

比音勒芬服饰股份有限公司

BIEM.L.FDLKK GARMENT CO.,LTD.

(广州市番禺区南村镇兴业大道 309 号)



首次公开发行股票招股意向书摘要

保荐机构（主承销商）



安信证券股份有限公司
Essence Securities Co., Ltd.

(深圳市福田区金田路 4018 号安联大厦 35 层、28 层 A02 单元)

比音勒芬服饰股份有限公司 首次公开发行股票招股意向书摘要

声 明

本招股意向书摘要的目的仅为向公众提供有关本次发行的简要情况，并不包括招股意向书全文的各部分内容。招股意向书全文同时刊载于下述网址：<http://www.cninfo.com.cn>。投资者在做出认购决定之前，应仔细阅读招股意向书全文，并以其作为投资决定的依据。

投资者若对本招股意向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。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股意向书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对招股意向书及其摘要的真实性、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意向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作的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或者投资者的收益做出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

第一节 重大事项提示

本公司特别提醒投资者注意本公司及本次发行的以下事项和风险：

一、股份限制流通及自愿锁定承诺

(一)本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺及相应的约束措施

公司控股股东暨实际控制人谢秉政、冯玲玲夫妇二人及其一致行动人谢挺均承诺：自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公司首次公开发行股票前其所持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

公司股东谢炳鑫、李惠强、陈俊岭、申金冬、唐新乔、暨南投资、通盈创投承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理公司首次公开发行股票前其所持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

公司股东谢秉政、冯玲玲、申金冬和唐新乔还承诺：在其担任公司董事、监事和高级管理人员的任职期间，每年转让的股份不超过其所持有公司股份总数的百分之二十五；离职后六个月内不转让其所持有的公司股份；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公司股票数量占其所持有公司股票总数的比例不超过百分之五十。

公司控股股东暨实际控制人、持有公司股份的董事和高级管理人员谢秉政、冯玲玲、申金冬和唐新乔承诺：公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价（公司上市后发生除权除息事项的，上述价格应作相应调整）均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，其所持公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。谢秉政、冯玲玲夫妇承诺其所持公司股份在锁定期满后两年内不减持；申金冬和唐新乔承诺其所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价（公司上市后发生除权除息事项的，减持价格应作相应调整）。如超过上述期限拟减持公司股份的，其承诺将依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及深圳证券交易所相关规定办理；其不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

以上承诺人除谢挺外均承诺：若其未履行上述承诺，其将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行股票锁定期承诺向公司股东和社会公众投资者道歉，并将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内购回违规卖出的股票，且自购回完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期 3 个月。若其因未履行上述承诺而获得收入的，所得收入归公司所有，其将在获得收入的五日内将前述收入支付给公司指定账户。如果因其未履行上述承诺事项给公司或者其他投资者造成损失的，其将向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任。

谢挺承诺：若其未履行上述承诺，其将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内购回违规卖出的股票，且自购回完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期 3 个月。若其因未履行上述承诺而获得收入的，所得收入归公司所有，其将在获得收入的五日内将前述收入支付给公司指定账户。如果因其未履行上述承诺事项给公司或者其他投资者造成损失的，其将以因违反承诺所获得的收益向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任。

（二）关于公司上市后三年内稳定股价预案及相应约束措施

1、公司关于上市后三年内稳定股价预案及相应约束措施

公司股票挂牌上市之日起三年内，一旦出现连续二十个交易日公司股票收盘价均低于本公司上一个会计年度未经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数÷年末公司股份总数，下同）情形时（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与本公司上一会计年度未经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整），本公司将根据《上市公司回购社会公众股份管理办法》的规定向社会公众股东回购公司部分股票，同时保证回购结果不会导致本公司的股权分布不符合上市条件。本公司将依据法律、法规及公司章程的规定，在上述条件成就之日起三个交易日内召开董事会讨论稳定股价方案，并提交股东大会审议。具体实施方案将在稳定股价措施的启动条件成就时，本公司依法召开董事会、股东大会做出股份回购决议后公告。

在股东大会审议通过股份回购方案后，本公司将依法通知债权人，并向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续。但如果股份回购方案实施前本公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施条件的，

可不再继续实施该方案。

本公司回购股份的价格不超过上一个会计年度经审计的每股净资产，回购股份的方式为集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式。使用的资金金额为上市之日起每十二个月内使用不少于 3,000 万元（资金来源包括但不限于自有资金、银行贷款等方式）。但如果股份回购方案实施过程中公司股价已经不能满足继续实施稳定公司股价措施条件的，可停止实施该方案。

自本公司股票挂牌上市之日起三年内，若公司新聘任董事（不含独立董事）、高级管理人员的，本公司将要求该等新聘任的董事、高级管理人员履行公司上市时董事、高级管理人员已作出的关于股价稳定措施的相应承诺。

本公司承诺：在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如本公司未采取上述稳定股价的具体措施，本公司将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

2、控股股东暨实际控制人谢秉政、冯玲玲夫妇关于公司上市后三年内稳定股价预案及相应约束措施

公司股票挂牌上市之日起三年内，一旦出现连续二十个交易日公司股票收盘价均低于公司上一个会计年度未经审计的每股净资产情形时（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司上一会计年度未经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应作相应调整），其将依据法律、法规及公司章程的规定，在不影响公司上市条件的前提下实施以下具体股价稳定措施：

（1）其启动股价稳定措施将以增持公司股份的方式进行。如公司在上述需启动股价稳定措施的条件触发后启动了股价稳定措施，其可选择与公司同时启动股价稳定措施或在公司股价稳定措施实施完毕（以公司公告的实施完毕日为准）后公司股票收盘价仍低于上一个会计年度未经审计的每股净资产时再行启动股价稳定措施。其将在有关股价稳定措施启动条件成就后三个交易日内提出增持公司股份的方案（包括拟增持股份的数量、价格区间、时间等），在三个交易日内通知公司，公司应按照规定披露其增持股份的计划。在公司披露其增持公司股份计划的三个交易日后，其将按照方案开始实施增持公司股份的计划。但如果公司披露其增持计划后三个交易日内公司股价已经不能满足启动稳定公司股价措

施的条件的，其可不再实施上述增持公司股份计划。

(2) 其买入公司股份的价格不高于公司上一会计年度经审计的每股净资产。

(3) 其合计用于股份增持的资金为上市之日起每十二个月内不少于 1,000 万元（资金来源为自筹资金，包括但不限于自有资金、质押股票贷款等方式）。但在稳定股价方案实施过程中公司股价已经不满足继续实施稳定股价措施条件的，其可停止实施该方案。

其承诺：在启动股价稳定措施的条件满足时，如其未采取上述稳定股价的具体措施，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如其未采取上述稳定股价的具体措施的，则其将在前述事项发生之日起 5 个工作日内停止在公司处领取薪酬/津贴及股东分红，直至其按上述预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。

3、公司全体董事（不包含独立董事）、高级管理人员关于公司上市后三年内稳定股价预案及相应约束措施

公司股票挂牌上市之日起三年内，一旦出现连续二十个交易日公司股票收盘价均低于公司上一个会计年度未经审计的每股净资产情形时（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司上一会计年度未经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整），且公司及控股股东暨实际控制人实施完毕股价稳定措施（以公司公告的实施完毕日为准）后，公司股票收盘价仍低于上一个会计年度未经审计的每股净资产时，其将依据法律、法规及公司章程的规定，在不影响公司上市条件的前提下实施以下具体股价稳定措施：

(1) 其将通过二级市场以竞价交易方式买入公司股份以稳定公司股价。公司应按照相关规定披露其买入公司股份的计划。在公司披露其买入公司股份计划的三个交易日后，其将按照方案开始实施买入公司股份的计划。但如果公司披露其买入计划后三个交易日内公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件，其可不再实施上述买入发行人股份计划。

(2) 其通过二级市场以竞价交易方式买入股份的，买入价格不高于公司上一会计年度经审计的每股净资产。

(3)其将在上市之日起每十二个月内使用不少于其在担任董事/高级管理人员职务期间上一会计年度从公司处领取的税后薪酬/津贴（如有）累计额的 30% 稳定股价。但在稳定股价方案实施过程中公司股价已经不满足继续实施稳定公司股价措施条件的，其可停止实施该方案。

其承诺：在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如其未采取上述稳定股价的具体措施，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如果其未采取上述稳定股价的具体措施的，则其将在前述事项发生之日起 5 个工作日内停止在公司处领取薪酬/津贴（如有）及股东分红（如有），直至其按上述预案内容的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕时为止。

（三）关于因信息披露重大违规回购新股、赔偿损失承诺及相应约束措施

1、公司关于因信息披露重大违规回购新股、赔偿损失承诺及相应约束措施
本公司承诺：

如本公司招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将依法回购首次公开发行的全部新股。本公司将在中国证监会认定有关违法事实的当日进行公告，并在三个交易日内根据相关法律、法规及公司章程的规定召开董事会并发出召开临时股东大会通知，在召开临时股东大会并经相关主管部门批准/核准/备案后启动股份回购措施；本公司承诺按市场价格进行回购。公司上市后发生除权除息事项的，上述回购股份数量应作相应调整。

如本公司招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

如果本公司未履行招股意向书披露的公开承诺事项，本公司将在股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。如果因未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，本公司将依法向投资者赔偿相关损失。

2、控股股东关于因信息披露重大违规赔偿损失承诺及相关约束措施

公司控股股东暨实际控制人谢秉政、冯玲玲夫妇承诺：

如公司招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，其将督促公司依法回购首次公开发行的全部新股。

如公司招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，控股股东将依法赔偿投资者损失。

若其违反上述承诺，则将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述赔偿措施向发行人股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺发生之日起 5 个工作日内，停止在公司处领取薪酬/津贴及股东分红，同时其持有的公司股份将不得转让，直至其按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。

3、公司全体董事、监事、高级管理人员关于因信息披露重大违规赔偿损失承诺及相应约束措施

公司全体董事、监事、高级管理人员承诺：

如公司招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，其将依法赔偿投资者损失。

若其违反上述承诺，则将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述赔偿措施向公司股东和社会公众投资者道歉；并在违反上述赔偿措施发生之日起 5 个工作日内，停止在公司处领取薪酬/津贴（如有）及股东分红（如有），同时其持有的发行人股份（如有）不得转让，直至其按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。

（四）本次发行相关中介机构的承诺

保荐机构承诺：“因本保荐机构为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。”

发行人律师承诺：“本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所

将依法赔偿投资者损失。”

发行人会计师承诺：“因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失，将依法赔偿投资者损失。”

发行人评估机构承诺：“因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。”

（五）公司发行前持股 5%以上股东的持股意向、减持意向及相应约束措施

1、公司控股股东暨实际控制人谢秉政、冯玲玲夫妇的持股意向及减持意向

公司控股股东暨实际控制人谢秉政、冯玲玲夫妇承诺：其所持公司股份在锁定期满后两年内不减持；超过上述期限拟减持公司股份的，将依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及深圳证券交易所相关规定办理。

2、陈俊岭、李惠强、申金冬、谢炳奎和谢挺的持股意向及减持意向

公司股东陈俊岭承诺：其所持公司股份拟在锁定期满后两年内全部减持完毕；减持价格不低于发行价（公司上市后发生除权除息事项的，减持价格应作相应调整）；超过上述期限拟减持公司股份的，将依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及深圳证券交易所相关规定办理。

公司股东李惠强承诺：其所持公司股份在锁定期满后两年内合计减持不超过 104 万股（若公司有送股、转增股本或增发等事项的，上述股份总数应作相应调整）；减持价格不低于发行价（公司上市后发生除权除息事项的，减持价格应作相应调整）；超过上述期限拟减持公司股份的，将依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及深圳证券交易所相关规定办理。

公司股东申金冬承诺：其所持公司股份在锁定期满后两年内合计减持不超过 80 万股（若公司有送股、转增股本或增发等事项的，上述股份总数应作相应调整）；减持价格不低于发行价（公司上市后发生除权除息事项的，减持价格应作相应调整）；超过上述期限拟减持公司股份的，将依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及深圳证券交易所相关规定办理。

公司股东谢炳奎承诺：其所持公司股份在锁定期满后两年内合计减持不超过

104 万股（若公司有送股、转增股本或增发等事项的，上述股份总数应作相应调整）；减持价格不低于发行价（公司上市后发生除权除息事项的，减持价格应作相应调整）；超过上述期限拟减持公司股份的，将依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及深圳证券交易所相关规定办理。

公司股东谢挺承诺：其所持公司股份在锁定期满后的第一年减持的股份数量不超过本次发行前其所持公司股份总额的 80%，第二年减持后所持股份数量不低于本次发行前其所持公司股份总额的 5%，减持价格不低于发行价（公司上市后发生除权除息事项的，减持价格应作相应调整）；超过上述期限其拟减持公司股份的，其承诺将依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及深圳证券交易所相关规定办理。

同时，公司发行前持股 5% 以上股东除谢挺外均承诺：若其未履行上述承诺，其将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行股票锁定期承诺向公司股东和社会公众投资者道歉，并将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内购回违规卖出的股票，且自购回完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期 3 个月。如果其因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归公司所有，其将在获得收入的五日内将前述收入支付给公司指定账户；如果因其未履行上述承诺事项给公司或者其他投资者造成损失的，其将向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任。

谢挺承诺：若其未履行上述承诺，其在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内购回违规卖出的股票，且自购回完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期 3 个月。如果其因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归公司所有，其将在获得收入的五日内将前述收入支付给公司指定账户；如果因其未履行上述承诺事项给公司或者其他投资者造成损失的，其将以因违反承诺所获得的收益向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任。

（六）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

截至本招股意向书摘要出具之日，公司股本总额为 8,000 万股，根据本次发行方案，公司拟发行新股 2,667 万股，股本规模将大幅增加。虽然本次募集资金项目投产后，预计未来几年净利润仍将保持增长，但募集资金项目从投入到产生

效益，需要一定的时间，建设期间股东回报还是主要通过现有业务实现。因此，本次募集资金到位当年公司基本每股收益及稀释每股收益可能低于上年度，导致发行人即期回报被摊薄。

1、董事会选择本次融资的必要性和合理性

本次募集资金拟用于营销网络建设项目、信息系统提升建设项目和补充流动资金。营销网络建设项目将进一步扩大和完善公司的营销网络，提高比音勒芬品牌的市场覆盖率和影响力，增强公司对销售渠道的控制力，提升公司的盈利能力。信息系统提升建设项目将搭建更为完备的信息管理平台，为公司营销网络的拓展、供应链管理能力的提升、网络终端的实时监控和动态管理等业务发展提供强有力的后台支持，为公司业务发展奠定坚实基础。补充流动资金将有利于公司主营业务的开展。

2、本次募集资金投资项目与发行人现有业务的关系，发行人从事募集资金项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

本次募集资金投资于公司主营业务。营销网络建设项目是在公司现有销售渠道的基础上完善并扩大营销网络布局；信息系统提升建设项目为公司业务发展提供强有力的后台支持；补充流动资金主要是满足公司主营业务发展的需要。

公司积累了较强的渠道拓展和管理经验、拥有了一定的优质渠道资源，建立了完善的人才培养机制，具备较强的门店复制能力，为公司销售终端网络的进一步扩张提供了有利条件。公司专注于高尔夫服饰品牌经营，在品牌知名度和影响力不断提升的同时，公司整体规模和业绩以及单店销售业绩快速增长，为公司本次募集资金投资项目的实施奠定了坚实的基础。

3、关于填补被摊薄即期回报的具体措施

本公司主要从事自有品牌比音勒芬高尔夫服饰的研发设计、品牌推广、营销网络建设及供应链管理。比音勒芬品牌经过多年发展，在高尔夫服饰市场已具有一定的品牌影响力和知名度，发展态势良好。为降低本次公开发行对摊薄即期回报的影响，公司承诺将采取以下措施：

(1) 提升品牌知名度、完善销售渠道

比音勒芬品牌定位于高端品牌，在高尔夫服饰行业具有一定的知名度和美誉

度。公司将利用高尔夫成功进入 2016 年奥运会正式项目的契机，加强终端形象建设、媒体广告、赛事推广及主题活动营销，传播公司“生活高尔夫”的品牌理念，使公司的高端高尔夫服饰品牌形象得以不断加强。

本公司产品通过直营店和加盟店进行销售。近年来，公司业务发展情况良好，门店拓展保持较快的增长速度。公司将在现有销售渠道的基础上，加强营销网络建设，拓展网点分布，进一步提高公司零售终端广度与辐射范围，调高产品市场覆盖度；加强零售终端控制，提升单店产出效益。

（2）加强研发设计，准确把握市场流行时尚趋势

公司将加强研发设计队伍建设，加大研发设计投入，在提高产品功能性的同时，快速捕捉潮流元素，在舒适度、款式、色彩等方面进一步提升产品的时尚休闲元素，保证公司服饰产品紧跟市场潮流。同时，为了使服饰研发设计在模式、理念和水准上不断向国际先进水平接轨，公司将加大与外部市场研究机构及专业设计机构的合作。

（3）提高运营效率、降低运营成本

公司将加强企业经营管理和内部控制，全面有效地控制公司经营和管理风险，实施科学管理，控制成本、费用，提升经营效率和盈利能力。

公司已在高尔夫服饰领域积累了较强的渠道拓展和管理经验，未来公司将致力于进一步巩固和提升公司核心竞争优势、增强公司在高尔夫服饰领域的核心竞争力。

（4）强化募集资金管理

公司已制定《募集资金管理制度》，募集资金到位后将存放于董事会指定的专项账户中。公司将严格按照《深圳证券交易所股票上市规则》、《深圳证券交易所中小企业板上市公司规范运作指引》等法律法规，以及公司《募集资金使用管理办法》的规定，规范使用募集资金。公司将定期检查募集资金的使用情况，从而加强对募投项目的监管，保证募集资金得到合理、合法的使用。

（5）提高募集资金使用效率

本次发行募集资金到位后，公司将调配内部各项资源、加快推进募投项目建设，提高募集资金使用效率，争取募投项目早日达产并实现预期效益，以提升公

司盈利水平。本次募集资金到位前，为尽快实现募投项目盈利，公司拟通过多种渠道积极筹措资金，积极调配资源，开展募投项目的前期准备工作，增强项目相关的人才储备，争取尽早实现项目预期收益，提高未来几年的股东回报，降低发行导致的即期回报摊薄的风险。

（6）强化投资者回报机制

根据公司制定的上市后《公司章程（草案）》，公司强化了发行上市后的利润分配政策，进一步明确了公司利润分配的总原则，明确了利润分配的条件和方式，制定了现金分红的具体条件、比例以及股票股利分配的条件，完善了利润分配的决策程序等，公司的利润分配政策将更加健全、透明。同时，公司还制订了未来分红回报规划，对发行上市后的利润分配进行了具体安排。公司将保持利润分配政策的连续性与稳定性，重视对投资者的合理投资回报，强化对投资者的权益保障，兼顾全体股东的整体利益及公司的可持续发展。

本公司制定填补被摊薄即期回报措施不等于对公司未来利润做出保证。

4、发行人控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺

公司全体董事、高级管理人员承诺：

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

（2）承诺对其职务消费行为进行约束；

（3）承诺不动用发行人资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

（4）承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩；

（5）承诺如发行人进行股权激励，股权激励的行权条件将与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩。

同时，发行人董事、高级管理人员已就未履行上述承诺提出如下约束措施：

（1）若承诺人违反上述承诺，则将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述承诺向发行人股东和社会公众投资者道歉。

（2）在确认承诺人违反上述承诺之日起5个工作日内，承诺人停止在发行人

处领取薪酬、津贴（如有）及股东分红（如有），同时承诺人持有的发行人股份（如有）不得转让，直至承诺人实际履行承诺或违反承诺事项消除。

（3）若因非不可抗力原因致使承诺人未履行上述承诺，且又无法提供正当合理之说明的，承诺人因此而获得的收益均归发行人所有，发行人有权要求承诺人于取得收益之日起10个工作日内将违反承诺所得收益汇至发行人指定账户。

另外，发行人的控股股东、实际控制人谢秉政、冯玲玲已承诺，在任何情形下，其均不会越权干预发行人的经营管理活动，不会侵占发行人的利益；其将切实履行实际控制人的义务，忠实、勤勉地履行职责，维护发行人和全体股东的合法权益。

二、公司股利分配政策

（一）本次发行前未分配利润的处理

经公司 2013 年第二次临时股东大会审议通过：公司本次发行前滚存的未分配利润由本次发行后新老股东共享。截至 2016 年 9 月 30 日，公司未分配利润为 47,741.77 万元。

（二）公司发行上市后的股利分配政策

根据公司 2014 年第一次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，公司发行上市后利润分配政策如下：

“（一）决策机制与程序：公司利润分配方案由董事会制定及审议通过后报由股东大会批准；董事会在制定利润分配方案时应充分考虑独立董事、监事会和公众投资者的意见。

（二）利润分配原则：公司实行连续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。

（三）利润的分配形式：公司采取现金、股票或者现金股票相结合的方式分配利润，并优先考虑采取现金方式分配利润；在满足购买原材料的资金需求、可预期的重大投资计划或重大现金支出的前提下，公司董事会可以根据公司当期经营利润和现金流情况进行中期分红，具体方案须经公司董事会审议后提交公司股东大会批准。

(四) 公司利润分配的具体条件：公司上一会计年度实现盈利且不存在未弥补亏损的情况下，应当进行现金分红。

采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素；公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照本章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

1、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

2、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

3、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，按照前项规定处理。

公司股利分配不得超过累计可供分配利润的范围。

(五) 公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

公司采取股票或者现金股票相结合的方式分配利润或调整利润分配政策时，需经公司股东大会以特别决议方式审议通过。

(六) 公司根据生产经营、重大投资、发展规划等方面的资金需求情况，确需对利润分配政策进行调整的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定；且有关调整利润分配政策的议案，需事先征求独立董事及监事会的意见，经公司董事会审议通过后，方可提交公司股东大会审议，该事项须经出席股东大会股东所持表决权 2/3 以上通过。为充分听取中小股东意见，公

司应通过提供网络投票等方式为社会公众股东参加股东大会提供便利，必要时独立董事可公开征集中小股东投票权。

(七) 公司应当在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，并对下列事项进行专项说明：

- 1、是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求；
- 2、分红标准和比例是否明确和清晰；
- 3、相关的决策程序和机制是否完备；
- 4、独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用；
- 5、中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到了充分保护等。

对现金分红政策进行调整或变更的，还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。

(八) 公司股东存在违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所获分配的现金红利，以偿还其占用的资金。”

除上述规定之外，公司制定了公司上市后三年股东分红回报计划，对本次发行完成后三年的利润分配作出了进一步安排。公司股利分配政策具体情况请参见招股意向书“第十四节 股利分配政策”和招股意向书“第十一节 管理层讨论与分析”之“六、公司未来分红回报规划”。

三、本公司特别提醒投资者注意以下风险因素

(一) 生产环节外包的风险

公司主要采用品牌经营模式，致力于附加值较高的业务链上游的设计、研发和业务链下游的品牌运营和销售渠道建设，而将产品生产环节外包。产品生产环节外包使得公司在提升核心竞争力的同时能够有效降低运营成本。

目前国内服装产业链优势明显，可供选择的具备较高制造水平的成衣厂较多。同时，对于一些有特殊要求的产品，公司会选择境外（如韩国）的一些成衣厂来进行生产，以确保公司产品的品质。

通过采取建立成衣厂甄选考察评估体系、向成衣厂派驻质量专员、入库检验、委托第三方机构进行专项检测等措施，公司一直在加强和提高产品品质，但仍可

能存在成衣厂的生产工艺不能满足公司产品品质要求,或者生产安排不能满足公司交货时间而致使延迟供货,从而影响公司产品的推广和销售。

（二）营销网络拓展带来的管理风险

公司产品通过直营店和加盟店进行销售。营销网络拓展是公司扩大市场份额、提高经营业绩的重要实现方式。近年来,公司业务发展情况良好,门店拓展一直保持较快的增长速度。

虽然公司积累了较强的渠道拓展和管理经验、拥有了一定的优质渠道资源,建立了完善的人才培养机制,具备较强的门店复制能力,但随着本次发行募集资金的到位和投资项目的实施,公司规模将迅速扩大,营销网络也将得到进一步扩张,店铺数量的快速增长对公司的管理运营提出了更高的要求。如果公司在人才储备和人力资源管理、选择合适的新开门店地址、绩效管理等方面不能满足公司发展的需要,将对公司未来的盈利能力造成一定的影响。

（三）存货余额较大的风险

截至 2016 年 9 月 30 日,公司存货净额为 23,900.48 万元,占资产总额的 29.02%,存货余额较大。

高端品牌服装企业存货占资产总额比重较高以及存货周转率偏低是与高端品牌服装企业的经营模式相适应的。虽然公司存货一直保持正常生产经营所需合理水平,且库龄较短,存货周转率高于品牌定位类似的同行业上市公司,但若在未来的经营年度中因市场环境发生变化或竞争加剧导致存货积压和减值,将对公司经营造成不利影响。

四、2016 年三季度经营情况、2016 年度主要经营情况 预计

2016 年 1-9 月,公司营业收入为 60,591.76 万元,较上年同期增幅为 11.50%,2016 年 1-9 月,公司净利润为 10,521.59 万元,较上年同期增幅为 8.07%。

审计报告截止日(2016 年 9 月 30 日)后,公司经营情况稳定,主要经营模式,主要产品的采购规模和采购价格,销售规模和销售价格等未发生重大变化,主要客户和供应商的构成以及税收政策和其他可能影响投资者判断的重大事项

等方面均未发生重大变化。

根据公司 2016 年 10 月份经营业绩以及订货会订单签订情况，公司 2016 年营业收入预计在 83,000 万元至 86,500 万元之间，较上年同期增幅在 10%至 15% 之间； 2016 年净利润预计在 12,800 万元至 13,500 万元之间，较上年同期增幅在 4%至 10%之间。

第二节 本次发行概况

股票种类	人民币普通股（A股）
本次公开发行股数	2,667万股；本次发行不涉及发行人股东公开发售股份
每股面值	人民币 1.00 元
发行价格	根据询价结果，结合发行时境内资本市场和发行人实际情况，由发行人与主承销商协商确定发行价格
发行市盈率	[]倍（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	7.90 元（以 2016 年 9 月 30 日经审计的净资产值除以发行前总股本计算）
发行后每股净资产	[]元（以 2016 年 9 月 30 日经审计的净资产与本次发行公司募集资金净额之和除以发行后股本计算）
发行市净率	[]倍（按每股发行价格除以发行后每股净资产）
发行方式	采用网下向询价对象配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式
发行对象	符合资格的境内自然人、法人等投资者（国家法律法规禁止者除外）
本次发行股份的流通限制和锁定安排	<p>公司控股股东暨实际控制人谢秉政、冯玲玲夫妇二人及其一致行动人谢挺承诺：自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公司首次公开发行股票前其所持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。</p> <p>公司股东谢炳鑫、李惠强、陈俊岭、申金冬、唐新乔、暨南投资、通盈创投承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理公司首次公开发行股票前其所持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。</p> <p>公司股东谢秉政、冯玲玲、申金冬和唐新乔承诺：在其担任公司董事、监事和高级管理人员的任职期间，每年转让的股份不超过其所持有公司股份总数的百分之二十五；离职后六个月内不转让其所持有的公司股份；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公司股票数量占其所持有公司股票总数的比例不超过百分之五十。</p> <p>公司控股股东暨实际控制人、持有公司股份的董事和高级管理人员谢秉政、冯玲玲、申金冬和唐新乔承诺：公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价（公司上市后发生除权除息事项的，上述价格应作相应调整）均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，其所持公司股票的锁定期自动延长 6 个月。谢秉政、冯玲玲夫妇承诺其所持公司股份在锁定期</p>

	满后两年内不减持；申金冬和唐新乔承诺其所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价（公司上市后发生除权除息事项的，减持价格应作相应调整）。如超过上述期限拟减持公司股份的，其承诺将依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及深圳证券交易所相关规定办理；其不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。
承销方式	由保荐机构（主承销商）以余额包销方式承销
预计募集资金总额	
预计募集资金净额	
发行费用概算	7,357.69 万元

第三节 发行人基本情况

一、发行人基本资料

中文名称	比音勒芬服饰股份有限公司
英文名称	BIEM.L.FDLKK GARMENT CO.,LTD.
注册资本	8,000 万元
法定代表人	谢秉政
成立日期	2012 年 3 月 14 日由比音勒芬有限整体变更设立, 比音勒芬有限成立于 2003 年 1 月 2 日
住所及其邮政编码	广州市番禺区南村镇兴业大道 309 号, 511442
电话、传真号码	020-39952666, 020-39958289
互联网网址	http://www.biemlf.com
电子信箱	investor@biemlf.com

二、发行人历史沿革及改制重组情况

(一) 发行人的设立方式

本公司是由比音勒芬有限整体变更设立的股份有限公司。2012 年 2 月 1 日, 经股东会决议批准, 比音勒芬有限以截至 2011 年 11 月 30 日经审计的账面净资产 113,529,568.58 元为基础, 按照 1.41911961: 1 的比例折为 80,000,000 股, 整体变更为比音勒芬服饰股份有限公司。

(二) 发行人及其投入的资产

本公司发起人为谢秉政、谢挺、谢炳奎、李惠强、陈俊岭、冯玲玲、申金冬、唐新乔、暨南投资和通盈创投。本公司是由比音勒芬有限整体变更设立而成, 公司改制时继承比音勒芬有限的全部资产和业务, 包括流动资产、固定资产、无形资产等各项资产。

三、发行人的股本情况

（一）总股本、本次发行的股份、股份流通限制和锁定安排

发行前，本公司总股本为 8,000 万股。本次拟向社会公开发行人 2,667 万股，发行后总股本 10,667 万股。本公司股东的股份流通限制和锁定安排详见本招股意向书摘要之“第二节 本次发行概况”。

（二）股东持股情况

序号	发起人姓名/名称	持股数量（万股）	持股比例
1	谢秉政	4,400	55.00%
2	谢挺	800	10.00%
3	谢炳鑫	520	6.50%
4	李惠强	520	6.50%
5	陈俊岭	480	6.00%
6	冯玲玲	400	5.00%
7	申金冬	400	5.00%
8	唐新乔	160	2.00%
9	暨南投资	160	2.00%
10	通盈创投	160	2.00%
合计		8,000	100.00%

（三）发行人股东之间的关联关系

谢秉政与冯玲玲系夫妇关系；谢秉政与谢挺系兄弟关系；通盈创投系陈俊岭控制的企业；通盈创投和谢秉政分别持有暨南投资23.26%和17.37%的股权。

除此之外，其他股东之间不存在关联关系。

四、主营业务情况

（一）主营业务及主要产品

公司主要从事自有品牌比音勒芬（ Biem (tdlkk) 高尔夫服饰的研发设计、品牌推广、营销网络建设及供应链管理，目标群体为高尔夫爱好者以及认同高尔夫文化、着装倾向于高尔夫风格的中产收入以上消费人群。公司主要产品为自主品牌比音勒芬高尔夫服饰，分为专业高尔夫系列和生活休闲系列。

按照产品品类来划分，公司经营的产品线覆盖了高尔夫服饰的各类产品，具

体分类情况如下：

产品大类	产品明细
上衣类	T恤、针织衫、衬衫、开衫、背心等
下装类	长裤、短裤、裙子
外套类	风衣、尼克服、棉服、夹克、毛衣、羽绒服、大衣、皮衣等
其他类	包、皮带、帽子、手套、内衣、袜子、围巾、鞋等

（二）产品销售方式和渠道

公司采取直营和特许加盟相结合的销售模式。公司产品的销售终端门店分为直营店和加盟店。目前，公司在一、二线城市以设立直营店为主，在其他城市以设立加盟店为主。公司直营店分为联营方式和非联营方式。

公司对门店的管理方式和特点如下：

项目	直营店		加盟店
	联营方式	非联营方式	
主要区域	一二线城市核心商圈的高端商场、机场、高尔夫球会	高端酒店、少部分机场和高铁站	一二线城市之外的经济较发达城市
经营场地的取得方式	联营方提供	公司租赁	加盟商提供
店员管理	<ul style="list-style-type: none"> ◆人事权：按联营合同约定店员委派和管理方式。除少部分高尔夫球会店由联营方委派外，大部分由公司委派店员 ◆培训：公司定期统一组织 	<ul style="list-style-type: none"> ◆人事权：公司委派、管理 ◆培训：公司定期统一组织 	<ul style="list-style-type: none"> ◆人事权：加盟商委派、管理 ◆培训：公司定期统一组织
产品定价	公司统一指导市场定价	公司统一指导市场定价	公司统一指导市场定价
货款结算	对消费者销售时，通过联营方系统统一收款。公司与联营方根据上月销售清单，按照联营合同约定分成比例实行净额结算	消费者按商品销售价格付款给门店	公司对加盟商实行买断式销售。加盟商按照合同确定的折扣比例计算货款。每年两次订货后按比例缴纳订金。发货时先按订单结算货款后发货
信用政策及退换货	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 无信用政策 ➢ 消费者可按规定进行退换货 		<ul style="list-style-type: none"> ➢ 对少数优质加盟商给予一定的信用额度。 ➢ 不得退货，可按一定比例换货

收入确认	于收到联营方的结算清单，按扣除联营方分成后的销售净额确认销售收入	于货品交付给消费者并收取价款时确认销售收入	于货品交付给加盟商或加盟商指定的物流公司，并取得加盟商的确认文件时确认收入
------	----------------------------------	-----------------------	---------------------------------------

（1）对直营店的管理

直营是指公司在国内一二线城市的高端商场、客流量较大的机场、知名球会会所、酒店等渠道，由公司设立专柜或者专卖店来进行产品销售。

直营分为联营方式和非联营方式。

联营方式指公司与商场、机场、球会商业经营者签署联营协议，由对方提供场地和收款服务，公司提供产品和销售管理，双方按照约定的比例对销售收入进行分成。联营方式为本公司直营模式所采取的主要方式。截至 2016 年 9 月 30 日，本公司共有 253 家直营店采取联营方式。

非联营方式是指公司与经营场地提供方签订租赁协议，以支付租金的方式获得经营场所。公司负责产品、销售管理及收款业务。截至 2016 年 9 月 30 日，本公司共有 20 家直营店采取非联营方式。

公司针对直营店制定了全方位的标准管理体系，主要涵盖门店选址、门店开业审核、产品订货、产品价格控制、门店营销活动、门店形象管理、货品管理与陈列、信息管理系统、资金结算、市场资讯、店员培训等内容。同时，为了提升门店间的协调效益，结合高端品牌服饰行业的特点，公司建立了行之有效的业绩考核体系，促使直营店在提高业绩的同时，能够发挥直营店在重点城市和核心商圈的品牌示范效应，并在反馈市场信息、总结终端运营经验等若干方面充分发挥作用。

（2）对加盟商的管理

加盟商通过与公司签订特许加盟合同，取得比音勒芬品牌的特许加盟资格。加盟商自己负责取得经营场地、门店日常经营管理，并执行公司制定的产品定价和产品价格调整等政策。在特许加盟模式下，公司产品以买断形式销售给加盟商，再由加盟商通过其开设的加盟店对外销售。加盟商自己承担经营的收益与风险。

为了维护公司品牌形象，提高加盟店的整体质量，公司对加盟商制订了严格的资质审核评定程序和全方位的监督管理体系，主要包括：

对加盟商的资质审核：公司对加盟商制订了严格的资质审核评定程序。审核的重点包括资金实力、行业经验、销售渠道资源、对高尔夫服饰的理解、经营理念与公司品牌文化的契合度等方面。对于非商场专柜的加盟店，公司会重点考察加盟商的自身条件、所在城市、店铺所处地段及周边环境；对于商场专柜，公司还会重点考察商场在当地的影响力及销售情况，以及商场的档次定位。

知识产权维护：公司规定加盟商只能够在规定的地域范围内从事比音勒芬品牌服饰产品的经营，不得转让经营权，未经公司授权不得摆放经营其他商品，并在合同有效期内必须合理维护公司品牌声誉。

拓展或收缩店铺：加盟商进行市场拓展前需向公司申报，不得私自开设专柜或专卖店，未经同意不得跨区域经营同时不得擅自关闭任何一家专柜或专卖店，也不得随意扩大或缩小经营场所。

店铺选址及店铺形象管理：对于加盟商选择的店铺，公司派市场专员进行实地考察，并以书面形式通知加盟商是否符合公司的选址要求。加盟店的装修设计、橱窗陈列、招贴宣传均由公司统一提供设计布置图及装修说明，加盟商应严格按照公司所列的标准和要求设计、装修、布置专柜或专卖店。

供货及退换货：公司对加盟商实行买断式销售政策，不接受非质量问题的退货。加盟商在收到公司发出的货品时，发现有破损、脱缰、颜色不正等情况无法销售时，在未经穿着和洗涤且配件完整、齐全的条件下，可向公司申请退货。公司在收到加盟客户退货申请并经公司审核，确实满足退货条件的，公司冲减当期该加盟客户收入和成本，增加库存商品。

价格管理及促销：加盟商应严格按公司规定的市场统一零售价进行销售，加盟商不得擅自提价或降价。在促销活动、特卖或广告宣传期间，加盟商用于促销、特卖或广告宣传的产品必须按照公司规定的价格进行销售。

运输：因货品配送、退换而发生的运输、保险、搬运等费用由加盟商承担。

对加盟商的支持：包括提供店铺选址及店面形象设计方面的建议与支持，装修支持，对各地加盟店的货品配置、陈列推广、销售服务等进行指导和跟进，定期进行人员培训，对少数符合条件的加盟商等给予一定的信用政策。通过这些政策，以不断提升加盟店经营管理水平和零售能力，保障各地加盟店业绩的稳定增

长。

（三）生产所需主要原材料

公司产品自行设计并将生产环节外包。公司采购类别包括成衣、面料和辅料。

（四）行业竞争情况

相比国外而言，高尔夫服饰在中国起步时间较晚，但发展速度较快。

目前高尔夫服饰品牌基本可分为三种类型。

1、专业经营高尔夫服饰的品牌。主要有比音勒芬、金狐狸（Wolsey）、黄金熊（Jack Nicklaus）、雅狮威(Ashworth)、万星威（Munsingwear）等。这类品牌在注重产品专业化的同时提倡产品的生活化，注重高端商场、核心商圈渠道。

2、以卡拉威（Callaway）、泰勒梅（TaylorMade）等为代表的高尔夫球具品牌，以其球具享有盛名。这类品牌以球具为主打产品，高尔夫服饰相对处于辅营地位。渠道基本为高尔夫球会、俱乐部和高尔夫产品专卖店，产品更强调运动功能。

3、以 HugoBoss、CK 等为代表的高端时尚品牌，衍生出的高尔夫服饰系列。

4、以耐克（Nike）、阿迪达斯（Adidas）为代表的专业运动品牌衍生的高尔夫服饰系列。这类品牌产品覆盖多项体育项目，高尔夫服饰在其产品线中占比较小；同时，其产品定价相对较低。

（五）发行人在行业中的竞争地位

1、本公司的竞争优势

（1）高端鲜明的品牌定位，深厚的高尔夫文化底蕴

首先，作为比音勒芬的品牌标识和重要无形资产，精准地把握住了高尔夫运动和高尔夫服饰的神形特征，给消费者以鲜明的高尔夫视觉认知。

其次，长期以来公司一直致力于比音勒芬品牌形象的打造。比音勒芬品牌在国内率先提出“生活高尔夫”理念，专注于向市场传播高尔夫的“绅士、和谐、挑战”的文化内涵，推广高尔夫“健康慢生活”的生活方式；通过差异化定位，在品牌、产品、风格、文化等方面和其它服饰品牌区别开来。

同时，公司管理团队长期致力于构建公司的高尔夫文化氛围，在工作和生活中不断增厚和夯实公司高尔夫文化的底蕴。比音勒芬从店铺装修、服装设计到文

化展示、产品陈列等方面突出品牌的高尔夫风格与文化；同时通过赞助各种高尔夫赛事活动，分享和传播高尔夫文化。

(2) 独特清晰、差异化的产品定位

公司的产品定位于高尔夫服饰市场，目标消费群体为高尔夫爱好者以及认同高尔夫文化、着装倾向于高尔夫风格的中产收入以上消费人群。在产品风格设计上具有鲜明的个性和一贯坚持的风格，强调和目标消费者形成“共鸣”。

公司将传统的高尔夫服饰文化与中国文化进行有效的融合，产品涵盖专业高尔夫、生活休闲两大系列，以满足着装者不同场合的需求。专业高尔夫系列主要针对经常下场打球的高尔夫运动爱好者，产品选用功能性面料，强调专业性和舒适性的融合，满足在不同天气状况下都可舒适挥杆的要求。生活休闲系列以“自然、阳光、和谐”为核心设计理念，注重采用功能性面料，同时在面料档次、做工、剪裁与细节等方面体现出着装者的身份与品位。

通过清晰的产品定位、独特的产品风格及单一品牌的多层次产品覆盖策略，比音勒芬吸引了企业家、高级白领、演艺名人等具有较高消费力的客户，形成了具有较强品牌忠诚度的消费群体。

(3) 拥有覆盖全国主要消费区域、布局合理的高端销售渠道

截至 2016 年 9 月底，公司拥有 601 个终端销售门店，其中直营店 273 个、加盟店 328 个。公司门店大多位于国内大型高端商场、主要机场、知名高尔夫球会会所等，覆盖了国内主要城市的核心商圈。公司与包括广州友谊、北京燕莎、北京翠微、南京金鹰、杭州大厦、天津友谊、成都仁和春天百货、昆明金格百货、青岛海信等在内的国内高端连锁百货建立了稳定的合作关系，成为它们的优质合作伙伴。

在渠道布局上，公司坚持在一线和主要二线城市建立直营店，以利于公司树立品牌形象并辐射周边区域。同时，在其他区域公司采用加盟模式来加大销售终端密度。目前，公司的直营店与加盟店的比例约为 1: 1.20。公司渠道布局层次分明，一方面可保证公司对营销网络的控制力度，提升品牌形象，另一方面可借助加盟商的区域资源扩大市场覆盖面。

公司销售终端网络布局合理，已初步建立了覆盖全国主要发达区域市场的营

销网络，品牌知名度日益提升。

(4) 形成了行业内较为领先的研发设计优势

①建立了行业内较为领先的研发设计团队

公司建立培养了一支高素质的设计研发团队。截至 2016 年 9 月 30 日，公司设计研发团队共 39 人。公司的设计师具有多年高尔夫服饰设计经验，在设计理念、色彩应用、工艺设计与表现、面料处理与把握等方面具有较高的专业素养。他们具备敏锐的时尚捕捉能力，定期参加国际流行前沿的时装发布会、知名时装走秀活动以及国际面料展，在及时把握国际流行时尚趋势的同时根据中国消费者的着装心理、功能需求和审美取向的差异，通过服饰设计语言和服饰载体精准地加以表达。

②设计能力较强，经典款式的设计得到消费者认可

公司产品在设计方面注重运用新技术、新工艺和高科技面料，并运用跨界设计理念，让运动元素、休闲元素以及时尚元素在服饰上和谐融合，实现了功能性和审美的统一。报告期内，公司设计部门每年设计的产品超过千款，显示了公司具有较强的设计能力。同时，公司产品在面料选用、色彩、款式上既延续品牌传统风格，沉淀经典，又积极突破创新，提炼时尚，不断丰富产品系列和产品线以满足和引领潮流。公司的一些经典款式，在色彩的搭配、对比、明暗及深浅的对照，线条处理，细节设计等方面确立了自己的品牌风格，并和公司品牌的文化内涵和谐统一，已经成为品牌个性化的识别标志。这些经典款式的市场销售经久不衰，提升了品牌的美誉度。

③研发设计运作模式及流程趋向国际化

公司在打造内部团队研发设计能力的同时，聘请国外服装行业知名咨询机构，对研发设计核心流程进行升级再造。公司产品设计在运作模式、设计理念和设计水准上已越来越接近国际水准。

公司研发设计流程全面覆盖商品企划、市场信息调研、设计、制版、订货会环节，并向面料开发、品牌营销环节延伸。一方面公司和上游的世界顶级面料商合作开发适合自身品牌风格的面料及花型图案；另一方面公司的设计师、商品策划、市场销售、品牌推广人员组成团队，对下一季消费者的消费偏好、流行趋势、

时尚元素进行识别判断，以准确推出新品来引领市场消费。通过研发设计模式和流程的优化，一方面，公司的产品设计不依赖于个别高知名度的设计师，而是以品牌文化理念和品牌风格定位为中心，采取聘用韩国知名设计师并结合内部培养的方式，组建具备国际化视野和内生力的设计团队；另一方面，保证了设计团队能够与目标市场充分交流，设计工作能够高效运作，并降低市场风险。

④和外部专业机构合作，打造核心研发设计优势

近年来，公司在打造内部团队研发设计能力的同时，积极与外部设计团队、科研院所等合作，在研发设计能力方面得到了一定的认可。报告期内，公司获得的设计奖项主要有：2011年12月，公司获得中国纺织工业联合会颁发的产品开发贡献奖；2012年11月，公司获得中国流行色协会颁发的“2011/2012中国色彩应用奖”和“2011/2012年度最具流行魅力高尔夫服饰品牌”；2013年3月，公司获得中国服装协会颁发的“杰克·第九届中国服装品牌年度大奖创新大奖”。

基于公司长期以来对国际高尔夫服饰流行色趋势的准确把握，2012年中国流行色协会通过多方面考察，决定和公司合作共建“中国高尔夫服饰色彩研发基地”。公司成为中国流行色协会在高尔夫服饰领域唯一的战略合作伙伴。2012年12月，公司被中国纺织工业联合会授予“国家高尔夫服装产品开发基地”称号。2013年1月，公司和北京服装学院合作成立“高尔夫服饰人体工程研究中心”，以建立高尔夫运动人体三维数据库和模型，开展高性能高尔夫服饰产品功能性与版型研发，建立高尔夫服饰特殊功能面料的评价标准和体系。2013年1月，公司被认定为2012年度广州市番禺区企业创意设计中心。2013年10月，公司成为中国国家高尔夫球队（奥运之队）官方唯一专业高尔夫服装赞助商，比音勒芬品牌成为中国国家高尔夫球队（奥运之队）指定品牌。2013年12月，本公司被《纺织服装周刊》评选为2013中国纺织服装行业“十大服装品牌”。

（5）始终如一地坚持产品的高品质

对于品质的追求是公司一贯的坚持。公司将“优质的面料、亮丽的色彩、新颖的款式、精细的做工”作为产品定位，努力为消费者提供高品质的产品。

在面料选择方面，为了确保产品品质，公司坚持选择高档次、高性能的面料。公司与意大利、韩国和日本等国的知名面料供应商保持稳定的合作关系。这些面

料供应商也是国际一线品牌的合作伙伴。公司与部分面料供应商建立了技术研发人员定期交流合作机制，并结合公司产品的风格特点，发挥各自的优势进行产品的定向开发。同时，公司每年组织团队参加境内外国际面料展，从中捕捉面料流行趋势。

在产品设计方面，公司采用运动立体式裁剪，使产品更为人性化。例如：T恤色彩亮丽，手感舒适，领子比普通T恤领子高且直挺，方便遮阳，大部分产品还具有吸湿、排汗、易干的特性；裤装在设计上给予分割余量防止膝盖位突出及大腿部的拽拉现象，部分产品采用功能性面料，具有抗菌、环保、抗紫外线等功能。

在成衣厂选择方面，公司建立了一套有效的供应商管理制度。公司部分成衣委托韩国成衣厂加工。公司合作的韩国成衣厂具有较强的工艺技术优势，公司通过与其共同研发，生产出的T恤产品色彩纯度高、持久度好，避免了普通产品长时间穿着后容易产生的颜色暗淡、手感粗糙的问题；毛织与梭织拼接产品充分结合了两种材质的优点，既有梭织产品的可塑性，也有毛织产品的可伸展性和柔和性。公司国内合作的主要成衣厂的生产规模、工艺技术、管理水平在行业内具备较强的专业优势和良好的口碑，具有为国际知名品牌加工的经验。公司的主要成衣厂均为长期合作，互相了解程度高，目前已形成了一个能够满足公司质量、交货期要求的战略合作伙伴群。自成立以来，通过不断探索，公司制定了工厂资质、交货期、返修率、售后服务、合同履行情况、应变能力等方面综合的成衣厂考核指标体系。综合指数不达标的加工商将被淘汰。同时公司还对每一批外包产品实行委派质量跟单员制度，对每一批每一件产品都实行严格的质量跟踪检测。

在服务方面，公司成立了VIP服务中心，向VIP客户提供全面细致的个性化服务。服务主要包括：

①建立客户资料库，方便销售部门的服装顾问准确了解客户的穿着风格、尺码等信息，提供符合客户习惯的服装搭配；

②建立告知系统，定期向VIP会员传递时尚资讯、流行趋势及品牌信息；向符合条件的VIP会员开展积分兑换活动，增加与客户间的互动；

③公司向符合条件的VIP客户发送邀请函，参加门店所在城市举办的消费体

验等各种活动,或者和战略合作商场举办 VIP 客户高尔夫联谊赛。通过品质服务,公司提升了品牌形象和品牌忠诚度。

(6) 符合自身定位的品牌营销与市场推广策略

品牌营销与推广是高级服饰企业获取市场影响力,体现品牌价值和品牌文化,提升品牌形象和产品形象的重要手段。公司紧密围绕主要目标消费群体,实行从商品企划、产品设计、终端视觉形象、橱窗广告、货品陈列、品牌代言和营销活动策划的整合营销,以提升比音勒芬品牌的知名度和美誉度。

公司根据产品定位高端的特点,通过对目标客户群生活习惯的针对性分析,并借鉴国际知名品牌营销宣传的经验,较少采用普通电视频道、报纸等大众媒体形式推广,主要通过独特的终端环境形象、时尚精英杂志营销、高尔夫频道、举办专题推广活动、客户长期惠顾 VIP 计划等方式进行。

①品牌形象整合设计

公司聘请了专业品牌运营咨询公司对品牌核心价值、品牌定位、设计理念、风格取向、传播途径及品牌视觉形象等识别要素进行了整合设计和规范,并在企划设计、营销推广活动中贯彻和提升上述价值和定位。

②树立独特的终端环境形象

为了营造良好的终端环境形象,公司聘请韩国专业的空间设计顾问机构 MAST 公司和视觉陈列设计顾问机构 Dio 公司对品牌的终端形象,包括空间布局、橱窗广告、产品陈列、视觉环境、装饰风格、道具陈列、店铺装修选材等方面,进行专门的设计和提升,使各门店都能清晰一致地表达比音勒芬品牌形象和产品风格,让门店成为公司品牌宣传的最好平台。

③有针对性的进行广告宣传

针对目标客户群的特点,公司选择了《高尔夫》、《高尔夫大师》、《财经》、《三联生活周刊》、《看天下》这类比音勒芬品牌潜在受众比较喜爱的杂志进行宣传推广;选择了广东电视台《高尔夫频道》、网络媒体《新浪》,还有各种户外媒体等作为比音勒芬品牌推广的合作伙伴。通过多年有针对性的运作推广,比音勒芬品牌不仅在高尔夫爱好者领域,而且在其他目标消费群体心目中的知名度和美誉度得到了很大的提升。

④开展主题营销活动

公司定期参加行业内影响力较高的服装及高尔夫展会，如中国国际服装服饰博览会、中国国际高尔夫博览会，并从 2008 年开始举办“高尔夫服饰文化体验之旅”活动。公司在展会及主题活动中，通过现场走秀、互动体验等活动宣传高尔夫文化，传递“健康慢生活”的生活方式，全方位地向消费者传递比音勒芬产品的文化及价值内涵。

⑤通过高尔夫赛事进行品牌推广

近几年，公司赞助的重大高尔夫赛事活动包括：2010 年 6 月-2011 年 6 月公司为中国大学生高尔夫代表队指定比赛服装赞助商；2010 年 6 月-2011 年 12 月公司为全明星高尔夫球队服装合作伙伴；公司为高尔夫频道“比音勒芬杯铁杆会”2012 年、2013 年以及 2014 年赛事的冠名赞助商；2012 年 12 月，公司成为 2012 年“东风日产杯”中国亚太职业高尔夫球队际对抗赛指定服装赞助商；2014 年 10 月，公司成为“南山·中国大师赛”的服装赞助商；2014 年 10 月，公司成为“2014 观澜湖世界明星赛”的官方供应商。2015 年 4 月，公司成为“2015 年中韩明星高尔夫慈善赛”的唯一高尔夫服装赞助商；2015 年 4 月，公司为高尔夫频道“比音勒芬杯铁杆会”2015 年 3 月至 2016 年 12 月赛事的冠名赞助商。

(7) 经验丰富的管理团队打造的管理优势

公司拥有一支经验丰富、理念一致、积极进取、专注执着的管理团队，他们对中国高尔夫服饰文化和市场有着深入透彻的理解。公司管理团队有着多年的从业经验，核心管理层直接持有公司的股份，为公司管理层稳定和持续的发展提供了保障。

2、竞争劣势

(1) 信息化系统需要进一步提升

公司在信息化建设方面与一些国际知名品牌企业相比较还存一定差距。随着公司渠道规模、供应链条的扩张和延伸，渠道终端的信息化管理，特别是加盟商渠道终端和供应商的管理和资源有效整合，以实现信息资源共享、供应链快速反应、科学决策等方面需要进一步加强。

(2) 缺乏进一步拓展门店的资金实力

由于本公司融资渠道单一，资金实力较弱，公司需要通过发展加盟店来扩展一、二线城市以外的市场。目前，公司加盟店的比重还较大。但对于高端服饰品牌来说，直营店对经营战略和市场策略的执行力更强，对品牌形象的提升更为重要。同时，未来全国一、二线城市对高级高尔夫服饰的消费需求具有很大增长潜力，公司需要进一步拓展直营店来取得进一步发展。

五、主要资产及权属情况

（一）主要固定资产情况

公司固定资产主要包括：运输工具、办公设备及机器设备，目前使用状况良好。

（二）主要无形资产情况

1、土地使用权情况

本公司拥有位于广州市番禺区南村镇兴业大道 608 号共用面积为 8,000 平方米的国有土地使用权，该宗土地的性质为国有，土地用途为工业，土地使用权取得方式为出让，使用年限为自 2002 年 1 月 18 日至 2052 年 1 月 17 日止。

根据广东省人民政府关于推进“三旧”改造促进节约集约用地的若干意见（粤府【2009】78 号）、广州市人民政府关于加快推进“三旧”改造工作的意见（穗府【2009】56 号）以及《关于加快推进三旧改造工作的补充意见》（穗府【2012】20 号）等文件的规定，2011 年 11 月 25 日，依据本公司前身的申请，广州市规划局经审查，就重新调整前述土地使用权建设用地规划出具了《关于申请用地规划条件调整的复函》（穗规函【2011】8108）。根据该复函，公司上述国有土地使用权总用地面积被调整为 7,999 平方米，其中可建设用地面积为 7,356 平方米，道路用地 643 平方米，土地性质变更为商业金融用地。

2012 年 10 月 26 日，就重新调整上述土地使用权建设用地规划事宜，公司与广州市国土资源和房屋管理局签署了《国有建设用地使用权出让合同变更协议》，根据该协议，公司现时拥有的位于广州市番禺区南村镇兴业大道南侧国有土地使用权之土地出让面积被调整为 7,356 平方米，土地用途被确认为批发零售用地、商务金融用地，就本次重新调整土地规划事宜，公司已向相关政府部门缴纳 29,576,606 元土地出让款。

2014年5月5日,广州市人民政府重新向公司核发了“G05-000627号”《国有土地使用证》。土地使用年限自2012年10月26日起计算。

2、注册商标

截至2016年9月30日,公司共计拥有170个有效商标。

3、本公司已取得的专利权

截至2016年9月30日,本公司拥有30项专利。

4、软件著作权

截至2016年9月30日,本公司拥有4项软件著作权。

六、同业竞争及关联交易

(一) 同业竞争情况

谢秉政、冯玲玲夫妇二人合计持有公司4,800万股,占本次发行前公司总股本的60%,为公司控股股东暨实际控制人。除本公司外,冯玲玲持有浙江世纪都商贸有限公司80%的股权。浙江世纪都商贸有限公司的经营范围为:五金交电、电子产品、机电产品(除九座以下乘用车)、床上用品、化工原料及其产品(除危险化学品及易制毒化学品)、金属材料、日用百货、建筑材料的销售;经济信息咨询;企业管理咨询;企业营销规划;市场营销策划;物业管理。

本公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争。

(二) 关联方及关联关系

根据《公司法》和《企业会计准则》等相关规定,公司目前存在的关联方及其关联关系如下:

关联方名称	与公司的关联关系
1、控股股东暨实际控制人	
谢秉政	直接持有公司55.00%的股份,同时持有暨南投资17.37%的股权,并任暨南投资董事
冯玲玲	直接持有公司5.00%的股份
2、其他持股5%以上股东	
谢挺	持有公司10.00%的股份,实际控制人的一致行动人
谢炳奎	持有公司6.50%的股份
李惠强	持有公司6.50%的股份
陈俊岭	直接持有公司6.00%的股份,通过其控制的通盈创投间接持

	有公司 2.00%的股份
申金冬	持有公司 5.00%的股份
3、实际控制人控制的其他企业	
浙江世纪都商贸有限公司	冯玲玲持有 80%的股权
4、其他关联企业	
暨南投资	持有公司 2.00%的股份
通盈创投	持有公司 2.00%的股份
红河州新都贸易有限公司	冯玲玲的姐姐、姐夫控制的企业，为本公司加盟商，其前身为冯玲玲姐姐注册成立的个体工商户个旧市新都服装店
杰晖融资担保有限公司	冯玲玲持有 10%的股权并担任董事
广东雅博物业服务服务有限公司	李惠强持有 30%股权并担任董事
广州市梓业建筑安装工程有 限公司	李惠强担任总经理
广东骏丰投资有限公司	陈俊岭持有 41%股权，陈俊岭之父持有 20%股权，陈俊岭之母持有 39%
东莞市南兴家具装备制造股份有限公司	陈俊岭持有 3.15%股份，曾担任该公司副董事长
广东骏丰频谱股份有限公司	陈俊岭持有 23.36%股份并担任董事
西藏佳成投资有限公司	陈俊岭持有 41%股权并担任执行董事、总经理
新疆暨南股权投资有限合伙企业	陈俊岭持有 22.79%出资；谢秉政持有 17.02%出资；暨南投资持有 2.01%出资并担任执行事务合伙人
北京汇赢创业投资有限公司	陈俊岭担任董事
广东惠伦晶体科技股份有限公司	陈俊岭曾担任董事
东莞台一盈拓科技股份有限公司	陈俊岭担任董事
佛山市和谷盛泰小额贷款有限公司	谢秉政持有 20%股权
广东骏丰医疗器	陈俊岭担任董事

械有限公司	
广东同成投资有限公司	陈俊岭持有其 41% 的股权
广州善建投资管理咨询有限公司	陈俊岭持有其 5% 股权并任执行董事兼经理
广东地源食品有限公司	陈俊岭担任董事长职务
广东真茹资产管理 有限公司	陈俊岭持有该公司 31% 股权，并担任该公司执行董事兼经理

5、持股 5% 以上的自然人、关键管理人员及与其关系密切的家庭成员

关键管理人员包括公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员；与其关系密切的家庭成员指在处理与公司的交易时有可能影响某人或受其影响的家庭成员。

（三）关联交易

报告期内，本公司关联交易包括少量的经常性关联交易和偶发性关联交易。

经常性关联交易为公司向作为加盟商的红河州新都贸易有限公司销售少量产品。偶发性关联交易为接受实际控制人为本公司银行融资所提供的担保。

（四）独立董事对关联交易的意见

公司独立董事就报告期内公司关联交易发表了独立意见：比音勒芬最近三年一期发生的关联交易合法、有效，遵循了公平、公正、合理的原则，未违反交易发生当时法律、法规和公司章程的规定，关联交易定价公允，不存在损害公司股东及中小股东利益的情形。

七、董事、监事、高级管理人员

姓名	职务	性别	年龄	任期	简历	兼职	2015年薪酬/津贴(万元)	持有公司股份的数量(万股)	与公司的其他利益关系
谢秉政	董事长	男	47	2015年-2017年	暨南大学高级管理人员工商管理硕士。中国服装协会理事、广东省服装服饰行业协会副会长、广州市民营企业商会副会长、暨南大学EMBA联谊会执行副会长、中国纺织工业企业管理协会(中国纺织企业家联合会)常务理事、中国流行色协会副会长、全国纺织工业劳动模范。2007年10月起担任公司执行董事(法定代表人);2012年2月至今,任公司董事长。	暨南投资董事	67.85	4,400	持有公司发起人暨南投资17.37%股权
申金冬	董事、总经理	男	41	2015年-2017年	EMBA在读。自2003年3月起担任公司常务副总经理。2012年2月至今,任公司董事、总经理。	--	62.85	400	--
唐新乔	董事、副总经理、财务总监	女	43	2015年-2017年	研究生学历,高级会计师。曾担任广州市富华制衣有限公司财务总监、广州市腾龙电脑有限公司财务总监。2006年12月起担任公司副总经理、财务总监。2012年2月至今,任公司董事、副总经理和财务总监。	--	58.93	160	--
陈阳	董事、副总经理、董事会秘书	男	36	2015年-2017年	硕士研究生。曾担任华南理工大学工商管理学院校友会办公室主任、江山帝景高尔夫俱乐部总经理。2011年9月起担任公司副总经理、董事会秘书。2012年2月至今,任公司董事、副总经理和董事会秘书。	--	43.36	--	--
刘岳屏	独立董事	男	56	2015年-2017年	大学本科学历,高级环境艺术设计师。曾任职于广东省华联制冷设备公司、广东省服装研究设计中心。2002年至今,担任广东省服装服饰行业协会会长;2011年至今担任广东服装研究设计中心有限公司董事长;2015年2月至今,任公司独立董事。	广东省服装服饰行业协会会长、广东服装研究设计中心有限公司董事长、杰凡尼服装股份有限公司独立董事	5.25 (2015年2-12月)	--	--

孙先锦	独立董事	女	53	2015年-2017年	硕士研究生学历。1987 至今任职于暨南大学，现任暨南大学企业管理系副教授、硕士生导师。2012 年 2 月至今，任公司独立董事。	暨南大学企业管理系副教授、硕士生导师	6.00	--	--
汤海鹏	独立董事	男	43	2015年-2017年	硕士研究生学历，注册会计师协会非执业会员。曾就职于广东证券、国信证券。2008 年 9 月至今历任招商证券南山南油大道营业部高级投资顾问、财富顾问。2012 年 2 月至今，任公司独立董事。	招商证券股份有限公司南山南油大道营业部高级理财顾问	6.00	--	--
史民强	监事会主席	男	34	2015年-2017年	硕士研究生学历。2011 年 10 月起任职于公司。2015 年 2 月至今，任公司监事会主席。	--	11.96 (2015年2-12月)	--	--
曹勇	监事	男	42	2015年-2017年	硕士学历。曾担任中国银行广东省分行中小企业部中级经理、中国银行广东省东山支行中级经理。2010 年 9 月至今担任广州暨南投资有限公司投资部副总经理。2012 年 2 月至今，任公司监事。	暨南投资投资部副总经理	-	--	--
黄桂英	职工代表监事	女	40	2015年-2017年	大学本科。2003 年 1 月起任职于公司。2012 年 2 月至今，任公司监事。	--	22.57	--	--

八、控股股东及实际控制人

谢秉政、冯玲玲夫妇二人合计持有公司 4,800 万股，占本次发行前公司总股本的 60%，为公司控股股东暨实际控制人。

九、财务会计信息

(一) 发行人财务报表

资产负债表

编制单位：比音勒芬服饰股份有限公司

(单位：元)

项目	2016年9月30日	2015年12月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
流动资产：				
货币资金	277,196,376.66	318,507,580.53	212,497,808.23	137,565,135.21
应收票据	-	-	-	-
应收账款	32,986,496.36	41,380,586.50	33,533,685.78	26,425,783.10
预付款项	52,606,027.34	25,104,020.90	35,275,272.65	38,607,408.11
应收利息	2,966,000.00	280,000.00	1,096,866.27	-
应收股利	-	-	-	-
其他应收款	26,033,825.22	23,282,810.16	21,406,332.08	17,430,411.33
存货	239,004,765.34	193,407,250.62	167,969,709.28	159,455,933.76
其他流动资产	100,000,000.00	-	-	-
流动资产合计	730,793,490.92	601,962,248.71	471,779,674.29	379,484,671.51
非流动资产：				
固定资产	3,235,536.12	2,406,966.36	2,558,486.82	2,388,233.49
在建工程	24,588,100.52	14,491,679.60	2,993,555.72	1,323,820.49
固定资产清理	-	-	-	-
无形资产	33,421,126.64	34,418,970.65	35,464,420.62	36,778,877.55
长期待摊费用	25,521,698.95	26,989,282.80	24,745,928.89	27,124,067.20
递延所得税资产	5,954,572.20	4,197,369.87	8,210,032.54	6,017,619.61
其他非流动资产	-	-	-	-
非流动资产合计	92,721,034.43	82,504,269.28	73,972,424.59	73,632,618.34
资产总计	823,514,525.35	684,466,517.99	545,752,098.88	453,117,289.85

资产负债表（续）

编制单位：比音勒芬服饰股份有限公司

（单位：元）

项目	2016年9月30日	2015年12月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
流动负债：				
短期借款	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	13,425,800.00
应付账款	22,372,733.53	22,237,363.80	19,646,395.51	11,396,702.24
预收款项	97,994,922.86	77,138,054.39	70,008,060.12	68,800,176.45
应付职工薪酬	26,999,040.00	21,888,632.00	16,552,690.00	11,278,441.50
应交税费	20,249,333.10	14,364,786.54	15,833,318.83	13,121,258.38
应付利息	-	-	-	41,341.67
应付股利	-	-	-	-
其他应付款	13,952,825.60	12,492,888.88	11,108,392.35	10,694,908.48
一年内到期的非流动 负债	-	-	-	10,000,000.00
其他流动负债	9,642,631.89	9,257,666.82	8,706,278.72	7,966,327.47
流动负债合计	191,211,486.98	157,379,392.43	141,855,135.53	146,724,956.19
非流动负债：				
长期借款	-	-	-	10,000,000.00
非流动负债合计	-	-	-	10,000,000.00
负债合计	191,211,486.98	157,379,392.43	141,855,135.53	156,724,956.19
股东权益：				
股本	80,000,000.00	80,000,000.00	80,000,000.00	80,000,000.00
资本公积	33,529,568.58	33,529,568.58	33,529,568.58	33,529,568.58
减：库存股	-	-	-	-
其他综合收益	-	-	-	-
盈余公积	41,355,755.70	41,355,755.70	29,036,739.48	18,286,276.51
未分配利润	477,417,714.09	372,201,801.28	261,330,655.29	164,576,488.57
股东权益合计	632,303,038.37	527,087,125.56	403,896,963.35	296,392,333.66
负债和股东权益总计	823,514,525.35	684,466,517.99	545,752,098.88	453,117,289.85

利润表

编制单位：比音勒芬服饰股份有限公司

(单位：元)

项 目	2016年1-9月	2015年度	2014年度	2013年度
一、营业收入	605,917,601.01	753,613,907.73	649,682,653.35	567,276,091.96
减：营业成本	226,093,136.14	281,358,047.10	246,436,718.57	220,424,260.75
营业税金及附加	6,482,991.58	8,042,461.54	7,204,750.24	6,647,303.60
销售费用	177,871,745.98	228,997,683.63	197,494,694.51	167,153,479.34
管理费用	58,166,098.42	73,379,383.27	56,226,565.95	46,406,871.88
财务费用	-2,676,288.12	-3,651,307.93	-2,749,362.12	508,938.92
资产减值损失	2,138,194.55	2,272,397.56	2,935,116.34	-226,460.61
加：公允价值变动收益	-	-	-	-
投资收益	2,083,333.33	1,178,131.66	321,452.05	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
二、营业利润	139,925,055.79	164,393,374.22	142,455,621.91	126,361,698.08
加：营业外收入	559,268.52	1,573,794.53	1,338,655.67	4,303,281.95
其中：非流动资产处置利得	-	30,150.78		
减：营业外支出	16,909.48	314,361.01	225,517.46	2,527,128.25
其中：非流动资产处置损失	12,417.43	2,327.50	2,186.83	2,282,636.97
三、利润总额	140,467,414.83	165,652,807.74	143,568,760.12	128,137,851.78
减：所得税费用	35,251,502.02	42,462,645.53	36,064,130.43	32,262,243.30
四、净利润	105,215,912.81	123,190,162.21	107,504,629.69	95,875,608.48
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
六、综合收益总额	105,215,912.81	123,190,162.21	107,504,629.69	95,875,608.48

现金流量表

编制单位：比音勒芬服饰股份有限公司

(单位：元)

项 目	2016年1-9月	2015年度	2014年度	2013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	716,814,822.58	849,667,324.05	720,056,199.52	648,066,822.86
收到的税费返还	-	-	-	-
收到的其他与经营活动有关的现金	1,808,868.46	6,521,342.31	3,216,889.80	5,669,783.87
经营活动现金流入小计	718,623,691.04	856,188,666.36	723,273,089.32	653,736,606.73
购买商品、接受劳务支付的现金	343,629,725.28	356,608,180.90	305,807,211.36	310,800,199.44
支付给职工以及为职工支付的现金	111,730,202.57	141,523,708.65	110,771,173.99	81,312,252.91
支付的各项税费	91,972,009.19	115,431,675.37	103,217,370.46	98,998,304.71
支付的其他与经营活动有关的现金	81,678,551.64	104,397,667.04	86,059,847.27	60,429,204.62
经营活动现金流出小计	629,010,488.68	717,961,231.96	605,855,603.08	551,539,961.68
经营活动产生的现金流量净额	89,613,202.36	138,227,434.40	117,417,486.24	102,196,645.05
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资所收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益所收到的现金	1,162,500.00	1,178,131.66	321,452.05	-
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	4,922.33	71,418.97	-	-
收到的其他与投资活动有关的现金	100,000,000.00	200,000,000.00	30,000,000.00	-
投资活动现金流入小计	101,167,422.33	201,249,550.63	30,321,452.05	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	32,091,828.56	33,467,212.73	18,671,412.77	19,572,706.87
投资所支付的现金	-	-	-	-
支付的其他与投资活动有关的现金	200,000,000.00	200,000,000.00	30,000,000.00	-
投资活动现金流出小计	232,091,828.56	233,467,212.73	48,671,412.77	19,572,706.87
投资活动产生的现金流量净额	-130,924,406.23	-32,217,662.10	-18,349,960.72	-19,572,706.87

三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资所收到的现金	-	-	-	-
借款所收到的现金	-	-	-	-
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	-	-	-	-
偿还债务所支付的现金	-	-	20,000,000.00	10,000,000.00
分配股利或偿付利息所支付的现金	-	-	107,112.50	1,505,212.50
支付的其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流出小计	-	-	20,107,112.50	11,505,212.50
筹资活动产生的现金流量净额	-	-	-20,107,112.50	-11,505,212.50
四、汇率变动对现金的影响	-	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	-41,311,203.87	106,009,772.30	78,960,413.02	71,118,725.68
加：期初现金及现金等价物余额	318,507,580.53	212,497,808.23	133,537,395.21	62,418,669.53
六、期末现金及现金等价物余额	277,196,376.66	318,507,580.53	212,497,808.23	133,537,395.21

(二) 非经常性损益

(单位：元)

项目	2016年1-9月	2015年度	2014年度	2013年度
1、非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-12,417.43	27,823.28	-2,186.83	-2,282,636.97
2、越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	3,478.94	162,056.44	280,197.19	-
3、计入当期损益的政府补助，但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	450,000.00	1,265,400.00	1,000,000.00	4,156,000.00
4、计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-	-

5、公司取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-	-
6、非货币性资产交换损益	-	-	-	-
7、委托他人投资或管理资产的损益	-	-	-	-
8、因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备	-	-	-	-
9、债务重组损益	-	-	-	-
10、企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等	-	-	-	-
11、交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	-	-	-	-
12、同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-	-
13、与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-	-
14、除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	-	-
15、单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	-	-
16、对外委托贷款取得的损益	-	-	-	-
17、采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-	-
18、根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	-	-	-	-
19、受托经营取得的托管费收入	-	-	-	-
20、除上述各项之外的营业外收支净额	101,297.53	-195,846.20	-164,872.15	-97,209.33
21、其他符合非经常性损益定义的损益项目	2,083,333.33	1,178,131.66	321,452.05	-
小计	2,625,692.37	2,437,565.18	1,434,590.26	1,776,153.70
减：所得税影响额	657,544.95	687,216.40	411,762.51	446,888.82

减：少数股东损益影响额	-	-	-	-
归属于公司普通股股东非经常性损益净额	1,968,147.42	1,750,348.78	1,022,827.75	1,329,264.88
归属于母公司普通股股东的净利润	105,215,912.81	123,190,162.21	107,504,629.69	95,875,608.48
扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东净利润	103,247,765.39	121,439,813.43	106,481,801.94	94,546,343.60

2013年，公司收到的政府补助主要包括：200万元的科学技术经费、211.60万元的专项奖励资金和4万元的纳税奖励。2014年，公司收到的政府补助为100万元的民营企业专项奖励资金。2015年，公司收到的政府补助为24.54万元专项奖励金、2万元的标准化战略专项资助金和100万元的民营企业专项奖励资金。2016年1-9月，公司收到的政府补助为45万元名牌产品奖励资金。

近三年一期，非经常性损益影响额占同期净利润的比重分别为1.39%、0.95%、1.42%和1.87%。非经常性损益对公司利润影响较小。

（三）主要财务指标

项目	2016.9.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
流动比率	3.82	3.82	3.33	2.59
速动比率	2.57	2.60	2.14	1.50
资产负债率（%）	23.22	22.99	25.99	34.59
无形资产（扣除土地使用权后）占净资产的比例（%）	0.07	0.14	0.22	0.42
项目	2016年1-9月	2015年度	2014年度	2013年度
应收账款周转率（次）	15.45	19.08	20.57	17.34
存货周转率（次）	1.03	1.54	1.49	1.55
息税折旧摊销前利润（万元）	15,651.18	18,702.12	16,462.00	15,189.61
利息保障倍数（倍）	-	-	2,183.86	85.39
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	1.12	1.73	1.47	1.28
每股净现金流量（元）	-0.52	1.33	0.99	0.89

（四）净资产收益率和每股收益

时间	利润	加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益

2016年 1-9月	归属于公司普通股股东的净利润	18.15	1.32	1.32
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	17.81	1.29	1.29
2015年	归属于公司普通股股东的净利润	26.46	1.54	1.54
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	26.09	1.52	1.52
2014年	归属于公司普通股股东的净利润	30.70	1.34	1.34
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	30.41	1.33	1.33
2013年	归属于公司普通股股东的净利润	38.59	1.20	1.20
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	38.05	1.18	1.18

十、管理层讨论与分析

（一）财务状况及未来趋势分析

1、资产的变化及其构成

近三年一期期末，本公司的总资产分别为45,311.73万元、54,575.21万元、68,446.65万元和82,351.45万元，分别较上年末增长20.44%、25.42%和20.31%。报告期内，本公司资产规模整体保持较快增长主要是由于以下原因：

（1）报告期内，公司主营业务的快速发展。这一方面使得公司的各项营运资产不断增长，另一方面也使得公司的盈利能力不断增强，公司的资本积累增加。

（2）随着公司业务规模的不断扩大，公司营运资金增长较快，公司相应增加了银行借款的规模，使得公司资产规模扩大。

公司资产主要由流动资产、固定资产、无形资产和长期待摊费用构成，其他资产占总资产的比例较小。截至2016年9月30日，公司流动资产、固定资产、无形资产和长期待摊费用占总资产的比例分别为88.74%、0.39%、4.06%和3.10%。

公司的资产结构与公司的运营模式相适应。公司采取轻资产的品牌运营模式，专注于产品的设计研发、营销网络的维护与拓展以及品牌的推广，通过外包的方式进行产品生产。因此，公司资产结构以流动资产为主。近三年一期期末，公司流动资产占资产总额的比例分别为83.75%、86.45%、87.95%和88.74%，保持着较强的流动性。

2、负债状况

近三年一期期末，本公司负债总额分别15,672.50万元、14,185.51万、15,737.94

万元和19,121.15万元。近三年一期期末，公司资产负债率分别为34.59%、25.99%、22.99%和23.22%，处于合理水平，显示公司经营稳健。

本公司负债主要为流动负债，以应付票据、应付账款、预收账款为主。这是与行业特点和公司的运营模式相适应。本公司的银行资信状况良好，具有较强的银行间接融资能力；此外，本公司的行业地位突出，具有较高的商业信用。

3、偿债能力

财务指标	2016.9.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
流动比率	3.82	3.82	3.33	2.59
速动比率	2.57	2.60	2.14	1.50
资产负债率(%)	23.22	22.99	25.99	34.59
	2016年1-9月	2015年度	2014年度	2013年度
息税折旧摊销前利润(万元)	15,651.18	18,702.12	16,462.00	15,189.61
利息保障倍数	-	-	2,183.86	85.39

流动比率和速动比率较好，反映公司具有较好的短期偿债能力；资产负债率保持在合理的水平；经营活动现金流量充分；息税折旧摊销前利润及利息保障倍数均较高，可以足额支付借款利息。公司偿债能力良好。

(二) 资产周转能力分析

项 目	2016年1-9月	2015年度	2014年度	2013年度
总资产周转率(次)	0.80	1.23	1.30	1.43
应收账款周转率(次)	15.45	19.08	20.57	17.34
存货周转率(次)	1.03	1.54	1.49	1.55

公司总资产周转率较高；应收账款周转较快，质量较高；存货周转正常，与高端品牌服装的行业特点相适应。

(三) 盈利能力分析

1、营业收入的构成

报告期内，公司收入和利润指标变动情况如下：

项 目	2016年1-9月	2015年度		2014年度		2013年度
	金额 (万元)	金额 (万元)	同比增 长(%)	金额 (万元)	同比增 长(%)	金额 (万元)
营业收入	60,591.76	75,361.39	16.00	64,968.27	14.53	56,727.61
营业利润	13,992.51	16,439.34	15.40	14,245.56	12.74	12,636.17

净利润	10,521.59	12,319.02	14.59	10,750.46	12.13	9,587.56
-----	-----------	-----------	-------	-----------	-------	----------

2、主营业务收入产品类别构成分析

公司产品按类别划分为上衣、下装、外套和其他。近三年一期，公司各类别产品销售情况如下表所示：

产品类别	2016年1-9月		2015年度		2014年度		2013年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
上衣	29,620.36	48.89	35,016.16	46.46	31,635.05	48.69	28,726.62	50.64
下装	12,517.43	20.66	12,609.62	16.73	10,489.60	16.15	8,989.96	15.85
外套	15,787.67	26.06	23,775.38	31.55	20,459.19	31.49	17,362.46	30.61
其他	2,666.30	4.40	3,960.23	5.25	2,384.42	3.67	1,648.57	2.91
合计	60,591.76	100.00	75,361.39	100.00	64,968.27	100.00	56,727.61	100.00

公司的产品销售收入以上衣和外套为主。报告期内，上衣和外套的销售收入之和占主营业务收入的比例分别为81.25%、80.18%、78.01%和74.94%，保持在较高水平。同时，下装作为公司的主流品类也得到了较快的发展，占主营业务收入的比重逐年上升。其他类产品主要包括包、皮带、帽子、手套、内衣、袜子、围巾、鞋等及其它用品，这类产品占比较低，伴随着业务的发展保持稳步增长。

3、主营业务收入按销售模式的构成分析

公司采取直营和特许加盟相结合的销售模式。近三年一期，公司直营模式和加盟模式的收入构成情况如下表所示：

门店类别	2016年1-9月		2015年度		2014年度		2013年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
直营	42,710.05	70.49	51,921.02	68.90	42,804.87	65.89	36,343.54	64.07
加盟	17,881.71	29.51	23,440.37	31.10	22,163.40	34.11	20,384.07	35.93
合计	60,591.76	100.00	75,361.39	100.00	64,968.27	100.00	56,727.61	100.00

公司直营店主要集中在一、二线城市的核心商圈，有利于树立公司的品牌形象和产品推广，有助于提高公司对销售终端的管控能力，是公司业务发展的关键。近三年一期，直营店销售收入占主营业务收入的比例分别为64.07%、65.89%、68.90%和70.49%。

此外，公司有效借助了加盟商的地区资源来扩大市场覆盖率，提高终端密度。目前，公司的直营与加盟的门店数量的比例约为1:1.20，加盟店销售收入占比保

持在29%-36%之间。

4、主营业务收入变动情况

公司主营业务收入来源于高尔夫服饰的销售。公司主营业务收入具有良好的成长性，2014年和2015年主营业务收入分别同比增长了14.53%和16.00%。

5、毛利构成及毛利率情况

近三年一期，公司的毛利额分别为 34,685.18 万元、40,243.59 万元、47,225.59 万元和 37,982.45 万元。2014 年和 2015 年公司毛利额同比分别增长了 16.26% 和 17.11%，呈现快速增长趋势。

从毛利率分析来看，近三年一期，公司的主营业务毛利率分别为 61.14%、62.07%、62.67% 和 62.69%。报告期内，公司毛利率水平较高且呈逐年上升趋势的主要原因在于：

① 高端品牌营运模式决定了公司能够保持较高的毛利率水平

本公司产品定位于高尔夫运动与时尚休闲生活相结合的细分市场，通过研发设计、品牌推广、营销网络建设及供应链管理来实现比音勒芬品牌的运营。本公司的这种品牌运营模式与欧美部分强势服装品牌类似，具有很强的轻资产模式特征，处于价值链的高端，能够获得高于市场平均利润的盈利。

② 公司具备较强的议价能力，产品实际结算价格逐年稳步提升

近三年，公司主要产品上衣、下装和外套的实际结算价格不断上升。2014 年和 2015 年，公司上衣的平均价格分别较上年增长了 3.44% 和 9.01%，下装的平均价格分别较上年增长了 2.81% 和 1.51%，外套的平均价格分别较上年增长了 1.02% 和 2.18%。2016 年 1-9 月，公司产品平均单价比 2015 年度平均单价低，主要原因在于 2016 年 1-9 月销售的产品主要为春夏季服装和少部分秋冬季服装，而春夏季服装的销售单价要低于秋冬季服装的销售单价。公司产品平均单价变动情况如下表：

产品类别	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度
	平均单价 (元)	增长率 (%)	平均单价 (元)	增长率 (%)	平均单价 (元)	增长率 (%)	平均单价 (元)
上衣	710.61	-7.80%	770.71	9.01	707.02	3.44	683.54
下装	514.55	-0.58%	517.57	1.51	509.89	2.81	495.95
外套	1,617.11	-2.39%	1,656.66	2.18	1,621.25	1.02	1,604.96

其他	306.62	-4.02%	319.45	-3.19	329.97	-7.18	355.49
----	--------	--------	--------	-------	--------	-------	--------

一方面，公司通过创新的设计研发模式、聘请韩国知名设计师、积极与国外设计顾问公司合作等措施，在及时把握国际流行时尚趋势的同时加入中国文化元素，提升品牌的价值和差异性；另一方面，公司在面料选择方面始终坚持高标准、高档次、高性能，借助优秀的工艺与做工，努力为消费者提供物有所值的高尔夫服饰，树立高端品牌形象。近年来，公司的品牌认同度和影响力不断提高，产品定价能力不断增强。

（四）本公司盈利能力趋势

未来影响公司盈利能力的因素主要有以下几个方面：

1、营销网络的规模和效率

近年来公司不断加大在全国范围内的业务拓展力度，营销网络的终端店铺数量从2013年初的474个上升到2016年9月底的601个，基本覆盖全国主要大中城市。清晰的品牌定位以及合理的营销网络布局推动了公司近年来业务的快速发展，使得公司盈利能力不断提升。

公司品牌定位高端，门店大多位于国内大型高端商场、主要机场、知名高尔夫球会会所等，覆盖了国内主要城市的核心商圈。公司与包括广州友谊、北京燕莎、北京翠微、南京金鹰、杭州大厦、天津友谊、成都仁和春天百货、昆明金格百货、青岛海信等在内的国内高端连锁百货建立了稳定的合作关系。在渠道布局上，公司坚持在一线和主要二线城市建立直营店，以利于公司树立品牌形象并辐射周边区域。同时，在其他区域公司采用加盟模式来加大销售终端密度。目前，公司的直营店与加盟店的比例约为1：1.20。公司渠道布局层次分明，一方面可保证公司对营销网络的控制力度，提升品牌形象，另一方面可借助加盟商的区域资源扩大市场覆盖面。

随着公司业务的发展，营销网络将需要进一步扩展与完善，资金规模、配套信息系统建设以及物流配送能力的匹配将直接影响公司整体营销网络的发展规模和效率，从而影响公司的盈利能力。

2、品牌知名度

本公司主要从事高端高尔夫服饰的研发设计和销售，多年来一直致力于比音勒芬品牌的运营，通过鲜明的品牌特征展示产品内涵。品牌营销与推广是高级服饰企业获取市场影响力，体现品牌价值和品牌文化，提升品牌形象和产品形象的

重要手段。公司紧密围绕主要目标消费群体，实行从商品企划、产品设计、终端视觉形象、橱窗广告、货品陈列、品牌代言和营销活动策划的整合营销，以提升比音勒芬品牌的知名度和美誉度。

公司根据产品定位高端的特点，通过对目标客户群生活习惯的针对性分析，并借鉴国际知名品牌营销宣传的经验，较少采用普通电视频道、报纸等大众媒体形式推广，主要通过独特的终端环境形象、时尚精英杂志营销、高尔夫频道、举办专题推广活动、客户长期惠顾 VIP 计划等方式进行。

目前，比音勒芬品牌已在高尔夫服饰领域拥有了较高的知名度和美誉度。如未来公司主要产品的品牌形象遭受某些客观外因素的不利影响，将影响公司的盈利能力。

3、研发设计水平

公司坚持产品自主设计与开发，建立了行业内较为领先的研发设计团队；经典款式的设计也已得到消费者认可；研发设计运作模式及流程趋向国际化；此外，还积极和外部专业机构合作，打造核心研发设计优势。

2011年12月，公司获得中国纺织工业联合会颁发的产品开发贡献奖；2012年11月，公司获得中国流行色协会颁发的“2011/2012中国色彩应用奖”和“2011/2012年度最具流行魅力高尔夫服饰品牌”；2012年12月，公司被中国纺织工业联合会授予“国家高尔夫服装产品开发基地”称号。2013年3月，公司获得中国服装协会颁发的“杰克·第九届中国服装品牌年度大奖创新大奖”。

基于公司长期以来对国际高尔夫服饰流行色趋势的准确把握，2012年中国流行色协会通过多方面考察，决定和公司合作共建“中国高尔夫服饰色彩研发基地”。公司成为中国流行色协会在高尔夫服饰领域唯一的战略合作伙伴。2013年1月，公司和北京服装学院合作成立“高尔夫服饰人体工程研究中心”，以建立高尔夫运动人体三维数据库和模型，开展高性能高尔夫服饰产品功能性与版型研发，建立高尔夫服饰特殊功能面料的评价标准和体系。2013年1月，公司被认定为2012年度广州市番禺区企业创意设计中心。2013年4月至9月，公司冠名赞助2013年高尔夫频道“比音勒芬杯”铁杆会高尔夫赛事。2013年10月，公司成为中国国家高尔夫球队（奥运之队）官方唯一专业高尔夫服装赞助商，比音勒芬品牌成为中国国家高尔夫球队（奥运之队）指定品牌。2013年12月，本公司被《纺织

服装周刊》评选为2013中国纺织服装行业“十大服装品牌”。

公司研发设计水平提升了品牌的价值和差异性，使比音勒芬品牌服饰兼具时尚性、功能性和舒适性，有助于引领市场消费，进而影响公司的盈利能力。

4、居民消费水平

本公司产品全部在中国大陆销售，受中国经济水平、国民收入和消费水平的影响。如果未来消费水平发生重大变化，将影响公司的盈利能力。

5、募集资金的影响

(1) 本公司公开发行募集资金到位后，将进一步增加公司的资产规模，改善资产负债结构，拓宽融资渠道，提高公司的综合竞争实力和抗风险能力。

(2) 本次募集资金投资项目建成投产后，公司直营店铺大量增加，营销网络将得以进一步完善，在提高营销网络规模的同时也将显著增强公司对销售终端的管控能力，使得公司整体盈利能力得以大幅提升。

(3) 固定资产投资增加将增加公司折旧费用。如果投资项目未能实现预期收益，公司收入下降或增长较小，折旧费将对公司盈利带来较大压力。

(五) 2016年三季度经营情况、2016年度主要经营情况预计

2016年1-9月，公司营业收入为60,591.76万元，较上年同期增幅为11.50%，2016年1-9月，公司净利润为10,521.59万元，较上年同期增幅为8.07%。

审计报告截止日（2016年9月30日）后，公司经营情况稳定，主要经营模式，主要产品的采购规模和采购价格，销售规模和销售价格等未发生重大变化，主要客户和供应商的构成以及税收政策和其他可能影响投资者判断的重大事项等方面均未发生重大变化。

根据公司2016年10月份经营业绩以及订货会订单签订情况，公司2016年营业收入预计在83,000万元至86,500万元之间，较上年同期增幅在10%至15%之间；2016年净利润预计在12,800万元至13,500万元之间，较上年同期增幅在4%至10%之间。

十一、股利分配情况

(一) 公司近三年股利分配政策

根据《公司法》和《公司章程》，本公司股利分配方案和弥补亏损方案由董事会制订，并经股东大会以普通决议的形式通过。公司股东大会对利润分配方案

作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后2个月内完成股利（或股份）的派发事项。

公司以现金或股票方式分配股利。根据相关规定，本公司的净利润按下列顺序分配：弥补以前年度亏损，提取法定盈余公积，提取任意盈余公积，向股东分配股利。公司利润分配政策应保持连续性和稳定性。公司可以进行中期分红。

（二）公司近三年实际股利分配情况

公司近三年未进行股利分配。

（三）本次发行完成前滚存利润的分配方案和已经履行的决策程序

经公司 2013 年第二次临时股东大会审议通过：公司本次发行前滚存的未分配利润由本次发行后新老股东共享。截至 2016 年 9 月 30 日，公司未分配利润为 47,741.77 万元。

（四）发行后的股利分配政策

根据公司 2014 年第一次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，公司发行上市后利润分配政策如下：

“（一）决策机制与程序：公司利润分配方案由董事会制定及审议通过后报由股东大会批准；董事会在制定利润分配方案时应充分考虑独立董事、监事会和公众投资者的意见。

（二）利润分配原则：公司实行连续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。

（三）利润的分配形式：公司采取现金、股票或者现金股票相结合的方式分配利润，并优先考虑采取现金方式分配利润；在满足购买原材料的资金需求、可预期的重大投资计划或重大现金支出的前提下，公司董事会可以根据公司当期经营利润和现金流情况进行中期分红，具体方案须经公司董事会审议后提交公司股东大会批准。

（四）公司利润分配的具体条件：公司上一会计年度实现盈利且不存在未弥补亏损的情况下，应当进行现金分红。

采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素；公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照本章

程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

1、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

2、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

3、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，按照前项规定处理。

公司股利分配不得超过累计可供分配利润的范围。

（五）公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

公司采取股票或者现金股票相结合的方式分配利润或调整利润分配政策时，需经公司股东大会以特别决议方式审议通过。

（六）公司根据生产经营、重大投资、发展规划等方面的资金需求情况，确需对利润分配政策进行调整的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定；且有关调整利润分配政策的议案，需事先征求独立董事及监事会的意见，经公司董事会审议通过后，方可提交公司股东大会审议，该事项须经出席股东大会股东所持表决权 2/3 以上通过。为充分听取中小股东意见，公司应通过提供网络投票等方式为社会公众股东参加股东大会提供便利，必要时独立董事可公开征集中小股东投票权。

（七）公司应当在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，并对下列事项进行专项说明：

- 1、是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求；
- 2、分红标准和比例是否明确和清晰；

- 3、相关的决策程序和机制是否完备；
- 4、独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用；
- 5、中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到了充分保护等。

对现金分红政策进行调整或变更的，还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。

（八）公司股东存在违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所获分配的现金红利，以偿还其占用的资金。”

为了增加公司上市后分红政策的可执行性，公司制定了《比音勒芬服饰股份有限公司上市后三年股东分红回报规划》，对公司上市后三年内的股利分配进行了计划。

十二、发行人参股、控股公司简介

截至本招股意向书摘要签署之日，本公司无参股、控股公司。

第四节 募集资金运用

一、募集资金运用计划

经公司董事会和股东大会审议批准，公司本次向社会公开发行 A 股股票募集资金拟用于以下项目（按项目轻重缓急程度排列）：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟用募集资金投入金额	投资时间计划				项目备案文件编号
				第一年	第二年	第三年	第四年	
1	营销网络建设项目	52,053.82	52,053.82	14,482.60	19,553.74	13,580.23	4,437.25	2015-440100-52-03-000709
2	信息系统提升建设项目	5,383.88	5,383.88	2,750.43	1,760.55	872.90	-	2015-440100-52-03-000708
3	补充流动资金	5,000.00	5,000.00	-	-	-	-	-
	合计	62,437.70	62,437.70	-	-	-	-	

上述项目共需投入资金 62,437.70 万元。如本次募集资金不能满足投资项目的资金需求，资金缺口将由公司自筹解决。

公司将严格按照有关的管理制度使用募集资金，如本次发行募集资金到位时间与募集资金拟投资项目资金需求的时间要求不一致，公司将根据实际情况以自主资金或银行贷款先行投入，待募集资金到位后予以置换。

经核查，保荐机构及发行人律师认为，发行人上述募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章规定。

本公司已经建立募集资金专项账户管理制度。本次股票发行完成后，本公司募集资金将存放于董事会指定的专项账户。

在公司第一届董事会第七次会议审议通过的《关于公司申请首次公开发行股票募集资金投资项目暨使用方案的议案》及公司第一届董事会第三次会议审议通过的《关于修订公司申请首次公开发行股票募集资金投资项目暨使用方案的议案》中，公司董事会对募集资金投资项目进行了可行性分析。基于：（1）营销网络建设项目完成后，公司计划在全国新建直营网点 248 个，相对于 2016 年 9 月末的 601 个销售终端而言，增幅仅为 41.26%，增加的销售终端数量较为合理；（2）公司投资 5,383.88 万元用于信息系统提升建设项目将显著提升公司的销售和管

理效率，促进公司业务的长远发展；（3）2015年，公司营运资金高达4.45亿元，公司拟使用5,000万元补充流动资金是较为合理；公司董事会认为募集资金数额和投资项目与企业现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应。

本次募集资金投资项目实施后不会产生同业竞争，亦不会对公司的独立性产生不利影响。

二、项目发展前景

本次募集资金投资于公司主营业务。其中，营销网络建设项目将进一步扩大和完善公司的营销网络，提高比音勒芬品牌的市场覆盖率和影响力，增强公司对销售渠道的控制力，提升公司的盈利能力。信息系统提升建设项目将搭建更为完备的信息管理平台，为公司营销网络的拓展、供应链管理能力的提升、网络终端的实时监控和动态管理等业务发展提供强有力的后台支持，为公司业务发展奠定坚实基础。补充流动资金将有利于公司主营业务的开展。

（一）营销网络建设项目

（1）我国服装市场，特别是高档品牌服饰市场潜力较大

随着我国经济持续快速增长，服装消费也处于快速增长之中。根据国家统计局人均衣着类消费和人口数量测算，中国服饰市场规模从2006年的6,480亿元增长至2015年的16,440亿元，年均复合增长率达10.90%，增长迅速。尤其是国家提出扩大内需战略后，国内市场环境不断完善，消费者不断成熟，消费数量和质量不断提升。2006年-2015年，城镇居民人均衣着消费支出由901.78元增加到1,701.13元，年均复合增长率为7.31%。

随着经济和文化水平的提升，国内消费者对服装品牌的认知度不断提高。服装不再仅仅是生活的必需品，而是个人成为追求高品质生活、凸显个性品味的载体。服装消费将从物质消费转变为品味消费、理念消费和生活方式的消费，这些更高层次的消费需求意味着定位于不同的功能细分、档次细分和产品细分的高档品牌服装消费市场具备更大的发展空间。

未来随着我国城市化率的进一步提高，以及国家坚持扩大内需和提高居民收入水平的战略，高档品牌服饰消费市场具备更大的发展空间。

（2）品牌差异化时代将给高尔夫服饰带来较大的增长空间

伴随着城市化率和居民收入水平的提高，我国中产阶级的规模迅速壮大，消

费结构正在发生很大转变。波士顿咨询（BCG）2010年11月发布的研究报告《小城市大收获：中国快速增长的新机遇》称，未来10年中国中产阶级及富裕消费者（中产的标准是月收入超过5,000元）数量将从2009年的1.5亿增长到4亿以上。

中产阶级在服饰消费方面更重视服饰的社会价值，即通过服装来来表达个人品味，对群体的所属认同和突出个性的自我认同。这使得中产阶级在服装消费上注重品牌差异化带给他们的心理共鸣，注重从单纯追求流行式样到注重心灵感受，崇尚摆脱制约、追求精神的自由。

公司产品定位于高尔夫运动与时尚休闲生活相结合的细分市场，目标群体为高尔夫爱好者以及认同高尔夫文化、着装倾向于高尔夫风格的中产收入以上消费人群。高尔夫服饰突出高尔夫风格的定位。通过对高尔夫生活方式和文化内涵的演绎和跨界的设计，在消费者的认知中在从一般的运动服饰和一般的休闲服饰中被明确地差异化出来。高尔夫服饰成为能够表达高尔夫文化和生活方式的高级休闲服饰代表，具有个性化、时尚化、高档化、精品化特征，随着中国中产阶级群体的增长，高尔夫服饰未来成长空间巨大。

（3）国家产业政策鼓励自主品牌服饰的发展

纺织服装产业作为我国传统的支柱产业、重要的民生产业和具有国际竞争优势的产业，始终受到国家产业政策的支持。建设自主品牌，加大研发投入，提高产品附加值，将“中国制造”上升为“中国品牌”是锻造中国服装企业核心竞争力的需要，也是我国服装产业升级和可持续发展的需要，为此国家多个部门发布文件对自主品牌企业给予政策支持。

2006年6月国家发改委颁布的《中国纺织工业“十一五”发展纲要》、2009年2月国务院颁布的《纺织工业和装备制造业调整振兴规划》和2009年9月工信部、国家发改委等部委颁布的《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》都明确提出要培育具有国际影响力的自主知名品牌，对于自主品牌服装企业，将提供有力的政策扶持。其中，《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》提出加快推进服装家纺自主品牌的主要措施为：支持自主品牌服装、家纺企业提高核心竞争力；为服装、家纺自主品牌建设提供金融服务；扶持自主品牌服装、家纺企业拓展海外市场；加大服装、家纺自主品牌保护力度；发挥行业协会

和商业企业的作用；加强组织领导。2012年，工信部发布《纺织工业“十二五”发展规划》，提出：要在提高质量水平、提升设计水平、加强营销创新、强化品牌管理等方面实施品牌建设重点工程；重点跟踪和培育创新能力强、市场覆盖面广、市场占有率高、企业盈利能力强的100家左右服装家纺品牌企业；加快推进我国服装、家纺品牌国际化进程，争取尽快形成一批国际化服装、家纺品牌。中国纺织工业联合会于2012年5月发布了《建设纺织强国纲要（2011-2020年）》，提出了要在2020年重点围绕科技、品牌、可持续发展、人才四个核心建成纺织服装工业强国的目标。

本项目预计总投资额为52,053.82万元，其中：建设投资36,206.51万元，流动资金15,847.31万元。根据公司现有营销网络 and 未来发展目标，本项目计划在全国新建直营网点248个，包括7个旗舰店、17个标准店、206个商场机场联营店和18个球会店。项目达产后，每年可实现收入53,892.34万元。

（二）信息系统提升建设项目

本项目总投资5,383.88万元，主要用于机房建设、硬件和软件的投资。项目建设内容包括：基础平台、设计管理、供应链管理、财务管理、人力资源管理、预算管理、知识管理系统（简称KMS，Knowledge Management System）及办公自动化（简称OA，Office Automation）、商业智能管理（简称BI，Business Intelligence）等。

本项目对公司现有信息化资源进行集成和优化升级，实现集团财务、设计、生产、分销、零售、HR、企业门户的集成应用。本项目通过及时、准确、全面的信息收集，一方面为公司管理层的决策分析提供更为科学准确的信息；另一方面，也有助于公司加强内部各业务流程的整合，增强公司上下游的协同能力，提高公司的运营效率。

（三）补充流动资金

根据公司业务发展布局、营运资金需求，公司拟使用募集资金5,000.00万元用于补充流动资金。

第五节 风险因素及其他重要事项

一、风险因素

（一）市场竞争的风险

国内品牌服装行业是一个充分市场化竞争的行业。品牌服装企业的竞争力主要体现在品牌定位及品牌影响力、研发设计能力、商业模式、营销网络等方面，其中品牌定位及品牌影响力是品牌服装企业综合实力的反映。

本公司产品为高尔夫服饰，目标群体为高尔夫爱好者以及认同高尔夫文化、着装倾向于高尔夫风格的中产收入以上消费人群。虽然比音勒芬品牌已成为国内高尔夫服饰较具影响力及知名度的品牌，但目前行业内的品牌集中度相对较低，各品牌之间的竞争较为激烈。如果未来公司不能够持续提升品牌价值，将对公司未来的经营业绩产生一定的负面影响。

（二）知识产权被仿冒的危险

比音勒芬品牌定位于高端品牌。比音勒芬品牌在高尔夫服饰行业具有一定的知名度和美誉度，是公司的核心竞争优势之一。品牌是影响消费者购买选择的重要因素。不同品牌产品用料、质量、服务、设计特点不同，产品定价也不同。

虽然公司已经并将继续采取各种方式来保护公司的品牌和注册商标，进一步加强品牌保护力度，但由于服饰的款式、品牌标识和装修陈列风格十分直观，易于模仿，因此随着公司市场影响力的不断增强，公司存在因知识产权受到侵害，而导致品牌形象受到损害、经营业绩受到影响的风险。

（三）未能准确把握流行趋势变化的研发风险

服装行业是一个消费者品味和偏好不断变化的行业。公司产品研发要求准确预测市场潮流、流行趋势变化和消费者需求变化，并能不断开发新的适销对路的产品。本公司已经建立了一套完善的市场信息捕捉、消费行为分析与预测、流行色彩分析的产品研发系统，具有较强的研发能力，能够较好的预测和把握高尔夫服饰流行动向，并迅速调整产品组合以适应市场需求的变化。但如果公司对流行时尚和消费者需求判断失误和把握不准，未能及时开发出适销对路的产品，或开发的产品大量滞销，将对本公司产品销售产生不利影响。

（四）物流配送管理风险

本公司物流配送外包给第三方物流运输企业。物流配送的及时和准确对公司的经营有一定影响。虽然公司已建立了对第三方物流企业的筛选机制，亦在信息化系统中建立了和公司业务规模相适应的仓储物流模块，但是若对第三方物流企业的管理出现疏忽或失误，则可能导致产品供应的迟延或差错，从而对公司的经营业绩产生不利影响。

（五）人力资源风险

作为高端品牌服饰企业，公司的持续发展依赖于研发设计、品牌营销和供应链人才的储备。公司高度重视人才在发展中的作用，一方面注重从内部培养专业的品牌、设计、营销和供应链管理人才，另一方面从外部招聘和吸收具有丰富经验的各类型人才。自成立以来，公司核心管理层和员工队伍保持较高的稳定性。由于公司未来发展，特别是募投项目的实施将需要大量具备相关知识和经验的研发设计、品牌营销、供应链管理等各方面的人才，如果公司不能保持员工队伍的稳定，并招揽到所需合格人才，将对公司生产经营和持续发展产生不利影响。

（六）净资产收益率被摊薄的风险

本次公开发行股票将大幅度增加公司的净资产。由于募集资金运用项目存在一定的建设周期，公司净利润的增长速度在短期内将可能低于净资产的增长速度。公司存在发行后净资产收益率下降的风险。

（七）募投项目的实施与经营风险

公司本次发行募集资金拟用于“营销网络建设项目”、“信息系统提升建设项目”和“补充流动资金”。虽然公司对募集资金计划投资的项目进行了认真的市场调查及严格的可行性论证，项目将进一步提升公司的品牌价值，取得较好的经济效益，并提高公司的信息化管理水平，且项目亦取得了政府有关部门的备案，但在项目实施过程中仍然会存在各种不确定和不可预期因素，并可能会对项目的建设进度、实际收益产生一定的影响，从而影响公司的经营业绩。

（八）实际控制人控制风险

本次股票发行前，谢秉政、冯玲玲夫妇合计持本公司 60% 的股份，为公司控股股东暨实际控制人。谢秉政担任本公司董事长。本次发行后，谢秉政、冯玲玲

夫妇仍为公司控股股东暨实际控制人。如果控股股东通过行使表决权或其他方式对公司经营和财务决策、重大人事任免和利润分配等方面实施不利影响，可能会给本公司及中小股东带来一定风险。

（九）实际控制人因杰晖融资担保有限公司涉及诉讼的风险

公司实际控制人谢秉政、冯玲玲夫妇因冯玲玲参股的杰晖融资担保有限公司借款合同纠纷被相关债权人提起诉讼要求其二人承担连带赔偿责任的诉讼案件共 25 宗，涉案金额约计 13,069 万元。截至本招股意向书摘要签署之日，上述 25 宗案件中已作出终审判决（裁定）的案件共 10 宗，涉及标的金额为 2,105 万元，判决（裁定）结果均为相关法院驳回原告要求冯玲玲和谢秉政承担连带还款责任的诉讼请求或驳回起诉。上述 25 宗案件中另有 3 宗案件相关法院已裁定准予原告的撤诉申请，涉及金额约为 280.76 万元。另外，上述 25 宗案件中已作出一审判决的为 1 宗，判决结果为驳回原告要求冯玲玲及谢秉政承担连带还款责任的诉讼请求。

公司实际控制人谢秉政、冯玲玲所持发行人股份曾由于杰晖公司相关案件诉讼财产保全原因被限制办理相应变更手续或被冻结。截至本招股意向书摘要签署之日，冯玲玲、谢秉政所持发行人股份受限之情形已全部解除，发行人实际控制人所持有发行人股份不存在被查封或冻结情况。

保荐机构和发行人律师认为：发行人实际控制人冯玲玲、谢秉政以自身名义参加诉讼之情形与发行人不存在直接的利害关系，不会对发行人的持续经营造成实质性损害或重大不利影响。谢秉政、冯玲玲所持公司股份由于杰晖公司相关案件诉讼财产保全原因曾被限制办理相应变更手续或被冻结系正常的司法诉讼程序，并不属于股权权属纠纷。谢秉政、冯玲玲所持股权权属清晰，无任何权属争议或纠纷。谢秉政、冯玲玲目前所拥有之资产规模相对于上述诉讼案件金额而言，其二人亦具备足够的偿还能力，且谢秉政、冯玲玲已出具书面承诺，若未来其二人需就杰晖担保与其他第三方因目前已知或未来可能发生之债权债务纠纷承担相应还款责任的，则其二人均将以其所拥有的除发行人股权以外之其他财产承担偿还责任，不会影响其二人所持发行人股权之份额，不会影响其二人发行人实际控制人地位。因杰晖公司引起的相关诉讼事宜不会对发行人本次发行上市构成实质性障碍。

二、其他重要事项

（一）重大合同

本节重大合同指公司目前正在履行的交易金额超过 500 万元或者交易金额虽未超过 500 万元，但对公司生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同。

截至2016年9月30日，本公司正在履行的重大合同主要包括采购合同、特许加盟合同、联营合同、其他销售合同及其他重大合同。

（二）发行人对外担保的有关情况

截至本招股意向书摘要签署之日，公司不存在任何对外担保事项。

（三）重大诉讼和仲裁事项

公司实际控制人冯玲玲参股的杰晖融资担保有限公司及其部分股东因借款合同纠纷被有关债权人要求承担清偿及担保责任。有关债权人以杰晖担保及其股东（包括冯玲玲及其配偶谢秉政）等为被告，向广州市荔湾区人民法院提起 1 宗诉讼请求、向广州市海珠区人民法院提起 3 宗诉讼请求、向成都市金牛区人民法院提起 7 宗诉讼请求、向重庆市江津区人民法院提起 1 宗诉讼请求、向广州市天河区人民法院提起 11 宗诉讼请求、向从化区人民法院提起 1 宗诉讼请求，向番禺区人民法院提起 1 宗诉讼请求，要求上述法院判决杰晖担保及其股东（包括冯玲玲及其配偶谢秉政）等多名被告承担连带清偿责任。

截至本招股意向书摘要签署之日，上述 25 宗案件中已作出终审判决（裁定）的案件为 10 宗（涉及标的金额约 2,105 万元），判决（裁定）结果为：相关法院驳回原告要求冯玲玲和谢秉政承担连带还款责任的诉讼请求（海珠区法院涉及之三宗诉讼）、裁定准予上诉人撤回上诉（成都金牛区法院涉及之六宗诉讼）及一审判决后原告未在上诉期限内提起上诉（番禺法院涉及之一宗诉讼）。上述 25 宗案件中另有 3 宗诉讼案件（成都金牛法院、荔湾区法院、重庆江津法院各 1 宗）相关法院已裁定准予原告的撤诉申请，涉及金额约为 280.76 万元。另外，已作出一审判决（裁定）的案件为 1 宗（天河区法院涉及之一宗诉讼），判决结果为驳回原告要求冯玲玲和谢秉政承担连带还款责任的诉讼请求。截至目前，上述 25 宗案件中尚未作出判决的案件为 11 宗，涉及的金额共计 8,357 万元。

相关案件法院判决的具体情况如下：

(1) 2014年9月24日和2014年10月27日,广州市荔湾区人民法院和广州市海珠区人民法院已分别开庭审理其中四宗诉讼案件。2015年3月12日,广州市海珠区人民法院经审判下达“(2014)穗海法民二初字第1376号”、“(2014)穗海法民二初字第1377号”和“(2014)穗海法民二初字第1378号”《民事判决书》,均判决驳回原告的诉讼请求。同时,由于相关案件的原告涉嫌伪造、变造杰晖担保公司印章,杰晖担保已就相关案件的原告伪造、变造其印章事宜向广州市公安局天河区分局冼村派出所提出控告,并被广州市公安局天河区分局予以立案侦查。2015年3月20日,针对上述一审判决,原告已分别向广州市中级人民法院提起了上诉。2016年6月8日,广州市中级人民法院下达“(2015)穗中法金民终字第1036、1037、1038号”《民事判决书》,判决驳回上诉,维持原判决。该判决为终审判决。由于相关案件的原告涉嫌伪造、变造杰晖担保公司印章已被广州市公安局天河区分局予以立案侦查,荔湾区法院以该案需以前案审理结果为依据裁定该案中止诉讼。2016年8月26日,广州市荔湾区人民法院下达“(2014)穗荔法民二初字第317号之一”《民事裁定书》,裁定准许原告撤回上诉。2016年8月26日,广州市荔湾区人民法院下达“(2014)穗荔法民二初字第317号之一”《民事裁定书》,裁定准许原告撤回上诉。

(2) 2015年5月15日,成都市金牛区人民法院就其中六宗诉讼案件下达驳回原告起诉的裁定。2015年5月25日,针对该驳回起诉的裁定,原告已向成都市中级人民法院提起上诉。2016年3月21日,成都市中级人民法院下达“(2016)川01民终1302、1304、1305、1306、1307号”《民事裁定书》,裁定准许上诉人撤回上诉,该裁定为终审裁定。

(3) 2015年11月4日,根据谢秉政、冯玲玲诉讼代理人管辖权异议申请,从化区人民法院下达了民事裁定书,裁定该案移交海珠区法院审理。截至本招股意向书摘要出具之日,原告已就该裁定向广州市中级人民法院提起了上诉。

(4) 2016年2月2日,广州市番禺区人民法院经审判下达“(2015)穗番法石民初字第1294号”民事判决书,认为原告“提供的证据显然不足以证实其关于冯玲玲作为杰晖公司的股东存在抽逃出资的行为,本院不予采信,对其基于此要求冯玲玲承担补充赔偿责任的主张,本院不予采信。据此,对要求谢秉政承担共同还款责任的主张,本院亦不予支持”,判决:(1)杨晓晖偿还原告本金、

利息及罚息；（2）杰晖担保承担连带清偿责任；（3）驳回原告其余诉讼请求。由于在上诉有效期内没有提起上诉，该案件的一审判决已经生效成为终审判决。

（5）2016年3月14日，广州市天河区人民法院经审判下达“（2014）穗天法民二初字第4775号”民事判决书，认为原告“主张认为杰晖公司股东存在验资后的资金抽逃，没有事实及法律依据，本院不予支持”，“在杰晖公司为其股东对外借款时所作出的股东会决议并没有经过冯玲玲的同意或签具借款担保，印证了冯玲玲在本案债务形成时，并非实际操控杰晖公司的运营”，原告“请求谢秉政承担冯玲玲的公司出资责任，没有事实和法律依据，法院不予支持”，判决：驳回原告的诉讼请求。

（6）2016年8月3日，成都市金牛区人民法院下达“（2014）金牛民初字第5566号”《民事裁定书》，裁定准许原告撤回上诉。

（7）2016年8月16日，重庆市江津区人民法院下达“（2014）津法民初字第09424号附2号”《民事裁定书》，裁定准许原告撤回上诉。

根据《公司法》的相关规定，有限责任公司的股东以其认缴的出资额为限对公司承担责任。截至本招股意向书摘要出具之日，冯玲玲持有杰晖担保10%股权（出资额3,500万元），故其最多在已认缴的3,500万元出资额范围内对杰晖担保的经营事项承担责任。另外，按照谢秉政、冯玲玲目前所拥有之资产规模，即使谢秉政、冯玲玲最终为其二人所涉诉讼案件全额承担还款责任，同时需代杰晖担保偿还诉讼债权，其二人亦具备足够的偿还能力，不会因此影响其二人所持发行人的股份份额，亦不会影响其二人的发行人实际控制人地位。此外，谢秉政、冯玲玲已出具书面承诺，若未来其二人需就杰晖担保与其他第三方因目前已知或未来可能发生之债权债务纠纷承担相应还款责任的，则其二人均将以其所拥有的除发行人股权以外之其他财产承担偿还责任，不会影响其二人所持发行人股权之份额，不会影响其二人发行人实际控制人地位。

综上所述，保荐机构和发行人律师认为：（1）冯玲玲、谢秉政以自身名义参加诉讼之情形与发行人不存在直接的利害关系，不会对发行人的持续经营造成实质性损害或重大不利影响。杰晖公司相关诉讼事项不会影响谢秉政、冯玲玲发行人实际控制之地位；发行人实际控制人之一冯玲玲所持部分比音勒芬股权由于诉讼财产保全原因曾被限制办理相应变更手续或被冻结之事项系正常的司法诉讼

程序，并不属于股权权属纠纷；发行人实际控制人谢秉政、冯玲玲所持发行人股权权属清晰，无任何权属争议或纠纷。谢秉政、冯玲玲二人拥有除比音勒芬股权之外的其他资产足以应对其本人或杰晖公司之诉讼，且其二人已出具书面承诺，若未来其二人需就杰晖担保与其他第三方因目前已知或未来可能发生之债权债务纠纷承担相应还款责任的，则其二人均将以其所拥有的除发行人股权以外之其他财产承担偿还责任，不会影响其二人所持发行人股权之份额，不会影响其二人发行人实际控制人地位。因此，杰晖公司相关诉讼事项不会对发行人本次发行上市构成实质性障碍。（2）截至本招股意向书摘要签署之日，广州市公安局已对杰晖担保涉嫌虚报注册资本罪立案侦查，但并未对谢秉政、冯玲玲予以立案侦查，符合《首发管理办法》第 16 条第三款之规定。因杰晖公司所引起的相关诉讼及杰晖公司被立案侦查事宜不会对发行人本次发行上市构成实质性障碍。

除上述诉讼之外，截至招股意向书摘要签署日，公司控股股东或实际控制人、公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员未涉及其他重大诉讼或仲裁事项。

第六节 本次发行各方当事人和发行时间安排

一、本次发行各方当事人

名称	住所	联系电话	传真	联系人
发行人：比音勒芬服饰有限公司	广州市番禺区南村镇 兴业大道 309	020-39952666	020-39958289	陈阳
保荐人（主承销商）： 安信证券股份有限公司	深圳市福田区金田路 4018 号安联大厦 35 层、28 层 A02 单元	0755-82825427	0755-82825424	魏素华
律师事务所：北京国 枫律师事务所	北京市东城区建国门 大街 26 号新闻大厦 7 层	010-66090088	010-66090016	藏欣
会计师事务所：广东 正中珠江会计师事 务所（特殊普通合 伙）	广州市东风东路 555 号 粤海集团大厦 10 楼	020-83939698	020-83800977	洪文伟
资产评估机构：广东 联信资产评估土地 房地产估价有限公 司	广州市越秀区越秀北 路 222 号 16 楼	020-83642123	020-83642103	潘赤戈
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	深圳市深南中路 1093 号中信大厦 18 楼	0755-25938000	0755-25988122	--
收款银行：				--
拟上市的证券交易 所	深圳证券交易所	--	--	--

二、本次发行上市重要日期

询价推介时间	2016 年 12 月 8 日至 2016 年 12 月 9 日
定价公告刊登日期	2016 年 12 月 13 日
申购日期和缴款日期	2016 年 12 月 14 日申购；2016 年 12 月 16 日缴款
股票上市日期	本次发行结束后将尽快申请在深圳证券交易所挂牌交易

第七节 备查文件

一、备查文件

在本次发行承销期内，下列文件均可在本公司和保荐人（主承销商）办公场所查阅。

- 1、发行保荐书及发行保荐工作报告
- 2、财务报表及审计报告
- 3、内部控制鉴证报告
- 4、经注册会计师核验的非经常性损益明细表
- 5、法律意见书及律师工作报告
- 6、公司章程（草案）
- 7、中国证监会核准本次发行的文件
- 8、其他与本次发行有关的重要文件

二、备查地点、时间

（一）备查地点

发 行 人：比音勒芬服饰股份有限公司

地 址：广州市番禺区南村镇兴业大道 309 全部

电 话：020-39952666

传 真：020-39958289

联 系 人：陈阳

保荐人（主承销商）：安信证券股份有限公司

地 址：深圳市福田区金田路 4018 号安联大厦 35 层、28 层 A02 单元

电 话：0755-82558269

传 真：0755-82825424

联 系 人：杨勇、潘祖祖

(二) 备查时间

周一至周五：上午 9：30—11：30 下午 2：30—5：00

比音勒芬服饰股份有限公司

