1 日，匡子实业和本图投资分别与淑女屋服饰签署了《股权转让协议》，将各自持有的成都本土贸易 60%、40%的股权分别以 30 万元和 20 万元的价格转让给淑女屋服饰。2007 年 12 月 12 日，成都本土贸易完成工商变更登记手续，成为淑女屋服饰的全资子公司。

（5）2007 年 12 月，淑女屋服饰收购上海年年有余 100%的股权

上海年年有余服饰有限公司成立于 2002 年 6 月 4 日，注册资本为 50 万元，左三强出资 30 万元，占 60%，陈细容出资 20 万元，占 40%。

2007 年 10 月 18 日，左三强、陈细容分别与淑女屋服饰签订了《股权转让协议》，将各自持有的上海年年有余 60%、40%的股权分别以 30 万元和 20 万元的价格转让给淑女屋服饰。2007 年 12 月 27 日，上海年年有余完成工商变更登记手续，成为淑女屋服饰的全资子公司。

左三强（匡子的亲戚）、陈细容（左三强之兄的配偶）两人为上海年年有余的名义股东，股权系代许和、匡子所持有。2009 年 8 月 21 日，左三强和陈细容分别签署了《关于持有上海年年有余服饰有限公司股权的说明》并经发行人律师访谈及见证，确认其名下的上海年年有余股权均由许和、匡子实际出资形成，其上海年年有余没有任何实际出资，也没有实质参与上海年年有余的任何生产经营活动；其名义持有上述股权期间，基于该等股权所产生之一切权利义务均由许和、匡子享有和承担，其不享有任何实体权利；其代许和、匡子持有股权及其后的转让股权行为皆出于自愿，不存在任何异议。

2、2007 年 12 月，匡子实业收购淑女屋服饰 100%的股权

2007 年 12 月 20 日，匡子实业与许和、匡子、匡炜、匡文签订了《股权转让协议书》并经深圳市南山区公证处出具的（2007）深南华内经证字第 201 号《公证书》公证，匡子实业分别以 87.43 万元、87.43 万元、53.80 万元、40.34 万元的价格受让许和、匡子、匡炜、匡文各自持有的淑女屋服饰 32.50%、32.50%、20%、15%的股权。2007 年 12 月 25 日，淑女屋服饰完成工商变更登记手续，成

为匡子实业的全资子公司。

3、2007 年 12 月，匡子实业收购本图投资 100%的股权

（1）收购时本图投资的基本情况

深圳市本图投资发展有限公司成立于 2001 年 9 月 5 日，注册资本 2,600 万元，许和出资 845 万元，占 32.50%，匡子出资 845 万元，占 32.50%，匡炜出资 520 万元，占 20%，匡文出资 390 万元，占 15%。

（2）2007 年 12 月，匡子实业收购本图投资 100%股权

2007 年 12 月 20 日，匡子实业与许和、匡子、匡炜、匡文签订了《股权转让协议书》并经深圳市南山区公证处出具的（2007）深南华内经证字第 202 号《公证书》公证，匡子实业分别以 845 万元、845 万元、520 万元、390 万元的价格受让许和、匡子、匡炜、匡文各自持有的本图投资 32.50%、32.50%、20%、15% 的股权。2007 年 12 月 25 日，本图投资完成工商变更登记手续，成为匡子实业的全资子公司；同时，本图投资控股的武汉新日、风情时尚、自然元素、画色单元成为匡子实业间接控股的子公司，其基本情况参见本招股说明书本节之“八、发行人子公司情况”。

（二）2010 年，发行人吸收合并全资子公司淑女屋服饰

为了减少管理层级，提高对各地营销子公司的管理效率，发行人决定吸收合并全资子公司淑女屋服饰。2010 年 3 月 12 日，发行人与淑女屋服饰签署了《吸收合并协议》；2010 年 3 月 26 日，发行人股东大会作出决议，决定吸收合并全资子公司淑女屋服饰，淑女屋服饰股东会也作出决议，同意被股份公司吸收合并。2010 年 4 月 2 日，发行人及淑女屋服饰分别在《深圳商报》上刊登了《合并公告》；2010 年 6 月 18 日，深圳市国家税务局出具《注销税务登记通知书》（深国税福登销[2010]10564 号），准予淑女屋服饰注销国税登记。2010 年 8 月 11 日，深圳市福田区地方税务局出具《注销税务登记通知书》（深地税福注[2010]10001117 号），准予淑女屋服饰注销地税登记。2010 年 9 月 16 日，淑女屋服饰完成工商注销登记手续。

本次吸收合并完成后，淑女屋服饰全资控股的成都本土贸易、重庆本土贸易、

北京紫蜻蜓、上海年年有余 4 家公司成为发行人直接控制的全资子公司。

发行人吸收合并全资子公司淑女屋服饰，旨在减少管理层级，提高对下属子公司的管理效率，不影响发行人合并报表，不属于重大资产重组。

六、发行人历次验资情况

（一）1993 年 10 月，有限公司设立

深圳中诚会计师事务所对发行人前身匡子时装于 1993 年 10 月 25 日设立时的出资出具了深诚验资字（1993）第 A513 号《验资证明书》，审验公司的注册资本已足额缴纳。

（二）1996 年 8 月，有限公司增资

深圳兴蒙会计师事务所于 1996 年 7 月 11 日出具的深兴验字（1996）第 105 号《验资报告》对此次增资予以审验，截至 1996 年 7 月 8 日，本次新增出资已足额缴纳。

（三）1998 年 4 月，有限公司增资

深圳敬业会计师事务所于 1998 年 3 月 28 日出具的敬会验资报字（1998）第 030 号《验资报告》对此次增资予以审验，截至 1998 年 3 月 27 日，本次新增出资已足额缴纳。

（四）2007 年 12 月，有限公司增资

天健华证中洲（北京）会计师事务所于 2007 年 12 月 18 日出具的天健华证中洲验（2007）NZ 字第 020052 号《验资报告》对此次增资予以审验，截至 2007 年 12 月 18 日，本次新增出资已足额缴纳。

（五）2008 年 6 月，整体变更设立股份公司

天健华证中洲（北京）会计师事务所于 2008 年 6 月 12 日就股份公司的整体变更设立出具了天健华证中洲验（2008）GF 字第 020012 号《验资报告》，对发起人出资予以审验，截至 2008 年 6 月 12 日，发起人的出资已足额缴纳。

（六）2008 年 12 月，股份公司增资

天健光华（北京）会计师事务所于2008年12月22日出具的天健光华验（2008）GF字第020023号《验资报告》对此次增资予以审验，截至2008年12月22日，本次新增出资已足额缴纳。

（七）2009 年 12 月，股份公司增资

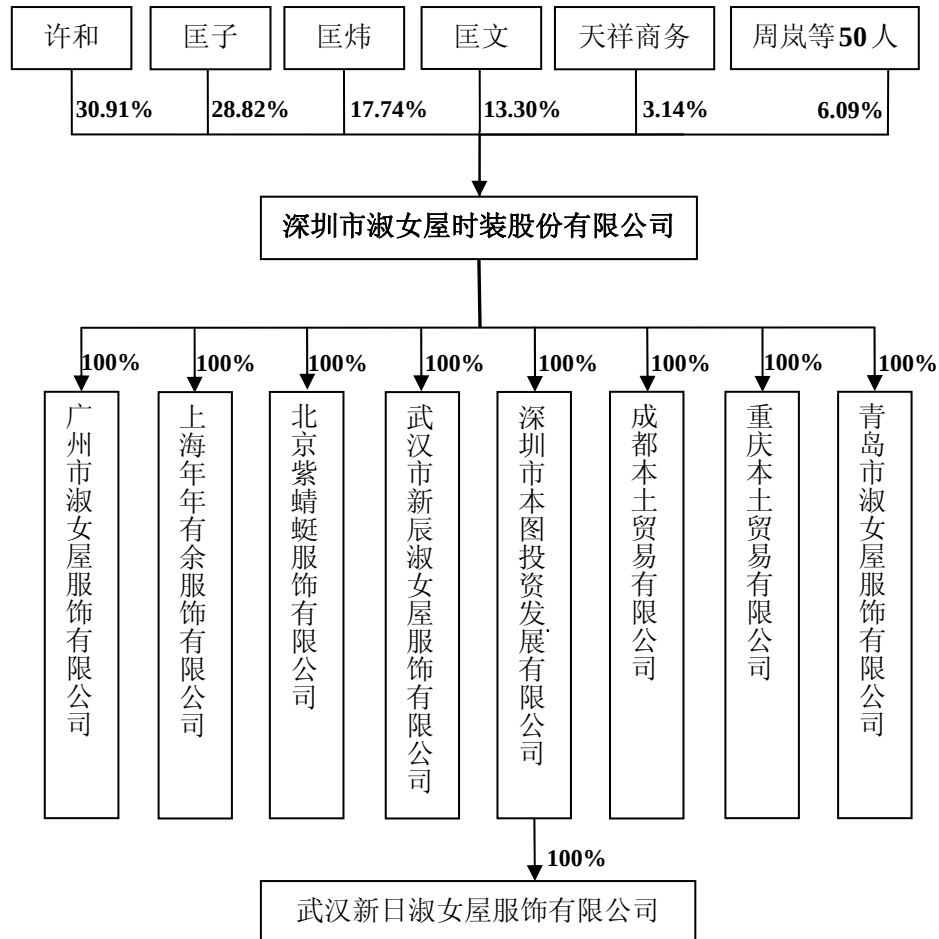
天健光华（北京）会计师事务所于2009年12月25日出具了天健光华验（2009）GF字第020036号《验资报告》对此次增资予以审验，截至2009年12月23日，本次新增出资已足额缴纳。

（八）2010 年 8 月，股份公司增资

天健正信会计师事务所于2010年7月30日出具了天健正信验（2010）综字第020101号《验资报告》对此次增资予以审验，截至2010年7月27日，本次新增出资已足额缴纳。

七、发行人的组织结构

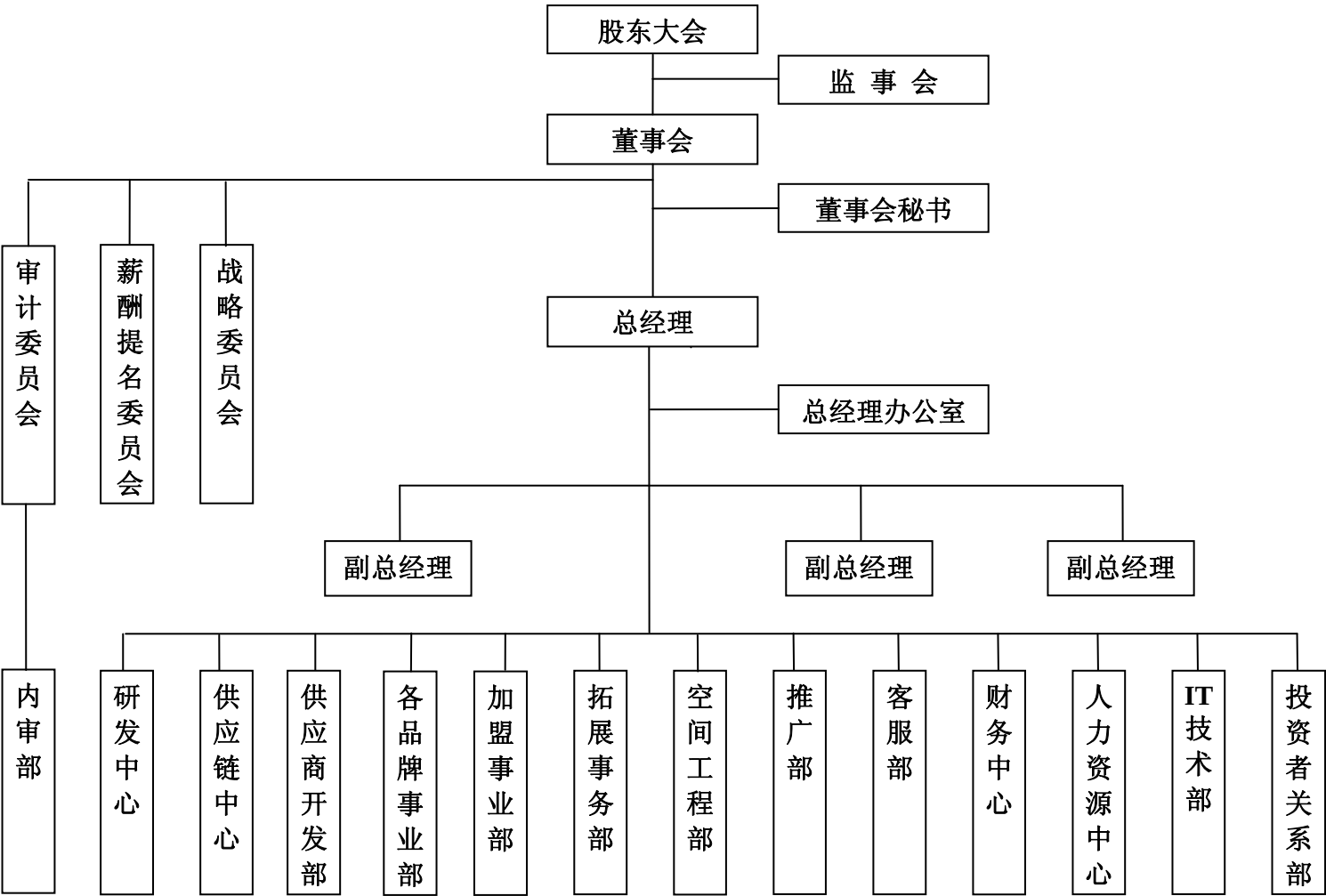
(一) 发行人股权结构图



(二) 发行人内部组织设置

1、组织机构设置图

发行人按照《公司法》和《公司章程》的规定，并结合公司业务发展的需要，建立了规范的法人治理结构和健全的内部管理机构，现行组织结构图如下：



2、组织机构的职责

发行人的最高权力机构是股东大会，董事会向股东大会负责，公司实行董事会领导下的总经理负责制，在董事会的领导下，由总经理负责公司日常经营管理。

职能部门	主要职能
总经理办公室	辅助总经理日常事务，传递公司经营管理信息，衔接公司各职能部门，检查督促公司规章制度和总经理各项指令事项的执行落实；公司重要文书、档案资料的保管。
品牌事业部	制订品牌发展战略和发展规划、营销策略、年度经营计划、商品企划，确定各季订货指标并下生产订单；直营店的选址、开店、销售管理、售后服务、渠道管理工作；制定和实施营销管理制度。
加盟事业部	制订加盟拓展规划；加盟店的开发、评估、报批、管理；收集市场信息，参与商品企划；制订各加盟商各季订货指标；加盟渠道管理制度和销售政策的制定及实施。
拓展事务部	负责全国终端店铺开业前的配套准备工作，包括拓展申请报批、店铺设计图纸、工程道具发放、广告宣传品及营销配套用品的发放、装修施工等工作。
空间工程部	负责店铺装修工程设计，协助拍摄每季广告。
推广部	负责制作宣传画册、海报、广告品等；负责布展用品的采购及配发，并检查实施效果；配合品牌事业部，策划大型VIP推广活动。
客服部	公司售后服务的管理工作；收集客户意见，受理顾客投诉，调解消费者纠纷；VIP卡的审批及制卡、VIP客户管理；负责协调处理加盟商同公司各职能部门业务联系中的问题。
研发中心	制订公司研发规划和设计企划，组织设计工作；研发产品的样板制作、初步评审；订货会的产品发布；公司对外整体形象的设计；收集市场数据和流行资讯；研发队伍的人才培养、专业培训。
供应链中心	制订采购、生产、物流、仓储等各项管理制度；编制物料清单和生产工艺单，寻找合格供应商，采购面辅料，组织自主生产；寻找合格外协加工厂，组织外协生产；质量控制；物流与仓储。
供应商开发部	与供应链中心配合共同开发供应商；收集、提供面辅料流行资讯，提供相应的样品。
财务中心	公司的财务管理、会计核算、税务管理等；统筹管理下属子（分）公司的对口业务。
内审部	在董事会审计委员会领导下对公司各部门、控股子公司的经营状况、财务收支情况以及重大工程项目的结算报告进行审计监督，独立行使审计职权，对董事会负责并报告工作，接受监事会的监督。
人力资源中心	制订人力资源规划，建立和实施公司人事、行政管理制度、绩效考评和薪资制度；人员招聘和培训工作；组织统筹策划企业文化活动；法律法规的咨询及各类纠纷的处理。
IT 技术部	公司信息网络建设、维护及其安全运行；ERP系统的开发、实施、维护；分支机构、直营店及加盟商分销管理系统的开发与维护。
投资者关系部	由董事会秘书主管，协助董事会组织召开股东大会、董事会等会议，对外信息披露及投资者关系维护等。

（三）发行人分公司情况

发行人的分公司包括股份公司及其各子公司下的分公司，截至本招股说明书签署日，发行人的分公司基本情况如下表：

序号	分公司名称	营业场所	经营范围
1	淑女屋时装观澜分公司	深圳市宝安区观澜街道樟坑径社区下围工业区3号	女士上装、女士下装、床上用品的设计、生产；日常用品、床上用品、床、床垫、纺织品、服装、灯具和鞋类的销售；国内贸易；礼仪信息咨询服务；货物进出口、技术进出口
2	淑女屋时装南园分店	深圳市福田区南园路动力公司商住楼5栋101-3	服装、床上用品、家居用品销售及其它国内贸易
3	淑女屋时装中心城床品店	深圳市福田区福华一路三号新怡景商业中心UG层RUG036号铺	服装的销售；国内贸易
4	淑女屋时装京基百纳自然元素分店	深圳市南山区深圳湾二路与白石路交汇处御景东方花园裙楼123号L1-26室	服装的销售；国内贸易
5	淑女屋时装桃园分店	深圳市南山区桃园路常丰花园B栋16号	服装销售；国内贸易
6	淑女屋时装中心城自然元素店	深圳市福田区福华路新怡景商业中心G层RG034号铺	服装销售及其他国内贸易
7	淑女屋时装龙岗紫薇分店	深圳市龙岗区中心城紫薇花园4、8、11、15、18、21栋商业中心商铺B103	床上用品、服装的销售，国内贸易
8	淑女屋时装喜荟城分店	深圳市罗湖区太宁路百仕达东郡广场裙楼三层303号铺	床上用品、服装的销售，国内贸易
9	淑女屋时装大连分公司	大连市中山区友好路211号1-1-13-4	为本公司业务咨询、联系服务
10	淑女屋时装南京河西万达店	南京市建邺区江东中路98号(万达广场步行街一层158A)	服装、床上用品销售
11	淑女屋时装长沙分公司	长沙市芙蓉区东牌楼57号蚂蚁工房1313房	在总公司经营范围内联系业务
12	淑女屋时装沈阳分公司	沈阳市和平区太原南街2号128室	服装销售
13	淑女屋时装沈阳中街恒隆店	沈阳市沈河区中街路128号第三层第356号单元	日常用品、床上用品、床、床垫、纺织品、服装、灯具、鞋批发、零售
14	淑女屋时装沈阳中街恒隆自然元素店	沈阳市沈河区中街路128号第三层第304号单元	日常用品、床上用品、床、床垫、纺织品、服装、灯具、鞋批发、零售。
15	淑女屋时装驻西安办事处	西安市碑林区和平路东四道巷榕园公寓1305号	-
16	淑女屋时装景田分店	深圳市福田区莲花西路锦绣园三期裙楼112号	服装、床上用品、国内贸易
17	淑女屋时装梅林分店	深圳市福田区下梅林金梅花园第五栋一楼103B商铺	服装、床上用品、国内贸易
18	淑女屋时装益田床分店	深圳市南山区深圳地铁世界之窗站北(一号线与益田假日广场连通)商业项目B2-M86-M88	服装、床上用品的销售；国内贸易

19	淑女屋时装京基百纳分店	深圳市南山区深圳湾二路与白石路交汇处御景东方花园裙楼 123L2-18	服装、床上用品的购销；国内贸易
20	淑女屋时装京基百纳淑分店	深圳市南山区深圳湾二路与白石路交汇处御景东方花园裙楼 123L1-27、28a	服装、床上用品的购销；国内贸易
21	淑女屋时装长沙开福区分公司	长沙市开福区金泰路 199 号湘江世纪城凤亭路悦江苑-1 层-10024 房	批发零售：服饰、帽、针纺织品、床上用品
22	广州淑女屋前进分店	广州市海珠区江南大道中 99 之二号 102 房自编 01 铺	批发和零售贸易
23	广州淑女屋华景城分店	广州市天河区华景路 62-64 号 104 自编之一房	销售：服装；货物进出口、技术进出口
24	广州淑女屋天河分店	广州市天河区天河路 208 号天河城购物中心第一层 143A-145 铺	销售：服装；货物进出口、技术进出口
25	广州淑女屋天河菲菲分公司	广州市天河区天河路 208 号广东天河城广场第一层 172 号商铺	零售贸易
26	广州淑女屋新市淑女屋床上用品分店	广州市白云区机场路百信三期一层第 1020 号	零售贸易
27	广州淑女屋新市自然元素分店	广州市白云区机场路百信三期一层第 1019 号	零售贸易
28	广州淑女屋新市淑女屋分店	广州市白云区机场路百信三期一层第 1021 号	零售贸易
29	广州淑女屋新塘分店	广州市增城新塘镇港口大道北 332 号新塘金海岸城市广场首层第 A 区 17 号	零售贸易
30	广州淑女屋东方宝泰分店	广州市天河区林和中路 63 号地下三层广州东方宝泰购物广场 B1 层第 1006 铺	批发和零售贸易；货物及技术进出口
31	广州淑女屋东方宝泰吉之岛床上用品分店	广州市天河区林和中路 63 号东方宝泰购物广场 B1 层第 1005、1006 商铺	批发和零售贸易；货物进出口、技术进出口
32	广州淑女屋海珠分店	广州市海珠区宝岗大道 498 号新一城店第首层第 1F-27/28 号铺	批发和零售贸易；货物及技术进出口
33	广州淑女屋海珠第一分店	广州市海珠区宝岗大道 498 号新一城店第贰层第 2F-1 号商铺	批发和零售贸易；货物及技术进出口
34	广州淑女屋中华广场自然元素分店	广州市越秀区中山三路 33 号中华广场二层 2043 铺	批发和零售贸易；货物进出口；技术进出口
35	广州淑女屋万菱汇分店	广州市天河区天河路 232 号 L2 层 29 房	批发和零售贸易；货物进出口、技术进出口
36	广州淑女屋万达分店	广州市白云区云城东路 509 号 252 铺	批发和零售贸易
37	广州淑女屋万	广州市白云区云城东路	批发和零售贸易

	达自然元素店	509号221铺	
38	广州淑女屋万达菲菲分店	广州市白云区云城东路509号162、163铺	批发和零售贸易
39	上海年年有余虹桥路店	虹桥路1号401B铺位	服装、鞋帽、皮具销售
40	上海年年有余南京办事处	鼓楼区牌楼巷45号国华大厦15楼A	—
41	上海年年有余芳甸路店	浦东新区芳甸路199弄22号	服装、鞋帽、皮具的销售
42	上海年年有余肇嘉浜路店	肇嘉浜路201弄3号101-01室	服装、鞋帽、皮具的销售
43	上海年年有余长宁路店	上海市长宁区长宁路1018号3009室	销售服装、鞋帽、皮具
44	上海年年有余徐汇店	虹桥路1号469铺位	服装、鞋帽、皮具销售
45	上海年年有余驻杭州办事处	—	—
46	上海年年有余无锡分公司	无锡市北塘区凤翔路180号908室	为总公司联系业务
47	上海年年有余闵行店	上海市闵行区沪闵路6088号二层02-35号	服装、鞋帽、皮具销售
48	上海年年有余川沙店	浦东新区南桥路687号	服装、鞋帽、皮具的销售
49	武汉新辰销品茂店	武昌区徐东大街18号1栋1层1005-06、1007-08商铺	服装、鞋帽、床上用品、工艺品、饰品、日用百货销售
50	武汉新辰民众店	武汉市江汉区中山大道704号武汉新民众乐园有限公司2层214号	服装鞋帽、床上用品、工艺品、饰品、日用百货销售
51	武汉新辰菱角湖万达一店	武汉市江汉区唐家墩路5号菱角湖万达商业广场室内步行街1层1-18号	服装、鞋帽、床上用品、工艺品、饰品、日用百货销售
52	武汉新辰菱角湖万达二店	武汉市江汉区唐家墩路5号菱角湖万达商业广场室内步行街2层2-59、2-60号	服装、鞋帽、床上用品、工艺品、饰品、日用百货销售
53	武汉新辰经开万达一店	武汉经济技术开发区东风大道111号经开万达广场室内步行街一楼1-71、1-72、1-73号商铺	服装鞋帽、床上用品、工艺品、饰品、日用百货的销售
54	武汉新辰经开万达二店	武汉经济技术开发区东风大道111号经开万达广场室内步行街二楼2-17、2-18号商铺	服装鞋帽、床上用品、工艺品、饰品、日用百货的销售
55	武汉新辰经开万达三店	武汉经济技术开发区东风大道111号经开万达广场室内步行街二楼2-31号商铺	服装鞋帽、床上用品、工艺品、饰品、日用百货的销售
56	北京紫蜻蜓王府井大街店	北京市东城区王府井大街138号350店铺	销售服装、日用品、针纺织品、床上用品、工艺品

57	北京紫蜻蜓东城王府井大街第二分店	北京市东城区王府井大街138号419号铺	销售服装、日用品、针纺织品、工艺品
58	北京紫蜻蜓朝阳公园路分店	北京市朝阳区朝阳公园路6号蓝色港湾1号楼SMM-47	销售服装、日用品、针纺织品、工艺品
59	北京紫蜻蜓望京分店	北京市朝阳区广顺北大街33号院213号楼201号02-03	销售服装、日用品、针纺织品、工艺品
60	北京紫蜻蜓朝阳北路分店	北京市朝阳区朝阳北路101号楼3层02-03	销售服装、日用品、针纺织品、工艺品
61	北京紫蜻蜓海淀远大路分店	北京市海淀区远大路1号金源时代购物中心2031号	销售服装、日用品、针纺织品、工艺品
62	北京紫蜻蜓西城西单分店	北京市西城区西单北大街131号4F-56	销售服装、日用品、针纺织品、工艺品
63	北京紫蜻蜓西城西直门分店	北京市西城区西直门外大街1号西区商业03层03-11号(德胜园区)	销售服装、日用品、针纺织品、工艺品
64	青岛淑女屋中山路店	青岛市市南区中山路126-128号	批发零售:服饰、服装鞋帽、针纺织品、床上用品
65	青岛淑女屋万达店	青岛市市北区延吉路116号一层152、153、155	批发零售:服饰、服装鞋帽、针纺织品、床上用品
66	成都本土贸易建设路分店	成都市成华区二环路东二段6号附27号	销售:百货、服装、针纺织品
67	成都本土贸易顺城大街一分店	成都市青羊区顺城大街289号2011号	销售:百货、服装、机械电器设备、计算机外围设备、办公用品及耗材、装饰材料、通讯器材(不含无线电发射设备)、针纺织品、工艺美术品(不含金制品、银元、文物)、计算机软硬件
68	成都本土贸易顺城大街二分店	成都市青羊区顺城大街289号3010号	销售:百货、服装、机械电器设备、计算机外围设备、办公用品及耗材、装饰材料、通讯器材(不含无线电发射设备)、针纺织品、工艺美术品(不含金制品、银元、文物)、计算机软硬件
69	重庆本土贸易嘉茂店	重庆市沙坪坝区小龙坎新街029号华宇广场1号二层02-19号	销售百货(不含农膜)、普通机械、家用电器、装饰材料(不含危险化学品)、通讯设备(不含无线电发射设备及地面卫星接收设施)、针纺织品、工艺美术品、计算机软硬件;商品信息咨询
70	重庆本土贸易煌华店	重庆市沙坪坝区三峡广场双巷子步行街6号煌华国贸中心新纪元购物广场2层31号	销售百货(不含农膜)、普通机械、家用电器、装饰材料、通讯设备(不含无线电发射设备及地面卫星接收设施)、针纺织品、工艺美术品(不含黄金制品)、计算机软硬件;商品信息咨询
71	重庆本土贸易大融城店	重庆市江北区观音桥步行街8号附5号3-1至附5	销售:百货(不含农膜)、普通机械、家用电器、装置材料、通讯设备(不含

		号 3-3 (3 层 006 号商铺)	无线电发射设备及地面卫星接收设备)、针纺织品、工艺美术品(不含黄金制品)、计算机软硬件; 商品信息咨询(国家有专项规定的除外)

八、发行人子公司情况

(一) 子公司情况

发行人目前拥有9家全资子公司(孙公司), 无参股子公司。各子公司的基本情况如下所述:

1、深圳市本图投资发展有限公司

成立时间	2001-09-05	注册资本	2,600万元	实收资本	2,600 万元
注册地址	深圳市南山区侨城北路高发东方科技园2#厂房(华展大厦)2、3、4层南				
经营范围	兴办实业(具体项目另行申报), 国内商业、物资供销业(不含专营、专控、专卖商品), 服装设计, 样服制作、加工				
主营业务	发行人经营性资产的管理				
股权结构	发行人持有100%的股权				
主要财务数据 (经天健正信 审计)	2010 年 12 月 31 日		2010 年度		
	总资产(万元)	净资产(万元)	净利润(万元)		
	5,648.51	3,479.42	0.70		
	2011 年 6 月 30 日		2011 年 1-6 月		
	总资产(万元)	净资产(万元)	净利润(万元)		
	5,474.63	3,480.15	0.74		

2、武汉新日淑女屋服饰有限公司

成立时间	2005-05-30	注册资本	2,000 万元	实收资本	2,000 万元
注册地址	武汉经济技术开发区兴华路78号				
经营范围	服饰、家居产品的设计、研发、生产、销售及售后服务				
主营业务	发行人各品牌产品的生产				
股权结构	本图投资持有100%股权				
主要财务数据 (经天健正信 审计)	2010 年 12 月 31 日		2010 年度		
	总资产(万元)	净资产(万元)	净利润(万元)		
	4,073.09	1,838.60	-96.64		
	2011 年 6 月 30 日		2011 年 1-6 月		
	总资产(万元)	净资产(万元)	净利润(万元)		
	3,757.46	1,692.59	-146.01		

3、北京紫蜻蜓服饰有限公司

成立时间	1998-09-14	注册资本	150 万元	实收资本	150 万元
注册地址	北京市海淀区中关村大街15号C252、C253商铺				
经营范围	销售服装、日用品、机械设备、五金交电、电子产品、建筑材料、针纺织品、工艺品; 信息咨询(不含中介服务); 技术开发、技术转让、技术服务				
主营业务	发行人各品牌产品的销售				
股权结构	发行人持有100%股权				

主要财务数据 (经天健正信 审计)	2010年12月31日		2010年度
	总资产(万元)	净资产(万元)	净利润(万元)
	1,337.73	-416.16	-6.22
	2011年6月30日		2011年1-6月
	总资产(万元)	净资产(万元)	净利润(万元)
	1,203.73	-414.25	1.91

4、上海年年有余服饰有限公司

成立时间	2002-06-04	注册资本	50万元	实收资本	50万元
注册地址	康健路139号704室				
经营范围	服装、鞋帽、皮具销售, 附设分公司				
主营业务	发行人各品牌产品的销售				
股权结构	发行人持有100%股权				
主要财务数据 (经天健正信 审计)	2010年12月31日		2010年度		
	总资产(万元)	净资产(万元)	净利润(万元)		
	1,937.98	-783.43	23.73		
	2011年6月30日		2011年1-6月		
	总资产(万元)	净资产(万元)	净利润(万元)		
	1,360.88	-841.40	-57.97		

5、重庆本土贸易有限公司

成立时间	2003-08-05	注册资本	100万元	实收资本	100万元
注册地址	渝中区上清寺美专校街66号(鑫隆大厦)A座18-3				
经营范围	销售百货(不含农膜)、普通机械、家用电器、装饰材料、通讯设备(不含无线电发射设备及地面卫星接收设施)、针纺织品、工艺美术品(不含黄金制品)、计算机软硬件、商品信息咨询(国家有专项规定的除外)				
主营业务	发行人各品牌产品的销售				
股权结构	发行人持有100%的股权				
主要财务数据 (经天健正信 审计)	2010年12月31日		2010年度		
	总资产(万元)	净资产(万元)	净利润(万元)		
	1,238.11	-194.97	104.31		
	2011年6月30日		2011年1-6月		
	总资产(万元)	净资产(万元)	净利润(万元)		
	955.85	-195.53	-0.56		

6、成都本土贸易有限公司

成立时间	2003-09-19	注册资本	50万元	实收资本	50万元
注册地址	成都市青羊区鼓楼南街117号附1号B座1905房				
经营范围	销售: 百货、服装、机械电器设备、计算机外围设备、办公用品及耗材、装饰材料、通讯器材(不含无线电发射设备)、针纺织品、工艺美术品(不含金制品、银元、文物)、计算机软硬件				
主营业务	发行人各品牌产品的销售				
股权结构	发行人持有100%股权				
主要财务数据 (经天健正信 审计)	2010年12月31日		2010年度		
	总资产(万元)	净资产(万元)	净利润(万元)		
	1,512.29	13.36	437.47		
	2011年6月30日		2011年1-6月		
	总资产(万元)	净资产(万元)	净利润(万元)		
	964.09	232.89	219.53		

7、广州市淑女屋服饰有限公司

成立时间	2008-10-24	注册资本	100万元	实收资本	100万元
注册地址	广东省广州市天河区黄埔大道西76号富力盈隆广场1310-1311房				
经营范围	批发和零售贸易，货物进出口及技术进出口				
主营业务	发行人各品牌产品的销售				
股权结构	发行人持有100%股权				
主要财务数据 (经天健正信 审计)	2010年12月31日		2010年度		
	总资产(万元)	净资产(万元)	净利润(万元)		
	1,346.80	-483.69	-17.02		
	2011年6月30日		2011年1-6月		
	总资产(万元)	净资产(万元)	净利润(万元)		
	1,148.11	-617.88	-134.19		

8、武汉市新辰淑女屋服饰有限公司

成立时间	2008-08-19	注册资本	100万元	实收资本	100万元
注册地址	武昌区中北路233号世纪彩城E区世纪大厦5层1-3号				
经营范围	服装鞋帽、床上用品、工艺品、饰品、日用百货的销售				
主营业务	发行人各品牌产品的销售				
股东构成	发行人持有100%股权				
主要财务数据 (经天健正信 审计)	2010年12月31日		2010年度		
	总资产(万元)	净资产(万元)	净利润(万元)		
	750.21	145.49	9.55		
	2011年6月30日		2011年1-6月		
	总资产(万元)	净资产(万元)	净利润(万元)		
	869.35	186.68	41.19		

9、青岛市淑女屋服饰有限公司

成立时间	2008-08-08	注册资本	100万元	实收资本	100万元
注册地址	青岛市市南区中山路70号401室				
经营范围	批发零售(零售限分支机构经营): 服饰, 服装鞋帽, 针纺织品, 床上用品				
主营业务	发行人各品牌产品的销售				
股东构成	发行人持有100%股权				
主要财务数据 (经天健正信 审计)	2010年12月31日		2010年度		
	总资产(万元)	净资产(万元)	净利润(万元)		
	548.97	-35.76	-23.73		
	2011年6月30日		2011年1-6月		
	总资产(万元)	净资产(万元)	净利润(万元)		
	575.31	-24.72	11.04		

(二) 报告期内曾存在过的子公司

1、深圳市淑女屋服饰有限公司

公司的基本情况详见本招股说明书本节之“五、发行人的资产重组情况”。淑女屋服饰在2010年已被发行人吸收合并，并于2010年9月16日完成工商注销登记手续。

2、深圳市风情时尚服饰有限公司

公司成立于2004年7月2日，注册资本300万元，本图投资出资210万元，占70%，匡子出资58.50万元，占19.50%，匡炜出资18万元，占6%，匡文出资13.50万元，占4.50%；注册地址：深圳市南山区侨城北路高发东方科技园2#厂房一楼103号；经营范围：服装设计、生产（含配饰用品，消防验收合格后经营）；国内商业、物资供销业（不含专营、专控、专卖商品）。该公司曾拟作为发行人的品牌管理公司存在，自设立以来仅发生过面辅料的零星采购业务。2007年10月10日，风情时尚股东会通过决议，同意公司注销，并于2007年11月22日在《深圳商报》刊登了注销事项公告。2008年7月9日，深圳市南山区国家税务局出具《注销税务登记通知书》（深国税南登销[2008]9759号），核准风情时尚注销税务登记；2008年7月30日，深圳市南山区地方税务局出具《注销税务登记通知书》（深地税南注[2008]10000573号），核准风情时尚注销税务登记。2008年8月15日，风情时尚完成公司注销登记手续。

3、深圳市画色单元家饰有限公司

公司成立于2004年4月8日，注册资本300万元，本图投资出资210万元，占70%，匡子出资58.50万元，占19.50%，匡炜出资18万元，占6%，匡文出资13.50万元，占4.50%；注册地址：深圳市南山区侨城北路高发东方科技园2#厂房（华展）502、511室；经营范围：家居饰品和床上用品的设计、生产和销售；该公司曾拟作为发行人的品牌管理公司存在，设立以来主要从事公司床上用品的少量销售业务。2007年10月10日，画色单元股东会通过决议，同意公司注销，并于2007年11月22日在《深圳商报》刊登了注销事项公告。2008年7月7日，深圳市南山区国家税务局出具《注销税务登记通知书》（深国税南登销[2008]9650号），准予画色单元注销税务登记；2008年9月23日，深圳市南山区地方税务局出具《注销税务登记通知书》（深地税南注[2008]10000735号），核准画色单元注销税务登记。2008年10月28日，画色单元完成工商注销登记手续。

4、深圳市自然元素实业有限公司

公司成立于2004年4月8日，注册资本300万元，本图投资出资210万元，占70%，匡子出资58.50万元，占19.50%，匡炜出资18万元，占6%，匡文出资13.50万元，

占4.50%；注册地址：深圳市南山区侨城北路高发东方科技园2#厂房（华展）6层610-611室；经营范围：服装的设计和生（消防验收合格后方可经营）；国内商业、物资供销业（不含专营、专控、专卖商品）。该公司曾拟作为发行人的品牌管理公司存在，自设立以来主要从事自然元素品牌服装的少量销售业务。2007年10月10日，自然元素股东会通过决议，同意公司注销，并于2007年12月3日在《深圳商报》刊登了注销事项公告。2008年10月15日，深圳市南山区国家税务局出具《注销税务登记通知书》（深国税南登销[2008]14688号），准予自然元素注销税务登记；2009年3月10日，深圳市南山区地方税务局出具《注销税务登记通知书》（深地税南注[2009]10000119号），核准自然元素注销税务登记。2009年5月21日，自然元素完成工商注销登记手续。

5、风情时尚、画色单元、自然元素的业务经营和清算注销情况

2004年设立风情时尚、画色单元、自然元素三家公司的初衷是将其定位于品牌管理公司，风情时尚经营管理成熟女装业务，画色单元经营管理床上用品业务，自然元素经营管理休闲女装业务。2007年开始公司试行推行品牌事业部制度，并逐步在公司内部组织架构中设置了淑女屋女装、淑女屋床上用品、自然元素、FairyFair、小淑女与约翰等五个品牌事业部，负责管理公司五个品牌产品的经营管理工作。由于公司品牌事业部制度推行效果良好，且风情时尚、画色单元、自然元素三家公司的职能与品牌事业部重叠，事实上已无存在的必要，因此，2007年资产重组期间，公司决定将风情时尚、画色单元、自然元素注销。各公司的清算注销情况如下：

（1）风情时尚

风情时尚于2007年10月10日成立清算小组，进入清算期，清算日风情时尚的资产负债情况如下表：

项目	金额（元）
货币资金	27,756.66
应收账款	512,923.72
其他应收款	2,000,000.00
资产总计	2,540,680.38
其他应付款	120,000.00
负债合计	120,000.00
实收资本	3,000,000.00
未分配利润	-579,319.62

所有者权益	2,420,680.38

应收账款余额512,923.72元，系应收匡子实业的货款；其他应收款余额2,000,000.00元，系应收股东本图投资的往来款；其他应付款余额120,000.00元，系应付股东匡文的往来款。以上应收或应付款项均于清算期间收回或偿付。

根据风情时尚清算组于2008年8月2日出具的《清算报告》，风情时尚的清算费用、职工工资已经全部支付完毕，海关、税务部门税款已经全部交纳完毕，税务登记已注销；风情时尚在经营过程中所产生的一切债务已清偿完毕；风情时尚清算后剩余财产投资人及股东已结清。

2011年3月9日，深圳市国家税务局出具了深国税证（2011）第00280号证明，证明风情时尚自设立税务登记之日2004年7月3日至2008年7月9日期间未有重大税务违法违章记录。

2011年3月11日，深圳市南山区地方税务局出具了证明，证明风情时尚自2004年7月2日至注销之日2008年8月15日未有重大税务违法违规记录。

2011年8月3日，深圳市市场监督管理局出具了深市监信证[2011]269号证明，证明风情时尚自2008年1月1日起至公司注销之日没有违反市场监督管理有关法律法规的记录。

（2）画色单元

画色单元于2007年10月10日成立清算小组进入清算期，清算日画色单元的资产负债情况如下表：

项目	金额（元）
货币资金	765,375.82
固定资产	5,973.05
其他应收款	2,100,000.00
资产总计	2,871,348.87
其他应付款	697,584.88
负债合计	697,584.88
实收资本	3,000,000.00
未分配利润	-826,236.01
所有者权益	2,173,763.99

固定资产净值5,973.05元，系电脑设备，已经无使用价值，报废计入当期损益。其他应收款余额2,100,000.00元，系应收股东本图投资的往来款；其他应付款系应付股东匡伟的往来款697,584.88元。以上应收或应付款项均于清算期间收

回或偿付。

根据画色单元清算组于2008年9月25日出具的《清算报告》，画色单元的清算费用、职工工资已经全部支付完毕，海关、税务部门税款已经全部交纳完毕，税务登记已注销；画色单元在经营过程中所产生的一切债务已清偿完毕；画色单元清算后剩余财产投资人及股东已结清。

2011年3月9日，深圳市国家税务局出具了深国税证（2011）第00279号证明，证明画色单元自设立税务登记之日2004年4月30日至2008年7月7日期间未有重大税务违法违章记录。

2011年3月11日，深圳市地方税务局出具了证明，证明画色单元2004年4月8日起至注销之日2008年10月28日未有重大税务违法违规记录。

2011年8月3日，深圳市市场监督管理局出具了深市监信证[2011]269号证明，证明画色单元自2008年1月1日起至公司注销之日没有违反市场监督管理有关法律法规的记录。

（3）自然元素

自然元素于2007年10月10日成立清算小组进入清算期，清算日公司的资产负债情况如下表：

项目	金额（元）
货币资金	324,784.00
其他应收款	2,100,000.00
资产总计	2,424,784.00
应付账款	100,000.00
其他应付款	890,000.00
负债合计	990,000.00
实收资本	3,000,000.00
未分配利润	-1,565,216.00
所有者权益	1,434,784.00

其他应收款余额2,100,000.00元，系应收股东本图投资的往来款；应付账款系应付货款100,000.00元，其他应付款系应付股东匡文的往来款890,000.00元。以上应收或应付款项均于清算期间收回或偿付。

根据自然元素清算组于2009年4月27日出具的《清算报告》，自然元素的清算费用、职工工资已经全部支付完毕，海关、税务部门税款已经全部交纳完毕，税

务登记已注销；自然元素在经营过程中所产生的一切债务已清偿完毕；自然元素清算后剩余财产投资人及股东已结清。

2011年3月9日，深圳市国家税务局出具了深国税证（2011）第00281号证明，证明自然元素自设立税务登记之日2004年5月11日至2008年10月15日期间未有重大税务违法违章记录。

2011年3月11日，深圳市南山区地方税务局出具证明，证明自然元素自2004年4月8日起至公司注销之日2009年5月21日未有重大税务违法违规记录。

2011年8月3日，深圳市市场监督管理局出具了深市监信证[2011]269号证明，证明自然元素自2008年1月1日起至注销之日没有违反市场监督管理有关法律法规的记录。

报告期内，风情时尚、画色单元、自然元素为发行人曾间接控股的子公司，除与发行人发生清算往来外，无其他采购、销售等交易事项，风情时尚、画色单元、自然元素与发行人不存在未披露的关联交易；风情时尚、画色单元、自然元素的注销程序符合相关法律法规的规定，资产、负债处置合法合规，风情时尚、画色单元、自然元素未有通过注销逃废债务的情形；报告期内风情时尚、画色单元、自然元素无违法违规行为。

九、发起人、主要股东及实际控制人的基本情况

（一）发起人、持有发行人 5%以上股份的股东和其他主要股东

发行人由许和、匡子、匡炜、匡文4名自然人发起设立；截至本招股说明书签署日，持有本公司5%以上股份的主要股东为许和、匡子、匡炜、匡文；上海天祥商务咨询有限公司为发行人的唯一法人股东。

1、许和

中国国籍，无境外永久居留权，身份证号：42010519621126****，住所为深圳市南山区华侨城中旅广场飞云阁6H6A。许和持有发行人本次发行前30.91%的股份，任公司董事长。

2、匡子

中国国籍，无境外永久居留权，身份证号：42010619641124****，住所为深圳市南山区华侨城中旅广场飞云阁6H6A。匡子持有发行人本次发行前28.82%的股份，任公司副董事长、首席设计师。

3、匡炜

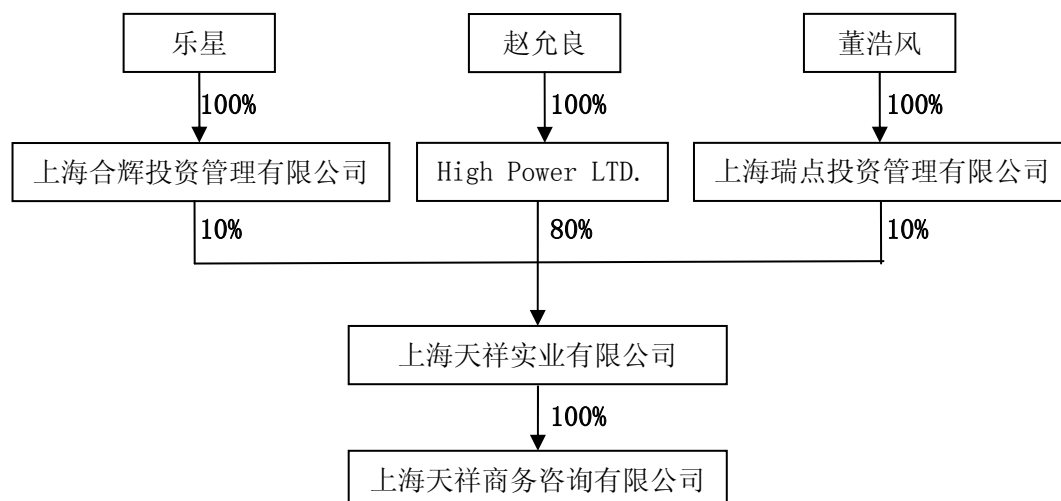
中国国籍，无境外永久居留权，身份证号：42010619621027****，住所为广东省深圳市南山区文华路3号13栋403。匡炜持有发行人本次发行前17.74%的股份，任公司董事、总经理。

4、匡文

中国国籍，无境外永久居留权，身份证号：42010619680126****，住所为广东省深圳市南山区文华路3号13栋503。匡文持有发行人本次发行前13.30%的股份，任公司董事、副总经理。

5、上海天祥商务咨询有限公司

上海天祥商务咨询有限公司持有发行人本次发行前3.14%的股份。天祥商务成立于2007年9月18日，注册资本3,000万元，实收资本3,000万元；法定代表人：乐星；注册地址：崇明县新河镇新开河路825号8幢117室（上海新河经济开发区）；经营范围：商务咨询，投资管理、咨询，企业管理咨询，经济信息咨询，物业管理，企业形象策划，市场营销策划，展览展示服务，礼仪服务，保洁服务（企业经营涉及行政许可的，凭许可证经营）；天祥商务为一人有限责任公司（法人独资），其股权结构如下：



天祥商务的股东为上海天祥实业有限公司。上海天祥实业有限公司成立于1999年11月15日，住所为上海市长宁区398号兆丰大厦21楼D室，其股权结构如下表：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	High Power LTD.	8,000	80%
2	上海合辉投资管理有限公司	1,000	10%
3	上海瑞点投资管理有限公司	1,000	10%
合计		10,000	100%

High Power LTD. 是2006年11月23日在香港依据香港公司条例注册的有限公司（登记证号码为37424392-000-11-06-6），注册地址为2/F., UNITED DAILY NEWS CENTRE, 21 YUKYAT STREET, TOKWAWAN, KOWLOON, 股东为赵允良（唯一股东）。赵允良，英文名为ZHAO JEFF YUN LIANG，美国护照号码为452006820。

上海合辉投资管理有限公司为一人有限责任公司（自然人独资），成立于2008年9月，住所为崇明县新河镇新开河路825号1幢123室（上海新河经济开发区），注册资本1,000万元，乐星持有100%的股权。乐星，身份证号码为310106195910223297，住址为上海市南京西路591弄168号。

上海瑞点投资管理有限公司为一人有限责任公司（自然人独资），成立于2008年9月，注册资本1,000万元，住所为崇明县新河镇新开河路825号1幢124室（上海新河经济开发区），董浩风持有100%的股权。董浩风，身份证号码为310103196109093250，住址为上海市虹口区赤峰路370弄5号904室。

赵允良为天祥商务的实际控制人；乐星为天祥商务的执行董事。天祥商务股

东及其实际控制人与发行人控股股东、实际控制人及其他股东不存在关联关系。

除因天祥商务对发行人的股权投资和乐星担任发行人董事形成的关联关系外，天祥商务及其股东天祥实业、High Power LTD.、合辉投资、瑞点投资、乐星、赵允良、董浩风与下列单位与人员不存在任何形式的关联关系：股份公司的所有自然人股东，股份公司的董事、监事、高级管理人员，股份公司申请首次公开发行并上市所聘请的中介机构（即，华泰联合证券有限责任公司、北京市康达律师事务所、天健正信会计师事务所）及其负责人、签字人员；不存在通过协议、信托或任何其他方式为他人代为持有股份公司股份的情形。

天祥商务作为发行人股东不违反相关法律法规和政策性文件的规定，赵允良、乐星、董浩风不存在《公司法》等所规定的不能对发行人进行投资的情形。

（二）控股股东和实际控制人及其控制的其他企业

1、公司控股股东和实际控制人

许和、匡子夫妇合计持有发行人本次发行前59.73%的股份，为公司控股股东与实际控制人，其简历详见本招股说明书之“第八节 一、董事、监事、高级管理人员与核心设计人员简介（一）公司董事”。

2、控股股东、实际控制人控制的其他企业情况

武汉新月淑女屋工贸有限公司

公司成立于2006年6月27日，注册资本800万元，实收资本800万元，分别由许和、匡子、匡炜、匡文出资260万元、260万元、160万元、120万元，分别占32.50%、32.50%、20.00%、15.00%；注册地址：武汉市东西湖区水产养殖场银潭路南17号；经营范围：工艺礼品、办公用品、家电的设计、批发、零售；广告设计、制作、发布、代理；展览展示服务（国家有专项规定的项目经审批后或凭有效许可证方可经营）。公司自成立以来未实际经营任何业务。武汉新月2010年末的总资产、净资产分别为2,160.61万元、760.60万元，2010年营业收入为0元、净利润为-15.17万元；2011年6月末的总资产、净资产分别为2,143.43万元、738.31万元，2011年1-6月营业收入为0元，净利润为-22.29万元（未经审计）。

武汉新月的主要资产为一项未开发的土地使用权，产权证书编号为东国用

[2009]第 030101470 号,土地宗地号 030101470,位于武汉市东西湖区将军路街银潭路以南,面积 51,061 平方米,土地性质为工业用地,终止日期 2059 年 11 月。

为满足发行人未来的经营发展需要,发行人拟收购武汉新月之股东许和、匡子、匡炜、匡文所持有全部股权,收购价格将以武汉新月经审计的净资产值为依据确定。许和、匡子、匡炜、匡文将于 2012 年 12 月 31 日之前将其合计持有的武汉新月 100%股权全部转让给发行人;在上述股权转让完成之前,武汉新月股东许和、匡子、匡炜、匡文将不利用武汉新月以任何形式开展生产经营活动;不对武汉新月现所拥有的包括但不限于土地使用权在内的资产做任何形式的处置。

(三) 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,发行人股东持有的本公司股份不存在被质押担保或其他有争议的情况。

十、发行人股本情况

(一) 本次拟发行股份及发行前后公司的股本情况

本公司本次发行前股本为12,719.50万股,本次公开发行4,240万股,占发行后总股本16,959.50万股的25.00%。

股东名称	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、有限售条件的股份				
许和	3,931.00	30.91%	3,931.00	23.18%
匡子	3,666.00	28.82%	3,666.00	21.62%
匡炜	2,256.00	17.74%	2,256.00	13.30%
匡文	1,692.00	13.30%	1,692.00	9.98%
上海天祥商务咨询有限公司	400.00	3.14%	400.00	2.36%
周岚等 50 名自然人	774.50	6.09%	774.50	4.57%
合计	12,719.50	100.00%	12,719.50	75.00%
二、无限售条件的股份			4,240.00	25.00%
合计			16,959.50	100.00%

(二) 前十名自然人股东及其在发行人任职情况

本次发行前公司前十名自然人股东持股及其在公司担任职务的具体情况如下表:

序号	股东名称	股份数（万股）	持股比例	在股份公司任职情况
1	许和	3,931.00	30.91%	董事长
2	匡子	3,666.00	28.82%	副董事长、首席设计师
3	匡炜	2,256.00	17.74%	董事、总经理
4	匡文	1,692.00	13.30%	董事、副总经理
5	周岚	120.00	0.94%	财务总监
6	王可愚	112.00	0.88%	—
7	覃培秋	100.00	0.79%	监事、华南区域经理
8	葛倩	40.00	0.31%	—
	汪学思	40.00	0.31%	—
10	胡春波	30.00	0.24%	内审部经理
合计		11,987.00	94.24%	—

（三）股东中战略投资者持股及其简况

公司股东中无战略投资者。

（四）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前各股东间存在的关联关系如下：许和与匡子为夫妻，匡炜、匡文系匡子的姐妹，闫琮系匡子之兄的配偶，汪学思与葛倩为夫妻。

除此以外，本次发行前各股东间无其他关联关系。

（五）本次发行前公司股东所持股份流通限制和自愿锁定的承诺

1、发行人控股股东和实际控制人许和、匡子和主要股东匡炜、匡文承诺：自本公司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直接或间接持有的本公司股份，也不由本公司回购其持有的股份。

2、上海天祥商务咨询有限公司承诺：自本公司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直接或间接持有的本公司股份，也不由本公司回购其持有的股份。

3、发行人其他股东承诺：自本公司股票上市之日起一年内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的本公司股份，也不由本公司回购其持有的股份。

4、许和、匡子、匡炜、匡文、王少莹、张慧、覃培秋、杨奕、桑田、张志军、周岚作为公司董事、监事和高级管理人员的股东还承诺：除前述锁定期外，在其任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的25%；离职后半年内，不转让其所持有的本公司股份；在申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售本公司股份数量占其所持有本公司股份总数的比例不得超过50%。

承诺期限届满后，上述股份可以上市流通和转让。

十一、发行人工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股情况

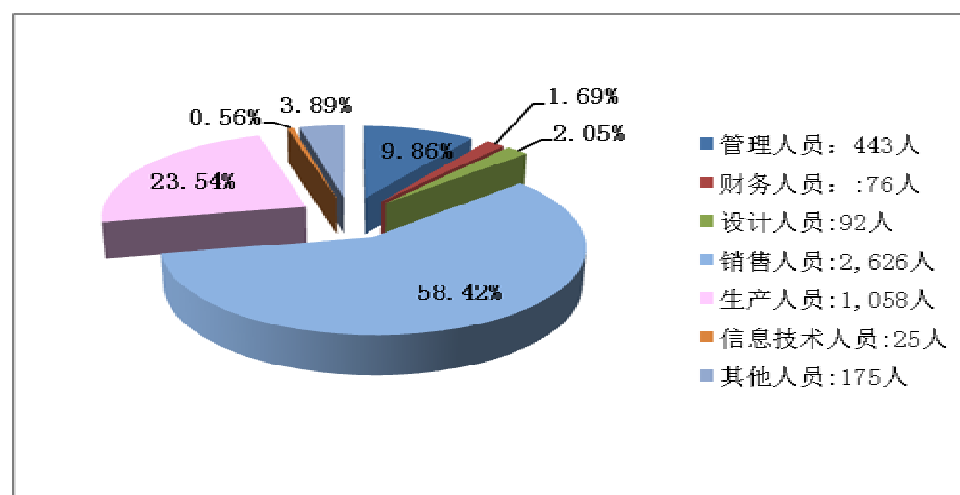
发行人自设立以来未存在工会持股、职工持股会持股、信托持股情况。发行人报告期外曾存在过委托持股情况，详见本招股说明书本节“四、发行人设立以来股权变化（一）历次股本形成及其变化情况”。

十二、发行人员工及其劳动社会保障情况

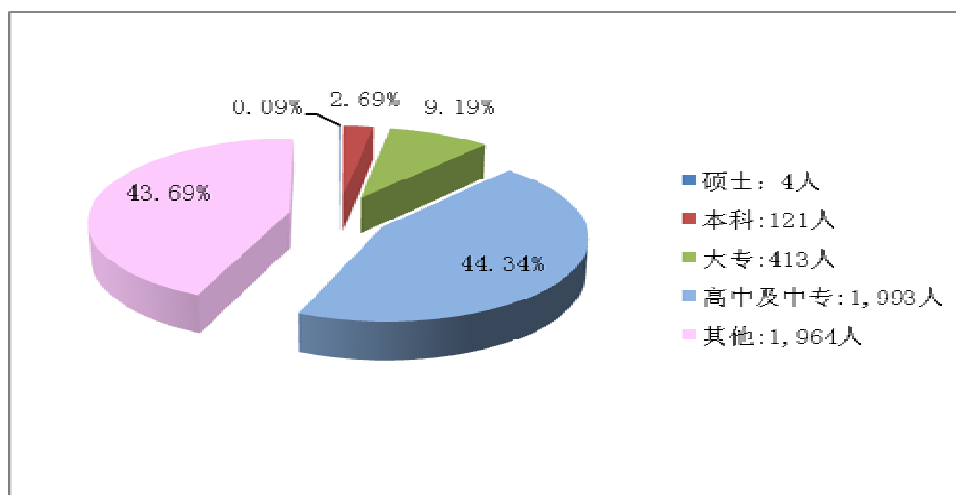
（一）员工人数及结构

发行人2011年6月末的员工总数为4,495人，其人员结构如下：

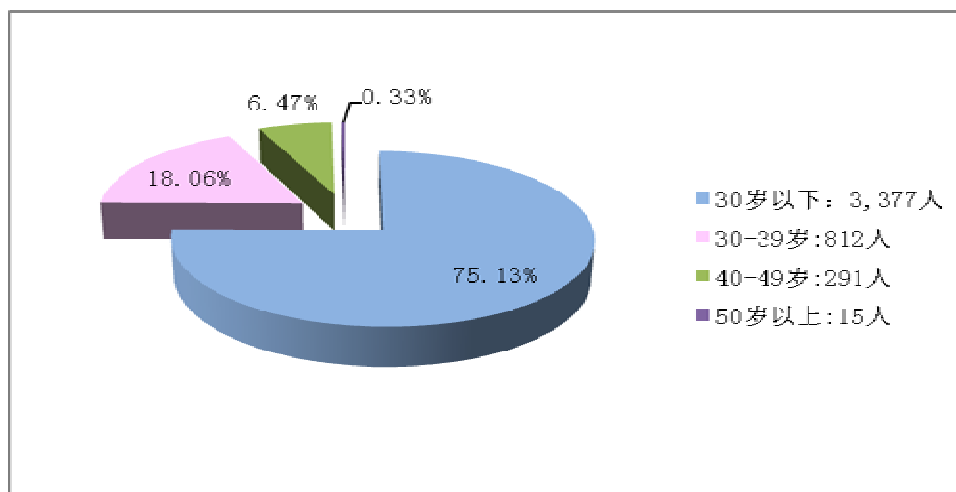
发行人员工的业务构成情况：



发行人员工的学历构成情况：



发行人员的年龄分布情况:



(二) 发行人执行劳动和社会保障制度的情况

发行人实行全员劳动合同制。根据《劳动法》及相关法律法规，员工与发行人单位签订了劳动合同，根据劳动合同享受权利及承担义务。

发行人执行社会保险和住房公积金制度的具体情况如下：

1、社保基金

截至2011年6月30日，公司及其控股子公司共有员工4,495人，公司员工缴纳社会保险的具体情况如下表：

(1) 养老保险

项目	人数	占比
已缴存员工人数	3,890	86.54%

新入职员工,正在办理缴存登记手续中	257	5.72%
补充提供登记资料,正在办理缴存登记手续中	200	4.45%
离休返聘无需缴存	4	0.09%
因户籍限制未缴存	6	0.13%
员工自愿要求不缴存	138	3.07%
合计	4,495	100.00%

(2) 医疗保险

项目	人数	占比
已缴存员工人数	3,962	88.14%
新入职员工,正在办理缴存登记手续中	257	5.72%
补充提供登记资料,正在办理缴存登记手续中	134	2.98%
离休返聘无需缴存	4	0.09%
员工自愿要求不缴存	138	3.07%
合计	4,495	100.00%

(3) 工伤保险

项目	人数	占比
已缴存员工人数	3,939	87.63%
新入职员工,正在办理缴存登记手续中	257	5.72%
补充提供登记资料,正在办理缴存登记手续中	157	3.49%
离休返聘无需缴存	4	0.09%
员工自愿要求不缴存	138	3.07%
合计	4,495	100.00%

(4) 失业保险

项目	人数	占比
已缴存员工人数	2,393	53.24%
新入职员工,正在办理缴存登记手续中	257	5.72%
补充提供登记资料,正在办理缴存登记手续中	145	3.23%
离休返聘无需缴存	4	0.09%
因户籍限制未缴存	1,558	34.66%
员工自愿要求不缴存	138	3.07%
合计	4,495	100.00%

根据《深圳经济特区失业保险条例》的规定,失业员工是指失去工作并办理了失业登记手续的具有特区常住户口的员工,公司在深圳的员工绝大部分为非深圳户籍,无法享受失业保险,因此未缴存失业保险。

(5) 生育保险

项目	人数	占比
已缴存员工人数	2,673	59.47%

新入职员工，正在办理缴存登记手续中	257	5.72%
补充提供登记资料，正在办理缴存登记手续中	145	3.23%
离休返聘无需缴存	4	0.09%
因户籍限制未缴存	1,278	28.43%
员工自愿要求不缴存	138	3.07%
合计	4,495	100.00%

深圳当地政策规定生育保险适用于参加综合医疗保险和住院医疗险的人员，公司深圳观澜生产基地的生产工人基本为外地农村户籍，缴纳的是农民工医疗险，因此未缴存生育保险。

自愿要求不缴存社会保险的主要为农村户籍或外地户籍的生产人员和销售人员，其不愿交纳社会保险的主要原因是目前社保跨地区转移手续繁琐且转入存有难度，不少销售人员在公司营销子（分）公司所在地参保，而实际工作地点在其他城市，享受社保待遇存在障碍，缴存社会保险的意愿弱。经过公司讲解和动员，仍有部分员工不愿意缴存社会保险。基于尊重上述员工的真实意愿和实际利益以及目前社保提取和转移的实际情况，公司未强行要求该部分员工缴存社会保险。

截至报告期期末，公司在哈尔滨地区的销售人员中有74人为劳务派遣员工。根据相关法律法规及当地政策的规定，由于公司在当地未注册设立子公司或分公司，无法以公司自身的名义在上述员工工作所在地办理社会保险缴存登记手续，因此公司以通过劳务派遣形式为当地员工缴存社会保险。公司上述员工采用劳务派遣方式符合相关法律法规及规范性文件的规定，上述劳务派遣员工均已由所属劳务派遣公司缴纳社会保险，不存在公司利用劳务派遣方式规避缴纳社会保险责任的情形。

深圳市社会保险基金管理局分别于2011年1月11日和2011年8月20日出具了证明，证明公司2008年1月1日至2011年6月30日没有因违反社会保险法律、法规或规章行为被行政处罚的记录。

2、住房公积金

项目	人数	占比
已缴存人数	2,605	57.95%
新入职员工，正在办理缴存登记手续中	257	5.72%
补充提供登记资料，正在办理缴存登记手续中	267	5.94%

离休返聘无需缴存	4	0.09%
因户籍限制未缴存	6	0.13%
员工自愿要求不缴存	1,356	30.17%
合计	4,495	100.00%

2010年12月，深圳市《深圳市住房公积金管理暂行办法》及《深圳市住房公积金缴存管理暂行规定（试行）》正式生效实施，公司按照有关规定为全体在深圳的职工缴存了住房公积金。

公司未缴存住房公积金的员工主要为各地的销售人员。公司直营店遍布全国五十多个城市，各地区的缴存及提取住房公积金的条件和标准各不相同。不少销售人员在公司营销子（分）公司所在地缴纳住房公积金，实际工作在其他城市，缴纳住房公积金后在跨地提取和使用上存在障碍；公司在全国各地的销售人员主要系外地户籍或农村户籍人员，加之最近各地陆续出台的限购政策，销售人员在其工作所在城市购房意愿较弱。经过公司的讲解和动员，仍由部分员工不愿意缴纳住房公积金。基于尊重上述员工的真实意愿和实际利益以及目前住房公积金提取和转移的实际情况，公司未强行要求该部分员工缴纳住房公积金。

深圳市住房公积金管理中心于2011年1月19日和2011年8月16日出具了证明，证明公司自2008年1月至2011年6月没有因违法违规而被处罚的情形。

公司根据国家及地方相关社会保险法律法规、政策性文件规定，为符合条件的在职员工办理了养老、医疗、失业、工伤、生育等社会保险和住房公积金登记手续，缴存社会保险费和住房公积金。部分员工因客观原因自愿要求不缴纳社会保险基金和住房公积金，发行人实际控制人许和、匡子及主要股东匡炜、匡文已对此出具承诺，如因发行人首次公开发行并上市完成日之前未足额为全体员工缴纳各项社会保险（包括养老保险、工伤保险、失业保险、医疗保险、生育保险）及住房公积金，导致股份分公司被相关行政主管机关或司法机关要求补缴相关费用、征收滞纳金或被任何他方索赔的，本人将以现金支付的方式无条件补足股份分公司应缴差额并承担股份分公司因此受到的全部经济损失。

保荐人认为，发行人及其子公司的劳动用工符合劳动法律法规的规定，已按照相关法律法规和地方政策性文件的规定要求办理了社会保险和住房公积金的缴存登记，报告期内按时缴纳各项社会保险费用和住房公积金。部分员工因客观原因自愿要求不缴纳社会保险基金和住房公积金，发行人实际控制人许和、匡子

及主要股东匡炜、匡文已对此出具了承诺，保证共同无条件补足发行人因此可能产生的全部经济损失，不会对发行人本次首发构成实质性法律障碍。

发行人律师认为，发行人及其子公司已按照国家有关法律、法规的要求办理社会保险登记，报告期内按时缴纳各项社会保险费用；少数员工未缴纳社会保险费的情况是由于多种原因造成，发行人实际控制人许和、匡子及主要股东匡炜、匡文已就此出具承诺，保证共同无条件补足发行人因此可能产生的全部经济损失，不会对发行人本次首发构成实质性法律障碍。

第六节 业务与技术

一、发行人主营业务及变化情况

发行人是一家知名品牌时装家纺企业，主要从事流行时尚服装、家用纺织品的设计、生产和销售。发行人的主要产品为女装、童装和床上用品。自成立以来，发行人的主营业务未发生重大变化。

发行人现拥有“淑女屋”女装、“淑女屋”床上用品、“自然元素”、“FairyFair”、“小淑女与约翰”等五个品牌产品。各品牌的基本情况如下表：

品牌	淑女屋 女装	淑女屋 床上用品	自然元素	FairyFair	小淑女与约翰
市场 定位	少淑女装 16岁-35岁	床上用品	休闲女装 16岁-30岁	成熟女装 25岁-45岁	童装 3岁-13岁
品牌 内涵	诗情画意、 浪漫情怀， 做美好女人	甜蜜优雅、浪 漫温馨的 生活方式，享受 美好生活	自然、街头、时尚， 独具品位的休闲生 活及流行文化概念， 做休闲时尚女人	知性优雅、风情 贵族，做幸福女 人	爱与美的开始， 用爱包裹的童 话，做童话中的 小公主与小王 子
设计 风格	清丽典雅 浪漫温馨 引人入胜	舒适温馨 精致经典 优美高贵	时尚前卫 贴近自然 简单舒适	知性端庄 感性优雅 魅力风情	可爱清新 典雅舒适 唯美纯真

发行人各品牌的卖场形象和货品陈列如下列图片所示：



二、发行人所处行业的基本情况

（一）行业监管体制、主要产业政策和法律法规

1、行业监管体制

发行人所处行业隶属于服装家纺业。

国家发改委是国内服装家纺业的主管部门，其负责产业政策和行业发展规划的研究、制定和监督执行，指导产业结构调整，实施行业管理；参与行业体制改革、技术进步和改造、质量管理；实施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等。

中国服装行业协会和中国家用纺织品行业协会系国内服装家纺企业的自律

性组织，其主要参与制定行业发展战略规划和国家行业标准，向政府提出政策和立法建议，向企业提供信息与咨询服务；制定行规行约，规范行业行为，维护行业利益；调查研究中外产业发展及市场趋势，倡导科技进步，促进信息化建设，鼓励企业走自主创新之路等。

行业主管部门和行业协会构成了国内服装家纺行业的监管体系，企业在主管部门的产业宏观调控和行业协会自律规范下，遵循市场化发展模式，面向市场自主经营，自主承担市场风险。

2、主要产业政策和法律法规

（1）主要产业政策

服装家纺业是国家重点鼓励发展的行业。

2009年9月，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》提出：到2015年，基本形成健康、规范的服装、家纺自主品牌发展的市场和社会环境；培育发展一批以自主创新为核心、以知名品牌为标志、具有较强竞争力的优势服装、家纺企业；服装、家纺自主品牌在国内国际市场占有率显著提高；形成若干具有国际影响力的服装、家纺自主品牌。在研发设计、人才、信息、金融服务、国内外市场的开拓、品牌的扶持和保护等方面提供一系列的政策措施。

2009年4月，国务院审议并通过《纺织工业调整和振兴规划》，从以下方面指明了未来纺织行业的发展方向：稳定国际国内两个市场；提高自主创新能力；加快技术改造；淘汰落后产能；优化区域布局；加快自主品牌建设；完善公共服务体系；提升企业竞争实力。

2006年7月，国家发改委、商务部、财政部联合发布的《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》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；支持海外纺织工业园区建设，为纺织企业“走出去”提供良好的环境平台；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。

2006年4月，国家发改委、商务部、财政部等十部委联合发布的《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》指出，加快技术结构调整，提

高产品附加价值，加大原料结构调整，实现原料的多元化；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。重点支持、大力培育一批在品牌设计、技术研发、市场营销渠道建设方面的优势企业；鼓励创建具有公共属性的行业品牌、区域品牌。

我国支持和鼓励服装家纺行业发展的主要产业政策一览表：

文件名称	发布部门	发布日期
《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》	工业和信息化部、国家发改委、财政部等七部委	2009年9月26日
《纺织工业调整和振兴规划》	国务院办公厅	2009年4月24日
《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》	国家发改委、商务部、财政部	2006年7月26日
《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》	国家发改委、商务部、财政部等十部委	2006年4月29日

（2）主要法律法规

服装家纺行业的法律法规主要是对市场销售行为规范、产品质量规格等作出规定。

2006年10月与11月，国家发改委、商务部等五部委颁布实施的《零售商供应商公平交易管理办法》、《零售商促销行为管理办法》对零售商与供应商的公平交易行为、不得妨碍公平竞争行为、促销活动的开展、广告宣传、促销活动商品的供应、质量、价格和退货等作出规范。

2005年1月，国家质检总局颁布实施的《国家纺织产品基本安全技术规范》对服装的色牢度、甲醛含量、偶氮染料、气味、PH值等五项健康安全指标作出详细规定，新生产的符合该规范的服装，要标明相关技术指标标识，没有取得相关安全标识的服装将被禁止销售。

（二）行业发展概况和发展趋势

1、行业发展概况

服装家纺业是我国国民经济的传统支柱产业和重要的民生产业。我国已成为世界上最大的服装纺织生产国、出口国和消费国，形成了从上游纤维原料加工到服装、家用、产业用终端产品制造不断完善的产业体系，2009年我国服装行业工业生产总值达到10,435亿元。伴随着国民经济的快速增长，我国服装家纺产业日

趋成熟，国际竞争力也逐步由劳动力成本优势转向品牌建设、设计创新、营销服务等高层次优势。传统的生产制造、销售经营以专业细化形态继续发展；品牌运营、渠道建设和新商业模式发掘逐渐成为品牌服装家纺企业的竞争重点。同时随着居民收入水平的不断提高，内需市场对国内服装家纺业发展的拉动作用愈发重要，服装家纺品消费从满足基本的日常需求逐步转入品牌消费、时尚消费与个性化消费。

2、行业发展趋势

（1）产品消费需求进一步细分化

伴随着我国居民经济收入水平的不断增长，服装家纺产品从过去满足基本的日常需要逐渐升华到追求时尚、个性、舒适、休闲、健康等多重功能的兼顾。产品细分不仅仅局限于品种、档次的细分，也体现在设计风格、年龄层次、消费群体、穿着场景的深度细分。服装已成为消费者尤其是女性消费者表达个性及自我追求的外在显示，女装个性化日益凸显，定位更加细化；家纺产品的风格、款式、质感、色彩图案及与家居环境的协调彰显消费者自身的生活品味。例如，16岁以下、16岁-25岁年轻女性、25-35岁的青年白领、35岁以上不同年龄层次女性消费者有多样化的着装需求，相应地女装细分为少淑女装、成熟女装、时尚女装、职业女装、休闲女装、运动女装等多种类。

（2）品牌多元化

品牌消费成为服装家纺品消费的主要趋势之一。由于消费需求的细分化，服装家纺业的品牌建设呈现出多元化趋势，品牌定位细分化，以便满足不同市场的差异化需求。品牌竞争成为服装家纺企业市场竞争的关键，多品牌矩阵成为重要的发展战略。如丹麦的BESTSELLER集团已拥有VEROMODA、ONLY、JACK&JONES、SELECTED、OBJECT、EXIT等多个品牌，涵盖了女装、男装、童装以及不同年龄层次不同时尚追求的消费者群体。

（3）渠道建设日趋成为竞争焦点

营销渠道建设成为服装家纺企业经营发展的重中之重。在服装家纺产品多样化消费需求的带动下，营销渠道呈现差异化发展趋势，百货商场、专卖店、购物中心、超市、批发市场等多种营销渠道业态并驾齐驱。在众多知名百货商场和城

市繁华商圈占据优越的店柜资源日趋成为竞争焦点，店柜的装修格局、商品结构、货品陈列、消费者服务等愈发重视消费者体验和购物环境氛围的营造。

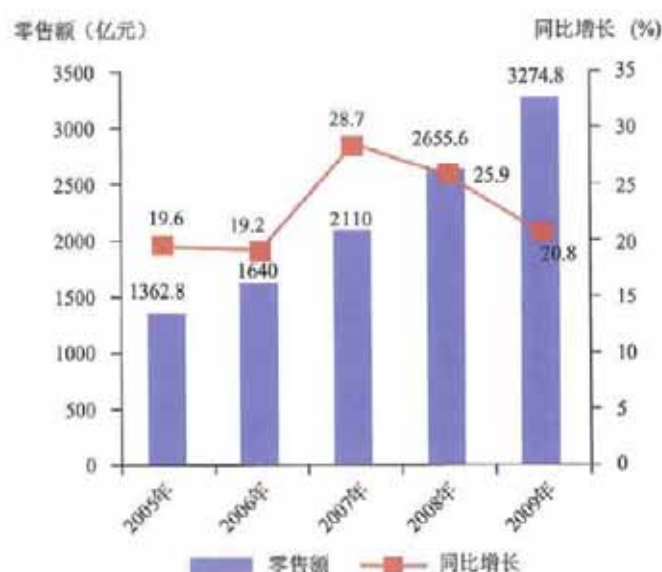
（4）信息化技术的运用逐渐普及

信息化技术在服装家纺业的应用逐步推广，专业化程度不断加深。越来越多的品牌服装家纺企业运用信息化系统，企业信息化建设贯穿于设计、采购、生产、销售服务整条供应链，协调整合供应链各环节中的商流、信息流、物流与资金流等，以提高企业经营管理效率和市场快速反应能力。

（三）市场容量

根据国家统计局数据，2009年全国社会消费品零售总额同比增长15.50%，其中服装类消费增长18.80%。2009年我国服装总产量约为400亿件，限额以上批发零售企业的服装类商品零售额为3,274.80亿元，同比增长20.80%。2010年全国社会消费品零售总额同比增长18.30%，其中服装类消费增长25.80%。

2005年—2009年我国限额以上批发零售企业服装销售情况

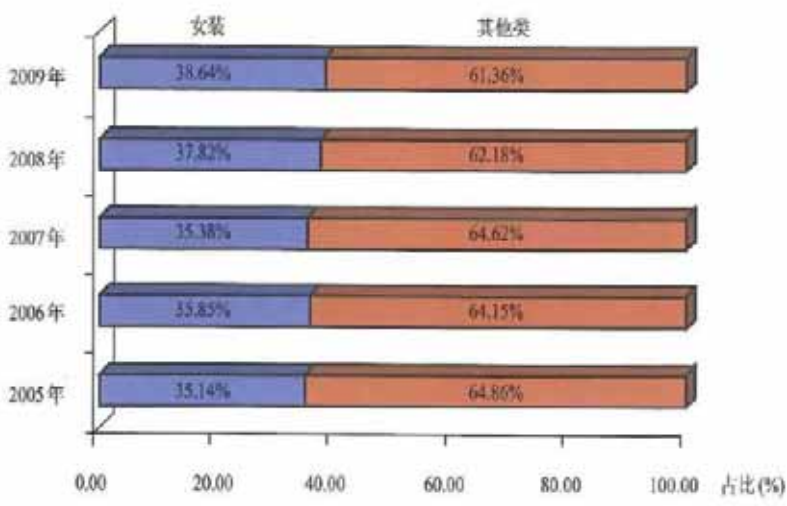


（数据来源：《2009—2010 年中国服装行业发展报告》中国纺织协会中国商业联合会中国纺织进出口商会）

2009年，全国重点大型零售企业女装销售同比增长8.11%，所占服装销售量比重达到38.64%，位列各类服装之首；童装零售量同比增长9.37%。根据中国纺织工业协会数据，2009年我国家纺行业总产值9,780亿元，同比增长11%，床上用

品作为家用纺织品的重要组成部分，年产值约占家纺行业总产值1/3左右，2009年床上用品行业总产值约为3,130亿元。

2005 年—2009 年全国各重点大型零售企业女装零售量所占比重



（数据来源：《2009—2010 年中国服装行业发展报告》中国纺织协会中国商业联合会中国纺织进出口商会）

（四）行业经营模式

国内品牌服装家纺企业日益重视产品的设计创新和品牌运营，采用自主生产或外协生产或两者相结合的生产模式，主要通过直营和特许加盟两种模式铺设营销网络。在直营模式下，品牌企业直接投资开设销售网点，直接面向消费者销售品牌产品，对销售终端的人力、财务、物流、商流、信息流等实施统一管理；在特许加盟模式下，品牌企业以特许加盟合同的形式将自己的商标、商号等授予特许加盟商使用，并批发品牌产品给特许加盟商，特许加盟商在约定的区域内销售品牌产品。国际知名服装品牌ZARA、GAP、H&M、UNIQLO基本采用直营销售模式，品牌市场价值高，ZARA和H&M更以快速反应著称于全球服装业界。直营店和加盟店的比较如下表：

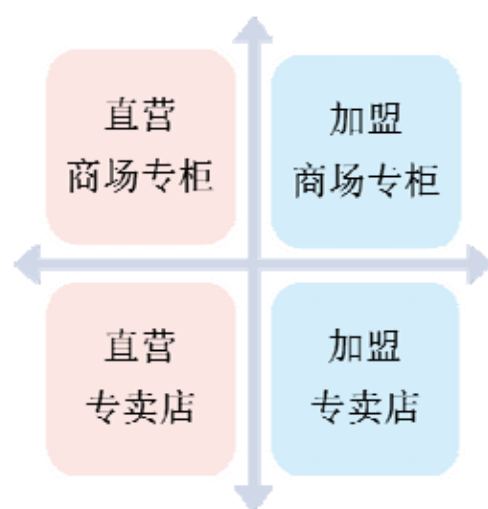
渠道	优势	劣势
直营店	1、渠道附加值丰厚，毛利率高，控制力强，经营自主性高； 2、直接面向消费者，市场反应速度快； 3、贯彻执行营销策略，长效运作品牌，有利于树立良好的品牌形象。	1、资金投入大，管理复杂； 2、货品和资金周转较慢。
加盟店	1、投入资金较少； 2、扩展速度快； 3、货品和资金周转较快。	1、品牌企业对其控制力较弱； 2、品牌及营销策略的统一运营管理存有一定难度。

在直营和特许加盟两种销售模式下，我国服装家纺业已形成多层次的产品销售渠道，主要有：

商场专柜：百货商场多占据城市重要商圈，为消费者提供“一次性购物”的场所，品牌众多，凭借品种的广度和深度及商场设施、陈列、广告、店面形象展示宣传吸引顾客，是服装家纺产品最主要的销售渠道之一，以经营中高端服装为主，国内外许多知名品牌在大型百货商场中设有专柜。在许多百货商场中，女装的陈列面积往往大于其他种类服装产品。品牌企业一般通过与商场联销的方式建设运营专柜。

专卖店：多位于城市商圈、购物中心或步行街，专门经营销售特定品牌服装家纺产品，体现了专业性和品牌性，能有效展示产品及卖场形象，扩大品牌影响力。品牌企业主要通过购置或租赁的方式获取专卖店物业。

其他渠道：批发市场，大宗商品销售，主要经营中低档服装家纺产品；超级市场，购物者的捎带消费，可选择性低，主要销售中低档休闲装、内衣和睡衣等；此外，网络购物等电子商务营销渠道也在迅速普及。



（五）行业的周期性、季节性和地域性

1、周期性

服装家纺产品是人们重要的日常消费品，服装家纺业是重要的民生行业。根据我国服装家纺业发展的历史经验，服装家纺产品消费增速通常高于社会消费品零售总额增速。一般而言，高端奢侈产品价位很高，对宏观经济的起伏及居民的

收入状况变化较敏感，而价位合理的中高端产品既能满足消费者的日常穿着需求，又顺应目前我国消费者随着经济收入水平上提高生活品质的时尚追求，抗周期性相对较强。就细分行业而言，服装服饰在女性日常消费中占据着重要地位，女装具有较强的抗周期性。

2、季节性

每年第一季度和第四季度为服装家纺产品的销售旺季，加之同期秋冬装产品单价较高，每年秋冬装产品的销售一般呈现出量价齐升的态势。

3、地域性

服装家纺行业的地域性主要体现为地理、气候、经济发展水平等差异导致不同地区消费者的穿着需求不尽相同。我国地域辽阔，北方四季较分明，冬天较寒冷，秋冬装上架及春夏装下架均比南方早，羽绒服、棉服等冬装在北方地区的市场需求量较大；经济发达地区居民消费能力较强，高端服装产品的市场空间较大。不同地域因为文化传统、风俗习惯等差异，消费者对服装的款式、色彩、用料等表现出不同的偏好。我国服装产品生产地域分布很集中，2009年，广东、浙江、江苏、山东、福建前五大生产省份的服装产量占到全国的80.47%。

（六）行业利润水平

根据中国服装协会的统计数据，2009年我国纺织服装行业平均毛利率为14.49%，净利润率为4.71%。品牌服装家纺企业注重设计创新，以品牌运营和渠道网络建设作为业务发展重点，具有良好的品牌认知度和市场影响力，产品的品牌和技术附加值高，各项利润指标均明显高于加工出口类企业。根据WIND资讯数据，国内品牌服装类上市公司2010年的平均毛利率在40%以上，净利润率也在10%以上。在品牌服装家纺企业中，以直营为主的企业毛利率一般高于以加盟为主的企业，如以直营为主的ZARA、H&M的品牌产品毛利率接近或超过60%，PORTS的毛利率近几年均超过70%。

（七）行业技术特点和技术水平

现代高新技术向服装家纺业渗透，广泛应用于信息采集、产品设计、生产制造、销售管理、商务行政等各环节。现代服装家纺企业以信息化为基础，以计算

机技术和网络技术为依托,通过对服装设计、生产制造、销售等环节中信息的收集、整合、储存、传输和应用,最终实现企业资源的最优配置。当今发达国家、新兴工业化国家服装家纺业的生产技术水平具有设计、裁剪计算机化,缝制设备专业化、高速化,熨烫、粘合设备自动化,包装立体化,生产管理科学化等特点,已转向以高新技术为主导的高附加值服装家纺业发展。进入21世纪以来,通过升级原有制造设备和引进国际先进技术装备,我国服装家纺行业的装备技术水平大幅提高,但与世界先进水平相比仍有一定差距,机电一体化和智能化水平亟待提高;先进设备和新技术仍依赖进口,企业信息化程度不高,适应服装消费短周期、快速交货要求的能力不强,ERP等信息化技术在行业内的应用刚刚起步。根据中国纺织工业协会编制的《纺织工业“十二五”科技进步纲要》,“十二五”期间,我国将大力推广服装企业自动化、数字化、信息化生产工艺技术,到2015年实现服装CAD普及率达到30%以上,CAM普及率达到15%以上。

(八) 行业壁垒

1、品牌壁垒

为树立良好的品牌形象,培育品牌市场美誉度,建立和强化广大消费者的认同感和忠诚度,服装家纺企业须制定相应的品牌发展战略,在品牌内涵和定位、设计创新、营销策略、渠道铺设等方面投入相当的财力、物力和人力,进行长期的品牌建设。

2、渠道壁垒

销售渠道的建设要求品牌企业对各区域市场进行广泛深入调研,投入建设资金,占据优质物业,掌握供应链管理能力和培养营销人员队伍,通过长期经营积累才能建成适合自身经营模式的销售渠道体系。

3、设计创新壁垒

服装尤其是女装要求设计新颖、时效性高、周期短、变化快,服装企业须具备能快速应对市场变化的强大设计创新能力。新进入企业由于受品牌文化积淀、风格形成、研发设计人才培养储备、资金、工艺设备及消费者认同等限制难以在短期内取得产品设计的市场竞争优势。

4、管理壁垒

现代品牌服装家纺企业须建立起内部组织机构、生产经营流程和外部供应链运作行之有效的管理体系,对各个流程环节有深刻的了解,科学规划,保证供应链条上物流、信息流、资金流等畅通流转。拥有符合行业和企业自身经营特点的管理能力是新进企业参与品牌市场竞争的基本前提。

(九) 行业与上下游行业的关系

服装家纺业的上游行业为面辅料行业,主要包括棉、毛、麻、丝、化纤等纺织业。面辅料价格的变化影响服装家纺产品的生产成本;面辅料的生产工艺水平、质量、功能的发展,如各种抗菌、免烫抗皱、防静电等新材料的推出,影响到服装家纺产品的款式设计和质地。我国面辅料供给充足,在新纤维、新面料的研发领域获得长足进步,对我国服装家纺业提高产品档次质量及附加值均有积极作用。2010年下半年以来,由于受市场供需关系和市场投机等多种因素影响,国际国内棉花价格上涨较快,导致整个服装家纺行业的生产成本上升,对制造出口型企业造成一定挑战。相比之下,国内品牌企业具有较强的议价能力,原材料价格走高后,通过提升品牌和不断推出新产品,纷纷采取提价策略转嫁成本压力,综合来看,市场零售价格上涨幅度平均在10%以上,品牌企业的盈利能力得到保证。

服装家纺产品直接面向终端消费者。消费者的性别、年龄、个性、品味偏好、收入水平、教育背景等因素决定了消费者对产品的价格、设计款式、质量、时尚度等的不同要求。女性消费者更加注重服装的时尚潮流感,在穿着上追求与众不同、独一无二的感觉,购置服装是众多女性消费者尤其是城市女性日常生活的重要组成部分;不同年龄层次的女性消费者对女装产品的风格款式有不同追求,客观促使女装品牌的进一步细化。

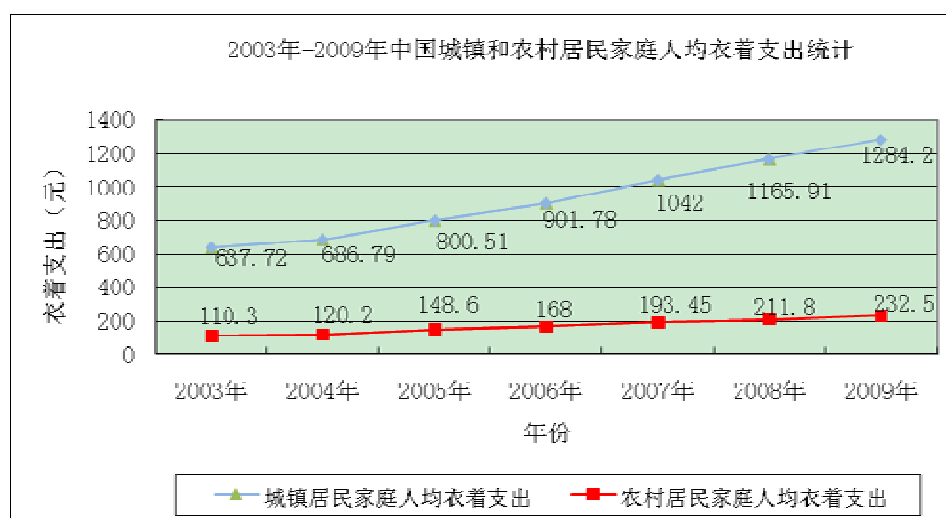
此外,辅助性或关联产业如展览、流行信息服务、广告、时装杂志、模特等行业服务于服装家纺行业,为行业的发展提供各种支持。

(十) 影响行业发展的有利因素和不利因素

1、有利因素

(1) 内需市场的拉动

我国居民消费在国民经济发展中的作用将进一步增强,扩大内需成为我国“十二五”规划的主要目标,确保了我国服装家纺业巨大的市场消费潜力。我国人均衣着消费量处于较低水平,仍有巨大的增长空间。根据国家统计局数据,2008年中国城镇居民的人均衣着消费额约为171.50美元,农村居民约为31.14美元,而美国2007年人均衣着消费额约为730美元,分别是中国城镇居民、农村居民的4.3倍、23.4倍。我国国民经济连续多年保持快速平稳增长,居民收入有较大幅度提高,城镇居民可支配收入从2003年的8,472元提高到2010年的19,109元,农村居民收入也从2003年的2,622元增加到2010年的5,919元。从国家统计局发布的数据看,近年来我国城镇居民在衣着方面的消费支出占日常消费维持在10%左右,农村居民占6%左右。2009年我国农村居民占总人口的比重为55.40%,而发达国家农村人口占比一般都在5%以下,加快城镇化进程是我国发展的大趋势,缩小城乡差别是我国的基本政策,城市居民的收入消费能力也更强,从而提升全国的服装市场消费潜力。



(数据来源:国家统计局)

(2) 产业政策的支持

2009年《纺织工业调整和振兴规划》与《加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》出台,表明了国家对服装家纺业作为民生行业的充分重视,更为行业指明了调整升级方向,全方位推进服装、家纺自主品牌建设,重点发展服装家纺的研发设计、品牌营销、市场推广,引导发展服装家纺高端制造业。行业也陆续迎来了“保增长”、“调结构”、“促就业”的一系列利好政策。国家各部委、各级政府在增加财政资金支持行业自主创新、技术升级和加强公共服务平台建

设、支持淘汰落后产能给予了实际帮助。2009年以来，国家推行了农村养老保险、家电下乡、电视广播“村村通”等一系列惠民政策，乡镇服装家纺产品需求被逐渐唤醒，为未来服装家纺市场的发展埋下了伏笔。

（3）产业链的配套

我国服装家纺行业拥有完整的产业链，上游有强大的棉、麻、毛、丝、化纤等各类面辅料生产能力，下游有日臻完善的金融、物流、网络体系等配套服务的保障。近年来，完整、强供给能力、多选择性的产业链降低了企业的采购、生产、物流等成本，提高了企业的差异化和创新能力。深圳市是我国重要的女装产业聚集地，依托珠江三角洲服装产业配套完善的区位优势，建立起了集服装高新技术及产品研发、生产加工、仓储物流、展示销售、专业培训为一体的名牌女装产业集聚基地，使产业聚集优势得到更充分发挥。

2、不利因素

（1）品牌运营与设计创新亟待加速。近年来，通过实施名牌战略，国内已形成一批优秀的品牌服装家纺企业群体，但品牌建设和设计创新仍是我国服装家纺企业整体发展的短板。与国际知名品牌相比，我国服装家纺企业整体上品牌意识及推广能力不强，企业研发投入相对不足，行业跟风模仿比较普遍，国内品牌整体的市场影响力和产品设计明显不如特点鲜明的国际品牌。

（2）企业信息化建设及供应链整合亟待发展。目前我国服装家纺企业信息化管理系统建设总体上仍处于起步阶段，对信息化管理系统建设投入仍较低，技术人才匮乏，用现代信息技术改造传统的经营管理流程仍较滞后，对市场信息、用户需求及潮流趋势反应不够迅速，产供销供应链整合能力不强，新产品的推出期间较长，企业市场竞争力不能得到有效提升。

三、发行人的行业竞争地位

（一）行业竞争情况和市场占有率

1、行业竞争情况

我国服装家纺业是一个充分竞争的行业。行业整体上企业众多，市场集中度低，缺乏明显领先的品牌。服装家纺业的竞争分为低端市场和中高端市场的竞争。

低端市场企业数量很多，缺乏自主品牌，产品档次和附加值较低，主要靠价格竞争，同质化竞争激烈。中高端市场主要体现为品牌竞争，销售渠道集中在百货商场、专卖店。国际品牌企业拥有雄厚的资金实力和丰富的品牌运营经验，品牌市场知名度及品牌附加值高，在国内市场布局不断加速，市场竞争力强；国内品牌企业通过加强品牌运营、设计创新和渠道多元化建设，逐渐缩小与国际品牌的差距，品牌影响力和市场份额逐步提高。

公司产品主要涉足女装、童装和床上用品三个细分市场，各细分市场竞争情况概述如下：

女装市场：与男装相比，由于女性消费者在着装上追求个性化，喜欢独一无二的感觉，女装产品风格、款式众多，同质化程度较低，市场细分化程度高，品牌的市场定位除了针对年龄层次的区分外，职业、收入、受教育程度等也作为考虑因素，女装品牌众多，集中度较小。市场空间大。根据女性消费者复杂多样的消费需求，女装可划分为奢侈女装、时尚女装、少女装、淑女装、休闲女装、商务装或职业装、成熟女装、运动装、功能性服装等。

品牌定位	列举品牌	特点
奢侈女装	ARMANI、PRADA、CHANEL、GUCCI	采用高档面料，配以大胆设计，彰显尊贵奢华，引领时尚潮流
时尚女装/少女装/淑女装	淑女屋、VERO MODA、ELAND、OCHIRLY	紧跟时尚潮流，款式更新迅速，以较高的时尚性和舒适性为主要特点
休闲女装	自然元素、ONLY、ESPRIT、美特斯·邦威、佐丹奴、真维斯、LEVI'S	以舒适、个性化为主要理念
商务装/职业装/成熟女装	FairyFair、宝姿（PORTS）、G2000、依文（EVE）、马狮龙（MICHELRENE）	以贴身剪裁和精致做工突出女性知性、庄重、干练的职业形象
运动装	NIKE、ADIDAS、KAPPA、李宁	大多采用混纺面料生产，提高透气性、耐磨性以满足户外运动或竞技比赛需要
功能性服装	探路者（TOREAD）、哥伦比亚（COLUMBIA）、迪卡侬（DECATHLON）	采用高科技材质和工艺生产，适应特定天气和环境以满足特殊穿着需要

目前国内女装市场主要存在诸如ARMANI、PRADA、CHANEL、GUCCI等历史悠久的国际知名品牌，以及依靠快速时尚而迅速崛起的国际品牌如ZARA、GAP、H&M、UNIQLO，亦有众多以国内细分市场为主的女装品牌如宝姿（PORTS）、朗姿（LANCY）、凯撒（KAISER）、依恋（ELAND）以及本公司的淑女屋、自然元素等。目前，国内女装市场中上市女装公司主要有：朗姿股份、宝姿、凯撒股份、安莉芳控股、

慕诗国际等。

在童装领域,与国外品牌相比,本土品牌认知度和市场集中度不高,产品主要集中在幼童和小童装,中童装和大童装偏少。根据中华全国商业信息中心统计,2011年3月全国重点大型零售企业童装销售前十位品牌市场综合占有率仅为27.57%。目前国内童装市场主要销售的本土品牌有巴拉巴拉(BALABALA)、小猪班纳(PEPCO)、派克兰帝(PACLANTIC)、安奈儿(ANNIL)、蒙娜丽莎(MONNALISA)等,国外的童装品牌主要有米奇(MICKEY)、巴布豆(LITTLEBOBDOG)、史努比(SNOOPY)、PAW IN PAW等。

在床上用品领域,市场集中度不高,市场空间较大,部分领先企业的品牌市场知名度较高,品牌、质量等非价格竞争手段作用愈发显现。部分领先企业如富安娜、罗莱家纺、梦洁家纺的市场知名度较高,通过公开发行股票进行股权融资,进一步发展壮大了自身实力,巩固了其在家纺行业的地位。

2、市场占有率

根据中国纺织协会、中国商业联合会、中国纺织进出口商会编制的《2009—2010年中国服装行业发展报告》,2009年我国限额以上批发、零售企业服装销售金额3,274.80亿元,全国重点大型零售企业女装销售所占服装销售量比重达38.64%。根据国家统计局对批发、零售企业的划分标准,限额以上批发、零售企业分别指年商品销售总额在2,000万元和500万元及以上的企业,全国重点大型零售企业指年商品销售总额超在1.50亿元及以上的零售企业(主要包括全国各地的百货商场);限额以上批发、零售企业包括重点大型零售企业,以重点大型零售企业女装的销售量占比可推算出我国限额以上批发零售女装市场容量。公司的门店主要分布在国内主要百货商场中,因此,限额以上批发零售企业的女装销售金额可代表公司所在市场的容量。据此推算公司所在市场的容量约为: $3,274.80 \times 38.64\% = 1,265.38$ 亿元。2008年、2009年、2010年公司的销售收入分别为:4.46亿元、4.75亿元、5.87元,占推算市场容量1,265.39亿元的比例分别为0.35%、0.38%、0.46%,据此谨慎推算,公司的市场占有率在0.35%至0.45%之间。

2009年公司荣获中国服装协会女装专业委员会评选的中国女装五十强企业

称号，名列年度产品销售收入第五名，名列年度利润总额第十名。

在国内百货商场中，商场通常将不同楼层或区域划分为少女装、淑女装、休闲女装、成熟女装或商务职业装、床上用品、童装等销售分区。在许多百货商场中，女装所占楼层数和面积往往大于其他种类服装。根据联销合同的约定，公司的淑女屋女装通常位于少女装或淑女装分区，自然元素位于休闲女装或少女装分区，FairyFair位于成熟女装或淑女装分区，小淑女与约翰位于童装分区，淑女屋床上用品位于床上用品分区。为统一管理同楼层各品牌的销售情况，百货公司一般会根据各品牌专柜的销售记录制定月度和季度销售排名。截至报告期期末，公司600家直营商场专柜位于50多个城市300多个商场。公司477家专柜所在的商场2011年第一季度对其商场内各分区的品牌进行销售排名统计。据2011年第一季度销售排名情况，淑女屋和自然元素两个品牌有12个商场专柜在商场的同类品牌销售排名中名列第一，14个排名第二，19个排名第三，合计共274个商场专柜的销售排名进入前十名。

（二）主要竞争品牌

国内市场服装品牌众多，根据品牌的市场定位、目标客户群及销售渠道，在国内市场与发行人品牌构成竞争的服装品牌的简要情况如下：（信息主要来自各品牌门户网站）

品牌	目标客户群	销售渠道	所属公司	与发行人的竞争关系
VEROMODA	约 25-35 岁	直营与加盟相结合，在商场专柜、专卖店销售	丹麦 BESTSELLER 集团	与“淑女屋”女装构成竞争关系
ELAND	约 20-25 岁	以直营为主，主要在商场专柜销售	韩国 ELANDWORLD 集团	
TEENIEWEENIE	约 20-30 岁			
OCHIRLY	约 20-30 岁	以加盟为主，在商场专柜、专卖店销售	广州欧时力实业公司	
ONLY	约 22-35 岁	直营与加盟相结合，在商场专柜、专卖店销售	丹麦 BESTSELLER 集团	与“自然元素”构成直接竞争关系
BASICHOUSE	约 18-28 岁	以直营为主，在商场专柜、专卖店销售	韩国 BASICHOUSE 集团	
ETAM	约 18-25 岁	以直营为主，在商场专柜、专卖	上海英模特制衣公司	

		店销售		
A02	约 18-28 岁	直营和加盟相结合, 在商场专柜、专卖店销售	香港 AZONA 公司	
MARISFROLG	约 25-45 岁	以直营为主, 主要在商场专柜销售	深圳玛丝菲尔时装公司	与 “FairyFair” 构成竞争关系
JORYA	约 25-40 岁	直营和加盟相结合, 在商场专柜、专卖店销售	欣贺(厦门)服饰公司	
ELEGANT PROSPER	约 25-45 岁	直营和加盟相结合, 在商场、专卖店销售	浙江雅莹服装公司	
PAWINPAW	约 2-12 岁	直营和加盟相结合, 主要在商场专柜销售	韩国 ELANDWORLD 集团	与“小淑女与约翰”构成竞争关系
MONNALISA	约 2-14 岁	以加盟为主, 主要在商场专柜销售	浩佳贸易(深圳)有限公司	

在家纺领域, 公司“淑女屋”床上用品的主要竞争品牌为梦洁、富安娜、罗莱。三家企业皆为国内上市公司和国内床上用品市场的知名品牌, 皆采用以加盟为主的销售模式, 以专卖店与商场专柜的形式销售, 均拥有超过1,000家门店。

(三) 发行人与部分同行业类似上市公司的对比

项目	发行人	朗姿	宝姿	凯撒	安莉芳	慕诗国际	艾格
主要品牌	淑女屋、自然元素、FAIRYFAIR、小淑女与约翰	朗姿、莱茵、卓可	宝姿、BMW lifestyle、Armani、Versace、Ferrari	凯撒	安莉芳、芬狄诗、COMFIT、LC、E-BRA	MOISELLE、MADEMOISELLE、IMAROON	ETAM、E-WEEKEND、E-SPORT、E-HOMME、E-LINGERIE
消费群体定位	16-35岁各个年龄层追求时尚、美丽的女性	18-55 岁的都市成熟、潮流及白领女性	25—45 岁上流精英人士	35-55岁事业有成的成熟女性	产品线丰富, 满足多层次消费者需求	紧贴潮流及喜爱打扮的女士	18-25岁追求时尚的女性
主要产品	女装、童装、床上用品、家居服	上衣、裙装、裤装、外套、饰品等	男女时装、鞋类、手袋、围巾及香水等配饰	男女时装、皮衣等皮革类制品	内衣、睡衣、家居服等	时尚女装、休闲装、童装、配饰	时尚女装、休闲装、内衣、睡衣、配饰
业务模式	设计、制造、零售、批发	设计、制造、零售、批发、许可经营	设计、制造、零售、批发、OEM、许可经营	设计、制造、零售、批发	设计、制造、零售、批发、OEM	设计、制造、零售、批发	设计、制造、零售、批发

销售收入 (亿元)	5.87	5.59	15.68	3.74	11.62	1.84	33.67
门店 (个)	直营：642 加盟：153 合计：795	直营：109 加盟：199 合计：308	直营：353	直营：127 加盟：163 合计：290	直营： 1,881	直营：70 加盟：5 合计：75	3,044
单店收入 (万元)	73.73	181.54	444.31	129.00	61.79	245.20	110.61

注：以上数据来自于对比公司的招股说明书或年报，发行人和对比公司的数据均为2010年的数据；慕诗国际年报日为2011年3月31日，其他公司为2010年12月31日；慕诗国际和艾格的门店和销售收入为在中国大陆的经营数据；慕诗国际和安莉芳控股计价币种为港元，其他公司为人民币。

与同行业类似公司相比，发行人的销售收入规模和门店数处于行业平均水平。销售收入规模小于部分对比企业，主要在于对比企业门店数多。发行人的单店收入较部分对比企业低，主要在于对比企业品牌定位高端，单店面积较大。发行人品牌市场知名度和美誉度高，与类似企业相比，发行人品牌覆盖了女装、童装和床上用品，产品线广，面向消费群体广泛，门店数较多，且以直营为主，渠道控制能力强，拥有一定比例的加盟店，有利于扩大发行人营销网络的覆盖面，增强品牌的影响力。

（三）公司的竞争优势和劣势

1、竞争优势

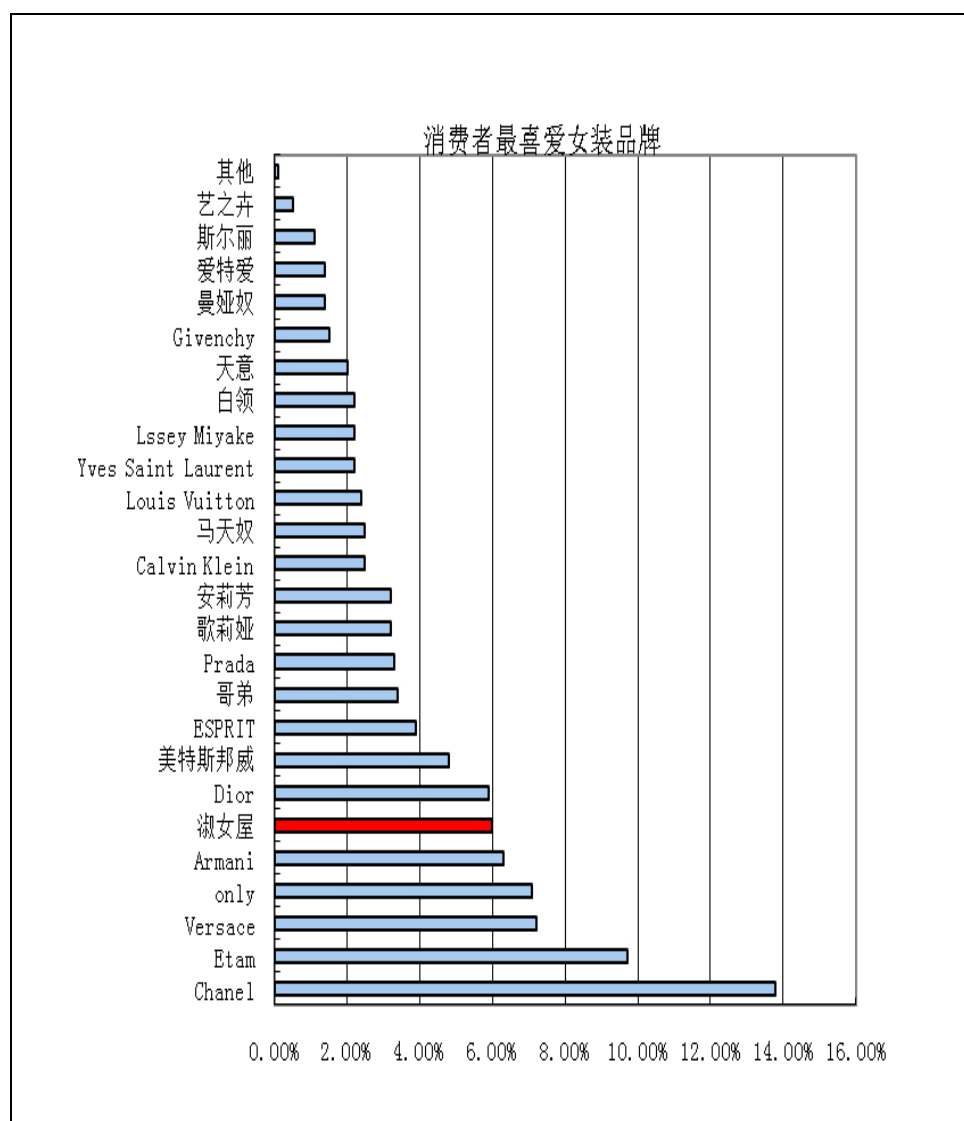
（1）品牌优势

公司自成立伊始就以品牌塑造为重点，经过近二十年的品牌自主长效运营，在国内树立了流行时尚品牌形象，确立了市场先发优势。公司拥有以“淑女屋”为旗舰品牌，“自然元素”、“FairyFair”、“小淑女与约翰”多层次发展的多品牌矩阵。各品牌在市场定位、目标消费群体与设计风格上错落有致，涵盖了少淑女装、休闲女装、成熟女装、童装，满足了不同年龄层次消费者在不同场合的多样化着装需求，纵向拉长了产品线；同时公司发挥品牌已有的市场知名度和美誉度，将“淑女屋”品牌延伸至床上用品，横向拓宽了品牌覆盖面。公司多品牌的集合运作扩大了目标消费群体，提升了品牌的整体形象和市场竞争能力，各品牌以独特的风格、高雅的品味与精良的质地著称于国内市场，享有较高的市场声誉。

公司长期专注于时尚产业，既紧跟时尚潮流，又赋予了公司品牌独特个性及

深厚的文化内涵。公司众品牌以“美好女人的一生”为宗旨，以时间为维度，展示从儿童到少女，从少女到母亲，再延续至母亲的孩子，表现爱与美永存的生生不息的生命历程，娓娓道来，彰显了品牌丰富的文化底蕴。公司旗舰品牌“淑女屋”在近二十年的发展历程中，始终立足于少淑女装，开创了少女全新的穿衣风格和理念，以诗情画意、浪漫情怀，作美好女人的品牌理念和清丽典雅、浪漫温馨的独特风格培养了一大批忠诚的消费群体。

根据深圳市服装行业协会、深圳市贸工局、北京金必德经济管理研究院等机构在全国范围内联合做出的《深圳市女装产业区域品牌规划调查研究报告》，在消费者最喜爱女装品牌中，“淑女屋”品牌仅次于几个国外知名女装品牌，在国内品牌中排名是最靠前的。



公司品牌不仅得到消费者的认可，也得到国家机构、行业协会等部门的嘉奖。

近几年来公司所获得的主要荣誉和资质如下表：

荣誉和资质	颁发机构	时间
中国驰名商标	国家工商行政管理总局商标局	2011年5月
十年杰出贡献奖	第十届中国（深圳）国际品牌服装服饰交易会组委会	2010年7月
中国服装协会第五届会员单位	中国服装协会	2009年10月
中国女装五十强企业	中国服装协会女装专业委员会	2009年9月
深圳市重点文化企业（时装设计）	深圳市人民政府文化产业发展办公室	2009年6月
第四届“中小企业诚信榜”上榜企业	深圳市中小企业信用担保中心有限公司、深圳市中小企业发展促进会	2009年12月
领军企业	深圳市南山区人民政府	2009年
自主创新行业龙头企业	深圳市人民政府	2008年6月
广东省著名商标（“淑女屋”品牌）	广东省工商行政管理局	2008年12月
读者最喜爱的十大女装品牌	女友杂志社	2007年8月
十佳经典女装	中国（深圳）国际品牌服装服饰交易会	2007年7月
十佳设计品牌		
“时尚中国·魅力深圳”2006年度时尚传媒大奖	全国主流媒体时尚推广联盟、深圳商报	2007年1月
第三届深圳·哈尔滨国际时装周“最佳创新品牌奖”	第三届深圳·哈尔滨国际时装周组委会	2005年12月
第二届深圳国际时装周“最佳创意奖”	第二届深圳国际时装周组委会	2004年12月
第四届中国（深圳）国际品牌服装服饰交易会“特殊贡献奖”和“最佳展位形象奖”	第四届中国（深圳）国际品牌服装服饰交易会组委会	2004年7月

（2）营销渠道优势

公司营销网点众多，覆盖面广，物业位置优良，卖场形象佳。截至2011年6月末公司在全国拥有830家营销网点，其中直营店671家，加盟店159家。公司营销网点遍布于全国近150个城市，覆盖范围广泛。公司营销网点大部分位于全国各地知名大型百货商场中，如王府井百货、中友百货、君太平洋百货、庄胜崇光百货、华联商厦、中粮集团、百盛百货、万达集团，百联集团、置地广场商厦、汇金百货、太平洋百货、大洋百货，茂业百货、天虹百货、吉之岛，香港新世界百货，广百百货、摩登百货、天河城，利群集团、中商集团、群光广场，大商集团，重庆商社新世纪百货，摩尔玛美时百货，银泰投资，友谊阿波罗等。该等百货商场通常位于城市繁华商圈，位置优越，人流旺盛；公司与各地主要商场物业有良好的经营合作关系，店柜多占据优良位置。公司依据品牌内涵及各自的市场定位，为各品牌制定了多套店柜装修方案，并配合各季产品的主题风格，精心布置店柜，营造舒适温馨的购物氛围，提高消费者对公司品牌产品的消费体验。

公司营销网点以直营店为主，2010年末和2011年6月末直营店占营销网点总数的比重为80.76%和80.84%，渠道附加值高，控制力强。通过直营店，公司得以贯彻执行营销策略，注重品牌的长效投资，全方位运营品牌，树立流行时尚品牌形象；直营店直接面向消费者，公司能够迅速获取最新的时尚潮流信息和市场需求情况，提高对市场的快速反应能力，增强经营自主性及市场竞争力。在直营店之外，公司积极发展加盟店，利用加盟商的区域资源，迅速拓展二、三线市场，提高市场份额。

公司拥有完善的渠道管理制度和丰富的管理经验。公司设置了品牌事业部、加盟部、拓展部等内部机构对营销渠道实施有效管理；公司采用“总公司—营销公司—区域—直营店”的垂直化营销管理体系，建设了完善的管理制度，对营销渠道的扩展、维护、形象、客服、财务、人员培训、物流等各方面作了详尽规定，有效地支持和推动了公司渠道扩张及品牌运营。

（3）设计创新优势

公司拥有一支年轻、有活力、富有创意、灵感敏锐的设计师团队。公司持续培养和吸纳认同公司品牌文化、具备高雅审美能力和专业知识的优秀设计人才。目前公司研发设计中心拥有近百名设计师和工艺人员，设计师皆具服装设计或相关专业本科以上学历，拥有丰富的服装家纺设计经验。公司也注重外脑的引进，增加外部设计创意思想的激荡，定期或不定期组织设计人员进行专业培训。公司设计师定期到巴黎、东京等世界时尚中心实地考察，参加各种国际时装展会，紧跟世界时尚潮流趋势，捕捉设计灵感；设计师定期到营销店柜开展现场调研，掌握市场需求状况，提升对设计创新的认识。

公司产品设计既坚持品牌的文化内涵，又积极吸收最新的时尚潮流元素，实现设计创新与市场的有机统一。公司在面料选用、色彩、款式上既延续品牌传统风格，沉淀经典，又积极创新突破，提炼时尚。每季产品在经典和时尚流行款式之间灵活保持一定的比例，拉长产品线，最大限度地满足市场需求。公司设计师善于从童话故事、戏剧、音乐等艺术作品中汲取灵感，赋予每季产品系列主题，如各品牌推出过的草原小屋、绿色狂野、情人节玫瑰、春江花月夜、黑白贵族、天鹅湖、荷塘月色、奥菲妮娅、森林女王等经典系列，脍炙人口，经久不衰，提升了公司的品牌美誉度。

(4) 产品生产优势

公司采取自主生产与外协生产相结合的模式,自主生产确保了公司对设计创新、核心工艺、产品质量和生产进度的掌控,同时利用外协生产又能合理灵活地安排生产计划,发挥外协厂商的比较优势,降低生产成本,提高生产效率。公司拥有深圳和武汉两个生产基地,能够充分利用两地优越的地理位置,辐射全国各地市场,提高快速反应能力,节约成本。公司施行订货会,通过市场化的运作方式,由公司区域营销人员及加盟商根据当地品牌店柜的市场销售状况确定订货量,以销定产,以市场为导向规划公司的生产计划,提高产销率。公司配合产品设计的款式、版型,采用质地优良的面辅料,凸显产品的经典、时尚及修身合体,精致一流的细节设计如花边、珠片、刺绣及印花。春夏装以棉、麻、真丝等为主,秋冬装中垂感、手感较好的柔软保暖的纯羊毛、羊绒得到很好运用。公司在产品的生产工艺上精益求精,注重细节,追求精致,实施严格的产品质量控制措施,保证产品以风格独特、质地精良的形象投入市场。

(5) 管理团队和企业文化优势

公司的管理团队尤其是核心管理层在服装家纺业有多年丰富的经营管理经验,深刻了解行业特征,能准确把握行业的发展趋势,对人才的培养和激励有独到系统的见解。公司提倡终身学习理念,管理人员通过不断进修学习,将现代的经营管理理念方法融入到公司的日常经营过程中,建立和完善符合公司特点的管理制度。公司秉持“分享、创新、高效、卓越”企业核心价值观,提倡“开放与包容、创新与个性”的企业文化,通过企业文化建设,激发汇集每位员工的创造力,吸收多元文化的精髓,聚集创新型企业持续发展的内在动力。公司坚守乐于分享的企业价值观,以市场为导向、以绩效为基本准则,运用薪酬福利、培训、升职、持股等多种方式满足员工多元化需求,为员工提供广阔的发展空间,激发员工的积极性,提升公司的整体竞争力。

2、竞争劣势

(1) 资金需求不足

公司资产规模相对偏小,融资渠道单一,发展能力受到限制,通过自有资金滚动发展,已经不能满足公司快速发展需要。

（2）店柜资源需进一步丰富，信息系统需进一步优化

公司拥有良好的品牌形象，但与国际知名品牌企业相比，公司的店柜资源仍需进一步丰富。公司需在主要城市的核心商圈拥有自有物业作为门店，通过固定优质物业的长期经营，进一步提高公司品牌的市场影响力；随着公司产品系列和款式不断地增多，公司需拥有更大面积的店柜以有效展示公司的产品卖场形象。尽管公司已对信息系统持续投入开发，但随着公司业务规模的快速发展，公司亟需对已有的信息系统进行扩展升级，进一步提高供应链管理整合能力。

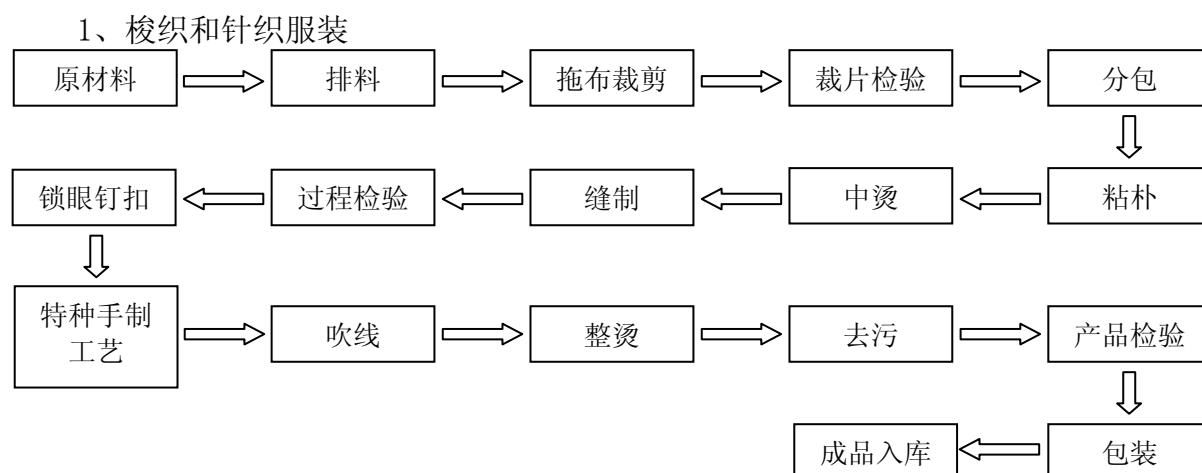
四、发行人主营业务情况

（一）主要产品

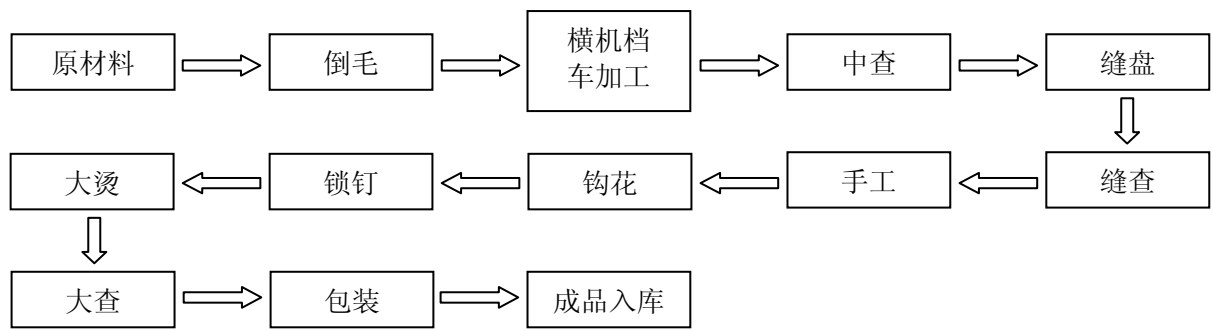
发行人的主要产品为女装、童装和床上用品。

产品	种类
女装、童装	套装、连衣裙、单裤、单裙、衬衫、大衣、风衣、外套、T恤、毛衫、羽绒服、皮衣、棉褸、呢褸、背心、马夹、短裤、鞋、皮包、饰品等
床上用品	套件、被芯、枕芯、家居服（睡衣、睡袍等）

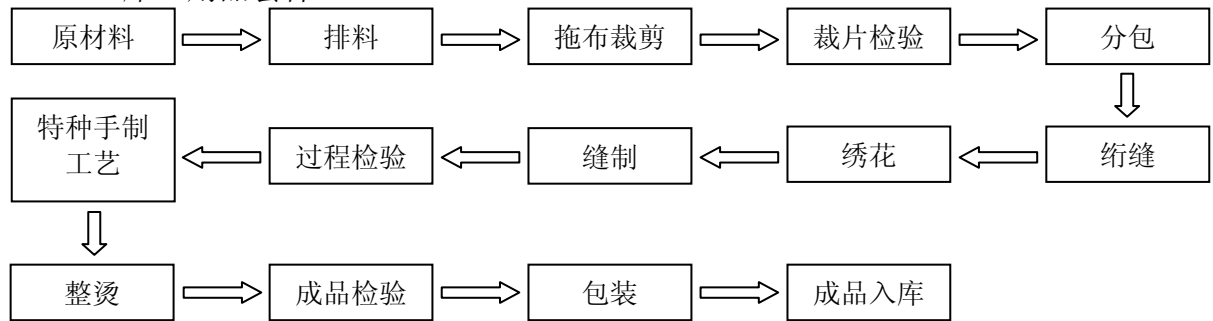
（二）主要产品的工艺流程



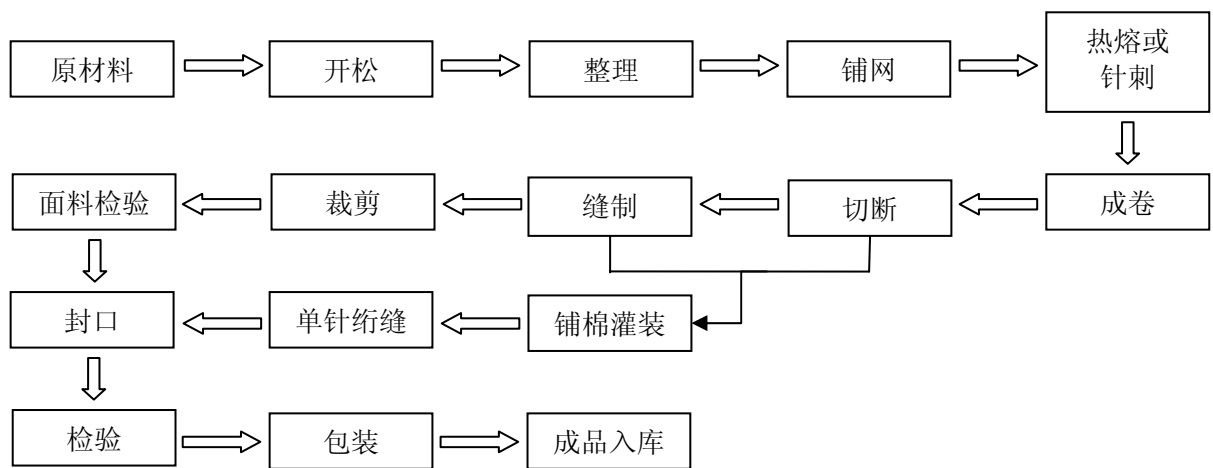
2、编织服装



3、床上用品套件



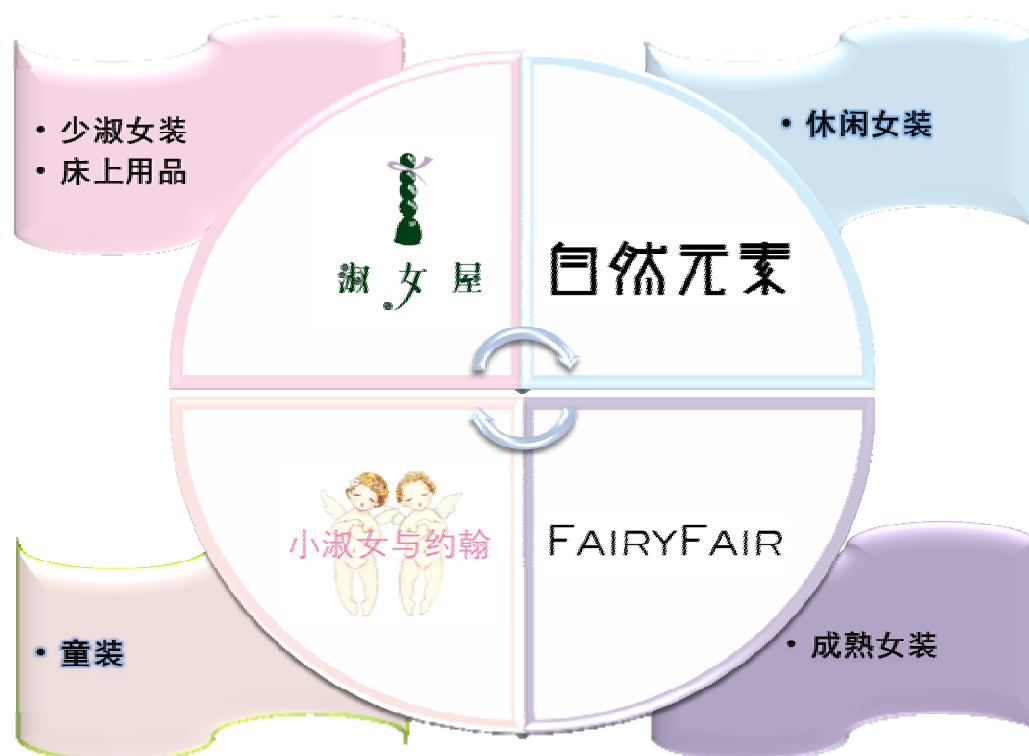
4、芯类产品



（三）主要经营模式

1、品牌企划

公司实施多品牌发展战略，拥有以“淑女屋”为旗舰品牌，“自然元素”、“FairyyFair”、“小淑女与约翰”多层次发展的多品牌矩阵，各品牌市场定位、目标消费群体、风格各不相同，涵盖了多个细分市场。



(1) 淑女屋女装：定位于少淑女装，表述邻家女孩诗情画意、浪漫情怀的成长故事和做美好女人的品牌文化内涵；主要目标消费群体是 16 岁至 35 岁间的年轻白领、学生、追求生活情调的成熟女性；产品风格清丽典雅，色彩以粉红、粉蓝、黑、白、灰为主。

(2) 淑女屋床上用品：定位于床上用品，提倡甜蜜温馨、浪漫优雅的生活方式与享受美好生活的文化内涵；主要目标消费群体是各年龄层次追求高尚家居生活品质的家庭，产品风格舒适温馨，有淑女田园、英格兰田园、婚庆、贵族等多个风格系列。

(3) 自然元素：定位于休闲女装，表述现代女性追求自由个性生活，引领潮流，做休闲时尚女人的品牌文化内涵；主要目标消费群体是 16 岁至 30 岁间的年轻白领、学生，产品风格时尚自然、简约舒适，搭配性强，色彩以黑、白、灰、紫、蓝为主。

(4) FairyFair：定位于成熟女装，表述成熟女性追求知性优雅生活，做幸福女人的品牌文化内涵；主要目标消费群体是 25 岁至 45 岁的追求优雅生活品质的职场女性、成熟女性，产品知性端庄、优雅魅力，色彩以黑、灰、绿、蓝、紫、红为主。

(5) 小淑女与约翰：定位于童装，表述母亲的孩子是爱与美的开始，是用爱包裹的童话，做童话中的小公主和小王子的品牌文化内涵；主要目标消费群体是3岁至13岁的儿童，产品风格可爱清新、典雅舒适，色彩主要以粉红、粉蓝、黑、白、灰为主。

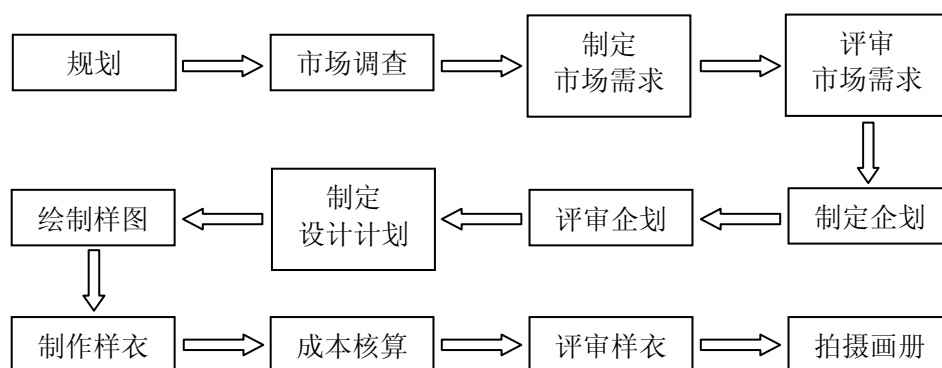
公司设置了“淑女屋”女装、“淑女屋”床上用品、“自然元素”、“FairyFair”、“小淑女与约翰”五个品牌事业部分别管理各品牌及产品的运营。各品牌事业部负责制定各品牌的发展战略规划、市场调研、品牌运作、产品规划、销售渠道及市场营销推广等经营策略，制定各品牌产品的年度发展计划和经营指标，完成各季产品的商品企划，包括系列风格、款式类别、款式数量、色彩、市场定价等。

2、研发设计模式

公司以“美好女人的一生”为宗旨，通过设计创新表达品牌文化内涵。公司设置了研发中心，下设五个设计分部分别负责“淑女屋”女装、“淑女屋”床上用品、“自然元素”、“FairyFair”、“小淑女与约翰”的研发设计事务。

公司产品系列分为春、夏、秋、冬四季，研发中心根据各品牌事业部的商品企划确定每季产品的创意和主题，制定材料和设计企划。设计人员通过品牌事业部反馈的市场信息、网络、期刊杂志、服装展会与发布会、市场调研报告等多渠道汇集市场需求信息，把握流行趋势，在延续品牌传统风格的基础上积极吸收时尚潮流元素；分析各品牌产品以往的市场销售情况，总结畅滞销原因，根据公司年度营销目标规划各季产品系列，包括款式风格、面辅料规格和质地、色彩、搭配、成本、上架时间等。设计人员按照设计企划进行款式设计、纸样制作、样板制作。单款产品的用料、款式、版型、尺寸、工艺、质量、成本等经评审合格后列入当季产品系列。当季产品设计完成后归档相关技术资料、成衣样板、面辅料样本等。2010年公司研发中心共推出323个产品系列合计4,971个款式，丰富的款式品种增强了产品对消费者的吸引力，提升了品牌美誉度。

公司产品设计的具体流程如下：



序号	项目	内容
1	规划	每年各季订货会结束后20个工作日内制定下年相应季节订货会的召开日期以及其他相关工作的日程。制定各季研发工作开始日至货品上柜各环节的时间点，制定《订货会日期及前期工作整体安排》。
2	市场调查	通过参加时装发布会或查阅专业网站、时尚杂志了解流行趋势；通过实地调查世界知名品牌在时尚之都的发布会及时捕获时尚前沿最新变化；对比分析公司以往产品销售数据和指标，提炼产品设计菁华。
3	制定市场需求	品牌事业部收集市场信息，分析公司销售计划、开店计划、进销率、平均折扣率、过季货品库存等指标，预测并制定当年销售目标；制定《市场需求明细表》。
4	评审市场需求	评审工作由品牌事业部主持，研发中心、供应商开发部及其他部门负责人共同参与，依据《订货会日期及前期工作整体安排》规划时间进行；经评审通过的需求结果由总经理审批后移交产品研发中心执行。
5	制定企划	研发设计部结合前期市场调查工作成果，制定本季设计方向和重点；首席设计师和各品牌设计负责人界定设计理念，对色彩、款式、面料等进行指定；依据公司预算原则制定《总企划书》、《材料企划评审表》和《款式企划评审表》。
6	评审企划	评审工作由研发设计部和总经理共同完成；材料企划和款式企划完成审批后执行。
7	制定设计计划	根据企划和时间规划，各品牌设计分部将设计师划分成小组，并制定具体的工作任务和指引；设计小组制定本季节产品不同上市波段产品的框架和理念；制定更为细致的设计企划，明确色彩和款式、统一风格、明确配饰使用方案。
8	绘制样图	根据小组设计计划，拟定产品图样；开发物料及配饰的技术规格，配合系列设计，使品牌形象和风格更加鲜明；扫描样图制作《设计流程单》交版房制作纸样。
9	制作样衣	版房根据纸样和《设计流程单》的参数制作样衣。
10	成本核算	成本管理部根据样衣生产参数制定《面料成本分析表》、《辅料成本分析表》。
11	评审样衣	评审工作由研发中心负责，首席设计师、各品牌设计负责人、总经理、品牌事业部、供应链品质部、供应商开发部、采购部、成本管理部共

		同参与评审工作；评审结果由总经理审批后执行。
12	拍摄画册	评审通过的样衣将用于订货会展示，并为其拍摄宣传画册。

3、采购模式

公司采购的原材料主要系面辅料，面料包括棉布、毛料、丝绸、麻布、化纤等，辅料包括纽扣、拉链、钩环、花边、棉绳、毛领、线带等。

公司根据生产计划分批次采购原材料，建立了完善的采购管理制度，涵盖供应商管理、采购成本控制、采购合同、采购方式、采购进度监控、进货验货、库存管理、采购档案等各采购业务环节，主要内容如下表：

事项	内容
供应商管理	- 供应商开发：通过采购指南、黄页、行业杂志、网络、展销发布会、行业协会公告等多种途径寻找合适供应商； - 供应商评估：确定候选供应商后，由公司设计、生产、质量等部门对其资金实力、设备、产能、工艺、信誉等进行评估；正式确定供应商后定期评估，综合权衡供应货品的质量、价格、交货期、服务、稳定性、柔性等记录供应商评估表；建立合格供应商名册，巩固与优秀供应商的合作关系；经评估不合格的供应商从名册中删除。
采购合同	- 以签订购销合同的形式建立业务关系； - 合同内容主要包括货物名称、规格、成分、单位、数量、金额、交货期、品质标准、交货地点、运输、验收、结算等； - 签订合同后追踪其执行情况。
采购方式	- 根据各季产品的生产计划确定采购的面辅料品种和数量； - 采购前查询以往的采购记录并作市场调研，分析影响采购货品成本的主要因素和变动趋势，分析供应商的设备和生产成本情况； - 编订预算，每种货品一般要求三家以上的供应商报价，分析报价，约定价格调整条款，制作价格差异分析表。
进度监控	- 根据各季各批产品的生产和上架时间分批次采购原材料，确定各批次的采购期间； - 按询价、合同签订、交货三个阶段实施采购； - 编制采购进度控制表监控采购作业进度；若未能如期完成采购作业，在采购作业进度表上注明异常原因及预定完成期，采取相应的处理措施。
结算方式	- 采用银行转账或支票等方式结算，一般货到 60-90 天内付讫。
进货验货	- 在合同中约定检验标准和方式，由公司质检人员检验，根据检验情况填写进货检验报告、入库单、不合格品报告单等文件，退换不合格货品。若供应商未能按时保质保量的提供货品，应该承担相应的赔偿责任。
库存管理	- 根据生产计划单和采购批次安排确定原材料存货量； - 根据货品的类别、重要性、成本、使用期间、使用量分类编号及存放，加强现场控制。
采购档案	- 建立样本资料库，定期做采购总结，分类归档采购资料，主要包括供应商基本资料登记表、供应商评估表、采购合同、请购单、采购计划表等。

4、生产模式

公司采取自主生产与外协生产相结合的生产模式，根据订货会的订货量安排

生产计划。外协生产主要包括去料加工和包工包料两种形式。

	自主生产	外协生产
内容	公司采购面辅料，负责产品生产的各道工序直至成衣出产。	- 包括去料加工和包料包工两种方式：去料加工由公司提供原材料，包工包料由外协厂商提供原材料。公司外协生产主要采用去料加工方式。 - 由公司提供设计工艺资料，并对外协厂商进行技术指导并追踪生产流程，外协厂商负责生产制造的各道工序直至成衣出产；或由外协厂商负责绣花、印花、订珠、洗水等特定工序。
适用产品	“淑女屋”和“小淑女与约翰”的经典特色款式、“自然元素”的部分产品、“FairyFair”的大部分产品。	“淑女屋”和“小淑女与约翰”的简约款式、“自然元素”的大部分产品，“FairyFair”的小部分产品； - 采用牛仔布、帆布、皮草等特殊面料的各品牌产品； - 涉及到绣花、印花、订珠、洗水等专业工序的各品牌产品。

各品牌产品采用自主生产或外协生产的具体情况如下：

（1）“淑女屋”和“小淑女与约翰”的经典特色款式、“FairyFair”的大部分产品、“自然元素”部分产品由公司自主生产，因为该等产品代表性地体现了公司的品牌内涵和款式风格，设计和工艺含量较高，产品附加值较高，公司需严格把控生产工艺和质量；

（2）“淑女屋”和“小淑女与约翰”的简约款式、“自然元素”的大部分产品、“FairyFair”的小部分产品采用外协生产，因为相对于公司自主生产的产品，该等产品的生产工艺较简单，质量控制较易；

（3）采用牛仔布、帆布、皮草等特殊面料与涉及到绣花、印花、订珠、洗水等专业化工序的各品牌产品一般采用外协生产形式，因为诸如牛仔布、帆布此类材料较紧密厚实，采用此类原材料制造服饰需专门的设备工艺，又如皮草产品的生产需在防尘防霉的环境下进行；将绣花、印花、订珠、洗水等工序外包是因为该等工序占产品生产成本比重较小，且需应用专门的设备工艺。

公司建立了规范健全的生产管理制度。各品牌事业部根据订货量下达生产订单，研发部门移交相应的设计工艺资料及样衣，公司生产部门制定生产计划，编制物料清单备料，安排各季各批产品生产。外协产品由公司与外协厂商签订承揽加工合同，外协厂商根据合同的约定安排生产。公司跟单部门全程监控生产流程，质量部门严格把控生产各环节的产品质量。

根据公司与外协厂商签订的加工承揽合同，外协厂商须按照公司的工艺技术要求组织安排生产；交货时外协厂商须提供质检报告，货品须符合行业质量标准，包括成分、甲醛、色牢度、PH 值和芳香胺等。外协厂商的产品合格率应在 99%以上，低于标准部分由外协厂商承担相应的损失。公司按照行业质量标准收货，检验不合格的产品不予于入库。入库后对于因原材料瑕点以及生产过程造成的不合格品进行返修，不能返修的予以退换。报告期内公司不存在非质量问题的退换货，外协产品入库后发生退换货均出于质量问题，具体情况如下表：

项目	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
退换货金额（万元）	0.82	3.46	1.89	1.97
占比	0.04%	0.03%	0.04%	0.05%

注：占比指占当年包工包料费与委托加工费之和的比例。

5、销售模式

公司采取以直营为主，加盟为辅的销售模式，营销网点遍布全国大部分省份直辖市，建立了主要包括直营店管理、加盟店管理、订货会、产品定价、市场营销推广、物流仓储等在内的营销管理制度体系。

（1）营销网点分布与扩展

截止 2011 年 6 月末，公司在全国拥有 830 个营销网点，其中直营店 671 家，加盟店 159 家，销售网点遍布全国近 150 个城市，各品牌直营店和加盟店统计如下表：

单位：个

类型	淑女屋女装	淑女屋床上用品	自然元素	FairyFair	小淑女与约翰	总计
直营店	274	123	235	15	24	671
加盟店	93	1	62	2	1	159
合 计	367	124	297	17	25	830

公司将全国的营销网络划分为七大营销区域，在区域中心城市设置营销子（分）公司管理区域内销售网点及营销事务。

片区	对应省市	营销子（分）公司所在城市
东北区	黑龙江、吉林、辽宁	大连、沈阳
华北区	北京、河北、山东、山西、内蒙古	北京、青岛
华东区	上海、江苏、浙江、安徽	上海、南京
华中区	河南、湖北、湖南、江西	武汉、长沙
华南区	福建、广东、海南、广西	深圳、广州

西南区	四川、重庆、贵州、云南、西藏	成都、重庆
西北区	陕西、新疆、甘肃、宁夏	西安

公司根据每年经营发展规划制订年度店柜拓展计划。在开设新店柜前，各营销区域市场人员对拟开设新店柜城市的人口、经济、居民收入水平、气候、消费习惯等进行调研，调查当地主要商圈商场物业的发展成熟度、商业氛围、人流、交通状况、消费偏好、市场定位、相关品牌进驻情况，制定扩展计划，内容包括进驻品牌、店柜经营合作方式、工程进度、预期经济效益、回收期等，由公司品牌事业部、财务部、总经理联合审查批准。公司定期评估已有店柜的经营业绩、所处商圈物业发展情况，结合公司年度经营规划、店柜拓展计划调整已有店柜的位置、面积，优化网点结构。

截至 2011 年 6 月 30 日公司营销网点在全国的分布情况如下图：



（2）直营店管理

公司直营店主要开设在直辖市、省会城市和其他经济发展水平较高的城市。公司设置了“总公司—营销公司—区域—直营店”的垂直化管理体制，对直营店的人、财、物及商流、物流、信息流作统一管理，建立了健全完善的直营店管理

制度，从开业流程、订货、货物配送及调拨、售价、营销活动、卖场形象管理、资金结算、信息管理、人员管理、绩效考核等各方面实施规范化管理。公司直营店包括直营商场专柜和直营专卖店两种类型，商场专柜采取联销形式，专卖店则主要通过租赁物业开设店铺。

事项	商场专柜	专卖店
进场设店	- 商场提供经营场地，公司与商场签订联销合同，进驻商场，营业执照持有人为商场； - 由店柜所在商场或物业提供基础设施，公司根据品牌的卖场风格装修店柜，缴纳日常管理费。	公司在商圈街边或购物中心租赁或购买店铺，营业执照持有人为股份公司（或营销子公司）的分公司；
经营管理	公司在商场专柜和专卖店销售品牌服装，自主经营，享有和承担相应的权利、义务和经营风险。在商场专柜，公司需遵守与商场签订的联销合同约定的关于商品标识、价格、服务、促销、人员管理等内容。	
人员管理	由公司派遣市场销售人员，由各区域营销公司和商场共同管理。	由公司派遣市场销售人员，由各区域营销公司和专卖店共同管理。
存货管理	公司对存货拥有所有权，自行负责货物的配送、存储、调拨等，承担存货的收益和风险。	
销售提成	在联销模式下，商场按一定比例从专柜销售额中提成。	在租赁物业情形下，公司支付物业租金。
货款结算	销售款项由商场统一收取。每月公司与商场对账结算，结算金额为商场专柜的销售额扣减商场销售提成后的余额，对账单核对无误后确认当期销售收入。商场按合同约定的期限将销售款汇入公司账户（30-45天内付款）。	销售款项由公司收取并存入银行账户。公司根据当天POS销售记录，对现金收入记录及银行卡存根联逐笔进行核对，填写收入明细表。根据经审核的收入明细表及银行收款凭据，确认当期销售收入。
销售定价	统一执行公司的定价政策，根据公司营销策略开展促销活动；商场专柜根据联销合同约定参加商场的促销活动。	
绩效考核	公司依据销售额、销售量、货物周转率、回款期、折扣率等各项指标进行考核。	
信息系统	统一安装公司ERP系统终端和软件，汇总分析各店柜的销售数据，进行市场分析。	

（3）加盟店管理

公司的加盟店主要开设在二、三线城市，该等城市社会经济发展水平良好，居民有较强的消费实力。公司开设直营店的城市不招揽加盟商，原则上一个城市每个品牌只招揽一家加盟商。加盟商根据特许加盟合同约定、自身资金实力、当地的经济发展水平及市场消费状况等决定在当地开设加盟店的品牌及数量。公司对加盟店实施统一指导、统一形象、统一订货、统一价格、统一培训。公司与加盟商签订特许加盟合同建立业务合作关系，其主要内容如下表：

事项	内容
加盟主体	加盟商须具备合法的主体资格，拥有良好的资金实力；应认同公司品牌文化和产品风格，具有一定的行业经营经验。

授权内容	- 公司将商标、经营管理技术、卖场形象设计等授予加盟商使用，未经公司许可不得擅自转让特许加盟权。
门店开设	- 加盟店分为加盟商场专柜和加盟专卖店；商场专柜由加盟商在百货商场以联销的形式开设，专卖店由加盟商购买或租赁店柜开设； - 商场专柜或专卖店应开设在当地知名的百货商场或主要商圈；单店经营面积不得低于合同约定标准； - 公司提供门店卖场形象设计方案，加盟商负责装修并承担装修费用，由公司监督验收。 - 加盟商须无条件接受公司提供的门店装修及形象布置方案，以维护公司品牌全国统一的卖场形象； - 加盟店须安装公司 ERP 终端设备及软件。
销售范围	- 加盟商只能在合同授权的区域范围内开设店柜，不得跨地区销售；加盟店只能销售公司品牌产品，不得销售其他品牌产品，不得向零售商批发销售，不得在互联网上销售。
货品采购	- 加盟商以买断方式采购公司品牌产品，货品的采购以订货为主，补货为辅；加盟商首次开店的首批进货由公司统一配送； - 加盟商须参加公司举办的订货会，且订货数量和款式不低于订货合同约定的保底进货量； - 加盟店开店的首批进货在该店开业一个月内可以退换；除非出现合同约定的质量或数量问题，首批进货以后的货品不得退换； - 货物配送的运输方式由加盟商自行选择并承担费用，公司按照加盟商指定的运输方式发送货物。
产品售价	- 产品实行全国统一零售价，加盟商可以在统一零售价的范围内实行售价浮动； - 公司举行重大促销活动时，加盟商应予以支持配合，加盟商举办促销活动应向公司报备。
货款结算	- 执行“款到发货”原则，加盟商订货或补货后，公司预收 25% 的货款，公司在发货前通知加盟商，加盟商在接到通知后一周内将余款汇入公司账户，公司确认收款后发货并确认收入。
经营管理	- 加盟商应维护公司授予的特许加盟权，维护和提升公司的品牌形象和市场声誉； - 公司提供加盟商管理手册等经营指导文件，提供 ERP 系统信息技术支持，并定期和不定期派遣督导人员检查和指导加盟店的布置、形象、陈列、营销服务等，并对加盟店的员工进行培训；加盟商须参加公司定期举办的经营管理培训课或加盟商会议。
合同终止	- 加盟商以完成合同约定的进货和市场销售指标作为续约的重要条件； - 若加盟商未完成指标或违反合同约定的其他事项，公司有权终止合同，主要违约事项包括：①加盟商有违法经营行为，造成公司品牌经营困扰及名誉影响；②加盟商向第三方泄露公司的品牌经营管理模式；③经营其他涉嫌恶意模仿、抄袭公司品牌、形象风格及营运管理模式的产品；④用其他商品换上公司的商标或包装销售，仿冒公司品牌产品；⑤其他市场违规行为以及损害公司品牌美誉度和经济利益的事项。

根据公司与加盟商签订的特许加盟合同，加盟商在两种情形下可以退换货：

①订货、补货因质量问题的退换货。加盟商的订货、补货在收货时应按合同约定的标准验收。加盟商验收货品后不得退换货，货品若出现质量问题须首先经公司确认，公司确认有质量问题后，若能维修，则维修后发回给加盟商；若不能维修，则公司给予退换货。②新开加盟店首批配货的退换货。为给予新加盟商首次开店

经营上的支持，公司对新加盟商首次开店首批进货施行统一配货制度，配货在30天内可以退换货，退换货率为100%。

加盟商关店后相应门店的货品不能退货。加盟商在合同期满后不再续约，或因其它因素决定中途终止加盟，须提前三个月向公司递交书面终止合作申请，经双方协商终止合同。加盟商申请关店后，不再向公司补货订货。所关门店的货品由加盟商在申请关店之时至正式关店的期间继续销售出清，如果加盟商拥有多个加盟店，同时可将所关门店的货品调配至该加盟商其他加盟店销售。2008年、2009年、2010年、2011年1-6月，公司加盟店的关店数分别为4个、8个、9个、6个，关店数量少，占加盟店总数的比例低。

公司对加盟商执行“款到发货”原则，公司ERP系统记录每个月向各个加盟商的发货金额以及对应的退货金额，每个月末根据当月向加盟商的净发货额与加盟商结算确认销售收入并开具发票。

报告期内，公司销售收入主要来自于直营渠道，且直营和加盟的销售收入占比相对稳定，2008年、2009年、2010年、2011年1-6月，加盟收入占比分别为8.16%、11.95%、12.57%和8.68%，占比较小。公司十分重视产品质量控制，报告期内加盟商的退换货较少，具体情况如下：

项目	2011年1-6月	2010年度	2009年度	2008年度
因质量问题退换货（万元）	4.31	9.71	11.08	7.47
占比	0.15%	0.13%	0.20%	0.21%
首批配货退换货（万元）	61.78	150.39	112.54	78.64
占比	2.08%	2.04%	1.98%	2.16%

注：占比指占当年加盟收入的比例。

从上表可以看出，报告期内加盟商因质量问题退换货占公司加盟收入的比例在0.30%以内，首批配货退换货占比在2%左右，金额较小，不会对公司经营状况产生不利影响。

（4）订货会

公司实行订货会制度，一年举行春夏秋冬四季产品订货会。订货会的主要内容和流程如下表：

事项	内容
订货主体	- 公司区域经理及其他主要市场营销人员；加盟商。
订货形式	- 静态布展和走秀。

订货数量	- 直营店：综合各地区与各品牌历史销售情况、未来的市场需求预测、各单款的进销存比率、店均销售量、销售考核指标，确定各单款产品的订货量，同时应兼顾订货总量和各单款数量间的协调； - 加盟店：根据自身经营情况、合同约定的保底进货量及销售指标等确定订货量； - 公司在保证订货总量稳定的前提下，推荐订货情况较好的款式，控制订货量过多的单款产品数量，调整订货量偏少的单款产品。
订货流程	- 参会主体参加静态布展会和走秀会，挑选公司各品牌样衣，确定单款订货总件数及不同颜色和尺码件数； - 品牌事业部汇总各款产品的订货量，根据总体订货情况对所订货品的数量、款式、尺码、价格等进行调整。
信息支持	- 公司信息系统的订货管理模块汇总统计订货会各品牌各单款产品的订货量和金额，分析产品结构，进行订货排名，建立订货数据库。

订货会之后以补货为辅。订货会后在日常经营销售过程中，各区域市场的直营店和加盟店通过终端POS系统对货品的销售量进行排名，根据销售和库存情况向公司提出补货申请。公司首先根据销售终端的存货情况在区域内调配补货；如果通过调配无法满足补货要求，则以区域为单位汇总补货量，由公司总部统一配货。

（5）产品定价

公司品牌在市场上定位于流行时尚服装家纺产品。产品定价以品牌定位为基础，以市场需求为导向，以提高产品利润率和市场占有率为主要目标，综合衡量产品的生产成本、目标消费者的收入水平和心理价位、竞争品牌的定价情况等各种因素。公司对每年各季产品分大类进行成本分析，产品吊牌价与生产成本保持一定的比例关系，根据成本变化调整吊牌价。

公司品牌产品在常规情况下以吊牌价销售。为回馈消费者，根据产品的销售指标和库存情况，在产品换季、商场统一促销、每年的元旦、春节、“十一”、圣诞节等重要节假日期间举办促销活动，折价销售，但代表公司品牌特色的部分经典款式一般不折价销售。公司定期汇总各区域市场过季或滞销产品库存量，据此制定促销计划，由各销售终端折价销售库存产品，或统一调拨到有消化能力的区域市场和销售终端，或举办大型卖场活动，通过短时间的特卖活动，以清空或降低库存。公司明确了产品促销活动的审批权限，超出区域营销部门权限的促销活动须由公司总部批准。

（6）市场营销推广

公司综合运用各种营销方式提升品牌知名度和美誉度。公司采取的主要市场营销措施如下表：

事项	内容
店面布展	- 店面布置、货品的摆列要体现公司品牌文化内涵，店面音乐由公司统一编发，保证店面形象和氛围的一致性，为顾客提供温馨舒适的购物环境； - 各品牌店面要进行季节性布展、节日布展、特殊新品上市布展、重点推广产品布展等。
画册、海报	- 配合当季产品系列分别印制相应的画册、海报、散页图、专刊，介绍公司各品牌的新品资讯、淑女屋的成长故事、公司文化、电影文学等各种时尚资讯。
文化宣传品	- 逢元旦、春节、圣诞节等重大节日推出书签、小日记本、台历、福串等各种小纪念品。
时装展会	- 定期参加深圳时装周、北京时装周、上海时装周及深圳国际品牌服装服饰交易会等国内重要展会； - 承办多次展会的开幕秀演会；在重要销售区域举办新品秀、情景秀演会。
会员推广	- 建立VIP会员制度，通过VIP积分对消费者进行回赠，不定期组织VIP会员聚会活动或答谢晚会。
广告宣传	- 在主要商场物业外墙贴挂广告牌；在专业杂志上刊发广告；在机场、地铁、商场、写字楼等公共场所或重点物业发布电子媒体广告； - 建设、维护、更新公司网站，在门户网站上宣传公司品牌； - 赞助电视连续剧，如赞助提供湖南卫视热播的《又一起看流星雨》女演员的服装。

经过将近二十年的品牌经营管理，公司已经在国内女装市场享有较高声誉和品牌美誉度。公司将品牌推广目的从提高品牌知名度逐渐转移到介绍品牌文化内涵、传递品牌理念等方面。目前，公司的品牌推广方式主要如下：

①销售终端推广

作为最能直观、全面向顾客展示服装家纺产品的销售终端已经成为品牌推广的前沿阵地。截至报告期期末，公司拥有830个门店，在城市的繁华商圈、主要百货商场和购物中心占据优越的店柜位置。如王府井百货、中友百货、君太太平洋百货、庄胜崇光百货、华联商厦、中粮集团、百盛百货、万达集团、百联集团、置地广场商厦、汇金百货、太平洋百货、大洋百货，茂业百货、天虹百货、吉之岛，香港新世界百货，广百百货、摩登百货、天河城，利群集团、中商集团、群光广场，大商集团，重庆商社新世纪百货，摩尔玛美时百货，银泰投资，友谊阿波罗等。每个终端配以统一标准的布置格局、商品结构与陈列，精心布置店柜，营造舒适温馨的购物氛围，成为展示品牌特质和产品形象的重要途径。

公司对包括直营店和加盟店在内的所有店铺进行统一装修以保持终端形象一致，提升顾客对无差异服务的体验感受。公司与日本顶级空间设计师合作开发，

倾力打造精致、高雅、简洁的店铺形象。每个店铺通过考究色彩、配饰、灯光等各个细节，致力为顾客营造一个典雅、温馨的生活场景和宾至如归的购物享受。

公司非常重视店铺货品陈列和服务的标准化工作，指定陈列督导负责统一管理终端店铺的陈列和服务效果。每季新品上市，陈列督导均会到各终端指导最新的货品陈列并定期抽查执行情况。加盟部的督导人员负责管理加盟店铺的陈列和服务，每月通过实地走访指导终端的陈列和服务，或者要求加盟商上传店铺陈列照片进行监督指导。

公司选择性地在一些重点商场进行商场广告宣传。宣传方式以外墙海报、灯箱为主。

②举办时装发布会和情景秀演，参加时装展会，施行订货会时装发布会

公司认为通过举办艺术及文化活动不仅能展示公司产品而且还能展现品牌的创意以及传递品牌文化内涵。公司倾向于在艺术主题公园举办时装发布会或情境秀演。如2004年公司在北京举办“淑女屋798情景秀”，2007年在北京、上海、深圳、武汉、成都等地举办“幸福双行线”的情景秀演，通过完整的故事情景将时尚与人生历程有机融合起来，向观众传递品牌内涵中包含的优雅、积极的生活态度。

公司亦积极通过参与大型展会以扩大品牌影响力。2004年至2010年，公司持续参加“中国（深圳）国际品牌服装服饰交易会”，并多次以承办方的身份参与其中。展览会为公司提供了一个充分展示设计和创意的机会，公司全力以赴地准备每一场展览，通过媒体报道宣传赢得了广泛认可和赞许。

公司于2007年开始施行订货会制度，并在此期间举办精美的时装发布会。每场时装发布会均得到推广部、研发中心、空间工程部等多部门的鼎力配合与支持，并专门就此成立工作小组。工作小组首先为时装发布会确定一个能突出产品精髓的时尚主题，并全力保证布置、灯光、音乐及其他布景元素达到完美协调一致能将观众的注意力集中在T台上使之能全身心地感受产品的设计主题。公司力邀港台知名设计师、业内名流亲临时装发布会并为产品打分或提出建议。从2007年开始，公司一般每年举办4次订货会暨时装发布会，每次时装发布会均为各品牌的新产品量身打造。

③媒体宣传

公司认为时尚刊物在时尚传播途径中具有重要作用，多年坚持在畅销时尚杂志、报刊刊登静态广告或品牌专栏，取得品牌推广佳绩。与公司有过宣传合作的杂志报刊有《瑞丽》、《ELLE》、《VOGUE》、《女友》、《HOPE》、《装苑》、《时尚芭莎》、《周末画报》、《中国服装服饰报》、《深圳商报》等。公司参与赞助湖南卫视热播电视剧《一起又看流星雨》，取得品牌推广的可喜成绩，为公司与优秀传播媒介合作积累了宝贵经验。

④VIP制度和情感宣传

多年来，公司的产品以锐意创新、风格独特的设计独树一帜，培育了一大批忠实的顾客群。她们对产品的认识和体验驱动着公司沿着特有风格不断向前发展。公司为这些忠实的顾客搭建沟通交流的平台，启动了VIP管理制度，建立了VIP信息库。在一些重要的时装发布会、秀演等文化活动之时，公司邀请部分VIP出席参与。通过提供宣传画册、促销讯息等方式，公司及时向VIP传递最新动向。

报告期内公司与品牌推广相关的主要费用如下：

单位：万元

项目	2011年1-6月	2010年	2009年	2008年
终端装修费	693.02	2,857.72	2,251.43	1,491.18
媒体宣传费	188.09	38.39	11.60	19.74
商场宣传费	27.19	43.68	27.21	101.97
画册、海报费、饰品费	66.88	86.9	128.21	151.6
秀演、时装发布会费	18.23	53.37	12.19	18.44
VIP推广费	35.93	17.35	12.08	8.28

（7）仓储物流

公司在深圳、武汉设立两个总仓，营销区域设立地区仓库。深圳总仓、武汉总仓的运输配送范围基本覆盖全国各个区域市场，地区仓库则主要辐射当地及周边城市。直营店的货物由公司选择第三方物流运输，先由两个总仓发往地区仓库，再由地区仓库发往当地各直营店，或由总仓直接发往直营店；加盟店的货物由加盟商自行选择运输方式并由总仓直接发往各加盟商指定的地点。

（四）报告期内发行人主要产品的生产与销售情况

1、生产情况

(1) 报告期内生产总量情况

单位: 万件(套)

项目	2011年1-6月	2010年	2009年	2008年
自主生产	90.88	181.40	154.06	172.15
外协生产	39.01	258.49	98.17	113.40
总产量	129.89	439.89	252.23	285.54

2009年产量比2008年减少, 主要因为受金融危机的影响, 国内社会消费增速减缓, 公司减少了产品产量并侧重库存产品的销售。

2010年产量比2009年大幅增长, 主要因为2010年公司销售收入增长较快, 产品销售量和铺货量随之增加。

2011年上半年公司生产数量减少, 主要在于: 2011年第一季度上柜的冬装货品基本已在上年年末备货, 春装部分货品已在上年年末备货; 由于春节假期因素, 每年的第一季度是生产淡季; 第二季度是传统的销售淡季, 第二季度产量较少; 鉴于上半年整体生产规模较小, 因此公司能充分利用自主产能, 自主生产比例大。

(2) 自主生产和外协生产情况

报告期内公司的自主生产和外协生产的数量、金额、占比和单件成本情况如下表:

2011年1-6月				
项目	产量(万件)	金额(万元)	占比	单件成本(元/件)
自主生产	90.88	5,775.30	69.55%	63.55
外协生产	39.01	2,528.13	30.45%	64.81
合计	129.89	8,303.43	100.00%	63.93
2010年度				
项目	产量(万件)	金额(万元)	占比	单件成本(元/件)
自主生产	181.40	14,338.31	45.28%	79.05
外协生产	258.49	17,324.96	54.72%	67.02
合计	439.89	31,663.27	100.00%	71.98
2009年度				
项目	产量(万件)	金额(万元)	占比	单件成本(元/件)
自主生产	154.06	11,738.32	58.69%	76.20
外协生产	98.17	8,261.77	41.31%	84.16
合计	252.23	20,000.09	100.00%	79.29
2008年度				
项目	产量(万件)	金额(万元)	占比	单件成本(元/件)
自主生产	172.15	12,062.18	63.46%	70.07

外协生产	113.40	6,944.62	36.54%	61.24
合计	285.54	19,006.80	100.00%	66.56

①报告期内自主生产与外协生产产量和金额的变动分析

A、公司对销售的良好预期，加大生产备货量

公司对销售的良好预期导致 2010 年产量增幅较大。经过 2008 年至 2009 年的世界金融危机后，2010 年我国的宏观经济走势向好，国内市场消费需求增长较快。2009 年公司产品销售侧重于去库存化，当年产品生产备货量减少，产量减少，期末直营店铺货量较小；根据消费者对产品的旺盛需求，以及基于对 2010 年及未来业绩增长的良好预期，公司 2010 年增加了生产备货量，生产规模扩大，自主生产产能得到充分利用，外协生产增长幅度较大。另外，2010 年公司的上市款式为 4,971 款，款式增加，且单款各尺码下单件数增加，备货量也相应增加。

B、外协生产规模和占比逐年上升

在公司自主生产产能既定的情形下，随着公司经营销售规模的扩大，外协生产规模和占比逐年上升。

(a) 报告期内公司的自主产量平稳，2008 年、2009 年、2010 年的产量分别为 172.15 万件（套）、154.06 万件（套）、181.40 万件（套），对应的自主产能利用率分别为 101.26%、90.62%、106.71%，公司的自主产能已得到充分利用。2010 年公司销售收入比 2009 年增长了 23.29%，2010 年末门店数比 2009 年末增长了 13.41%，销售收入增长和门店数增加需要更多的备货量，在自主产能既定的情形下，推动了外协生产产量的增加；

(b) 外协产量的增加主要为自然元素产品的增加。由于公司自然元素定位于休闲女装，风格简约，工艺简化，产品主要采取外协生产模式，2010 年自然元素的销售收入比 2009 年增长了 42.63%，主要在于其产品款式增多，铺货量增加，相应地自然元素产品外协产量增加，从 2009 年的 33.26 万件增至 131.05 万件。

(c) 2009 年公司销售侧重于去库存化，由于对 2010 年及未来的销售业绩预期良好，当年年底公司恢复增产，秋冬装产量平稳。因此 2009 年公司产量减少的主要是春夏装，导致 2010 年春夏装补货量较多，2010 年外协产量的增加主要体现为春夏装产量的增加。

(d) 通过外协生产发挥比较优势。公司外协生产主要包括毛衣、羽绒服、牛仔类单裙和单裤、针织类上衣、枕芯、被芯、皮衣、皮包等产品,此类产品通过外协生产能发挥外协厂商的比较优势,降低成本。报告期内随着产销规模的扩大,公司扩大毛衣、牛仔类单裙和单裤、针织类上衣、皮衣、皮包等产品的外协占比,增加了该类产品的的外协生产量。

C、包工包料的比重逐年增大

公司从 2006 年开始逐步推行外协生产模式。出于产品质量控制和生产周期的考虑,公司首先推行去料加工形式,自主采购面辅料,委托外协厂商根据公司提供的设计工艺资料生产加工,同时在皮革类、枕芯、被芯等部分产品上试点包工包料形式。伴随着与外协厂商合作关系的成熟稳定和公司对外协生产的供应链管理能力的增强,公司逐渐扩大包工包料的产品范围,增加皮革类、床上用品的加工量,并全面扩展到牛仔类服装、毛衣、羽绒服、针织类上衣等产品,委托外协厂商采购公司指定的面辅料根据公司提供的工艺技术资料生产加工。因此,报告期内公司包工包料的占比逐年增大。

D、生产模式和未来发展计划

公司采取自主生产和外协生产相结合的模式。淑女屋女装和小淑女与约翰的经典特色款式、淑女屋床上用品套件和 FairyFair 产品以自主生产为主;淑女屋女装和小淑女与约翰的简约款式、淑女屋床上用品的枕芯和被芯、自然元素产品以外协生产为主;采用牛仔布、皮草等面料的各品牌产品以及绣花、印花、钉珠、洗水等工序主要委托外协厂商完成。未来公司坚持自主生产在设计和工艺含量较高产品上的主导地位;本次募集资金投向的大浪服装家纺生产基地将进一步增强公司的自主生产能力。同时,随着公司经营销售规模的增长,外协生产的生产规模将同步增大,有利于提高公司整体的生产效率,降低生产成本。

②报告期内自主生产与外协生产的单件成本的变动分析

2008 年、2009 年、2010 年和 2011 年上半年,公司自主生产的单件成本分别为 70.07 元、76.20 元、79.05 元和 63.55 元,比较稳定,其中 2011 年上半年成本较低是因为上半年生产的主要是春季和夏季的货品,单件成本较低。

2008 年、2009 年、2010 年和 2011 年上半年,公司外协生产的单件成本分

别为 61.24 元、84.16 元、67.02 元和 64.81 元，其中 2009 年外协生产单件成本较高，主要在于 2009 年外协生产的秋冬装货品比重较高，单件成本上升。

由于公司自主生产主要生产工艺较高的服装产品和床上用品套件，因此单位成本通常高于外协生产。2009 年外协加工产量相对较小，但减少的产量主要是春夏季货品，成本较高的秋冬装占比上升，导致 2009 年外协加工单件成本高于自主生产的。

(3) 报告期内各品牌产品的产量情况

单位：万件（套）

生产方式		淑女屋女装	淑女屋床上用品	自然元素	FairyFair	小淑女与约翰	合计
2011 年 1-6 月	自主生产	49.43	4.26	32.42	1.37	3.41	90.88
	外协生产	20.93	2.18	15.66	0.08	0.15	39.01
	合计	70.35	6.44	48.08	1.46	3.56	129.89
2010 年	自主生产	110.22	17.46	44.18	5.57	3.95	181.40
	外协生产	107.70	16.14	131.05	0.78	2.82	258.49
	合计	217.92	33.60	175.23	6.36	6.78	439.89
2009 年	自主生产	102.87	10.63	32.95	4.48	3.14	154.06
	外协生产	58.49	6.08	33.26	0.27	0.07	98.17
	合计	161.36	16.71	66.20	4.75	3.21	252.23
2008 年	自主生产	119.76	6.74	40.47	3.60	1.59	172.15
	外协生产	57.06	6.12	49.32	0.00	0.90	113.40
	合计	176.82	12.86	89.79	3.60	2.48	285.54

2、产能情况

单位：万件（套）

项目	2011 年 1-6 月	2010 年	2009 年	2008 年
自主产能	85	170	170	170
自主产量	90.88	181.40	154.06	172.15
产能利用率	106.92%	106.71%	90.62%	101.26%

注：2011年1-6月的产能为半年的产能。

2008年、2010年和2011年1-6月产能利用率超过100%是因为当期公司适当增加了生产班次和生产工时。2009年公司减产导致产能利用率相对较低。

3、产品销售情况

(1) 产销率情况

报告期内公司的产销率情况如下：

单位: 万件(套)

项目	2011年1-6月	2010年	2009年	2008年	总计
自主生产	90.88	181.40	154.06	172.15	598.49
外协生产	39.01	258.49	98.17	113.40	509.07
合计	129.89	439.89	252.23	285.54	1,107.55
销量	178.85	325.97	296.86	278.54	1,080.22
产销率	137.69%	74.10%	117.69%	97.55%	97.53%

报告期内公司的产销情况良好,整体产销率为97.53%。

2010年公司外协生产增长较快,产销率较其他年份低,主要原因是:①2009年公司产品销售侧重于去库存化,当年产品生产备货量减少,产量比2008年减少了33.31万件。由于对比基数较小,2010年的产量较2009年增幅较大;②根据消费者对产品的旺盛需求,基于对2010年及未来业绩增长的良好预期,公司2010年增加了生产备货量,生产规模扩大,自主生产产能得到充分利用,外协生产增长幅度较大;③2010年末直营店较2009年末增加了71家,2010年的上市款式增加,合计4,971款,单款产品不同尺码下单件数增加,门店铺货量增加;④由于2010年初的民工荒影响到公司部分外协厂商春季产品的交货期,推迟了部分春季产品的上柜期,影响了货品的正常销售,导致2010年整体产销率降低;同时2010年的部分春季货品滚存到2011年上半年销售,导致2011年春装产量减少,同期产销率上升;⑤每年春节前冬装的销售比重较大,2011年第一季度销售的冬季货品基本都已在2010年备货,且2011年的部分春季产品已在2010年末备货,相应地2011年上半年公司产量减少,产销率大幅上升,库存产品得到有效消化。

(2) 报告期内各品牌产品销售收入情况

单位: 万元

品牌	2011年1-6月		2010年		2009年		2008年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
淑女屋女装	18,819.27	54.97%	34,802.13	59.37%	30,642.20	64.45%	30,446.45	68.20%
淑女屋床上用品	3,386.95	9.89%	5,681.31	9.69%	4,276.09	8.99%	3,897.49	8.73%
自然元素	11,045.87	32.26%	16,865.86	28.77%	11,825.59	24.87%	9,634.14	21.58%
FairyFair	531.56	1.55%	874.21	1.49%	591.47	1.24%	595.34	1.33%
小淑女与约翰	454.22	1.33%	395.46	0.67%	212.20	0.45%	68.20	0.15%
合计	34,237.87	100.00%	58,618.96	100.00%	47,547.55	100.00%	44,641.62	100.00%

淑女屋女装是公司稳定的收入来源，报告期内销售收入平均占比为61.75%；自然元素和淑女屋床上用品是公司重要的收入增长点，报告期内销售收入占比逐年递增，呈现良好的发展态势，2011年1-6月两者合计占销售收入42.15%。

(3) 报告期内各品牌产品销售数量和销售单价情况

单位：万件（套）、元/件（套）

品牌	2011年1-6月		2010年		2009年		2008年	
	销量	单价	销量	单价	销量	单价	销量	单价
淑女屋女装	91.18	206.39	182.23	190.98	169.93	180.32	177.74	171.30
淑女屋床上用品	11.13	304.40	22.76	249.65	19.50	219.27	16.82	231.78
自然元素	71.43	154.64	114.35	147.50	103.02	114.79	80.77	119.29
FairyFair	1.93	275.62	3.48	250.93	2.42	244.30	2.66	223.80
小淑女与约翰	3.18	142.78	3.15	125.60	1.98	106.91	0.55	123.51
合计	178.85	191.43	325.97	179.83	296.86	160.17	278.54	160.27

销售单价=销售收入/销售数量，销售单价为结算价格，即各品牌产品公司最终确认销售收入的价格。具体情况如下：商场专柜销售收入=商场零售额-商场提成-增值税销项税；专卖店销售收入=专卖店零售额-增值税销项税；加盟商销售收入=对加盟商批发销售额-增值税销项税。

随着公司多品牌战略实施，品牌市场影响力不断提高，产品线逐渐丰富，报告期内各品牌产品总体呈现量价齐升态势，带动销售收入稳步增长。

(4) 报告期内公司分渠道销售情况：

①分渠道销售收入情况

单位：万元

渠道	2011年1-6月		2010年		2009年		2008年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直营	31,266.74	91.32%	51,250.18	87.43%	41,867.23	88.05%	41,001.03	91.84%
加盟	2,971.13	8.68%	7,368.78	12.57%	5,680.32	11.95%	3,640.59	8.16%
合计	34,237.87	100.00%	58,618.96	100.00%	47,547.55	100.00%	44,641.62	100.00%

②分渠道销售数量情况

单位：万件（套）

渠道	2011年1-6月		2010年		2009年		2008年	
	销售量	比例	销售量	比例	销售量	比例	销售量	比例
直营	159.47	89.17%	277.88	85.25%	258.26	87.00%	249.84	89.70%
加盟	19.38	10.83%	48.09	14.75%	38.60	13.00%	28.70	10.30%
合计	178.85	100.00%	325.97	100.00%	296.86	100.00%	278.54	100.00%

(5) 报告期内公司分区域的销售收入情况

地区	2011年1-6月		2010年		2009年		2008年	
	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例
华南区	8,386.69	24.50%	13,879.06	23.68%	11,183.29	23.52%	9,271.93	20.77%
华东区	4,799.46	14.02%	8,905.26	15.19%	7,291.52	15.34%	7,604.44	17.03%
西南区	8,169.78	23.86%	13,745.18	23.45%	11,160.79	23.47%	12,516.16	28.04%
华中区	4,932.25	14.41%	8,128.75	13.87%	6,892.24	14.50%	6,219.15	13.93%
华北区	3,916.10	11.44%	6,814.83	11.63%	5,655.06	11.89%	4,261.07	9.55%
东北区	3,109.00	9.08%	5,443.37	9.29%	3,851.29	8.10%	3,449.31	7.73%
西北区	924.58	2.70%	1,702.52	2.90%	1,513.36	3.18%	1,319.56	2.96%
合计	34,237.87	100.00%	58,618.96	100.00%	47,547.55	100.00%	44,641.62	100.00%

报告期内，公司在华南、西南、华东三大区的合计收入占比平均为63.22%，比重较高，主要原因这三个地区经济发展水平较高，消费者消费能力较强，同时公司在该区域的销售网点亦较多。

4、销售终端情况

(1) 报告期内公司销售终端总数的变化情况

单位：个

品牌		2011年6月末	2010年末	2009年末	2008年末
直营店	商场专柜	600	577	527	473
	专卖店	71	65	44	24
	小计	671	642	571	497
加盟店	商场专柜	141	137	121	69
	专卖店	18	16	12	15
	小计	159	153	133	84
合计		830	795	704	581

报告期内，公司销售终端总数稳定增加，由2008年末的581家增加至2010年末的795家，年复合增长率为16.98%，推动了公司主营业务收入的平稳增长。公司以直营为主，截至2011年6月末，830家销售终端中直营店为671家，占比为80.84%；直营店有600个商场专柜，占直营店的比例为89.42%。

(2) 报告期内各品牌销售终端的变化情况

单位：个

品牌		淑女屋女装	淑女屋床上用品	自然元素	FairyFair	小淑女与约翰	总计
2011年6月末	直营店	274	123	235	15	24	671
	加盟店	93	1	62	2	1	159
	合计	367	124	297	17	25	830
2010年末	直营店	269	116	226	16	15	642
	加盟店	96	1	53	2	1	153
	合计	365	117	279	18	16	795

2009 年末	直营店	251	105	191	13	11	571
	加盟店	91	4	36	1	1	133
	合计	342	109	227	14	12	704
2008 年末	直营店	234	89	146	17	11	497
	加盟店	69	2	13	0	0	84
	合计	303	91	159	17	11	581

报告期内自然元素的门店增加较多, 2009年末、2010年末和2011年6月末, 自然元素销售终端分别比期初增加68家、52家和18家。自然元素是公司大力发展的品牌, 定位于休闲女装, 市场潜力大, 消费者受众面广, 营销网点迅速增加, 其销售收入亦快速增加, 2008年至2010年年均复合增长率达32.31%。

(3) 报告期期内公司销售终端的关店和调整情况

①报告期内公司销售终端的关店情况

单位: 个

项目		2011 年 1-6 月		2010 年度		2009 年度		2008 年度	
		关店数	占比	关店数	占比	关店数	占比	关店数	占比
直营店	商场专柜	19	3.17%	33	5.72%	42	7.97%	25	5.29%
	专卖店	1	1.41%	2	3.08%	3	6.82%	2	8.33%
加盟店	商场专柜	6	4.26%	8	5.84%	6	4.96%	4	5.80%
	专卖店	0	0.00%	1	6.25%	2	16.67%	0	0.00%
合 计		26	3.13%	44	5.53%	53	7.53%	31	5.34%

注: 占比指占当期期末相应门店数的比例。

报告期内, 公司直营店关店的原因主要有: 商场物业经营布局调整, 与公司的品牌定位不相符; 商场物业歇业; 合同到期, 不再续约; 门店销售业绩未达标。

报告期内, 公司加盟店关店的原因主要有: 商场物业经营布局调整, 与公司的品牌定位不相符; 加盟店销售业绩未达标。

报告期内公司门店关闭的数量占公司门店总数比例较小, 属于公司经营管理过程中的日常合同行为, 不会对公司的正常经营活动产生不利影响。

②报告期内公司销售终端的调整情况

公司销售终端的调整体现为门店在同一商场物业中位置的变动, 报告期公司销售终端的调整情况如下:

单位: 个

渠道	2011 年 1-6 月		2010 年		2009 年		2008 年	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比

直营店	商场专柜	23	3.83%	48	8.32%	38	7.21%	34	7.19%
	专卖店	0	0.00%	1	1.54%	0	0.00%	2	8.33%
加盟店	商场专柜	4	2.84%	9	6.57%	12	9.92%	9	13.04%
	专卖店	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
总 计		27	3.25%	58	7.30%	50	7.10%	45	7.75%

注：占比指占当期期末相应门店数的比例。

公司直营店和加盟店的调整主要体现为商场专柜的调整。商场专柜调整的主要原因是：商场物业内部经营布局发生调整，专柜位置做相应调整；商场定期或不定期根据进驻品牌的增减、风格定位、销售情况等对专柜做调整。

报告期内直营店和加盟店中的专卖店调整数量少，主要在于专卖店通常为租赁物业，租期较长，物业终止租赁后一般体现为关店；少数门店调整主要是位于购物中心的专卖店位置发生变动。

公司销售终端的调整体现为门店位置的变动，不影响销售终端的存续和正常销售，不会对公司正常的经营活动产生不利影响。

（4）报告期内公司新开销售终端的单店收入情况

报告期内公司各期新开销售终端的单店收入及其变动情况如下：

单位：万元

年份	门店类型	新开 店数	2008 年		2009 年		2010 年		2011 年 1-6 月	
			新店	总体	新店	总体	新店	总体	新店	总体
2008 年	直营店	129	22.73	82.50	62.93	73.32	72.38	79.83	40.34	46.60
	加盟店	19	27.70	43.34	37.12	42.71	40.57	48.16	15.84	18.69
2009 年	直营店	119			22.26	73.32	73.56	79.83	43.88	46.60
	加盟店	57			21.50	42.71	34.17	48.16	13.32	18.69
2010 年	直营店	106					30.51	79.83	43.50	46.60
	加盟店	29					28.76	48.16	15.26	18.69
2011 年 1-6 月	直营店	49							13.52	46.60
	加盟店	12							13.00	18.69

注：①表中的单店收入为公司最终确认销售收入的金额，其中直营店的单店收入为单店销售收入，加盟店的单店收入为公司对加盟店的单店批发收入；②表中的单店收入系以各期末的门店数为基准计算的；③“新店”为报告期内各期公司新开的直营店或加盟店；“总体”为报告期各期末公司的直营店或加盟店，包括了新开门店。

根据上表，报告期内公司新开门店第一年的单店收入与总体的单店收入差距较大，主要因为当年新开门店分布于各个月份开业，平均有效经营时间较短，门店经营效益未完全体现出来。随着经营效益的成熟，新开门店的单店收入从第二年开始逐渐与其他门店持平，从而促进公司整体销售收入的增长。由于新开加盟店需铺货，采购货品较多，公司对其第一年的单店批发收入与新开直营店第一年

的单店销售收入较接近；新开门店进入第二年后，由于直营店的铺货量大，款式多，销量大，且单位售价也较公司对加盟商的批发价高，从而单店收入也较加盟店高。

（5）销售终端的商场物业分布情况

①直营店的商场物业分布情况

截至2011年6月30日，公司拥有671家直营店，在各地进驻的商场物业情况如下：

商场物业名称	进驻品牌	商场物业地址
深圳市		
茂业百货东门店	淑女屋专柜	深圳市罗湖区东门中路 2047 号
	淑女屋床品专柜	
	小淑女与约翰专柜	
	自然元素专柜	
	FairyFair 专柜	
茂业百货和平店	淑女屋床品专柜	深圳市罗湖区和平路 3009 号
	淑女屋专柜	
	自然元素专柜	
茂业百货华强北店	淑女屋专柜	深圳市福田区华强北路 2009 号
	淑女屋床品专柜	
	小淑女与约翰专柜	
	自然元素专柜	
	FairyFair 专柜	
茂业百货友谊城店	淑女屋床品专柜	深圳市罗湖区友谊路 63 号友谊城 A 座
茂业百货南山店	淑女屋专柜	深圳市南山区海德路与文心二路交汇处
	淑女屋床品专柜	
	小淑女与约翰专柜	
	FairyFair 专柜	
	自然元素专柜	
茂业百货深南路店	自然元素专柜	深圳市福田区深南中路 2020 号
宝安海雅百货	淑女屋床品专柜	深圳市宝安区 25 区前进一路宝安海雅百货
	淑女屋专柜	
	自然元素专柜	
南山海雅百货	淑女屋专柜	深圳市南山区南海大道 2746 号
	淑女屋床品专柜	
	小淑女与约翰专柜	
	自然元素专柜	
宝安华润万佳	淑女屋床品专柜	深圳市宝安区五区宝民一路 28 号新安湖商业城
龙华华润万佳	淑女屋专柜	深圳市宝安区龙华人民北路 AAA 大夏
	自然元素专柜	
布吉新一佳	自然元素专柜	深圳市龙岗区布吉镇罗岗立交信义假日名城
创业崇尚百货	自然元素专柜	深圳市南山区创业路现代城华庭裙楼
南油人人乐	淑女屋床品专柜	深圳市南山区东滨路 3 号

福田人人乐	淑女屋床品专柜	深圳市福田区金田南路 1013-3 号
美乐人人乐	淑女屋床品专柜	深圳市南山区前海路港湾丽都
崇尚百货龙华店	自然元素专柜	深圳市宝安区龙华东环一路东华明珠园旁
龙华人人乐	淑女屋床品专柜	深圳市宝安区龙华镇布龙公路北侧锦绣江南四期
芮欧百货	淑女屋床品专柜	深圳市罗湖区宝安南路 1881 号
	淑女屋专柜	
	自然元素专柜	
太阳百货	淑女屋专柜	深圳市罗湖区东门解放路 2001 号
	淑女屋床品专柜	
	小淑女与约翰专柜	
	FairyFair 专柜	
	自然元素专柜	
常兴天虹	淑女屋专柜	深圳市南山区桃园路 86 号
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
	小淑女与约翰专柜	
创业天虹	淑女屋专柜	深圳市宝安区 44 区创业二路富源商贸中心
	淑女屋床品专柜	
福民天虹	淑女屋床品专柜	深圳市福田区福民路星河明居 127 号
梅林天虹	淑女屋床品专柜	深圳市福田区上梅林梅林路 65 号海康大厦
西丽天虹	淑女屋专柜	深圳市南山区西丽镇留仙大道 1380 号
鼎诚天虹	淑女屋专柜	深圳市福田区中航路 9 号鼎诚国际大厦
国贸天虹	淑女屋专柜	深圳市罗湖区人民南路 3002 号
	自然元素专柜	
龙华天虹	淑女屋专柜	深圳市宝安区龙华街道办龙观东路花园新村门楼侧
	自然元素专柜	
前进天虹	自然元素专柜	深圳市宝安区前进一路 34-2 区
白石洲湾畔	淑女屋床品专柜	深圳市南山区白石洲中海深圳湾畔花园裙楼
	自然元素专柜	
坂田阳光湾畔	自然元素专柜	深圳市龙岗区坂田街道办五和南路 82 号
天虹购物广场君尚百货	FairyFair 专柜	深圳市福田区福华三路星河国际大厦
中心城广场	淑女屋床品专卖店	深圳市福田区福华路 3 号怡景中心城 UG 层 RUG036 店铺
	自然元素专卖店	深圳市福田区福华路 3 号怡景中心城 G 层 RG034 店铺
喜荟城购物中心	淑女屋床品专卖店	深圳市罗湖区太宁路 8 号喜荟城购物中心 303 号铺
京基百纳购物中心	自然元素专卖店	深圳市南山区白石路与深圳湾二路交汇处御景东方花园裙楼 L1-26
崇尚百货福田店	自然元素专柜	深圳市福田区金田南路 1013 号银庄大厦
街边店	淑女屋床品专卖店	深圳市福田区南园动力公司商住楼 5 栋 101-3
街边店	淑女屋床品专卖店	深圳市福田区莲花西路缔梦园三期裙楼
街边店	淑女屋床品专卖店	深圳市福田区下梅林金梅花园第五栋一楼 103B 商铺
街边店	淑女屋床品专卖店	深圳市龙岗区中心城紫薇花园商业中心 B103 铺
街边店	淑女屋床品专卖店	深圳市南山区桃园路常丰花园 B 栋 16 号

东莞市		
海雅百货东城店	淑女屋专柜	东莞市东城区岗贝东城大道世博广场 A 座
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
天虹百货东纵店	淑女屋专柜	东莞市莞城区东纵大道愉景威尼斯广场
	自然元素专柜	
彩怡百货地王店	淑女屋专柜	东莞市莞城区东纵大道 2 号地王广场
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
天和百货文化广场店	淑女屋专柜	东莞市莞城区西城文化广场
	自然元素专柜	
海雅百货南城店	淑女屋专柜	东莞市南城区胜和鸿福路 83 号综艺广场
	自然元素专柜	
彩怡百货宏伟店	淑女屋专柜	东莞市南城区宏伟路 1 号世纪广场
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
吉之岛第一国际店	自然元素专柜	东莞市南城区鸿福路 200 号第一国际吉之岛
惠州市		
港惠新天地	淑女屋专柜	惠州市惠城区演达大道 11 号
	自然元素专柜	
丽日购物广场	淑女屋专柜	惠州市惠城区环城西二路 5 号
	自然元素专柜	
天虹商场	淑女屋专柜	惠州市惠城区商业中心麦地路 60 号
海雅百货	淑女屋专柜	惠州市惠城区新岸路 1 号世贸中心
	淑女屋床品专柜	
珠海市		
茂业百货	淑女屋专柜	珠海市香洲区紫荆路 301 号
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
万佳百货	自然元素专柜	珠海香洲区拱北迎宾南路 1019 号国际大厦
中山市		
优越城百货	淑女屋专柜	中山市石岐莲塘路大信南 1 号
	自然元素专柜	
益华百货	淑女屋专柜	中山市中山三路益华世纪广场
广州市		
吉之岛东方宝泰店	自然元素专柜	广州市天河区林和中路 63 号吉之岛
新大新番禺易发商厦	淑女屋专柜	广州市番禺市河村山庄路 18 号易发商业中心 1、2、3 层
广百百货复建店	自然元素专柜	广州市越秀区北京路 286 号
摩登百货岗顶店	淑女屋床品专柜	广州市天河区天河路 611 号
	淑女屋专柜	
	自然元素专柜	
广百百货	淑女屋专柜	广州市天河区天河路 611 号
广百百货中怡店	淑女屋专柜	广州市越秀区天河路 260 号
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
摩登海购百货	淑女屋专柜	广州市海珠区江南大道中 219 号
	自然元素专柜	

花都摩登百货	淑女屋床品专柜	广州市花都区新华街建设北路 72 号
华润万佳花都店	自然元素专柜	广州市花都区新华镇云山大道 31 号
花都星光汇	自然元素专柜	广州市花都区建设北路 72 号
华忆百货	淑女屋专柜	广州市天河区中山大道西 8 号
	自然元素专柜	
摩登百货黄埔店	淑女屋床品专柜	广州市越秀区康王中路 666 号
	淑女屋专柜	
	自然元素专柜	
华忆百货江南店	淑女屋床品专柜	广州市海珠区江南大道南 408 号
	自然元素专柜	
天河城百货名盛店	自然元素专柜	广州市越秀区北京路 238 号名盛广场
摩登百货圣地分店	淑女屋床品专柜	广州市白云区广州大道北 1420 号
	淑女屋专柜	
	自然元素专柜	
天河城购物中心	自然元素专柜	广州市天河区中山大道石碑岗顶
	FairyFair 专卖店	
	淑女屋专卖店	
华润万佳天河店	自然元素专柜	广州市天河区中山大道西 160-178 号
王府井百货	FairyFair 专柜	广州市东山区农林下路 40 号
	淑女屋专柜	
新光百货	淑女屋床品专柜	广州市荔湾区康王中路 666 号
	淑女屋专柜	
摩登百货新塘分店	淑女屋床品专柜	广州市增城市新塘镇解放北店与新塘中路交界处
	自然元素专柜	
华润万佳新塘店	自然元素专柜	广州市增城市新塘镇解放北店与新塘中路交界处
万达购物广场	FairyFair 专卖店	广州市白云区机场路 111-119 号
	淑女屋专卖店	
	自然元素专卖店	
百信广场	淑女屋床品专卖店	广州市白云区机场路 1399 号
	淑女屋专卖店	
	自然元素专卖店	
东方宝泰购物广场	淑女屋床品专卖店	广州市天河区林和中路 63 号东方宝泰购物广场负一层
	淑女屋专卖店	
广百百货新一城店	淑女屋专卖店	广州市越秀区北京路 295 号
	自然元素专卖店	
万菱汇	淑女屋专卖店	广州市天河区天河路 230-232 号
新塘金海岸城市广场	自然元素专卖店	广州市增城新塘镇港口大道北路金海岸城市广场
中华广场	自然元素专卖店	广州市越秀区中山三路 23 号
街边店	淑女屋床品专卖店	广州市天河区华景路 62-64 号之 104 铺
佛山市		
兴华商场	淑女屋床品专柜	佛山市禅城区祖庙路 42 号
	淑女屋专柜	
	自然元素专柜	
揭阳市		
广百百货揭阳店	淑女屋专柜	揭阳市东山黄岐山大道以西建阳路以南金城广场

北京市		
华堂商场十里堡店	自然元素专柜	北京市朝阳区朝阳路十里堡甲3号
西单商场十里堡店	淑女屋专柜	
华堂商场亚运村店	自然元素专柜	北京市朝阳区北四环东路千鹤家园108号楼
庄胜崇光百货商场	淑女屋专柜	北京市宣武区宣武门外大街8号
君太百货	淑女屋专柜	北京市西城区西单北大街133号
太平洋百货五棵松店	淑女屋专柜	北京市海淀区复兴路69号
中友百货	自然元素专柜	北京市西城区西单北大街176号
	淑女屋专柜	
津乐汇广场	自然元素专柜	北京市海淀区中关村大街15号
	淑女屋专柜	
甘家口大厦	自然元素专柜	北京市海淀区三里河路17号
	淑女屋专柜	
新华百货	自然元素专柜	北京市西城区新街口北大街1号
	淑女屋专柜	
华联商厦万贸店	自然元素专柜	北京市海淀区巴沟路2号
彩旋新世界万达店	淑女屋专柜	北京市朝阳区建国路93号万达广场A座
新世界一期	淑女屋专柜	北京市崇文门崇外大街3号
新世界二期	自然元素专柜	北京市崇文门崇外大街3号
	淑女屋专柜	
新世界利莹店	淑女屋专柜	北京市朝阳区望京广顺南大街16号院1-2号楼
新世界顺义店	淑女屋专柜	北京市顺义区新顺南大街18号
新世界百货宝鼎店	淑女屋专柜	北京市崇文区东打磨厂街7号
华联商厦安贞店	淑女屋专柜	北京市朝阳区安贞西里5区2、3号
华联商厦阜成门店	淑女屋专柜	北京市西城区阜外大街1号
华宇时尚购物中心	淑女屋专柜	北京市海淀区中关村南大街2号
朝阳大悦城购物中心	淑女屋专卖店	北京市朝阳区朝阳北路101号朝阳大悦城
西单大悦城购物中心	淑女屋专卖店	北京市西城区西单北大街甲131号
蓝色港湾购物中心	自然元素专卖店	北京市朝阳区朝阳公园路6号
嘉茂购物中心望京店	淑女屋专卖店	北京市朝阳区广顺北大街33号院
嘉茂购物中心西直门店	淑女屋专卖店	北京市西城区西直门外大街1号西环广场6层
中关村购物中心	淑女屋专卖店	北京市海淀区北四环中路229号
	淑女屋床品专卖店	
新东安广场	自然元素专卖店	北京市东城区王府井大街138号
	淑女屋专卖店	
	FairyFair专卖店	
	小淑女与约翰专卖店	
金源新燕莎购物中心	淑女屋专卖店	北京市海淀区远大路1号
天津市		
百盛购物中心	淑女屋专柜	天津市和平区和平路162号
津乐汇时尚购物热	淑女屋专柜	天津市和平区南京路189号

点		
新世界百货	淑女屋专柜	天津市南开区东马路 138 号
乐宾百货	淑女屋专柜	天津市和平区南京路 128 号
百货大楼	自然元素专柜	天津市和平区和平路 172 号
金元宝东方广场	自然元素专柜	天津市塘沽区解放路 507 号
上海市		
巴黎春天长宁店	淑女屋专柜	上海市长宁区长宁路 823 号
	自然元素专柜	
巴黎春天浦建店	淑女屋专柜	上海市浦东新区浦建路 118 号
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
巴黎春天五角场店	淑女屋专柜	上海市杨浦区淞沪路 1 号
	自然元素专柜	
百联奥特莱斯购物广场	淑女屋床品专柜	上海市沪青平公路 2888 号
	淑女屋专柜	
	自然元素专柜	
	FairyFair 专柜	
东方商厦青浦店	自然元素专柜	上海市青浦区公园路 700 号
	淑女屋专柜	
东方商厦杨浦店	自然元素专柜	上海市杨浦区四平路 2500 号
	淑女屋专柜	
汇宝购物广场	自然元素专柜	上海市闵行区七宝镇漕宝路 3509 号
汇金百货虹桥店	淑女屋专柜	上海市长宁区天山路 900 号
	自然元素专柜	
八佰伴	淑女屋专柜	上海市浦东新区张杨路 501 号
巴黎春天大华店	淑女屋专柜	上海市宝山区真华路 888 号
巴黎春天虹口店	淑女屋专柜	上海市虹口区四川北路 1688 号
巴黎春天七宝店	淑女屋专柜	上海市闵行区七莘路 3755 号
虹桥百盛	淑女屋床品专柜	上海市长宁区遵义路 100 号
	淑女屋专柜	
	自然元素专柜	
上海淮海太平洋	淑女屋专柜	上海市卢湾区淮海中路 333 号
汇宝购物广场	淑女屋床品专柜	上海市闵行区七宝镇漕宝路 3509 号
	淑女屋专柜	
汇金百货	淑女屋专柜	上海市徐汇区肇嘉浜路 1000 号
假日百货	自然元素专柜	上海市杨浦区鞍山路 1 号
	淑女屋专柜	
江桥万千百货	淑女屋床品专柜	上海市嘉定区江桥镇金沙江西路 1021 号
	淑女屋专柜	
	自然元素专柜	
	FairyFair 专柜	
金山百联	淑女屋专柜	上海市金山区卫清西路 18 号
金山石化百货	淑女屋专柜	上海市金山区石化卫零路 85 号
九海百盛	淑女屋床品专柜	上海市卢湾区淮海中路 918 号
	淑女屋专柜	
南京路新世界	淑女屋专柜	上海市黄浦区南京西路 2-68 号
	自然元素专柜	
百联世茂国际广场	淑女屋专柜	上海市南京东路 819 号

	淑女屋床品专柜	
西郊百联	淑女屋专柜	上海市长宁区仙霞西路 88 号
	淑女屋床品专柜	
莘庄百盛	淑女屋床品专柜	上海市闵行区都市路 5001 号
	淑女屋专柜	
	自然元素专柜	
徐汇太平洋	淑女屋专柜	上海市徐汇区衡山路 932 号
站前太平洋	淑女屋专柜	上海市闸北区天目西路 218 号
	自然元素专柜	
周浦万千百货	淑女屋床品专柜	上海市浦东新区年家浜路 437 号
	自然元素专柜	
置地广场商厦	淑女屋专柜	上海市黄浦区南京东路 409-459 号
	自然元素专柜	
东方商厦南东店	FairyFair 专柜	上海市黄浦区南京东路 800 号
二百永新百货	淑女屋专柜	上海市卢湾区淮海中路 887 号
浦东商场昌里店	自然元素专柜	上海市浦东新区昌里路 333 号
第一百货商店	淑女屋专柜	上海市黄浦区南京东路 830
上海第六百货	自然元素专柜	上海市徐汇区肇嘉浜路 1068 号
日月光中心广场	淑女屋床品专柜	上海市卢湾区徐家汇路 618 号
宝大祥青少年儿童购物中心	小淑女与约翰专柜	上海市黄浦区南京东路 673-699 号
华联商厦普陀店	自然元素专柜	上海市普陀区金沙江路 788 号
金汇购物中心	自然元素专柜	上海市浦东新区华夏东路 2255 号
港汇广场	淑女屋专卖店	上海市徐汇区虹桥路 1 号
	淑女屋床品专卖店	
南方友谊商城	淑女屋专卖店	上海市闵行区沪闵路 7388 号
	淑女屋床品专卖店	
大拇指广场	淑女屋床品专卖店	上海市浦东新区芳甸路 199 弄
街边店	淑女屋床品专卖店	上海市徐汇区肇家浜路 201 弄 3 号 101-01 室
龙之梦购物中心	自然元素专卖店	上海市长宁区长宁路 1018 号
凯德龙之梦闵行广场	自然元素专卖店	上海市闵行区沪闵路 6088 号
无锡市		
远东百货	淑女屋专柜	无锡市崇安区中山路 531 号
	自然元素专柜	
三阳百盛新区店	淑女屋专柜	无锡市滨湖区旺庄路 156 号
	自然元素专柜	
三阳百盛	自然元素专柜	无锡市崇安区人民中路 127 号
苏州市		
大洋百货	淑女屋专柜	苏州市崇安区人民路 1331 号
	自然元素专柜	
	小淑女与约翰专柜	
泰华商城	淑女屋专柜	苏州市崇安区人民路 372 号
百盛商场	淑女屋专柜	苏州市常熟市方塔街 106 号
杭州市		
奥特莱斯	淑女屋专柜	杭州市下沙区启潮路 199 号
嘉兴市		
江南大厦	淑女屋专柜	嘉兴市南湖区中山路 97-99 号

宁波市		
东门银泰	淑女屋专柜	宁波市江东区中山东路 238 号
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
	小淑女与约翰专柜	
天一银泰	淑女屋专柜	宁波市江东区中山东路 188 号
	自然元素专柜	
万达银泰	淑女屋专柜	宁波市鄞州区四明中路 909 号
	自然元素专柜	
江东银泰	淑女屋专柜	宁波市江东区中山东路 1083 号
	自然元素专柜	
	小淑女与约翰专柜	
金光百货	小淑女与约翰专柜	宁波市江东区中山东路 279 号
永邦二百	淑女屋床品专柜	宁波市江东区中山东路 220 号
舟山市		
银泰百货	淑女屋专柜	舟山市定海区临城街道海宇道 99 号
	自然元素专柜	
南京市		
大洋百货	淑女屋专柜	南京市白下区中山南路 122 号
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
	小淑女与约翰专柜	
中央商场	淑女屋专柜	南京市白下区中山南路 79 号
大洋百货江北店	淑女屋专柜	南京市浦口区大桥北路 48 号
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
	小淑女与约翰专柜	
建邺万达	淑女屋专卖店	南京市建邺区江东中路 98 号
	自然元素专卖店	
	淑女屋床品专卖店	
成都市		
王府井百货	淑女屋专柜	成都市锦江区总府路 15 号
	自然元素专柜	
太平洋新馆	淑女屋专柜	成都市锦江区正科甲巷 97-115 号
	淑女屋床品专柜	
	FairyFair 专柜	
	小淑女与约翰专柜	
	自然元素专柜	
太平洋春熙店	淑女屋专柜	成都市锦江区总府路 12 号
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
摩尔百盛天府店	淑女屋专柜	成都市青羊区东御街 55-223 号
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
太平洋全兴店	淑女屋专柜	成都市人民中路二段 68 号
	淑女屋床品专柜	
摩尔百盛会展店	淑女屋专柜	成都市金牛区沙湾路 258 号
	自然元素专柜	

四川时尚百盛	淑女屋专柜	成都市青羊区西大街 1 号
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
茂业百货盐市口店	淑女屋专柜	成都市锦江区东御街 19 号
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
时代百盛总府路店	淑女屋专柜	成都市锦江区总府路 2 号
伊藤洋华堂锦华店	淑女屋专柜	成都市锦江区锦华路东一段路 5 号
	自然元素专柜	
百盛阳熙店	淑女屋专柜	成都市金牛区永陵路 19 号
华联商厦梨花街店	淑女屋专柜	成都市锦江区盐市口梨花街 9 号
奥特莱斯新会展店	淑女屋专柜	成都市武侯区天府大道中段 1 号
	淑女屋床品专柜	
	FairyFair 专柜	
	小淑女与约翰专柜	
新世界百货盐市口店	淑女屋专柜	成都市青羊区盐市口顺城大街 8 号中环广场
	自然元素专柜	
群光百货春熙店	淑女屋专柜	成都市锦江区春熙路南段 8 号
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
华联商厦	淑女屋专柜	成都市成华区建设路 55 号
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
奥特莱斯双流店	淑女屋专柜	成都市武侯大道延线双楠大道中段 633 号
	自然元素专柜	
太平洋远东店	淑女屋专柜	成都市锦江区东御街 18 号
	淑女屋床品专柜	
申诚友谊百货	自然元素专柜	成都市武侯区科华中路 9 号
摩尔百盛新时代店	自然元素专柜	成都市青羊区文武路 42 号
锦华万千百货	自然元素专柜	成都市锦江区锦华路一段 8 号
富力天汇广场	淑女屋专卖店	成都市锦江区顺城大街 289 号
	自然元素专卖店	
街边店	淑女屋床品专卖店	成都市成华区二环路东二段 6 号附 27 号万科金域蓝湾 8 号楼
德阳市		
洋洋百货	淑女屋专柜	德阳市长江西路二段
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
洋洋百货彩泉店	淑女屋专柜	德阳市凉山路 111 号
	自然元素专柜	
泸州市		
重百泸州商场	淑女屋专柜	泸州市江阳区慈善路 139 号
	自然元素专柜	
摩尔玛商场	淑女屋专柜	泸州市江阳区江阳北路 19 号
	自然元素专柜	
汇通百货	淑女屋专柜	泸州市江阳区江阳北路 6 号
	自然元素专柜	
绵阳市		

茂业百货	淑女屋专柜	绵阳市涪城区公园路 1 号
	自然元素专柜	
梅西百货	淑女屋专柜	绵阳市涪城区兴达街 12 号
	自然元素专柜	
摩尔玛商场	淑女屋床品专柜	绵阳市兴达街 12 号
摩尔玛商场	淑女屋专柜	绵阳市江油市诗仙路东段 131 号
	自然元素专柜	
遂宁市		
摩尔春天百货	淑女屋专柜	遂宁市船山区政府西街 1 号
	自然元素专柜	
新世纪百货	淑女屋专柜	遂宁市船山区大东街 99 号
眉山市		
摩尔玛商场	淑女屋专柜	眉山市东坡区纱縠巷北段 17 号
	自然元素专柜	
宏远百货	淑女屋专柜	眉山市东坡区小北街
	自然元素专柜	
南充市		
新世纪百货南充商都	淑女屋专柜	南充市顺庆区人民南路
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
人民商场南充店	淑女屋专柜	南充市顺庆区人民中路
	自然元素专柜	
自贡市		
摩尔玛商场	淑女屋专柜	自贡市自流井区五星街龙都广场
	自然元素专柜	
千盛百货	淑女屋专柜	自贡市自流井区五星街 338 号
	自然元素专柜	
内江市		
卓尔百货	淑女屋专柜	内江市西林大道 58 号
重庆市		
太平洋百货	淑女屋专柜	重庆市渝中区邹容路 68 号
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
新世纪凯瑞商都	淑女屋专柜	重庆市沙坪坝区双巷子 9 号
重庆百货解放碑店	淑女屋专柜	重庆市渝中区民权路 2 号
	淑女屋床品专柜	
百盛购物广场浪高店	淑女屋专柜	重庆市南岸区南坪西路 2 号
	自然元素专柜	
王府井百货解放碑店	淑女屋专柜	重庆市渝中区民族路 166 号
	自然元素专柜	
远东百货	淑女屋专柜	重庆市江北区北城天街 10 号
	淑女屋床品专柜	
茂业百货江北店	淑女屋专柜	重庆市江北区建新北路 52 号
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
新世纪百货涪陵店	淑女屋专柜	重庆市涪陵区兴华中路 34 号天和大厦
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	

新世纪百货瑞成商都	淑女屋专柜	重庆市杨家坪正街 26 号商业步行街内斌鑫世纪城
	自然元素专柜	
新世纪百货江北店	淑女屋床品专柜	重庆市江北区建新北路 1 号
	自然元素专柜	
	淑女屋专柜	
	小淑女与约翰专柜	
新世纪百货永川店	自然元素专柜	重庆市永川区渝西大道
王府井百货沙坪坝店	淑女屋专柜	重庆市沙坪坝区小新街 49 号
	自然元素专柜	
重庆百货沙坪坝店	淑女屋床品专柜	重庆市沙坪坝区小新街 77 号
新世纪百货万州店	淑女屋专柜	重庆市万州区太白路 2 号
	自然元素专柜	
新世纪百货江南商都	淑女屋专柜	重庆市南岸区南坪惠工路 192 号
新世纪百货凯瑞商都	淑女屋床品专柜	重庆市沙坪坝区双巷子 9 号
大洋百货	自然元素专柜	重庆市九龙坡区杨家坪西郊区 3 号
百联商厦	淑女屋专柜	重庆市南坪区南坪东路 58 号
沙坪坝嘉茂购物中心	自然元素专卖店	重庆市沙坪坝区小新街 029 号华宇广场 1 号 2-19
沙坪坝煌华商场	自然元素专卖店	重庆市沙坪坝区三峡广场双巷子步行街 6 号
江北大融城	自然元素专卖店	重庆市江北区观音桥步行街 8 号
贵阳市		
龙港百盛购物中心	淑女屋专柜	贵阳市云岩区中华中路 117 号
	自然元素专柜	
星力百货瑞金店	淑女屋专柜	贵阳市云岩区瑞金中路 50 号
	自然元素专柜	
国晨百货	淑女屋床品专柜	贵阳市云岩区中山西路 78 号
南国花锦购物中心	淑女屋专柜	贵阳市云岩区中华中路 108 号
星力购物广场	淑女屋专柜	贵阳市南明区富水南路 2 号
星力百货星天地店	自然元素专柜	贵阳市中山西路 88 号
智诚百货	淑女屋专柜	贵阳市云岩区中山东路 52 号
	自然元素专柜	
亨特国际购物中心	自然元素专柜	贵阳市南明区机场路 18 号
昆明市		
百盛购物中心	淑女屋专柜	昆明市五华区三市街 6 号柏联购物广场
柏联百盛购物广场	自然元素专柜	昆明市五华区人民中路
新西南广场	淑女屋专柜	昆明市五华区人民中路
王府井百货	淑女屋专柜	昆明市五华区沿河路 7 号
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
金鹰购物中心	淑女屋专柜	昆明市五华区青年路 418 号
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
遵义市		
百盛购物中心	自然元素专柜	遵义市红花岗区民主路老城新街
	淑女屋专柜	
国贸广场	淑女屋专柜	遵义市红花岗区中山路 103 号

武汉市		
大洋百货光谷店	淑女屋床品专柜	武汉市东湖新技术开发区光谷世界城光谷街3号
	淑女屋专柜	
	自然元素专柜	
广百百货武汉店	淑女屋专柜	武汉市汉阳区龙阳大道特6号
	自然元素专柜	
武汉广场	淑女屋床品专柜	武汉市解放大道688号
	淑女屋专柜	
	自然元素专柜	
龙阳大洋百货	淑女屋床品专柜	武汉市汉阳区王家湾十升路特1号
	淑女屋专柜	
	自然元素专柜	
武商青山建二商场	淑女屋专柜	武汉市青山区武昌和平大道955号
	自然元素专柜	
群光百货	FairyFair 专柜	武汉市洪山区珞南街珞瑜路6号
	淑女屋床品专柜	
	淑女屋专柜	
	自然元素专柜	
世贸广场	淑女屋床品专柜	武汉市江汉区解放大道686号
	淑女屋专柜	
	自然元素专柜	
王府井百货	淑女屋床品专柜	武汉市江汉区中山大道888号佳丽广场
	淑女屋专柜	
	自然元素专柜	
新世界时尚广场店	淑女屋专柜	武汉市江汉路步行街118号
	自然元素专柜	
亚贸广场购物中心	淑女屋专柜	武汉市江汉路步行街58号
	自然元素专柜	
中南商场	淑女屋专柜	武汉市武昌区中南路9号
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
大洋百货中山店	淑女屋床品专柜	武汉市江汉区中山大道756号
	淑女屋专柜	
	自然元素专柜	
中商销品茂	淑女屋专柜	武汉市武昌区徐东路18号
庄胜崇光百货	淑女屋床品专柜	武汉市江汉区解放大道374号
	淑女屋专柜	
	自然元素专柜	
菱角湖万达广场	淑女屋专卖店	武汉市新华西路和新华下路交汇处唐家墩路中段
	自然元素专卖店	
武汉销品茂	淑女屋床品专卖店	武汉市武昌区徐东大街友谊大道路口
	淑女屋专卖店	
	自然元素专卖店	
新民众乐园	淑女屋专卖店	武汉市江汉区中山大道704号
宜昌市		
国贸大厦	淑女屋专柜	宜昌市西陵区夷陵大道58-8号
	自然元素专柜	
南昌市		

百货商场	淑女屋专柜	南昌市东湖区中山路 1 号
	自然元素专柜	
天虹商场红谷滩店	淑女屋专柜	南昌市红谷滩新区红谷中大道
天虹商场中山路店	淑女屋专柜	南昌市西湖区中山路 318 号
	自然元素专柜	
长沙市		
五一平和堂	淑女屋专柜	长沙市天心区兴中路 88 号
	自然元素专柜	
东塘平和堂	淑女屋专柜	长沙市雨花区韶山北路 488 号
	自然元素专柜	
王府井百货	自然元素专柜	长沙市芙蓉区黄兴中路 27 号
	淑女屋专柜	
	小淑女与约翰专柜	
通程百货	淑女屋专柜	长沙市岳麓区枫林路 2 号
友谊商店	淑女屋专柜	长沙市芙蓉区五一大道 368 号
阿波罗广场	淑女屋专柜	长沙市芙蓉区车站中路 345 号
	自然元素专柜	
	小淑女与约翰专柜	
家润多百货	淑女屋专柜	长沙市雨花区人民中路 523 号
	自然元素专柜	
天虹商场	淑女屋专柜	长沙市芙蓉区芙蓉南路 368 号
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
百联亿万豪购物广场	淑女屋专柜	长沙市芙蓉区黄兴中路 188 号
街边店	淑女屋床品专卖店	长沙市开福区湘江世纪城凤亭路悦江苑-1 层-10024
湘潭市		
心连心百货	淑女屋专柜	湘潭市雨湖区韶山中路 10 号
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
大洋百货	淑女屋专柜	湘潭市雨湖区建设北路 8 号
	自然元素专柜	
常德市		
春天百货	淑女屋专柜	常德市武陵区人民中路 162 号
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
梅尼百货	淑女屋专柜	常德市武陵区人民中路 99 号
	自然元素专柜	
株洲市		
芦淞平和堂	自然元素专柜	株洲市淞沪区新华路 999 号
王府井	淑女屋专柜	
浏阳市		
通程百货	淑女屋专柜	浏阳市金沙中路 1 号
	自然元素专柜	
青岛市		
第一百盛中山路店	淑女屋专柜	青岛市市南区中山路 44-60 号
	自然元素专柜	

	淑女屋床品专柜	
利群台东店	淑女屋专柜	青岛市市北区台东三路 77 号
	自然元素专柜	
麦凯乐东部开发区店	淑女屋专柜	青岛市市南区香港中路 69 号
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
维客集团崂山百货	淑女屋专柜	青岛市李沧区向阳路 65 号
	自然元素专柜	
东部佳世客	自然元素专柜	青岛市市南区香港中路 169 号
利群四方店	淑女屋专柜	青岛市四方区重庆南路 1 号利群大厦
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
中山路悦喜客来店	淑女屋专柜	青岛市市南区中山路 67 号
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
李沧利客来店	淑女屋专柜	青岛市李沧区四流中路 221-36
	自然元素专柜	
万达广场延吉路店	自然元素专卖店	青岛市市北区延吉路 116 号
	淑女屋专卖店	
	淑女屋床品专卖店	
街边店	淑女屋专卖店	青岛市市南区中山路 126 号-128 号
街边店	自然元素专卖店	
烟台市		
永旺东泰购物中心	自然元素专柜	烟台市莱山区观海路 277 号
济南市		
万千百货	淑女屋专柜	济南市市中区经七路 87 号
	自然元素专柜	
嘉华购物广场	淑女屋专柜	济南市山大路 168 号
	自然元素专柜	
邢台市		
邢台银座商城	淑女屋专柜	邢台市中兴东大街 166 号
	自然元素专柜	
石家庄市		
石家庄北国商城	淑女屋专柜	石家庄市中山路 188 号
大连市		
青泥麦凯乐总店	淑女屋专柜	大连市中山区青泥街 57 号
	小淑女与约翰专柜	
	淑女屋床品专柜	
麦凯乐西安路店	淑女屋专柜	大连市沙河口区西安路 123 号
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
麦凯乐开发区店	淑女屋专柜	大连市开发区金马路 198 号
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
	小淑女与约翰专柜	
太平洋百货	淑女屋专柜	大连市中山区解放路 19 号
	自然元素专柜	
西安路天河百盛购	淑女屋专柜	大连市沙河口区西安路 22-38 号

物中心	自然元素专柜	
庄河千盛百货	淑女屋专柜	大连市庄河市兴达街道前进委庄河千盛百货
	自然元素专柜	
天津街新世界百货	淑女屋专柜	大连市中山区天津街 200 号
	自然元素专柜	
千盛百货和平广场店	淑女屋专柜	大连市庄河市沙河口区高尔基路 663 号
友谊商城总店	淑女屋专柜	大连市中山区人民路 8 号
长春市		
国商百货	淑女屋专柜	长春市宽城区辽宁路 2 号
	淑女屋床品专柜	
	自然元素专柜	
亚泰购物中心	淑女屋专柜	长春市朝阳区重庆路 618 号
国商天地十二坊	自然元素专柜	长春市经济开发区临河街 5062 号
	淑女屋专柜	
长春百货	自然元素专柜	长春市朝阳区人民大街 77 号
沈阳市		
皇姑千盛	自然元素专柜	沈阳市皇姑区长江街 99 号
	淑女屋专柜	
金廊茂业	淑女屋专柜	沈阳市沈河区青年大街 185 号
	小淑女与约翰专柜	
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
0101 流行馆	自然元素专柜	沈阳市沈河区中街路 205 号
百盛太原街店	淑女屋专柜	沈阳市和平区中华路 21 号
铁西万千百货	自然元素专柜	沈阳市铁西区兴华南街 58-20 号
新玛特太原街花季店	淑女屋专柜	沈阳市和平区太原北街 80 号
	自然元素专柜	
新玛特铁西店	淑女屋专柜	沈阳市铁西区兴华南街 37 号
新玛特中街店	淑女屋专柜	沈阳市大东区小东路 1 号
	小淑女与约翰专柜	
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
新世界金桥路店	淑女屋专柜	沈阳市大东区金桥路 3 号
新世界中华路店	淑女屋专柜	沈阳市和平区中华路 88 号
	小淑女与约翰专柜	
	自然元素专柜	
	淑女屋床品专柜	
恒隆中街店	淑女屋专卖店	沈阳市沈河区中街路 128 号恒隆广场
	自然元素专卖店	
万达太原街店	淑女屋专卖店	沈阳市和平区太原南街 2 号 128 室
	自然元素专卖店	
	淑女屋床品专卖店	
哈尔滨市		
百盛购物中心	自然元素专柜	哈尔滨市道里区中央大街 222 号
	淑女屋专柜	
松雷国际商厦	自然元素专柜	哈尔滨市香坊区和平路 1 号
红博会展购物广场	淑女屋床品专柜	哈尔滨市南岗区红旗大街 301 号

	自然元素专柜	
	淑女屋专柜	
麦凯乐购物中心	淑女屋床品专柜	哈尔滨市道里区尚志大街 73 号
秋林国际购物中心	淑女屋床品专柜	哈尔滨市南岗区东大直街 320 号
新一百购物广场	淑女屋专柜	哈尔滨市道里区石头道街 118 号
远大购物中心	淑女屋专柜	哈尔滨市南岗区果戈理大街 378 号
中央商城	自然元素专柜	哈尔滨市道里区中央大街 100 号
金安国际购物广场	淑女屋床品专柜	哈尔滨市道里区中央大街 69 号
	自然元素专柜	
	淑女屋专柜	
凯德广场	自然元素专柜	哈尔滨市道里区埃德蒙顿路 38 号
铁岭市		
铁岭新玛特	淑女屋专柜	铁岭市银州区南马路 29 号
	自然元素专柜	
丹东市		
丹东新玛特	自然元素专柜	丹东市元宝区金汤街 1 号
	淑女屋专柜	
抚顺市		
抚顺百货大楼	淑女屋专柜	抚顺市新抚区东四路
	自然元素专柜	
罕王商场	自然元素专柜	抚顺市新抚区东四路十五号
新玛特商业城	自然元素专柜	抚顺市新抚区解放路 16 号
	淑女屋专柜	
西安市		
大洋百货	淑女屋专柜	西安市莲湖区北大街 118 号
	自然元素专柜	
东二环百盛	淑女屋专柜	西安市碑林区金花南路 59 号
家春秋国际美居中心	淑女屋床品专柜	西安市碑林区友谊东路 393 号
开元商城钟楼店	淑女屋专柜	西安市碑林区东大街解放市场 6 号
	自然元素专柜	
西大街百盛	淑女屋专柜	西安市莲湖区西大街北广济街口时代盛典大厦
	自然元素专柜	
世纪金花美居生活家	淑女屋床品专柜	西安市碑林区西大街 208 号唐人街 A 座
民生百货兴正元店	淑女屋专柜	西安市碑林区东大街骡马市 1 号
万千百货雁塔店	淑女屋专柜	西安市碑林区雁塔路北段 8 号
宝鸡市		
开元商城	自然元素专柜	宝鸡市渭滨区经二路 154 号
兰州市		
王府井百货	淑女屋床品专柜	兰州市城关区东岗东路 2001 号
	淑女屋专柜	
	自然元素专柜	
时尚百盛	自然元素专柜	兰州市城关区庆阳路 111 号
西单商场	淑女屋专柜	兰州市城关区临夏路 11 号
新世界百货	淑女屋专柜	兰州市城关区张掖路 89 号
国芳百盛购物中心	淑女屋专柜	兰州市皋兰路东方红广场东侧
乌鲁木齐市		

辰野名品广场	淑女屋专柜	乌鲁木齐市天山区健康路 217 号
太平洋百货	淑女屋专柜	乌鲁木齐沙依巴克区友好北路 12 号天一大厦

②加盟店的商场物业分布情况

截至2011年6月30日,公司拥有159家加盟店,在各地进驻的商场物业情况的如下:

城市	商场物业	进驻品牌	商场物业地址
福州市	大洋百货	淑女屋专柜	福州市鼓楼区八一七北路
		自然元素专柜	
	东百百货	淑女屋专柜	福州市鼓楼区八一七北路
	东百元洪	淑女屋专柜	福州市台江区元洪
	天地大洋	淑女屋专柜	福州市鼓楼区五一路
	天虹商场万象店	自然元素专柜	福州市台江区工业路
		淑女屋专柜	
	街边店	淑女屋专卖店	福州市津泰路 142 号
海口市	第一百货	淑女屋专柜	海口市海秀大道 8 号
	东方广场	自然元素专柜	海口市龙华路
		淑女屋专柜	
	生生百货	淑女屋床品专柜	海口市民族路
		FairyFair 专柜	
		小淑女与约翰专柜	
三亚市	国际购物中心	自然元素专柜	三亚市解放一路
茂名市	嘉信茂广场	自然元素专柜	茂名市西粤中路
肇庆市	广润城	淑女屋专柜	肇庆市天宁北路
	彩蝶百货	淑女屋专柜	肇庆市康乐北路 9 号
南宁市	百盛	淑女屋专柜	南宁市朝阳路青云街 18 号
		自然元素专柜	
柳州市	柳州商场	淑女屋专柜	柳州市龙城路 2 号
	东都百货	自然元素专柜	柳州市五星街
常州市	百货大楼	淑女屋专柜	常州市百货大楼
江阴市	澄江福地	自然元素专卖店	江阴市澄江福地 7 号楼 107、108 室
昆山市	昆山商厦总店	自然元素专柜	昆山市人民中路昆山商厦
徐州市	金地商都	淑女屋专柜	徐州市中山北路 6 号
盐城市	金鹰购物中心	自然元素专柜	盐城市建军中路 169 号
扬州市	万家福	淑女屋专柜	扬州市汶河北路 1 号 2 楼
慈溪市	新天地	淑女屋专卖店	慈溪市新天地 59 号
	国贸大厦	自然元素专柜	慈溪市浒山镇环城南路 1-23 号
温州市	银泰百货	自然元素专柜	温州市银泰百货
	开太百货	淑女屋专柜	温州市人民东路
		自然元素专柜	
	街边店	淑女屋专卖店	温州市平阳水头昌学路 153-155 号
金华市	第一百货江北店	淑女屋专柜	金华市婺城区西市街 159 号

		自然元素专柜	
	第一百货江南店	淑女屋专柜	金华市婺城区宾红路
义乌市	银泰百货伊美店	淑女屋专柜	义乌市工人西路 15 号
丽水市	联邦春天	淑女屋专柜	丽水中山街 529 号
		自然元素专柜	
宁海市	街边店	淑女屋专柜	宁海市气象北路 107 号
台州市	锦江百货	自然元素专柜	台州市椒江区解放南路 251 号
		淑女屋专柜	
	东方百货	淑女屋专柜	台州临海市东方百货
		自然元素专柜	
永康市	街边店	淑女屋专卖店	永康市南苑路 6 号
合肥市	百盛逍遥广场	淑女屋专柜	合肥市淮河路 77 号
	百大鼓楼	淑女屋专柜	合肥市宿州路 96 号
芜湖市	商之都	淑女屋专柜	芜湖市步行街新时代广场
马鞍山市	新一城购物广场	淑女屋专柜	马鞍山花山区雨山路与康乐路交叉口
铜陵市	合百商厦	淑女屋专柜	铜陵市长江中路 785 号
攀枝花市	摩尔百盛	淑女屋专柜	攀枝花市东区炳草岗世贸中心大楼
		自然元素专柜	
广元市	永隆百货	自然元素专柜	广元市永隆百货商场
峨眉山市	街边店	淑女屋专卖店	峨眉山市步行一街 32-1、2、3 号
宜宾市	叙府商城	自然元素专柜	宜宾市叙府商场
		淑女屋专柜	
重庆市	雄风百货	淑女屋专柜	重庆北碚区城南新区嘉陵风情街
		自然元素专柜	
达州市	新世纪	淑女屋专柜	达州市通川中路 130 号
	摩尔百盛	自然元素专柜	达州市中心广场
拉萨市	赛康百货	自然元素专柜	拉萨市赛康商场
	拉萨百货	淑女屋专柜	拉萨市宇拓路
曲靖市	新百大	自然元素专柜	曲靖市麒麟南路 186 号
恩施市	美美百货	淑女屋专柜	恩施市美美百货
		自然元素专柜	
仙桃市	仙桃商城	自然元素专柜	仙桃市仙桃商城大厦
随州市	新世纪购物中心	淑女屋专柜	随州市购物中心
黄石市	街边店	自然元素专卖店	黄石市黄石大道 678 号
	新百百货	淑女屋专柜	黄石市新百百货
荆州市	华城商业广场	淑女屋专卖店	荆州市北京路沙隆达广场
荆门市	金城百货	淑女屋专柜	荆门市金城百货购物中心
十堰市	人民商场	淑女屋专柜	十堰市人民北路 2 号十堰市
安阳市	海鑫购物广场	淑女屋专柜	安阳市海鑫购物广场
焦作市	三维商业广场	自然元素专柜	焦作市三维商业广场
洛阳市	丹尼斯	淑女屋专柜	洛阳市涧西区南昌路 80 号
	万千百货	淑女屋专柜	洛阳市涧西区南昌路 1 号
平顶山市	流行前线百货	自然元素专柜	平顶山市和平路中段

濮阳市	银座商城	淑女屋专柜	濮阳市黄河路中段
新乡市	新玛特	自然元素专柜	新乡市人民路 479 号
		淑女屋专柜	
郑州市	华联商厦	淑女屋专柜	郑州市解放路
		自然元素专柜	
	金博大购物中心	淑女屋专柜	郑州市二七路 200 号
	紫荆山购物广场	自然元素专柜	郑州市紫荆山路 1 号大商新玛特
	正道中环百货	淑女屋专柜	郑州市花园路 59 号
	印象城	FairyFair 专卖店	郑州市二七路民主路 88 号
信阳市	西亚和美广场	自然元素专柜	信阳市东方红大道中段
萍乡市	南昌百货大楼	淑女屋专柜	萍乡市南昌百货大楼
新余市	步步高地王购物中心	淑女屋专柜	新余市胜利北路步步高商场
衡阳市	友谊晶珠	自然元素专柜	衡阳市晶珠广场
	大洋百货	自然元素专柜	衡阳市雁峰区解放路 121 号
		淑女屋专柜	
娄底市	街边店	淑女屋专卖店	娄底市老市委后门
怀化市	飞达商业广场	淑女屋专柜	怀化市飞达商业广场
吉首市	和盛堂	淑女屋专柜	吉首市和盛堂百货
冷水江市	街边店	淑女屋专卖店	冷水江市步行街
郴州市	街边店	淑女屋专卖店	郴州市人民东路 165 大酒店旁 7 号
	友谊中皇城	淑女屋专柜	郴州市国庆北路 18 号
益阳市	嘉信茂广场	自然元素专卖店	益阳市赫山区桃花仑西路 555 号
鄂尔多斯市	购物中心	淑女屋专柜	鄂尔多斯市购物中心
		自然元素专柜	
	购物铁西淑	淑女屋专柜	鄂尔多斯市铁西区青铜器地下广场
呼和浩特市	维多利商厦店	淑女屋专柜	呼和浩特市中山路
	王府井	淑女屋专柜	呼和浩特市中山西路
呼伦贝尔市	华汇购物广场	淑女屋专柜	呼伦贝尔海拉尔东大街 1 号
赤峰市	林洮百货	淑女屋专柜	赤峰市新城区政府广场南侧
	街边店	淑女屋专卖店	赤峰市红山区钢铁街松州巷中段
保定市	街边店	淑女屋专卖店	保定市高开区天鹅西路 398 号
	茂业百货	淑女屋专柜	保定市时代路 56 号国贸大厦
		自然元素专柜	
沧州市	华北商厦二期	自然元素专柜	沧州市华北商厦二期
	华北商厦三期	淑女屋专柜	沧州市解放西路华北商厦三期
唐山市	唐百大凤凰城	淑女屋专柜	唐山市路北区北新西道 22 号唐百大凤凰城
青岛市	利群购物长江店	淑女屋专柜	青岛市香江路 67 号
		自然元素专柜	
	利群青岛瑞泰店	淑女屋专柜	青岛市开发区长江中路 268 号

	利群购物城阳店	淑女屋专柜	青岛市青威路与正阳路交叉口
		自然元素专柜	
	麦凯乐黄岛店	自然元素专柜	青岛经济技术开发区长江中路228号
		淑女屋专柜	
胶州市	利群胶州二店	自然元素专柜	胶州市苏州路118号
日照市	利群购物广场	自然元素专柜	日照市海曲中路76号
即墨市	利群购物广场	淑女屋专柜	青岛市即墨市鹤山路144号利群即墨购物广场
东营市	利群胜利大厦店	淑女屋专柜	东营市西城区西四路和济南路路口利群大厦
		自然元素专柜	
滕州市	银座商城	自然元素专柜	滕州市大同路银座商城
滨州市	银座商城	淑女屋专柜	滨州市黄河5路渤海10路
		自然元素专柜	
济宁市	银座购物广场	自然元素专柜	济宁市太白中路银座
临沂市	九州商厦	淑女屋专柜	临沂市九州商厦
莱州市	利群购物商厦店	淑女屋专柜	莱州市文化东路55号
		自然元素专柜	
鞍山市	天兴百盛	自然元素专柜	鞍山市铁东区二道街88号
		淑女屋专柜	
葫芦岛市	宏运百货	淑女屋专柜	葫芦岛市连山区中央大街9号
锦州市	千盛购物广场	自然元素专柜	锦州市凌河区上海路4段2号
		淑女屋专柜	
盘锦市	街边店	淑女屋专卖店	盘锦市兴隆台区兴三街
	街边店	自然元素专卖店	
普兰店市	锦龙大厦	自然元素专柜	大连普兰店市锦龙大厦
辽阳市	新世纪购物广场	自然元素专卖店	辽阳市新世纪购物广场一层
本溪市	华联商厦	淑女屋专柜	本溪市华联街1号华联商厦
阜新市	兴隆大家庭	淑女屋专柜	阜新市兴隆大家庭
四平市	国商百货	自然元素专柜	四平市铁西区公园北街30号
	国商百货维美店	淑女屋专柜	四平市铁西区步行街中段
		自然元素专柜	
吉林市	欧亚购物中心	自然元素专柜	吉林市欧亚购物中心
鸡西市	新玛特	淑女屋专柜	鸡西市大商新玛特
牡丹江市	红博购物中心	淑女屋专柜	牡丹江市太平路新安街
长治市	华诺百货	淑女屋专柜	长治市英雄中路184号
大同市	亚新大富翁	淑女屋专柜	大同市亚新大富翁
	华林新天地	淑女屋专柜	大同市华林新天地
晋城市	金犇时代广场	淑女屋专柜	晋城市文昌街438号金犇时代广场B306
	圣亚服饰广场	自然元素专柜	晋城市圣亚广场
太原市	铜锣湾国际购物中心	自然元素专柜	太原市五一路77号山西铜锣湾国际购物中心
延安市	帝豪时代广场	自然元素专柜	延安市帝豪时代广场
榆林市	喜洋洋商厦	自然元素专柜	榆林市新建南路89号喜洋洋商厦

银川市	新华百货	自然元素专柜	银川兴庆区新华东街东方红广场

5、报告期内公司向主要客户的销售情况

（1）报告期内公司向前五名客户的销售情况

①2011年1-6月公司向前五名客户的销售情况

序号	客户名称	销售额（万元）	占主营收入比例
1	深圳茂业商厦有限公司	2,689.12	7.85%
2	百盛商业集团有限公司	1,627.50	4.75%
3	新世界百货中国有限公司	1,318.34	3.85%
4	太平洋百货集团	1,277.04	3.73%
5	天虹商场股份有限公司	1,259.69	3.68%
合 计		8,171.69	23.87%

②2010年度公司向前五名客户的销售情况

序号	客户名称	销售额（万元）	占主营收入比例
1	深圳茂业商厦有限公司	3,958.81	6.75%
2	百盛商业集团有限公司	2,924.48	4.99%
3	太平洋百货集团	2,534.70	4.32%
4	天虹商场股份有限公司	2,021.79	3.45%
5	北京王府井百货（集团）股份有限公司	2,006.95	3.42%
合 计		13,446.73	22.94%

③2009年度公司向前五名客户的销售情况

序号	客户名称	销售额（万元）	占主营收入比例
1	百盛商业集团有限公司	3,464.40	7.29%
2	深圳茂业商厦有限公司	2,811.90	5.91%
3	太平洋百货集团	2,169.20	4.56%
4	北京王府井百货（集团）股份有限公司	1,942.30	4.08%
5	重庆商社新世纪集团	1,803.50	3.79%
合 计		12,191.30	25.64%

④2008年度公司向前五名客户的销售情况

序号	客户名称	销售额（万元）	占主营收入比例
1	太平洋百货集团	3,278.74	7.34%
2	百盛商业集团有限公司	3,266.75	7.32%
3	深圳茂业商厦有限公司	3,156.20	7.07%
4	北京王府井百货（集团）股份有限公司	2,507.39	5.62%
5	重庆商社新世纪集团	1,927.71	4.32%
合 计		14,136.79	31.67%

（2）报告期内公司向前五名加盟商的销售情况

①2011年1-6月公司向前五名加盟商的销售情况

序号	加盟商名称	销售额（万元）	占加盟收入比例
1	福州诗哲贸易有限公司	446.72	15.04%
2	郑州东翔商贸有限公司	136.86	4.61%
3	青岛福兴祥商品配送有限公司	119.37	4.02%
4	保定高新区淑女屋服饰专卖店（冯瑞芳）	110.73	3.73%
5	鄂尔多斯市前沿商贸有限责任公司	105.55	3.55%
合计		919.23	30.95%

②2010年度公司向前五名加盟商的销售情况

序号	加盟商名称	销售额（万元）	占加盟收入比例
1	福州诗哲贸易有限公司	1,091.28	14.81%
2	青岛福兴祥商品配送有限公司	677.81	9.20%
3	保定高新区淑女屋服饰专卖店（冯瑞芳）	270.56	3.67%
4	鄂尔多斯市东鹏商贸有限责任公司	249.37	3.38%
5	深圳市美芳实业发展有限公司	241.03	3.27%
合计		2,530.07	34.33%

③2009年度公司向前五名加盟商的销售情况

序号	加盟商名称	销售额（万元）	占加盟收入比例
1	福州诗哲贸易有限公司	803.42	14.14%
2	郑州东翔商贸有限公司	464.10	8.17%
3	青岛福兴祥物流股份有限公司	315.94	5.56%
4	海南朱紫贸易有限公司	295.89	5.21%
5	荆州市雅信商贸有限公司	280.00	4.93%
合计		2,159.35	38.01%

④2008年度公司向前五名加盟商的销售情况

序号	加盟商名称	销售额（万元）	占加盟收入比例
1	福州诗哲贸易有限公司	641.88	17.63%
2	时计宝紫荆山百货郑州有限公司	433.33	11.90%
3	盘锦恒益发商贸有限公司	421.53	11.58%
4	合肥风云服饰有限公司	230.68	6.34%
5	常州市维多利亚商贸有限公司	162.53	4.46%
合计		1,889.96	51.91%

（五）报告期内发行人的采购情况

1、报告期内发行人的原材料采购情况

公司采购的原材料主要包括面料、辅料，面料包括棉布、毛料、丝绸、麻布、化纤等，辅料包括纽扣、拉链、钩环、花边、棉绳、毛领、线带等。报告期内公

司原材料采购金额如下：

单位：万元

项目	2011年1-6月	2010年	2009年	2008年
面料	3,789.48	11,189.84	9,365.29	6,474.95
辅料	800.80	2,659.19	2,884.57	1,971.67
合计	4,590.28	13,849.03	12,249.86	8,446.62

2、报告期内发行人的外协加工情况

发行人外协加工包括去料加工和包工包料两种方式，因此，发行人的外协加工金额包括委托加工费（去料加工）和包工包料费（包工包料），主要情况如下：

单位：万元

项目	2011年1-6月	2010年	2009年	2008年
委托加工费	844.64	7,313.87	4,215.93	3,631.50
包工包料费	1,203.13	4,221.56	515.93	316.90
合计	2,047.77	11,535.43	4,731.86	3,948.40

报告期内，在公司自主生产产能既定的情形下，随着公司经营销售规模的扩大，委托加工费和包工包料费逐年增长。公司从2006年开始逐步推行外协生产模式。出于产品质量控制和生产周期的考虑，公司首先推行去料加工形式，伴随着与外协厂商合作关系的成熟稳定和公司对外协生产的供应链管理能力的增强，公司逐渐扩大包工包料的产品范围，因此报告期内包工包料的比重逐年上升。2011年1-6月，公司整体产量减少，自主产能得到充分利用，因此委托加工费和包工包料费减少。

发行人已与主要供应商建立了长期稳定的业务合作关系。报告期内，发行人面辅料和外协加工供货渠道稳定可靠，货源充足，能够满足生产销售需要，未因原材料供应和外协加工问题而影响正常生产经营。发行人所需能源主要为电，生产基地周边配套设施齐全，报告期内能够充足稳定供应。

3、报告期内发行人向主要面辅料供应商的采购情况

2011年1-6月				
序号	供应商名称	采购内容	采购金额（万元）	占比
1	深圳鼎泰纺织品有限公司	棉布	1,376.52	29.99%
2	深圳市丽鼎纺织品有限公司	棉布	443.40	9.66%
3	佛山市汇纺纺织有限公司	棉布	348.52	7.59%
4	深圳环贸实业有限公司	棉布	273.56	5.96%

5	佛山市名洲纺织有限公司	棉布	239.56	5.22%
合 计			2,681.56	58.42%
2010 年度				
序号	供应商名称	采购内容	采购金额 (万元)	占比
1	深圳鼎泰纺织品有限公司	棉布	1,924.82	13.90%
2	佛山市汇纺纺织有限公司	棉布	1,307.37	9.44%
3	深圳环贸实业有限公司	棉布	1,023.60	7.39%
4	深圳市丽鼎纺织品有限公司	棉布	787.15	5.68%
5	天津天纺投资控股有限公司抵羊纺织分公司	毛线	763.24	5.51%
合 计			5,806.18	41.92%
2009 年度				
序号	供应商名称	采购内容	采购金额 (万元)	占比
1	深圳鼎泰纺织品有限公司	棉布	1,632.32	13.33%
2	深圳环贸实业有限公司	棉布	1,198.00	9.78%
3	天津天纺投资控股有限公司抵羊纺织分公司	毛线	849.15	6.93%
4	佛山市汇纺纺织有限公司	棉布	759.43	6.20%
5	佛山市顺德区奥嘉斯贸易有限公司	棉布、丝绸	747.94	6.11%
合 计			5,186.84	42.35%
2008 年度				
序号	供应商名称	采购内容	采购金额 (万元)	占比
1	深圳环贸实业有限公司	棉布	1,023.35	12.11%
2	佛山市汇纺纺织有限公司	棉布	754.75	8.93%
3	深圳鼎泰纺织品有限公司	棉布	737.55	8.73%
4	天津天纺投资控股有限公司抵羊纺织分公司	毛线	678.30	8.03%
5	良兴隆(厦门)进出口有限公司	化纤	400.92	4.74%
合 计			3,594.87	42.54%

注:占比指占当年面辅料采购总金额的比例。

4、报告期内公司向主要外协厂商的采购情况

(1) 包工包料前五大外协厂商

2011 年 1-6 月						
序号	厂商名称	采购内容	采购数量 (万件)	采购金额 (万元)	占比	均价 (元/件)
1	东莞市南和制衣有限公司	单裤、单裙	5.67	427.50	35.53%	75.35
2	深圳市衣卓顺服装有限公司	单裤、单裙	4.25	321.13	26.69%	75.53
3	深圳利凯达服装有限公司	单裤、单裙	3.29	200.59	16.67%	61.03
4	深圳市简约家饰用品有限公司	被芯、枕芯	1.63	133.74	11.12%	82.23
5	东莞市常平佳妮织造厂	毛衣	0.84	69.25	5.76%	82.22

合 计			15.68	1,152.20	95.77%	--
2010 年度						
序号	厂商名称	采购内容	采购数量 (万件)	采购金额 (万元)	占比	均价 (元/件)
1	东莞市南和制衣有限公司	单裤、单裙	14.68	825.31	19.55%	56.21
2	东莞市常平佳妮织造厂	毛衣	9.35	705.72	16.72%	75.47
3	深圳利凯达服装有限公司	单裤、单裙	7.89	382.51	9.06%	48.47
4	珠海君威服装有限公司	单裤、单裙	4.97	332.15	7.87%	66.83
5	佛山市高明利骏鞋业有限公司	鞋	1.07	170.53	4.04%	158.78
合 计			37.97	2,416.22	57.24%	--
2009 年度						
序号	厂商名称	采购内容	采购数量 (万件)	采购金额 (万元)	占比	均价 (元/件)
1	海宁市欧璐丹服饰有限公司	皮衣	0.23	140.05	27.15%	599.02
2	佛山市南海冠华皮衣有限公司	皮衣、皮包	0.23	90.62	17.56%	389.58
3	深圳市简约家饰用品有限公司	被芯、枕芯	0.63	85.36	16.54%	135.49
4	深圳市龙源鞋业有限公司	鞋	0.53	78.80	15.27%	147.67
5	佛山市高明利骏鞋业有限公司	鞋	0.27	30.12	5.84%	112.71
合 计			1.90	424.94	82.36%	--
2008 年度						
序号	厂商名称	采购内容	采购数量 (万件)	采购金额 (万元)	占比	均价 (元/件)
1	深圳市简约家饰用品有限公司	被芯、枕芯	0.90	108.96	34.38%	121.74
2	深圳市龙源鞋业有限公司	鞋	0.73	106.34	33.56%	146.68
3	佛山市高明利骏鞋业有限公司	鞋	0.56	89.87	28.36%	160.20
4	深圳市龙岗区三丰五金制品厂	皮带、配饰	0.17	11.72	3.70%	68.16
合 计			2.35	316.90	100.00%	--

注：占比指采购金额占当期包工包料金额的比例。

(2) 去料加工前五大外协厂商

公司去料加工可分为两种形式：一是成衣加工，公司提供面辅料，由外协厂商依据公司的工艺技术要求完成成衣的生产加工；二是工序加工，公司提供面辅料或半成品，由外协厂商完成诸如洗水、绣花、印花、钉珠等特定工序，在工序加工方式下不单独形成产量。

①报告期内公司去料加工中成衣加工的主要外协厂商

2011 年 1-6 月						
序号	厂商名称	加工内容	加工量 (万件)	加工金额 (万元)	占比	均价 (元/件)
1	深圳圣路服装有限公司	单裤、单裙	2.26	53.26	6.31%	23.52
2	深圳市溢骏行服装有限公司	衬衣、连衣裙	2.05	51.07	6.05%	24.95

3	深圳市鑫利达时装有限公司	衬衣、连衣裙	1.81	49.07	5.81%	27.11
4	深圳市卓励美时装有限公司	T恤、上衣	2.30	33.41	3.96%	14.50
5	深圳骏怡宝时装设计有限公司	T恤、上衣	1.97	31.41	3.72%	15.94
合计			10.40	218.23	25.84%	—
2010 年度						
序号	厂商名称	加工内容	加工量 (万件)	加工金额 (万元)	占比	均价 (元/件)
1	深圳市鑫利达时装有限公司	衬衣、连衣裙	16.19	505.59	6.91%	31.23
2	深圳市简约家饰用品有限公司	套件	10.20	476.49	6.51%	46.72
3	深圳市世峰制衣有限公司	衬衣、连衣裙	14.84	397.56	5.44%	26.80
4	潜江市嘉运服饰有限公司	羽绒服	7.70	341.87	4.67%	44.40
5	深圳市辉和时装厂	T恤、上衣	21.19	316.46	4.33%	14.93
合计			70.12	2,037.97	27.86%	—
2009 年度						
序号	厂商名称	加工内容	加工量 (万件)	加工金额 (万元)	占比	均价 (元/件)
1	深圳市鑫利达时装有限公司	衬衣、连衣裙	17.01	474.38	11.25%	27.88
2	深圳圣路服装有限公司	单裤、单裙	12.46	262.55	6.23%	21.08
3	东莞市方圆毛织制衣有限公司	毛衣	6.15	227.94	5.41%	37.04
4	深圳市世峰制衣有限公司	衬衣、连衣裙	8.11	212.30	5.04%	26.18
5	深圳市溢骏行服装有限公司	衬衣、连衣裙	6.86	192.14	4.56%	28.02
合计			50.59	1,369.32	32.48%	—
2008 年度						
序号	厂商名称	加工内容	加工量 (万件)	加工金额 (万元)	占比	均价 (元/件)
1	深圳市鑫利达时装有限公司	衬衣、连衣裙	22.13	498.30	13.72%	22.52
2	东莞市常平佳妮织造厂	毛衣	9.83	479.57	13.21%	48.76
3	深圳圣路服装有限公司	单裙、单裤	19.18	449.08	12.37%	23.41
4	潜江市华强服饰有限公司	羽绒服	6.67	325.42	8.96%	48.82
5	深圳市溢骏行服装有限公司	衬衣、连衣裙	7.50	204.45	5.63%	27.27
合计			65.31	1,956.81	53.88%	—

注：占比指占当年委托加工费总额的比例。

②报告期内公司去料加工中工序加工的主要外协厂商

2011 年 1-6 月				
序号	厂商名称	加工内容	加工费 (万元)	占比
1	深圳市泰熠隆服饰有限公司	绣花、订珠	187.67	22.22%
2	深圳市祥都洗水有限公司	洗水	80.31	9.51%
3	深圳市仕隆服饰有限公司	绣花、订珠	68.66	8.13%
4	深圳市龙岗区布吉镇坂田天龙服装电脑绣花(印花)厂	印花	59.00	6.99%
合 计			395.64	46.84%
2010 年度				

序号	厂商名称	加工内容	加工费 (万元)	占比
1	深圳市仕隆服饰有限公司	绣花、订珠	756.42	10.34%
2	深圳市祥都洗水有限公司	洗水	259.14	3.54%
3	深圳市龙岗区布吉镇坂田天龙服装电脑绣花（印花）厂	印花	249.40	3.41%
4	深圳市泰熠隆服饰有限公司	绣花、订珠	211.76	2.90%
合 计			1,476.73	20.19%
2009 年度				
序号	厂商名称	加工内容	加工费 (万元)	占比
1	深圳市仕隆服饰有限公司	绣花、订珠	954.92	22.65%
2	深圳市祥都洗水有限公司	洗水	237.71	5.64%
3	深圳市龙岗区布吉镇坂田天龙服装电脑绣花（印花）厂	印花	98.01	2.32%
合 计			1,290.64	30.61%
2008 年度				
序号	厂商名称	加工内容	加工费 (万元)	占比
1	深圳市祥都洗水有限公司	洗水	368.40	10.14%
2	深圳市仕隆服饰有限公司	绣花、订珠	350.47	9.65%
3	深圳市龙岗区布吉镇坂田天龙服装电脑绣花（印花）厂	印花	47.75	1.31%
4	深圳市龙岗区坪地宏瑞服饰制品厂	印花	2.52	0.07%
合 计			769.14	21.18%

注：占比指占当年委托加工费总额的比例；以上厂商已包括了公司所有的工序加工外协厂商。

（3）外协加工的加工费的定价依据

公司产品在设计时由研发中心制作纸样、样板，核算各单款产品的面辅料用料量和生产工时，确定各单款产品的生产成本。面辅料单价和单位工时工价由公司根据内部历史数据及市场价格变动情况确定。公司综合内部核算成本和外协厂商的报价，与合作外协厂商在加工承揽合同中就外协加工费定价作出约定：①包工包料：根据不同款产品的面辅料用料量和所耗生产工时确定各款单品的加工费；②去料加工：成衣加工根据不同款产品的所耗生产工时确定各款单品的加工费；工序加工按所需工序量或工序方式不同确定加工费，如绣花按照不同款产品所需的绣花针数确定加工费，洗水按照洗水工艺不同确定加工费。

（六）发行人及其关联方在上述供应商或客户中权益的说明

发行人及其股东、董事、监事、高级管理人员和核心设计人员，在报告期内公司主要客户和供应商中不占有权益。

五、发行人的主要固定资产及无形资产

（一）主要固定资产情况

1、固定资产基本情况

公司的固定资产主要包括：房屋建筑物、机器设备、运输设备、电子设备及其他设备等。截至2011年6月30日，公司固定资产账面原值为14,160.59万元，账面净值为9,661.64万元，综合成新率为68.23%。

项目	原值（万元）	累计折旧（万元）	净值（万元）	综合成新率
房屋建筑物	11,052.83	2,569.31	8,483.52	76.75%
机器设备	820.05	591.05	229.01	27.93%
运输工具	903.90	433.41	470.49	52.05%
电子设备	641.44	524.22	117.21	18.27%
办公设备	742.37	380.96	361.41	48.68%
合计	14,160.59	4,498.95	9,661.64	68.23%

2、房屋建筑物

（1）自有房屋建筑物

截至本招股说明书签署日，发行人及各子公司拥有所有权的房屋建筑物情况如下表：

序号	所有权人	产权证	房屋坐落	建筑面积（m ² ）	房屋用途	取得方式	他项权利
1	深圳市淑女屋时装股份有限公司	沪房地闵字（2010）第011343号	浦申路1888号201室	570.16	办公	购买	无
2	深圳市淑女屋时装股份有限公司	沪房地闵字（2010）第011340号	浦申路1888号202室	420.83	办公	购买	无
3	深圳市淑女屋时装股份有限公司	沪房地闵字（2010）第011344号	浦申路1888号203室	395.54	办公	购买	无
4	深圳市淑女屋时装股份有限公司	沪房地闵字（2010）第011346号	浦申路1888号204室	497.34	办公	购买	无
5	深圳市淑女屋时装股份有限公司	房权证朝字第928453号	朝阳区八里庄西里97号4层503	202.59	办公	购买	无
6	深圳市淑女屋时装股份有限公司	粤房地权证穗字第0120126402号	天河区黄埔大道西76号1310房	138.18	办公	购买	抵押
7	深圳市淑女	粤房地权证穗字第	天河区黄埔大	136.40	办公	购买	抵押

	屋时装股份有限公司	0120126404 号	道西 76 号 1311 房				
8	深圳市本图投资发展有限公司	深房地字第 4000169331 号	高发东方科技园 2#厂房(华展) 6-1	1,363.95	办公	购买	抵押
9	深圳市本图投资发展有限公司	深房地字第 4000169332 号	高发东方科技园 2#厂房(华展) 5-1	1,402.21	办公	购买	抵押
10	深圳市本图投资发展有限公司	深房地字第 4000204558 号	高发东方科技园 2#厂房(华展) 4-1	1,398.42	办公	购买	抵押
11	深圳市本图投资发展有限公司	深房地字第 4000258831 号	高发东方科技园 2#厂房(华展) 2-1	1,402.21	办公	购买	抵押
12	深圳市本图投资发展有限公司	深房地字第 4000258836 号	高发东方科技园 2#厂房(华展) 1-1	1,296.25	办公	购买	抵押
13	深圳市本图投资发展有限公司	深房地字第 4000258837 号	高发东方科技园 2#厂房(华展) 3-1	1,398.42	办公	购买	抵押
14	深圳市本图投资发展有限公司	深房地字第 4000276045—深房地 字第 4000276050 号; 深房地字第 4000276052 号—深 房地字第 4000276171 号	高发东方科技园 6#公寓(侨山)	3,441.55	员工宿舍	购买	抵押
15	武汉新日淑女屋服饰有限公司	武房权证经字第 200703800 号	武汉经济技术开发区 13MC 地块	16,377.42	生产仓储	自建	无
16	深圳市淑女屋时装股份有限公司	武房权证昌字第 2011001667 号	武昌区中北路 233 号(老 151 号)世纪彩城 E 区世纪大厦 5 层 2 号	288.73	办公	购买	无
17	深圳市淑女屋时装股份有限公司	武房权证昌字第 2011001668 号	武昌区中北路 233 号(老 151 号)世纪彩城 E 区世纪大厦 5 层 1 号	148.69	办公	购买	无
18	深圳市淑女屋时装股份有限公司	武房权证昌字第 2011001669 号	武昌区中北路 233 号(老 151 号)世纪彩城 E 区世纪大厦 5 层 3 号	80.97	办公	购买	无

(2) 租赁房屋建筑物

截至本招股书签署日, 发行人及各子公司租赁的房屋建筑物情况如下表:

承租方为深圳市淑女屋时装股份有限公司的租赁房产							
序号	出租方	房屋地点	用途	面积 (m ²)	租期	产权 证明	转租 证明
1	徐建斌、陈 文潘	深圳市南山区桃园 路常丰花园 B 栋 16 号	门店	146.09	2011 年 2 月 25 日至 2015 年 3 月 27 日	有	-
2	南京万达广 场投资有限 公司	南京市建邺区江东 中路 98 号步行街一 层 158a 号、159 号 和 160 号	门店	247.44	2009 年 12 月 18 日至 2012 年 12 月 17 日	有	-
3	百仕达地产 有限公司	深圳市罗湖区太宁 路百仕达东郡广场 裙楼 3 层 303 号铺	门店	83.16	2010 年 4 月 22 日至 2012 年 4 月 21 日	有	-
4	刘晓影	深圳市龙岗区中心 城紫薇花园 4、8、 11、15、18、21 栋 商业中心 B103 铺	门店	140.73	2010 年 7 月 1 日至 2013 年 6 月 30 日	有	-
5	深圳市奥康 德糖烟酒有 限公司	深圳市福田区南园 动力公司商住楼 5 栋 101-3	门店	232.67	2010 年 6 月 1 日至 2013 年 5 月 31 日	有	-
6	深圳市京基 地产股份有 限公司	深圳市南山区深圳 湾二路与白石路交 汇处御景东方花园 裙楼 123 号 L2-18 号房屋	门店	159.50	2011 年 8 月 20 日至 2013 年 8 月 19 日	有	-
7	深圳市京基 地产股份有 限公司	深圳市南山区深圳 湾二路与白石路交 汇处御景东方花园 裙楼 123 号 L1-27、 28a 号房屋	门店	195.80	2011 年 8 月 20 日至 2013 年 8 月 19 日	有	-
8	保怡物业管 理(深圳) 有限公司	深圳市福田区福华 一路 3 号新怡景商 业中心 UG 层 RUG036 号铺	门店	75	2010 年 9 月 17 日至 2012 年 9 月 16 日	有	-
9	杨晓红	济南市市中区小纬 六路 139 号 4 号楼 2-102	办公、 仓储	110.73	2010 年 12 月 7 日至 2012 年 12 月 6 日	有	-

10	匡子	大连市中山区友好路 211 号悦泰诚里 1-1-13-4	办公	137.63	2009 年 9 月 1 日至 2011 年 12 月 31 日	有	-
11	上海昌都仓储有限公司	上海市银都路 588 号南二 A、B 库	仓储	2,000	2010 年 11 月 5 日至 2012 年 11 月 4 日	有	-
12	刘丽华	长沙市天心区 C 座 704	办公	132.80	2011 年 5 月 8 日至 2012 年 5 月 8 日	有	-
13	沈阳泰文物业管理有限公司	沈阳市和平区民主路 68 号文新大厦第 10 层 AB 座	仓储	509.19	2011 年 1 月 1 日至 2013 年 1 月 1 日	有	-
14	匡镇煊、匡莼子	沈阳市和平区太原南街 18 号 1103-1108 室	办公	338.51	2010 年 1 月 1 日至 2011 年 12 月 31 日	正在办理	
15	李佳	哈尔滨市南岗区黄河路 99 号黄河大厦 1602 室	仓储	138.61	2010 年 10 月 25 日至 2011 年 10 月 24 日	有	-
16	戴益人	哈尔滨市南岗区黄河路 99 号黄河大厦 702 室	办公	138.61	2011 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日	有	-
17	榕园公寓业主委员会	西安市碑林区和平路东四道巷榕园公寓地下室负一层整层	仓储	640	2010 年 2 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日	地下室	
18	成都思诺创新运业有限公司	成都市成济路 1 号(龙潭市工业园区成都前锋实业股份有限公司二期)二楼	仓储	2,024	2011 年 3 月 1 日至 2015 年 9 月 30 日	有	有
19	胡建军	贵阳市云岩区浣沙路 73 号(原 22 号)商储大楼 23 层 1 号	办公、仓储	406.78	2011 年 4 月 1 日至 2013 年 3 月 31 日	无	
20	王洋	西安市碑林区和平路东四道巷榕园公寓 1305 号	办公	86.65	2010 年 2 月 1 日至 2012 年 1 月 31 日	有	-
21	重庆茧丝绸集团有限公司石桥铺分公司	重庆市九龙坡区石桥乡高庙村张坪社 55 号 1 栋 3 楼 1、2 号房	仓储	1,245	2007 年 5 月 1 日至 2012 年 5 月 1 日	有	-
22	郑梅君	昆明市省人大住宅小区 2 幢 2 单元 601 室	办公、仓储	171.05	2010 年 12 月 25 日至 2012 年 12 月 24 日	有	-

23	广东兴必佳电器有限公司	深圳市宝安区观澜街道下湖社区下围工业区3号	生产、仓储	15,000	2011年3月1日至2013年3月1日	无	
24	大连大商集团有限公司	交电仓库	仓储	320	2010年9月5日至2011年9月4日	无	
25	翠福贸易（深圳）有限公司	深圳市福田区莲花西路锦梦园098三期裙楼112	门店	74.52	2011年5月25日至2014年4月24日	有	-
26	黄建生	深圳市福田区下梅林金梅花园第五栋一楼103B商铺	门店	44	2011年3月10日至2014年9月9日	无	
27	黄潮雄	长沙市开福区湘江世纪城凤亭路悦江苑-1层-10024	门店	80	2011年5月15日至2013年5月15日	有	-
28	北京众诚一家物流服务有限公司	北京市朝阳区豆各庄乡绿丰家园西侧	仓储	1,000	2011年7月15日至2013年7月14日	无	
29	深圳市益田假日广场有限公司	深圳市南山区地铁世界之窗站北（一号线与益田假日广场连通）商业项目B2-M86-M88	门店	194.15	2011年7月1日至2013年6月30日	无	无
30	沈阳万达商业广场开发有限公司	沈阳市和平区太原街万达广场内步行街一层128号	门店	399.93	2009年10月30日至2012年10月29日	有	-
31	沈阳恒隆地产有限公司	沈阳市沈河区中街路128号356#	门店	142	2010年6月30日至2012年3月31日	正在办理	-
32		沈阳市沈河区中街路128号304#	门店	152	2010年6月30日至2012年3月31日		
承租方为北京紫蜻蜓服饰有限公司的租赁房产							
序号	出租方	房屋地点	用途	面积（m²）	租期	产权证明	转租证明

33	北京科技园建设(集团)股份有限公司经营分公司	北京市海淀区中关村广场购物中心C252、C253 商铺	门店	138	2010 年 9 月 22 日至 2011 年 9 月 21 日	有	-
34	北京弘泰基业房地产有限公司	北京市朝阳区朝阳大悦城 3F-02、3F-03 号商铺	门店	194	2010 年 6 月 15 日至 2013 年 6 月 14 日	正在办理	
35	蓝色港湾有限公司	北京市朝阳区朝阳公园路 6 号 1 栋广场层 SMM-47 号	门店	84	2010 年 6 月 1 日至 2013 年 4 月 14 日	有	-
36	北京嘉茂望京商用置业有限公司	北京市朝阳区广顺北大街 33 号院嘉茂购物中心二层 02-03 号	门店	161.22	2010 年 4 月 19 日至 2013 年 4 月 30 日	有	-
37	北京新东安有限公司	北京市东城区王府井大街 138 号新东安广场内 416 号店铺	门店	150	2011 年 6 月 30 日至 2013 年 5 月 29 日	有	-
38		北京市东城区王府井大街 138 号新东安广场 419 号铺	门店	102	2010 年 6 月 28 日至 2012 年 5 月 29 日		
39	北京新奥西郡房地产开发有限公司	北京市西城区西单北大街 131 号西单大悦城 4F-56 号商铺	门店	90.31	2011 年 2 月 5 日至 2013 年 1 月 24 日	有	-
40	北京新燕莎铜锣湾商业有限公司	北京市海淀区金源新燕莎 MALL 二层 2031 号商铺	门店	102	2010 年 8 月 1 日至 2012 年 7 月 31 日	有	-
41	北京嘉茂西直门商用置业有限公司	北京市西城区西直门外大街 1 号西区嘉茂购物中心 03 层 03-11 号	门店	94.29	2011 年 4 月 1 日至 2014 年 3 月 31 日	有	
承租方为青岛市淑女屋服饰有限公司的租赁房产							
序号	出租方	房屋地点	用途	面积(m ²)	租期	产权证明	转租证明

42	山东山孚鸿安物业管理有限公司	青岛市市南区中山路70东四楼401房间	办公	27	2011年4月11日至2013年4月10日	无	有
43	青岛市市南区饮食服务公司	青岛市市南区中山路126号-128号万国商店	门店	92.34	2008年12月14日至2011年12月13日	有	无
44	青岛万达广场置业有限公司	青岛市延吉路CBD万达广场一层152、153、155号	门店	251.97	2009年11月27日至2012年11月26日	有	-
承租方为成都本土贸易有限公司的租赁房产							
序号	出租方	房屋地点	用途	面积(m²)	租期	产权证明	转租证明
45	匡文	成都市青羊区鼓楼南街117号附1号B座19楼05室	办公	167	2008年1月1日至2011年12月31日	无	-
46		成都市青羊区鼓楼南街117号附1号B座19楼03室	办公	167	2008年1月1日至2011年12月31日		-
47	匡子	成都市青羊区鼓楼南街117号附1号B座19楼04室	办公	167	2008年1月1日至2011年12月31日		-
48	成都丰毅房地产管理顾问有限公司、大毅装饰工程（上海）有限公司成都分公司	成都市成华区二环路东二段6号附27号万科“金域蓝湾”8号楼一楼101号	门店	98.81	2009年10月11日至2014年10月10日	有	-
49	成都熊猫万国商贸有限公司	成都市青羊区富力天汇MALL项目2011号商铺	门店	129.42	2010年11月25日至2013年11月24日	有	
50		成都市青羊区富力天汇MALL项目3010号商铺	门店	137.27	2010年11月25日至2013年11月24日		
承租方为上海年年有余服饰有限公司的租赁房产							
序	出租方	房屋地点	用途	面积(m²)	租期	产权证明	转租证明

号							
51	上海漕河泾实业有限公司	上海市徐汇区康健路139号704室	办公	60	2009年9月30日至2019年9月29日	有	-
52	匡文	南京市鼓楼区牌楼巷45号国华1501室	办公	91.99	2007年9月1日至2013年12月31日	有	-
53		上海市徐汇区漕溪路125弄13号303室	办公	96.43	2008年1月1日至2011年12月31日	有	-
54	匡子	上海市徐汇区漕溪路125弄13号301室	办公	141.48	2008年1月1日至2011年12月31日	有	-
55	周秀兰	上海市徐汇区漕溪路125弄13号403室	办公	96.43	2008年1月1日至2011年12月31日	有	-
56	徐云南	无锡市北塘区凤翔路180号908室	办公	64.20	2011年3月14日至2012年3月13日	有	-
57	上海生产资料交易市场	上海市徐汇区肇家浜路201弄3号101-01室	门店	170	2011年6月1日至2014年5月31日	有	-
58	上海京杰餐饮管理有限公司	上海市浦东新区丁香路大拇指商业广场	门店	122.34	2011年5月1日至2014年4月30日	有	有
59	上海龙之梦百货有限公司	上海市长宁区长宁路1018号“龙之梦购物中心”3009室	门店	120	2008年8月15日至2014年8月31日	无	有
60	上海港汇房地产开发有限公司	上海市徐汇区虹桥路1号469铺位	门店	37	2011年6月15日至2012年6月14日	有	
61		上海市徐汇区虹桥路1号401B铺	门店	68	2010年4月7日至2012年3月15日		
62	上海碧峰房地产发展有限公司	上海市闵行区沪闵路6088号凯德龙之梦二层02-35号	门店	125.79	2011年2月4日至2014年2月3日	有	-
63	岳剑平	上海市浦东新区南桥路687号	门店	146.92	2011年7月5日至2014年7月4日	有	-
64	周聪芳	宁波市中山东路369号中山首府A座503室	办公	192.82	2010年5月8日至2012年5月7日	无	
65	上海友谊	上海市友谊南方商	门店	150.29	2010年9月25	无	-

	南方商城有限公司	城第三层 31150 室			日至 2011 年 9 月 24 日		
承租方为广州市淑女屋服饰有限公司的租赁房产							
序号	出租方	房屋地点	用途	面积 (m ²)	租期	产权证明	转租证明
66	广州汇彩置业有限公司	广州市天河区东圃车陂路黄洲工业区大院内自编 5 号第六层西厂房	仓储	521.70	2011 年 5 月 1 日至 2012 年 4 月 30 日	有	-
67	庄向阳	广州市天河区华景路 62-64 号 104 自编之一房	门店	115.66	2011 年 5 月 1 日至 2012 年 4 月 30 日	有	-
68	广东天河城(集团)股份有限公司	广州市天河区天河路 208 号天河城购物中心第一层 143A-145 铺	门店	122.10	2008 年 9 月 30 日至 2011 年 9 月 4 日	有	-
69		广州市天河区天河路 208 号天河城购物中心第一层 172 号铺	门店	86.90	2010 年 10 月 2 日至 2013 年 9 月 11 日		
70	广州市国声物业管理有限公司	广州市机场路“百信三期”一层第 1019 号铺	门店	103.96	2009 年 5 月 11 日至 2013 年 3 月 31 日	有	有
71		广州市机场路“百信三期”一层第 1020 号商铺	门店	118.30	2009 年 5 月 11 日至 2013 年 3 月 31 日		
72		广州市机场路“百信三期”一层第 1021 号铺	门店	118.07	2009 年 5 月 11 日至 2013 年 3 月 31 日		
73	广州市广百新一城商贸有限公司	广州市海珠区宝岗大道 498 号新一城第首层第 1F-27/28 号	门店	179.40	2009 年 12 月 25 日至 2011 年 12 月 9 日	有	有
74		广州市海珠区宝岗大道 498 号新一城店第贰层第 2F-1 号	门店	129.60	2010 年 2 月 1 日至 2012 年 1 月 16 日		

75	广州东 站天汇城有 限公司	广州市天河区林和 中路63号东方宝泰 购物广场B1层第 1005、1006号商铺	门店	366	2009年11月25 日至2012年10 月24日	有	有
76	广东海印 永业（集 团）股份有 限公司	广州市中山三路33 号中华广场二层 2043号	门店	112	2010年5月1 日至2013年2 月28日	有	有
77	万菱实业 （广东）有 限公司	广州市天河区天河 路230、232号万菱 汇L2层29号铺	门店	157	2010年5月1 日至2013年4 月30日	有	-
78	广州万达 广场投资 有限公司	广州市白云区白云 新城广州白云万达 广场内购物中心室 内步行街一层162、 163铺	门店	118.70	2010年12月3 日至2013年12 月2日	有	-
79		广州市白云区白云 新城广州白云万达 广场内购物中心室 内步行街二层221 铺	门店	93.48	2010年12月3 日至2013年12 月2日		
80		广州市白云区白云 新城广州白云万达 广场内购物中心室 内步行街二层252 铺	门店	131	2010年12月3 日至2013年10 月29日		
承租方为重庆本土贸易有限公司的租赁房产							
序 号	出租方	房屋地点	用途	面积 (㎡)	租期	产权 证明	转租 证明
81	匡炜	重庆市渝中区上清 寺美专校街66号 （鑫隆达大厦）A 座18-3#及18-4#	办公	327.41	2008年1月1 日至2011年12 月31日	有	-
82	唐菊惠	贵阳市陕西路12号 繁荣花园B栋402 室	办公	153.63	2011年1月1 日至2011年12 月31日	有	-

83	重庆嘉茂沙坪商业咨询管理有限公司	重庆市沙坪坝区小龙坎新街029号华宇广场1号的02-19号房	门店	57.30	2009年9月27日至2013年10月3日	有	无
84	重庆融科光控实业发展有限公司	重庆市江北区观音桥步行街8号、东环路59号大融城购物中心三层006号商铺	门店	129	2010年12月24日至2013年12月23日	有	-
85	重庆新永基商业管理有限公司	重庆市沙坪坝区三峡广场双巷子步行街6号2层31号商铺	门店	102	2010年8月21日至2012年8月20日	正在办理	
承租方为武汉市新辰淑女屋服饰有限公司的租赁房产							
序号	出租方	房屋地点	用途	面积(m ²)	租期	产权证明	转租证明
86	武汉新民众乐园有限公司	武汉市汉口中山大道704号武汉新民众乐园有限公司第貳层214号房	门店	80.54	2011年1月1日至2011年12月31日	有	无
87	武汉中商团结销品茂管理有限公司	武汉市武昌徐东大街18号武汉销品茂一层1005-06店铺	门店	69.20	2010年7月1日至2012年9月17日	有	有
88		武汉市武昌徐东大街18号武汉销品茂一层1007-08店铺		111.20	2010年7月1日至2012年9月17日		
89	武汉万达广场投资有限公司	武汉市江汉区唐家墩路5号菱角湖万达广场商业广场室内步行街1层1-18号	门店	121.55	2010年12月16日至2013年12月15日	有	-
90		武汉市江汉区唐家墩路5号菱角湖万达广场商业广场室内步行街2层2-59、2-60号	门店	149.52	2010年12月16日至2013年12月15日		
91	武汉经开万达广场投资有限公司	武汉经济开发区东风大道111号万达广场内购物中心室内步行街壹层1-71、1-72、1-73号商铺	门店	317.72	2011年8月26日至2014年8月25日	无	

92		武汉经济开发区东风大道111号万达广场内购物中心室内步行街贰层2-17、2-18号商铺	门店	205.20	2011年8月26日至2014年8月25日		
93		武汉经济开发区东风大道111号万达广场内购物中心室内步行街贰层2-31号商铺	门店	110.96	2011年8月26日至2014年8月25日		

截至目前，发行人及各子公司共租赁 93 处合计 35,213 平方米物业作生产、专卖店、办公或仓储之用。其中 1 处计 12,800 平方米物业作生产之用，62 处合计 8,539.32 平方米物业作专卖店用，21 处合计 2,863.73 平方米物业办公之用，9 处合计 11,009.95 平方米物业作仓储之用。

上述 93 处租赁物业中 71 处租赁物业的出租方为物业所有权/处分权人，或者已经获得了物业所有权人/处分权人的授权或同意转租的证明。

22 处租赁物业的出租方没有提供物业所有权证书或者其他能够证明其拥有该出租物业所有权或处分权的文件，面积合计 20,158.43 平方米，其中生产用物业的面积合计 12,800 平方米，占发行人及其控股子公司生产用的自有物业和租赁物业总面积的 55.32%；办公用物业的面积合计 1,262.72 平方米，占发行人及其控股子公司办公用的自有物业和租赁物业总面积的 10.02%；门店用物业的面积合计 1,732.32 平方米，占发行人及其控股子公司门店用的自有物业和租赁物业总面积的 20.29%；仓储用物业的面积合计 4,363.39 平方米，占发行人及其控股子公司仓储用的自有物业和租赁物业总面积的 23.65%。

出租方没有提供物业所有权证书或者其他能够证明其拥有该出租物业所有权或处分权的文件的生产用物业系发行人承租的位于深圳市宝安区观澜街道樟坑径下围工业区的生产厂房，由于历史遗留问题，出租方未就该物业取得产权证书。深圳市宝安区观澜街道樟坑径社区工作站和深圳市宝安区观澜街道办事处分别于 2010 年 6 月 1 日和 2010 年 9 月 6 日出具了证明，证明发行人租赁的位于观澜街道樟坑径下围工业区的厂房不属于规定依法应拆除的情形，不会因旧工业区升级改造而被拆除；未来三年内没有改变房屋用途或拆迁计划，未被列入政府规定的拆迁范围内，在最近三年内不会被强制拆除。发行人实际控制人许和、匡子

及主要股东匡炜、匡文承诺：在观澜厂房的有效租赁期间内，如受客观原因需迁离上述物业，将共同以现金支付的方式无条件补偿股份公司因上述搬迁而造成的经济损失，并协调一切资源协助观澜厂房搬迁至其他适合的生产场所，恢复正常生产经营。

除上述 71 处物业外的 22 处租赁物业中，发行人西安仓库为地下室，出租方未提供产权证明文件；根据相关出租方出具的说明，发行人沈阳中街恒隆店、沈阳中街恒隆自然元素店、沈阳分公司办公室，北京紫蜻蜓朝阳北路分店、重庆本土贸易煌华店 5 处物业的产权证书正在办理当中。

上述 22 处租赁物业中，8 处物业出租方已出具承诺，如因他人主张权利导致租赁合同不能履行，出租方将赔偿发行人的损失；另外 14 处物业中，除发行人承租的位于深圳市宝安区观澜街道樟坑径下围工业区的生产厂房外，其余 13 处租赁物业面积合计为 2,987.53 平方米，约占发行人及其子公司租赁物业总面积的 8.48%。上述相关租赁物业因未取得产权证书而产生的法律风险对发行人的正常生产经营和本次首发不构成实质性障碍。

（3）生产、办公、仓储用自有和租赁房屋建筑面积和占比情况

截至本招股书签署日，公司作生产、办公、仓储用自有房产和租赁房产的面积和占比情况如下：

单位：平方米

项目	生产		办公		仓储	
	面积	占比	面积	占比	面积	占比
自有房产	10,336.19	44.68%	9,742.47	77.28%	7,439.65	40.32%
租赁房产	12,800.00	55.32%	2,863.73	22.72%	11,009.95	59.68%
合计	23,136.19	100.00%	12,606.20	100.00%	18,449.60	100.00%

3、主要生产设备

发行人主要生产设备主要分布在观澜分公司和全资子公司武汉新日。截至 2011 年 6 月末发行人主要生产设备情况如下表：

设备名称	数量（台）	固定资产原值（元）	固定资产净值（元）	成新率
平车	1112	3,166,098.95	921,418.39	29.10%
刀车	50	309,459.00	37,808.66	12.22%
大烫台	47	183,180.00	25,444.11	13.89%
打边车	90	620,953.15	173,202.87	27.89%

钮门车	8	151,300.00	24,717.40	16.34%
钉扣车	8	61,178.00	9,825.98	16.06%
打枣车	5	89,430.00	9,628.50	10.77%
验布机	6	183,589.32	73,155.72	39.85%
粘朴机	5	313,100.00	31,026.61	9.91%
电剪	21	151,505.17	25,219.28	16.65%
蒸汽锅炉	5	117,141.54	32,681.22	27.90%
坎车	11	137,057.78	62,896.75	45.89%
切刀车	3	20,800.00	14,534.72	69.88%
去污机	2	11,310.00	3,166.50	28.00%
真珠边机	1	48,000.00	18,120.00	37.75%
锁钉车	1	26,200.00	12,953.28	49.44%
工位器具	67	385,303.84	140,325.67	36.42%

（二）无形资产情况

发行人拥有的无形资产包括土地使用权和商标。截至2011年6月30日，发行人无形资产净值为19,888,643.10元。

1、土地使用权

截至本招股说明书签署日，发行人及各子公司拥有的土地使用权如下表：

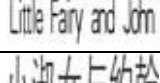
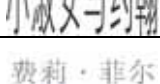
序号	使用权人	土地位置	产权证	土地类型	面积 (平方米)	终止日期	取得方式	他项权利
1	深圳市淑女屋时装股份有限公司	深圳市宝安区大浪街道大浪北路	深房地字第5000384735号	工业用地	16,153.86	2059年05月18日	出让	无
2	深圳市淑女屋时装股份有限公司	深圳市宝安区大浪街道大浪北路	深房地字第5000405378号	工业用地	11,796.03	2059年07月23日	出让	无
3	武汉新日淑女屋服饰有限公司	武汉经济技术开发区13MC地块	武开国用(2005)第35号	工业用地	38,414.44	2055年07月08日	出让	无

2、商标

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司名下的商标专有权基本情况如下表：

专有权人为深圳市淑女屋时装股份有限公司的商标：				
序	商标名称	证书号	核定	有效期

号			类别	
1		第 831563 号	第 25 类	自 2006 年 04 月 14 日 至 2016 年 04 月 13 日
2		第 909570 号	第 25 类	自 2006 年 12 月 07 日 至 2016 年 12 月 06 日
3	FAIRY MAIDEN	第 1094580 号	第 25 类	自 2007 年 09 月 07 日 至 2017 年 09 月 06 日
4	FAIRMAIDENHOUSE	第 1094904 号	第 25 类	自 2007 年 09 月 07 日 至 2017 年 09 月 06 日
5	FAIRMAIDEN	第 1094905 号	第 25 类	自 2007 年 09 月 07 日 至 2017 年 09 月 06 日
6		第 1295749 号	第 24 类	自 2009 年 07 月 21 日 至 2019 年 07 月 20 日
7		第 1298076 号	第 18 类	自 2009 年 7 月 28 日 至 2019 年 07 月 27 日
8		第 1315645 号	第 26 类	自 2009 年 09 月 21 日 至 2019 年 09 月 20 日
9	NATURAL ELEMENT 自然元素	第 1380325 号	第 14 类	自 2000 年 04 月 07 日 至 2020 年 04 月 06 日
10	NATURAL ELEMENT 自然元素	第 1383731 号	第 18 类	自 2010 年 04 月 14 日 至 2020 年 04 月 13 日
11	NATURAL ELEMENT 自然元素	第 1387134 号	第 25 类	自 2010 年 04 月 21 日 至 2020 年 04 月 20 日
12	NATURAL ELEMENT 自然元素	第 1393029 号	第 24 类	自 2010 年 05 月 07 日 至 2020 年 05 月 06 日
13	NATURAL ELEMENT 自然元素	第 1457012 号	第 26 类	自 2000 年 10 月 14 日 至 2020 年 10 月 13 日
14		第 1751624 号	第 25 类	自 2002 年 04 月 21 日 至 2012 年 04 月 20 日
15	FairyFair	第 1751625 号	第 25 类	自 2002 年 04 月 21 日 至 2012 年 04 月 20 日
16	淑女屋	第 1815813 号	第 25 类	自 2002 年 07 月 28 日 至 2012 年 07 月 27 日
17	小淑女	第 1936007 号	第 25 类	自 2003 年 01 月 28 日 至 2013 年 01 月 27 日
18		第 1992748 号	第 41 类	自 2003 年 03 月 28 日 至 2013 年 03 月 27 日

19		第 2001208 号	第 25 类	自 2003 年 12 月 07 日 至 2013 年 12 月 06 日
20		第 3371521 号	第 25 类	自 2004 年 12 月 14 日 至 2014 年 12 月 13 日
21		第 3371523 号	第 25 类	自 2004 年 12 月 14 日 至 2014 年 12 月 13 日
22		第 3371524 号	第 25 类	自 2004 年 12 月 14 日 至 2014 年 12 月 13 日
23		第 3371525 号	第 25 类	自 2004 年 12 月 14 日 至 2014 年 12 月 13 日
24		第 4099125 号	第 25 类	自 2008 年 01 月 07 日 至 2018 年 01 月 06 日
25		第 5711680 号	第 25 类	自 2010 年 07 月 21 日 至 2020 年 07 月 20 日
26		第 5883013 号	第 18 类	自 2010 年 04 月 28 日 至 2020 年 04 月 27 日
27		第 5883014 号	第 24 类	自 2010 年 02 月 07 日 至 2020 年 02 月 06 日
28		第 5883015 号	第 25 类	自 2010 年 04 月 28 日 至 2020 年 04 月 27 日
29		第 5883016 号	第 26 类	自 2010 年 01 月 21 日 至 2020 年 01 月 20 日
30		第 5883017 号	第 14 类	自 2009 年 11 月 14 日 至 2019 年 11 月 13 日
31		第 5883018 号	第 14 类	自 2009 年 11 月 14 日 至 2019 年 11 月 13 日
32		第 5883019 号	第 3 类	自 2009 年 12 月 14 日 至 2019 年 12 月 13 日
33		第 5883020 号	第 26 类	自 2010 年 01 月 21 日 至 2020 年 01 月 20 日
34		第 5883021 号	第 24 类	自 2010 年 04 月 28 日 至 2020 年 04 月 27 日
35		第 5883023 号	第 26 类	自 2010 年 04 月 28 日 至 2020 年 04 月 27 日
36		第 5883025 号	第 25 类	自 2010 年 04 月 28 日 至 2020 年 04 月 27 日
37		第 5883026 号	第 26 类	自 2010 年 04 月 28 日 至 2020 年 04 月 27 日
38		第 5883028 号	第 25 类	自 2010 年 04 月 28 日 至 2020 年 04 月 27 日

39		第 5883029 号	第 24 类	自 2010 年 04 月 28 日 至 2020 年 04 月 27 日
40		第 5883030 号	第 3 类	自 2009 年 12 月 14 日 至 2019 年 12 月 13 日
41		第 5883032 号	第 18 类	自 2010 年 04 月 28 日 至 2020 年 04 月 27 日
42	FAIRYFAIR	第 5883033 号	第 18 类	自 2010 年 01 月 28 日 至 2020 年 01 月 27 日
43	NATURAL ELEMENT	第 7607403 号	第 24 类	自 2010 年 11 月 21 日 至 2020 年 11 月 20 日
44	NATURAL ELEMENT	第 7607404 号	第 18 类	自 2010 年 11 月 21 日 至 2020 年 11 月 20 日
45	NATURAL ELEMENT	第 7607405 号	第 14 类	自 2010 年 11 月 21 日 至 2020 年 11 月 20 日
46	NATURAL ELEMENT	第 7607406 号	第 25 类	自 2010 年 11 月 14 日 至 2020 年 11 月 13 日
47	NATURAL ELEMENT	第 7607407 号	第 26 类	自 2010 年 11 月 21 日 至 2020 年 11 月 20 日
48	淑女屋'1991	第 7650557 号	第 18 类	自 2010 年 11 月 28 日 至 2020 年 11 月 27 日
49	淑女屋'1991	第 7650559 号	第 24 类	自 2010 年 11 月 28 日 至 2020 年 11 月 27 日
50	淑女屋'1991	第 7650560 号	第 26 类	自 2010 年 11 月 28 日 至 2020 年 11 月 27 日
51		2003 年第 00097 号(香港)	第 25 类	自 2008 年 10 月 30 日 至 2018 年 10 月 29 日
52		第 3329672 号	第 16 类	自 2004 年 4 月 14 日 至 2014 年 4 月 13 日
53	淑女屋'1991	第 7650561 号	第 25 类	自 2011 年 01 月 28 日 至 2021 年 01 月 27 日
54		国际注册号: 0770906(日本、 新加坡)	第 25 类	自 2001 年 11 月 19 日 至 2011 年 11 月 18 日
专有权人为深圳市本图投资发展有限公司的商标:				
序号	商标名称	证书号	核定类别	有效期
55	LITTLE GOBLIN	第 3265328 号	第 25 类	自 2004 年 06 月 28 日 至 2014 年 06 月 27 日
56	T·Tractor	第 3371522 号	第 25 类	自 2004 年 12 月 14 日 至 2014 年 12 月 13 日
57	草原小屋	第 3562344 号	第 25 类	自 2005 年 08 月 28 日 至 2015 年 08 月 27 日

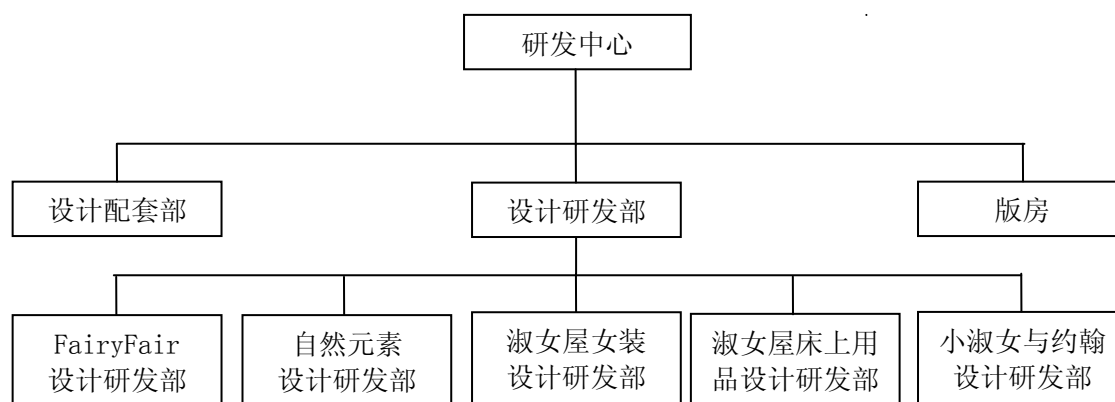
58	片 刻	第 3860821 号	第 25 类	自 2007 年 04 月 28 日 至 2017 年 04 月 27 日
59	诗 经	第 3860822 号	第 25 类	自 2007 年 02 月 28 日 至 2017 年 02 月 27 日
60	画色单元	第 3860823 号	第 25 类	自 2007 年 02 月 14 日 至 2017 年 02 月 13 日
61	雅 片	第 3860824 号	第 25 类	自 2007 年 02 月 14 日 至 2017 年 02 月 13 日
62	索 性	第 3860825 号	第 25 类	自 2007 年 02 月 14 日 至 2017 年 02 月 13 日
63	现 场	第 3861672 号	第 25 类	自 2007 年 03 月 21 日 至 2017 年 03 月 20 日

六、技术水平和研发情况

(一) 技术水平

公司的研发设计目前采用国内较先进的服装CAD设计软件、AutoCAD、3D效果图软件、CS4Design图像设计软件等,涵盖打板放码排料、工序工时分析、工艺结构款式设计等功能。公司根据自身的经营模式开发了ERP信息软件,包括研发设计系统、销售终端POS系统、库存配货管理系统、订货会、采购管理、生产管理等子系统,在实践中得到较好应用。研发设计系统实施以来,公司能够获取与分析每季货品的销售产品结构、畅滞销与库存情况,为各季的产品研发提供款式、材质、数量与颜色等信息,使产品设计紧贴市场需求。通过订货会系统生成的产品订货排名、结构、数量以及货品上架分布等各类信息,为公司制订研发和采购生产计划提供支撑数据。通过其他系统的应用,提高了物料编码、供应商管理、采购管理、物料清单BOM表、生产技术工艺、物料存货等的规范管理程度。

(二) 研发机构设置



公司研发中心下设设计研发部、设计配套部、版房。

设计研发部：由设计师组成，下设“淑女屋”女装、“淑女屋”床上用品、“自然元素”、“FairyFair”、“小淑女与约翰”五个设计分部，分别负责各品牌产品的设计事务。

设计配套部：由面辅料跟单员、样衣跟单员、成本控制专员、文员等组成，分别负责产品研发的原材料管理、样衣管理、样品的物耗成本管理、大货下单等辅助事务。

版房：由纸样师、裁板师、车板师、辅助技术人员等组成，负责研发产品纸样和样衣的制作。

(三) 研发设计人员情况

报告期内公司的研发设计人员的变动情况如下：

项目	2011年6月末		2010年末		2009年末		2008年末	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
核心设计人员	5	5.43%	5	5.62%	5	5.15%	5	5.38%
一般设计人员	87	94.56%	84	94.38%	92	94.84%	88	94.62%
合计	92	100.00%	89	100.00%	97	100.00%	93	100.00%

(四) 公司技术创新机制与安排

1、以设计创新为核心理念

公司以设计创新为发展灵魂，秉持设计创造价值，设计就是创造力的理念。公司鼓励设计师热爱生活，用智慧、激情细致感悟生活，培养灵感，储蓄情感，拥有灵敏的时尚嗅觉，领悟和掌握国际流行趋势，坚持品牌丰富的文化内涵，博取众长，兼收并蓄，使设计充满感染力，引领市场。

2、规范化的流程管理

公司为产品的研发设计构建了规范化的流程管理制度，涵盖原材料企划、设计企划、款式设计、设计控制、设计更改、成本控制、纸样样板制作、质量管理等各环节。研发设计人员须严格按照流程从事设计事务，实现研发中心内部机构之间及研发中心与采购、生产、市场等部门的无缝衔接。

3、严格的设计评审机制

公司建立了以市场导向和成本控制为中心的贯穿于整个研发设计流程的评

审机制，各款产品须经初审、修改、终审后才能列入各季产品系列。产品既要引领时尚潮流，又要符合市场需求；产品成本构成从设计环节开始严格把控，各款设计产品要详尽分析成本构成，既要符合公司的品牌定位，又要保持和提高利润率。设计创新要适合公司的生产工艺，既发扬公司品牌的传统风格，又有利于市场销售，实现品牌文化内涵、时尚流行元素和市场效益的有机统一。

4、合理有效的责任激励机制

公司合理界定了设计师、纸样师、样板师、跟单员等研发设计人员各自的责任范围，研发设计人员须严格执行责任范围内的职能，认真完成绩效考核指标，公司按照产品设计的创新度和市场销售完成情况计算绩效奖金；公司鼓励所有员工对产品设计、工艺、流程管理提出有益建议并实施奖励；公司引入核心设计师持有公司股权，激励研发设计人员，实现个人发展和公司发展的协同化。

5、灵活的人才培养机制

公司高度重视研发设计人才的培养，实施长期的人才培养规划。公司从基层开始自主培养设计人才，进行多方位的培训，包括综合性培训、专业培训和实践锻炼等，提升设计师的理念和设计技能，挖掘有潜能的设计人才；实施“导师制”，由核心设计师指导其他设计人员，主力设计师帮带助理设计师；同时，公司积极从外部引进优秀设计人才。

（五）研发设计的创意来源

1、深厚的品牌文化内涵是设计创意来源的基础

“淑女屋”品牌创立伊始，公司便以“美好女人的一生”为品牌发展宗旨。公司随后创建“自然元素”、“FairyFair”、“小淑女与约翰”等品牌，以满足女性消费者多样善变的着装需求，表现她们在不同生命历程、不同生活场景对“美好人生”的情感诉求。公司各品牌经过多年沉淀已经形成独具特色而又差异互补的品牌风格及市场定位，最终升华为各自鲜明的品牌内涵。

深邃的品牌文化内涵给予设计师源源不断的设计素材和创意源泉。依据设计风格特点，公司将研发设计部划分为五个设计分部，分别负责各品牌产品的研发设计事务。各品牌的设计师不断提炼各品牌风格，借以各品牌独有的设计元素赋

予产品生命力和文化内涵。譬如“淑女屋”多以花边、蕾丝、蝴蝶结、刺绣、褶皱等元素衬托女性清丽、典雅的气质。为使品牌风格亘久不衰而又紧跟潮流，设计师时刻通过各种途径及时学习掌握新的流行趋势，汲取时尚元素融入产品设计中。例如，公司开发设计的“天鹅湖”系列产品得到消费者一致肯定和高度评价，为公司树立了良好的口碑，培育了大批忠实的顾客。经过设计师对该系列产品的反复分析研究，萃取了设计中的菁华元素和表现手法使之继续为新品开发所用并焕发新的光彩。目前，公司和面料供应商一道为该系列专门开发了专款面料，以此从全新的角度阐述该系列延续不断的特质风格。

2、设计师对生活、文化与艺术的感悟

公司设计师凭借在服装设计领域的天赋和才能，将自己对生活和文学、戏剧等艺术作品的感悟融入到创作之中，成就了一系列脍炙人口的经典传神之作，诸如“天鹅湖”、“草原小屋”、“荷塘月色”、“奥菲妮娅”、“森林女王”等，赋予产品更多生活和艺术的品味。如“西西里”系列源于设计师对意大利西西里之行带来的创作灵感。

3、对国际市场潮流趋势的把握

国际知名品牌大多采用时装发布会来展示最新创作及新品。凭借强大的设计团队及悠久的品牌文化历史，国际知名品牌的时装发布会已经成为其他品牌捕捉国际流行趋势的信息源头。公司设计师通过参加此类发布会，或借助网络、期刊杂志等媒介工具获取各大知名品牌最新动态和流行趋势。为及时了解国际时尚最新变化，激发设计师创作灵感，公司会定期组织设计师到东京、香港、巴黎、纽约等时尚之都实地考察和学习。

4、对国内市场需求的调研

公司拥有覆盖广泛的销售网络，截至2011年6月30日，公司共有830家门店。各终端的销售数据通过ERP系统实时地被品牌市场人员和设计人员查阅。研发设计部在每季产品设计工作开始前，组织设计人员调取销售数据作分析和总结。根据以往年份各季货品的销售、店均销售量，各单品的销售占比、进销存比率，周、月各单品上柜情况等数据判别畅滞销款式并分析原因；分析品牌设计的优势，总结产品在款式、板型、面料等设计方面存在的不足。通过分析以往销售情况，总

结市场需求特点和规律，协调产品设计中包含的市场需求元素与创意元素的比例。

研发部设计定期以讨论会的形式组织设计师一起研究分析流行趋势和时尚元素的变化。每周至少组织一次研讨会，由各品牌设计负责人组织；每月一次大型研讨会，由首席设计师主持，各品牌负责人组织。设计师们就实地调查资料、以往销售情况、时尚最新资讯进行专题讨论与分析，会议记录及相关资料整理成册留存以备查阅或学习。

（六）研发设计款式

报告期内公司各品牌产品研发设计款式情况如下：

项目	淑女屋	淑女屋 床上用品	自然元素	FairyFair	小淑女 与约翰	合计
2011年1-6月	798	202	779	458	329	2,566
2010年	1,562	442	1,532	862	573	4,971
2009年	1,514	357	1,295	682	501	4,349
2008年	1,400	251	1,070	479	462	3,662

（七）研发支出

报告期内公司的研发支出情况如下：

项目	2011年1-6月	2010年度	2009年度	2008年度
研发设计支出金额（万元）	493.49	843.83	498.72	325.94
占营业收入比重	1.44%	1.44%	1.05%	0.73%

七、质量控制情况

（一）质量控制标准

公司于2004年1月通过ISO9001：2000标准质量管理体系认证，2009年7月通过ISO9001：2008标准质量管理体系认证。公司严格遵守国家及行业协会颁布的服装家纺产品行业质量标准，产品质量标准主要遵循《国家纺织产品基本安全技术规范》（GB18401-2003）、《纺织品纤维含量的标识》（FZ/T01053-2007）、《单、夹服装》（FZ/T81007-2003）等规范性文件。

（二）质量控制措施

公司设置了品质管理部门，建立了包括设计验证、面料检验质量、辅料检验质量、自主生产质量、外协生产质量、服装标志管理、市场质量管理在内等系列质量管理体系，质量控制措施贯穿设计、采购、生产、销售等整个业务流程。

1、自主生产质量控制措施

环节	控制措施
设计	— 产品设计完成后，由设计、品质、采购、生产、市场等多部门会审，对样衣的面辅料、工艺、版型、尺寸、功能性、舒适性等各项指标作全面测试评审。
采购	— 制订面辅料性能指标，抽检面辅料、成衣，分品种进行外观、成分、性能测试。
生产	— 投产前核查原材料、纸样、样衣、工艺制造单等；首批产品出产后须专门检验；检验人员对样衣制作、裁剪、粘朴、缝制、锁眼、钉扣、剪线、整烫等道工序进行全程巡查抽检；每道工序须自检，平行工序间进行互检，后道工序对前道工序进行监督检。
入库	— 成衣出产后需经检验合格后才能入库；产品出售前发生质量问题需按流程进行返修或退换。

2、外协生产质量控制措施

环节	控制措施
样板审核	— 外协厂商根据公司提供的图样、纸样、工艺单制作样衣，由公司设计部、品质部审核，并出具《生产试做样板评定表》和《样衣评审表》，对样衣进行封存，作为货物验收标准样板。
开款培训	— 召集外协厂商相关生产人员参加公司的开款培训会，公司研发设计人员讲解外协产品的生产工艺要求、工序难点等。
过程质控	— 由公司跟单员监控外协生产的各道工艺流程，登记质量报告表，及时纠正外协厂商在生产过程中存在的质量问题。
验收入库	— 在加工合同中约定质量标准；产品出货前由跟单员初检，再由公司品质部抽样检查，填写检验报告，合格产品验收入库；统计分析外协生产各项数据，对外协生产的质量情况做整体评价。
合同责任	— 外协厂商须保质保量供应货品，外协厂商提供的检验单视为对质量的承诺，如果公司在送检中发现有超标项目，公司可选择退货或要求外协厂商在约定期限内返修，外协厂商须承担送检费用和运输费用，如在成衣上市后检测出外协厂商提供的货品有不合格项目，外协厂商须承担赔偿责任。

3、销售服务质量控制

公司营造独具品牌特色的购物环境氛围，从企业文化、店面管理流程、导购员管理、产品知识、导购礼仪、销售技巧、售后服务质量管理等各方面培训指导销售人员，持续提高销售服务水平。

（三）产品质量纠纷

公司制定了《售后产品质量处理规范》，对产品的保修期限、退换标准和程序、质量纠纷处理措施方式作出明确规定。报告期内，公司未发生重大产品质量纠纷。

八、安全生产和环境保护

（一）安全生产

公司建立了有效的安全管理制度和紧急事故处理规范。安全管理工作实行逐级责任制，由生产经理、各部门负责人对各级安全工作负责。公司实行三级防火安全责任制，从防火安全标准、易燃危险物存放、灭火装备配置、场地和电力设备适用等方面杜绝火险隐患的可能。在报告期内公司未发生过重大安全生产事故。

（二）环境保护

公司生产严格遵守国家相关环境保护法律法规的规定。服装家纺用品生产属都市型轻工业，在生产过程中不涉及废气、废水的排放。公司在报告期内未发生过污染事故和纠纷，未因违反环保法律法规而受过处罚。

九、境外经营情况

截至本招股说明书签署日，公司未在中华人民共和国境外进行经营活动，未拥有境外资产。

第七节 同业竞争与关联交易

一、同业竞争情况

（一）发行人与控股股东及实际控制人的同业竞争情况

发行人的经营范围为：服装、床上用品、装饰布、衍缝制品及家居用品的设计、生产（生产项目由分公司经营）；日常用品、床上用品、床、床垫、纺织品、服装、灯具和鞋类的销售；国内商业、物资供销业；礼仪信息咨询服务（不含专营、专控、专卖商品及限制项目）；货物进出口、技术进出口（法律、行政法规禁止的项目除外；法律、行政法规限制的项目须取得许可后方可经营）。发行人的主营业务为服装和家用纺织品的设计、生产和销售，主要产品为女装、童装和床上用品等。

发行人控股股东和实际控制人许和、匡子夫妇控制的其他企业武汉新月淑女屋工贸有限公司的经营范围为：工艺礼品、办公用品、家电的设计、批发、零售；广告设计、制作、发布、代理；展览展示服务（国家有专项规定的项目经审批后或凭有效许可证方可经营）。许和、匡子合计持有该公司65%的股权，该公司自成立以来未实际经营任何业务。该公司的基本情况详见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况九、发起人、主要股东及实际控制人的基本情况（二）控股股东和实际控制人及其控制的其他企业”。

除此之外，发行人控股股东和实际控制人许和、匡子未投资或控制其他企业。

发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争。

（二）避免同业竞争的承诺

公司实际控制人许和、匡子及主要股东匡炜、匡文签署了《避免同业竞争承诺函》，承诺的主要内容如下：除股份公司外，本人、本人的配偶、父母、子女及其他关系密切的家庭成员，未直接或间接从事与股份公司相同或相似的业务；本人控制的其他企业未直接或间接从事与股份公司相同或相似的业务；本人、本人的配偶、父母、子女及其他关系密切的家庭成员未对任何与股份公司存在竞争

关系的其他企业进行投资或进行控制；本人不再对任何与股份公司从事相同或相近业务的其他企业进行投资或进行控制；本人将持续促使本人的配偶、父母、子女、其他关系密切的家庭成员以及本人控制的其他企业/经营实体在未来不直接或间接从事、参与或进行与股份公司的生产、经营相竞争的任何活动。

二、关联交易情况

(一) 关联方及关联关系

根据《公司法》和《企业会计准则》的规定，报告期内本公司的关联方具体情况如下：

1、控股股东和实际控制人

股东名称	持股股数(万股)	持股比例
许和	3,931.00	30.91%
匡子	3,666.00	28.82%

2、其他持有公司 5%以上股份的股东

股东名称	持股股数(万股)	持股比例
匡炜	2,256.00	17.74%
匡文	1,692.00	13.30%

3、控股股东和实际控制人控制的其他企业

武汉新月淑女屋工贸有限公司：许和、匡子合计持有65%的股权，该公司的基本情况详见本招股说明书之“第五节发行人基本情况九、发起人、主要股东及实际控制人的基本情况（二）控股股东和实际控制人及其控制的其他企业”。

4、报告期内控股股东和实际控制人曾控制过的其他企业

(1) 深圳市本土文化发展有限公司

公司成立于1998年1月25日，注册资本156.50万元，实收资本156.50万元；注册地址：深圳市光明新区光明街道恒安厂宿舍楼铺102号；经营范围为：企业形象设计，产品包装设计，艺术摄影(不含限制项目)：照相器材、电视设备、电影设备的购销(不含专营，专控，专卖商品)。

2008年8月之前，许和曾持有本土文化80%的股权；2008年8月，许和将所持80%的股权转让给任剑东，2008年8月7日，本土文化完成工商变更登记手续，至

此，许和不再持有本土文化股权。

（2）深圳市本土网络信息技术有限公司

公司成立于2001年5月23日，注册资本100万元，实收资本100万元；注册地址：深圳市南山区南海大道西桃园路西海明珠花园F座1110L；经营范围：数据库及计算机网络服务；从事因特网信息服务（具体按照粤ICP010152号经营许可证办理）；计算机软硬件的技术开发及其产品销售；五金交电销售；信息咨询（不含限制项目）。

2008年5月之前，许和、本土文化曾分别持有本土网络40%、50%的股权；2008年4月，许和将所持40%的股权转让给严戈，本土文化将所持50%的股权转让给龚丽，2008年5月15日，本土网络完成工商变更登记手续，至此，许和不再持有本土网络股权。

5、发行人控股子公司

发行人现拥有9家全资子公司，报告期内曾控股过其他4家子公司。

序号	子公司名称	发行人持股比例
1	深圳市本图投资发展有限公司	发行人持有 100%股权
2	武汉新日淑女屋服饰有限公司	本图投资持有 100%股权
3	北京紫蜻蜓服饰有限公司	发行人持有 100%股权
4	上海年年有余服饰有限公司	发行人持有 100%股权
5	重庆本土贸易有限公司	发行人持有 100%股权
6	成都本土贸易有限公司	发行人持有 100%股权
7	广州市淑女屋服饰有限公司	发行人持有 100%股权
8	武汉市新辰淑女屋服饰有限公司	发行人持有 100%股权
9	青岛市淑女屋服饰有限公司	发行人持有 100%股权
10	深圳市淑女屋服饰有限公司	发行人持有 100%股权，已被发行人吸收合并
11	深圳市自然元素实业有限公司	本图投资持有 70%股权，已注销
12	深圳市风情时尚服饰有限公司	本图投资持有 70%股权，已注销
13	深圳市画色单元家饰有限公司	本图投资持有 70%股权，已注销

6、发行人董事、监事、高级管理人员与其任职的其他企业

发行人董事会有9名成员，包括许和、匡子、匡炜、匡文、王少莹、乐星及独立董事郑建江、陈杰平、覃文平；

发行人监事会成员包括张慧、杨奕、覃培秋；

发行人高级管理人员包括总经理匡炜，副总经理匡文、张志军，副总经理兼

董事会秘书桑田，财务总监周岚。

发行人董事、监事、高级管理人员任职的其他企业详见本招股说明书“第八节董事、监事、高级管理人员与核心设计人员一、董事、监事、高级管理人员与核心设计人员简介（六）董事、监事、高级管理人员在其他单位兼职情况”。

7、其他主要关联方

与本公司持股5%以上股东、董事、监事及高级管理人员关系密切的其他家庭成员。

报告期内，与公司发生关联交易的其他主要关联方有：公司实际控制人匡子的母亲周秀兰，主要股东匡炜的子女匡镇煊，主要股东匡文的子女匡莼子。

（二）关联交易

1、经常性的关联交易

（1）房屋租赁

报告期内，发行人部分子（分）公司的住所或办公场所系向关联方承租，具体情况如下表：

承租方	出租方	房产名称	租赁期限
重庆本土贸易	匡炜	重庆市渝中区上清寺美专校街66号（鑫隆达大厦）A座18-3#及18-4#	2008年1月1日至2011年12月31日
上海年年有余	匡子	上海市漕溪路125弄13号301室	2008年1月1日至2011年12月31日
	匡文	上海市漕溪路125弄13号303室	2008年1月1日至2011年12月31日
	周秀兰	上海市漕溪路125弄13号403室	2008年1月1日至2011年12月31日
	匡文	南京市鼓楼区牌楼巷45号国华1501室	2007年9月1日至2013年12月31日
股份公司	匡子	大连市中山区友好路211号悦泰诚里1-1-13-4	2009年9月1日至2011年12月31日
股份公司	匡镇煊	沈阳市和平区太原南街18号1103-1105	2010年1月1日至2011年12月31日
	匡莼子	沈阳市和平区太原南街18号1106-1108	
成都本土贸易	匡文	成都市青羊区鼓楼南街117号附1号B座19楼03室、05室	2008年1月1日至2011年12月31日
	匡子	成都市青羊区鼓楼南街117号附1号B座19楼04室	
武汉新辰	匡炜	武汉市武昌区中北路233号世纪彩城C	2008年5月1日至2010

		区紫苑9层1-2号	年12月31日
	匡文	武汉市武昌区中北路233号世纪彩城C区紫苑9层3-4号	

报告期内，公司向关联方支付的租赁费金额如下表：

关联方	2011年1-6月 (元)	2010年度 (元)	2009年度 (元)	2008年度 (元)
匡子	67,000.00	132,000.00	115,000.00	108,000.00
匡炜	24,000.00	64,800.00	61,200.00	51,600.00
匡文	105,000.00	226,800.00	228,600.00	224,400.00
周秀兰	24,000.00	48,000.00	48,000.00	48,000.00
匡镇煊	25,000.00	50,000.00		
匡莼子	25,000.00	50,000.00		
合计	270,000.00	571,600.00	452,800.00	432,000.00
占同期同类交易的比重	1.59%	2.39%	2.95%	3.25%

公司向关联方承租的价格由双方协商并参照当时租金的市场价格而定，租赁价格不高于当时确认的市场价，不存在损害公司或公司其他股东利益的情况，对公司的财务状况和经营成果无实质性影响。

(2) 向关键管理人员支付薪酬

报告期内，本公司支付给董事、监事及高级管理人员工资薪酬情况如下表：

2011年1-6月(元)	2010年度(元)	2009年度(元)	2008年度(元)
2,075,692.00	4,002,644.30	3,662,444.37	1,175,741.19

除此之外，本公司未向其他关联方人士支付报酬。该关联交易仍将持续进行。

2、偶发性的关联交易

(1) 关联方为发行人提供担保

报告期内，关联方为本公司及控股子公司的银行借款提供了担保。报告期内，关联方为本公司及控股子公司提供的担保情况如下：

①2011年1-6月

担保方	被担保方	担保金额	借款起始日	借款还款日	债务是否履行完毕
本图投资、许和、匡子、匡炜、匡文	股份公司	1,000万	2011-06-27	2011-12-27	否
		5,000万	2011-06-27	2012-06-27	否
本图投资、武汉新日、许和、匡子、匡炜、匡文	股份公司	2,000万	2011-03-10	2011-09-10	否
		1,000万	2011-06-30	2011-12-30	否

②2010年度

担保方	被担保方	担保金额	借款起始日	借款还款日	债务是否履行完毕
淑女屋服饰、本图投资、武汉新日、许和、匡子、匡炜、匡文	股份公司	2,000 万	2010-03-01	2010-09-01	是
		2,000 万	2010-05-18	2010-11-18	是
本图投资、许和、匡子、匡炜、匡文	股份公司	3,100 万	2010-06-04	2010-12-05	是
		3,400 万	2010-06-12	2011-06-12	是
本图投资、许和、匡子、匡炜、匡文	股份公司	3,000 万	2010-06-30	2010-11-09	是
		2,000 万	2010-11-09	2011-11-09	否
本图投资、武汉新日、许和、匡子、匡炜、匡文	股份公司	2,000 万	2010-09-07	2011-03-07	是
		2,000 万	2010-11-18	2011-5-18	是

③2009年度

担保方	被担保方	担保金额	借款起始日	借款还款日	债务是否履行完毕
本图投资、许和、匡子、匡炜、匡文	股份公司	4,500 万	2009-06-18	2010-06-12	是
本图投资、淑女屋服饰、许和	股份公司	2,000 万	2009-06-23	2009-12-23	是
		2,000 万	2009-12-25	2010-06-25	是
本图投资、淑女屋服饰、武汉新日、许和、匡子、匡炜、匡文	股份公司	2,000 万	2009-08-31	2009-10-01	是
		2,000 万	2009-08-31	2010-02-26	是
		2,000 万	2009-11-27	2010-05-18	是

④2008年度

担保方	被担保方	担保金额	借款起始日	借款还款日	债务是否履行完毕
本图投资、淑女屋服饰、许和、匡子、匡炜、匡文、徐明	匡子实业	1,000 万	2007-09-14	2008-03-14	是
本图投资、淑女屋服饰、许和	匡子实业	2,000 万	2007-12-17	2008-06-17	是
		2,000 万	2008-06-17	2008-11-26	是
		2,000 万	2008-11-28	2009-05-31	是
本图投资、淑女屋服饰、许和、匡子、匡炜、匡文	匡子实业	1,000 万	2008-04-09	2009-04-09	是
淑女屋服饰、武汉新日、本图投资、许和、匡子、匡炜、匡文	匡子实业	2,000 万	2008-07-24	2009-01-19	是
本图投资、股份公司、许和、匡子、匡炜、匡文、匡镇煊、匡炜、徐明	淑女屋服饰	1,000 万	2008-11-24	2009-08-25	是

(2) 关联方向公司提供资金

在公司发展过程中,公司主要股东曾向公司提供资金作部分营运资金用。截止2010年末,公司已归还全部股东提供的资金,报告期各期末股东向公司提供资金的余额情况如下表:

单位：元

关联方名称	2011年6月30日	2010年12月31日	2009年12月31日	2008年12月31日
许和	-	-	1,708,375.70	6,848,899.20
匡子	-	-	1,362,349.91	8,239,763.93
匡炜	-	-	866,259.29	4,601,268.85
匡文	-	-	1,444,018.31	5,706,935.34
合计	-	-	5,381,003.21	25,396,867.32

（三）报告期内关联交易对财务状况和经营成果的影响

报告期内，关联交易对公司财务状况和经营成果无重大影响。

（四）本次募集资金运用涉及的关联交易

公司本次募集资金的运用不涉及合并报表之外的关联交易。

（五）公司关于规范关联交易的制度安排

发行人在上市后实施的《公司章程》和《关联交易决策制度》等文件中对关联交易的决策权力与程序作出了严格规定。

1、关联交易的权限

（1）股东大会的权限：①公司与关联方发生的交易金额在人民币3,000万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值5%以上的关联交易；②公司对关联方提供担保。

（2）董事会的权限：①公司与关联自然人发生的金额在30万元（含30万元）至3000万元之间的关联交易；②公司与关联法人发生的金额在300万元（含300万元）至3000万元之间的关联交易，或占公司最近一期经审计净资产绝对值0.5%（含0.5%）至5%之间的关联交易，但公司与其控股子公司的关联交易除外。

（3）不属于股东大会或董事会批准范围内的关联交易事项由公司董事长批准。

（4）独立董事：以下交易事项需由独立董事作出认可：公司与关联方达成的金额高于300万元或高于公司最近一期经审计净资产值5%的关联交易。

2、关联交易的决策程序

（1）公司与关联方签署涉及关联交易的合同、协议或作出其他安排时，应

当采取必要的回避措施：

1) 任何个人只能代表一方签署协议。

2) 关联方不得以任何方式干预公司的决定。

3) 股东大会审议关联交易事项时，具有下列情形之一的股东应当回避表决：①交易对方；②拥有交易对方直接或间接控制权的；③被交易对方直接或间接控制的；④与交易对方受同一法人或自然人直接或间接控制的；⑤在交易对方任职，或在能直接或间接控制该交易对方的法人单位或者该交易对方直接或间接控制的法人单位任职的；⑥因与交易对方或者其关联人存在尚未履行完毕的股权转让协议或者其他协议而使其表决权受到限制或影响的；⑦中国证监会或深圳证券交易所认定的可能造成上市公司对其利益倾斜的法人或自然人。

4) 董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权。关联董事包括下列董事或者具有下列情形之一的董事：①交易对方；②在交易对方任职，或在能直接或间接控制该交易对方的法人单位或者该交易对方能直接或间接控制的法人单位任职的；③拥有交易对方的直接或间接控制权的；④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交易对方或者其直接或间接控制人的董事、监事和高级管理人员的关系密切的家庭成员；⑥中国证监会、深圳证券交易所或者本公司认定的因其他原因使其独立的商业判断可能受到影响的人士。

(2) 股东大会的决策程序：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表决权股份总数；股东大会决议公告应当充分披露非关联股东的表决情况。关联股东明确表示回避的，由出席股东大会的其他股东对有关关联交易事项进行审议表决，表决结果与股东大会通过的其他决议具有同样法律效力。

股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东应主动向股东大会申明关联关系并回避表决。股东没有主动说明关联关系并回避的，其他股东可以要求其说明情况并回避。

股东大会结束后，其他股东发现有关联股东参与有关关联交易事项投票的，或者股东对是否应适用回避有异议的，有权就相关决议根据公司章程的有关规定

向人民法院起诉。

（3）董事会的决策程序：公司董事会审议关联交易事项时，由过半数的非关联董事出席即可举行，董事会会议所做决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会的非关联董事人数不足三人的，公司应当将该交易提交股东大会审议。

（六）独立董事对报告期内公司发生的关联交易的独立意见

公司独立董事对报告期内公司发生的关联交易发表了以下意见：公司2008、2009、2010年度、2011年1-6月与关联方之间发生的关联交易执行了市场定价原则，定价合理；交易过程公平、公正，且均已按照公司当时的有效章程及决策程序履行了相关审批程序；公司与关联方之间发生的关联交易真实、有效，不存在通过关联交易操纵公司利润的情形，亦不存在损害公司利益及其他股东利益之情形。

（七）公司减少关联交易的措施

公司已制定了《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》、《关联交易决策制度》、《对外担保管理办法》等规章制度，对关联交易的决策权力和程序作出了详细的规定，有利于公司规范和减少关联交易。对于在日常经营过程中发生的关联交易，公司将严格按照《公司章程》和有关法律法规对关联交易的有关规定进行，价格将按照市场价格制定。

目前，本公司董事会现有9名成员，其中有3名独立董事，有利于公司董事会的独立性和公司治理机制的完善，独立董事将在避免同业竞争、规范和减少关联交易方面发挥重要作用，积极保护公司和中小投资者的利益。

第八节 董事、监事、高级管理人员与核心设计人员

一、董事、监事、高级管理人员与核心设计人员简介

(一) 公司董事

发行人董事会由 9 名成员组成,其中独立董事 3 名;董事任期 3 年,可连选连任。

2008 年 6 月 12 日召开的股份公司创立大会暨第一次股东大会选举许和、匡子、匡炜、匡文、郑建江(独立董事)为股份公司董事,任期从 2008 年 6 月至 2011 年 6 月;2010 年 8 月 6 日召开的股份公司 2010 年第三次临时股东大会增选王少莹、乐星、陈杰平(独立董事)、覃文平(独立董事)为股份公司董事,任期自 2010 年 8 月至 2011 年 6 月。

2011 年 6 月 2 日召开的股份公司 2011 年第二次临时股东大会选举许和、匡子、匡炜、匡文、王少莹、乐星、郑建江(独立董事)、陈杰平(独立董事)、覃文平(独立董事)为股份公司第二届董事会董事,任期自 2011 年 6 月至 2014 年 6 月。

发行人董事的简历如下:

许和先生:1962 年出生,中国国籍、无境外永久居留权,大专学历,中欧国际工商管理学院 EMBA。1993 年与匡子女士共同创办匡子时装,历任公司总经理、董事长等职务;自 2008 年 6 月至今担任发行人董事、董事长。

匡子女士:1964 年出生,中国国籍、无境外永久居留权,中专学历。1993 年与许和先生共同创办匡子时装,历任公司董事、首席设计师等职务。自 2008 年 6 月至今担任发行人副董事长、首席设计师。

匡炜女士:1962 年出生,中国国籍、无境外永久居留权,大专学历,中欧国际工商管理学院 EMBA 在读。1993 年加入匡子时装,历任公司监事、董事、总经理等职务。自 2008 年 6 月至今担任发行人董事、总经理。

匡文女士:1968 年出生,中国国籍、无境外永久居留权,大专学历。1993

年加入匡子时装，历任公司采购部经理、董事、副总经理等职务。自 2008 年 6 月至今担任发行人董事、副总经理。

王少莹女士：1967 年出生，中国国籍、无境外永久居留权，大专学历。历任汕头市建设物资进出口总公司审计经理、汕头市创联时装有限公司财务行政总经理、深圳市创尔时装有限公司市场总监、副总裁、总裁。2010 年加入淑女屋，任研发中心总经理；自 2010 年 8 月至今任发行人董事。

乐星先生：1959 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。研究生学历、工学硕士，副教授。曾任同济大学建筑系助教、副教授，上海天华建筑设计有限公司及上海天艺建筑装饰工程有限公司总经理职务；现任上海天祥商务咨询有限公司执行董事、上海天祥实业有限公司董事和经理、上海天祥投资管理有限公司董事、总经理、上海天华建筑设计有限公司副董事长、成都东方希望天祥置地有限公司董事、上海天利商品混凝土有限公司董事、上海合辉投资有限公司执行董事、上海天华广告传播有限公司董事长、上海天祥华侨城投资有限公司副董事长。自 2010 年 8 月至今担任发行人董事。

郑建江先生：1967 年出生，中国国籍、无境外永久居留权，研究生学历，法学硕士，中国执业律师。曾任广东国际信托投资公司深圳公司法律室主任、广东华业律师事务所合伙人、广东省晟典律师事务所合伙人；现任北京市中伦律师事务所合伙人、广东省律师协会公司法专业委员会副主任委员、中国国际经济贸易仲裁委员会华南分会调解中心调解专家。自 2008 年 6 月至今担任发行人独立董事。

陈杰平先生：1953 年出生，中国香港籍，拥有美国永久居留权。工商管理学博士，教授。曾任香港城市大学会计系助理教授、副教授、副主任、代理系主任、系主任；现任中欧国际工商管理学院教授、副教务长、EMBA 主任，中银国际证券有限责任公司、兴业证券股份有限公司、上海天玑科技股份有限公司及珠海华发实业股份有限公司独立董事，美国会计与经济杂志、亚太会计与经济杂志、当代会计经济杂志及中国会计学刊杂志编委会委员。自 2010 年 8 月至今担任发行人独立董事。

覃文平女士：1970 年出生，中国国籍、无境外永久居留权，本科学历，中

欧国际工商管理学院 EMBA，中国注册会计师。曾任中国船舶工业总公司广西柳州国营西江造船厂财务处副处长、广西柳州协和房地产开发有限责任公司财务总监、广西瑞泰会计师事务所有限责任公司会计师；现任广西北海市嘉禾嘉房地产有限公司总经理。自 2010 年 8 月至今担任发行人独立董事。

（二）公司监事

发行人监事会由 3 名监事组成，其中职工代表监事 1 名；监事任期 3 年，可连选连任。

2008 年 6 月 12 日召开的股份公司创立大会暨第一次股东大会选举杨奕、覃培秋为发行人监事；2008 年 6 月 12 日召开的公司职工代表大会选举张慧为发行人职工监事。

2011 年 6 月 2 日召开的股份公司 2011 年第二次临时股东大会选举杨奕、覃培秋为发行人监事，任期从 2011 年 6 月至 2014 年 6 月；2011 年 6 月 2 日召开的公司职工代表大会选举张慧为发行人职工监事，任期自 2011 年 6 月至 2014 年 6 月。

发行人监事简历如下：

张慧女士：1957 年出生，中国国籍、无境外永久居留权，大专学历。曾任江西省吉安市第二人民医院医师，江西省吉安市政府精神文明办副主任、吉安市交通局副局长、党委书记、深圳市龙脉信息股份有限公司综合办公室主任。2005 年加入匡子实业，历任行政部经理、观澜分公司总监、总经理等职务；2008 年 6 月至今担任发行人监事会主席。

杨奕女士：1973 年出生，中国国籍、无境外永久居留权，大专学历，中级会计师。曾任武汉天华毛纺制衣有限公司会计、武汉太和服饰有限公司会计。1997 年加入匡子实业，曾任财务主管等职务；2008 年 6 月至今担任发行人监事。

覃培秋女士：1967 年出生，中国国籍、无境外永久居留权，中专学历。曾任深圳市宏发商场有限公司营销主管，深圳市金海实业有限公司营销主管。1993 年加入匡子时装，历任店员、华南区区域经理等职务；2008 年 6 月至今担任发行人监事。

（三）公司高级管理人员

发行人高级管理人员包括：总经理、副总经理、董事会秘书和财务负责人，任职期间自 2011 年 6 月至 2014 年 6 月。

其人员简历如下：

匡炜女士：公司总经理，简历见本招股说明书本节之“一、董事、监事、高级管理人员与核心设计人员简介（一）公司董事”。

匡文女士：公司副总经理，简历见本招股说明书本节之“一、董事、监事、高级管理人员与核心设计人员简介（一）公司董事”。

桑田先生：1972 年出生，中国国籍、无境外永久居留权，研究生学历，工商管理学硕士，中欧国际工商管理学院 EMBA 在读。曾任陕西省进出口公司外贸业务员。2004 年加入匡子实业，历任采购部经理、物流部经理、供应链总监等职务；2008 年 6 月至今担任发行人副总经理兼董事会秘书。

张志军先生：1963 年出生，中国国籍、无境外永久居留权，研究生学历，工学硕士。曾任武汉市国际经济贸易公司进口部科长，深圳鹰海地贸易发展有限公司进出口一部经理。2003 年加入匡子实业，历任信息物流总监、加盟部经理、信息技术部总监、供应链中心总监、总经理助理等职务；2008 年 6 月至今担任发行人副总经理。

周岚女士：1971 年出生，中国国籍、无境外永久居留权，研究生学历，中欧国际工商管理学院 EMBA 在读。历任武汉武钢实业公司会计、武汉皇冠友谊油脂工程有限公司财务总监。1997 年加入匡子时装，曾任主管会计等职务。2007 年 8 月至今担任发行人财务总监。

2011 年 6 月经股份公司第二届董事会第一次会议决议通过，继续聘请匡炜为公司总经理，匡文、桑田、张志军为公司副总经理，桑田为董事会秘书，周岚为财务总监，任期自 2011 年 6 月至 2014 年 6 月。

（四）公司核心设计人员

匡子女士：公司首席设计师，简历见本招股说明书本节之“一、董事、监事、高级管理人员与核心设计人员简介（一）公司董事”。

刘绚鑒女士：FairyFair 品牌设计总监，1980 年出生，中国国籍、无境外永久居留权，2001 年毕业于湖北美术学院服装艺术设计专业，本科学历。2001 年加入匡子实业，任公司设计师；现任发行人 FairyFair 品牌设计总监。

王艳女士：自然元素品牌设计总监，1981 年出生，中国国籍、无境外永久居留权，2003 年毕业于武汉科技学院服装设计与工程专业，本科学历。2003 年加入匡子实业，任公司设计师；现任发行人自然元素品牌设计总监。

容雪梅女士：淑女屋床上用品设计副总监，1980 年出生，中国国籍、无境外永久居留权，2003 年毕业于广州美术学院染织艺术设计专业，本科学历。曾任深圳市富安娜家饰用品有限公司设计师。2004 年加入匡子实业，任公司设计师；现任发行人淑女屋床上用品设计副总监。

陈岑女士：淑女屋女装设计经理，1985 年出生，中国国籍、无境外永久居留权，2006 年毕业于湖北美术学院服装设计专业，本科学历。2006 年加入匡子实业，任公司设计师；现任淑女屋服装设计经理。

（五）董事、监事、高级管理人员之间的亲属关系

许和与匡子为夫妻关系，匡炜、匡子与匡文为姐妹关系；其他董事、监事、高级管理人员之间无亲属关系。

（六）董事、监事、高级管理人员在其他单位兼职情况

发行人董事、监事、高级管理人员的兼任职务情况如下表：

人员	兼任职务	兼职单位	兼职单位与发行人关系
许和	执行董事	深圳市本图投资发展有限公司	发行人全资子公司
	董事长	武汉新日淑女屋服饰有限公司	
	执行董事、经理	成都本土贸易有限公司	
	董事长	武汉新月淑女屋工贸有限公司	实际控制人控制的公司
匡子	董事	武汉新日淑女屋服饰有限公司	发行人全资子公司
	执行董事、经理	北京紫蜻蜓服饰有限公司	
	监事	武汉新月淑女屋工贸有限公司	实际控制人控制的公司
匡炜	经理	深圳市本图投资发展有限公司	发行人全资子公司
	董事	武汉新日淑女屋服饰有限公司	

	监事	重庆本土贸易有限公司	实际控制人控制的公司
	执行董事、经理	青岛市淑女屋服饰有限公司	
	董事	武汉新月淑女屋工贸有限公司	
匡文	董事	武汉新日淑女屋服饰有限公司	发行人全资子公司
	执行董事、经理	武汉市新辰淑女屋服饰有限公司	
	监事	成都本土贸易有限公司	
	执行董事、经理	重庆本土贸易有限公司	
	执行董事、经理	广州淑女屋服饰有限公司	
	监事	北京紫蜻蜓服饰有限公司	
乐星	执行董事	上海天祥商务咨询有限公司	发行人法人股东
	董事、经理	上海天祥实业有限公司	乐星担任发行人董事
	董事、总经理	上海天祥投资管理有限公司	
	副董事长	上海天华建筑设计有限公司	
	执行董事	上海合辉投资管理有限公司	
	董事	成都东方希望天祥置地有限公司	
	董事	上海天利商品混凝土有限公司	
	董事长	上海天华广告传播有限公司	
	副董事长	上海天祥华侨城投资有限公司	
郑建江	合伙人	北京市中伦律师事务所	无关联关系
	副主任委员	广东省律师协会公司法专业委员会	
	调解专家	中国国际经济贸易仲裁委员会华南分会调解中心	
陈杰平	独立董事	中银国际证券有限公司	无关联关系
	独立董事	珠海华发实业股份有限公司	
	独立董事	上海天玑科技股份有限公司	
	独立董事	兴业证券股份有限公司	
	教授、副教授、EMBA 主任	中欧国际工商管理学院	
	编委会委员	美国会计与经济杂志、亚太会计与经济杂志、当代会计经济杂志、中国会计学刊杂志	
覃文平	总经理	广西北海市嘉禾嘉房地产有限公司	无关联关系
覃培秋	监事	深圳市本图投资发展有限公司	发行人全资子公司
杨奕	经理	武汉新日淑女屋服饰有限公司	发行人全资子公司

	董事	武汉新月淑女屋工贸有限公司	实际控制人控制的公司

除本招股说明书已披露的上述情况外，发行人的董事、监事和高级管理人员未在本公司关联单位任职或兼职。

二、董事、监事、高级管理人员、核心设计人员及其近亲属持股情况

（一）董事、监事、高级管理人员与核心设计人员持有本公司股份情况

截止本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员与核心设计人员持有公司股份情况如下：

序号	股东姓名	股份数额（万股）	持股比例
1	许和	3,931.00	30.91%
2	匡子	3,666.00	28.82%
3	匡炜	2,256.00	17.74%
4	匡文	1,692.00	13.30%
5	周岚	120.00	0.94%
6	覃培秋	100.00	0.79%
7	桑田	20.00	0.16%
8	张志军	20.00	0.16%
9	刘绚璠	8.00	0.06%
10	王艳	5.00	0.04%
11	王少莹	5.00	0.04%
12	张慧	5.00	0.04%
13	杨奕	3.50	0.03%
14	陈岑	3.00	0.02%
15	容雪梅	3.00	0.02%
合计		11,837.50	93.07%

上述股东近三年股份增减变动情况参见本招股说明书之“第五节发行人基本情况 四、发行人设立以来股权变化 （一）历次股本形成及其变化情况”。

（二）董事、监事、高级管理人员与核心设计人员的其他对外投资情况

除前述持有本公司股份外，许和、匡子、匡炜、匡文持有武汉新月淑女屋工贸有限公司 100%股权。此外，本公司董事、监事、高级管理人员与核心设计人员均不存在其他对本公司有重大影响的对外投资。

三、董事、监事、高级管理人员及核心设计人员薪酬情况

2010 年度公司向董事、监事、高级管理人员及核心设计人员支付的薪酬情况如下表：

姓名	职务	薪酬（万元）
许和	董事长	78.00
匡子	副董事长	78.00
匡炜	董事、总经理	64.00
匡文	董事、副总经理	47.59
王少莹	董事	21.15
乐星	董事	未在本公司领薪
郑建江	独立董事	4.69
陈杰平	独立董事	4.69
覃文平	独立董事	4.69
张慧	监事会主席	12.64
覃培秋	监事	11.12
杨奕	监事	8.57
桑田	董事会秘书、副总经理	20.96
张志军	副总经理	20.37
周岚	财务总监	23.79
刘绚鎏	FairyFair 品牌设计总监	15.84
王艳	自然元素品牌设计总监	16.09
容雪梅	淑女屋床上用品设计副总监	14.01
陈岑	淑女屋女装设计经理	13.75

本公司董事、监事、高级管理人员及核心设计人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领取薪酬。

四、董事、监事、高级管理人员与公司协议和主要承诺情况

（一）协议情况

上述人员除与公司签订的劳动合同和保密协议外，无其他协议。

（二）主要承诺情况

1、关于持股锁定的承诺

承诺内容详见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况 十、发行人股本情况（五）本次发行前公司股东所持股份流通限制和自愿锁定的承诺”。

2、关于避免同业竞争的承诺

发行人控股股东、实际控制人许和、匡子与主要股东匡炜、匡文的承诺的主要内容详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”。

其他董事、监事、高级管理人员承诺的主要内容：本人未直接、间接从事或者为他人从事与股份公司及其下属企业的经营业务相同或相似的经营活动，也未向与股份公司及其下属企业经营业务相同或相似的企业投资。在本人担任股份公司董事/监事/高级管理人员期间亦不会直接、间接从事或者为他人从事与股份公司及其下属企业的经营业务相同或相似的经营活动，也不会向与股份公司及其下属企业经营业务相同或相似的企业投资。

3、关于减少和规范关联交易的承诺

公司董事、监事、高级管理人员承诺的主要内容：本人将尽量避免与股份公司之间产生关联交易事项，对于不可避免发生的关联业务往来或交易，将在平等、自愿的基础上，按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格将按照市场公认的合理价格确定。本人将严格遵守股份公司章程中关于关联交易事项的回避规定，所涉及的关联交易均将按照股份公司关联交易决策程序进行，并将履行合法程序，及时对关联交易事项进行信息披露。本人保证不会利用关联交易转移股份公司利润，不会通过影响股份公司的经营决策来损害股份公司及其他股东的合法权益。

4、关于社保和住房公积金的承诺

发行人控股股东、实际控制人许和、匡子和主要股东匡炜、匡文承诺的主要内容：如因股份公司首次公开发行并上市完成日之前未足额、按时为全体员工缴纳各项社会保险（包括养老保险、工伤保险、失业保险、医疗保险、生育保险）及住房公积金，导致股份公司被相关行政主管部门或司法机关要求补缴相关费用、征收滞纳金或被任何他方索赔的，本人将以现金支付的方式无条件补足股份公司应缴差额并承担股份公司因此受到的全部经济损失。

5、关于武汉新月的承诺

发行人控股股东、实际控制人许和、匡子和主要股东匡炜、匡文承诺的主要内容：将于 2012 年 12 月 31 日之前将其合计持有的武汉新月 100%股权全部转让给股份公司；将与股份公司共同确认具有足够资质的审计机构对武汉新月进行审计，股权转让价格将以武汉新月经审计的净资产为依据确定；全力配合股份公司签署与武汉新月股权转让相关的各项协议，完成武汉新月股权转让涉及的股份公司内部审批程序及相关政府主管部门的审批备案程序；在上述股权转让完成之前，将不利用武汉新月以任何形式开展生产经营活动；不对武汉新月现所拥有的包括但不限于土地使用权在内的资产做任何形式的处置。

五、董事、监事、高级管理人员任职资格

公司董事、监事、高级管理人员符合现行《公司法》和《证券法》及其它有关法律、法规、规范性文件关于担任公司相应职务的任职资格规定，且均未被中国证监会处以证券市场禁入的处罚。

公司独立董事符合中国证监会《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》中的任职要求，董事会秘书符合有关证券交易所上市规则的要求。

上述人员均符合公司章程任职资格的规定，且不存在法律上不适宜担任公司相应职务的情形。

六、董事、监事、高级管理人员报告期内变动情况

（一）董事的任免及其变化

2008 年 1 月至 2008 年 6 月，匡子实业的董事为许和、匡子、匡炜、匡文。

2008 年 6 月，经股份公司创立大会暨第一次股东大会决议通过，选举许和、匡子、匡炜、匡文、郑建江（独立董事）为公司第一届董事会董事，任期自 2008 年 6 月至 2011 年 6 月。

2010 年 8 月，经股份公司 2010 年第三次临时股东大会决议通过，增选王少莹、乐星、陈杰平（独立董事）、覃文平（独立董事）为公司第一届董事会董事，任期自 2010 年 8 月至 2011 年 6 月。

2011 年 6 月，经股份公司 2011 年第二次临时股东大会决议通过，选举许和、

匡子、匡炜、匡文、王少莹、乐星、郑建江（独立董事）、陈杰平（独立董事）、覃文平（独立董事）为股份公司第二届董事会董事，任期从 2011 年 6 月至 2014 年 6 月。

（二）监事的任免及其变化

2008 年 1 月至 2008 年 6 月，匡子实业监事为覃培秋。

2008 年 6 月，经股份公司创立大会暨第一次股东大会及职工代表大会决议通过，选举张慧、杨奕、覃培秋为公司第一届监事会监事，其中张慧为职工代表监事兼监事会主席，任期自 2008 年 6 月至 2011 年 6 月。

2011 年 6 月，经股份公司 2011 年第二次临时股东大会及职工代表大会决议通过，选举张慧、杨奕、覃培秋为公司第二届监事会监事，其中张慧为职工代表监事兼监事会主席，任期自 2011 年 6 月至 2014 年 6 月。

（三）高级管理人员的任免及其变化

2008 年 1 月至 2008 年 6 月，匡子实业的总经理为许和，财务总监为周岚。

2008 年 6 月，经股份公司第一届董事会第一次会议决议通过，聘请匡炜为公司总经理，聘请匡文、桑田、张志军、石静为公司副总经理，周岚为财务总监。从 2008 年 6 月股份公司成立至本招股说明书签署之日，除石静于 2009 年 5 月辞职外，其他公司高级管理人员未发生变化。

2011 年 6 月，经股份公司第二届董事会第一次会议决议通过，聘请匡炜为公司总经理，聘请匡文、桑田、张志军为公司副总经理，桑田为董事会秘书，周岚为财务总监，任期自 2011 年 6 月至 2014 年 6 月。

第九节 公司治理结构

一、发行人公司治理结构的建立健全情况

发行人按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》和《上市公司章程指引》等法律法规和规范性文件的要求，制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《董事会审计委员会工作细则》、《董事会战略委员会工作细则》、《董事会薪酬提名委员会工作细则》、《监事会议事规则》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《关联交易决策制度》、《对外担保决策制度》等相关治理文件，为公司法人治理的规范化运行提供了制度基础。公司建立由股东大会、董事会、监事会、经营管理层组成的法人治理结构，形成了公司权力机构、决策机构、监督机构与经营管理层之间权责分明、各司其职、相互制衡、相互协作的治理机制。自股份公司设立以来，股东大会、董事会、监事会和高级管理人员能够按照法律法规、规范性文件及公司章程的规定，行使职责，履行义务，公司重大生产经营决策、关联交易决策、投资决策和财务决策均按照公司章程规定的程序和规则进行，能够切实保护投资者利益。

二、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的运作及履行职责情况

（一）股东大会

1、股东大会的职权

依照《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》等规定，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）审议批准董事会报告；

- （4）审议批准监事会报告；
- （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）审议批准以下担保事项：①公司及公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产的50%以后提供的任何担保；②公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计总资产的30%以后提供的任何担保；连续12个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的30%的担保；③为资产负债率超过70%的担保对象提供的担保；④单笔担保额超过最近一期经审计净资产10%的担保；⑤对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；

（13）审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产30%的事项；

（14）审议批准变更募集资金用途事项；

（15）审议股权激励计划；

（16）审议法律、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。

2、股东大会运作情况

自股份公司设立以来，公司股东大会规范运作，股东大会的会议通知方式、召开方式、表决方式均符合相关规定，会议记录完整规范，决议内容及决议的签署合法合规、真实有效。股东大会、股东依法履行了《公司法》、《公司章程》等相关规定赋予的权利和义务。截至本招股说明书签署之日，股份公司共召开过十五次股东大会会议。

（二）董事会

公司董事会为常设的经营决策机构，对股东大会负责，在《公司法》、《公司章程》和股东大会赋予的职权范围内行使决策权。公司董事会由九名董事组成，其中独立董事三名。

1、董事会的职权

根据《公司法》、《公司章程》和《董事会议事规则》的规定，公司董事会依法行使下列职权：

- (1) 负责召集股东大会，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发行债券或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；
- (8) 在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；
- (9) 决定公司内部管理机构的设置；
- (10) 聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；
- (11) 制订公司的基本管理制度；
- (12) 制订公司章程的修改方案；
- (13) 管理公司信息披露事项；
- (14) 向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；
- (15) 听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；

（16）法律、行政法规、部门规章或公司章程授予的其他职权。

2、董事会运作情况

自股份公司设立以来，公司董事会规范运作，董事会按照《公司章程》、《董事会议事规则》及相关规定，规范运作，历次董事会会议的通知方式、召开方式、表决方式均符合相关规定，会议记录完整规范，决议内容及决议的签署合法合规、真实有效，董事会、董事依法履行了《公司法》、《公司章程》和《董事会议事规则》等相关规定赋予的权利和义务。截至本招股说明书签署之日，股份公司共召开二十四次董事会会议。

3、董事会专门委员会

公司董事会设立了战略、审计、薪酬提名等专门委员会。专门委员会成员全部由董事组成，其中审计委员会、薪酬提名委员会中独立董事占多数，并担任召集人，审计委员会中一名独立董事是会计专业人士。

（1）战略委员会

战略委员会的主要职责是对公司长期发展战略和重大投资决策进行研究并提出建议。公司战略委员会由许和、陈杰平、乐星组成，其中许和为召集人。

（2）审计委员会

审计委员会的主要职责是：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审查公司的内控制度。公司审计委员会由陈杰平、覃文平、王少莹组成，其中陈杰平为召集人。

（3）薪酬提名委员会

薪酬提名委员会的主要职责是：①研究董事、经理人员的选择标准和程序并提出建议；②广泛搜寻合格的董事和经理人员的人选；③对董事候选人和经理人选进行审查并提出建议；④研究董事与经理人员考核的标准，进行考核并提出建议；⑤研究和审查董事、高级管理人员的薪酬政策与方案。公司提名委员会由陈杰平、郑建江、许和组成，其中陈杰平为召集人。

（三）监事会

1、监事会的职权

依据《公司法》、《公司章程》和《监事会议事规则》等规定，公司监事会行使以下职权：

（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、高级管理人员的职务行为进行监督，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》有关规定而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、监事会运作情况

自股份公司设立以来，公司监事会规范运作，按照《公司章程》、《监事会议事规则》及相关规定，规范运作，历次监事会会议的通知方式、召开方式、表决方式均符合相关规定，会议记录完整规范，决议内容及决议的签署合法合规、真实有效，监事会、监事依法履行了《公司法》、《公司章程》和《监事会议事规则》等相关规定赋予的权利和义务。截至本招股说明书签署之日，公司一共召开十一次监事会。

（四）独立董事

1、独立董事设置情况

公司董事会设有3名独立董事。公司独立董事的任职条件符合《公司法》、《公司章程》及其他规范性文件的要求。

公司独立董事行使以下职权：（1）重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于300万元或高于公司最近经审计净资产值5%的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据；（2）向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；（3）向董事会提议召开临时股东大会；（4）提议召开董事会；（5）独立聘请外部审计机构和咨询机构。独立董事行使上述职权，应当取得全体独立董事的1/2以上同意。

独立董事还应对以下重大事项向董事会或股东大会发表同意、保留意见及其理由、反对意见及其理由和无法发表意见及其理由的独立意见：（1）提名、任免董事；（2）聘任或解聘高级管理人员；（3）公司董事、高级管理人员的薪酬；（4）公司的股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于300万元或高于公司最近经审计净资产值的5%的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款；（5）公司董事会未作出现金利润分配预案；（6）独立董事认为可能损害公司合法利益的事项；（7）《公司章程》规定的其他事项。

2、独立董事发挥作用情况

公司独立董事自聘任以来均能勤勉尽责，独立董事按期出席董事会，会前审阅董事会材料，董事会会议期间认真审议各项议案，对议案中的具体内容提出相应质询，按照本人独立意愿对董事会议案进行表决，对表决结果和会议记录核对后签名。独立董事制度运行至今，对促进公司关联交易决策公平、公正、公允性，保障董事会决策科学性，维护股东权益方面都起到了积极的作用。

（五）董事会秘书

1、董事会秘书设置情况

公司设置董事会秘书1名，董事会秘书的主要职责如下：

（1）负责公司信息披露事务，协调公司信息披露工作，组织制订公司信息披露事务管理制度，督促公司及相关信息披露义务人遵守信息披露相关规定；

（2）负责公司投资者关系管理和股东资料管理工作，协调公司与证券监管机构、股东及实际控制人、保荐人、证券服务机构、媒体等之间的信息沟通；

（3）组织筹备董事会会议和股东大会，参加股东大会、董事会会议、监事会会议及高级管理人员相关会议，负责董事会会议记录工作并签字；

（4）负责公司信息披露的保密工作，在未公开重大信息出现泄露时，及时向交易所报告并公告；

（5）关注媒体报道并主动求证真实情况，督促董事会及时回复相关监管机构或交易所所有问询；

（6）组织董事、监事和高级管理人员进行证券法律法规、上市交易规则及相关规定的培训，协助前述人员了解各自在信息披露中的权利和义务；

（7）督促董事、监事和高级管理人员遵守法律、法规、规章、规范性文件、上市交易规则、交易所其他相关规定及公司章程，切实履行其所作出的承诺；在知悉公司作出或可能作出违反有关规定的决议时，应予以提醒并立即如实地向交易所报告；

（8）《公司法》、《证券法》、中国证监会等要求履行的其他职责。

2、董事会秘书制度运作情况

股份公司设立以来，公司董事会秘书筹备董事会会议和股东大会，确保了公司董事会会议和股东大会依法召开及行使职权，及时向公司股东、董事通报公司的有关信息，建立了与股东的良好关系，为公司治理结构的完善和董事会、股东大会正常行使职权发挥了重要的作用。

三、发行人近三年违法违规情况

公司严格遵守国家法律法规，报告期内不存在重大违法违规行为，也未受到相关部门的重大处罚。

四、发行人近三年资金占用及对外担保情况

公司建立了严格的资金管理制度，不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情形。发行人《公司章程》、《对外担保管理办法》中已明确对外担保的审批权限和审议程序，不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行违规担保的情形。

五、公司内部控制制度情况

（一）管理层对内部控制制度的自我评估意见

公司依据《公司法》、《会计法》等有关法律法规、规章的规定，根据公司自身及所处行业的实际情况，按照建立现代企业制度的要求，从内控环境、会计系统、控制程序等方面建章立制、严格管理，建立起一套完整、严密、合理、有效的内部控制管理制度。公司对内控制度执行情况进行定期或不定期的检查与评价，对于发现的内控制度缺陷和未得到遵循的现象实行逐级负责并报告，各级人员严格执行公司的内控制度，对于未遵守内控制度的情况及发现的问题，分别向上级作出解释并采取相应的措施。

公司管理层对公司的内部控制制度进行了自查和评估后认为：公司已根据实际情况和管理需要，建立健全了完整、合理的内部控制制度，所建立的内部控制制度贯穿于公司经营活动的各层面和各环节并有效实施。公司按照《企业内部控制基本规范》（财会[2008]7号），于截至2011年6月30日止在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

（二）会计师对公司内控制度的评价

会计师在对公司内部控制制度进行审核后出具了天健正信审（2011）专字第020666号《内部控制审计报告》：发行人按照《企业内部控制基本规范》（财会[2008]7号）于截至2011年6月30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

本节所披露或引用的财务会计信息，如未做特别说明，均引自经天健正信会计师事务所审计的财务报告。投资者欲对本公司的财务状况、经营成果和会计政策进行详细的了解，应当认真阅读本招股说明书备查文件“财务报表及审计报告”。

本节如无特别说明，金额单位均为人民币元。

一、财务报表编制的基准及注册会计师意见

（一）财务报表编制基准

本公司自 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）注册会计师的审计意见

天健正信会计师事务所作为公司本次发行的审计机构，对本公司截至 2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日、2011 年 6 月 30 日合并及公司的资产负债表，2008 年度、2009 年度、2010 年度、2011 年 1-6 月合并及公司的利润表、现金流量表和股东权益变动表以及财务报表附注进行了审计，并出具了标准无保留意见的天健正信审（2011）GF 字第第 020162 号《审计报告》。

天健正信会计师事务所认为，深圳市淑女屋时装股份有限公司财务报表已经按照企业会计准则的规定编制，在所有重大方面公允反映了公司 2011 年 6 月 30 日、2010 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日的财务状况以

及 2011 年 1-6 月、2010 年度、2009 年度、2008 年度的经营成果和现金流量。

（三）申报报表与原始报表差异分析

根据天健正信会计师事务所出具的天健正信审（2011）专字第 020667 号《原始合并财务报表与申报合并财务报表差异比较表专项鉴证报告》，公司申报报表和原始报表存在差异，差异的主要原因是会计科目的重分类调整；会计调整分录跨期入账即应于 2008 年调整的事项公司原始报表在 2009 年调整入账，申报报表对此进行了追溯调整。对差异较大的事项说明如下：

1、2008 年度差异

（1）2008 年重分类调整事项，主要包括预收款项与应收账款同时挂账对抵，重分类调整，同时调减预收款项与应收账款 1,090,826.55 元；对销售费用和管理费用明细进行重分类调整，调增管理费用 1,386,748.29 元，调减销售费用 1,386,748.29 元。（2）2008 年对部分子公司存货成本计算差错调整，调减库存商品 7,830,194.35 元，调增营业成本 7,830,194.35 元。该事项公司在 2009 年度已经调整入账。（3）2008 年对资产减值准备、可弥补亏损及内部交易未实现利润等产生的递延所得税资产调整，调增递延所得税资产 7,107,880.47 元，调减本期递延所得税费用 6,934,211.15 元，调增年初未分配利润 173,669.32 元。该事项公司在 2009 年度已经调整入账。（4）2008 年将归属于本期的商场费用、工资、装修费计入当期销售费用，调增销售费用 6,807,536.91 元，相应调减应收账款 2,799,264.21 元，调增应付职工薪酬 2,156,118.10 元，调减存货 1,852,154.60 元。该事项公司在 2009 年度已经调整入账。

2、2009 年度差异

（1）2009 年对销售费用和管理费用的明细重分类调整，调增销售费用 1,190,023.72 元，调减管理费用 1,190,023.72 元。（2）2009 年对部分子公司存货成本计算差错调整，调减库存商品 4,769,498.42 元，调增营业成本 4,769,498.42 元。（3）2009 年对资产减值准备、可弥补亏损及内部交易未实现利润等产生的递延所得税资产调整，调增递延所得税资产 2,787,780.48 元，调减本期递延所得税费用 2,644,661.58 元，调增年初未分配利润 143,118.90 元。（4）2008 年调整销售费用和营业成本的事项公司在 2009 年度入账时调整当期的

销售费用、营业成本，故应调减 2009 年度账面销售费用 6,807,536.91 元，调减 2009 年度账面营业成本 7,830,194.35 元。

3、2011 年上半年差异

2011 年上半年差异由资产负债表日后事项导致。根据武汉市国家税务局于 2011 年 8 月 1 日下发的《税务处理决定书》，发行人子公司武汉新日因将电费增值税用于抵扣进项税额和职工福利费超支等事项，应补缴纳增值税 55,020.43 元（2008 年之前 38,935.91 元、2008 年和 2009 年合计 16,084.52 元）；子公司武汉新日公司成立时取得的财政补贴收入未缴纳企业所得税以及职工福利费超支等事项，应补缴纳企业所得税 870,203.29 元（2008 年之前 646,735.43 元，2008 年和 2009 年合计 223,467.86 元）。申报报表对该事项已经调整，调增当期所得税费用 870,203.29 元，调增管理费用 55,020.43 元，调增应交税费 925,223.72 元。

保荐人认为，发行人子公司武汉新日本期补计相关税款，主要系其在报告期以前及 2008 年、2009 年税收计缴中的疏忽所致；发行人已及时补计并缴纳相应税款。武汉市国家税务局已于 2011 年 8 月 31 日出具证明，证明武汉新日税收计缴经检查后已调整财务处理并交纳相应款项，该局对武汉新日的税务处理决定不属于行政处罚。武汉新日该等税务调整处理行为不属于行政处罚，不会对本次首发构成实质性的障碍。

经核查，发行人律师认为，上述对武汉新日的税务处理行为不属于行政处罚，对发行人本次首发不构成实质性的法律障碍。

二、合并范围及变化情况

报告期内，纳入合并范围的子公司参见下表：

公司名称	注册地	成立日期	注册资本 (万元)	直接 持股比例	实际 投资 (万元)	合并期间
本图投资	深圳	2001-09-05	2,600	100%	2,600	2008.01.01-2011.06.30
武汉新日	武汉	2005-05-30	2,000	100%	2,000	2008.01.01-2011.06.30
自然元素	深圳	2004-04-08	300	70%	210	2008.01.01-2008.12.31
淑女屋服饰	深圳	1995-02-27	269	100%	269	2008.01.01-2010.03.31
重庆本土贸易	重庆	2003-08-05	100	100%	100	2008.01.01-2011.06.30

北京紫蜻蜓	北京	1998-09-14	150	100%	150	2008.01.01-2011.06.30
上海 年年有余	上海	2002-06-04	50	100%	50	2008.01.01-2011.06.30
成都 本土贸易	成都	2003-09-19	50	100%	50	2008.01.01-2011.06.30
广州淑女屋	广州	2008-10-24	100	100%	100	2008.10.24-2011.06.30
青岛淑女屋	青岛	2008-08-08	100	100%	100	2008.08.08-2011.06.30
武汉新辰	武汉	2008-08-19	100	100%	100	2008.08.19-2011.06.30

注：自然元素、淑女屋服饰已注销。

2010 年度的合并报表范围与 2009 年度相比减少了被本公司吸收合并的淑女屋服饰。

2009 年度的合并报表范围与 2008 年度相比减少了当期注销的自然元素。

三、财务报表

(一) 合并报表

1、合并资产负债表

项目	2011 年 6 月 30 日	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	99,067,144.68	121,594,414.00	113,307,175.76	74,232,645.89
应收账款	51,046,386.26	51,229,114.10	58,558,630.06	41,254,638.74
预付款项	50,073,360.00	3,363,563.37	34,693,644.47	8,570,107.62
其他应收款	10,083,015.27	8,666,829.52	6,334,458.93	4,603,560.97
存货	230,382,608.44	272,976,035.21	202,691,844.85	203,735,328.13
流动资产合计	440,652,514.65	457,829,956.20	415,585,754.07	332,396,281.35
非流动资产：				
固定资产	96,616,397.85	98,275,369.76	56,275,419.88	60,485,870.15
在建工程	-	241,051.50	-	-
无形资产	19,888,643.10	20,000,372.39	20,422,384.29	5,080,845.72
递延所得税资产	10,479,812.74	10,176,874.03	12,021,088.24	9,100,947.59
非流动资产合计	126,984,853.69	128,693,667.68	88,718,892.41	74,667,663.46
资产总计	567,637,368.34	586,523,623.88	504,304,646.48	407,063,944.81
负债和股东权益				
流动负债：				
短期借款	110,000,000.00	94,000,000.00	99,000,000.00	59,400,000.00
应付票据	-	-	-	25,000,000.00
应付账款	39,633,899.24	80,304,779.09	75,366,550.62	41,013,847.31

预收款项	7,146,818.34	8,191,687.13	4,466,290.44	4,554,217.44
应付职工薪酬	3,701,003.87	9,409,324.90	4,009,934.10	6,347,257.34
应交税费	11,330,339.61	14,701,847.33	16,861,507.70	12,373,420.98
其他应付款	9,383,015.66	11,570,726.47	11,749,265.02	36,028,654.12
一年内到期的非流动负债	568,915.96	549,630.08	-	-
流动负债合计	181,763,992.68	218,727,995.00	211,453,547.88	184,717,397.19
非流动负债:				
长期借款	2,201,770.10	2,491,184.11	-	-
非流动负债合计	2,201,770.10	2,491,184.11	-	-
负债合计	183,965,762.78	221,219,179.11	211,453,547.88	184,717,397.19
股东权益:				
股本	127,195,000.00	127,195,000.00	123,195,000.00	112,800,000.00
资本公积	109,902,241.53	109,902,241.53	89,902,241.53	71,191,241.53
盈余公积	14,351,214.71	14,351,214.71	9,092,255.40	5,710,250.40
未分配利润	132,223,149.32	113,855,988.53	70,661,601.67	32,212,174.81
归属于母公司所有者权益合计	383,671,605.56	365,304,444.77	292,851,098.60	221,913,666.74
少数股东权益	-	-	-	432,880.88
股东权益合计	383,671,605.56	365,304,444.77	292,851,098.60	222,346,547.62
负债和股东权益总计	567,637,368.34	586,523,623.88	504,304,646.48	407,063,944.81

2、合并利润表

项目	2011年1-6月	2010年度	2009年度	2008年度
一、营业收入	343,426,204.39	586,760,279.70	475,527,687.83	446,416,234.99
减：营业成本	134,033,709.37	238,851,120.38	219,669,687.15	200,947,188.72
营业税金及附加	4,919,325.40	4,360,971.28	3,771,156.50	2,653,636.44
销售费用	102,960,764.60	178,657,269.37	139,026,621.07	125,571,850.31
管理费用	51,073,249.53	81,971,282.39	58,414,502.82	46,974,963.64
财务费用	2,387,658.66	4,681,796.97	3,063,624.32	4,163,480.75
资产减值损失	1,158,818.70	212,532.42	2,816,929.96	1,472,615.89
加：公允价值变动收益				
投资收益（损失以“-”填列）	-	-	-8,959.75	-3,889.76
其中：对联营企业和合营企业的投资收益				
二、营业利润（损失以“-”号填列）	46,892,678.13	78,025,306.89	48,756,206.26	64,628,609.48
加：营业外收入	524,026.25	639,252.46	2,821,846.29	2,670,172.41

减：营业外支出	98,159.79	407,890.70	134,988.18	1,590,733.27
其中：非流动资产处置损失	10,914.05	46,469.13	23,226.11	38,981.00
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	47,318,544.59	78,256,668.65	51,443,064.37	65,708,048.62
减：所得税费用	13,052,008.80	17,483,822.48	9,611,632.51	7,543,746.25
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	34,266,535.79	60,772,846.17	41,831,431.86	58,164,302.37
其中：被合并方在合并前实现利润				
归属于母公司所有者的净利润	34,266,535.79	60,772,846.17	41,831,431.86	58,167,215.24
少数股东损益	-	-	-	-2,912.87
五、每股收益：				
（一）基本每股收益	0.27	0.49	0.37	0.58
（二）稀释每股收益	0.27	0.49	0.37	0.58
六、其他综合收益	-	-	-	-594,986.96
七、综合收益总额	34,266,535.79	60,772,846.17	41,831,431.86	57,569,315.41
归属于母公司所有者的综合收益总额	34,266,535.79	60,772,846.17	41,831,431.86	57,572,228.28
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-	-2,912.87

3、合并现金流量表

项目	2011年1-6月	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	378,627,292.43	664,203,678.11	546,517,534.99	493,889,218.55
收到的税费返还				
收到的其他与经营活动有关的现金	4,837,906.34	9,510,289.37	19,321,252.87	6,567,442.79
经营活动现金流入小计	383,465,198.77	673,713,967.48	565,838,787.86	500,456,661.34
购买商品、接受劳务支付的现金	135,817,397.38	304,600,216.59	200,828,908.29	204,031,815.37
支付给职工以及为职工支付的现金	101,336,993.58	170,019,990.66	142,148,786.09	122,576,290.56
支付的各项税费	68,588,477.71	80,289,657.52	71,144,322.45	68,933,929.82
支付其他与经营活动有关的现金	58,911,635.90	98,441,743.00	115,100,751.16	88,516,149.05
经营活动现金流出小计	364,654,504.57	653,351,607.77	529,222,767.99	484,058,184.80
经营活动产生的现金流量净额	18,810,694.20	20,362,359.71	36,616,019.87	16,398,476.54
二、投资活动产生的现金流量：				

处置固定资产、无形资产和其他长期资产而收回的现金净额	139,150.00	265,010.00	25,100.00	71,000.00
投资活动现金流入小计	139,150.00	265,010.00	25,100.00	71,000.00
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	36,154,576.58	13,952,155.84	48,727,864.44	3,629,577.24
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	5,000,000.00	13,290,000.00
支付的其他与投资活动有关的现金	-	-	208,904.39	653,933.88
投资活动现金流出小计	36,154,576.58	13,952,155.84	53,936,768.83	17,573,511.12
投资活动产生的现金流量净额	-36,015,426.58	-13,687,145.84	-53,911,668.83	-17,502,511.12
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金		24,000,000.00	29,106,000.00	35,840,000.00
取得借款收到的现金	90,000,000.00	195,000,000.00	165,000,000.00	108,000,000.00
收到的其他与筹资活动有关的现金				
筹资活动现金流入小计	90,000,000.00	219,000,000.00	194,106,000.00	143,840,000.00
偿还债务支付的现金	74,270,128.13	200,089,185.81	125,400,000.00	85,800,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	18,452,408.81	17,298,789.82	4,835,821.17	4,224,873.82
支付与其他筹资活动有关的现金	2,600,000.00	-	-	-
筹资活动现金流出小计	95,322,536.94	217,387,975.63	130,235,821.17	90,024,873.82
筹资活动产生的现金流量净额	-5,322,536.94	1,612,024.37	63,870,178.83	53,815,126.18
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-156.03
五、现金及现金等价物净增加额	-22,527,269.32	8,287,238.24	46,574,529.87	52,710,935.57
加：期初现金及现金等价物余额	121,594,414.00	113,307,175.76	66,732,645.89	14,021,710.32
六、期末现金及现金等价物余额	99,067,144.68	121,594,414.00	113,307,175.76	66,732,645.89

(二) 母公司报表

1、母公司资产负债表

项目	2011年 6月30日	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	81,650,096.70	96,065,243.89	83,544,321.65	29,748,607.34
应收账款	108,989,971.26	119,432,361.24	81,712,382.16	51,320,051.47

预付款项	57,343,210.10	11,365,691.09	44,197,755.05	13,242,482.51
其他应收款	25,067,027.18	26,525,675.14	27,936,955.76	12,801,879.49
存货	222,943,005.94	265,306,482.52	188,011,586.17	181,141,381.20
流动资产合计	495,993,311.18	518,695,453.88	425,403,000.79	288,254,402.01
非流动资产:				
长期股权投资	33,579,476.58	33,579,476.58	74,493,608.77	74,493,608.77
固定资产	51,411,016.81	52,084,627.24	6,040,442.27	6,537,251.12
无形资产	15,080,961.13	15,138,057.67	15,450,804.07	-
递延所得税资产	1,237,424.12	998,511.59	579,353.24	382,166.56
非流动资产合计	101,308,878.64	101,800,673.08	96,564,208.35	81,413,026.45
资产总计	597,302,189.82	620,496,126.96	521,967,209.14	369,667,428.46
负债和股东权益				
流动负债:				
短期借款	110,000,000.00	94,000,000.00	99,000,000.00	50,000,000.00
应付账款	39,608,943.45	80,260,342.53	75,195,414.50	39,542,394.90
预收款项	7,145,155.14	8,186,647.13	6,020,420.40	1,766,366.75
应付职工薪酬	2,882,985.98	8,134,693.47	3,287,829.21	2,851,108.13
应交税费	8,181,753.32	11,530,349.66	10,557,540.07	6,637,886.23
其他应付款	11,481,564.39	19,253,232.66	13,769,961.74	17,659,679.24
一年内到期的非流动负债	568,915.96	549,630.08	-	-
流动负债合计	179,869,318.24	221,914,895.53	207,831,165.92	118,457,435.25
非流动负债:				
长期借款	2,201,770.10	2,491,184.11	-	-
非流动负债合计	2,201,770.10	2,491,184.11	-	-
负债合计	182,071,088.34	224,406,079.64	207,831,165.92	118,457,435.25
股东权益:				
股本	127,195,000.00	127,195,000.00	123,195,000.00	112,800,000.00
资本公积	80,356,084.80	80,356,084.80	100,018,489.19	81,307,489.19
盈余公积	14,351,214.71	14,351,214.71	9,092,255.40	5,710,250.40
未分配利润	193,328,801.97	174,187,747.81	81,830,298.63	51,392,253.62
股东权益合计	415,231,101.48	396,090,047.32	314,136,043.22	251,209,993.21
负债和股东权益总计	597,302,189.82	620,496,126.96	521,967,209.14	369,667,428.46

2、母公司利润表

项目	2011年1-6月	2010年度	2009年度	2008年度
一、营业收入	259,462,484.22	447,078,733.43	331,595,942.30	294,233,670.04

减：营业成本	133,933,812.96	242,551,016.16	228,740,868.12	198,819,036.22
营业税金及附加	2,843,789.10	1,325,602.75	1,101,725.31	427,008.92
销售费用	41,232,589.39	82,267,001.86	30,297,111.48	5,659,797.00
管理费用	32,645,796.21	48,671,841.39	27,465,864.05	15,106,557.32
财务费用	2,168,498.68	4,391,384.31	3,399,683.89	2,478,417.66
资产减值损失	789,231.53	151,271.24	735,893.38	862,942.20
二、营业利润（损失以“－”号填列）	45,848,766.35	67,720,615.72	39,854,796.07	70,879,910.72
加：营业外收入	353,030.63	174,512.31	2,424,902.74	35,213.51
减：营业外支出	7,408.68	49,461.59	19,517.75	39,802.02
其中：非流动资产处置损失	—	6,748.80	9,126.30	38,981.00
三、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	46,194,388.30	67,845,666.44	42,260,181.06	70,875,322.21
减：所得税费用	11,153,959.14	15,256,073.39	8,440,131.05	13,772,818.19
四、净利润（净亏损以“－”号填列）	35,040,429.16	52,589,593.05	33,820,050.01	57,102,504.02

3、母公司现金流量表

项目	2011年1-6月	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	298,892,252.29	549,711,202.61	415,383,390.89	337,604,224.29
收到的税费返还				
收到的其他与经营活动有关的现金	3,041,058.69	8,739,107.39	16,145,857.38	1,997,299.69
经营活动现金流入小计	301,933,310.98	558,450,310.00	431,529,248.27	339,601,523.98
购买商品、接受劳务支付的现金	167,541,526.70	369,892,451.74	217,680,810.41	268,156,324.52
支付给职工以及为职工支付的现金	50,220,784.24	78,994,370.50	49,529,638.09	23,801,916.22
支付的各项税费	47,744,578.89	45,906,209.53	34,418,225.06	28,573,105.46
支付其他与经营活动有关的现金	10,151,448.60	62,745,543.03	102,229,627.40	27,538,420.61
经营活动现金流出小计	275,658,338.43	557,538,574.80	403,858,300.96	348,069,766.81
经营活动产生的现金流量净额	26,274,972.55	911,735.20	27,670,947.31	-8,468,242.83
二、投资活动产生的现金流量：				
处置固定资产、无形资产和其他长期资产而收回的现金净额	55,000.00	186,414.95	—	71,000.00

处置子公司及其他联营单位收到的现金净额		20,133,195.02		
投资活动现金流入小计	55,000.00	20,319,609.97	-	71,000.00
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	35,422,582.80	10,322,447.30	47,914,320.16	1,549,768.14
投资所支付的现金	-	-	-	16,290,000.00
投资活动现金流出小计	35,422,582.80	10,322,447.30	47,914,320.16	17,839,768.14
投资活动产生的现金流量净额	-35,367,582.80	9,997,162.67	-47,914,320.16	-17,768,768.14
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	24,000,000.00	29,106,000.00	35,840,000.00
取得借款收到的现金	90,000,000.00	195,000,000.00	165,000,000.00	70,000,000.00
筹资活动现金流入小计	90,000,000.00	219,000,000.00	194,106,000.00	105,840,000.00
偿还债务支付的现金	74,270,128.13	200,089,185.81	116,000,000.00	50,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	18,452,408.81	17,298,789.82	4,066,912.84	2,522,085.00
支付的与其他筹资活动有关的现金	2,600,000.00	-	-	-
筹资活动现金流出小计	95,322,536.94	217,387,975.63	120,066,912.84	52,522,085.00
筹资活动产生的现金流量净额	-5,322,536.94	1,612,024.37	74,039,087.16	53,317,915.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响				
五、现金及现金等价物净增加额	-14,415,147.19	12,520,922.24	53,795,714.31	27,080,904.03
加：期初现金及现金等价物余额	96,065,243.89	83,544,321.65	29,748,607.34	2,667,703.31
六、期末现金及现金等价物余额	81,650,096.70	96,065,243.89	83,544,321.65	29,748,607.34

四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）收入确认和计量的具体方法

1、销售商品

本公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；本公司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；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

公司具体的销售商品收入确认原则如下：

（1）直营店（商场专柜）

通过直营店（商场专柜）的销售：公司每月收到商场的销售结算单，经核对一致后确认销售收入。

公司与商场签订《联销合同》，在商场开设专柜销售本公司产品，商场负责统一收银并开具发票。公司根据合同约定的结算期与商场对账结算，依据核对一致的结算单金额确认销售收入并向商场开具增值税发票。确认的销售收入=商场专柜零售额-商场提成-增值税销项税。

公司根据商品计划下达发货指令，ERP 系统自动生成出库单，物流中心将库存商品配送至商场专柜，作为商场专柜的备货。顾客在商场专柜挑选公司产品，达成购买意向后通过商场收银台向商场支付购买货品对应的货款。商场每月根据公司商场专柜的销售记录，向公司提供结算清单，结算清单包含商场零售额、商场提成金额、增值税额以及应付公司金额，公司通过 ERP 销售明细核对商场零售额，并结合联销合同约定的提成比例核对商场提成金额，双方核对一致后，公司依据扣除商场提成和增值税销项税后的金额确认收入，并向商场开具增值税发票。

（2）直营店（专卖店）

通过直营店（专卖店）的销售：于商品交付给消费者并收取价款时，确认销售收入。

（3）对加盟商的销售

在每月末根据给加盟商的发货净额确认当月销售收入。

公司在每月末根据当月对每个加盟商的发货额扣减该加盟商当月退货额后的净额来确认对该加盟商的当月销货收入，并向该加盟商开具当月销货发票。月末汇总所有加盟商的销售收入为公司加盟模式的当月总销售收入。对于新加盟商首次开店的首批配货，由于加盟商 30 天内可以退换，因此公司于配货 30 天后的月末依据首批配货额扣减对应的退货额确认销售收入。

2、提供劳务

以劳务总收入和总成本能够可靠地计量，与交易相关的经济利益能够流入本公司，劳务的完成程度能够可靠地确定时，确认劳务收入的实现。

在同一年度内开始并完成的劳务，在完成劳务时确认收入；劳务的开始和完成分属不同的会计年度，在提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下，于资产负债表日按完工百分比法确认相关的劳务收入，完工百分比按已完成工作的测量（或已经提供的劳务占应提供劳务总量的比例或已经发生的成本占估计总成本的比例）确认。

3、让渡资产使用权

以与交易相关的经济利益能够流入本公司，收入的金额能够可靠地计量时，确认让渡资产使用权收入的实现。

（二）应收款项

本公司应收款项（包括应收账款和其他应收款），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、单项金额重大的应收款项坏账准备的确认标准和计提方法

本公司将账面余额大于等于 100 万元的应收款项确认为单项金额重大的应收款项。

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，按账龄分析法计提坏账准备。

本公司本期无单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项。

2、按组合计提坏账准备的应收款项

(1) 确定组合的依据及坏账准备的计提方法

确定组合的依据	
账龄分析法组合	相同账龄的应收款项具有类似信用风险特征
按组合计提坏账准备的计提方法	
账龄分析法组合	账龄分析法

(2) 本公司将应收款项采用账龄分析法计提坏账准备, 确定计提比例如下:

类别	账龄			
	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
合并范围内的应收款项	0	0	0	0
其他	5%	10%	30%	100%

注: 合并报表范围单位销售及往来款发生坏账的可能性很小, 计提比例均为零。

3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	应收款项的未来现金流量现值与以账龄为信用风险特征的应收款项组合的未来现金流量现值存在显著差异。
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试, 根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

(三) 存货的确认和计量

1、存货的分类

存货是指本公司在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。主要包括原材料、委托加工材料、包装物、低值易耗品、在产品、产成品(库存商品)、发出商品等。

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。期末, 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（或类别）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、商品和用于出售的材料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；对于需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；对于资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值。

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。

（四）长期股权投资

本公司的长期股权投资包括对子公司的投资。

1、投资成本的确定

本公司对子公司的投资按照投资成本计价，控股合并形成的长期股权投资的初始计量参见本招股说明书本节“四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计（十二）企业合并”。追加或收回投资调整长期股权投资的成本。

2、后续计量及损益确认方法

本公司对子公司的投资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）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：

资产类别	预计使用寿命（年）	预计净残值率	年折旧率
房屋建筑物	20	5~10%	4.50%~4.75%
机器设备	5~10	5~10%	9%~19%
运输工具	5~10	5~10%	9%~19%
电子设备	5~10	5~10%	9%~19%
办公设备	5~10	5~10%	9%~19%

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。

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。

（六）在建工程的确认和计量

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。

（七）借款费用

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。

（八）无形资产的确认和计量

无形资产是指本公司拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产。

无形资产按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。

本公司无形资产均为使用寿命有限的土地使用权，采用直线法摊销，使用年

限如下：

地块类别	使用期间	备注
工业用地	50 年	—
软件	5 年	—

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。

（九）外币交易

本公司对发生的外币业务，采用业务发生日中国人民银行授权中国外汇交易中心公布的中间价折合为人民币记账。资产负债表日，外币货币性项目按中国人民银行授权中国外汇交易中心公布的中间价折算，由此产生的汇兑损益，除可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，应当予以资本化计入相关资产成本外，其余计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日中国人民银行授权中国外汇交易中心公布的中间价折算，不改变其记账本位币金额。

（十）政府补助

政府补助，是指本公司从政府无偿取得货币性资产或非货币性资产，但不包括政府作为企业所有者投入的资本。

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量；政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额（人民币 1 元）计量。

与资产相关的政府补助，本公司确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。但是，按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

与收益相关的政府补助，用于补偿本公司以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿本公司已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

（十一）递延所得税资产和递延所得税负债

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。

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。

（十二）企业合并

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非同一控制下企业合并，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

（1）在个别财务报表中，以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本；购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，在处置该项投资时将与其相关的其他综合收益（例如，可供出售金融资产公允价值变动计入资本公积的部分，下同）转入当期投资收益。

（2）在合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，与其相关的其他综合收益转为购买日所属当期投资收益。

购买方为进行企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益；购买方作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

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。

（十三）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。

五、适用税率及享受的主要财政税收优惠政策

（一）所得税

公司名称	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
本公司	24%	22%	20%	18%
深圳市淑女屋服饰有限公司	-	22%	20%	18%
深圳市本图投资发展有限公司	24%	22%	20%	18%
深圳市自然元素实业有限公司	-	-	-	18%
武汉新日淑女屋服饰有限公司	25%	25%	25%	25%
成都本土贸易有限公司	25%	25%	25%	25%
重庆本土贸易有限公司	25%	25%	25%	25%
北京紫蜻蜓服饰有限公司	25%	25%	25%	25%
上海年年有余服饰有限公司	25%	25%	25%	25%
广州市淑女屋服饰有限公司	25%	25%	25%	25%
青岛市淑女屋服饰有限公司	25%	25%	25%	25%
武汉市新辰淑女屋服饰有限公司	25%	25%	25%	25%

根据《中华人民共和国企业所得税法》（下称《企业所得税法》）的规定，自 2008 年 1 月 1 日起企业所得税税率统一为 25%。2007 年 12 月 26 日，国务院下发国发[2007]39 号《关于实施企业所得税过渡优惠政策的通知》（下称“国发[2007]39 号文”）规定，深圳市经济特区内属于《企业所得税法》实施前根据法律和行政法规享受企业所得税低税率优惠政策的企业，自 2008 年起执行如下企业所得税过渡优惠政策：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。

据此，本公司及其他注册地位于深圳地区的子公司 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，其他注册地位于深圳以外地区的子公司适用的企业所得税率自 2008 年 1 月 1 日从 33%调整为 25%。

（二）流转税及附加税费

税目	纳税（费）基础	税（费）率

增值税	提供加工劳务	17%
	销售服装等商品	17%、4%、3%
营业税	提供应税劳务	5%
城市维护建设税	应交流转税额	1%、7%
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：截至报告期期末，淑女屋时装中心城床品店、京基百纳自然元素分店、龙岗紫薇分店、喜荟城分店、沈阳分公司、沈阳中街恒隆店、沈阳中街恒隆自然元素店、青岛淑女屋万达店、成都本土贸易建设路分店等属小规模纳税人，按照销售额的 3% 缴纳增值税。（2009 年 1 月 1 日起，小规模纳税人的增值税征收率由 4% 调整至 3%）

六、最近一年收购兼并情况

公司最近一年无收购兼并其他企业资产（或股权），且被收购企业资产总额或营业收入或净利润超过收购前发行人相应项目 20%（含）的情况。

七、非经常性损益

（一）非经常性损益的具体内容

经天健正信会计师事务所有限公司出具的天健正信审（2011）专字第 020669 号《非经常性损益专项鉴证报告》核验的公司 2008 年度、2009 年度、2010 年度、2011 年 1-6 月非经常性损益明细表情况如下：

项目	2011 年 1-6 月	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	26,175.19	-20,344.79	-23,226.11	-8,731.00
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）	306,000.00	324,960.00	2,520,000.00	79,300.00
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	93,691.27	-73,253.45	190,084.22	1,008,870.14
非经常性损益合计	425,866.46	231,361.76	2,686,858.11	1,079,439.14
减：所得税影响额	105,348.25	54,872.46	552,642.79	307,619.69
非经常性损益净额	320,518.21	176,489.30	2,134,215.32	771,819.45
减：少数股东权益影响额				
归属于母公司普通股股东净利润的非经常性损益	320,518.21	176,489.30	2,134,215.32	771,819.45
扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东净	33,946,017.58	60,596,356.87	39,697,216.54	57,395,395.79

利润				

本公司报告期内各年度的非经常性损益较小，主要是计入当期损益的政府补助。2008 年度、2009 年度、2010 年度和 2011 年 1-6 月发生的非经常性损益占归属于母公司普通股股东净利润的比重分别为 1.33%、5.10%、0.29%和 0.94%。报告期内，公司非经常性损益对公司经营成果影响很小，对公司盈利能力不构成重大影响。

（二）政府补助情况

报告期内，发行人接受的财政补贴及税收返还收入主要包括：

年份	公司名称	补贴项目	补贴金额（万元）
2008 年	上海年年有余	扶持资金收入	7.93
2009 年	发行人	“毛衫节”市场策划及推广	80.00
2009 年	发行人	改制上市补贴	30.00
2009 年	发行人	“毛衫节”市场策划及推广	120.00
2009 年	上海年年有余	扶持资金收入	22.00
2010 年	上海年年有余	扶持资金收入	27.00
2010 年	本图投资	经济发展基金	5.00
2010 年	武汉新日	全民创业补贴	0.496
2011 年 1-6 月	发行人	残疾人劳动服务就业中心奖励	0.60
2011 年 1-6 月	发行人	改制上市补助	30.00

1、2009 年 5 月 22 日，深圳市南山区人民政府文化产业发展办公室与淑女屋时装签订《深圳市南山区文化产业发展专项资金资助项目合同书》，同意对淑女屋时装 2009 年度“毛衫节”市场推广项目给予南山区文化产业发展专项资金资助 80 万元。

2、2009 年 8 月 5 日，深圳市贸易工业局、深圳市财政局颁发《关于下达 2009 年深圳市民营及中小企业发展专项资金企业改制上市项目第一批资助计划的通知》，公司收到政府资助资金 30 万元。

3、2009 年 10 月 19 日，深圳市文体旅游局与淑女屋时装签订《深圳市文化产业发展专项资金项目补贴资金使用合同》，同意对淑女屋时装“09 年度毛衫节市场策划及推广”项目提供 120 万元补贴资金。

4、2005 年 11 月 22 日，上海市徐汇区招商中心漕河泾分中心与上海年年有余服饰有限公司签订了《引进企业奖励协议书》，约定将公司缴纳的由徐汇区财

政局返回给漕河泾街道办事处部分税收（需达到 1 万元）的 40%奖励给公司。公司据此于 2008 年收到 7.93 万元、2009 年收到 22 万元。

5、2010 年 7 月 6 日，上海徐汇区漕河泾企业服务中心与上海年年有余服饰有限公司签订了《企业（产业、购房、租金、培训、贴息等）扶持协议》，约定将公司缴纳的税收，由漕河泾街道办事处实得部分（需达到 1 万元）按 50%比例予以扶持公司，公司据此收到 27 万元。

6、根据深圳市南山区《南山区经济发展专项资金（企业成长壮大扶持分项资金）申请说明（试行）》，公司“淑女屋”商标被认定为广东省著名商标，2010 年 1 月 14 日获得深圳市南山区财政局拨付的经济发展基金共计 5 万元。

7、2010 年 6 月，武汉新日淑女屋服饰有限公司收到武汉经济技术开发区财政局全民创业补贴共计 0.496 万元。

8、根据深圳市残疾人联合会下发的《深圳市奖励用人单位超比例安排残疾人就业暂行办法》，公司于 2011 年 4 月收到残疾人劳动服务就业中心奖励资金 0.60 万元。

9、根据深圳市南山区《南山区促进企业改制上市若干措施》，公司于 2011 年 3 月收到深圳市南山区财政局拨付的改制上市补助资金 30 万元。

八、固定资产

本公司固定资产包括房屋及建筑物、机器设备、运输工具、电子设备及办公设备，固定资产按取得时的成本入账，固定资产折旧采用年限平均法。截至 2011 年 6 月 30 日，公司固定资产具体情况如下：

类别	原值	累计折旧	净值	成新率
房屋建筑物	110,528,330.32	25,693,094.77	84,835,235.55	76.75%
机器设备	8,200,534.98	5,910,478.74	2,290,056.24	27.93%
运输工具	9,039,004.75	4,334,087.79	4,704,916.96	52.05%
电子设备	6,414,355.03	5,242,240.55	1,172,114.48	18.27%
办公设备	7,423,678.45	3,809,603.83	3,614,074.62	48.68%
合计	141,605,903.53	44,989,505.68	96,616,397.85	68.23%

注：①报告期末，公司短期借款中的房屋建筑物抵押情况见本招股说明书本节之“十、负债情况（一）短期借款”。

②报告期末，公司以固定资产中房屋建筑物“广州天河区黄埔大道西76号1310-1311房”作为抵押物向上海浦东发展银行股份有限公司广州分行进行长期借款，期限自2010年10月至

2015年10月。

九、无形资产

截至 2011 年 6 月 30 日，本公司无形资产原值 21,203,296.42 元，累计摊销 1,314,653.32 元，无形资产净值 19,888,643.10 元，具体情况如下：

权利人	名称	取得方式	原始金额	摊销年限	摊余价值	剩余摊销年限
发行人	深房地字第 5000384735 号土地使用权	出让	9,043,255.00	50 年	8,651,380.66	47 年 10 个月
发行人	深房地字第 5000405378 号土地使用权	出让	6,594,066.45	50 年	6,330,303.81	48 年
武汉新日	武开国用（2005）第 35 号土地使用权	出让	5,463,274.97	50 年	4,807,681.97	44 年
发行人	软件	购买	102,700.00	5 年	99,276.66	4 年 10 个月
合计					19,888,643.10	

公司土地使用权的摊销年限确定依据为取得土地使用权时剩余的土地使用权年限。

十、负债情况

截至 2011 年 6 月 30 日，公司负债合计为 183,965,762.78 元，主要包括短期借款、应付账款、其他应付款。

（一）短期借款

截至 2011 年 6 月 30 日，公司短期借款余额为 110,000,000.00 元。具体明细如下：

贷款单位	借款起始日	借款终止日	借款金额	担保情况
深圳发展银行深圳华侨城行	2011-03-10	2011-09-10	20,000,000.00	注 1
	2011-06-30	2011-12-30	10,000,000.00	
招商银行深圳华侨城支行	2010-11-09	2011-11-09	20,000,000.00	注 2
	2011-06-27	2011-12-27	10,000,000.00	
广东发展银行深圳分行	2011-06-27	2012-06-27	50,000,000.00	注 3
合计	-	-	110,000,000.00	-

注 1：该借款为保证借款，由深圳市本图投资发展有限公司、武汉新日淑女屋服饰有限公司和本公司股东许和、匡子、匡炜、匡文提供保证担保。

注 2：本公司抵押借款 3,000 万元以位于深圳“高发东方科技园 2#厂房（华展大厦）4-1，5-1，6-1”房屋建筑物作为抵押物，同时，由深圳市本图投资发展有限公司和本公司股东许和、匡子、匡炜、匡文提供保证担保。

注 3：2010 年末本公司抵押借款 5,000 万元以位于深圳“高发东方科技园 2#厂房（华展大厦）1-1，2-1，3-1”和“高发东方科技园 6#公寓”房屋建筑物作为抵押物，由深圳市本图投资发展有限公司和本公司股东许和、匡子、匡炜、匡文提供保证担保。

截至 2011 年 6 月 30 日，本公司无到期未偿还的短期借款。

（二）应付账款和预收款项

截至 2011 年 6 月 30 日，公司应付账款余额为 39,633,899.24 元，期末应付账款余额中无应付持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位及其他关联方款项；公司预收款项余额为 7,146,818.34 元，主要为加盟商的预付款，期末预收款项余额中无欠持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位及其他关联方款项。具体的账龄情况如下：

账龄	应付账款		预收款项	
	金额	比例	金额	比例
1 年以内	39,383,860.95	99.37%	7,083,383.93	99.11%
1—2 年（含）	42,343.96	0.11%	63,434.41	0.89%
2—3 年（含）	164,913.68	0.42%	—	—
3 年以上	42,780.65	0.11%	—	—
合计	39,633,899.24	100.00%	7,146,818.34	100.00%

（三）应交税费

截至 2011 年 6 月 30 日，公司应交税费余额 11,330,339.61 元，具体明细如下：

税种	金额
增值税	4,160,342.27
企业所得税	6,190,542.27
营业税	14,145.00
城市建设维护税	293,389.21
房产税	78,323.43
个人所得税	299,928.71
教育费附加	129,807.65
地方教育费附加	30,273.52
其他税种	133,587.55
合计	11,330,339.61

截至 2011 年 6 月 30 日，公司不存在拖欠税款的情形。

（四）其他应付款

截至 2011 年 6 月 30 日，公司其他应付款余额 9,383,015.66 元，主要系加盟商保证金。具体的账龄情况如下：

账龄	金额	比例
1 年以内	4,247,693.89	45.27%
1—2 年（含）	2,008,231.53	21.40%
2—3 年（含）	1,632,119.44	17.39%
3 年以上	1,494,970.80	15.93%
合计	9,383,015.66	100.00%

（五）对内部人员和关联人债务情况

截至 2011 年 6 月 30 日，本公司对内部人员的负债为 3,701,003.87 元，全部为应付职工薪酬。公司不存在拖欠职工工资情况。具体明细如下：

项目	金额
工资、奖金、津贴和补贴	3,568,332.23
社会保险费	94,693.96
住房公积金	-13,039.00
工会经费和职工教育经费	51,016.68
合计	3,701,003.87

截至 2011 年 6 月 30 日，本公司无对关联人债务。

（六）逾期未偿还债项

截至 2011 年 6 月 30 日，公司无逾期未偿还债项。

十一、所有者权益情况

截至 2011 年 6 月 30 日，公司股东权益合计为 383,671,605.56 元，具体情况如下：

项目	2011 年 6 月 30 日	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
股本	127,195,000.00	127,195,000.00	123,195,000.00	112,800,000.00
资本公积	109,902,241.53	109,902,241.53	89,902,241.53	71,191,241.53
盈余公积	14,351,214.71	14,351,214.71	9,092,255.40	5,710,250.40
未分配利润	132,223,149.32	113,855,988.53	70,661,601.67	32,212,174.81
归属于母公司所有者权益合计	383,671,605.56	365,304,444.77	292,851,098.60	221,913,666.74

少数股东权益	-	-	-	432,880.88
所有者权益合计	383,671,605.56	365,304,444.77	292,851,098.60	222,346,547.62

（一）股本

报告期内股本的增减变动情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况四、发行人设立以来股权变化”。

（二）资本公积

项目	2011年6月30日	2010年12月31日	2009年12月31日	2008年12月31日
股本溢价	77,214,880.42	77,214,880.42	57,214,880.42	38,503,880.42
其他资本公积	32,687,361.11	32,687,361.11	32,687,361.11	32,687,361.11
合计	109,902,241.53	109,902,241.53	89,902,241.53	71,191,241.53

公司资本公积主要由股本溢价和其他资本公积构成。

2009年末资本公积较2008年增加1,871.10万元，全部为股本溢价，2009年12月，本公司申请新增注册资本人民币1,039.50万元，由新股东周岚、覃培秋、桑田、张志军等60位自然人以每股2.80元的价格认购，超过股本的溢价部分1,871.10万元计入资本公积。

2010年末资本公积较2009年增加2,000.00万元，全部为股本溢价，2010年7月，本公司申请新增注册资本人民币400万元，由新股东上海天祥商务咨询有限公司以货币资金出资，以每股6.00元的价格认购，超过股本的溢价部分2,000.00万元计入资本公积。

公司其他资本公积系由2007年公司收购受同一实际控制人控制的本图投资和淑女屋服饰形成的。

（三）盈余公积

项目	2011年6月30日	2010年12月31日	2009年12月31日	2008年12月31日
法定盈余公积金	14,351,214.71	14,351,214.71	9,092,255.40	5,710,250.40
合计	14,351,214.71	14,351,214.71	9,092,255.40	5,710,250.40

公司盈余公积金全部系法定盈余公积，根据《公司法》和《公司章程》的相关规定，按照净利润的10%计提。

公司盈余公积2009年末、2010年末较上年增加，均系按母公司当年净利润的10%计提法定盈余公积。

(四) 未分配利润

项目	2011年6月30日	2010年12月31日	2009年12月31日	2008年12月31日
本年年初余额	113,855,988.53	70,661,601.67	32,212,174.81	65,258,702.35
加:净利润	34,266,535.79	60,772,846.17	41,831,431.86	58,164,302.37
减: 少数股东损益	-	-	-	-2,912.87
可供分配利润	148,122,524.32	131,434,447.84	74,043,606.67	123,425,917.59
减: 提取法定盈余公积	-	5,258,959.31	3,382,005.00	5,710,250.40
应付普通股股利	15,899,375.00	12,319,500.00	-	-
减: 转作股本的普通股股利	-	-	-	85,503,492.38
年末未分配利润	132,223,149.32	113,855,988.53	70,661,601.67	32,212,174.81

2010年6月27日,经公司2009年年度股东大会决议通过,公司以2009年末公司总股本123,195,000股为基数,向全体股东每10股派发现金1.00元(含税),共派发股利12,319,500.00元。

2011年2月23日,经公司2010年度股东大会决议通过,公司以2010年末公司总股本127,195,000股为基数,向全体股东每10股派发现金1.25元(含税),共派发股利15,899,375.00元。

十二、现金流量情况

项目	2011年1-6月	2010年度	2009年度	2008年度
经营活动产生的现金流量净额	18,810,694.20	20,362,359.71	36,616,019.87	16,398,476.54
投资活动产生的现金流量净额	-36,015,426.58	-13,687,145.84	-53,911,668.83	-17,502,511.12
筹资活动产生的现金流量净额	-5,322,536.94	1,612,024.37	63,870,178.83	53,815,126.18
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-156.03
现金及现金等价物净增加额	-22,527,269.32	8,287,238.24	46,574,529.87	52,710,935.57

本公司报告期内不存在不涉及现金收支的重大投资和筹资活动。

十三、或有事项、资产负债表日后事项及其他重要事项

(一) 财务报表附注中的或有事项

报告期内，公司无重大诉讼、仲裁及担保事项等或有事项。

(二) 资产负债表日后事项

报告期末，公司无其他应披露未披露的重大资产负债表日后事项的非调整事项。

(三) 其他重要事项

报告期末，公司无需披露之其他重要事项。

十四、重要财务指标

(一) 报告期内的主要财务指标

财务指标	2011年6月30日	2010年12月31日	2009年12月31日	2008年12月31日
流动比率	2.42	2.09	1.97	1.80
速动比率	1.16	0.85	1.01	0.70
资产负债率(母公司)	30.48%	36.17%	39.82%	32.04%
财务指标	2011年1-6月	2010年度	2009年度	2008年度
利息保障倍数	19.53	16.72	11.64	16.55
息税折旧摊销前利润	53,991,213.43	90,321,557.36	62,123,552.44	75,588,072.02
应收账款周转率(次)	6.32	10.12	9.02	10.19
存货周转率(次)	0.53	1.00	1.08	0.93
总资产周转率(次)	0.59	1.08	1.04	1.13
归属于母公司所有者的每股净资产	3.02	2.87	2.38	1.97
每股经营性现金流量	0.15	0.16	0.30	0.15
每股净现金流量	-0.18	0.07	0.38	0.47

以上财务指标中，资产负债率以母公司的财务数据为基础计算，其余指标以合并财务报告数据为基础计算。

上述指标的计算公式如下：

(1) 流动比率=流动资产÷流动负债

(2) 速动比率=(流动资产-存货)÷流动负债

(3) 资产负债率=总负债÷总资产

(4) 利息保障倍数=（税前利润+利息支出）÷利息支出

(5) 息税折旧摊销前利润=税前利润+利息支出+固定资产折旧+待摊费用摊销额+长期待摊费用摊销额+无形资产摊销

(6) 应收账款周转率=主营业务收入÷应收账款平均余额

(7) 存货周转率=主营业务成本÷存货平均余额

(8) 总资产周转率=主营业务收入÷总资产平均余额

(9) 归属于母公司所有者的每股净资产=归属于母公司所有者权益÷期末普通股股数

(10) 每股经营性现金流=经营活动产生的现金流量净额÷期末股本总额

(11) 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

期间	报告期利润	加权平均净资产收益率	每股收益（元）	
			基本	稀释
2011 年 1-6 月	归属于公司普通股股东的净利润	9.15%	0.27	0.27
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	9.06%	0.27	0.27
2010 年度	归属于公司普通股股东的净利润	18.58%	0.49	0.49
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	18.53%	0.49	0.49
2009 年度	归属于公司普通股股东的净利润	17.23%	0.37	0.37
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	16.35%	0.35	0.35
2008 年度	归属于公司普通股股东的净利润	37.05%	0.58	0.58
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	36.56%	0.57	0.57

根据中国证券监督管理委员会《公开发行证券公司信息编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订）的规定，上述指标的计算公式如下：

1、净资产收益率

$$\text{加权平均净资产收益率} = P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$$

其中：P₀ 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E₀ 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M₀ 为报告期月份数；M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

报告期发生同一控制下企业合并的，计算加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从报告期期初起进行加权；计算扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从合并日的次月起进行加权。计算比较期间的加权平均净资产收益率时，被合并方的净利润、净资产均从比较期间期初起进行加权；计算比较期间扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产不予加权计算（权重为零）。

2、基本每股收益

$$\text{基本每股收益} = P_0 \div S$$

$$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$$

其中：P₀ 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S₀ 为期初股份总数；S₁ 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j 为报告期因回购等减少股份数；S_k 为报告期缩股数；M₀ 为报告期月份数；M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

3、稀释每股收益

公司存在稀释性潜在普通股的，应当分别调整归属于普通股股东的报告期净利润和发行在外普通股加权平均数，并据以计算稀释每股收益。

在发行可转换债券、股份期权、认股权证等稀释性潜在普通股情况下，稀释每股收益可参照如下公式计算：

稀释每股收益 = $P1 / (S0 + S1 + Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0 - Sk + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

十五、历次资产评估情况

发行人自设立以来，仅对匡子实业整体变更为股份公司时进行资产评估。

2008 年 5 月 25 日，匡子实业股东会作出决议，决定以公司截止 2007 年 12 月 31 日经审计的净资产 158,267,489.19 元为基准，按照 1:0.63 的比例折为注册资本 10,000 万元（合 10,000 万股），整体变更为股份有限公司，公司净资产超过注册资本的 58,267,489.19 元计入资本公积。

2008 年 6 月 6 日，北京中企华资产评估有限责任公司出具了中企华评报字（2008）第 195 号《资产评估报告书》，评估基准日：2007 年 12 月 31 日，评估方法为重置成本法。评估结论：截止 2007 年 12 月 31 日，深圳市匡子实业发展有限公司评估后的总资产为 38,865.22 万元，总负债为 17,712.57 万元，净资产为 21,152.65 万元，增值 5,325.90 万元，增值率 33.65%。资产评估增值的原因主要是土地房产和存货的评估增值。

十六、发行人历次验资情况

详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况 六、发行人历次验资情况”相关内容。

第十一节 管理层讨论与分析

本节中，如无特别说明，本节的讨论与分析均以公司报告期的合并报表财务数据为依据。

本节中，如无特别注明，货币金额单位以人民币万元计。

一、财务状况分析

（一）资产构成及减值准备提取情况

1、主要资产的构成及其变化

报告期各期末，公司总资产的构成及其变化如下表：

项目	2011年6月30日		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	金额	比例
流动资产	44,065.25	77.63%	45,783.00	78.06%	41,558.58	82.41%	33,239.63	81.66%
非流动资产	12,698.49	22.37%	12,869.37	21.94%	8,871.89	17.59%	7,466.77	18.34%
资产总计	56,763.74	100.00%	58,652.36	100.00%	50,430.46	100.00%	40,706.39	100.00%

报告期内，公司总资产规模稳步增长，2010年末、2009年末公司资产总额较上年分别增长16.30%、23.89%，主要原因是：（1）公司自身盈余积累；（2）股东增资，报告期内公司股东新增出资共计8,894.60万元；（3）公司适当增加负债规模。2011年6月末公司资产总额较2010年末略有下降，主要原因系偿还供应商货款和支付股利款所致。

报告期内，公司流动资产占总资产的平均比例为79.94%，以流动资产为主的资产结构保持相对稳定，非流动资产占比较小，主要因为：（1）公司采取以直营为主的销售模式，直营店的铺货导致存货余额较大；（2）公司直营店包括商场专柜和专卖店，商场专柜采取联销模式，专卖店均为租赁物业，加之公司部分产品采用外协生产方式，从而固定资产投资较小。

2、流动资产构成分析

公司报告期内流动资产主要项目情况如下表：

项目	2011年6月30日		2010年12月31日		2009年12月31日		2008年12月31日	
	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例

货币资金	9,906.71	17.45%	12,159.44	20.73%	11,330.72	22.47%	7,423.26	18.24%
应收账款	5,104.64	8.99%	5,122.91	8.73%	5,855.86	11.61%	4,125.46	10.13%
预付款项	5,007.34	8.82%	336.36	0.57%	3,469.36	6.88%	857.01	2.11%
其他应收款	1,008.30	1.78%	866.68	1.48%	633.45	1.26%	460.36	1.13%
存货	23,038.26	40.59%	27,297.60	46.54%	20,269.18	40.19%	20,373.53	50.05%
流动资产	44,065.25	77.63%	45,783.00	78.06%	41,558.58	82.41%	33,239.63	81.66%

(1) 货币资金

公司货币资金逐年增加,主要系公司销售规模扩大,采购和营销渠道建设等日常经营所需支付的款项相应增加。

2009 年末公司货币资金余额较上年末增加 3,907.46 万元,增幅较大,主要是当期新增银行借款所致。

2011 年 6 月末公司货币资金余额较 2010 年末下降 2,252.73 万元,主要是购买固定资产和支付股利款所致。

(2) 应收账款

①应收账款基本情况

公司应收账款主要来自应收商场的销售款。公司每月收到商场的销售对账单,核对无误后确认销售收入。由于商场回款期平均在 30~45 天,从而产生应收账款。

2008 年末、2009 年末、2010 年末和 2011 年 6 月末,公司应收账款净额分别为 4,125.46 万元、5,855.86 万元、5,122.91 万元和 5,104.64 万元,保持相对稳定。

②应收账款账龄分析

账龄	2011 年 6 月 30 日		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	金额	比例
1 年内	5,269.12	97.38%	5,178.49	95.49%	6,094.15	98.65%	4,220.85	96.55%
1-2 年	101.84	1.88%	197.78	3.65%	73.11	1.18%	79.38	1.82%
2-3 年	10.45	0.19%	36.21	0.67%	0.89	0.01%	63.17	1.45%
3 年以上	29.53	0.55%	10.30	0.19%	9.42	0.15%	8.06	0.18%
合计	5,410.94	100.00%	5,422.78	100.00%	6,177.56	100.00%	4,371.45	100.00%

报告期内,账龄在一年以内的应收账款余额占比平均为 97.02%,公司回款情况良好。

③报告期各期末公司应收账款前五大客户情况

时间	单位名称	应收账款余额	占应收账款余额的比例	账龄
2011年6月末	深圳市茂业百货华强北有限公司	385.99	7.13%	1年以内
	深圳茂业商厦有限公司	268.90	4.97%	1年以内
	深圳市利联太阳百货有限公司	208.15	3.85%	1年以内
	武汉庄胜崇光百货商场	192.05	3.55%	1年以内
	天虹商场股份有限公司	128.02	2.37%	1年以内
	合计	1,183.11	21.87%	-
2010年末	天虹商场股份有限公司	289.47	5.33%	1年以内
	深圳市宝安海雅百货有限公司	228.57	4.22%	1年以内
	深圳市利联太阳百货有限公司	207.11	3.82%	1年以内
	深圳市茂业百货华强北有限公司	204.60	3.77%	1年以内
	北京中友百货有限责任公司	180.52	3.33%	1年以内
	合计	1,110.28	20.47%	-
2009年末	深圳茂业商厦有限公司	246.26	3.99%	1年以内
	深圳市利联太阳百货有限公司	173.08	2.80%	1年以内
	华润万家有限公司	160.25	2.59%	1年以内
	深圳市宝安海雅百货有限公司	154.20	2.50%	1年以内
	北京庄胜崇光百货商场	134.40	2.18%	1年以内
	合计	868.19	14.05%	-
2008年末	北京庄胜崇光百货商场	205.00	4.69%	1年以内
	成都商厦太平洋百货有限公司	117.05	2.68%	1年以内
	深圳市利联太阳百货有限公司	138.37	3.17%	1年以内
	重庆大都会广场太平洋百货有限公司	103.17	2.36%	1年以内
	深圳市宝安海雅百货有限公司	85.47	1.96%	1年以内
	合计	649.06	14.85%	-

报告期内,公司应收账款前五大客户均为信誉良好的知名百货商场,合计欠款占公司应收账款余额的比例平均为 17.82%,比重较低,且账龄均在一年以内,公司发生大额坏账的可能性小。

④与同行业可比上市公司应收账款周转率的比较分析

单位:次

年份	报喜鸟 002154	美邦服饰 002269	凯撒股份 002425	安莉芳 01388. hk	宝姿 00589. hk	平均数
2011年1-6月	1.91	4.95	2.45	11.24	5.58	5.22
2010年度	5.78	10.62	5.91	23.82	9.78	11.18
2009年度	8.16	11.66	7.16	26.02	9.07	12.41
2008年度	8.47	15.16	5.82	25.74	8.83	12.80

注:上表以及下文中关于对比上市公司的财务指标系从公开披露的招股说明书或年报中摘录或经计算得出。

上述同行业可比上市公司 2008 年、2009 年、2010 年、2011 年 1-6 月的应收账款周转率平均数分别为 12.80、12.41、11.18、5.22,公司 2008 年、2009 年、2010 年和 2011 年 1-6 月的应收账款周转率分别为 10.19、9.02、10.12 和

6.32，处于同行业可比上市公司同期的平均水平，公司应收账款周转速度快、回款周期短。

⑤应收账款坏账准备计提情况

项目	2011年6月30日	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	306.30	299.87	321.70	245.99

公司对账龄在1年以内、1~2年、2~3年的应收款项分别按5%、10%、30%的比例计提坏账准备，坏账准备计提政策较为稳健。公司应收账款客户主要是信誉良好、实力较强的百货商场，定期结算回款，账龄较短。公司对于账龄超过3年的应收账款全额计提坏账准备，以提高应收账款和公司盈利的质量。

⑥应收账款管理政策

为提高资金周转率，确保应收账款及时收回、降低坏账风险，公司针对不同销售渠道制定了相应的应收账款管理政策：A、直营渠道：各区域会计应及时追踪回款情况，发现应收账款回款异常情况，应及时通知区域负责人追踪落实，将应收账款回款情况作为对区域负责人的重要考核指标；B、加盟渠道：公司向加盟商发货的原则为“款到发货”，原则上不存在应收账款，日常管理中公司及时与加盟商对账，并定期发送对账单与加盟商核对。

综上，公司应收账款管理能力强，销售回款情况良好。

（3）预付款项

项目	2011年6月30日		2010年12月31日		2009年12月31日		2008年12月31日	
	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例
预付款项	5,007.34	8.82%	336.36	0.57%	3,469.36	6.88%	857.01	2.11%

公司预付款项主要包括原材料货款、外协加工费和预付购房款。报告期内，公司预付款项占总资产的比例平均为4.60%，比重较低。

2009年末预付款项增幅较大，主要是公司当期在上海、广州、成都、武汉等地购置房产作办公场所用。2010年末预付款项减少，主要因为上年预付购房款于本年转入固定资产。2011年6月末预付账款大幅增加，主要是为购买商铺向武汉万达东湖置业有限公司预付购房款3,382.64万元所致。

（4）其他应收款

项目	2011年6月30日		2010年12月31日		2009年12月31日		2008年12月31日	
	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例
其他应收款	1,008.30	1.78%	866.68	1.48%	633.45	1.26%	460.36	1.13%

公司其他应收款主要包括商场保证金、装修押金、员工备用金等。报告期内，其他应收款余额逐年上升主要原因是公司增设直营店导致商场保证金和装修押金增加。其他应收款的账龄情况如下表：

账龄	2011年6月30日		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	金额	比例
1年内	532.53	36.97%	617.15	49.81%	454.11	46.11%	276.46	40.00%
1-2年	434.22	30.14%	204.93	16.54%	163.31	16.58%	83.06	12.02%
2-3年	159.42	11.07%	137.08	11.06%	78.66	7.99%	175.66	25.41%
3年以上	314.29	21.82%	279.94	22.59%	288.76	29.32%	156.01	22.57%
合计	1,440.47	100.00%	1,239.10	100.00%	984.84	100.00%	691.19	100.00%

公司存有3年以上账龄的其他应收款，主要是因为商场保证金通常于公司撤柜后归还。

(5) 存货

①存货结构分析

公司存货主要包括原材料、在产品、库存商品、委托加工物资、低值易耗品。

报告期各期末，公司存货主要构成情况如下表：

项目	2011年6月30日		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	金额	比例
原材料	3,238.66	13.94%	2,672.08	9.74%	2,634.53	12.94%	1,632.38	7.95%
在产品	491.46	2.12%	466.16	1.70%	731.24	3.59%	521.65	2.54%
库存商品	17,103.09	73.62%	21,400.76	77.99%	14,277.10	70.10%	16,366.48	79.74%
发出商品	1,464.95	6.31%	2,249.83	8.20%	1,585.14	7.78%	1,462.63	7.13%
委托加工物资	409.06	1.76%	142.39	0.52%	577.74	2.84%	25.20	0.12%
低值易耗品	522.81	2.25%	508.44	1.85%	560.35	2.75%	517.62	2.52%
合计	23,230.02	100.00%	27,439.67	100.00%	20,366.10	100.00%	20,525.97	100.00%

原材料指公司产品生产所需的面辅料；在产品指公司自主生产模式下期末未完工的产品；委托加工物资为发运至外协厂商的面辅料；库存商品包括仓库中已完工入库的产品以及直营店内的备货；发出商品主要系公司已发出但尚未与商场结算的产品。

2008 年末、2009 年末、2010 年末、2011 年 6 月末，公司的存货余额分别为 20,525.97 万元、20,366.10 万元、27,439.67 万元、23,230.02 万元，占总资产的比例分别为 50.42%、40.38%、46.78%、40.92%。报告期内公司的存货余额稳定，并随着销售规模的扩大同步增长。

库存商品为公司存货的最主要组成部分，2008 年末、2009 年末、2010 年末、2011 年 6 月末公司库存商品余额分别为 16,366.48 万元、14,277.10 万元、21,400.76 万元、17,103.09 万元，占存货余额的比例分为 79.74%、70.10%、77.99%、73.62%。公司存货余额较大且以库存商品为主，符合公司的销售模式、销售周期和所处行业的特点：

A、公司采用以直营为主的销售模式，报告期内直营渠道收入平均占比为 89.66%。截至 2011 年 6 月末，公司拥有 671 家直营店，占 830 家营销网点的比例为 80.84%，公司需对直营店进行铺货以支持日常销售需要，从而存货余额较大。

B、由于服装家纺产品季节性特点形成年末存货余额较大。每年第四季度和第一季度是公司销售旺季，年末存货数量相应增多，加之秋冬装单价较高，从而每年年末存货余额增大。

C、公司主要产品为女装，由于女性消费者在着装上的个性化特征较为显著，女装产品风格、款式众多，消费者对花色、尺码等有差异化的需求，为防止产品断码、断色、过季，公司终端店面需保有丰富的货品以供展示和销售，增大了存货量。

②存货余额变动分析

报告期内公司的原材料、在产品、委托加工物资、低值易耗品等存货余额较稳定，公司存货的波动主要体现为库存商品的变动。2010 年末公司存货余额较上年末增长了 34.73%，主要是当期公司直营店数和营业面积增加，直营店铺货量加大。

报告期内，公司的 2010 年末库存商品比 2009 年末增长了 49.90%，增幅较大，主要原因在于：

A、经过 2009 年销售的去库存化，2010 年恢复自然的备货需求

2008 年下半年开始金融危机全面蔓延,国内消费增速减缓,市场存在着不确定性。基于对市场的谨慎判断,公司从 2008 年末开始减产,2009 年的备货量减少,产品销售侧重于去库存化,2009 年末库存商品由 2008 年末的 16,366.48 万元减少至 14,277.10 万元,减幅为-12.77%。2009 年经过去库存化,公司的过季产品得到有效消化,同时当年货品的减少也导致门店新品铺货量不足,销售增长后劲不足。根据消费者对产品的旺盛需求,公司 2010 年增加了生产备货量。

若公司 2009 年库存商品余额与收入同比例增长,则模拟测算如下:

项目	2010 年	2009 年	2008 年
主营收入(万元)	58,618.96	47,547.55	44,641.62
主营收入增长率	23.28%	6.51%	-
模拟库存商品余额(万元)	21,490.10	17,431.94	16,366.48
实际库存商品余额(万元)	21,400.76	14,277.10	16,366.48
差额(万元)	89.34	3,154.84	0.00
主营收入复合增长率	14.59%		
库存商品复合增长率	14.35%		

注:模拟库存商品余额=上一年度库存商品余额×(1+主营收入增长率);差额=模拟库存商品余额-实际库存商品余额

从上表可以看出,公司 2009 年末和 2010 年末实际库存商品余额分别比模拟库存商品少 3,154.84 万元和 89.34 万元,且实际库存商品复合增长率低于主营收入的复合增长率。因此,公司 2010 年存货增加是恢复各直营店铺货量的自然需要,为公司销售收入的持续增长奠定了基础。

B、2010 年直营店铺货量的增加为公司销售增长提供了有力支持

公司采取以直营为主的销售模式,直营店需常年保持铺货以供展示和销售,以满足消费者一年四季多样化的服装家纺产品的购买需求。而 2009 年公司减少了产量并侧重于去库存化,导致 2009 年下半年开始直营店铺货量不足。公司于 2009 年底开始恢复增产以补充库存,2010 年产量增加,直营店备货量得到有效补充。2008 年末、2009 年末和 2010 年末,公司直营店的备货情况如下:

项目	2010 年末	增幅	2009 年末	增幅	2008 年末
库存商品额(万元)	21,400.76	49.90%	14,277.10	-12.77%	16,366.48
其中:直营店备货额(万元)	21,229.55	49.78%	14,173.77	-12.55%	16,208.72
库存商品量(万件/套)	268.61	65.15%	162.65	-20.95%	205.76
其中:直营店备货量(万件/套)	266.46	65.35%	161.15	-20.85%	203.60
直营门店数(家)	642	12.43%	571	14.89%	497
直营店平均单店备货额(万元)	33.07	33.22%	24.82	-23.89%	32.61

直营店平均单店备货量（件/套）	4,150	47.06%	2,822	-31.11%	4,097

注：直营店的平均单店备货额和单店备货量包括了门店和仓库的库存商品。

从上表可以看出，2009 年末公司直营店平均单店备货额和备货量均比 2008 年末大幅下降，门店备货量减少，销售增长后劲不足，2010 年恢复增长，当年年末单店备货额和备货量与 2008 年末大致相当。随着门店铺货量的恢复，公司 2010 年主营业务收入较 2009 年增长了 23.39%，比 2009 年的增长率提高了 16.87 个百分点。

C、基于对未来业绩增长的良好预期，2010 年公司的生产备货量增加

经过 2008 年至 2009 年的世界金融危机后，2010 年我国的宏观经济走势向好，国内市场消费需求增长较快。经过 2009 年的去库存化，公司认为 2010 年及未来业绩增长趋势良好，且 2010 年的上市款式增至 4,971 款，新品款式增加，单款产品备货件数增加，单款产品下单量增加，加大了 2010 年的生产备货量。此外，由于 2010 年初的民工荒，公司部分外协厂商的春季货品延迟上柜，影响了当年春季产品的销售，部分货品滚存到 2011 年的春季销售，增加了 2010 年末的库存商品量。

③与同行业可比上市公司存货周转率的比较分析

年份	报喜鸟 002154	美邦服饰 002269	凯撒股份 002425	安莉芳 01388. hk	宝姿 00589. hk	平均数
2011 年 1-6 月	0.76	0.73	0.35	0.31	0.26	0.48
2010 年度	1.59	2.35	1.35	0.64	0.63	1.31
2009 年度	1.67	3.65	1.76	0.64	0.58	1.66
2008 年度	2.18	4.45	1.66	0.62	0.80	1.94

公司 2008 年、2009 年、2010 年和 2011 年 1-6 月的存货周转率分别为 0.93 次/年、1.08 次/年、1.00 次/年和 0.53 次/半年，公司存货周转率与部分同行业可比上市公司存在差异的原因主要在于经营模式的差异：公司采取以直营为主的销售模式，报告期内公司直营渠道销售收入的平均比重为 89.66%，直营店铺货量多、销售周期相对较长，从而存货周转率相对较低。

同行业可比上市公司中，安莉芳和宝姿的存货周转率低于本公司，主要在于该两家公司的直营渠道收入占比较高。根据宝姿和安莉芳两家公司 2010 年年报，两家公司 2010 年直营渠道的收入占比分别为 91.27%、86.11%，高于或与本公司相近。

同行业可比上市公司中，报喜鸟、美邦服饰、凯撒股份的存货周转率高于本公司，主要在于该三家公司的加盟渠道收入占比较高。根据美邦服饰、凯撒股份两家公司 2010 年年报，两公司 2010 年直营收入占比分别为 42.17%、54.75%，均低于本公司。2011 年上半年，公司的存货周转率提高，高于凯撒股份。

④存货跌价准备

项目	2011 年 6 月 30 日	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日
存货跌价准备	191.76	142.07	96.92	152.44

公司每年年末对存货进行全面盘点，对于存货因被淘汰、全部或部分陈旧过时或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，即公司存货按成本与可变现净值孰低计量。

3、非流动资产构成及变化分析

公司非流动资产包括固定资产、无形资产及递延所得税资产。报告期内具体构成如下表：

项目	2011 年 6 月 30 日		2010 年 12 月 31 日		2009 年 12 月 31 日		2008 年 12 月 31 日	
	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例
固定资产	9,661.64	17.02%	9,827.54	16.76%	5,627.54	11.16%	6,048.59	14.86%
在建工程	-	-	24.11	0.04%	-	-	-	-
无形资产	1,988.86	3.50%	2,000.04	3.41%	2,042.24	4.05%	508.08	1.25%
递延所得税资产	1,047.98	1.85%	1,017.69	1.74%	1,202.11	2.38%	910.09	2.24%
非流动资产合计	12,698.49	22.37%	12,869.37	21.94%	8,871.89	17.59%	7,466.77	18.34%

(1) 固定资产

本公司固定资产类型为房屋建筑物、机器设备、运输工具、电子设备、办公设备，均为经营性资产。公司固定资产以房屋建筑物为主。报告期内，公司固定资产情况如下表：

项目	2011 年 6 月 30 日		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	金额	比例
房屋建筑物	8,483.52	87.81%	8,657.29	88.09%	4,598.23	81.71%	4,897.91	80.98%
机器设备	229.01	2.37%	257.06	2.62%	240.89	4.28%	286.44	4.74%
运输工具	470.49	4.87%	520.46	5.30%	415.18	7.38%	473.18	7.82%
电子设备	117.21	1.21%	122.97	1.25%	154.47	2.74%	185.24	3.06%
办公设备	361.41	3.74%	269.76	2.74%	218.77	3.89%	205.82	3.40%
固定资产净值合计	9,661.64	100.00%	9,827.54	100.00%	5,627.54	100.00%	6,048.59	100.00%

2010 年末固定资产净值较上年末增长的原因主要是公司 2009 年在上海、广

州、成都、武汉、北京等地购房的预付款项转入固定资产。

截至 2011 年 6 月 30 日，公司固定资产具体情况如下表：

项目	原值	累计折旧	净值	成新率
房屋建筑物	11,052.83	2,569.31	8,483.52	76.75%
机器设备	820.05	591.05	229.01	27.93%
运输工具	903.90	433.41	470.49	52.05%
电子设备	641.44	524.22	117.21	18.27%
办公设备	742.37	380.96	361.41	48.68%
合计	14,160.59	4,498.95	9,661.64	68.23%

截至 2011 年 6 月 30 日，公司固定资产综合成新率为 68.23%，整体成新率较高。其中，机器设备、电子设备成新率较低主要是因为折旧年限相对较短。

公司机器设备的净值和整体成新率较低的主要原因是：

①公司已从事生产经营活动多年，机器设备新老并存，部分机器设备已超过或接近折旧年限，拉低了机器设备的净值和整体成新率；

②公司的机器设备属于轻资产，平车等主要生产设备轻便，单位价值小。公司深圳观澜和武汉的两个生产基地既定的生产场所空间容纳的平车和其他生产制造设备数量存在上限，机器设备的保有量和原值稳定；公司对机器设备购置采取逐年更新换代的策略，十分重视对生产机器设备的保养，充分发挥已有生产机器设备的使用潜力，根据实际生产需要购置新设备，多批次逐年更换；

③自主生产保有一定的生产机器设备规模，确保生产的稳定性，公司主要通过改进生产工艺流程和提高工人的生产技能熟练度提高生产效率；同时积极利用公司所处的珠三角地区服装家纺供应链配套成熟的外部市场环境，委托外协加工厂生产加工，发挥外协厂商的比较优势，提高产能安排的灵活性，降低成本。因此，公司的生产机器设备现状符合公司的生产业务模式和行业特点。

公司拟通过本次发行募集资金投向大浪服装家纺生产基地建设项目，购置国内外先进生产工艺设备，全面提升技术装备水平。

公司固定资产目前保持良好的运行状态，不存在减值情形，不计提固定资产减值准备。

（2）无形资产

项目	2011年6月30日		2010年12月31日		2009年12月31日		2008年12月31日	
	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例
无形资产	1,988.86	3.50%	2,000.04	3.41%	2,042.24	4.05%	508.08	1.25%

报告期内，公司无形资产以土地使用权为主，截至2011年6月30日，土地使用权的净值为1,978.94万元。2009年末较上年增幅较大，是由于当期公司购买了位于深圳宝安区大浪街道服装产业集聚基地的土地使用权，作为本次发行募集资金投向的大浪服装家纺生产基地项目建设用地。

截至2011年6月30日，公司无形资产不存在减值的迹象，未计提减值准备。

(3) 递延所得税资产

报告期内，公司递延所得税资产主要是资产减值准备、内部未实现利润、子公司的可抵扣亏损及部分开办费会导致的可抵扣暂时性差异，公司按规定确认了递延所得税资产。

项目	2011年6月30日	2010年12月31日	2009年12月31日	2008年12月31日
资产减值准备	232.56	199.43	180.63	140.55
开办费	-	-	2.18	5.38
未实现利润	152.30	144.90	140.25	156.95
可抵扣亏损	663.12	673.36	879.06	607.21
合计	1,047.98	1,017.69	1,202.11	910.09

2010年末递延所得税资产较上年末有所减少，主要原因是：①当期资产减值准备增加产生可抵扣暂时性差异44.34万元，相应递延的所得税资产增加18.80万元；②开办费摊销导致可抵扣暂时性差异减少8.71万元，相应递延的所得税资产减少2.18万元；③存货内部销售的未实现利润增加产生可抵扣暂时性差异9.44万元，相应递延所得税资产增加4.66万元；④子公司转回以前年度亏损导致可抵扣暂时性差异减少822.79万元，相应递延的所得税资产减少205.70万元。

2009年末递延所得税资产较上年末有所增加，主要原因是：①当期资产减值准备增加产生可抵扣暂时性差异141.26万元，相应递延的所得税资产增加40.08万元；②开办费摊销导致可抵扣暂时性差异减少12.81万元，相应递延的所得税资产减少3.20万元；③存货内部销售的未实现利润减少导致可抵扣暂时性差异减少87.16万元，相应递延所得税资产减少16.71万元；④子公司可抵扣

亏损增加导致可抵扣暂时性差异增加 1,020.71 万元，相应递延的所得税资产增加 271.85 万元。

综上，公司资产整体质量优良、结构较为合理，资产减值准备计提符合资产质量的实际情况。

（二）负债结构和偿债能力分析

1、负债的构成和变化

报告期各期末，公司负债总额的构成及其变化如下表：

项目	2011 年 6 月 30 日		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	金额	比例
流动负债	18,176.40	98.80%	21,872.80	98.87%	21,145.35	100.00%	18,471.74	100.00%
非流动负债	220.18	1.20%	249.12	1.13%	-	-	-	-
负债总计	18,396.58	100.00%	22,121.92	100.00%	21,145.35	100.00%	18,471.74	100.00%

公司负债以流动负债为主。非流动负债是公司购买位于广州市天河区的办公用房的按揭贷款。

2、流动负债构成和变化

报告期内，流动负债的构成如下表：

项目	2011 年 6 月 30 日		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	金额	比例
短期借款	11,000.00	59.79%	9,400.00	42.49%	9,900.00	46.82%	5,940.00	32.16%
应付票据	-	-	-	-	-	-	2,500.00	13.53%
应付账款	3,963.39	21.54%	8,030.48	36.30%	7,536.66	35.64%	4,101.38	22.20%
预收款项	714.68	3.88%	819.17	3.70%	446.63	2.11%	455.42	2.47%
应付职工薪酬	370.10	2.01%	940.93	4.25%	400.99	1.90%	634.73	3.44%
应交税费	1,133.03	6.16%	1,470.18	6.65%	1,686.15	7.97%	1,237.34	6.70%
其他应付款	938.30	5.10%	1,157.07	5.23%	1,174.93	5.56%	3,602.87	19.50%
一年内到期的非流动负债	56.89	0.31%	54.96	0.25%	-	-	-	-
流动负债合计	18,176.40	98.80%	21,872.80	98.87%	21,145.35	100.00%	18,471.74	100.00%
负债合计	18,396.58	100.00%	22,121.92	100.00%	21,145.35	100.00%	18,471.74	100.00%

（1）短期借款

公司短期借款主要为满足日常生产经营需要。其中，2010 年末短期借款较 2009 年末减少 500 万元，系当期归还借款所致；2009 年末短期借款较 2008 年末增加 3,960 万元，主要是当期补充营运资金增加银行贷款。

（2）应付账款

公司应付账款主要包括原材料采购款和外协加工费。

①应付账款余额

项目	2011年6月30日		2010年12月31日		2009年12月31日		2008年12月31日	
	金额	总负债占比	金额	总负债占比	金额	总负债占比	金额	总负债占比
应付账款	3,963.39	21.54%	8,030.48	36.30%	7,536.66	35.64%	4,101.38	22.20%

报告期各期末，应付账款余额呈逐步上升态势，应付账款占总负债的比重平均为31.38%。由于受季节性因素影响，公司下半年秋冬装面辅料采购款及委托加工费较大。鉴于公司与原材料供应商和外协加工厂有着长期良好的合作关系，公司支付面辅料采购款通常享有2~3个月的信用期，加工费30~45天的信用期。

2008年末应付账款相对偏低，主要在于公司当年下半年产量减少，需支付的原材料货款和外协加工费减少，且当期供应商资金回笼力度较大；2009年末应付账款增长是因为当年下半年宏观经济回暖，公司恢复扩大生产，增加原材料采购和委托加工量；2011年6月末公司应付账款较2010年末下降4,067.09万元，大幅下降的原因系公司本期支付到期的供应商货款所致。

②应付账款对象分析

报告期内各期末应付账款前五大供应商的具体情况如下表：

2011年6月30日				
供应商名称	采购标的	金额	账龄	比重
深圳鼎泰纺织品有限公司	面料	602.53	1年	15.20%
深圳市丽鼎纺织品有限公司	面料	215.65	1年	5.44%
佛山市汇纺纺织有限公司	面料	184.90	1年	4.67%
佛山市名洲纺织有限公司	面料	184.23	1年	4.65%
深圳环贸实业有限公司	面料	176.91	1年	4.46%
合计		1,364.22	-	34.42%
2010年12月31日				
深圳鼎泰纺织品有限公司	面料	855.49	1年	10.65%
东莞市常平佳妮织造厂	加工	643.84	1年	8.02%
天津天纺投资控股有限公司抵羊纺织分公司	面料	422.62	1年	5.26%
天津市盛华纺织有限公司	面料	278.52	1年	3.47%
佛山市名洲纺织有限公司	面料	207.17	1年	2.58%
合计		2,407.64	-	29.98%
2009年12月31日				
深圳鼎泰纺织品有限公司	面料	819.06	1年	10.87%

深圳市仕隆服饰有限公司	加工	490.60	1 年	6.51%
杭州明星皮草实业有限公司	面料	464.98	1 年	6.17%
深圳环贸实业有限公司	面料	396.00	1 年	5.25%
天津天纺投资控股有限公司抵羊纺织分公司	面料	381.46	1 年	5.06%
合计		2,552.09	-	33.86%
2008 年 12 月 31 日				
天津天纺投资控股有限公司抵羊纺织分公司	面料	326.13	1 年	7.95%
深圳市仕隆服饰有限公司	加工	272.22	1 年	6.64%
佛山市汇纺纺织有限公司	面料	234.98	1 年	5.73%
深圳环贸实业有限公司	面料	215.48	1 年	5.25%
杭州市明星皮草实业有限公司	面料	212.06	1 年	5.17%
合计		1,260.86	-	30.74%

(3) 其他应付款

项目	2011 年 6 月 30 日		2010 年 12 月 31 日		2009 年 12 月 31 日		2008 年 12 月 31 日	
	金额	总负债占比	金额	总负债占比	金额	总负债占比	金额	总负债占比
其他应付款	938.30	5.10%	1,157.07	5.23%	1,174.93	5.56%	3,602.87	19.50%

报告期内公司其他应付款主要包括向加盟商收取的保证金，2009年末、2008年末的其他应付款还包括股东提供的资金。

根据公司与加盟商签订的特许加盟合同，加盟商在对公司品牌产品的营销管理过程中，公司为维护该品牌的有形和无形资产之利益，加盟商须在合同签定的同时一次性向公司支付特许加盟品牌保证金，每个城市每个品牌第一个店交保证金 5 万元，第二个店交 3 万元，第三个店交 2 万元，三个店及以上按 10 万元标准收取。加盟商据此取得特定城市的公司品牌营销特许加盟权。该保证金用于保护公司有形和无形资产，若合同终止后不再续约，在加盟商应付款项清算完毕后公司退还加盟品牌保证金。

报告期内各期末公司对加盟品牌保证金的金额如下表：

项目	2011 年 6 月 30 日	2010 年末	2009 年末	2008 年末
其他应付款—加盟商保证金	626.50	586.50	373.00	205.00

在公司的发展经营过程中，根据公司经营的实际需要，股东曾向公司提供资金以作公司部分营运资金用。报告期末，公司已归还所有股东资金。报告期内股东向公司提供资金情况详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易 二、关联交易情况 （二）关联交易”。

(三) 偿债能力分析

1、报告期内，公司偿债能力指标如下：

指标	2011年6月30日	2010年12月31日	2009年12月31日	2008年12月31日
流动比率	2.42	2.09	1.97	1.80
速动比率	1.16	0.85	1.01	0.70
资产负债率(母公司)	30.48%	36.17%	39.82%	32.04%
资产负债率(合并)	32.41%	37.72%	41.93%	45.38%
指标	2011年1-6月	2010年度	2009年度	2008年度
息税折旧摊销前利润	5,399.12	9,032.16	6,212.36	7,558.81
利息保障倍数	19.53	16.72	11.64	16.55

2、短期偿债能力

报告期内，公司流动比率逐年上升，速动比率保持相对稳定，公司短期偿债能力较好。

同行业可比上市公司短期偿债能力相关指标情况如下表：

公司名称	2011年6月30日		2010年12月31日		2009年12月31日		2008年12月31日	
	流动比率	速动比率	流动比率	速动比率	流动比率	速动比率	流动比率	速动比率
报喜鸟(002154)	2.18	1.68	2.89	2.27	3.85	3.06	1.23	0.70
美邦服饰(002269)	1.06	0.48	1.09	0.60	1.42	1.02	1.85	1.48
凯撒股份(002425)	17.31	12.93	14.55	11.07	4.51	2.73	2.98	1.88
安莉芳(01388.hk)	2.88	0.99	2.36	0.97	4.65	2.37	7.19	3.89
宝姿(00589.hk)	2.62	1.84	3.07	2.18	1.93	1.53	2.16	1.62

2008年末、2009年末、2010年末和2011年1-6月公司流动比率分别为1.80、1.97、2.09和2.42，速动比率分别为0.70、1.01、0.85和1.16。公司与同行业可比上市公司对应指标存在差异，主要在于资金来源结构不同，上市公司通过公开发行股票筹集资金，主要以股权融资为主；而本公司目前融资渠道相对单一，主要依靠短期借款，流动负债相对较大。

公司的流动资产结构和融资能力表明公司具备较强的短期偿债能力。

(1) 公司流动资产结构

①公司账面保有充裕的货币资金。报告期期末，公司货币资金账面余额为9,906.71万元。

②公司应收账款由于经营模式及客户特点，通常与商场按月结算，回款周期短且发生坏账可能性小，因此，本公司应收账款变现能力强，报告期末应收账款余额为5,410.94万元。

③公司账面存货金额较大，公司报告期内产品毛利率较高，存货的市场价值远高于其账面价值，因此，按账面价值计算的流动比率对本公司而言偏低。

（2）公司具备较强的融资能力

截至2011年6月30日，公司尚未使用的授信额度分别为：深圳发展银行深圳华侨城支行4,200万元。同时，公司2010年被鹏元资信评估有限公司评为“A”级资信等级。因此，公司可及时从银行获得资金满足临时性的需求。

3、长期偿债能力

公司资产负债率指标与同行业上市公司比较情况：

年份	报喜鸟 002154	美邦服饰 002269	凯撒股份 002425	安莉芳 01388. hk	宝姿 00589. hk	平均数
2011年6月末	36.13%	61.52%	4.58%	28.08%	30.54%	32.17%
2010年末	27.70%	61.21%	5.49%	27.91%	27.27%	29.92%
2009年末	19.83%	45.13%	17.47%	16.19%	45.43%	28.81%
2008年末	45.99%	43.46%	27.60%	11.73%	41.17%	33.99%

注：表中资产负债率为合并报表资产负债率。

2008年末、2009年末、2010年末和2011年6月末，公司合并报表资产负债率分别为45.38%、41.93%、37.72%和32.41%，略高于上述同行业公司的平均数，主要因为上市公司以股权融资为主。公司的息税折旧摊销前利润、利息保障倍数金额均较大，公司长期偿债能力强。

综上：

（1）公司的流动比率、速动比率符合公司的经营模式和所处行业的特点。同时，公司的流动资产质量高且变现能力强，加上良好的信用融资能力，公司不存在短期偿债风险。

（2）公司在稳健经营的基础上保持了合理的资产负债结构，公司部分流动资产占用资金来自公司权益资本，安全性高，债务风险低。随着公司经营规模和盈利能力的不断增强，公司偿债能力也将日趋加强。

（3）公司目前融资渠道较为单一，资金来源主要以自身盈利积累、股东投

入和银行借款为主，且流动资产占比较小限制了公司的债务融资能力。因此，通过本次发行进行股权融资能较好地改善公司资本结构，为公司提高品牌市场竞争地位，实现长远快速发展提供长期资金。

（四）公司持有的交易性金融资产及其他财务性投资

报告期内，本公司未持有交易性金融资产，不存在借予他人款项、委托理财等财务性投资。

二、盈利能力分析

（一）营业收入分析

1、营业收入构成及其变动

项目	2011年1-6月		2010年度		2009年度		2008年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	34,237.87	99.69%	58,618.96	99.90%	47,547.55	99.99%	44,641.62	100.00%
其他业务收入	104.75	0.31%	57.07	0.10%	5.22	0.01%	-	-
合计	34,342.62	100.00%	58,676.03	100.00%	47,552.77	100.00%	44,641.62	100.00%

公司主营业务为服装、家用纺织品的的设计、生产和销售。报告期内，公司主营业务收入为服装和床上用品的销售收入。

报告期内，公司主营业务收入稳步增长，主要原因是：（1）公司产品全部内销，国内社会消费环境好，市场潜力大；（2）公司实施多品牌战略，品牌市场影响力不断提高，产品线丰富，消费者群体广；（3）公司营销网络不断扩大。

2、主营业务收入的的品牌产品构成

品牌	2011年1-6月		2010年		2009年		2008年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
淑女屋女装	18,819.27	54.97%	34,802.13	59.37%	30,642.20	64.45%	30,446.45	68.20%
淑女屋床上用品	3,386.95	9.89%	5,681.31	9.69%	4,276.09	8.99%	3,897.49	8.73%
自然元素	11,045.87	32.26%	16,865.86	28.77%	11,825.59	24.87%	9,634.14	21.58%
FairyFair	531.56	1.55%	874.21	1.49%	591.47	1.24%	595.34	1.33%
小淑女与约翰	454.22	1.33%	395.46	0.67%	212.20	0.45%	68.20	0.15%
合计	34,237.87	100.00%	58,618.96	100.00%	47,547.55	100.00%	44,641.62	100.00%

公司拥有以淑女屋为旗舰品牌，自然元素、FairyFair、小淑女与约翰多层次发展的品牌矩阵。各品牌在市场定位、目标消费群体与设计风格上错落有致，

涵盖了少淑女装、休闲女装、成熟女装、童装和床上用品。

淑女屋女装是公司稳定的营业收入来源，报告期内营业收入平均占比为61.75%；自然元素和淑女屋床上用品是公司重要的收入增长点，报告期内营业收入占比逐年递增，2010年和2011年1-6月自然元素和淑女屋床上用品的收入占比分别上升至28.77%、9.69%和32.26%、9.89%；FairyFair和小淑女与约翰处于品牌导入期，营业收入逐步提高。

报告期内，淑女屋女装销售收入占比大，且稳定增长。作为公司旗舰品牌，淑女屋女装运营历程长，市场知名度和美誉度较高，营销网点众多。

淑女屋床上用品销售收入由2008年的3,897.49万元增至2010年的5,681.31万元，年均复合增长率为20.73%，主要在于淑女屋品牌已有的市场影响力和床上用品的风格款式与质地顺应了市场需求，营销网点增长较快。2011年1-6月，淑女屋床上用品继续保持良好的发展态势，上半年营业收入为3,386.95万元，达2010年销售收入的59.62%。

报告期内，自然元素销售收入快速增长，由2008年的9,634.14万元增至2010年的16,865.86万元，年均复合增长率达32.31%，且收入占比逐年上升，2011年1-6月自然元素的销售收入达11,041.39万元，收入占比为32.25%，比2010年增加3.48个百分点，主要在于自然元素定位于休闲女装，市场潜力大，消费者受众面广，营销网点迅速增加，是公司目前重要的收入增长点。

FairyFair和小淑女与约翰分别定位于成熟女装与童装，着力树立高端品牌形象。目前该两个品牌处于导入期，营销网络处于初步扩展阶段，营业收入占比较小。公司结合整体品牌运营规划和市场未来增长情况，将逐步增大对FairyFair和小淑女与约翰的运营投入，其品牌的市场影响力和营销网络也将逐步扩大，将成为公司重要的业务增长点。2011年1-6月，FairyFair的销售收入为531.56万元，达到2010年全年的60.80%；小淑女与约翰销售收入达454.22万元，达到2010年全年的114.86%，呈现快速发展的趋势。随着FairyFair和小淑女与约翰品牌知名度的不断提高，未来将成为公司重要的利润来源。

3、产品销售数量和销售单价对主营业务收入的影响

报告期内，公司各品牌的销量和销售单价如下表：

品牌	2011年1-6月		2010年度		2009年度		2008年度	
	销量 (件/套)	单价 (元)	销量 (件/套)	单价 (元)	销量 (件/套)	单价 (元)	销量 (件/套)	单价 (元)
淑女屋女装	911,821	206.39	1,822,303	190.98	1,699,309	180.32	1,777,418	171.30
淑女屋床上用品	111,268	304.40	227,568	249.65	195,012	219.27	168,158	231.78
自然元素	714,314	154.64	1,143,454	147.50	1,030,219	114.79	807,656	119.29
FairyFair	19,286	275.62	34,839	250.93	24,211	244.30	26,601	223.80
小淑女与约翰	31,813	142.78	31,486	125.60	19,849	106.91	5,522	123.51
合计	1,788,502	191.43	3,259,650	179.83	2,968,599	160.17	2,785,355	160.27

注：销售单价=销售收入/销售数量，销售单价为结算价格，即各品牌产品公司最终确认销售收入的价格。

公司各品牌的营业收入主要由销量和销售单价共同决定。

报告期内公司品牌产品销量逐年增加，主要原因是：（1）营销网点数逐年增加，2008年末、2009年末、2010年末和2011年6月末公司的营销网点数分别为：581家、704家、795家和830家；（2）公司产品线持续丰富，市场认可度提高。产品系列数和款数分别由2008年的204个系列、3,662款增至2010年的323个系列、4,971款。

2010年公司品牌产品销售单价较前两年有较大提高，主要在于当期公司提高了产品的吊牌价，同时适当减少了促销打折活动，进一步提高了产品的品牌附加值。随着公司品牌美誉度的提高及促销折让减少，2011年1-6月公司产品销售单价继续保持上升趋势。

4、主营业务收入的销售渠道构成

（1）报告期内公司不同销售渠道收入情况

渠道	2011年1-6月		2010年度		2009年度		2008年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直营	31,266.74	91.32%	51,250.18	87.43%	41,867.23	88.05%	41,001.03	91.84%
加盟	2,971.13	8.68%	7,368.78	12.57%	5,680.32	11.95%	3,640.59	8.16%
合计	34,237.87	100.00%	58,618.96	100.00%	47,547.55	100.00%	44,641.62	100.00%

报告期内，公司的主营业务收入主要来自于直营渠道，且直营店和加盟店的销售收入占比相对稳定，2008年、2009年、2010年和2011年1-6月，直营店收入占比分别为91.84%、88.05%、87.43%和91.32%。其中，2011年1-6月加盟销售占比下降，主要原因系采购量略有下降及上半年加盟商主要采购的是春装和夏装，其单价低于秋冬装。

（2）报告期内公司直营店分商场专柜和专卖店的收入构成

直营店	2011 年 1-6 月		2010 年度		2009 年度		2008 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	比例	金额	占比
商场专柜	26,762.93	85.60%	46,204.67	90.16%	39,535.41	94.43%	39,012.19	95.15%
专卖店	4,503.82	14.40%	5,045.51	9.84%	2,331.82	5.57%	1,988.84	4.85%
合计	31,266.74	100.00%	51,250.18	100.00%	41,867.23	100.00%	41,001.03	100.00%

报告期内，公司商场专柜销售收入占比高，主要在于公司的直营店以商场专柜为主，截至报告期期末，公司拥有商场专柜 600 家，占 671 家直营店的比例为 89.42%。公司直营店中专卖店的销售收入占直营收入的比例由 2008 年的 4.85% 提高至 2011 年的 14.40%，主要因为报告期内专卖店逐年增多。由于最近几年各地新开购物中心增多，且专卖店面积极一般较商场专柜大，租赁期限长，货品铺货量较大，展示作用强，报告期内公司专卖店的开设数量增长较快，2008 年末、2009 年末、2010 年末、2011 年 6 月末公司的专卖店数量分别为 24 家、44 家、65 家、71 家，随着专卖店的经营逐年成熟，单店效益增长快。

（3）报告期内公司门店的单店销售收入和坪效

单位：元/店、元/平方米

项目			2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
直营店	商场专柜	单店销售收入	446,048.75	800,774.12	750,197.59	824,781.94
		坪效	5,508.27	10,976.73	10,491.44	12,802.89
	专卖店	单店销售收入	634,340.52	776,232.82	529,957.95	828,684.13
		坪效	5,674.82	6,450.99	3,842.24	4,912.54
加盟店	商场专柜	单店批发收入	184,944.33	473,748.64	411,840.42	428,823.28
		坪效	2,463.29	5,813.70	4,919.61	5,252.20
	专卖店	单店批发收入	201,895.94	549,016.13	580,873.70	454,474.41
		坪效	3,174.19	7,553.75	7,070.17	5,839.57

注：上表中单店销售收入和单店批发收入系公司最终确认销售收入的金额；门店数系报告期各期末的数量；加盟店的单店批发收入和坪效以公司对加盟商的批发销售收入为基准计算的。

报告期内，公司加大营销网络的建设步伐，终端店数和销售规模均呈较快增长态势。

①直营店与加盟店的对比分析

报告期内，直营店的单店销售收入和坪效通常高于对加盟店的单店批发收入和坪效，主要因为公司直营店多位于经济较发达城市的繁华商圈，铺货量和销售量较大。2008年至2010年直营专卖店的坪效低于加盟专卖店，主要因为公司的直营专卖店新增较多，而加盟专卖店数量比较稳定，随着经营效益的显现，2011

年1-6月，公司直营专卖店坪效高于加盟专卖店。

②直营店分析

2009年直营店的坪效较上年有所下降，主要因为2009年公司销售侧重于去库存化，产品促销活动增多。2010年公司通过提高销售单价、增加货品供应及优化货品结构等途径提高了单店销售收入和坪效。

报告期内直营商场专卖店的单店销售收入与坪效增长较快。2008年至2010年直营专卖店的坪效低于直营商场专柜，主要因为各年专卖店新开门店较多，且集中于下半年开业，当年经营效益未完全体现；2011年上半年直营专卖店经营效益增长迅速，其坪效已与商场专柜持平。

报告期内直营商场专柜的单店销售收入与坪效平稳上升。公司与商场签订联销合同，对商场专柜的位置、面积、销售提成比例和促销活动定价等条款内容做出约定。销售提成比例和促销活动定价对商场专柜经营销售影响的分析参见本小节“（二）营业毛利及毛利率分析 2、主营业务毛利率分析 （1）产品定价对主营业务毛利率的影响 ②分渠道的产品定价售价情况”。直营商场专柜的经营销售受专柜位置和面积的影响分析如下：

专柜位置：在国内百货商场中，商场通常将不同楼层或区域划分为少女装、淑女装、休闲女装、成熟女装或商务职业装、床上用品、童装等销售分区。在许多百货商场中，女装所占楼层数和面积往往大于其他种类服装。根据联销合同的约定，通常，公司的淑女屋女装位于少女装或淑女装分区，自然元素位于休闲女装或少女装分区，FairyFair位于成熟女装或淑女装分区，小淑女与约翰位于童装分区，淑女屋床上用品位于床上用品分区。在特定楼层或区域中，商场专柜位置一般分为边柜和中岛，边柜的位置一般优于中岛，通常为市场影响力较高，销售业绩状况较好的品牌所占据。报告期期末，公司600个商场专柜中，565个位于商场边柜，其余35个位于商场中岛。位于商场边柜的门店展示角度较好，能起到良好的宣传作用，提高品牌的市场地位，有助于门店单店销售收入和业绩的提升。

专柜面积：公司与商场就公司品牌专柜的面积做出约定。通常边柜的面积大于中岛，市场影响力较高，销售业绩状况较好的品牌专柜面积较其他品牌大。截至报告期期末，公司商场专柜的平均实用面积约为80平方米。商场专柜面积较大，

铺货量和款式更多,单店销售收入更高;同时公司着力于提高商场专柜的单位面积效益。2010年公司商场专柜单店销售收入由2009年的750,197.59元增加到2010年的800,774.12元,增长了6.75%,2011年上半年商场专柜的单店销售收入达446,048.75元,已达2010年度的55.70%。

③加盟店分析

报告期内,公司对加盟店的单店批发收入和坪效比较稳定。2011年上半年对加盟店的单店批发收入和坪效未及2010年的一半,主要因为上半年公司对加盟商销售的货品是春夏季产品,单价较低,公司对加盟商销售主要集中在下半年的秋冬装。报告期内加盟专卖店的单店批发收入和坪效高于加盟商场专柜,主要在于报告期内加盟专卖店的数量比较稳定,经营较成熟。

5、主营业务收入的地区构成

地区	2011年1-6月		2010年		2009年		2008年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
华南区	8,386.69	24.50%	13,879.06	23.68%	11,183.29	23.52%	9,271.93	20.77%
华东区	4,799.46	14.02%	8,905.26	15.19%	7,291.52	15.34%	7,604.44	17.03%
西南区	8,169.78	23.86%	13,745.18	23.45%	11,160.79	23.47%	12,516.16	28.04%
华中区	4,932.25	14.41%	8,128.75	13.87%	6,892.24	14.50%	6,219.15	13.93%
华北区	3,916.10	11.44%	6,814.83	11.63%	5,655.06	11.89%	4,261.07	9.55%
东北区	3,109.00	9.08%	5,443.37	9.29%	3,851.29	8.10%	3,449.31	7.73%
西北区	924.58	2.70%	1,702.52	2.90%	1,513.36	3.18%	1,319.56	2.96%
合计	34,237.87	100.00%	58,618.96	100.00%	47,547.55	100.00%	44,641.62	100.00%

报告期内,公司在华南、西南、华东三大区的合计收入占比平均为63.22%,比重较高,主要原因是:①华南地区、华东地区的经济发展水平高,人口密集,居民消费能力强;西南地区经济发展迅速,居民消费能力较高;②该等区域的居民消费观念相对开放超前,公司的设计风格和品牌内涵易被广大消费者接受;③公司在该等区域的营销网点数较多,截至2011年6月末,公司在华南、西南、华东地区拥有的门店数分别为181家、158家、140家。此外,报告期内公司在华中、华北、东北、西北等其他地区的销售收入呈逐年增长态势,逐渐成为公司销售的重要增长点。

6、主营业务收入的季节性

季度	2010年度		2009年度		2008年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	16,290.67	27.79%	13,723.54	28.86%	13,823.25	30.96%

第二季度	11,245.60	19.18%	8,938.69	18.80%	8,463.01	18.96%
第三季度	13,749.79	23.46%	10,063.40	21.16%	9,469.76	21.21%
第四季度	17,332.91	29.57%	14,821.92	31.17%	12,885.59	28.86%
合计	58,618.96	100.00%	47,547.55	100.00%	44,641.62	100.00%

由于服装家纺行业的季节性特征，公司经营呈现季节性波动。每年的第一季度和第四季度是公司的销售旺季，加上秋冬装单价较高，故每年的11月至次年的2月销售收入占全年收入比重较大。

（二）营业毛利及毛利率分析

1、营业毛利分析

2008年、2009年、2010年和2011年1-6月，公司营业毛利分别为24,546.90万元、25,580.80万元、34,790.92万元和20,939.25万元，逐年稳步上升。公司营业毛利主要来自主营业务。

公司营业毛利稳步增长，主要在于公司报告期内的营业收入增幅超过营业成本增幅。报告期内公司营业收入情况详见本招股说明书本节“二、盈利能力分析

（一）营业收入分析”。营业成本情况如下：

项目	2011年1-6月		2010年度		2009年度		2008年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务成本	13,385.99	99.87%	23,874.91	99.96%	21,966.97	100.00%	20,094.72	100.00%
其他业务成本	17.38	0.13%	10.20	0.04%	-	-	-	-
合计	13,403.37	100.00%	23,885.11	100.00%	21,966.97	100.00%	20,094.72	100.00%

（1）主营业务毛利的品牌产品构成

品牌	2011年1-6月		2010年度		2009年度		2008年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
淑女屋女装	12,021.23	57.65%	21,536.21	61.99%	18,095.75	70.74%	18,081.09	73.66%
淑女屋床上用品	1,674.03	8.03%	2,516.15	7.24%	1,545.22	6.04%	1,424.80	5.80%
自然元素	6,641.02	31.85%	10,102.74	29.08%	5,535.04	21.64%	4,676.85	19.05%
FairyFair	278.80	1.34%	445.22	1.28%	357.42	1.40%	350.67	1.43%
小淑女与约翰	236.80	1.14%	143.73	0.41%	47.15	0.18%	13.50	0.05%
合计	20,851.88	100.00%	34,744.05	100.00%	25,580.58	100.00%	24,546.90	100.00%

公司主营业务毛利额逐年稳步上升，主要源于占公司收入比重最大的淑女屋女装毛利额的稳定增长以及自然元素和淑女屋床上用品毛利额的快速增长。

淑女屋女装作为公司旗舰品牌产品，对主营业务毛利的贡献最为显著。2008年、2009年、2010年及2011年1-6月，淑女屋女装实现的毛利额占公司主营业务毛

利总额的比重分别达73.66%、70.74%、61.99%和57.65%，是公司最主要的利润来源。

淑女屋床上用品在报告期内快速增长，毛利额由2008年的1,424.80万元增至2010年的2,516.15万元，年均复合增长率为32.89%，2011年1-6月毛利额为1,674.03万元，继续保持快速增长趋势，毛利额占比由2008年的5.80%上升至2011年1-6月的8.03%。

自然元素作为公司大力发展的品牌，报告期内快速增长，毛利额由2008年的4,676.85万元增至2010年的10,102.74万元，年均复合增长率达46.97%，2011年1-6月毛利额为6,641.02万元，达2010年的65.73%，增长趋势明显；毛利额占比由2008年的19.05%上升至2011年1-6月的31.85%，成为公司重要的盈利增长点。

公司各品牌产品的毛利逐年稳步增长，主要在于报告期内各品牌产品的销售收入增幅超过销售成本增幅。报告期内各品牌产品的销售收入详见本招股说明书本节“二、盈利能力分析（一）营业收入分析 2、主营业务收入的构成”；各品牌产品的销售成本情况如下：

品牌	2011年1-6月		2010年度		2009年度		2008年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
淑女屋女装	6,798.03	50.78%	13,265.92	55.56%	12,546.45	57.12%	12,365.36	61.54%
淑女屋床上用品	1,712.92	12.80%	3,165.16	13.26%	2,730.87	12.43%	2,472.69	12.31%
自然元素	4,404.85	32.91%	6,763.12	28.33%	6,290.55	28.64%	4,957.29	24.67%
FairyFair	252.76	1.89%	428.99	1.80%	234.05	1.07%	244.67	1.22%
小淑女与约翰	217.43	1.62%	251.73	1.05%	165.05	0.75%	54.70	0.27%
合计	13,385.99	100.00%	23,874.91	100.00%	21,966.97	100.00%	20,094.72	100.00%

报告期内，公司各品牌产品的销售成本均逐年增长，占主营业务成本的比重保持相对稳定。其中，淑女屋女装的主营业务成本占比逐年稳步下降，由2008年的61.54%降至2011年1-6月的50.78%；淑女屋床上用品的主营业务成本占比总体呈上升趋势，由2008年的12.31%升至2011年1-6月的12.80%；自然元素的主营业务成本占比则由2008年的24.67%上升至2011年1-6月的32.91%；FairyFair和小淑女与约翰的主营业务成本占比较小，且相对稳定。

公司各品牌产品销售成本主要受销量和单位成本影响。

品牌	2011年1-6月		2010年度		2009年度		2008年度	
	销量	单位	销量	单位	销量	单位	销量	单位

	（件/套）	成本（元）	（件/套）	成本（元）	（件/套）	成本（元）	（件/套）	成本（元）
淑女屋女装	911,821	74.55	1,822,303	72.80	1,699,309	73.83	1,777,418	69.57
淑女屋床上用品	111,268	153.95	227,568	139.09	195,012	140.04	168,158	147.05
自然元素	714,314	61.67	1,143,454	59.15	1,030,219	61.06	807,656	61.38
FairyFair	19,286	131.06	34,839	123.13	24,211	96.67	26,601	91.98
小淑女与约翰	31,813	68.35	31,486	79.95	19,849	83.16	5,522	99.06
合计	1,788,502	74.84	3,259,650	73.24	2,968,599	74.00	2,785,355	72.14

报告期内，公司各品牌产品的单位成本相对稳定，主要受产品生产规模效应影响，以及公司具有较强的成本控制能力。

（2）主营业务毛利的销售渠道构成

渠道	2011年1-6月		2010年度		2009年度		2008年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直营	19,192.89	92.04%	30,738.59	88.47%	22,726.79	88.84%	22,701.89	92.48%
加盟	1,658.99	7.96%	4,005.46	11.53%	2,853.79	11.16%	1,845.01	7.52%
合计	20,851.88	100.00%	34,744.05	100.00%	25,580.58	100.00%	24,546.90	100.00%

报告期内，直营渠道是公司利润的主要来源，占公司毛利总额的平均比例为90.46%。

2、主营业务毛利率分析

公司主营业务毛利率变动主要受产品单位售价和单位成本变动影响，主要情况如下表：

		单位：元/件（套）			
项目		2011年1-6月	2010年	2009年	2008年
单位售价变动	单位售价	191.43	179.83	160.17	160.27
	较上期增长金额	11.60	19.66	-0.10	-
	增长幅度	6.45%	12.27%	-0.06%	-
单位成本变动	单位成本	74.84	73.24	74.00	72.14
	较上期增长金额	1.6	-0.76	1.86	-
	增长幅度	2.18%	-1.03%	2.58%	-
毛利率变动	毛利率	60.90%	59.27%	53.80%	54.99%
	单位售价对毛利率的影响	2.46%	5.05%	-0.03%	-
	单位成本对毛利率的影响	-0.84%	0.42%	-1.16%	-
	毛利率总体变动影响	1.63%	5.47%	-1.19%	-

注：①单位售价变动对毛利率的影响系假设单位成本保持不变的情况下进行的测算：

售价变动对毛利率的影响=（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）

②单位成本变动对毛利率的影响系假设单位价格保持不变的情况下进行的测算：

成本变动对毛利率的影响= $(1-\text{本年度单位成本}/\text{本年度单位售价})-(1-\text{上年度单位成本}/\text{本年度单位售价})$

报告期内，公司主营业务毛利率均在53%以上，公司具备较强的盈利能力。2010年则较上年提高了5.47%，主要在于随着宏观经济环境转暖，国内服装家纺消费市场向好以及公司品牌提升等原因，公司提高了产品的统一零售价（吊牌价），促销活动减少，平均销售单价上升从而提高了公司产品毛利率水平。2009年公司主营业务毛利率较上年小幅减少1.19%，主要在于公司当期产量减少，规模效应降低，单位成本小幅上升。具体分析如下：

（1）产品定价对主营业务毛利率的影响

①公司产品的定价售价体系

从直营渠道的角度，公司产品定价售价体系包括：吊牌价、终端零售价、单位售价；从加盟渠道的角度，公司产品定价售价体系包括：吊牌价、批发价、单位售价。

吊牌价：吊牌价即为统一零售价。公司根据产品的生产成本、市场定位和品牌附加值确定吊牌价。公司产品从设计阶段开始就将成本构成作为各款产品的重要评审标准。各品牌各款产品设计制作样衣时对生产成本进行详细解构，确定面料、辅料以及加工费的金额和构成比例，根据公司不同品牌的市场定位和附加值确定吊牌价；各品牌同品类产品根据面辅料材质和设计工艺含量分为不同等级，并确定产品的价格区间。公司产品吊牌价与其生产成本保持一定的比例关系，产品的吊牌价根据生产成本的变化作相应调整，成本上升，则吊牌价相应提高；在生产成本保持稳定的前提下，根据市场销售反应情况，公司通过提高吊牌价提高产品的品牌附加值。

终端零售价：指直营店将产品销售给消费者的零售价格，其主要受公司促销折让政策的影响，即终端零售价=吊牌价 $\times$ （1-销售折让率），销售折让率越低，则折让力度越小，终端零售价越高。公司根据产品的年份和季度差异制定了促销折让政策。当年当季产品：货品产销率在85%以上的，终端零售价不低于吊牌价，产销率在60%以上的，终端零售价不低于吊牌价的7折；当年过季货品：产销率在85%以上的，终端零售价不低于吊牌价的7折，产销率60%以上的，终端零售

价不低于吊牌价的 6 折；上年货品：累计产销率在 85%以上的，终端零售价不低于吊牌价的 5 折，累计产销率 60%以上的，终端零售价不低于吊牌价的 4 折。公司制定了严格的促销活动审批权限，各品牌事业部和各营销子公司应严格遵循执行，超过此权限范围的须向公司总部申请批准后方可执行。

批发价：指公司将产品批发给加盟商的价格。公司对加盟商的批发价原则以吊牌价的 3.5 折为基准，部分货品高于 3.5 折，如皮衣、皮包、鞋和饰品等。

单位售价：指公司产品确认销售收入的价格，即结算价格：直营商场专柜的单位售价=终端零售价-商场提成-增值税销项税；直营专卖店的单位售价=终端零售价-增值税销项税；对加盟店的单位售价=批发价-增值税销项税。

②分渠道的产品定价售价情况

A、报告期内公司产品分直营和加盟渠道的加权平均吊牌价和单位售价情况如下：

单位：元/件（套）

项 目		2011 年 1-6 月	2010 年	2009 年	2008 年
直营 商场专柜	吊牌价	537.28	522.27	482.21	463.65
	终端零售价	325.46	304.01	263.38	262.65
	商场提成比例	30.91%	30.63%	29.06%	27.86%
	单位售价	192.20	180.24	159.70	161.94
直营 专卖店	吊牌价	503.18	533.48	478.37	466.26
	终端零售价	260.50	274.14	254.75	260.28
	单位售价	222.65	234.30	217.74	222.46
加盟店	吊牌价	497.28	505.68	483.22	418.65
	批发价	179.41	179.29	172.21	148.43
	单位售价	153.34	153.24	147.19	126.86

注：（a）直营商场专柜的单位售价=终端零售价×（1-商场提成比例）/（1+增值税率）；（b）直营专卖店的单位售价=终端零售价/（1+增值税率）；（c）对加盟店的单位售价=批发价/（1+增值税率）。

根据上表，在吊牌价方面：直营店的吊牌价通常高于加盟店，因为直营店铺货量大，款式多，品牌附加值高的产品比重较大。直营店的终端零售价方面：直营商场专柜的终端零售价一般高于直营专卖店，因为专卖店销售的货品中过季产品比重高些，促销折扣力度较大。批发价方面：公司对加盟店的批发价原则上以吊牌价的 3.5 折为准，因此对加盟商的批发价低于公司直营店的终端零售价。单位售价方面：直营店的单位售价高于公司对加盟商的单位售价；直营店专卖店的

单位售价高于直营商场专柜，主要因为商场专柜的终端零售价需扣减商场提成。

B、直营商场专柜的定价售价情况

在联销模式下，公司直营商场专柜的定价售价情况在吊牌价的基础上，主要受商场提成和促销折让销售的影响，具体分析如下：

商场提成：公司与商场的合作模式按联销合同约定的提成形式不同可分为按“比例分成”和“固定加比例分成”两类。在“比例分成”模式下，公司与商场在联销合同中直接约定双方结算的货款为公司在商场零售额的一个固定比例，又称为“扣点率”。结算时双方以商场零售额扣除该固定比例分成和增值税销项税后的净额确认公司的销售收入。“固定加比例分成”模式下，商场首先向企业要求一个固定金额的收入回报，双方会在联销合同上约定目标销售额，在公司店铺业绩达到或超过目标销售额时，按固定比例计算商场的收益；在公司未能达到目标销售额时，需要按目标销售额，依照之前的比例计算商场提成。通常，北京、上海、广州和深圳等一线城市商场的提成比例高于其他城市；知名商场或位于城市核心商圈的商场提成比例高于其他商场。2008年、2009年、2010年、2011年上半年，公司商场专柜加权平均的商场提成比例分别为27.86%、29.06%、30.63%、30.91%；公司商场专柜销售产品加权平均的单位售价分别为161.94元、159.70元、180.24元、192.20元，增长幅度高于商场提成比例的增长，确保了公司商场专柜销售业绩的增长。

促销活动：为吸引消费者，扩大销售，商场通常在节假日、店庆日或其他特定主题日举办商场整体的促销活动，公司根据联销合同的约定参加商场的促销活动，促销方式、促销期间和促销折让率根据各次活动的内容确定，同时公司根据合同约定缴纳一定金额的促销服务费。参加商场促销活动时，根据活动方式和销售折让率的不同，商场提成比例会作相应调整。公司自主开展促销活动时，促销方式、促销宣传等应遵守商场的有关规定。公司通常在元旦、春节、妇女节、母亲节、“五一”、“十一”、圣诞节等节庆日和公司周年庆、换季期间举办促销活动，同时依据公司当年的营销策略，根据货品的年份和季节，在商场举办特卖场销售。通过商场专柜开展促销活动，有利于公司增加产品的销售量和销售收入，也有利于公司过季货品的去库存化。同时公司根据营销经营策略控制商场专柜产品的促销折让比例以维护品牌的市场形象。2008年、2009年、2010年、2011年上半年，

公司商场专柜加权平均的终端零售价分别为 262.65 元、263.38 元、304.01 元、325.46 元，占吊牌价的比例分别为 56.65%、54.62%、58.21%、60.57%，公司直营商场专柜的终端零售价逐年提高，销售折扣率降低，产品定价能力增强。

③分品牌产品的定价售价情况

报告期内公司产品分品牌的加权平均吊牌价、单位售价如下：

单位：元/件（套）

项 目		2011 年 1-6 月	2010 年	2009 年	2008 年
淑女屋女装	吊牌价	562.28	542.96	529.40	492.37
	单位售价	206.39	190.98	180.32	171.30
淑女屋床上用品	吊牌价	813.96	735.41	595.65	577.80
	单位售价	304.40	249.65	219.27	231.78
自然元素	吊牌价	438.61	434.32	379.20	358.07
	单位售价	154.64	147.50	114.79	119.29
FairyFair	吊牌价	910.97	886.48	734.87	593.83
	单位售价	275.62	250.93	244.30	223.80
小淑女与约翰	吊牌价	381.78	398.38	365.42	261.37
	单位售价	142.78	125.60	106.91	123.51
合计	吊牌价	529.09	520.56	482.20	459.09
	单位售价	191.43	179.83	160.17	160.27

根据上表，在服装类产品中，FairyFair 因其定位于高端成熟女装，其吊牌价和单位售价最高；淑女屋女装定位于少淑女装，其吊牌价和单位售价低于 FairyFair；自然元素定位休闲女装，吊牌价和单位售价略低于淑女屋女装。小淑女与约翰作为童装，其吊牌价和单位售价通常低于女装。淑女屋床上用品由于其生产成本较高，吊牌价较高，且其销售折让率较低，单位售价通常较其他品牌产品高；报告期内，销售占比最高的淑女屋女装和自然元素的吊牌价和单位售价稳中有升，决定了公司产品价格的整体上升趋势。

报告期内，随着产品品牌附加值的不断提高，公司产品加权平均的吊牌价逐年提高，2008 年、2009 年、2010 年、2011 年上半年分别为 459.09 元、482.20 元、520.56 元、529.09 元，逐年增长了 5.04%、7.96%、1.64%。

报告期内，公司产品的单位售价稳步提高，2008 年、2009 年、2010 年、2011 年上半年分别为 160.27 元、160.17 元、179.83 元、191.43 元，2010 年比 2009 年增长了 12.28%，2011 年上半年比 2010 年增长了 6.45%，产品定价能力提高。

（2）产品单位售价对主营业务毛利率的影响

报告期内公司产品平均的单位售价稳步上升。从 2008 年的 160.27 元提高到 2010 年的 179.83 元，增长了 12.20%。

2010 年公司产品单位售价比 2009 年上升了 19.66 元，增长了 12.27%，带动当期毛利率增长了 5.05 个百分点。2010 年公司产品的单位售价提高主要得益于公司的品牌提升战略，体现在：

①研发设计机制的改善促进产品品牌附加值的提升

公司改善研发设计评审机制，建立科学、严格、规范的，以市场需求为导向的产品评审标准体系，在保持品牌文化内涵和经典风格的基础上，不断引进新的时尚元素，确保产品符合时尚流行趋势。以市场为导向、以顾客为着点，与时俱进，在保持适度原创设计同时，进行多元化的研发，有利于产品的市场销售；建立品牌设计模型，打造前后台无缝对接的高效协同系统，使产品研发流程通畅，信息对称，提高新产品研发效率。扩宽产品品类，服装类产品增加风衣、皮衣、裘皮、大衣等品类，床上用品增加贵族风系列产品，提升了产品的附加值。2010 年公司共推出 323 个产品系列合计 4,971 个款式，大量新品的推出增强了产品对消费者的吸引力，提升了品牌附加值。2010 年公司产品加权平均的吊牌价由 2009 年的 482.20 元提高至 520.56 元，增长了 7.96%。

②严格有效的产品促销营销策略

经过 2009 年货品销售的去库存化，2010 年公司规定了严格有效的产品销售促销策略。公司按货品的年度和季度差异制定品牌促销折让权限，各品牌事业部和各营销子公司严格遵循执行，超过此权限范围的一切促销形式须向总公司申请批准后方可执行。2010 年公司的促销打折活动减少，直营商场专柜的终端零售价由 2009 年的 263.38 元提高至 2010 年的 304.01 元，增长了 15.43%，直营专卖店的终端零售价由 2009 年的 254.75 元提高至 2010 年的 274.14 元，增长了 7.61%，维护并进一步提高了公司的品牌形象和产品附加值。

③各品牌产品的有效提价推动了公司产品单位售价的整体提升

2010 年公司产品单位售价的提高来源于各品牌产品的有效提价，具体如下表：

品牌	2010 年的单位售价	增幅	2009 年的单位售价
淑女屋女装	190.98	+5.91%	180.32
淑女屋床上用品	249.65	+13.86%	219.27
自然元素	147.50	+28.50%	114.79
FairyFair	250.93	+2.71%	244.30
小淑女与约翰	125.60	+17.48%	106.91
合计	179.83	+12.27%	160.17

2010 年淑女屋女装占公司销售收入的比例为 59.37%，单位售价由 2009 年的 180.32 元提高至 2010 年的 190.98 元，增长了 5.91%。淑女屋女装是公司的核心品牌，既保持经典，又推陈出新，深受大批忠实消费者的喜爱，使淑女屋女装呈现出了稳定的提价趋势。2010 年自然元素占公司销售收入的比例为 28.77%，单位售价由 2009 年的 114.79 元提高至 2010 年的 147.50 元，增长了 28.50%。自然元素是公司大力发展的品牌，其产品风格简约自然，拥有巨大的消费者群体，提价空间大。淑女屋床上用品 2010 年占公司销售收入的比例为 9.69%，单位售价较 2009 年增长了 13.86%，主要因为 2010 年的新产品中定价较高的贵族风系列增加。小淑女与约翰 2010 年的单位售价比 2009 年增长了 17.48%，FairyFair 增长了 2.71%。2010 年销售占比最大的淑女屋女装单位售价稳步提高，奠定了公司产品单位售价整体向上的趋势；销售占比仅次于淑女屋女装的自然元素增长迅速，单位售价提高幅度最大，淑女屋床上用品的销售占比和提价幅度次于自然元素，共同推动了公司产品单位售价的整体上升趋势。

④2010 年公司的提价策略顺应了行业的发展趋势

经过 2008 年至 2009 年的金融危机，2010 年宏观经济企稳，市场消费恢复快速增长，居民消费信心增强，包括本公司在内的国内服装家纺行业通过提价转移成本上涨压力，并借此提升品牌。根据中华全国商业信息中心统计数据，2010 年全国重点大型零售企业品牌类服装的价格呈现持续上涨的态势，并且价格上涨对零售额增长的贡献一直占较大的比重，2010 年前三季度，全国重点大型零售企业品牌服装价格同比增长了 11.24%。因此，公司的产品售价提升幅度与行业发展趋势一致。

（3）产品单位成本变化对主营业务毛利率的影响

报告期内，公司产品的单位成本较为稳定，2008 年、2009 年、2010 年、2011

年上半年分别为 72.14 元、74.00 元、73.24 元、74.84 元。单位成本主要受产品工艺、不同季产品销售比重、原材料成本、产销规模的影响。

2010 年产品单位成本比 2009 年下降了 0.76 元，下降了 1.03%，使得 2010 年毛利率比 2009 年增长了 0.42%。2010 年公司产品单位成本比 2009 年略微下降的原因主要在于：

①2010 年公司改善了研发设计机制，强化成本在产品的设计评审中的分量，删繁就简，减少产品款式设计的复杂性，简化工艺，有利于降低成本；②由于 2009 年产品生产中春夏装较少，2010 年为补充春夏装的铺货量，增加了当年春夏装的产量，春夏装销售比重提高，单位成本有所降低；③2010 年公司产量增幅较大，单位产品分摊的固定成本减小，单件生产成本降低；④公司的供应链管理能力进一步增强，与外协厂商的合作日趋成熟，有助于降低成本。

报告期内，公司产品单位成本保持基本稳定，主要原因是：①公司产品生产的规模效应；②公司具有较强的成本控制能力。公司制定了完善的采购管理制度，根据生产计划分批次采购原材料，每种原材料一般要求三家以上的供应商报价，公司分析报价，在采购合同中约定价格调整条款，制作价格差异分析表；巩固与主要供应商的战略合作关系，在保证及时优质供应原材料的同时，通过扩大批次采购规模以获得优惠的采购价格。产品成本构成从设计环节开始严格把控，各款设计产品须详尽分析成本构成，成本构成是设计产品能否推向市场的重要评审标准；此外发行人通过优化生产工艺流程降低单位产品用料成本。

(3) 主营业务毛利率分品牌产品分析

品牌	2011 年 1-6 月			2010 年			2009 年			2008 年		
	单位 售价	单位 成本	毛利率	单位 售价	单位 成本	毛利率	单位 售价	单位 成本	毛利率	单位 售价	单位 成本	毛利率
淑女屋女装	206.39	74.55	63.88%	190.98	72.80	61.88%	180.32	73.83	59.05%	171.30	69.57	59.39%
淑女屋床上用品	304.40	153.95	49.43%	249.65	139.09	44.29%	219.27	140.04	36.14%	231.78	147.05	36.56%
自然元素	154.64	61.67	60.12%	147.50	59.15	59.90%	114.79	61.06	46.81%	119.29	61.38	48.54%
FairyFair	275.62	131.06	52.45%	250.93	123.13	50.93%	244.30	96.67	60.43%	223.80	91.98	58.90%
小淑女与约翰	142.78	68.35	52.13%	125.60	79.95	36.34%	106.91	83.16	22.22%	123.51	99.06	19.79%
合计	191.43	74.84	60.90%	179.83	73.24	59.27%	160.17	74.00	53.80%	160.27	72.14	54.99%

2010年公司各品牌产品销售单价较前两年有较大增长，主要在于公司调高了

各品牌当期新产品的吊牌价,同时适当减少促销打折活动,进一步提升了产品的品牌附加值。2009年和2008年产品的平均单位售价比较稳定,2009年部分品牌产品的单位售价略有下降主要是促销打折活动较多。

2011年1-6月公司各品牌产品售价继续保持上升趋势,主要系产品吊牌价有所提高,销售折让率进一步降低。

公司各品牌由于市场定位、设计及工艺附加值、产销量规模等不同,从而毛利率水平有所差异。

淑女屋女装的毛利率较高主要是淑女屋女装品牌定位于流行时尚少淑女装,已具有较高的市场认知度和广泛忠诚的消费者群体,产品吊牌价较高,且产品的产销量大,规模效应明显,单位成本较低。报告期内,收入占比最大的淑女屋女装的平均毛利率维持在61.05%,确保了公司主营业务毛利率维持在较高的水平。2010年淑女屋女装的毛利率由2008年的59.05%提高至61.88%,主要由单位售价提高所致。2008年、2009年、2010年淑女屋女装的单位售价分别为171.30元、180.32元、190.98元,逐年增长了5.27%、5.93%、8.07%。2010年淑女屋女装的单位成本较2009年降低,主要因为2010年淑女屋女装的产销规模较大,且单位成本较低的春夏装比重提高。2011年上半年,淑女屋女装的单位售价由2010年的190.98元提高206.39元,增长了8.07%,带动毛利率提高至63.88%。

淑女屋床上用品的市场认知度不断提高,吊牌价相应提高,产销量增加,单位成本因规模效应下降。报告期内,淑女屋床上用品的毛利率提高较快,毛利率由2009年的36.14%提高至2010年的44.29%,主要是由单位售价提高所致。2008年、2009年、2010年,淑女屋床上用品的单位售价分别为231.78元、219.27元、249.65元,2010年比2009年增长了13.86%。由于新产品中贵族风等定价较高的产品系列比重提高,因此淑女屋床上用品2010年售价增长幅度较大。报告期内淑女屋床上用品的单位成本比较稳定,2010年由于产销规模大,单位成本略有降低。2011年上半年淑女屋床上用品的单位售价由2010年的249.65元提高至304.40元,增长了21.93%,带动毛利率提高至49.43%。

自然元素品牌的毛利率上升,2010年和2011年1-6月的毛利率仅次于淑女屋女装,主要在于其定位于休闲女装,消费群体受众面广。同时,因其风格简约,

用料和工艺相对简单，加之报告期内产品产销量规模大且增长迅速，规模效应显现，单位成本较公司其他品牌低。报告期内，自然元素的毛利率逐年上升，由2008年的48.54%上升到2010年的59.90%。报告期内自然元素的单位成本较为稳定，其毛利率上升主要是单位售价提高所致。2008年、2009年、2010年自然元素的单位售价分别为119.29元、114.79元、147.50元，2010年比2008年增长了23.65%，主要因为公司对自然元素实行了有效的品牌提升策略，产品吊牌价提高，销售折让率降低，单位售价有效提高，同时由于2010年自然元素产销量增加较大，且设计工艺简化，因此单位成本有所降低。2011年上半年自然元素的单位售价由2010年的147.50元提高至154.64元，增长了4.84%，带动毛利率提高至60.12%。

FairyFair品牌主要定位于高端成熟女装，目标消费者是消费能力较高的城市白领、成熟女性，吊牌价较高。同时，由于FairyFair品牌产品多采用高档精致、成本较高的原材料，报告期内产销量规模小，规模效应尚未显现，单位成本仍较高。2010年“FairyFair”毛利率有所下降，主要在于当期新产品较多地采用了真丝等价格较高的原材料，产品生产成本上升，2011年1-6月随着单位售价的提高，毛利率略有提高。

小淑女与约翰品牌定位于高端童装，因其产销量小，规模效应尚未显现，单位成本较高，毛利率较其他品牌低。2011年1-6月，公司进一步发挥小淑女与约翰与淑女屋女装风格相近的协同优势，设计服装时充分考虑利用淑女屋女装的面辅料和产量规模，协同生产，降低单位成本；同时小淑女与约翰品牌知名度的不断提高，及其风格款式符合市场需求，2011年上半年量价齐升，带动毛利率亦快速上升。

（4）主营业务毛利率分销售渠道分析

渠道	2011年1-6月		2010年度		2009年度		2008年度	
	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比
直营商场专柜	60.63%	78.17%	59.42%	78.82%	54.01%	83.15%	55.19%	87.39%
直营专卖店	65.87%	13.15%	65.04%	8.61%	58.89%	4.90%	58.84%	4.45%
加盟店	55.84%	8.68%	54.36%	12.57%	50.24%	11.95%	50.68%	8.16%
合计	60.90%	100.00%	59.27%	100.00%	53.80%	100.00%	54.99%	100.00%

注：加盟店的毛利率系公司对加盟商批发销售产品的毛利率；销售占比指销售收入的占比。

报告期内直营渠道的毛利率高于加盟渠道，主要因为公司以批发价向加盟商销售产品，而直营店以零售价对消费者销售。直营店中专卖店的毛利率高于商场专柜的毛利率，主要因为商场专柜确认收入时要扣除商场提成。

2010年公司主营业务毛利率较上年增加5.47%，其中，直营渠道毛利率增加5.69%，加盟渠道毛利率增加4.12%。直营渠道毛利率增幅较高的原因系公司2010年执行品牌提升战略，减少促销活动。

2009年公司主营业务毛利率较上年略有下降，且直营渠道和加盟渠道的毛利率均有下降，主要原因是公司2009年单位成本略有上升。

3、主营业务毛利率的敏感性分析

主营业务毛利率主要受产品单位售价与单位成本的影响。现假定其他条件不变的情况下，公司单位售价、单位成本、原材料费用、直接人工费分别提高1%时，对公司主营业务毛利率的影响程度如下：

项目	2011年1-6月	2010年度	2009年度	2008年度
单位售价提升1%时主营业务毛利率的变动程度	0.39%	0.40%	0.46%	0.44%
单位成本提升1%时主营业务毛利率的变动程度	-0.39%	-0.41%	-0.46%	-0.45%
原材料费用提升1%时主营业务毛利率的变动程度	-0.18%	-0.19%	-0.25%	-0.24%
直接人工费提升1%时主营业务毛利率的变动程度	-0.07%	-0.05%	-0.08%	-0.09%

4、主营业务毛利率与同行业上市公司比较

报告期内公司主营业务毛利率与部分同行业上市公司的对比如下：

主营业务毛利率				
项目	2011年1-6月	2010年	2009年	2008年
报喜鸟	54.63%	54.30%	51.50%	49.74%
美邦服饰	47.09%	45.38%	44.41%	45.50%
凯撒股份	60.37%	48.68%	45.66%	40.47%
宝姿	81.64%	79.14%	81.59%	76.72%
安莉芳	81.46%	80.46%	80.03%	78.60%
平均	65.04%	61.59%	60.64%	58.21%
本公司	60.90%	59.27%	53.80%	54.99%

与对比同行业上市公司相比，公司的主营业务毛利率处于行业平均水平，且与行业变动趋势相一致。报告期内，公司的主营业务毛利率由2008年的54.99%

提高至 2010 年的 59.27%，增加了 4.28 个百分点；同行业上市公司 2010 年的平均毛利率比 2008 年增加了 3.38 个百分点；其中：报喜鸟 2010 年比 2008 年增加了 4.56 个百分点；凯撒股份 2010 年比 2008 年增加了 8.21 个百分点。2011 年上半年，公司的毛利率由 2010 年的 59.27% 上升到 60.90%，增加了 1.63 个百分点，对比同行业上市公司增加了 3.45 个百分点，其中凯撒股份增加了 11.69 个百分点。

2008 年、2009 年、2010 年和 2011 年 1-6 月公司主营业务毛利率分别为 54.99%、53.80%、59.27%、60.90%。不同公司主营业务毛利率存在差异主要在于品牌定位、目标市场、直营占比等方面存在差异。一般而言，女装品牌的毛利率通常高于其他种类服装的毛利率；直营比重较高的企业，毛利率也较高。公司主营业务毛利率与同行业可比上市公司不同主要在于品牌定位、直营渠道收入占比等方面存在差异。

公司主营业务毛利率高于部分同行业公司，主要原因是：①作为知名品牌时装家纺企业，公司的品牌附加值高，产品的设计工艺含量高，尤其是公司的旗舰品牌“淑女屋”，经过近二十年的品牌运营，具有较高的市场知名度和美誉度；②公司以直营为主，渠道的附加值高，营销网点尤其是直营店多位于经济较发达城市的核心商圈，面向的消费群体消费能力较强，销售单价较高。

公司主营业务毛利率低于部分同行业可比上市公司主要因为对比公司的品牌定位高端，且直营渠道收入占比大于或与本公司相近。

直营毛利率高，销售费用率也较高，呈现出高毛利率高销售费用率的特点。综合考虑主营业务毛利率与销售费用率，则公司与同行业上市公司的比较如下：

主营业务毛利率扣减销售费用率			
项 目	2010 年	2009 年	2008 年
报喜鸟	37.78%	33.85%	31.73%
美邦服饰	18.87%	16.61%	24.41%
凯撒股份	29.60%	28.12%	24.28%
宝姿	36.88%	39.35%	35.49%
安莉芳	22.19%	24.69%	20.63%
平均	29.06%	28.52%	27.31%
本公司	28.82%	24.57%	26.86%

主营业务毛利率扣除销售费用率后，公司与同行业可比上市公司处于同一波

动区间内。

5、影响公司盈利能力稳定性和连续性的主要因素

（1）市场消费潜力

伴随着我国居民消费能力的持续增长和国家产业政策的支持，公司所处服装家纺业国内市场消费潜力巨大。服装服饰是我国城市女性消费的重要组成部分，我国女装市场已进入细分化阶段，不同年龄层次的消费者在不同场合的着装需求各不相同，少淑女装、休闲女装、成熟女装的消费受众群体广泛。相比女装，我国童装市场处于起步阶段，行业企业较少，童装市场增长空间大。床上用品在更新需求、乔迁购买、婚庆消费等因素拉动下，未来仍将保持高速增长。

（2）品牌运营

公司始终将品牌运营放在重心地位，经过近二十年的品牌自主长效运营，树立了流行时尚品牌形象，确立了市场先发优势。公司拥有以“淑女屋”为旗舰品牌，“自然元素”、“FairyFair”、“小淑女与约翰”多层次发展的多品牌矩阵。未来公司形成既有独立品牌优势又有集合效应的品牌矩阵，在已进入细分市场上取得领先的竞争地位。“淑女屋”品牌将着力进一步提升品牌形象，增强市场定价权；“自然元素”树立大众休闲品牌形象，扩大消费群体；“FairyFair”和“小淑女与约翰”将着重树立高端品牌形象，提高品牌的综合价值。

（3）渠道建设

公司坚持以直营为主的销售模式，维持和提高渠道附加值，增强对渠道的控制力；同时积极发展加盟商，增加加盟店数。公司将持续扩建营销网络，减少市场销售空白点，着力提高销售终端的坪效。

（4）设计创新

公司坚持以设计为先导，增加产品系列和款式数量，缩短设计周期，坚持品牌内涵和市场潮流趋势的统一，增加消费者的产品选择空间，提高公司品牌产品对消费者的吸引力。

（5）本次募集资金投资项目建设

本次募集资金将投向营销渠道扩建、大浪服装家纺生产基地建设、信息系统

技改等三个项目。通过募集资金投资项目建设，将较大幅度增加公司直营销售终端的数量，直接促进产品销售量和销售金额的提高；适当扩大公司自主产能，确保和提高公司产品的质量和附加值，缩短产品设计和投向市场的周期，提升公司品牌的市场影响力，增强盈利能力，巩固公司品牌的市场竞争地位。

（三）期间费用

项目	2011年1-6月	2010年度	2009年度	2008年度
销售费用	10,296.08	17,865.73	13,902.66	12,557.19
管理费用	5,107.32	8,197.13	5,841.45	4,697.50
财务费用	238.77	468.18	306.36	416.35
合计	15,642.17	26,531.03	20,050.47	17,671.03

报告期内，公司期间费用随着经营规模的增长而增加，且以销售费用为主，主要在于公司的销售渠道以直营为主。

1、销售费用

（1）销售费用随着随着销售收入和终端门店的扩大同步增长

报告期内，公司的销售费用及占营业收入的比例如下：

项目	2011年1-6月	2010年度	2009年度	2008年度
销售费用	10,296.08	17,865.73	13,902.66	12,557.19
占营业收入比例	29.98%	30.45%	29.24%	28.13%

报告期内销售费用随着公司销售收入和销售终端规模扩大而同步增长。2008年、2009年、2010年、2011年上半年公司销售费用占当期营业收入的比例稳定，分别为28.13%、29.24%、30.45%、29.98%。

公司的销售费用主要体现为直营渠道的费用，报告期内公司销售费用与直营店数的变动情况如下：

项目	2011年1-6月	2010年度	2009年度	2008年度
销售费用	10,296.08	17,865.73	13,902.66	12,557.19
直营店数（个）	671	642	571	497
店均销售费用（万元/个）	15.34	27.83	24.35	25.27

随着公司规模扩大，终端销售门店增加，销售费用亦相应增长，报告期内公司直营终端销售店铺平均销售费用稳定。

（2）销售费用增加主要体现在员工薪酬、商场费用、租赁费和装修费等方面

报告期内，公司销售费用主要包括销售人员薪酬、装修费用、商场费用、租赁费等，主要情况如下表：

项目	2011年1-6月	2010年度	2009年度	2008年度
员工薪酬	4,779.33	7,876.72	6,626.92	5,977.91
装修费	693.02	2,857.72	2,251.43	1,491.18
商场费用	1,790.86	2,805.94	2,071.89	2,390.97
租赁费	1,515.54	2,130.16	1,338.21	1,143.68

员工薪酬系指公司销售人员的薪酬，是公司销售费用最主要的构成部分。2008年度、2009年度、2010年度、2011年上半年员工薪酬分别为5,977.91万元、6,626.92万元、7,876.72万元、4,779.33万元。2010年度、2009年度分别较上一年增长了10.86%、18.86%，2011年上半年达2010年的60.68%。公司采取以直营为主的销售模式，直营店数从2008年末的497家增至2011年6月末的671家，销售人员随着直营店数的增加同步增加，2011年6月末公司的市场销售人员数达2,626人。公司十分重视销售人员的薪酬福利水平，依据公司的销售业绩增长情况提高员工的薪酬待遇，增强了员工的工作积极性和企业归属感。

商场费用系指公司商场专柜的费用，主要包括商场的管理费、促销费、物料费、手续费等，基本情况如下表：

项 目	2011年1-6月	2010年度	2009年度	2008年度
商场费用-管理费	959.15	1,523.45	1,203.45	1,093.23
商场费用-促销费	349.33	607.23	332.08	627.83
商场费用-物料费	181.46	272.16	203.01	281.17
商场费用-手续费	180.12	195.77	127.55	128.12
商场费用-其他	120.80	207.33	205.80	260.62
合计	1,790.86	2,805.94	2,071.89	2,390.97

2008年度、2009年度、2010年度、2011年上半年的商场费用分别为2,390.97万元、2,071.89万元、2,805.94万元、1,790.86万元。

商场费用2009年比2008年减少了319.08万元，主要是当年促销费减少了295.75万元。促销费指公司参加商场在传统节庆日、商场店庆日、特殊主题营销日等举办的促销营销活动时承担的费用。2009年由于金融危机，国内消费增速减缓，商场为了促进销售，在促销费上向公司作了部分让利。

商场费用2010年度比2009年增加了734.05万，主要是由于促销费比2009年增加了275.15万元；商场管理费增加了320万元，由于公司直营商场专柜增多，商场物业管理费和水电费增加。

物料费系指商场向公司提供价签、挂牌和办公用品等的费用，手续费主要指根据联销合同约定公司应承担的顾客刷卡消费的部分手续费；其他商场费用主要包括专柜入场费、通讯费、人员培训费等。报告期内该等费用随着商场专柜规模的扩大同步增长。

租赁费主要指公司直营专卖店的店铺租赁费，报告期内公司的租赁费随着租赁专卖店数的增加而增长。2008年末、2009年末、2010年末、2011年6月末公司的专卖店数分别为24家、44家、65家、71家，对应的租赁费分别为1,143.68万元、1,338.21万元、2,130.16万元、1,515.54万元。报告期内租赁费的增长幅度小于专卖店数的增长幅度，主要在于每年新增专卖店的开业时间分布于不同月份，且多集中于下半年，当年新开专卖店当年平均租赁期小于一年。

装修费用主要包括公司新开直营店的装修费用、旧店的翻新装修费用。近几年，由于公司门店装修标准提高和物价上涨因素，公司装修费用支出有所增加。2009年装修费用较2008年增长幅度较大，主要是因为当年公司新增直营店较多，装修支出增多。

（3）销售费用率与同行业上市公司的对比

报告期内部分同行业上市公司销售费用率水平和变动趋势如下：

公司名称	2010 年	2009 年	2008 年
报喜鸟	16.52%	17.65%	18.01%
美邦服饰	26.51%	27.80%	21.09%
凯撒股份	19.08%	17.54%	16.19%
宝姿	42.26%	42.24%	41.23%
安莉芳	58.27%	55.34%	57.97%
平均	32.53%	32.11%	30.90%
本公司	30.45%	29.24%	28.13%

报告期内本公司的销售费用率稳定在30%左右，处于选取样本企业的平均水平，变动趋势符合行业的发展趋势。公司的销售费用率高于美邦服饰、报喜鸟、凯撒股份等公司，2010年该等公司的平均销售费用率为20.70%，低于本公司的30.48%，主要是因为本公司以直营店为主，市场销售人员多，薪酬支出高，商场费用、租赁费以及门店装修费支出较多；如2010年公司直营收入占比为87.43%，同期美邦服饰、凯撒股份的直营收入占比分别为42.17%、54.75%，均低于本公司。公司的销售费用率低于宝姿、安莉芳，主要因为该等公司门店基本为直营店，直

营业收入比高，且直营店中专卖店的数量多，租金高，销售费用支出多。

2、管理费用

报告期内，公司的管理费用金额及占比情况如下：

项目	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
管理费用	5,107.32	8,197.13	5,841.45	4,697.50
占营业收入比例	14.87%	13.97%	12.28%	10.52%

公司管理费用主要包括行政管理人员薪酬、研发费、折旧费、办公费、交通差旅费、租赁费等，主要情况如下表：

项目	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
员工薪酬	2,849.07	4,811.08	3,469.44	2,581.25
研发费	493.49	843.83	498.72	325.94
折旧费	238.41	383.62	295.79	225.61
办公费	327.82	370.05	299.40	321.74
交通差旅费	181.37	289.81	185.28	190.48
租赁费	182.38	254.73	195.97	187.43

公司管理费用的主要构成项目是行政管理人员薪酬。报告期内，行政管理人员薪酬逐年增长，主要在于随着业务规模扩大，行政管理人员增加，且公司提高了行政管理人员的薪酬待遇。

研发费用逐年增加，主要因为公司增加了研发设计投入，提高了研发设计人员的薪酬待遇。

折旧费逐年增加，主要因为公司购置的物业、设备等固定资产增加。

租赁费逐年增加，主要因为公司增设了营销区域办公场所，且部分地区的租金上升。

办公费和差旅费随着业务规模扩大而增加。

3、财务费用

报告期内，公司财务费用主要为银行借款利息。其中，2009年财务费用小幅下降，主要是当期公司利息收入增加；2010年财务费用较上年增加，主要是当期公司增加了银行借款。

（四）营业外收支

项目	2011年1-6月	2010年度	2009年度	2008年度
营业外收入	52.40	63.93	282.18	267.02
营业外支出	9.82	40.79	13.50	159.07

公司营业外收入主要为政府补助收入；营业外支出主要为公益救济性捐赠及非流动资产处置损失。

（五）所得税费用

项目	2011年1-6月	2010年度	2009年度	2008年度
利润总额	4,731.85	7,825.67	5,144.31	6,570.80
所得税费用	1,305.20	1,748.38	961.16	754.37
其中：本期所得税费用	1,335.49	1,563.96	1,253.18	1,328.25
递延所得税费用	-30.29	184.42	-292.01	-573.88

公司所得税费用受本期所得税费用和递延所得税费用的影响。

报告期内，公司本期所得税费用变动主要源于利润总额增长和企业所得税率调整。本公司及深圳地区子公司在2008年、2009年、2010年适用的企业所得税率分别为18%、20%、22%，其他地区子公司适用的企业所得税率均为25%，从而公司综合所得税税率低于25%。关于公司适用的所得税税率详见本招股说明书“第十一节 财务会计信息 五、适用税率及享受的主要财政税收优惠政策（一）所得税”。

公司递延所得税费用受递延所得税资产变动的影响，详见本招股说明书本节之“一、财务状况分析（一）资产构成及减值准备提取情况 3、非流动资产构成及变化分析（3）递延所得税资产”。

（六）经营成果变动情况及变动趋势分析

1、报告期内的经营成果变动分析

报告期内，公司经营成果变动情况如下所示：

项目	2011年1-6月	2010年度		2009年度		2008年度
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	34,342.62	58,676.03	23.39%	47,552.77	6.52%	44,641.62
营业毛利	20,939.25	34,790.92	35.98%	25,585.80	4.23%	24,546.90
营业利润	4,689.27	7,802.53	60.03%	4,875.62	-24.56%	6,462.86

利润总额	4,731.85	7,825.67	52.12%	5,144.31	-21.71%	6,570.80
净利润	3,426.65	6,077.28	45.28%	4,183.14	-28.08%	5,816.43

报告期内，影响公司净利润的主要因素如下：

(1) 公司营业收入逐年稳步增长。报告期内公司的营销网点和产品销售量、销售单价稳步提高。

(2) 公司营业毛利呈逐年上升趋势。主要因为在营业收入逐步增长的同时，综合毛利率稳中有升，2010 年通过提高产品销售单价，公司综合毛利率提高至 59.29%。

(3) 公司营业利润、利润总额和净利润在 2009 年较 2008 年下降，主要因为当期期间费用增幅超过营业毛利增幅。公司营业利润、利润总额和净利润在 2010 年大幅上升，主要因为 2010 年公司产品销售量和销售单价同步提高，且公司营业毛利增幅超过了期间费用增幅。

2、经营成果变动未来趋势分析

报告期内，公司具有较高的主营业务综合毛利率，盈利水平高，市场竞争能力强。

通过本次募集资金投资项目建设，将增加公司直营销售终端数量，适当扩大公司自主产能，改善信息化管理，提高供应链整合能力，提升公司品牌的市场影响力和市场竞争力，公司具有较强的持续盈利能力。

三、现金流状况分析

项目	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
经营活动产生的现金流量净额	1,881.07	2,036.24	3,661.60	1,639.85
投资活动产生的现金流量净额	-3,601.54	-1,368.71	-5,391.17	-1,750.25
筹资活动产生的现金流量净额	-532.25	161.20	6,387.02	5,381.51
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-0.02
现金及现金等价物净增加额	-2,252.73	828.72	4,657.45	5,271.09

(一) 经营活动产生的现金流量分析

1、经营活动产生的现金流量分析

项目	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	37,862.73	66,420.37	54,651.75	49,388.92

收到的税费返还	-	-	-	-
收到的其他与经营活动有关的现金	483.79	951.03	1,932.13	656.74
经营活动现金流入小计	38,346.52	67,371.40	56,583.88	50,045.67
购买商品、接受劳务支付的现金	13,581.74	30,460.02	20,082.89	20,403.18
支付给职工以及为职工支付的现金	10,133.70	17,002.00	14,214.88	12,257.63
支付的各项税费	6,858.85	8,028.97	7,114.43	6,893.39
支付的其他与经营活动有关的现金	5,891.16	9,844.17	11,510.08	8,851.61
经营活动现金流出小计	36,465.45	65,335.16	52,922.28	48,405.82
经营活动产生的现金流量净额	1,881.07	2,036.24	3,661.60	1,639.85

公司经营活动现金流入及流出随着业务规模扩大呈逐年增长趋势。

2010 年经营活动产生的现金流量净额较上期减少，主要原因是：当期营销网点增多，销售规模扩大，产量增加，支付的原材料采购款和外协加工费增加；公司员工人数增加以及薪酬待遇提高，支付给职工以及为职工支付的现金增加。

2009 年经营活动产生的现金流量净额较上期增加，主要在于当期公司商品销售收到的现金稳定增长。

2、经营活动产生的现金流量净额分析

项目	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
经营活动产生的现金流量净额	1,881.07	2,036.24	3,661.60	1,639.85
净利润	3,426.65	6,077.28	4,183.14	5,816.43
经营活动产生的现金流量净额与净利润差异	-1,545.58	-4,041.04	-521.54	-4,176.58

公司盈利能力较强，应收款项回款及时，2008 年至 2011 年上半年各期销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入比分别为 1.11、1.15、1.13 和 1.10，经营活动的现金流入随着销售收入的增长呈持续上升趋势，因此报告期内公司经营活动产生的现金流量净额低于净利润的主要原因在于存货的增加和应付项目付款较多所致，具体分析如下：

项 目	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
净利润	3,426.65	6,077.28	4,183.14	5,816.43
存货增加占用的现金（减少以“-”填列）	-4,209.65	7,073.57	-159.87	-2,228.31
经营性应收项目增加占用的现金（减少以“-”填列）	1,207.14	-444.48	828.41	-849.79
经营性应付项目减少占用的现金（减少以“-”填列）	5,298.33	-1,172.48	913.95	7,817.36

2011 年 1-6 月公司经营活动产生的现金流量净额比净利润少 1,638.11 万元，

主要在于销售表现良好，库存商品减少，存货下降导致现金流入增加 4,209.65 万元；同时，经营性应收项目增加导致现金流出增加 1,207.14 万元，经营性应付项目减少导致现金流出增加 5,298.33 万元。

2010 年公司经营活动现金净流量净额较当期净利润少 4,041.05 万元，主要在于公司销售规模进一步扩大，门店铺货量增加，存货余额较上年增加导致现金流出增加 7,073.57 万元；同时公司增加采购和生产，经营应付项目增加导致现金流出减少 1,172.48 万元；

2009 年公司经营活动现金净流量净额较当期净利润少 521.54 万元，主要原因系公司经营性应收项目增加以及公司归还供应商货款而经营性应付项目减少导致的现金流出。

2008 年公司经营活动现金净流量净额较当期净利润少 4,176.58 万元，主要原因系 2008 年金融危机后，纺织企业经营资金开始紧张，公司的供应商加大了回款力度，公司经营性应付项目减少导致现金流出增加 7,817.36 万元；公司根据对宏观经济形势的判断，减少当年产量，存货余额减少 2,228.31 万元。

(二) 投资活动产生的现金流量分析

报告期内，投资活动现金流量净额均为负数。公司处于稳定发展阶段，为适应公司业务规模发展需要及营销网点的建设，公司在报告期内购置了机器设备及房产等固定资产。

2011 年 1-6 月公司投资活动现金流量净额为 -3,601.54 万元，主要是公司当期在武汉购置商铺，预付购房款 3,382.64 万元所致。

2010 年公司投资活动现金流量净额 -1,368.71 万元，主要是公司当期在北京购置办公用房产，共支付购房款 710 万元，以及本期支付上期购买的上海、广州、成都、武汉四处房产余款 216.76 万元。

2009 年公司投资活动现金流量净额 -5,391 万元，同比增幅较大，主要在于：公司购置了位于深圳宝安区大浪街道服装产业集聚基地的土地作为本次募集资金投向大浪服装家纺生产基地建设项目的用地，共支付土地款项 1,563.73 万元；公司购买位于上海、广州、成都、武汉等城市的办公用房产，共预付购房款

3,133.71 万元。

2008 年公司投资活动现金流量净额-1,750.25 万元，主要是支付 2007 年公司收购淑女屋服饰和本图投资的余款 1,329 万元。

（三）筹资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司筹资活动现金流量净额主要来自银行借款及股东增资。2008 年、2009 年、2010 年和 2011 年 1-6 月公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 5,381.51 万元、6,387.02 万元、161.20 万元和-532.25 万元。2010 年筹资活动现金流量净额较上年大幅减少，主要原因是：①2009 年下半年公司银行借款部分于 2010 年到期，2010 年偿还债务所支付的现金增加；②当期发放股利款共计 1,231.95 万元。

2011 年 1-6 月公司筹资活动产生的现金流量净额为-532.25 万元，主要原因系偿还银行贷款及支付股利款 1,589.94 万元所致。

四、资本性支出分析

（一）报告期内重大资本性支出

重大资本性支出项目	金额(元)	支出时间
1、购买土地使用权证编号为深房地字第 5000384735 号的深圳宝安区大浪街道服装产业基地 A844-0875 地块	9,043,255.00	2009 年 5 月支付 8,775,600 元；2009 年 7 月支付 267,655 元。
2、购买土地使用权证编号为深房地字第 5000405378 号的深圳宝安区大浪街道服装产业基地 A844-0876 地块	6,594,066.45	2009 年 7 月支付 6,398,900 元；2009 年 11 月支付 195,166.45 元。
无形资产支出合计	15,637,321.45	
1、购买产权证编号为粤房地权证穗字第 0120126402 号的广州黄埔大道西 76 号 1310 房	3,150,597.00	2009 年 11 月 3 日支付 2,957,749 元；2009 年 11 月 3 日支付 200,000 元；2010 年 10 月 12 日银行借款支付 3,130,000.00 元。
2、购买产权证编号为粤房地权证穗字第 0120126404 号的广州黄埔大道西 76 号 1311 房	3,137,152.00	
3、购买产权证编号为沪房地闵字（2010）第 011346 号的上海浦申路 1888 号 2 层 204 室	5,362,319.00	2009 年 8 月 5 日支付 10,000,000 元；2009 年 11 月 4 日支付 10,648,429 元。
4、购买产权证编号为沪房地闵字（2010）第 011344 号的上海浦申路 1888 号 2 层 203 室	4,357,269.00	
5、购买产权证编号为沪房地闵字（2010）第	6,327,065.00	

011343 号的上海浦申路 1888 号 2 层 201 室		
6、购买产权证编号为沪房地闵字（2010）第 011340 号的上海浦申路 1888 号 2 层 202 室	4,601,776.00	
7、购买商品房产预售许可证号为 5747 的成都青羊区大墙西街 31 号鼓楼国际 18 层 4 号房	719,181.00	2009 年 4 月 30 日支付 200,000 元，2009 年 5 月 7 日支付 1,425,670 元；2009 年 11 月 4 日支付 1,625,670 元。2010 年 5 月 6 日支付 1,083,780 元；2010 年 11 月 5 日支付 1,083,779 元。
8、购买商品房产预售许可证号为 5747 的成都鼓楼国际 18 层 5 号房	1,583,795.00	
9、购买商品房产预售许可证号为 5747 的成都鼓楼国际 18 层 6 号房	1,583,795.00	
10、购买商品房产预售许可证号为 5747 的成都青羊区大墙西街 31 号鼓楼国际 18 层 7 号房	719,181.00	
11、购买商品房产预售许可证号为 5747 的成都青羊区大墙西街 31 号鼓楼国际 18 层 8 号房	812,947.00	
12、购买商品房产预售许可证号为武开管预售[2008]289 的武汉武昌区水果湖街中北路 233 号世纪彩城 E 区世纪大厦 5 层 1 号房	1,200,327.00	2009 年 11 月 16 日支付 4,090,965 元。
13、购买商品房产预售许可证号为武开管预售[2008]289 的武汉武昌区水果湖街中北路 233 号世纪彩城 E 区世纪大厦 5 层 2 号房	2,235,995.00	
14、购买商品房产预售许可证号为武开管预售[2008]289 的武汉武昌区水果湖街中北路 233 号世纪彩城 E 区世纪大厦 5 层 3 号房	654,643.00	
15、购买产权证编号为朝字第 928453 号朝阳区八里庄西里 97 号 4 层 503	7,100,000.00	2010 年 10 月 27 日支付 800,000 元；2010 年 11 月 18 日支付 6,300,000 元。
16、购买武汉中央文化旅游区 J2 地块商品房第 4 幢 2-3 层 18 号房款项	11,053,662.00	2011 年 6 月 27 日预付 33,826,388.00 元
17、购买武汉中央文化旅游区 J2 地块商品房第 4 幢 2-3 层 19 号房款项	11,053,662.00	
18、购买武汉中央文化旅游区 J2 地块商品房第 4 幢 2-3 层 20 号房款项	11,719,064.00	
固定资产支出合计	77,372,430.00	-
合计	93,009,751.45	-

（二）未来可预见的重大资本性支出

公司未来重大资本性支出还包括本次发行募集资金拟投资的三个项目，项目总投资金额为 43,249.53 万元，拟投入募集资金 43,249.53 万元。募集资金到位后，公司将按拟定的投资计划进行投资，具体情况详见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”。

五、公司主要财务优势和困难

（一）公司主要财务优势

1、良好的资产质量

公司总资产构成以流动资产为主，且公司的流动资产中货币资金、应收账款及存货的占比较高，资产变现能力强且质量高。

2、稳健的资产负债结构

公司在稳健经营的基础上保持了合理的资产负债结构。随着公司经营规模和盈利能力的不断增强，公司偿债能力也将日趋加强。

3、较强的持续盈利能力

报告期内，公司主营业务突出，主营业务收入占营业收入的比例保持在99.90%以上。公司经营业绩良好，营业收入和主营业务利润保持稳定增长，未来随着公司募集资金投资项目的推进，公司盈利能力将进一步增强。

（二）公司主要财务困难

本公司现有的融资渠道有限，多年的发展主要依靠自身积累、股东投入以及银行短期借款来满足发展所需，难以满足公司品牌战略实施、营销网络建设及公司产能扩大的需要，尤其是直营渠道扩建所需投入的资金较大，公司未来的业务规模和成长速度受到一定程度的制约。若本次发行能成功，可为公司营销渠道扩建、自主产能增加和信息系统升级提供项目建设资金，将有利于提高核心竞争能力，进一步提升公司在行业中的市场竞争地位。

第十二节 业务发展目标

一、发行人的发展目标

发行人的长远发展目标：公司以“美好女人的一生”为发展使命，长期专注于时尚产业，成为“美好女人梦想的全球品牌”。

发行人的中期发展目标：公司将聚焦于品牌的市场地位与产品竞争力的快速提升，不断完善产品线，强化产品的时尚性与价值感，增加和丰富销售渠道的数量和形式，强化营运能力，全力以赴成为各细分市场的领先品牌。

发行人的短期发展目标：（1）贯彻实施多品牌战略，形成既有独立品牌优势又有集合效应的品牌架构，在已进入细分市场上至少有三个品牌取得领先的市场竞争地位；（2）发展多样化的销售形式，扩充销售终端数量，牢牢掌握渠道主动权；（3）建立强大、开放、灵活的研发设计平台，做到内外结合、中外结合、自创与借鉴的结合，在保留淑女屋设计精髓的基础上，大胆创新、引领时尚；（4）充分利用社会资源，进行研发设计、生产、物流、质量的完善配套工作，形成在行业内具有竞争力的供应链体系；（5）组织变革、流程再造与信息化建设相结合，建立科学、规范、高效的组织管理形式；实现企业信息系统的全面应用，达到业内先进水平。

二、发行人的发展计划

（一）品牌建设计划

公司形成既有独立品牌优势又有集合效应的品牌矩阵，在已进入细分市场上取得领先的竞争地位。公司各品牌的发展规划是：

淑女屋服装：扩展顾客群，扩大目标消费群体年龄层，增强市场定价权，多品类、多系列，在延续品牌经典风格的同时主旨时尚流行，确保利润率，在品牌矩阵中突出龙头地位。

淑女屋床上用品：多渠道、多空间发展，拓宽产品品类，提升高端产品的比例，积极发展家居服尤其是高端家居服；发展社区专卖店，扶持加盟店。

自然元素：压强原则发展，增加投资，多渠道发展，积极发展加盟店，做时尚先锋，以休闲、街头、流行文化为主风格，全面扩充产品线。

FairyFair：提升品牌综合价值，提高产品附加值和销售单价，树立高端品牌形象。

小淑女与约翰：加大培育力度，定位于高端童装，适时推出男童装，提高品牌知名度，为公司各品牌培育新生客户。

（二）研发设计计划

公司的研发设计以市场和消费者需求为导向，在保持适度原创设计的同时，进行多元化的研发。对维护品牌文化和核心竞争力的产品，依靠自有设计力量开发，同时博取众长、兼收并蓄，在维护品牌统一风格的基础上，大胆运用已有设计，丰富产品线，缩短研发周期，减少开发成本和市场风险。建立以市场需求为核心的科学、规范的贯穿于整个研发流程的商品企划、设计评审标准系统和成本管理系统，完善产品线和定价策略，让设计产品便于生产与销售，提高新产品设计成功率和上市准时率。建立高效的研发设计垂直管理系统，对研发人员的奖励须与其研发产品的市场销售情况建立起直接考核关系，提高设计的市场导向性。

（三）营销渠道建设计划

公司将积极扩充销售终端数量，坚持一线城市和较发达的二线城市以直营店为主，二、三线城市积极发展加盟店的原则，持续提高销售终端的坪效，在渠道建设中取得主动权，确保和增强对整个市场营销网络体系的控制力。发展多样化的渠道形式，积极扩大加盟营销网络，尝试电子商务营销，筹划进军海外市场。提升终端卖场形象，突出品牌的独特形象，营造良好的购物环境，提高顾客的消费体验氛围。各品牌各区域市场每年要制定渠道扩展计划，主动进驻各区域市场适合公司品牌定位的百货商场、购物中心、繁华商圈和大型居民小区，建立和维护与各地商场物业良好的合作关系。为盈利状况良好的销售终端积极续约，撤销经营业绩不理想的销售终端，确保各品牌所进驻同一商场物业系统店柜的业绩之和盈利或趋于盈利。各品牌各区域市场要严格完成公司制定的月度、季度和年度销售计划。

（四）信息系统建设改进计划

公司将根据发展战略要求，持续建设和不断改善公司信息系统，着力打造公司内外一体化的信息系统平台，在国内同行业达到领先水平。信息系统应具有较高的安全可靠、先进性、可扩容性、易用性、开放性以及流程用户自定义等，并且要统一规划，分步实施，持续改进。通过提升信息系统应用水平，全面提升公司对主营业务数据的集成管理与科学应用能力，促进公司管理规范化，形成合理有效的固化管理规范与模式；合理运用信息平台中的经营分析与决策系统，整合完善业务体系，优化业务流程，提升执行效率，改善内外部信息沟通渠道，提高供应链管理水平和增强营销渠道掌控能力，为公司品牌运营提供支持；支持财务运作，降低成本，有效改善营运资金占用，加快资金周转，达到信息流与资金流的高效整合。

（五）供应链整合管理计划

公司将结合内外两方面全方位整合供应链。对内建立研发设计、采购、生产、物流、销售的经营共同体，消除部门边界，使各部门目标明确、行动一致。在信息化建设的基础上，建立科学高效的制度流程；对关键业务环节确立有效简捷的程序和作业标准；围绕基本业务流程，理顺各种辅助业务流程关系；准确定位各部门各岗位的职责，授予相应职权，缩小审批层级，优化流程，系统提高供应链的整体效率。对外建立开放式平台，在研发设计、生产、物流环节上，大胆探索多方共赢的合作模式，甄选优秀的研发设计、产品、服务提供方，培养一批长期战略合作伙伴。强化自主生产能力，拥有先进技术装备和熟练技能工人，重点和核心产品由自主生产完成；全力拓展外协生产合作方，综合产品的属性、加工能力、质量、成本费用等因素统一协调安排，逐渐完善外协生产的议价、竞价机制，建立一套完善的物流配送、质量控制体系，确保外协生产产品准时、保质、保量上市。

（六）人力资源建设计划

公司根据自身的经营特点建立科学全面的人才甄选标准。员工首先要认同公司的价值观和企业文化，遵守职业道德，具备与岗位职责相适应的专业知识，努力提高自身文化素质及专业技能。管理人员根据前瞻性、变革能力、人才培养、

决策能力、正直诚信、全局观及团队建设等七项能力指标不断提升自我，适应公司发展需要；打造一支富有创造力、想象力、活力、梯队分明的研发设计团队；培养一支有进取精神，不服输，勇争第一的营销队伍。公司积极与员工形成长期的利益共同体，追求“公司成功与员工成功”的企业目标，提倡利益共享，风险共担，根据激励、高效原则，将薪酬待遇与企业效益、部门和个人绩效挂钩，激发员工工作积极性。建立完善的人才培养体系，包括课堂学习（系统性培训、专业类培训、层级类培训等）和实践锻炼（轮岗、做项目等）。对于关键岗位实施“接班人”计划，确定和持续追踪有潜力人才。

三、拟定上述计划所依据的假设条件

发行人的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。

发行人所处的国内社会环境稳定，国际政治经济环境未发生重大变化，并且宏观经济保持良好的发展态势。

发行人所处的服装家纺行业未发生重大变革，包括行业和市场环境不发生恶化，行业及所在领域相关法律法规和国家政策没有发生不利于公司发展的重大变化。

发行人现有的竞争力和竞争优势得以继续保持，并且公司的管理经营水平能够适应公司经营规模的发展。

发行人人员稳定，管理层和研发团队稳定，未发生重大人事变动，并且公司日常运营良好，无重大决策性失误。

无其他不可抗力，包括重大自然灾害，人为原因引起的不利影响等。

四、实施上述计划将面临的主要困难及对策

实施上述计划面临的主要困难有：

资金：公司仅依靠自身积累和银行融资已难以满足公司业务迅速发展的需要。公司拟通过本次发行募集资金投向营销渠道扩建项目、深圳大浪服装家纺生产基地建设项目和信息系统技改项目。随着募集资金的到位，发行人的财务状况将明显改善。

人才：公司发展计划的实施离不开人才的执行。公司将进一步加大培养和引

进管理、设计、市场营销等各领域人才的力度，制定吸引各类人才的制度措施。

五、发行人的发展计划与现有业务关系

发行人现有业务是制定发展计划的基础，公司已拥有完善的业务体系，具有较高的品牌影响力和市场地位，具备丰富的经营管理经验。实施发展计划将加快现有业务的发展速度，提升公司的市场竞争力，促进公司发展战略目标的实现。

第十三节 募集资金运用

一、本次募集资金总量

经公司2010年年度股东大会、第一届董事会二十一次会议审议通过，公司拟申请公开发行人民币普通股（A股）4,240万股，占发行后总股本的25%。本次发行的募集资金总量，将视询价确定的发行价格确定。

二、本次募集资金投向概况

本次募集资金拟用于营销渠道扩建项目、大浪服装家纺生产基地建设项目和信息系统技改项目，概况如下：

序号	募集资金投资项目	投资总额 (万元)	计划用募集资金投入 (万元)	项目备案情况
1	营销渠道扩建	21,823.48	21,823.48	深发改备案 [2011]0016号
2	大浪服装家纺生产基地建设	17,970.70	17,970.70	深发改备案 [2010]0307号
3	信息系统技改	3,455.35	3,455.35	深发改备案 [2011]0011号
合计		43,249.53	43,249.53	——

若本次募集资金不足，则不足部分由发行人自筹资金解决；若本次募集资金有剩余，则剩余部分用于补充公司流动资金。本次募集资金到位前，根据实际情况，如果需要对上述拟投资项目进行先期投入，公司将通过自有资金或银行贷款支付项目款项；募集资金到位后，可用于支付项目剩余款项或偿还先期银行贷款或置换先期投入自有资金。本次募集资金投资项目已分别由中国纺织建设规划院编制了可行性研究报告。

三、本次募集资金投资项目基本情况

（一）营销渠道扩建项目

1、项目概况

本项目拟通过购买、联销及租赁的方式在全国一线城市及经济较发达的二线城市的重要商圈、主要百货商场、购物中心或大型居民社区新建直营店322家，

其中旗舰店2家,专卖店28家,商场专柜292家。本项目总投资额为21,823.48万元,其中建设投资13,369.19万元,流动资金8,454.29万元。本项目计算期12年,其中建设期2年,纯运营期10年。项目建成后将实现年均营业收入31,168.26万元,年均净利润3,143.35万元。

2、项目建设的必要性

(1) 适应行业发展趋势的需要

渠道竞争是服装家纺行业的主要发展趋势。在城市繁华商圈、主要百货商场和购物中心占据优越的店柜资源日趋成为各品牌企业的竞争焦点;销售终端的布置格局、商品结构与陈列、消费者服务、购物氛围成为展示品牌特质和产品形象的重要途径。众多已在国内资本市场发行股票并上市的服装家纺企业也将营销网络建设作为募集资金的重要投向,借此提升渠道竞争力。渠道竞争趋势促使公司须加快营销网络建设步伐,占据优越的渠道资源。

(2) 实现公司发展战略目标的需要

公司追求持续健康成长的发展模式,未来要形成既有独立品牌优势又有集合效应的品牌架构,取得领先的市场地位,在渠道建设中获得主动权;扩充销售终端数量,丰富销售终端形式,优化销售渠道,提升销售业绩。通过营销网络的扩建,有利于提高公司各品牌产品的市场份额,提高品牌的市场知名度和美誉度,树立高端品牌市场形象,培育新的市场增长点。

(3) 增强公司核心竞争能力和盈利能力的需要

拥有以直营销售终端为主、控制力强且稳定的营销网络是公司的核心竞争力之一,为了保持并进一步增强此核心竞争力,须确保对市场营销网络的控制力。项目规划建设直营店所在城市是公司品牌产品消费者的主要集中地,项目的建设有助于扩大公司的营销网络覆盖面,减少销售空白点,深耕市场,强化销售渠道的稳定性,扩大直营店对加盟店的示范辐射作用,增强对市场的控制力,加厚公司的盈利能力,取得市场竞争的主动权。

3、项目建设的可行性

(1) 我国居民消费能力的持续增长和国家产业政策的支持

伴随着国民经济的持续增长和城乡一体化建设步伐的加快，我国居民人均可支配收入不断提高，居民消费在国民经济发展中的作用将进一步增强，扩大内需将成为我国“十二五”规划的主要任务。目前我国居民消费结构已逐步转向发展型和享受型升级的阶段，消费需求呈现多样化、个性化的特点，品牌消费、时尚消费正日益成为消费主流，服装家纺品消费重品牌、重时尚、提档次的趋势日益明显。国家充分重视作为民生行业的服装家纺业，实施了有利于行业发展的多项产业政策及配套措施。

（2）公司所处行业巨大的国内市场消费潜力

公司所处的服装家用纺织业有巨大的国内市场消费潜力。根据中国妇女杂志社发布的调查数据，服装服饰消费是我国城市女性 2010 年最大的消费开支，连续五年位居榜首，如北京女性 2010 年人均服装服饰消费达 6,295.33 元。2011 年我国城市女性的消费预期热点中服装服饰仍居首位。随着收入水平的提高，女装市场已进入细分化阶段，如都市女性白领一般选择职业装或成熟女装来满足职场社交场合需要；闲暇时购置在穿着上能满足其内心之精神需要的淑女装，加之现在淑女装款式风格的多选择性和高搭配性，淑女装的消费群体不断扩大；现代女性在追求个性时尚的同时，也注重服装带来的便利舒适，休闲装也越来越受到青睐。相比女装，我国童装市场处于起步阶段，行业品牌企业较少，根据国家统计局数据，目前我国 14 岁以下儿童的人数接近 2.5 亿，童装市场增长空间巨大。我国家纺行业在更新需求、乔迁购买、婚庆消费等因素拉动下，未来仍将保持高速增长。

（3）公司拥有良好的品牌效应和完善的业务体系

公司拥有“淑女屋”、“自然元素”、“FairyFair”、“小淑女与约翰”等多品牌矩阵，涵盖了少淑女装、休闲女装、成熟女装、童装、床上用品和家居服等多产品系列，消费群体受众面广，品牌市场效应良好，有利于营销网络的多点铺设和全面伸展。公司拥有研发设计、采购、生产、销售、信息等完整的供应链系统，为营销渠道规模的扩展奠定了良好基础。

（4）公司具备丰富的直营营销网络运营管理经验

公司一直采取以直营为主的销售模式，截止 2010 年末，公司拥有 642 家直

营店，占营销网点总数比例为 80.75%。公司拥有多年的丰富的直营营销网络管理经验，从开业流程、店铺审核、订货、货物配送及调拨、售价、营销活动、卖场形象管理、资金结算、信息管理、人员管理、绩效考核等各方面对直营店实施规范化管理，培养储备了充足的营销人才队伍，为营销网络的扩建提供了扎实的运营基础。

4、项目建设的总体方案

（1）建设规模和分布

本项目拟通过购置店柜方式建设 2 个旗舰店；通过租赁店柜方式建设 28 个专卖店；通过与商场联销的方式建设 292 个商场专柜。

本项目通过购置、租赁和联销方式取得的直营销销售终端建筑面积合计 32,590 平方米。按店柜的取得方式和品牌分布，本项目拟建设店柜的具体情况如下：

店铺类型	数量（个）				面积（m ² ）			
	购置	租赁	联销	合计	购置	租赁	联销	合计
旗舰店	2			2	600			600
淑女屋女装	1			1	300			300
自然元素	1			1	300			300
专卖店		28		28		4,820		4,820
淑女屋女装		6		6		1,160		1,160
淑女屋床上用品		8		8		1,410		1,410
自然元素		10		10		1,600		1,600
FairyFair		4		4		650		650
商场专柜			292	292			27,170	27,170
淑女屋女装			52	52			6,160	6,160
淑女屋床上用品			54	54			4,320	4,320
自然元素			92	92			8,280	8,280
FairyFair			46	46			4,800	4,800
小淑女与约翰			48	48			3,610	3,610
合计	2	28	292	322	600	4,820	27,170	32,590

按店柜的区域城市和品牌分布，本项目拟建设店柜的具体情况如下：

大区	省市	城市	数量（个）	品牌				
				淑女屋女装	淑女屋床上用品	自然元素	FairyFair	小淑女与约翰
东北区	黑龙江	大庆	2	2				
		哈尔滨	12		2	7	1	2
	吉林	长春	8	2	2	2	1	1
	辽宁	铁岭	1	1				

		抚顺	1	1				
		大连	8	1		3	1	3
		沈阳	7		3	2	2	
	小 计		39	7	7	14	5	6
华北区	北 京	北京	35	6	6	17	4	2
	天 津	天津	9	2		4	2	1
	河 北	石家庄	5	3				2
	山 东	青岛	4	1	1		1	1
		济南	7	2	2		1	2
	小 计		60	14	9	21	8	8
华东区	上 海	上海	36	7	12	8	5	4
	江 苏	无锡	6	1		1	2	2
		苏州	5	3			1	1
		常熟	1	1				
		南京	12		2	7	1	2
	浙 江	杭州	7	2		2	2	1
		宁波	3		1		2	
	小 计		70	14	15	18	13	10
华中区	湖 北	宜昌	2	2				
		武汉	14		5	3	3	3
	湖 南	长沙	10	2	1	4	2	1
	江 西	南昌	6	4				2
	小 计		32	8	6	7	5	6
华南区	福 建	福州	2				2	
	广 东	深圳	13	1	5	4	1	2
		广州	22	1	9	7	2	3
		惠州	1			1		
		佛山	3			1		2
		南海	1			1		
		珠海	1		1			
	小 计		43	2	15	14	5	7
西南区	重 庆	重庆	13		2	5	4	2
	四 川	成都	20	3	2	8	5	2
		绵阳	4	1	2	1		
		江油	1			1		
		德阳	2			2		
		盐市	1			1		
		南充	1			1		
	贵 州	贵阳	5	1	1		1	2
	云 南	昆明	10	3		2	3	2
	小 计		57	8	7	21	13	8
西北区	陕 西	西安	16	3	2	8		3

	甘 肃	兰州	4	2	1		1	
	青 海	西宁	1	1				
	小 计		21	6	3	8	1	3
总计			322	59	62	103	50	48

“淑女屋”女装是公司的旗舰品牌，经过多年的品牌运营，已具有良好的市场知名度，营销网络处于稳步发展阶段。目前该品牌的重要发展任务是进一步提升品牌形象和增强品牌影响力和美誉度。因此，本项目为“淑女屋”女装规划建设6个专卖店、52个商场专柜，减少营销网络市场空白点；还规划在深圳建设1个旗舰店，一方面通过旗舰店的建设提升品牌形象，扩大市场影响力，另一方面也可对其他直营店和加盟店产生示范带动作用。

“自然元素”和“淑女屋”床上用品是公司现阶段正重点推进品牌产品，其市场定位清晰明确，发展势头良好，营销网络处于快速扩展阶段，是实现公司现有业务规模扩张的重要增长点。因此，本项目为“自然元素”规划了10个专卖店，92个商场专柜，并在深圳建设1个旗舰店；为“淑女屋”床上用品规划了54个商场专柜和8个专卖店，旨在扩大品牌产品的市场份额，提高市场占有率。

“FairyFair”和“小淑女与约翰”是公司重点培育的高端品牌，是公司未来持续增长的重要业务点，营销网络处于初期建设阶段，增长空间大。因此，本项目从战略高度出发，为“FairyFair”规划了46个商场专柜和4个专卖店，为“小淑女与约翰”规划了48个商场专柜。通过增加销售终端数量，将有力提升品牌的市场知名度，加快发展步伐，在成熟女装及童装这两个细分市场中占据一定市场份额，并取得相应的市场竞争主动权。

（2）店柜选址

本项目建设的旗舰店位于深圳的重要商圈；专卖店将建设在城市的重要商圈、步行街、购物中心或大型居民社区；商场专柜位于城市的主要百货商场。公司经营直营营销网络已多年，与各地的主要商场物业保持着良好的合作关系。店柜选址的主要考虑因素如下：

因素	具体内容	选址原则
城市选择	城市特点：包括经济水平、产业结构、政府机构、历史文化、自然环境、风土人情、媒体资讯等	一线城市和较发达二线城市
	城市规划：如城区规划、商业区规划、市政设施规划等	

	交通条件：如公共交通、地铁轻轨、城市道路、铁路、民航等	
消费能力	消费者结构：包括人口总量、人口密度、人口布局、阶层构成、流动人口、人口增长趋势等	根据人口数量、密度和消费水平调整店柜布置的密度和规模
	消费者偏好与行为：包括生活方式、消费习惯、购物场所、时间与倾向等	
	消费者购买力：包括人均可支配收入、消费水平、储蓄率等	
商业形态	城市商业结构	街边或居民社区专卖店、商场专柜
	商业集中化程度及趋向：如商业步行街、商场、购物中心等	
店铺位置	商圈定位：主要及次级商圈范围、租金价位等	主要商圈、繁华地段，或者商业集中的区域
	店铺环境：店铺的界面，店前的栏杆、台阶、障碍物、视野，以及店内的结构、物业管理、水电、消防情况等	
	交通状况：目前及未来可能增减的交通方式及途径、车流量、马路宽窄、停车问题等	
	人流状况：如工作日与假日、白天与夜间的人流量及比例，目标消费群数量等	
竞争状况	地区间竞争、地区内竞争的关系，与竞争品牌的竞争及互补效应	避免同区域内店柜的竞争，合理划分同区域内各店柜的辐射范围
	本品牌在当地的营销网络分布、市场开拓状况、经营业绩	

5、项目的工程技术方案

（1）店柜装修及设备配置

各品牌的店柜装修风格要体现出不同品牌独特的卖场形象，店面装修及各种道具配备标准由公司统一规定。同一品牌店柜装修的基本格调和道具配置规格须保持一致，同时由于店柜面积和建筑格局不同，在装修材料和道具配置的数量和大小上会有所差异。

每个店柜须配置必要的软硬件信息设备系统，包括电脑、打印机、POS 机、盘点仪等设备；电脑须装载相应的办公操作系统、店铺管理系统、数据收集系统、货品供应和需求管理系统等软件。

（2）配套设施工程

本项目根据相关标准规范及店柜所在场地的实际情况，配套建设消防设施、给排水设施、空调设施、电气设施及节能方案等配套工程。

（3）环保方案

本项目属于商业流通建设项目，无污染源。

6、项目的实施主体和人员配置

(1) 实施方式

本项目由发行人品牌事业部牵头组织各品牌的营销网络建设规划，各营销区域的经理负责本区域各品牌销售终端建设规划的执行落实，拓展事务部协助各品牌事业部进行店柜物业选址及商务谈判协调，空间工程部负责店柜的设计和装修工程等。

(2) 人员配置

本项目根据销售终端面积以及预计销售规模，每个店柜配备店长1名，主管1~2名，店员1~4名；本项目新增定员1,444人，其中店长322人，主管422人，店员700人。

对于店长和主管，发行人主要采取市场招聘以及从已有直营销销售终端营销人员中挑选的方式；对于店员，发行人主要采取市场招聘的形式，包括现场招聘、劳务市场招聘、员工推荐等方式。发行人为本项目员工制订了系统的培训方案，包括：公司内部制度及店务营销制度培训；消费者服务培训；ERP系统培训；店务财务培训；店柜陈列培训、店内货品管理培训等。

7、项目投资概算

本项目总投资21,823.48万元，其中：建设投资13,369.19万元，流动资金8,454.29万元。

经估算，建设投资的具体金额构成如下表：

序号	建设投资类别	金额(万元)	占比
1	第一部分 工程费用	12,315.02	92.12%
1.1	店铺购置费	6,000.00	44.88%
1.2	店铺装修费	5,101.18	38.16%
1.3	设备购置费	1,213.84	9.08%
2	第二部分 工程建设其他费用	417.54	3.12%
2.1	建设管理费	344.82	2.58%
2.2	可行性研究费	30.00	0.22%
2.3	职工培训费	42.72	0.32%
3	预备费	636.63	4.76%
3.1	基本预备费	636.63	4.76%

建设投资合计	13,369.19	100%

流动资金按分项详细估算法测算，项目正常运营年份需流动资金 8,454.29 万元。

8、项目实施进度

本项目的建设期为 2 年，店柜分两批建设，第一年建设 161 个销售终端，第二年建设 161 个销售终端。根据各城市销售终端建设需求的紧迫性以及店柜资源的可获得性合理调整店柜建设的进度，实施进度如下表所示：

序号	建设内容	第 1 年						第 2 年					
		2	4	6	8	10	12	2	4	6	8	10	12
1	店柜选址												
2	租赁或购买店柜												
3	设备采购												
4	店柜装修												
5	设备安装												
6	人员培训												
7	店柜验收												

9、项目的预期效益分析

(1) 营业收入测算

本项目计算期 12 年，其中：建设期 2 年，店柜分两批建设，计算期第 2 年为建设和运营混合期，纯运营期 10 年。店柜建成后投入运营第一年按 100% 负荷率估算。

本项目新建店柜全部为直营店。商场专柜的营业收入为店柜终端销售额减去商场扣点之后的销售收入；旗舰店和专卖店的营业收入为店柜终端的销售收入。

本项目营业收入测算以发行人各品牌相同或类似区域店柜近期的平均销售额作为估算基础，并综合考虑市场发展前景和物价因素，根据店柜的物业位置及经营面积，逐店测算进行汇总。

根据测算，本项目计算期第 2 年营业收入为 16,379.88 万元，第 3~12 年营业收入为 32,647.10 万元，年均营业收入为 31,168.26 万元。

(2) 总成本费用估算

本项目的总成本费用估算如下：

销售产品采购成本：按照公司销售商品的平均采购成本占货品统一零售价的一定比例测算，正常运营年份进货成本费用（不含税）为 14,856.92 万元。

外购燃料和动力费：包括店柜的水费和电费等，正常经营年份的费用为 565.20 万元。

工资及福利费：销售人员年均工资按照店柜所在地区标准估算，逐店测算进行汇总；年福利费取工资总额 14%。据此计算，正常运营期年份工资及福利费合计为 6,256.39 万元。

店铺租赁费：根据本项目拟建店柜所在商圈或街区的租金标准为基础进行测算，正常运营年份店柜租金费用为 1,600.32 万元。

折旧费和摊销费：固定资产采用分类折旧法，房屋折旧年限为 20 年，设备折旧年限为 5 年，其他固定资产折旧年限为 10 年，残值按固定资产原值的 5% 计算；店柜装修费摊销年限为 2 年，不计残值。据此估算，正常运营年份折旧费为 615.78 万元，摊销费 2,550.59 万元。

修理费按占固定资产原值的 1% 估算，年修理费为 82.68 万元。

本项目无其他制造费用，其他管理费用和其他营业费用分别按占项目工资福利费总额和营业收入一定比例测算，年平均分别为 1,251.28 万元、489.71 万元。

本项目第 2 年总成本费用为 14,149.17 万元，第 3 年总成本费用为 28,268.85 万元，年均总成本费用为 26,865.29 万元。

（3）主要经济指标

本项目主要技术经济指标如下表：

序号	指标名称	单位	指标值
1	项目总投资	万元	21,823.48
2	建设投资	万元	13,369.19
3	流动资金	万元	8,454.29
4	年均营业收入	万元	31,168.26
5	年均营业税金及附加	万元	111.84
6	年均总成本费用	万元	26,865.29
7	年均利润总额	万元	4,191.13
8	年均企业所得税	万元	1,047.78

9	年均净利润	万元	3,143.35
10	项目税后财务内部收益率	%	20.90
11	项目税后财务净现值($i_c=12\%$)	万元	6,740.86
12	项目税后投资回收期(含建设期)	年	6.21
13	总投资收益率	%	19.20
14	资本金净利润率	%	14.40
15	以生产能力利用率表示的盈亏平衡点(第3年)	%	75.09

（二）大浪服装家纺生产基地建设项目

1、项目概况

本项目拟在深圳宝安大浪服装产业集聚基地建设达产后年产能 195 万件（套）服装和家用纺织品的生产基地，配套建设研发设计、物流仓储、综合办公、后勤保障等基础设施。本项目定位于生产公司各品牌中工艺技术含量较高、生产难度较大的产品，项目建设完成后，公司的自主产能适当扩大，生产设备技术水平得到有效改善。本项目总投资为 17,970.70 万元，其中建设投资 13,955.50 万元，流动资金 4,015.20 万元；本项目计算期 12 年，其中建设期 2 年，运营期 10 年，项目建成后将实现年均营业收入 19,384.20 万元，年均净利润为 2,360.60 万元。

2、项目建设的必要性

（1）适应公司业务规模扩张和地区产业布局的需要

近几年公司业务发展迅速，截止 2010 年底，公司拥有 795 家店柜，本次募集资金投向的营销渠道扩建项目将新建直营销售终端 322 个，公司营销网络的快速扩容需充足且稳定的货源供应，公司产能须相应扩大。本项目建设地点位于深圳市服装产业集聚基地，是深圳市重点规划建设的以时尚、创意、品牌、生态和文化为基础的服装产业基地。本项目建设不但符合深圳市产业布局的需要，而且在未来发展中能够充分利用基地完善的配套服务设施。

（2）有利于提升生产装备水平和研发能力

目前公司的生产工艺设备老化问题较突出，深圳观澜生产基地的现有生产车间、仓储场地的利用已处饱和状态，工人作业强度较大，产能已得到充分利用。通过本项目建设，购置国内外先进的生产工艺装备，全面提升技术装备水平和研发能力，改善生产环境，提高生产效率，建立并完善与公司发展相适应的产品研

发系统，减少开发成本和市场风险，丰富产品线，保障公司生产活动的稳定性和连续性。

（3）进一步加强公司的自主生产能力

本项目的建设将适当扩大公司的自主产能，确保代表性体现公司品牌特色、设计和工艺含量较高、产品附加值较高的品牌产品由公司自主生产，保证产品生产质量，加快生产周期，对市场需求做出快速反应，提高公司产能安排的灵活性和抵抗市场风险的能力。

3、项目建设的可行性

（1）服装家纺产业广阔的市场前景

我国人均衣着消费量处于较低的水平，伴随着居民收入及消费水平的持续提高，城市化进程的推进等，我国服装家纺业具有巨大的市场潜力。消费者越发重视服装家纺产品的款式、质量和舒适感，中高端品牌产品的市场比重将进一步提高。

（2）产业集群基础

公司所处珠江三角洲是我国重要的服装家纺生产聚集地，产业链配套完整，交通便捷，能够为服装家纺产品生产提供充足的面辅料采购来源、仓储物流服务；市场信息传递灵敏，易于及时了解最新的时尚流行趋势，提高生产的快速反应能力。

（3）公司有较强的研发设计能力、覆盖面广的营销网络和丰富的生产管理经验

公司拥有一支高素质的研发设计队伍，最近三年平均推出超过 4,000 个设计款式，为产品生产提供创意来源；公司的营销网点遍布全国近 150 个城市，面向市场容量大，消费者群体众多，客户忠诚度高；公司具备多年的自主生产管理经验，建立了规范健全的生产管理制度，能对生产基地实施科学有效的管理。

4、项目的建设方案

（1）总体方案

本项目建设产能达195万件（套）的生产基地，配套建设研发设计、仓储、

综合办公、后勤保障等基础设施,建筑面积47,973.20平方米,配套引进生产、研发、仓储物流设备。本项目建设完成后,公司的自主生产能力得到进一步加强,生产研发设备技术水平得到有效改善,从而确保各品牌工艺技术含量较高,附加值较高的产品由公司自主生产,满足公司营销网络扩张的产品需求,并提高公司对市场的快速反应能力。

(2) 项目选址

本项目建设用地坐落于深圳市宝安区大浪街道深圳市服装产业集聚基地,该基地是深圳宝安区目前唯一的市级产业集聚基地,基地南接布龙路、福龙路、龙大高速、机荷高速,北接光明新区,交通四通八达,处于深圳中心区、深圳机场、深圳火车新站中心点位置。

本项目建设总用地面积27,949.89平方米,位于深圳市服装产业集聚基地东北部。发行人通过公开竞价拍得A844-0875、A844-0876两块土地使用权,并分别于2009年5月19日、2009年7月24日与深圳市国土资源和房产管理局签订了《土地使用权出让合同书》,并根据合同的约定支付了全部土地出让金及相关费用,取得了深房地字第5000384735号、深房地字第5000405378号《房地产证》。A844-0875、A844-0876两地块的土地用途为工业用地,使用年限50年,宗地面积分别为16,153.86平方米、11,796.03平方米,合计27,949.89平方米。

(3) 工艺设备选择

本项目在设备选用上,从产品定位出发,选用先进适用的工艺设备。对设备基本要求是:配备先进,性能可靠,环保节能,操作方便,适合小批量、多品种生产。通过引进先进的工艺设备,减少人工操作的工序和难度,提高基层自我驱动的管理调动协调能力,维护生产平衡,加快市场反应速度,提高生产效率。

①缝制设备选用最新发展成熟的技术,如无油或微油润滑系统、伺服电机直驱式缝纫系统、电脑多程序控制方式的应用等,以确保缝制加工的高效率、高质量;

②采用CAD/CAM系统,CAM直接将来自CAD系统的排料图裁成衣片,具有效率高、精度高的特点;

③研发设备主要采用国际先进的硬件设备及软件系统,辅助设施配套国产设

备。

(4) 主要原材料和能源供应

本项目生产所使用的原材料主要为各品牌服装生产所需的面料、辅料等，具体品种和质量指标根据公司产品规划的要求确定。目前，公司已形成较为稳定的面辅料进货渠道，与主要面辅料供应商建立了长期良好的合作关系，原材料供应有保障。

本项目生产用蒸汽由天然气锅炉供应，年生产和生活天然气用量为 15.60 万 m³。水源采用市政自来水，年生产和生活用水 11.63 万 t。本项目年用电量为 480 万 KWh。

(5) 环境保护措施

本项目固体废物为边角料及生活垃圾。边角料可出售给边角料收购者，可以加工成布艺、拖把、再生纤维等；生活垃圾收集后运输到城市环卫指定的生活垃圾投放点。

本项目无生产废水，仅有生活废水，生活废水汇集到城市污水管网，排入当地污水处理厂进行处理。

本项目已由深圳市人居环境委员会于 2011 年 3 月 1 日出具了《建设项目环境影响审查批复》(深环批[2011]900416 号)。

(6) 配套设施

本项目根据相关的标准规范及生产基地的实际情况，配套建设消防设施、给排水设施、空调设施、供气供热、电气设施及节能方案等设施工程。本项目尽量选用节能设备，采取节能措施，加强节能管理；同时加强生产安全和工业卫生管理。

5、项目的实施方式和人员配置

本项目由发行人负责实施。项目定员 1,539 人，包括 1,411 名生产工人，128 名生产管理及研发技术人员。

公司主要通过现场招聘、劳务市场招聘、员工推荐等方式招聘新员工。公司为新员工建立了系统的培训方案，内容包括企业文化、公司规章制度、岗位职责、

业务流程、设备操作等。人员上岗工作后，公司还将定期与不定期进行在岗轮训，注重培训效果，加强培训绩效评价。

6、项目的建设投资概算

（1）总体投资概算

本项目总投资 17,970.70 万元，其中：建设投资 13,955.50 万元，流动资金 4,015.20 万元。

经估算，本项目建设投资为 13,955.50 万元，建设投资的具体金额构成如下表：

序号	投资类别	金额(万元)	占比
1	第一部分 工程费用	12,568.90	90.00%
1.1	建筑工程费	6,236.50	45.00%
1.2	设备购置费	6,155.70	44.00%
1.3	安装工程费	176.70	1.00%
2	第二部分 工程建设其他费用	722.10	5.20%
2.1	建设单位管理费	351.90	2.52%
2.2	勘察设计费	62.80	0.45%
2.3	工程保险费	25.10	0.18%
2.4	办公及生活家居购置费	46.20	0.33%
2.5	职工培训费	123.10	0.88%
2.6	生产职工提前进场费	112.90	0.81%
3	基本预备费	664.50	4.80%
建设投资合计		13,955.50	100.00%

流动资金按分项详细估算法估算，项目正常运营年份需流动资金 4,015.20 万元。

（2）设备投入情况

大浪服装家纺生产基地建设项目的设备投入包括生产设备、研发设计设备、物流仓储设备和其他设备（公用及辅助设备、工位器具等）：

序号	项目	金额（万元）
1	生产设备	3,651.90
2	研发设计设备	1,024.00
3	物流仓储设备	533.00
4	其他设备	946.80

5	合计	6,155.70

本项目拟购置设备技术水平先进，具体分析如下：

①本项目加大先进生产设备的投入，改进生产方式，提高生产效率

公司已有生产设备购置时间较早，单价相对较低。与公司已有生产设备相比，拟采购的生产设备来自国内外领先厂商，技术工艺先进，设备单价较高，如平缝机、高速双针机、包缝机、绷缝机、凤眼机、粘朴机等。以平缝机为例，公司目前的平缝机单价在 2,800-3,500 元之间，本项目计划采购的平缝机单价在 4,000-7,800 元之间，单价提高幅度大，主要在于本项目购置的是电脑化平缝机，功能自动化和高速化，符合公司目前生产方式的改进方向。公司目前生产正逐步由传统的大批量生产方式向单件流的精益生产方式转变，其要求尽量简化工人的工序，因此电脑化设备成为首选，配合生产流程管理方式的改进，提高生产效率。

②本项目拟引进新型专业生产设备，减低对人工操作的要求，提高原材料使用效率，降低成本，提高质量

本项目拟引进部分新型专业生产设备，如袖筒归拢机、月牙车边机、仿手工缝制车、全自动裁床、防静电裁床工作台、面料预缩机、曲线裁刀车、全自动拉布机、唛架打印机、高级成衣整烫设备、立体修剪台等。该等新型设备自动化程度高，把以前依赖人工完成的工序，可以在电脑控制下自动完成，节省人工，提高面辅料的使用效率，减少浪费。以本次计划引进的全自动裁床为例，其高度集成自动化、软件、裁切等技术，自动化完成打板、排料、拉布与裁剪的全过程，具有相当完善的柔性化系统，能够最大限度利用各种 CAD 设计数据，满足公司大批量裁剪面辅料的工序需要。又如高级成衣整烫设备、立体修剪台等设备是高级成衣制作设备，有利于公司生产工艺复杂、档次较高的产品，提高品牌附加值。

③通过本项目投入，从整体上提高公司的生产工艺设备水平，推动技术创新，进一步提高公司的市场竞争力

作为市场知名的品牌服装家纺企业，公司一直重视产品质量和技术创新，采取多种措施提高产品质量，推动技术创新。由于公司资金实力限制，无法有选择地引进先进设备，导致公司前期生产设备规模较小。为了满足公司经营发展需要，公司只能保证主要的生产设备，同时十分重视已有生产设备的维护保养，通过改

进生产工艺流程以及提高工人的技术熟练度来提高生产效率。但是，服装家纺行业的快速发展将逐渐导致市场竞争集中化，先进的设备、优良的产品质量、强大的技术创新能力将成优势企业竞争的重要内容。通过本次投资加大先进和专业设备的投入，将大幅度提高公司的生产技术工艺水平，有助于保持并进一步提升公司的市场竞争力。

另外，本项目对研发设计设备投入 1024 万元，从面辅料的检验、图稿的设计、以及样衣的制作，全面采用了数字技术和自动化装备，带动设计研发效率的提升，丰富产品设计表现手段，提升品牌的价值感，也间接促进产品生产效率的提高。本项目物流仓储设备投入 533 万元，着力于提高仓库管理效率，是公司改善供应链管理的重要环节。其他设备投入 946.80 万元，主要包括工位器具、生产家具、空调、发电机等，是生产基地建设的基础设备投入。

7、项目实施进度

本项目建设期 2 年，实施进度如下表所示：

序号	建设内容	第 1 年						第 2 年					
		2	4	6	8	10	12	2	4	6	8	10	12
1	项目前期工作												
2	厂房建设												
3	公用配套工程												
4	设备到货												
5	生产线装配、调试												
6	试运营												

8、本项目规划产能的安排

（1）本项目规划产能构成

本项目定位于生产公司各品牌工艺技术含量较高、生产难度较大的产品。本项目形成年产服装 175 万件/套、床上用品 20 万件/套（套件 10 万套、单品 10 万件）。根据产品的品类，本项目规划产能构成如下：

序号	产品品类	达产量（万件/套）
1	梭织服装	135
1.1	衬衣	43
1.2	马夹	5

1.3	背心	3
1.4	外套	11.50
1.5	风衣	4.50
1.6	棉褛	5
1.7	大衣	1.50
1.8	棉背心	2
1.9	呢褛	5
1.10	连衣裙	19.50
1.11	单裤	18.50
1.12	单裙	14.50
1.13	夹裤	1
1.14	棉裤	1
2	针织服装	40
3	床上用品	20
3.1	套件	10
3.2	单品(含家居服)	10
合 计		195

(2) 本项目新增产能的消化

本项目达产后,新增产能将满足营销渠道扩建项目新增 322 家直营店、已有存量门店以及自主扩展新增门店的部分货品需求。假设本项目于 2012 年初开始建设,建设周期为 2 年,则项目于 2013 年末达产,以公司 2010 年门店的平均销售量和直营店平均的铺货量为基准谨慎测算,届时公司的门店数量变化及货品总需求量如下所示:

项目	2010 年	营销渠道扩建设项目 新增店数	自主扩 展店数	2013 年
年末门店总数(个)	795	322	180	1,297
货品销售总量(万件/套)	325.97	132.02	73.80	531.79
店均销售量(件/套)	4,100	4,100	4,100	4,100
年末直营店数(个)	642	322	90	1,054
直营店货品铺货总量(万件/套)	266.46	132.02	36.90	432.14
店均铺货量(件/套)	4,100	4,100	4,100	4,100

注:①2010 年末,公司拥有 795 个门店,其中 642 个为直营店;②本次募集资金投向营销渠道扩建项目计划新建 322 个直营店,分二年完成;③自主扩展店数指在营销渠道扩建项目外公司在 2011 年至 2013 年间自主扩展的门店(包括直营店和加盟店),根据报告期内公司每年新增门店的历史数据谨慎测算,三年合计新增 180 个,其中 90 个为直营店,90 个为加盟店。

根据上表,本项目达产时公司的货品需求总量如下:

项目	内容
货品销售需求量	531.79 万件/套

新增门店铺货需求量	132.02+36.90=168.92 万件/套
货品需求量合计	531.79+168.92=700.71 万件/套
自主产能	已有自主产能 170 万件+本项目新增产能 195 万件=365 万件/套
自主产能满足率	52.09%

综上，本项目达产时，公司年自主产能达到 365 万件/套，能满足达产时货品需求量的 52.09%。即本项目达产时，公司货品需求量中，约有一半由自主生产来满足，其他由外协生产提供。

报告期内，公司自主生产产量占总产量的比例加权平均为 54.04%；假设上述门店增加导致的货品需求总量不变，如果未有本项目建设，则本次募集资金投向的营销渠道扩建项目完成时，公司已有的 170 万件/套的自主产能仅能满足届时公司货品总需求量的 24.26%，自主生产占比将远低于公司目前的比例。

（3）本项目建设有助于保持和加强公司的生产经营模式

公司自成立以来即一直保有自主生产能力。报告期内公司既有自主生产能力有限，自主产能得到充分利用，2010 年自主产能利用率已达 106.71%。随着销售规模的扩大，公司的外协生产占比逐年提高。通过本项目建设，有助于满足公司货品需求量逐年增长的需要，保持和加强公司的生产经营模式，具体分析如下：

①公司拥有多品牌，涵盖了少淑女装、休闲女装、成熟女装、童装、床上用品，产品品类和款式多，2008 年、2009 年、2010 年，公司各品牌产品的设计款式分别为 3,662 个、4,349 个、4,971 个，且每个款式有多个尺码和花色，货品数量大，品种多。保有自主生产能够减少委托外协生产的分散化，降低外协厂商因产能安排紧张或工艺技术水平参差不齐造成的不利影响；

②公司产品尤其是“淑女屋”品牌产品风格独特经典，通过自主生产能确保产品的设计工艺和质量，凸显产品的独特风格和品牌内涵，提高品牌附加值，并降低产品的生产成本；

③公司以直营为主，与加盟模式主要根据订单生产不同，公司通过直营店销售，对货品准时上柜要求更高，对生产周期的合理可控安排成为公司供应链管理的重要内容，因此加强自主生产能力成为必要条件；

④公司产品定位于流行时尚服装家纺用品，市场流行趋势变化较快，公司须对市场需求变化做出快速反应，通过自主生产能够迅速有效满足市场对畅销货品

的补货需求，进一步提高公司的市场竞争力；

⑤公司自成立以来就一直坚持保有自主生产能力，随着经营销售规模的扩大以及多品牌策略的实施，公司已有自主产能逐渐不能满足公司的实际市场销售需求，公司自 2006 年开始推行外协生产，发挥产品生产的灵活性，提高生产效率。出于品牌风格和产品工艺质量考虑，淑女屋女装和小淑女与约翰的经典特色款式、淑女屋床上用品套件和 FairyFair 产品以自主生产为主；淑女屋女装和小淑女与约翰的简约款式、淑女屋床上用品的枕芯和被芯、自然元素产品以外协生产为主；采用牛仔布、皮草等面料的各品牌产品以及绣花、印花、钉珠、洗水等工序主要委托外协厂商完成。本项目达产后，公司自主生产能力将得到加强，同时随着公司经营销售规模的增长，外协生产规模亦将同步增长，公司将保持自主生产和外协生产相结合的生产经营模式。

9、项目的预期效益分析

（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。计算期第 3 年投产，生产负荷率为 80%，计算期第 4~12 年生产负荷率为 100%。

本项目产品销售按出厂价测算，本项目计算期第 3 年营业收入为 15,823.80 万元，计算期第 4~12 年每年营业收入为 19,779.80 万元，年均营业收入为 19,384.20 万元。

（2）总成本费用测算

本项目总成本费用按生产要素估算法测算如下：

根据产品分品类的面辅料成本构成比例，本项目计算期第 3 年面辅材料成本为 6,632.20 万元，计算期第 4~12 年面辅料成本为 8,290.20 万元。

本项目燃料动力包括电、水、天然气等，正常运营年度燃料动力成本（不含税）为 564.90 万元。

本项目正常运营年度工资总额为 4,262.60 万元，年福利费取工资总额的 14%，正常运营年度年工资及福利费合计 4,859.40 万元。

折旧费和摊销费：固定资产采用分类折旧法，建构筑物折旧年限为 20 年，

设备折旧年限为 10 年，其他固定资产折旧年限为 10 年，残值按固定资产原值的 5% 计算；其他资产摊销年限为 5 年，不计残值。据此估算，正常运营年度折旧费为 1,014.40 万元，摊销费 31.80 万元。

修理费按占固定资产原值的 1.00% 估算，年修理费为 138 万元。

其他制造费用、其他管理费用、其他营业费用分别按占固定资产原值、工资福利费、营业收入的一定比例估算。

本项目计算期第 3 年总成本费用为 14,672.70 万元，正常年份（计算期第 4 年）总成本费用为 16,350.60 万元。

（3）主要经济指标

本项目主要技术经济指标如下表：

序号	指标名称	单位	指标值
1	建设规模	万件/套	195.00
1.1	服装	万件/套	175.00
1.2	床上用品（含家居服）	万件/套	20.00
2	总用地面积	m ²	27,949.90
3	总建筑面积	m ²	47,973.20
4	定员	人	1,539
5	项目总投资	万元	17,970.70
5.1	建设投资	万元	13,955.50
5.2	流动资金	万元	4,015.20
6	年均营业收入	万元	19,384.20
7	年均总成本费用	万元	16,166.90
8	年均利润总额	万元	3,147.40
9	年均净利润	万元	2,360.60
10	年均利税总额	万元	4,964.20
11	总投资收益率	%	17.50
12	所得税前项目财务内部收益率	%	19.30
13	所得税后项目财务内部收益率	%	15.10
14	所得税前项目财务净现值 (i _c =12%)	万元	5,716.10
15	所得税后项目财务净现值 (i _c =12%)	万元	2,322.60
16	所得税后投资回收期（含建设期 2 年）	年	7.50

（三）信息系统技改项目

1、项目概况

本项目拟引入国内外先进信息化应用软件与设备，集中建设决策应用平台、

核心应用平台、业务执行平台、扩展应用平台和数据交换平台,通过整合信息数据管理及挖掘多项辅助功能模块,着力打造高效、智能的集中式信息化管理平台。本项目总投资共计 3,455.35 万元,全部为建设投资,项目建设期 2 年。

2、项目建设的必要性

(1) 顺应行业信息化趋势和公司业务发展的需要

信息化是服装家纺产业升级、技术进步的重要推动力之一,国家出台相关产业政策鼓励服装家纺行业发展信息化建设。信息化技术在我国服装家纺行业的应用逐步推广,愈来愈多的品牌企业将信息化系统运用于产供销各环节。随着公司经营业务规模不断扩大,经营管理要求不断提高,各类型需求层出不穷,使用部门已不再局限于简单操作层面的需求,信息系统的业务覆盖面亟待拓展与完善,信息化软硬件设备处理能力不足,信息系统自主开发难度较大。公司顺应行业的发展趋势,通过信息系统技改项目建设,提高整体业务管理水平和对市场的快速反应能力,提升企业的市场竞争力,同时为未来发展电子商务奠定信息技术基础。

(2) 为研发设计提供支撑

产品的研发设计是公司各品牌参与市场竞争的先导。服装尤其是女装款式多,市场周期短,产品设计需紧跟时尚潮流。本项目通过建立即时、高效的市场信息数据收集系统,通过一站式分析管理平台软件,快速整合行业业务信息,能够直观地分析各品牌产品在市场中的销售情况,准确预测市场潮流趋势,为产品研发设计提供信息支撑。

(3) 有利于提高公司营销网络管理水平

公司现拥有终端店柜超过 800 家,分布于全国大部分省份直辖市,本次募集资金投向的营销渠道扩建项目规划建设 322 家直营店,营销网络规模进一步扩大。公司现有销售终端 POS 系统实现了对终端货品的销售、收发与存货管理,但无法满足营销网点快速扩张以及对数据的深层挖掘需求,亟需一套行之有效且具有强大适应性的营销网络管理系统对海量的历史销售数据进行分类汇总,并结合公司业务战略经营计划,预测未来产品的需求计划,落实产品需求数、产品结构与产品价格带分布。通过数据收集、管理、分析手段,科学掌控营销渠道,形成直营店及加盟商与公司之间的高效互动机制。

（4）有利于提高公司的供应链整合管理能力

本项目建设将更加有效地整合研发设计、采购、生产、订货会、营销渠道、仓储物流、决策分析等公司业务各环节，实现整个供应链的系统化和各个环节之间高效率的信息交换，对历史经营数据进行有效分类、统计汇总，生成支撑经营决策的管理统计报表，并结合公司的经营规划，合理快速安排采购生产计划，提高周转率，优化库存管理，降低物耗，畅通物流，提升对整个渠道终端的管控能力。

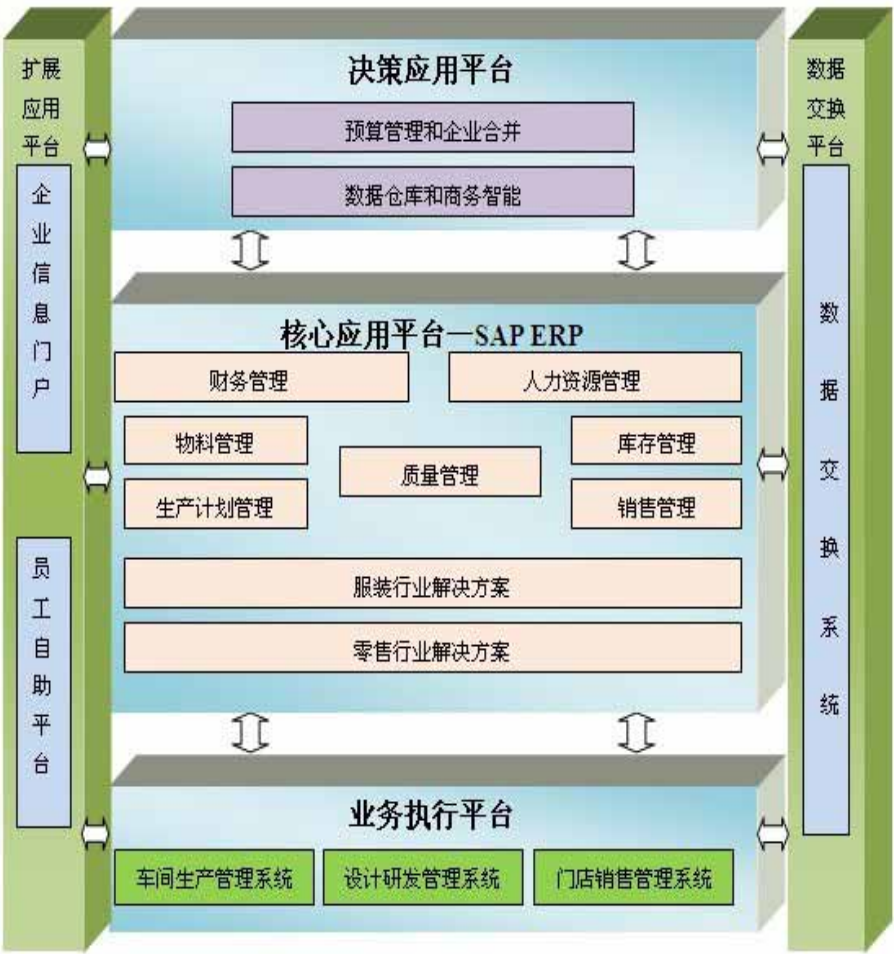
3、项目建设的可行性

公司已逐步建立起与目前经营模式和业务规模相适应的信息系统，具备相应的信息系统建设管理经验。公司具备了一定的信息化自主开发能力和项目实施能力。公司从 2002 年开始就组织技术人员开发信息系统，从早期的销售终端 POS 系统逐步扩展到库存、配货、销售、订货会、VIP 客户等系统，并得到较好的应用；同时积极开发研发、财务、供应链管理等系统，部分功能模块经过调试并得到初步应用。为建设信息系统，公司陆续购置了多台服务器及其他硬件设备，不断对机房进行升级改造，并根据实际需要购置了操作系统及其他软件模块，为信息系统建设升级提供了设施基础。在多年的信息系统建设过程中，公司培养了一支具备扎实专业基础，熟悉公司业务经营流程，拥有丰富实际操作经验的信息技术团队，为本项目建设提供了人才保障。

4、项目的建设方案

（1）信息系统总体构架

本项目拟对公司现有信息系统进行拓展、完善和升级，建成覆盖公司各个业务环节的信息系统，包括业务执行平台的车间生产、研发设计和门店管理系统；核心应用平台的人力资源、财务、物料、生产、质量、库存和销售管理；决策应用平台的预算管理和企业合并、数据仓库和商务智能；扩展运用平台；数据交换平台。信息系统总体架构如下：



(2) 信息系统功能

本信息系统拟通过决策应用平台、核心应用平台、业务执行平台、扩展应用平台和数据交换平台共 5 大平台相互集成打通全流程供应链。每个平台相对独立，并具备较好的互联互通性。

①决策应用平台

通过全面预算、绩效分析等子模块的有效运行，完成预算管理从预算计划到预算控制的实现；通过数据仓库、数据挖掘技术实现数据信息的系统储存、管理和分析；完善企业关键绩效指标体系，使绩效管理变得更有针对性，最终为公司的战略决策提供支持。主要子模块功能见下表：

子模块	功能说明
全面预算	各项业务活动、财务表现等方面的总体预测。包括经营预算（如开发预算、销售费用预算、管理费用预算等）和财务预算（如投资预算、资金预算、预计利润表、预计资产负债表等）。
绩效分析	各级管理者和员工为了达到组织目标共同参与的绩效计划制定、绩

子模块	功能说明
	效辅导沟通、绩效考核评价、绩效结果应用、绩效目标提升的持续循环过程，绩效管理的目的是持续提升个人、部门和组织的绩效。
数据仓库与商务智能	集成的、相对稳定的、反映历史变化的数据集合，数据仓库用于支持决策，面向分析型数据处理，包括数据抽取、传输、上载、数据存取、分析和展示。
预算管理与企业合并	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，实现各法人单位间的法人合并报表和管理合并报表。

②核心应用平台

通过各模块的有效运行，优化和固化公司各部门业务流程，实现全公司人、财、物的集中管控。主要子模块功能见下表：

子模块	功能说明
人力资源管理	从整个企业的角度，建立、完善和改进人事管理系统，支持企业发展中人力资源管理的需求。包括人事管理、组织管理、工资管理、考勤管理、人资信息系统等。
物料管理	主数据管理、采购管理、库存管理、发票校验、采购信息系统、库存信息系统等。
生产计划管理	销售与运作计划、需求管理、物料需求计划、车间控制、生产信息系统。
质量管理	质量计划、质量检验、质量控制、质量信息等。
销售管理	订单管理、装运管理、开票管理、销售信息等。
管理会计	成本中心会计、利润中心会计、产品成本核算、获利能力分析、财务信息系统等。
服装行业解决方案	历史销售数据的分析、挖掘、季前货品需求的预测、产品线计划、品类计划、货品定价等。
零售行业解决方案	需与门店销售系统对接。

③业务执行平台

进一步优化车间生产管理系统、设计研发管理系统和门店销售管理系统，搭建统一的业务执行平台，并通过数据交换平台实现与核心应用平台的对接。

④扩展应用平台

扩展应用平台包括门户管理、协同 OA、智能搜索引擎、即时通讯、邮件、短信和员工自助平台等，是企业信息化应用与管理的重要门户，支持办公协同与知识共享等多项业务，并集成财务、供应链等众多子业务模块系统入口。

⑤数据交换平台

建立集中的数据交换平台，实现业务执行平台与核心应用平台的紧密集成。

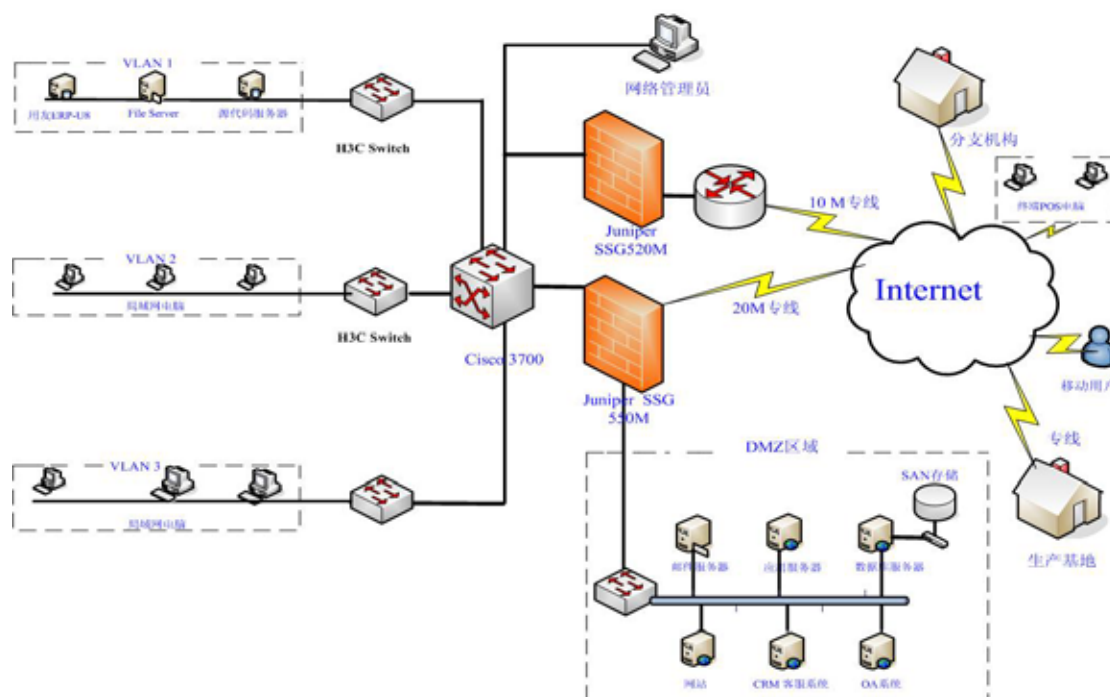
(3) 软硬件设备选型

本项目对软件系统的选型原则为：A、软件产品已经被国内品牌企业使用，并且效果较佳；B、软件厂商是国际一流厂商，具有长期稳定支持产品的能力；C、软件厂商在我国有业务，具有及时提供产品支持的能力；D、软件厂商承诺参加实施与咨询；E、软件符合公司业务模型；F、选择软件要结合企业实际情况，并能与现有业务执行平台实现数据交换。本项目主要软件拟选用著名软件供应商德国 SAP 公司的 ERP 平台系统，打造统一协同的信息化平台，主要基于 SAP 公司是全球领先管理与模范的代表，可为企业管理改善以及更好的建立客户忠诚度、提高绩效提供支撑。

本项目对硬件及机房网络设备的选型原则为：A、具有很好的可延展性，能够提供充裕的业务增长空间；B、产品在国际国内有较好的使用案例。服务器以 IBM 为首选，机房的路由器和防火墙等网络设备以行业优秀的厂商设备为首选，以 Cisco 和 Juniper 的网络设备为主。

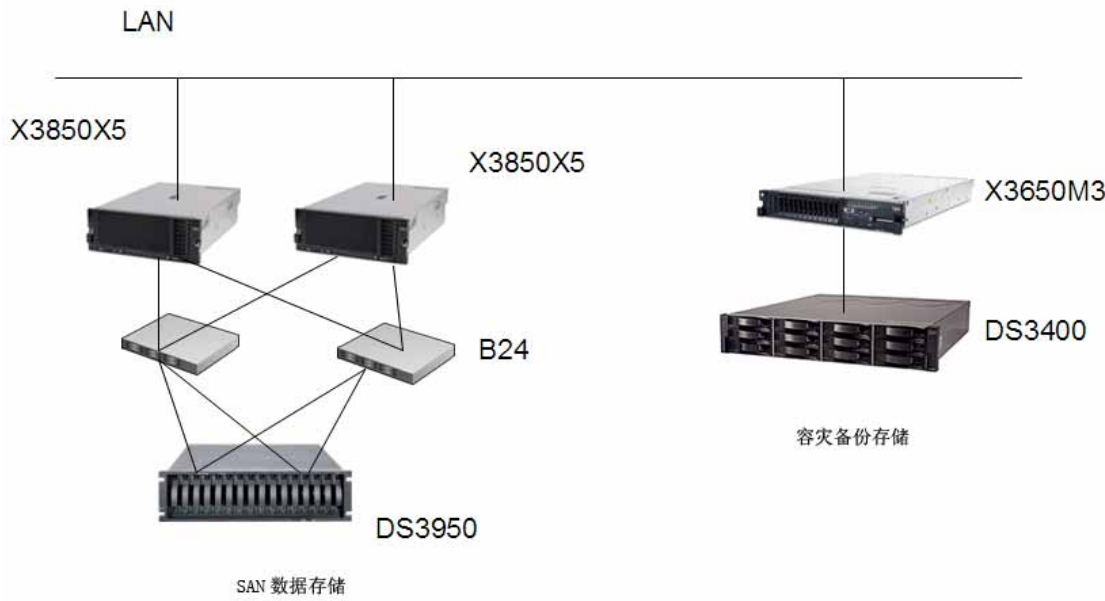
(4) 信息系统拓扑架构

各机构部门及生产基地使用光纤专线接入总部网络机房；区域营销公司和销售终端采用宽带互联网接入总部，与分销、零售等业务应用系统互联，并采用自主研发的数据通讯软件进行数据交递。本信息系统的拓扑架构如下：



(5) SAN 数据存储与容灾备份系统

为了应对各种自然灾害（火灾、水灾、地震等）和人为灾难（误操作、病毒等）对企业数据安全带来的冲击，建立安全可靠的灾难备份/恢复系统，实现公司的重要信息和处理系统的灾难备份，避免或减少灾难事件和重大事故造成的损失，避免引起重要服务功能和渠道的严重中断，确保关键业务系统的数据安全和业务经营的连续性，公司将部署 SAN 数据存储与容灾备份系统，最大化地保障公司数据的安全、备份、恢复。公司将根据总部的系统和设备的情况，选择关键的核心业务应用系统建立 SAN 数据存储与容灾备份系统。SAN 数据存储与容灾备份系统拓扑图如下：



使用 Moebius 集群软件实现 SQL 数据库的自动平衡负载和故障恢复。多台服务器的业务数据分别存储于 DS3950 的 SAN 存储。

5、项目的建设投资概算

本项目建设投资共计 3,455.35 万元，具体投资构成详见下表：

序号	投资类别	金额（万元）	占比
1	工程费用	3,044.51	88.11%
1.1	机房建设费用	39.00	1.13%
1.2	硬件投资费用	1,292.92	37.42%
1.3	软件投资费用	1,712.59	49.56%
2	工程建设其他费用	96.72	2.80%
2.1	建设单位管理费	76.72	2.22%
2.2	前期工作费	20.00	0.58%
3	基本预备费	314.12	9.09%
建设投资合计		3,455.35	100.00%

6、项目的建设地点和实施进度

本项目中心数据机房建设地点位于发行人总部；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。

本项目建设期为 2 年，即计划在 2 年内分步对公司信息系统进行建设与升级，以满足公司经营发展的要求。

本项目的具体实施进度计划需要根据公司整体战略规划和业务实际需求与系统上线的条件具备相结合。由于该平台全局架构的可扩展性优势和高集成度，在实施过程中，项目中 5 大管理平台的子模块会交叉和组合实施（在实施某些管

理平台时,其他管理平台的子模块需要与该管理平台同步实施才能保证系统的互通、互联)。

序号	建设内容	第一年						第二年					
		2	4	6	8	10	12	2	4	6	8	10	12
1	机房装修工程												
2	办公大楼综合布线												
3	SAN 数据存储												
4	服务器及网络设备采购安装												
5	办公电脑设备采购安装												
6	终端 POS 电脑更新采购安装												
7	邮局系统布署与实施												
8	OA 办公系统布署与实施												
9	ERP 系统布署与实施												
10	核心系统实施(总部、深圳生产基地及深圳和广州营销公司)												
11	核心系统实施(武汉生产基地及其余营销公司)												
12	决策应用平台实施												
13	商品计划系统布署与实施												
14	SAN 容灾备份系统布署与实施												

7、项目的预期效益分析

本项目建设将整体提高公司精细化管理水平与运营能力、降低运营成本、提高快速反应能力、完善客户服务水平,为公司快速可持续发展提供有力支撑。

信息系统作为公司业务管理、信息收集与分析的重要方法和工具,其本身并不直接产生经济效益,成本核算也分散在不同地点和多个财务科目内,难以进行直接的财务测算和经济效益的定量分析。因此,本项目仅对项目效益进行定性分析。

(1) 有效降低经营成本,提高产品质量,提升公司核心竞争力

本项目实施将进一步规范公司管理行为,制定科学、有效的业务流程机制,提高公司管理水平,并通过信息平台的即时数据交换,实现业务信息高效、准确的收集,有利于提升公司对供应链的掌控能力,提高公司准时交单率,有效降低成本,提高产品质量,提升公司核心竞争力。

如生产工厂的车间管理,引入先进的电子菲系统,改变车间原来传统的打菲、剪菲做法,通过电子菲的管理,可以杜绝原来手工管理的缺陷或弊端,车间员工可以实时查询当天、当月和当款的生产情况,生产计件与进度公开化、透明化,

提高员工的积极性。电子菲的生产采集与统计采用实时的方法，生产管理人员亦可以实时了解与掌握车间的生产进度，生产进度与统计一目了然。公司管理人员可以清楚地通过系统掌握公司生产计划的安排、待产、正在生产与生产完成等各环节的信息。原来传统的车间菲票管理，需要消耗大量的纸张菲票、打印耗材，而使用电子菲的 ID 卡可以多次循环使用，公司不但降低了成本、提高了经营效益，还可以节能减排、并且环保。

（2）提高公司对市场的快速反应能力

通过公司生产、营销、办公、人事、财务以及知识管理系统的实施，可以加强生产的精细化管理，有利于安排生产，促使公司内部信息交流更为顺畅，企业管理流程更加科学可行；有利于提高部门运营效率和员工知识水平，培养员工的创新工作能力，提高公司对市场的快速反应能力。

（3）为管理层提供决策依据，降低决策风险

本项目将利用信息平台收集的各项信息，指导公司管理层作出正确的战略决策、战术决策及操作决策，有效降低决策风险，为决策的科学性、合理性提供有力支撑。

（4）增强公司盈利能力

本项目的实施将大大提高公司对供应链的监控水平，提升渠道掌控能力，实现产品从设计研发到销售全流程数据可控，并可通过科学的市场数据分析准确预测市场，制定符合市场需求的产品计划，降低库存水平，有效规避市场风险，增强公司盈利能力。

四、募集资金投资项目对发行人经营和财务的影响

（一）募集资金投资项目对发行人经营模式的影响

本次募集资金投资项目将加强和完善发行人的经营模式。营销渠道扩建项目将进一步加强发行人以直营为主的渠道营运模式，扩大了营销网络覆盖面，减少销售终端市场布局空白点，提高营销网络的稳定性，扩大直营店对加盟店的示范辐射作用，增强发行人对销售渠道的控制力。大浪服装家纺生产基地建设项目适当增强公司的自主生产能力，有效满足公司营销渠道扩建项目实施增加的货品需

求量，确保代表性体现公司品牌特色、设计和工艺含量较高、产品附加值较高的品牌产品由公司自主生产，保证产品生产质量，加快生产周期，提高公司产能安排的灵活性和抵抗市场风险的能力。信息系统技改项目配合营销网络建设和生产基地建设项目，充分提高公司的业务链运营信息化程度和管理效率，提升了对市场的快速反应能力。三个项目有机结合，良性互动，有助于公司发展战略的执行，提高公司品牌的市场知名度和美誉度。

（二）募集资金投资项目对发行人经营状况的影响

本次募集资金运用将提高公司的盈利能力，增强公司品牌的市场竞争力。通过募集资金投资项目建设，将较大幅度增加公司直营销售终端的数量，直接促进产品销售量和销售额的提高；适当扩大公司自主产能，确保和提高公司产品的质量和附加值，缩短产品设计和投向市场的周期，提升公司品牌的市场影响力，增强盈利能力，巩固公司品牌的市场竞争地位。

（三）募集资金投资项目新增折旧摊销额的影响

本次募集资金投资的三个项目计算期内折旧摊销金额较发行人目前的折旧摊销水平有较大幅度增长，三个项目在计算期内各年的折旧摊销情况如下表：

项目	第2年	第3年～第6年	第7年	第8年～第11年	第12年
折旧（万元）	487.05	1,922.28	1,652.33	1,438.58	1,363.95
摊销（万元）	1,442.55	2,924.91	2,719.40	2,550.59	2,550.59
合计（万元）	1,929.60	4,847.19	4,371.73	3,989.17	3,914.54

（四）募集资金投资项目对发行人财务状况的影响

本次发行后，公司的净资产和每股净资产将大幅度提升。本次发行的募集资金到位后，公司资产负债率将大幅下降，资金实力和偿债能力将有效提升。由于募集资金投资项目在短期内难以完全产生效益，因此公司在发行当年净资产收益率将有所下降，但随着募集资金投资项目效益逐渐地产生，公司的整体盈利长期来看将进一步提升。

第十四节 股利分配政策

一、股利分配的一般政策

(一) 公司在股利分配方面实行同股同权、同股同利的原则, 按各股东所持股份数分配股利。公司持有的本公司股份不参与分配利润。

(二) 股利分配采取现金或股票方式。

(三) 根据相关法律法规和《公司章程》的规定, 公司税后利润分配顺序为:

1、弥补以前年度发生的亏损;

2、按税后利润的 10%提取法定公积金, 当法定公积金累计金额已达到公司注册资本的 50%以上时, 可不再提取;

3、从税后利润中提取法定公积金后, 经股东大会决议, 还可以从税后利润中提取任意公积金;

4、支付股东股利。

(四) 法定公积金转为股本时, 所留存的该项公积金不得少于转增前公司注册资本的 25%。

(五) 在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的, 股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

(六) 公司董事会根据盈利状况制订分配方案, 经公司股东大会审议通过后, 公司董事会须在股东大会召开后两个月内完成股利的派发事项。

二、报告期内公司实际股利分配情况

报告期内, 公司共进行过两次股利分配, 具体情况如下:

根据 2010 年 6 月 27 日召开的公司 2009 年年度股东大会决议, 以 2009 年末公司总股本 12,319.50 万股为基数, 向全体股东每 10 股派发现金 1.00 元(含税), 本次利润分配 1,231.95 万元。该次利润分配已执行完毕。

根据 2011 年 2 月 23 日召开的公司 2010 年年度股东大会决议, 以 2010 年末

公司总股本 12,719.50 万股为基数，向全体股东每 10 股派发现金 1.25 元（含税），共派发股利 1,589.94 万元。该次利润分配已执行完毕。

三、本次发行后的股利分配政策

本次发行后公司的股利分配政策除了包括股利分配的一般政策的内容外，《公司章程》（草案）还增加以下内容：公司将实行持续、稳定的利润分配办法，并遵守下列规定：（一）公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报；在有条件的情况下，公司可以进行中期现金分红；（二）公司董事会未做出现金利润分配预案的，应当在定期报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见；（三）最近三年以现金累计分配的利润不得少于最近三年实现的年均可分配利润的百分之三十；（四）存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

四、发行前滚存利润的安排

根据公司第二届董事会第二次会议和 2011 年第三次临时股东大会决议，公司拟向中国证券监督管理委员会申请公开发行人民币普通股（A 股），本次公开发行完成后，由公司全体新老股东按照本次发行后的持股比例共同享有本次发行完成前的滚存未分配利润。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露和投资者关系

为保护投资者的合法权利，加强公司信息披露工作的管理，规范公司信息披露行为，发行人根据《公司法》、《证券法》和中国证监会的有关规定，发行人股东大会决议通过了《信息披露管理制度》和《投资者关系管理制度》。本次公开发行股票上市后，发行人将按照有关法律法规以及《公司章程》的规定，认真履行信息披露义务，及时公告公司在涉及重要生产经营、重大投资、重要财务决策等方面的事项，包括公布中报、年报、临时公告等。

发行人有关信息披露和投资者关系管理的负责部门为投资者关系部，负责人为董事会秘书，具体情况如下：

负责部门：投资者关系部

负责人：桑田（董事会秘书）

地址：深圳市南山区侨城北路高发东方科技园 2#厂房（华展）5 楼

邮政编码：518053

联系电话：0755-2600 9419

传真号码：0755-2658 4609

电子邮箱：ir@fairyfair.com

二、重大合同

发行人及其控股子公司正在履行或将要履行的主要合同情况如下：

（一）综合授信额度合同、借款合同与相关担保合同

1、与深圳发展银行深圳华侨城支行签订的合同

（1）综合授信额度合同 2011 年 9 月 6 日，股份公司与深圳发展银行深圳华侨城支行签订了《综合授信额度合同》（合同编号：深发华侨城综字第

20110906003 号), 额度金额 7,200 万元, 期限从 2011 年 9 月 6 日至 2012 年 9 月 5 日。

(2) 担保合同 2011 年 9 月 6 日, 本图投资、武汉新日分别与深圳发展银行深圳华侨城支行签订了《最高额保证担保合同》(合同编号分别为: 深发华侨城额保字第 20110922007、20110922006), 为股份公司与深圳发展银行深圳华侨城支行签订的《综合授信额度合同》(合同编号: 深发华侨城综字第 20110906003 号) 提供连带责任保证担保。

(3) 借款合同 2011 年 6 月 30 日, 股份公司与深圳发展银行深圳华侨城支行签订了《贷款合同》(合同编号: 深发华侨城贷字第 20110630001 号), 贷款金额 1,000 万元作流动资金周转用, 期限 6 个月。

2011 年 9 月 27 日, 股份公司与深圳发展银行深圳华侨城支行签订了《贷款合同》(合同编号: 深发华侨城贷字第 20110922001 号), 贷款金额 2,000 万元作流动资金周转用, 期限 6 个月。

2、与广东发展银行深圳分行签订的合同

(1) 综合授信额度合同 2011 年 6 月 17 日, 股份公司与广东发展银行深圳分行签订了《综合授信额度合同》(合同编号: 10204211015 号), 额度金额 5,000 万元, 期限 12 个月。

(2) 担保合同 2011 年 6 月 17 日, 本图投资与广东发展银行深圳分行签订了《最高额保证合同》(合同编号分别为: 10204211015-01), 为股份公司与广东发展银行深圳分行签订的《综合授信额度合同》(合同编号: 10204211015 号) 提供连带责任保证担保。

2011 年 6 月 17 日, 本图投资与广东发展银行深圳分行签订了《最高额抵押合同》(合同编号: 10204211015-06 号), 为股份公司与广东发展银行深圳分行签订的《综合授信额度合同》(合同编号: 10204211015 号) 提供抵押担保, 抵押物为本图投资所有的“高发东方科技园 2#厂房(华展) 1-1、2-1、3-1”房产和“高发东方科技园 6#公寓(侨山)”房产。

(3) 借款合同 2011 年 6 月 27 日, 广东发展银行深圳分行开具《借款借据》, 股份公司借款 5,000 万, 借款期限 1 年。

3、与招商银行深圳华侨城支行签订的合同

(1) 授信协议 2011 年 10 月 9 日, 股份公司与招商银行深圳华侨城支行签订了《授信协议》(合同编号: 2011 年侨字第 0011708914 号), 额度金额 7,000 万元, 期限 2 年, 自 2011 年 10 月 11 日起到 2013 年 10 月 11 日。

(2) 担保合同 2011 年 10 月 9 日, 本图投资与招商银行深圳华侨城支行签订了《最高额不可撤销担保书》(合同编号: 2011 年侨字第 0011708914-1 号), 为股份公司与招商银行深圳华侨城支行签订的《授信协议》(合同编号: 2011 年侨字第 0011708914 号) 承担连带责任保证担保。

2011 年 10 月 9 日, 本图投资与招商银行深圳华侨城支行签订了《最高额抵押合同》(合同编号: 2011 年侨字第 0011708914 号) 及补充协议, 为股份公司与招商银行深圳华侨城支行签订的《授信协议》(合同编号: 2011 年侨字第 0011708914 号) 提供抵押担保, 抵押物为本图投资所有的“高发东方科技园 2# 厂房 6-1、5-1、4-1”房产。

(3) 借款合同 2010 年 11 月 9 日, 股份公司与招商银行深圳华侨城支行签订了《借款合同》(合同编号: 2010 年侨字第 1010700066 号), 贷款金额 2,000 万元作流动资金周转用, 期限 1 年, 从 2010 年 11 月 9 日起到 2011 年 11 月 9 日。

2011 年 6 月 27 日, 股份公司与招商银行深圳华侨城支行签订了《借款合同》(合同编号: 2011 年侨字第 1011700045 号), 贷款金额为 1,000 万元作流动资金周转用, 期限为 6 个月。

4、与上海浦东发展银行广州分行签订的合同

2010 年 1 月 27 日, 股份公司与上海浦东发展银行广州分行签订了《法人按揭借款合同》(合同编号: 82012010780002), 股份公司为购买位于广州市天河区黄埔大道西 76 号富力盈隆广场(1 栋) 13 层 1310-1311 号房的房屋借款 313 万元, 借款期限为 5 年。2010 年 1 月 27 日, 股份公司与上海浦东发展银行广州分行签订了《法人按揭借款抵押合同》(合同编号: YD8201201078000201), 为上述按揭借款合同提供抵押, 抵押物为广州市富力盈隆广场(1 栋) 13 层 1310-1311 号房, 担保金额 313 万元。

(二) 物业租赁合同

发行人及其子公司作生产用,或作专卖店用,且租用面积在 200 平方米以上的物业租赁合同如下:

1、2011 年 3 月 1 日,股份公司与广东兴必佳电器有限公司签订了《房屋租赁合同》,承租位于深圳市宝安区观澜街道下湖社区下围工业区 3 号的厂房,租用面积 15,000 平方米,租期自 2011 年 3 月 1 日到 2013 年 3 月 1 日,租金为 21.60 万元/月。

2、2010 年 3 月 2 日,股份公司与深圳市奥康德糖烟酒有限公司签订了《房屋租赁合同》,承租位于深圳市福田区南园动力公司商住楼 5 栋 101-3 的商铺,租用面积 232.67 平方米,租期自 2010 年 6 月 1 日至 2013 年 5 月 31 日,第一年租金为 47,458 元/月,之后每年递增 5%。

3、2009 年 10 月 12 日,股份公司与南京万达广场投资有限公司签订了《商铺租赁合同》,承租位于南京市建邺区江东中路 98 号万达广场内步行街一层 158a 号、159 号和 160 号的商铺,租用面积 247.44 平方米,租期自 2009 年 12 月 18 日至 2012 年 12 月 17 日,第一年租金为 534,470.4 元;第二年租金为 59,385.60 元/月;第三年租金为 62,354.88 元/月。

4、2009 年 9 月 27 日,发行人沈阳分公司与沈阳万达商业广场开发有限公司签订了《商铺租赁合同》,承租位于沈阳市和平区太原街万达广场内步行街一层 128 号的商铺,租用面积 399.93 平方米,租期自 2009 年 10 月 30 日至 2012 年 10 月 29 日,第一年租金为 489,514.32 元,第二年租金为 611,892.90 元,第三年租金为 61,189.29 元/月。

5、2009 年 9 月 17 日,广州淑女屋与广州东站天汇城有限公司签订了《商铺租赁合同》,承租位于广州市天河区林和中路 63 号东方宝泰购物广场 B1 层第 1005、1006 号的商铺,租用面积 366 平方米,租期自 2009 年 11 月 25 日至 2012 年 10 月 24 日,2009 年 11 月 25 日至 2010 年 10 月 24 日的租金为 54,900 元/月,2010 年 10 月 25 日至 2011 年 10 月 24 日的租金为 65,880 元/月,2011 年 10 月 25 日至 2012 年 10 月 24 日的租金为 73,200 元/月。

6、2009 年 6 月 26 日,青岛淑女屋与青岛万达广场置业有限公司签订了《租

赁合同》，承租位于青岛市延吉路 CBD 万达广场一层 152、153、155 号的商铺，租用面积 251.97 平方米，租期自 2009 年 11 月 27 日至 2012 年 11 月 26 日，租金第一年为 576,003.42 元，第二年为 768,004.56 元，第三年为 791,044.68 元。

7、2011 年 8 月 25 日，武汉新辰与武汉经开万达广场投资有限公司签订了《租赁合同》，承租位于武汉经济开发区东风大道 111 号万达广场内购物中心室内步行街壹层 1-71、1-72、1-73 号商铺的房屋，租赁面积为 317.72 平方米，租赁期限为 2011 年 8 月 26 日至 2014 年 8 月 25 日，租金为第一年 438,456 元/年，第二年 73,076 元/月，第三年 76,729 元/月。

8、2011 年 8 月 25 日，武汉新辰与武汉经开万达广场投资有限公司签订了《租赁合同》，承租位于武汉经济开发区东风大道 111 号万达广场内购物中心室内步行街贰层 2-17、2-18 号商铺的房屋，租赁面积为 205.20 平方米，租赁期限为 2011 年 8 月 26 日至 2014 年 8 月 25 日，租金为第一年 233,928 元/年，第二年 38,988 元/月，第三年 40,937 元/月。

（三）购房合同

1、2011 年 7 月 26 日，股份公司与武汉万达东湖置业有限公司签订了《武汉市商品房买卖合同》（合同备案号为“昌 113083037”），约定发行人购买武汉市中央文化旅游区 J2 地块商品房中的第 4 幢 2-3 层 18 号房。该房屋建筑面积为 215.88 平方米，房屋用途为商业、服务，交房期限为 2012 年 12 月 3 日前，价款总额为 11,053,662 元，发行人已于 2011 年 6 月 27 日完全支付。

2、2011 年 7 月 26 日，股份公司与武汉万达东湖置业有限公司签订了《武汉市商品房买卖合同》（合同备案号为“昌 113083038”），约定发行人购买武汉市中央文化旅游区 J2 地块商品房中的第 4 幢 2-3 层 19 号房，该房屋建筑面积均为 215.88 平方米，房屋用途为商业、服务，交房期限为 2012 年 12 月 3 日前，价款总额为 11,053,662 元，发行人已于 2011 年 6 月 27 日完全支付。

3、2011 年 7 月 26 日，股份公司与武汉万达东湖置业有限公司签订了《武汉市商品房买卖合同》（合同备案号为“昌 113083039”），约定发行人购买武汉市中央文化旅游区 J2 地块商品房中的第 4 幢 2-3 层 20 号房，该房屋建筑面积为 206.42 平方米，房屋用途为商业、服务，交房期限为 2012 年 12 月 3 日前，价

款总额为 11,719,064 元，发行人已于 2011 年 6 月 27 日完全支付。

（四）保荐协议或主承销合同

发行人与华泰联合证券有限责任公司签订了《保荐协议》和《主承销协议》，聘请华泰联合证券有限责任公司作为发行人本次发行的保荐人和主承销商。

（五）对外担保合同

截止本招股说明书签署之日，发行人及其子公司无任何对外担保行为。

三、重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，发行人不存在尚未了结或可以预见的重大诉讼或仲裁事项。

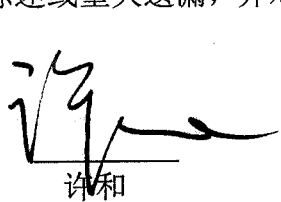
截至本招股说明书签署日，持有发行人股份的股东、控股子公司、本公司董事、监事和高级管理人员不存在尚未了结或可以预见的重大诉讼、仲裁及行政处罚事项。本公司董事、监事和高级管理人员未受过刑事处罚，未涉及刑事诉讼事项。

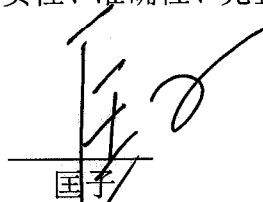
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

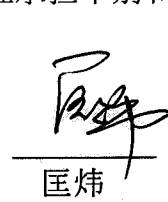
发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书及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。

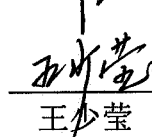
全体董事签名：

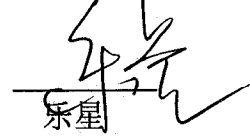

许和


国子


匡炜

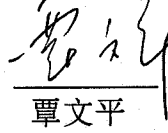

匡文


王少莹


乐星

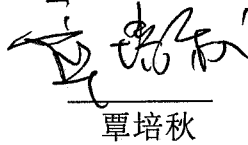

郑建江

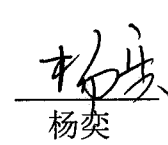

陈杰平


覃文平

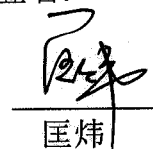
全体监事签名：

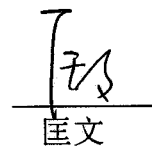

张慧


覃培秋


杨奕

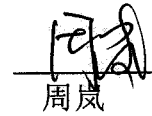
全体高级管理人员签名：


匡炜


匡文


桑田


张志军


周岚

深圳市淑女屋时装股份有限公司



保荐人(主承销商)声明

本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查,确认不存在虚假记载、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。

项目协办人(签名): 周耿明
周耿明

保荐代表人(签名): 毛成杰 金雷
毛成杰 金雷

保荐人法定代表人(签名): 马昭明
马昭明



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。

经办律师(签名):

鲍卉芳

鲍卉芳

魏小江

魏小江

康晓阳

康晓阳

冯国栋

冯国栋

律师事务所负责人(签名):

付洋

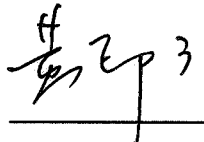
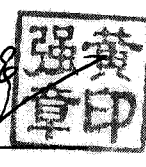
付洋



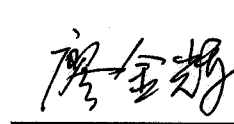
会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要,确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制审计报告及经本所核验的非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制审计报告及经本所核验的非经常性损益明细表等的内容无异议,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。

经办注册会计师(签字):

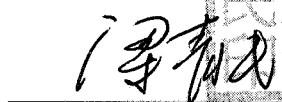
 

黄印强

廖金辉

法定代表人(签字):

梁青民

天健正信会计师事务所有限公司

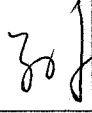


2011年10月30日

资产评估机构声明

本机构及签字注册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无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人深圳市淑女屋时装股份有限公司在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议,确认招股说明书不致因上述内容出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏引致的法律风险,并对其真实性、准确性及完整性承担相应的法律责任。

签字注册资产评估师(签名):


中国注册
资产评估师
孙庆峰
11001810
孙庆峰


中国注册
资产评估师
李健之
11000192
李健之

资产评估机构负责人(签名):


孙月焕

北京中企华资产评估有限责任公司



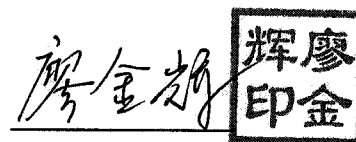
验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本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。

经办注册会计师（签字）：



黄印强



廖金辉

法定代表人（签字）：



梁青民

天健正信会计师事务所有限公司



第十七节 备查文件

一、备查文件内容

- （一）发行保荐书及保荐工作报告；
- （二）财务报表及审计报告；
- （三）内部控制审计报告；
- （四）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- （五）法律意见书及律师工作报告；
- （六）公司章程（草案）；
- （七）中国证监会核准本次发行的文件；
- （八）其他与本次发行有关的重要文件。

上述文件同时刊载于巨潮资讯网站（<http://www.cninfo.com.cn>）。

二、查阅时间和地点

投资者可在发行期间每周一至周五上午 9:00-11:00，下午 3:00-5:00，于下列地点查询上述备查文件：

- （一）发行人：深圳市淑女屋时装股份有限公司

联系地址：深圳市南山区侨城北路东方科技园华展大厦

联系人：桑田

联系电话：0755-2600 9419

传真：0755-2658 4609

- （二）保荐机构（主承销商）：华泰联合证券有限责任公司

联系地址：深圳市福田区深南大道 4011 号香港中旅大厦

联系人：周耿明 马俊华

联系电话：0755-8249 2010

传真：0755-8249 3959