

福建七匹狼实业股份有限公司

公开发行 2500 万股 A 股网上路演公告

经中国证券监督管理委员会证监发行字[2004]115 号文核准，福建七匹狼实业股份有限公司将于 2004 年 7 月 22 日采用全部向二级市场投资者定价配售方式首次公开发行人民币普通股（A 股）2500 万股，发行价格 7.45 元/股。根据中国证监会《关于新股发行公司通过互联网进行公司推介的通知》，为便于投资者了解发行人基本情况、发展前景和本次发行有关安排，发行人和保荐机构(主承销商)长江巴黎百富勤证券有限责任公司定于 2004 年 7 月 21 日（星期三）14:00-18:00 在中小企业路演网举行网上路演，敬请广大投资者关注。

本次发行的《招股说明书摘要》于 2004 年 7 月 19 日刊登在《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》和《证券日报》上，提请广大投资者关注。

1、网上路演网址：<http://www.smers.com.cn>

2、参加人员：发行人董事会、管理层主要成员和保荐机构(主承销商)有关领导、项目组人员。

福建七匹狼实业股份有限公司

2004 年 7 月 19 日

福建七匹狼实业股份有限公司

(福建省晋江市金井镇南工业区)



首次公开发行股票招股说明书

保荐机构(主承销商)：长江巴黎百富勤证券有限责任公司

(上海市浦东新区世纪大道 88 号金茂大厦 4901)



之合资公司

福建七匹狼实业股份有限公司招股说明书

单位：人民币元

单位	面值	募集资金额	发行费用	募集资金净额
每股	1.00	7.45	0.436	7.014
合计	25,000,000	186,250,000	10,900,000	175,350,000

股票类型：人民币普通股（A股）

发行数量：25,000,000股

发行方式：全部向二级市场投资者定价配售

发行日期：2004年7月22日

拟上市地：深圳证券交易所

保荐机构(主承销商)：长江巴黎百富勤证券有限责任公司

正式申报招股说明书签署日期：2004年7月12日

董事会声明

发行人董事会已批准本招股说明书及其摘要，全体董事承诺其中不存在虚假记载、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。

中国证监会、其他政府机关对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对本发行人股票的价值或投资者收益的实质性判断或保证。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。

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报告真实、完整。

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、专业会计师或其他专业顾问。

特 别 提 示

根据 2004 年 2 月 14 日召开的 2003 年度股东大会决议，本次股票发行前公司未分配利润的分配安排如下：2003 年度实现的利润不进行分配，结转至下一年度；且自 2003 年起，公司实现的滚存未分配利润及本次股票发行当年实现的利润由新老股东共享。

特别风险提示

本公司特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列投资风险：

1、家族控制风险

本公司控股股东福建七匹狼集团有限公司（以下简称“七匹狼集团”）在本次发行前持有本公司75%的股权，本次发行后持有本公司52.94%的股权，处于控股地位。在七匹狼集团股权结构中，周连期、周少雄、周少明、陈鹏玲为同一家族成员（以下简称“周氏家族”），周氏家族共持有七匹狼集团95%的股权，即发行前间接持有本公司71.25%的股权，本次发行后间接持有本公司50.29%的股权，因此，周氏家族为本公司的实际控制人。公司实际控制人可通过七匹狼集团行使表决权对本公司的人事、生产经营决策等进行控制。同时，在周氏家族成员中，周连期为本公司董事长，周少雄、周少明为本公司高管人员，他们可直接参与公司的生产经营决策。因此，本公司存在一定的家族控制风险。

2、假冒产品冲击的风险

服装产品属于终端消费品，直接面对消费者，因此品牌对于服装企业显得尤为重要。随着“七匹狼”品牌知名度越来越高，公司产品的市场占有率将会进一步提高，市场上可能会出现盗用本公司商标、品牌的违法经营活动，这将导致公司的经济利益受到严重侵害。

3、净资产收益率下降的风险

本次发行后，公司净资产规模将出现大幅度增长，由于募集资金投资项目实施需要一定时间，并且在项目全部建成后才能达到预期的收益水平。因此，短期内公司将面临由于资本扩张过快而导致净资产收益率下降的风险。

4、产能过剩的风险

2003年末，公司各类服装总生产能力折合茄克产量为306万件，与公司销售能力基本一致。本次募集资金项目达产后，公司总产能折合为茄克产量将增加到461万件，增幅为50.65%。由于服装行业竞争激烈，如果公司的销售能力和营销策划能力不能同步提高，则未来公司部分产能将不能充分发挥效用，公司存在产能过剩的风险。

请投资者对发行人的上述风险予以特别关注，并仔细阅读本招股说明书第四节“风险因素”等有关内容。

目 录

第一节	释 义	8
第二节	概 览	10
	一、发行人及主要发起人简介	10
	二、主要财务数据	12
	三、本次发行情况	13
	四、募股资金主要用途	14
第三节	本次发行概况	15
	一、本次发行的基本情况	15
	二、本次发行有关当事人	16
	三、发行人与中介机构关系的说明	18
	四、本次发行主要时间表	18
第四节	风险因素	19
	一、管理风险	19
	二、经营风险	21
	三、市场风险	25
	四、技术风险	27
	五、财务风险	29
	六、募股资金投向风险	31
	七、政策性风险	33
	八、其他风险	33
第五节	发行人基本情况	36
	一、发行人基本资料	36
	二、发行人股东单位基本情况	58
	三、本次发行前后公司股本结构	68
	四、发行人组织结构	68
第六节	业务和技术	72

一、服装行业基本情况	72
二、影响服装行业发展的有利和不利因素	76
三、本公司的行业地位与竞争优势	79
四、本公司主要业务情况	84
五、主要固定资产及无形资产	103
六、主要产品质量控制情况	106
七、公司主要客户、代理商及供应商	107
八、公司发行前重大业务和资产重组情况	109
九、公司技术水平及研发情况	109
十、技术创新机制及企业文化建设	115
第七节 同业竞争与关联交易	116
一、同业竞争	116
二、关联交易	119
第八节 董事、监事、高级管理人员	123
一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员	123
二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员持股情况	126
三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员收入情况	127
四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在关联企业任职情况	128
五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间的关系	128
六、其他事项说明	128
第九节 公司治理结构	129
一、设立独立董事的情况	129
二、股东与股东大会	132
三、关于董事会构成及议事规则	135
四、关于监事会构成及议事规则	137
五、高级管理人员的选择、考评、激励和约束机制	138
六、重大生产经营、重大投资、重大财务等决策程序和规则	139
七、对董事、监事、高级管理人员履行诚信义务的限制性规定	141

八、公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员变动情况	142
九、公司管理层对内部控制制度的自我评价意见	143
十、注册会计师对公司内部控制制度的评价意见	143
十一、发行人律师就发行人现有章程是否符合《上市公司章程指引》等文件的规定发表的意見	144
第十节 财务会计信息	145
一、会计报表编制基准及注册会计师意见	145
二、会计政策、会计估计变更说明	146
三、税种、适用税率及税收优惠	147
四、近三年公司原始会计报表与申报会计报表的差异说明	148
五、近三年合并会计报表简表	148
六、经营业绩	153
七、主要资产	167
八、主要债項	175
九、股东权益	178
十、现金流量状况	180
十一、关联方关系及其交易	181
十二、或有事項和承諾事項	181
十三、其他重要事項	181
十四、历次验资情况	181
十五、财务指标	183
十六、公司管理层的财务分析	189
十七、独立董事及中介机构关于资产减值准备的意見	192
第十一节 业务发展目标	193
一、业务发展规划	193
二、拟定上述计划所依据的假设条件	197
三、实施上述计划将面临的主要困难	197
四、实现上述业务目标的经营理念	198
五、业务发展规划与现有业务的关系	198

六、本次募股资金运用对上述业务目标的作用	198
第十二节 募股资金运用	199
一、预计本次募股资金的总量及其依据	199
二、股东大会及董事会对本次募股资金投资项目的主要意见	199
三、募股资金运用对公司经营状况的总体影响	199
四、募股资金使用计划	200
五、募股资金运用项目简介	201
六、募股资金运用项目的组织与实施	227
七、募股资金运用项目环境影响分析	227
第十三节 发行定价及股利分配政策	229
一、发行定价	229
二、股利分配政策	230
三、历年股利分配情况	230
四、利润共享安排	231
五、本次股票发行后第一个盈利年度派发股利的计划	231
第十四节 其他重要事项	232
一、信息披露制度	232
二、重要合同	235
三、重大诉讼或仲裁事项	240
第十五节 董事及有关中介机构声明	241
第十六节 附录和备查文件	246

第一节 释 义

本招股说明书中，除非文义另有所指，下列词语或简称具有如下含义：

公司、本公司或发行人	指	福建七匹狼实业股份有限公司
发起人	指	本公司的 5 家发起人股东，包括福建七匹狼集团有限公司、厦门来尔富贸易有限责任公司、晋江市建利塑料彩色印刷有限公司、厦门维一实业有限公司、晋江市恒隆建材有限公司
控股股东或七匹狼集团	指	福建七匹狼集团有限公司
厦门来尔富	指	厦门来尔富贸易有限责任公司
建利彩印	指	晋江市建利塑料彩色印刷有限公司
厦门维一	指	厦门维一实业有限公司
恒隆建材	指	晋江市恒隆建材有限公司
控股子公司或上海七匹狼	指	本公司持股 90% 的上海七匹狼实业有限公司，成立于 2003 年 6 月，注册资本 500 万元
香港益安公司	指	香港益安贸易公司
周氏家族	指	周连期、周少雄、周少明、陈鹏玲等同一家族成员，为本公司实际控制人
恒隆制衣公司	指	本公司前身晋江恒隆制衣有限公司，存续时间为：1989 年 12 月 25 日 - 1993 年 6 月 15 日。
七匹狼实业公司	指	本公司前身福建七匹狼制衣实业有限公司，存续时间为：1993 年 6 月 16 日 - 2001 年 7 月 23 日
与狼共舞公司	指	泉州市与狼共舞服装有限公司
保荐机构(主承销商)	指	长江巴黎百富勤证券有限责任公司
本次发行	指	公司本次向社会公众公开发行 2,500 万股人民币普通股（A 股）
A 股	指	本次发行的每股面值 1.00 元的人民币普通股
上市	指	本公司股票获准在深圳证券交易所挂牌交易
深交所	指	深圳证券交易所
元	指	人民币元
发行人律师	指	北京市浩天律师事务所
中国证监会或证监会	指	中国证券监督管理委员会
承销团	指	以长江巴黎百富勤证券有限责任公司为主承销商组成的本次新股发行的承销团

承销协议	指	福建七匹狼实业股份有限公司与长江巴黎百富勤证券有限责任公司签署的新股发行主承销协议
股东大会	指	福建七匹狼实业股份有限公司股东大会
董事会	指	福建七匹狼实业股份有限公司董事会
监事会	指	福建七匹狼实业股份有限公司监事会
《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	《福建七匹狼实业股份有限公司章程》
WTO	指	世界贸易组织
ISO9002	指	国际质量保证标准体系
旗舰店	指	位于大中城市、地理位置佳、规模大、销售业绩好、能对其他店起表率作用的样板店。公司拟用募集资金建设的旗舰店均由公司自营
直营专卖店	指	由公司直接投资经营的专卖店
加盟专卖店	指	由代理商投资经营的专卖店
绿色环保型服装	指	用基本不含对人体有害物质且能节约能源的面料、辅料做成的服装，制造及使用过程中对环境无污染。
GORE-TEX 面料	指	服装面料的一种。该面料有一层尼龙薄膜，薄膜表面每平方英寸有 90 亿个比水珠小 2 万倍但又比水蒸气分子大 700 倍的小孔，水滴不能渗透细孔，有良好的防水功能；而汗气却可以蒸发，有较好的透气性；还能抗油物质，防止污染物入侵，已成为一种流行的休闲服面料。
FZ-T81008-1994	指	中华人民共和国纺织行业标准茄克执行标准
FZ/T73008-2002	指	中华人民共和国纺织行业标准针织 T 恤执行标准
GB/T2664 - 2001	指	中华人民共和国国家标准西装执行标准
GB/T2664 - 1999	指	中华人民共和国国家标准衬衫执行标准
Oeko - TexStandard100	指	欧盟制定并用于面料检验的绿色环保标准
柔性化生产管理	指	在生产过程中能根据客户的要求，按客户提出的产品规格、性能、数量、价格及供货时间随时改变生产品种，规格的生产管理方式。
CAD 系统、CAM 系统	指	计算机辅助设计系统、计算机辅助制造系统

致投资者

对本招股说明书有任何疑问,请咨询本次发行保荐机构(主承销商)及发行人。投资者应依据本招股说明书所载资料作出投资决定。本公司并未授权任何人士向任何投资者提供与本招股说明书所载不同的资料。任何未经本公司及保荐机构(主承销商)授权刊载的资料或声明均不应成为投资者依据的资料。

第二节 概 览

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

一、 发行人及主要发起人简介

(一) 发行人简介

- 1、中文名称:福建七匹狼实业股份有限公司
- 2、住 所:福建省晋江市金井镇南工业区
- 3、法定代表人:周连期
- 4、注册资本:6,000 万元
- 5、经营范围:服装、服饰产品及服装原辅材料的研发设计、制造及销售;机绣制品、印花的加工;自营和代理各类商品和技术的进出口,但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。(以上范围涉及国家专项专营规定的从其规定)

公司前身晋江恒隆制衣有限公司成立于 1989 年 12 月 25 日,性质为中外合作经营企业,1993 年 6 月 16 日更名为福建七匹狼制衣实业有限公司。2001 年 6 月 19 日,七匹狼实业公司外方股东香港益安公司将其对公司的全部出资分别转让给厦门来尔富贸易有限责任公司、晋江市建利塑料彩色印刷有限公司、厦门维一实业有限公司、晋江市恒隆建材有限公司。2001 年 6 月 28 日,公司完成工商变更登记,至此七匹狼实业公司性质由中外合作经营企业变更为内资性质的有限责任公司。2001 年 7 月 14 日,经福建省人民政府闽政体股【2001】28 号文批准,

福建七匹狼制衣实业有限公司依法整体变更为福建七匹狼实业股份有限公司,并于2001年7月23日在福建省工商行政管理局注册登记,其后未发生任何形式的股权变更。目前,公司股权结构如下:

股东名称	股权性质	股份数额(万股)	股权比例
福建七匹狼集团有限公司	发起人股	4,500	75%
厦门来尔富贸易有限责任公司	发起人股	1,200	20%
晋江市建利塑料彩色印刷有限公司	发起人股	180	3%
厦门维一实业有限公司	发起人股	60	1%
晋江市恒隆建材有限公司	发起人股	60	1%
合计	——	6,000	100%

公司产品定位为男仕休闲服装,主要产品为茄克、T恤等休闲服装产品。公司经过多年的发展,产品在市场上已享有很高的品牌知名度和美誉度,各类产品综合市场占有率在同类产品中均名列前茅。据中国商业联合会与中华全国商业信息中心的调查统计,2001-2003年,公司“七匹狼”牌茄克市场综合占有率在同类产品中连续3年名列第一,“七匹狼”牌T恤市场综合占有率在同类产品中连续3年名列前10名,显示出公司产品具有强大的市场竞争力。

公司为福建省科学技术厅认定的“福建省高新技术企业”,先后获得了中国服装设计的最高奖——“金顶奖”、“最受消费者欢迎的休闲服装品牌”、“影响中国服装市场的十大男装品牌”、“中国驰名商标”等省级以上荣誉称号或奖项共26项。2003年12月,公司“七匹狼”牌衬衫获得国家质量监督检验检疫总局颁发的“产品质量免检证书”。

(二) 主要发起人简介

目前,持有公司5%以上股份的股东分别为福建七匹狼集团有限公司、厦门来尔富贸易有限责任公司。

1、福建七匹狼集团有限公司

七匹狼集团注册资本为46,500万元,法定代表人洪国荣,住所为福建省晋江市金井中兴南路655号,主要业务为对外进行各种投资。目前,七匹狼集团股东为周连期、周少雄、周少明、陈鹏玲、洪国荣。截止2003年12月31日,七

匹狼集团总资产为 65,619.30 万元，净资产为 50,895.66 万元，2003 年度净利润 2,359.31 万元。以上数据摘自经福建天联有限责任会计师事务所审计的七匹狼集团合并报表。

目前，七匹狼集团持有本公司 75% 的股份，为本公司控股股东。

2、厦门来尔富贸易有限责任公司

厦门来尔富成立于 2001 年 5 月 22 日，注册资本为 2,300 万元，法定代表人为许文顶，住所为厦门市湖里区保税市场大厦 7 楼 0 座，主营业务为日用百货、五金交电、建筑材料等的批发零售、贸易业务。截止 2003 年 12 月 31 日，厦门来尔富总资产为 3,179.20 万元，净资产为 2,968.80 万元，2003 年度净利润为 494.34 万元。以上数据摘自福建省石狮市方正有限责任会计师事务所审计的厦门来尔富财务报表。

目前，厦门来尔富持有本公司 20% 的股份，为公司第二大股东；

公司各发起人情况详见第五节“发行人基本情况”中有关内容。

二、主要财务数据

根据福建华兴有限责任会计师事务所出具的审计报告，本公司近三年财务数据如下：

（一）合并资产负债表主要数据

金额单位：元

项 目	2003.12.31	2002.12.31	2001.12.31
流动资产	97,641,199.97	132,970,324.81	112,238,257.09
固定资产	90,326,373.75	46,956,801.72	39,591,097.03
无形资产及其他资产	5,616,501.34	5,020,693.50	0
流动负债	83,056,803.97	96,832,977.33	81,694,110.83
长期负债	17,000,000.00	20,000,000.00	0
负债总计	100,056,803.97	116,832,977.33	81,694,110.83
少数股东权益	438,015.37	-	-
股东权益合计	93,089,255.72	68,114,842.70	70,135,243.29
资产总计	193,584,075.06	184,947,820.03	151,829,354.12

(二) 合并利润表主要数据

金额单位：元

项 目	2003 年度	2002 年度	2001 年度
主营业务收入	184,468,775.39	148,541,996.58	104,318,966.73
主营业务利润	63,948,097.53	51,086,682.89	38,737,300.08
营业利润	36,276,051.63	33,998,678.21	23,012,817.39
利润总额	35,964,633.31	32,922,947.73	22,966,910.67
净利润	24,974,413.02	22,203,849.05	15,372,901.88

(三) 合并现金流量表主要数据

金额单位：元

项 目	2003 年度	2002 年度
经营活动产生的现金流量净额	66,605,991.33	14,269,966.53
投资活动产生的现金流量净额	-22,370,710.13	-33,878,751.44
筹资活动产生的现金流量净额	-40,426,408.61	19,678,794.73
现金流量净额	3,808,872.59	69,937.29

三、本次发行情况

- 1、股票种类：人民币普通股（A股）。
- 2、发行数量：2,500万股。
- 3、每股面值：1.00元。
- 4、每股发行价格：7.45元。
- 5、发行市盈率：17.91倍（按2003年度全面摊薄每股净利润0.416元计算）。
- 6、发行方式：本次发行采用全部向二级市场投资者定价配售的方式。
- 7、发行对象：招股说明书摘要刊登当日持有深圳证券交易所或上海证券交易所已上市流通人民币普通股的投资者。
- 8、承销方式：由长江巴黎百富勤证券有限责任公司组织承销团，采取余额包销方式。

四、募股资金主要用途

公司本次拟发行人民币普通股共计 2,500 万股，每股发行价 7.45 元，预计募集资金总额为 18,625 万元，扣除发行费用后，募集资金净额约为 17,535 万元，主要投资于以下两个项目：

1、年产 155 万件中高档休闲茄克项目。本项目总投资 12,594.50 万元，其中拟用募集资金投资 10,718.34 万元，已经福建省发展计划委员会闽计产业[2003]5 号文批准立项。

2、全国营销网络建设项目。本项目总投资 9,357.63 万元，其中拟用募集资金投资 7,110.69 万元，已经福建省发展计划委员会闽计产业[2003]7 号文批准立项。

上述两个项目共需资金 21,952.13 万元，不足部分由公司自筹解决。项目情况详见本招股说明书第十二节“募股资金运用”的有关内容。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

- 1、股票种类：人民币普通股（A股）。
- 2、每股面值：1.00元。
- 3、发行数量：2,500万股。
- 4、发行股数占发行后总股本的比例：29.41%。
- 5、每股发行价格：7.45元。
- 6、发行市盈率：17.91倍（按2003年全面摊薄每股净利润0.416元计算）。
- 7、发行前每股净资产：1.55元/股（依据2003年12月31日审计数据计算）。
- 8、发行后每股净资产：3.16元/股（依据2003年12月31日审计数据及募集资金净额计算）。
- 9、本次发行预计实收募股资金：17,535万元（扣除发行费用）。
- 10、发行费用概算

费用名称	金额
1、承销费用	560万元
2、会计师费用	300万元
3、律师费用	150万元
4、上网发行费用	60万元
5、审核费用	20万元
合计	1090万元

- 11、发行方式：本次发行采用全部向二级市场投资者定价配售的方式。
- 12、发行对象：招股说明书摘要刊登当日持有深圳证券交易所或上海证券交易所已上市流通人民币普通股的投资者。
- 13、承销方式：由长江巴黎百富勤证券有限责任公司组织承销团，采取余额包销方式。

二、本次发行有关当事人

- (一) 发行人名称：福建七匹狼实业股份有限公司
法定代表人：周连期
住 所：福建省晋江市金井镇南工业区
邮政编码：362251
联系电话：0595-5382777 , 5397777
联系传真：0595-5381998
联系人：黄佳敦、杨鹏慧
互联网址：<http://www.septwolves.com>
电子信箱：zqb@septwolves.com
- (二) 保荐机构(主承销商) 名称：长江巴黎百富勤证券有限责任公司
法定代表人：李格平
住 所：上海市浦东新区世纪大道 88 号金茂大厦 4901
联系地址：上海市浦东新区世纪大道 88 号金茂大厦 4901
邮政编码：200121
联系电话：021-38784899
联系传真：021-50495603
联系人：孙玉龙、刘钢、石金生
- (三) 副主承销商名称：中山证券有限责任公司
法定代表人：吴泳良
住 所：深圳市福田区益田路江苏大厦 B 座 15 层
联系地址：深圳市福田区益田路江苏大厦 B 座 15 层
邮政编码：518026
联系电话：0755-82943767
联系传真：0755-82940511
联系人：胡映璐
- (四) 分销商名称：闽发证券有限责任公司
法定代表人：张晓伟

- 住 所：福建省福州市五四路 158 号环球广场 29 层
- 联系地址：福建省福州市五四路 158 号环球广场 29 层
- 邮政编码：350003
- 联系电话：0591 - 7804306
- 联系传真：0591 - 7804717
- 联系人：邓永征
- (五) 分销商名称：光大证券有限责任公司
- 法定代表人：王明权
- 住 所：上海市浦东新区浦东南路 528 号上海证券大厦
- 联系地址：上海市浦东新区浦东南路 528 号上海证券大厦
- 邮政编码：200120
- 联系电话：021 - 68816000
- 联系传真：021 - 68819320
- 联系人：徐荣健、王成林
- (六) 分销商名称：金信证券有限责任公司
- 法定代表人：陈唯贤
- 住 所：浙江省杭州市杭大路 18 号
- 联系地址：浙江省杭州市杭大路 18 号黄龙世纪广场投行部
- 邮政编码：310007
- 联系电话：0571 - 87901937
- 联系传真：0571 - 87901973
- 联系人：钟玻、向晓娟
- (七) 律师事务所名称：北京市浩天律师事务所
- 法定代表人：权绍宁
- 住 所：北京市朝阳区光华路汉威大厦 11A6
- 联系地址：北京市朝阳区光华路汉威大厦 11A6
- 邮政编码：100014
- 联系电话：010 - 65612460

- 联系传真： 010 - 65612322
- 经办律师： 杨华、张玉凯
- (八) 会计师事务所名称： 福建华兴有限责任会计师事务所
- 法定代表人： 刘久芳
- 住 所： 福建省福州市湖东路 152 号中山大厦 B 座 7-9
- 联系地址： 福建省福州市湖东路 152 号中山大厦 B 座 7-9
- 邮政编码： 350003
- 联系电话： 0591 - 7852574
- 联系传真： 0591 - 7840354
- 经办会计师： 童益恭、陈航晖
- (九) 股票登记机构名称： 中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
- 联系地址： 广东深圳市深南中路 1093 号中信大厦 18 楼
- 联系电话： 0755-25938000
- 联系传真： 0755-25988122
- (十) 收款银行名称： 中国农业银行上海浦东分行营业部
- 户 名： 长江巴黎百富勤证券有限责任公司

三、发行人与中介机构关系的说明

发行人及全体董事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间接的股权关系或其他权益关系。

四、本次发行主要时间表

- 发行公告刊登日期： 2004 年 7 月 20 日
- 预计发行日期 2004 年 7 月 22 日
- 申购日期： 2004 年 7 月 22 日
- 中签投资者缴款日期： 2004 年 7 月 27 日
- 预计上市日期： 本次发行结束后将尽快申请在深圳证券交易所挂牌交易

第四节 风险因素

投资于本公司的股票会涉及一系列风险。在购买本公司股票前，敬请投资者将下列风险因素相关资料连同本招股书中其他资料一并考虑。根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，本公司风险如下：

一、管理风险

（一）大股东控制风险

本公司控股股东七匹狼集团在本次发行前持有本公司 75%的股权，本次发行后持有本公司 52.94%的股权，处于控股地位。七匹狼集团可通过行使投票权对本公司的重大经营决策进行控制，可能给公司及其他股东带来一定的风险。

为避免大股东控制风险，本公司采取了如下措施：

1、拥有公司 5%以上股权的股东在提名董事候选人时，必须依据《公司法》和《公司章程》中的有关规定。

2、七匹狼集团与本公司签署了《避免同业竞争的承诺函》，承诺在其作为本公司控股股东期间不从事与公司相同或相似的业务，不投资与公司从事的业务相同或相似的企业或项目，不对与本公司从事业务相同或相似的企业或项目提供资金支持、担保等协议合作。

3、《公司章程》、《公司关联交易规则》具体规定了对关联交易事项进行表决时关联方必须回避的有关制度；为提高关联交易透明度，公司还建立了完善的信息披露制度。同时，控股股东也承诺不会利用控股地位损害本公司或其他股东利益，尽量减少关联交易，在与本公司进行关联交易时遵循公平原则，并严格执行回避制度。实际控制人也承诺将不利用对本公司的实际控制地位，损害本公司或其他股东利益。

4、公司聘请了 4 名独立董事，独立董事人数占董事会人数的三分之一以上。公司章程规定，独立董事应对重大关联交易、聘任或解聘高管人员、公司董事及高管人员的薪酬以及其认为可能损害中小股东权益的事项发表独立意见，充分保

证公司及其他股东的利益。

（二）家族控制风险

本公司控股股东七匹狼集团股权结构中，周连期、周少雄、周少明、陈鹏玲为同一家族成员（以下称“周氏家族”），周氏家族共持有七匹狼集团 95%的股权，即发行前间接持有本公司 71.25%的股权，本次发行后间接持有本公司 50.29%的股权，因此，周氏家族为本公司的实际控制人。周氏家族可通过七匹狼集团行使表决权对本公司的人事、生产经营决策等进行控制。同时，在周氏家族成员中，周连期为本公司董事长，周少雄、周少明为本公司高管人员（公司管理层具体构成、周氏家族成员任职情况见第五节“发行人基本情况”及第八节“董事、监事、高级管理人员及核心技术人员”有关内容），他们可直接参与公司的经营决策。因此，本公司存在一定的家族控制风险。

为降低家族控制风险，保护公司和股东利益，公司采取了以下措施：

1、减少周氏家族成员在董事会成员中的比例。将董事人数从原有的 5 名增加至 9 名，在 9 名董事中周氏家族成员控制在 3 名以内，非周氏家族成员在董事会中占有半数以上的席位，充分保证董事会决策的公正性；

2、提高独立董事在董事会成员中的比例。公司现有独立董事 4 名，占董事总人数的 44.44%。公司上市后，将视实际情况增加独立董事人数，提高独立董事在董事会成员中的比例。而且《公司章程》、《独立董事制度》已赋予了独立董事较大的权限，有效地降低了家族控制可能带来的风险；

3、控制家族成员在高管人员中的比例。目前，在公司总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员中，周氏家族成员有 2 名，占总人数的半数以下，这可以有效减少家族成员在公司的日常经营中利用职务之便损害公司和股东利益；

4、公司上市后，将在股东大会中逐步推行“征集投票权制度”、“累积投票制度”，以保护中小股东的利益。

（三）资产规模大幅增加带来的管理风险

经过近几年的快速发展，公司资产规模已有了大幅度增加，近三年公司总资产及净资产情况如下表所示：

项 目	2003年12月31日	2002年12月31日	2001年12月31日
总资产(元)	193,584,075.06	184,947,820.03	151,829,354.12
净资产(元)	93,089,255.72	68,114,842.70	70,135,243.29

随着公司业务的继续发展，特别是在本次新股发行完成后，资产规模将大幅增加，相应导致公司管理体系将更加复杂，经营决策和风险控制的难度大为增加，如果公司缺乏明确的发展战略和合理产业布局，缺乏充分可行的投资项目，公司的组织管理体系和人力资源不能满足公司资产规模扩大后对管理制度和管理团队的要求，将影响股东的投资回报和资产的保值增值，从而影响股东权益。

针对资产规模大幅增加带来的管理风险，公司将采取以下措施：

1、健全公司法人治理结构，严格按照“三会议事规则”行事，充分发挥独立董事作用，确保重大决策的科学性、安全性、可行性；

2、建立更加科学、严谨、高效的管理团队，针对财务、人事、采购、生产、销售等部门制定更加完善的管理制度，全面提高质量管理、财务管理、绩效管理和预算管理水平和预算管理水平；

3、加大引进人才力度，建立专业化、学习型的管理团队，使公司高级管理人员具备丰富的专业知识和管理实践经验，各级中层管理人员具备较好的管理技能，确保公司达到较高的综合管理水平。

二、经营风险

（一）原材料不能及时供应的风险

本公司所在的福建省泉州市是我国服装市场最早的发源地之一，纺织服装业发达，配套企业众多，交通便利，是全国最大的茄克、风衣、运动服等休闲服装生产基地之一，该地区的配套厂家能为本公司提供充足且价格低廉的原辅材料，确保公司正常生产。本公司现有产品涉及的主要原材料有丙纶复合针织面料、Cool Dry™面料、国产化GORE-TEX面料、莫黛尔纤维面料、纯绵及棉混纺面料、化纤布与涤绵布等，以上面料、辅料由周边地区及省内其它供应商供应，其他辅料（如拉链和包装物等）主要由福建省内企业供应。虽然公司已与供应商均建立了较好的伙伴关系，能有效避免市场供求变化引致的原材料供应不足的风险。但

随着公司生产规模的扩大、产品档次的不断提升、新产品的开发，公司将大量采用新型面料，公司有可能会面临原材料不能及时得到供应的局面，从而影响产品的正常生产或导致采购成本的增加。另一方面，由于国内高档纺织品面料基本靠进口，本公司拟投产的中高档茄克产品所需的纯毛、毛混纺面料、高档 GORE-TEX 面料等需从国外进口，如国际市场对高档面料需求量增加，将有可能导致本公司所需的上述材料不能得到及时供应，从而使公司原材料供应面临不确定性。

针对原材料供应不足的潜在风险，公司将采取以下措施：

1、在稳定现有供应途径的基础上，不断开拓新渠道，适当引进其他面料供应商，并通过新建服装（面料）标准化检测中心，及时收集面料市场信息，把握市场动态，保证面料的采购及时可靠，确保公司能够获得稳定的、低成本的、充足的原材料。

2、加大拓展国外原材料市场，充分收集原材料市场信息，与 3-4 家国外供应商建立良好的长期伙伴关系，保证进口高档面料的供应。针对国内供应商，签定长期供货协议，保证货源供应。

3、增强产品开发的计划性，合理利用服装行业“反季节性”生产的特点，提前做好原材料采购的计划工作。

（二）产品品种过于集中的风险

2001-2003 年，公司主导产品茄克、T 恤、休闲装的销售额占主营业务收入的比例保持在 60%以上。如市场对休闲服装的需求大幅减少或消费趋势发生较大变化，将影响公司产品销售收入和利润，使公司在一定程度上面临因产品品种过于集中而导致的风险。

针对产品品种过于集中可能存在的风险，公司将采取以下措施：

1、通过增设旗舰店及专卖网点、健全营销网络等方式，丰富“七匹狼”品牌市场推广手段，促进产品销售。

2、在巩固和扩大主导产品茄克、T 恤市场占有率的同时，针对不同的消费群体细分服装市场需求，设计开发新的服饰产品，丰富产品品种。

3、加大功能性产品的开发，增加男装系列化产品的开发。同时，拟设立上海设计中心，增强公司产品研发力量，更好地开发、生产符合市场消费潮流的服装服饰产品。

4、建立更完善的市场信息收集与反馈制度，加强对国际、国内服装市场信息的收集、分析，根据市场需要适时调整产品结构。

（三）客户风险

2002年及2003年，排名前五位的客户销售额占公司同期销售总收入的比例分别为41.02%、33.32%。虽然该比例呈下降趋势，但公司对大客户仍具有较大依赖性。如前述客户经销情况出现波动，公司产品的销售将会受到直接影响。

在目前的代理制下，代理商实行买断货品经营，且公司在原则上对其采用“款到发货”的结算方式。代理商除在品牌使用、店面管理等方面得到公司支持外，财务上为完全独立的经营实体。这种安排虽然有助于降低公司的市场风险，但如果部分代理商财务状况恶化，失去持续经营能力，则公司的营销网络体系会受到损害。

针对上述风险，公司将采取以下措施：

1、进一步完善目前采用的区域总代理体制，在大中城市发展实力强且有经验的优秀代销商，做大公司的优秀代理商群体，改变目前销售客户集中的状况。

2、使用部分募集资金完善全国营销网络，营销网络中增加直营店体系，降低对代理商的依赖。在目前遍布全国30个省、自治区、直辖市的550多家加盟专卖店和商场厅、柜的基础上，争取在1-2年内建立起更加完善的营销网络体系，其中包括：建设营销管理总部；在上海、北京、广州、武汉建立4家旗舰店，在其他部分中心城市建立46家直营专卖店；建好1个全国物流调度中心、3个大区级分销配送中心，并完成电子商务平台的建设；在公司即将推出的企业资源计划系统（ERP）的基础上，实现公司总部、营销管理总部、物流调度中心、分销配送中心、旗舰店及所有专卖店之间的信息共享，提高对整个营销网络的信息化管理水平。

3、加强对代理商的指导与扶持，改革订货制度，降低代理商市场风险，进而提高公司营销网络的稳定性。公司通过向代理商充分发布市场调研市场信息、流行趋势以及消费需求信息，减少代理商进货的盲目性。公司已改革订货制度，将参加订货会的对象由原来主要为一级总代理商，扩大到二级、三级代理商甚至专卖店，由各级代理商根据各自的判断分别确定采购量，一级总代理则汇总所属下级代理商的采购量并结合自有专卖店和商场厅（柜）的需求量向公司提交定单，

将原来仅由一级总代理进行的市场判断和采购分散到所属各级代理商共同完成。这样，一方面分散决策的风险小，另一方面级别低的代理商更接近市场，其判断更为准确，从而从总体上减少代理商队伍对市场判断失误的风险，降低代理商队伍陷入经营困境的可能性。同时，公司已建立代理商异动报告制度，设专职人员对代理商经营情况进行调查与监控，对经营状况下降的代理商，公司进行有针对性的扶持，以保持公司代理商网络的稳定。此外，公司将充分利用品牌的号召力，加强代理商储备建设，以迅速弥补缺位的代理商。

（四）营销模式变更风险

目前公司营销模式以代理制为主，2003 年公司通过代理商销售实现的销售收入占销售收入总额的比例达到 51.71%。根据业务发展的阶段性要求，公司计划将现有营销模式逐步转变为以代理制和直营为主的营销模式。公司未来拟引入的直营模式在销售渠道建设等方面的投资较大，建成后运行管理难度会加大、营业费用会升高，并会占用一定的存货资金。如果公司不能建立与之适应的管理体制，公司未来销售规模的扩张和经营业绩的提高将会受到影响。

针对上述风险，公司将采取以下措施：

1. 充分利用代理制下积累的相关经验，提高直营店的经营管理水平。在目前以代理制为主的营销模式下，公司虽然不直接从事销售终端的管理，但公司设有专门的培训部门，一直为代理商进行专卖店店长的培训，并对代理商的选址、店堂管理、终端服务等进行指导。因此，公司具备相应的专卖店管理经验。公司将充分利用这一有利条件，使公司直营店的经营管理保持较高水平。

2. 在建设直营体系的同时，积极进行营销管理总部、电子商务平台和物流调度与配送系统的建设，以加强对销售网络的后台支持，提高营销网络的销售能力。直营体系建立后，公司将强化内部管理，充分发挥直营专卖店对代理商专卖店的示范引导作用，提高代理商专卖店的销售能力。

3. 利用对营销网络控制力加强的有利条件，加大组织统一的品牌推介和营销活动的力度，扩大产品销售规模。

4. 加强费用管理，逐步建立费用年度和月度预算制度，并实行费用节约奖励政策，完善费用内部控制制度及内部审计制度，严格控制营业费用的增长。

三、市场风险

(一) 市场周期性波动的风险

服装消费每年随季节出现周期性波动,相应导致本公司生产经营存在一定的季节性波动特征。一般说来,服装企业在春夏季节销售形势看淡,在秋冬季节市场需求旺盛,本公司主导产品茄克的市场需求也会出现类似的情况。2003年,公司在秋冬季节实现销售收入占全年收入的59%,而春夏两季的市场需求量相对较小,实现销售收入仅占全年收入的41%,因此公司销售收入呈现季节性波动,这种波动给公司现金流量的稳定性带来一定影响。

针对因市场周期性波动可能造成的风险,公司将采取以下措施:

1、加强对服装行业及其相关市场的研究、预测,并根据市场需求变化,积极调整产品结构。

2、利用各种服装产品市场需求季节性交错的特点,加大开发与现有产品“反季节”的产品,开发出在春夏两季市场需求量较大,而在秋冬两季市场需求量相对较小的新产品,有效降低公司营业收入随季节波动的幅度。同时,根据季节性交错的特点,以不同的促销方式促进产品销售市场平衡发展。

3、大力开拓海外反季节市场,满足国外不同客户的消费需求,促进公司服装产品的出口,从而有效抵消国内市场的季节性波动。

(二) 经济不景气的风险

服装消费同其它消费品(如食品)相比,价格弹性较大,受GDP影响较大,国民经济不景气或国民收入增长缓慢,都将制约对服装的需求,进而对本公司主营业务的获利能力产生重大不利影响。

服装行业虽受宏观经济波动的影响,但我国自20世纪90年代以来,国民经济出现了持续、快速、健康增长的局面。据预测,未来几年GDP仍将保持7%-8%左右的速度增长。因而,在数年内,我国服装行业发展前景较好。针对以上可能因经济不景气而造成的风险,公司将采取以下措施:

1、通过提高管理水平,降低生产成本和各项费用,并通过严格执行ISO9002和全面质量管理(TQM),提高产品质量,通过向市场供应质优价廉的产品来增强公司在同行业中的竞争力。

2、在现有部分产品出口的基础上开拓新的海外市场，最大限度地减轻可能出现的国内宏观经济不景气对公司生产经营产生的不利影响。

（三）市场饱和的风险

尽管我国服装市场增长潜力巨大，但服装行业壁垒少、门槛低、利润丰厚、投资风险相对较小，导致国内从事服装生产的企业较多，截止 2001 年，我国年销售规模在 500 万元以上的企业就已达 4.4 万家。在众多的服装生产企业中，由于大多数服装企业规模小、产品质量水平较低、营销能力弱、产品雷同，因而造成中低档产品生产能力过剩，中低档产品开始出现滞销积压。同时，中国加入 WTO 以后，国外品牌已开始大举进入中国市场：一是从东北三省、青岛登陆的日韩服装；二是从广东登陆的东南亚国家的知名品牌；三是从上海、北京登陆的欧美跨国公司品牌。虽然国外品牌服装受到文化、营销网络等因素的限制，但凭借其资金、营销企划、品牌及信息等优势，全面进入中国市场只是时间早晚的问题。因此，随着国内服装市场企业数量的增多，服装产量的增加，有可能使本公司产品面临市场饱和的风险。

针对因产品市场饱和可能给公司造成的风险，公司将采取以下措施：

1、继续将本公司产品定位在需求量大的休闲服领域。随着世界经济的发展和生活水平的不断提高，休闲服装在全球市场的需求已越来越普遍，即使像英国、日本这些穿着观念较为正统的国度也逐渐向休闲装转移，因此休闲服市场潜力巨大；

2、紧跟世界流行趋势，不断更新现有产品款式、面料、颜色，以适应不同时期的消费需求；

3、通过对市场的不断细分，选择新的目标市场，争取在部分新产品上引导消费趋势，规避服装产品局部市场饱和的风险；

4、不断挖掘公司品牌的文化内涵，丰富产品“本土化”和“国际化”内涵，提高休闲文化产品的竞争力。

（四）消费者偏好变化的风险

我国服装市场属完全竞争的市场，也是典型的买方市场。而且消费者对面料和服装款式的偏好变化较快，对服装产品质量和面料性能的要求更是不断提高，因此对市场消费者偏好变化趋势的判断准确与否将影响公司产品的销售。

针对以上可能存在的风险，公司将采取以下措施：

1、充分利用公司将在上海设立的七匹狼产品设计开发中心，及时研究意大利米兰、法国巴黎、日本东京等世界时装名城服装在颜色、材料、工艺等方面的最新流行动态，同时结合国内消费者的消费特性，采用新工艺、新设计，加强针对新型面料的产品组合设计与开发，制定七匹狼产品的流行色彩组合，及时开发出具有七匹狼产品个性化定位的适合消费者偏好的产品；

2、通过采取新的生产工艺和新的管理手段增加产品在设计、生产、销售环节的柔性，提高公司对市场需求变化的快速反应能力，以适应消费者需求的变化。

（五）产品外销风险

目前，公司产品主要通过间接出口的方式销售给国际市场。2002年和2003年公司产品外销额占总收入的比重分别为24.93%和27.53%。随着公司产品档次和技术水平的不断提高，生产规模的不断扩大，产品外销的比例将进一步增加，公司将更多、更直接地参与国际市场竞争。因此，国际服装市场供求关系和产品价格的变化，将直接影响公司产品的外销数量和公司的经济效益。

针对产品外销风险，公司将采取以下措施：

1、提高公司产品在国际市场的知名度，增强产品的市场影响力。通过积极研究国际市场的变化，及时把握国际市场的流行动态，适时调整产品经营策略，满足国外消费者的需求；

2、进一步加大技术开发力度，引进国际先进的管理和营销手段，建立更加适应国际市场的运作机制，积极参与国际市场竞争，拓展新的国际市场。

四、技术风险

（一）新产品开发风险

面对服装市场日益激烈的竞争，作为国内知名的休闲服装生产企业，公司多年来始终重视新产品的开发设计，通过不断推出新产品、新款式来满足市场消费特点的变化。但是，服装行业行业壁垒少、门槛相对较低、市场竞争激烈，同业跟风模仿较为普遍，一旦新产品开发计划或即将上市的新产品款式、用料等商业秘密泄露，可能对公司新产品上市造成较大的影响；另一方面，由于服装市场需求变化快，新

产品推出后可能已偏离消费需求，相应造成新产品市场推广困难或销售不畅，影响公司效益。因此，公司存在一定的新产品开发风险。

针对以上存在的风险，公司将采取以下措施：

1、做好对新产品研发的保密工作和对研发人员的激励工作。一方面，推行研发人员创新奖励制度，对于那些开发出适销对路新产品的研发人员，根据对公司效益贡献的大小给予年度特别奖励；另一方面，让研发人员与公司签订保密协议，保证不泄漏公司商业秘密，并承诺在离开公司后两年内不泄露公司的商业秘密或利用其从事不正当的经营活动；

2、在新产品开发设计的过程中，尽量增加前瞻性的工作，对市场可能出现的变化提前做出判断；

3、加强新产品开发前的市场调研，组成产品开发小组认真论证分析，避免产品开发设计的盲目性。

（二）研发投入不足的风险

由于服装行业竞争日益激烈，各主要品牌服装企业纷纷加大了对研发工作的投入，加快新产品开发的进度，以抢占市场制高点。然而，与国内知名服装企业如雅戈尔、杉杉等相比，公司的研发实力比较薄弱，研发投入相对较少，可能不足以支撑公司快速成长和品牌提升的要求，影响公司发展后劲。

针对上述风险，公司将加大对研发的投入力度，通过引进人才和先进设备来加强公司的研发实力，将在上海设立国内一流的七匹狼产品设计开发中心，通过及时掌握世界纺织服装在颜色、材料、工艺等方面的流行资讯，制定七匹狼产品的流行色彩组合以及与新工艺、新材料相结合的产品开发战略，提高对市场的快速反应能力。

（三）假冒产品冲击的风险

服装产品属于终端消费品，直接面对消费者，因此品牌对于服装企业就显得尤为重要。不同的品牌代表不同的文化内涵和不同的价值体现，相同面料及做工的服装，只要贴上不同的品牌，其价格将大相径庭，同时在销售量上也会体现出较大的差别。为此，“冒牌”商品就成了中国服装业的一个普遍现象，很多没有“品牌”的服装企业，采用不正当竞争的方式，在自己的产品上盗用其他知名企业的商标从事违法经营活动，获取不当利益。随着“七匹狼”品牌知名度越来越

高，市场上可能会出现盗用本公司商标、品牌的违法经营活动，这将导致公司的经济利益受到严重侵害。

针对以上存在的风险，本公司将采取如下措施以维护合法权益：

1、充分利用国家有关法律、法规的保护。目前，国家有关部门加大了对“中国驰名商标”、“中国名牌”的保护力度，对假冒“中国驰名商标”、“中国名牌”从事违法经营活动的商家加大了处罚的力度，在一定程度上抑制了不法商家的侵权。本公司“七匹狼”商标已于2002年3月22日被国家工商行政管理总局商标局认定为“中国驰名商标”，目前正在申报“中国名牌”，这些工作将有效减少对本公司权益的侵犯，保护公司的合法权益；

2、公司已专门成立“打假办”，通过设立售后服务专线和打假热线等多种有效形式进行维权活动；

3、出台“打假”奖励办法，发动社会力量对假冒行为进行披露和打击。

（四）“盗版”仿制的风险

服装行业技术门槛相对较低，服装产品十分直观，因此，市场上推出的新产品、新款式被“盗版”仿制是服装业的普遍现象，这导致很多企业花费较多人力、物力、财力开发出的新产品上市不久就被他人仿制，这些企业的权益无法得到有效保护，同时也导致服装产品循环降价的恶性竞争局面。很多企业干脆就不进行开发设计，减少前期投入，模仿抄袭的“盗版师”就成为绝大部分服装厂家研发设计部门的主要构成。由“盗版”仿制引起的恶性竞争使得国内一些服装品牌发展受阻。本公司已成为业内知名企业，推出新产品频繁，面临被“盗版”仿制的风险日益增加。

针对以上风险，本公司将加强对新产品研发设计的保密工作，同时针对部分具备较好市场前景的新产品服装，采取买断布料、改造技术工艺或申请“版型专利”等多种办法来防止产品被仿制。

五、财务风险

（一）净资产收益率下降的风险

本次发行前，公司2001-2003年净资产收益率分别为21.92%、32.60%

26.83%，盈利水平较高。但在本次新股发行完成后，净资产规模将出现大幅度增长，增至约 2.7 亿元。由于募集资金投资项目的实施需要一定时间，在项目全部建成后才能达到预期的收益水平。因此，短期内公司将面临由于资本扩张过快而导致净资产收益率下降的风险。

针对该风险，本公司已制定如下对策：

1、组织专家对本次募集资金项目进行了充分的可行性论证，如没有重大不可预见因素出现，项目实施后可达到预计的盈利水平。募集资金到位后，本公司将进一步加强募集资金和管理，使投资项目尽快投产，提高资金的使用效率，同时抓住市场机遇积极进行市场开发，尽早使项目达到预期的盈利水平，及早实现股东的利益。

2、以科研开发带动产品升级为指导方针，不断采用新工艺、新技术，开发出高附加值的符合市场需求的新产品、新款式，增加公司的盈利能力。

3、通过积极拓展新的销售渠道，不断开发新的市场，增加现有产品的销售量和销售收入来提高公司的盈利能力。

以上措施将提高本公司盈利能力，缓解净资产收益率大幅降低的压力。

（二）年末存货数额较大的风险

结合服装行业的特点和本公司经营方式，本公司一般在每年年底前对下年度生产经营所需的原材料进行集中批量采购和产成品储备，导致年末存货大量增加，2001 年末、2002 年末和 2003 年末，公司存货余额分别为 6,930.40 万元、6,366.13 万元和 4,444.98 万元。随着公司在生产、采购与销售管理上的加强，存货周转状况虽逐年有所改善但数额仍相对较大，若原材料市场、产品销售市场发生变化，可能使公司存货发生跌价，将给公司经营业绩带来较大影响。

为此，公司将加强对存货的管理，逐步实行物流管理的数据化，随时关注原材料、成衣市场的供求变化，尽量推行柔性化的生产、采购制度，做到“以销定产”、“以产定购”，减少原材料和产成品库存，规避存货较大可能面临的跌价风险。

（三）资产流动性风险

公司 2001 年末、2002 年末、2003 年末流动比率分别为 1.37、1.37、1.18，速动比率分别为 0.52、0.71、0.64，公司流动性财务指标偏低。

针对资产流动性风险，公司将从以下方面改善财务状况：

- 1、优化业务流程，加快资金周转速度，提高资金使用效率；
- 2、结合公司发展战略，调整负债结构，控制短期负债总额，适当增加长期负债，以降低短期债务相对较大的风险；
- 3、尽量推行柔性化的生产、采购制度，做到“以销定产”、“以产定购”，减少存货；
- 4、提高公司的盈利水平，通过增加自有资金等方式提高资产的流动性。

（四）应收账款发生坏账损失的风险

2001-2003年度，公司加强了对应收账款的管理，应收账款数额及其所占主营业务收入的比重均呈逐年下降的趋势（如下表所示）。但如果代理商在经营方面发生困难，仍将使公司面临因应收账款部分不能收回而发生坏账损失的风险。

项 目	2003 年	2002 年	2001 年
应收账款（万元）	1,067.03	1,522.80	2,264.82
主营业务收入(万元)	18,446.88	14,854.20	10,431.90
应收账款占主营业务收入的比重（%）	5.78%	10.25%	21.71%

为此，公司将在加强对应收账款管理的基础上，加大对应收账款催收的力度，制定适合公司的信用政策，同时尽量推行“现付制”收款方式，以规避应收账款可能发生坏账损失的风险。

此外，公司计划建设的直营专卖店网络将在增加主营业务收入同时，避免应收账款的同步增长，从而减少应收账款带来的坏帐损失风险。

六、募股资金投向风险

（一）募集资金项目管理风险

本次募股资金投资项目均是经过长期市场调研、方案论证后慎重决定的，属国家产业政策鼓励发展项目，符合目前国际、国内市场需求及本公司发展战略。但随着时间的推移，我国及世界经济的波动、消费者需求结构的变化等因素在客观上都有可能影响项目的预期收益。另外，在项目实施过程中，若公司管理人员和技术人员对新项目管理不善，可能出现实际投资额突破预算、项目不能如期完

工等状况，这些都可能给投资者的利益产生影响。

针对募股资金投向风险，公司已制定如下对策：

公司对投资项目制定了详细的实施计划并制定了较为完善的《募集资金管理办法》。募集资金到位后，公司将成立专门的募集资金项目实施领导小组，加强对项目的领导和对设备招投标、工程建设质量、投资预算、产品成本等工作的管理，按计划组织项目实施，使项目能尽快产生效益，确保募集资金达到预期使用效果。

（二）募集资金项目达产后，产能大幅增加的风险

2002年12月公司订购了398台包括专用设备在内的制衣设备，该部分设备已于2003年6月投入生产，至2003年末，公司各类服装产品总体生产能力（约当茄克产量）从176.26万件（套）扩大到306万件（套），与公司的销售能力基本匹配。本次募集资金项目达产后，将增加155万件中高档休闲茄克生产能力，增幅达50.65%，如果公司市场策划及销售能力不能跟上产能的扩张或者市场需求出现萎缩，将导致公司产能过剩，给募集资金效益带来较大影响。

为克服以上可能出现的产能过剩风险，公司将采取如下措施：

1、在以代理制(包括商场代销)为主、间接出口、批发团购为辅的复合型销售模式基础上，为进一步提高公司产品的市场占有率、增强公司对销售渠道的控制力，使用部分募集资金建设1个全国性的物流调度中心、3个大区级分销配送中心，在上海、北京、广州、武汉建立4家旗舰店，在其他部分中心城市建立46家直营专卖店，建设一个统一的电子商务平台；同时，对现有的550多家加盟专卖店和商场厅、柜进行改造和扩建，最终形成一个较为完善的全国性的营销网络。

2、在间接出口逐年稳步增长的基础上，申请公司产品的外贸自营进出口权，逐步发展公司自营出口业务，开拓国际市场，扩大公司产品的出口数量。

3、进一步加强对现有营销队伍的培训与建设，同时引进各类高水平营销专业人才，壮大营销队伍。

七、政策性风险

（一）产业政策变化可能引致的风险

由于服装业是我国主要创汇产业，国家对整个服装业给予了较多的支持。但随着纺织服装业的发展，如果国家改变对服装行业的支持性政策，给服装业发展设置诸多限制，将可能给本公司带来一定的政策性风险。

（二）环保政策变化可能引致的风险

公司主要从事服装的生产、销售，国家有关部门对本行业有一定的环保要求，目前公司现状符合环保要求。同时，经“华侨大学环境保护设计研究所”评估，募集资金项目亦符合环保要求，并取得了福建省环保局出具的符合环保要求的证明文件。但是，未来有关环保政策的变化，可能会给公司生产经营带来一定的影响。

针对上述产业、环保政策变化可能引起的风险，公司将加强与国家各有关部门，尤其是行业主管部门的沟通，建立信息收集和分析系统，做到及时了解政策监管动向，使自身的生产经营活动符合国家政策的要求。

八、其他风险

（一）汇率风险

公司每年均有部分产品通过外贸公司间接出口，2003 年间接出口额占主营业务收入 27.53%。同时，公司生产经营所需的部分生产设备需从日本、德国、法国等国进口，部分原材料来自意大利、韩国等国，外汇汇率的变化将影响公司产品在国际市场的竞争力，同时影响进口设备和原材料的采购成本。目前，我国实行有管理的浮动汇率制度，汇率同时受国际、国内诸多因素的影响。如果国际政治、经济局势不稳定，人民币与上述币种之间的汇率将存在大幅波动的可能，从而相应影响本公司产品出口及原材料和设备的采购，将对公司的生产经营和收益水平造成一定影响。

针对上述风险，公司将通过加强培养自己的外贸和金融人才，提高管理人员的金融、外汇业务水平，增强外汇风险意识和对外汇市场的研究与预测能力，提

高对市场的反应能力。

（二）加入 WTO 的风险

1、国内市场竞争加剧的风险

我国加入 WTO 之后,随着纺织品进口关税与非关税壁垒的消除,将有更多的国外名牌服装企业携资金、营销企划、品牌、信息等优势大举进入国内市场。因此,随着国际品牌的本土化,本公司必将更多地面临来自发达国家品牌服装的挑战,从而给公司带来一定的经营风险。

公司在募集资金到位后,资金实力、生产能力及营销能力都将大幅提高,通过不断加强品牌建设,争取在纺织品进口壁垒完全取消前提高自身的竞争能力,巩固和扩大市场占有率,提高品牌知名度和忠诚度。此外,继续投资新的生产项目,提高技术含量,增加信息化物流配送,提高产品附加值,增加在与国际品牌竞争中获胜的机会。

2、参与国际市场竞争的风险

公司产品在国际市场的竞争风险主要来自以下方面:

(1) 国内许多同行业企业不熟悉 WTO 规则,为开辟海外市场,企业之间不是联合对外,而是采取相互压价等手段,引起恶性竞争,2002 年,服装出口价格比 5 年前下降了近 30%,其中,梭织服装下降 27%,针织服装下降 33%。恶性降价的结果是国内企业盈利能力大幅下降,并给一些欧美国家以口舌,促使他们采用各种反倾销手段,导致惩罚性高关税等严重后果。即使是在目前纺织品服装配额的保护下,中国服装企业仍会受到欧盟和美国反倾销的不公正待遇,取消配额后反倾销调查很可能进一步增加。

(2) 发达国家设置各种非关税壁垒,特别是技术壁垒和绿色环保壁垒。90 年代以来,世界上许多工业发达国家已相继出台了相关的环保法规和纺织品环保标准,对进口纺织品服装进行严格检测。如美国、欧盟对进口服装中偶氮染料、甲醛、五氯苯酚、杀虫剂、有机氧化物等 100 多种有害物质含量进行限制,限制发展中国家纺织品服装出口。日本客商已明确要求我国服装企业对缝针、大头针、断手针等进行检测。1995 年 4 月,国际标准化组织开始实施《国际环境检查标准制度》,要求产品必须达到 ISO9000 系列标准。美国和欧盟规定获得 ISO9000 认证的服装生产企业所生产的服装产品才能参加美国和欧盟的展销会。欧盟要求

进入欧盟国家的服装产品从生产前到制造、销售、使用以及最后处理阶段都要达到规定的 ISO9004 技术标准。由此可以预料，在世界贸易格局向更自由化方向发展的过程中，技术壁垒和绿色环保壁垒将成为最大的非关税贸易壁垒，而且这种壁垒是受到保护和鼓励的。

(3) 其他一些发展中国家如印度、巴基斯坦早已加入 WTO，熟悉 WTO 运作规则，虽然他们的服装产品在品种、质量等方面还比较落后，但在劳动用工、原材料、投资市场等方面与我国差距不大，我国人工的低成本优势已大为减弱。

针对上述存在的风险，公司将在已经通过的 ISO9002 认证的基础上，准备 ISO14000 认证，争取在技术标准上符合国际标准。同时，加强对 WTO 规则的学习，合理利用规则保护合法权益。

(三) 股市风险

我国的证券市场尚处初级阶段，投资收益与投资风险并存。股票价格不仅受公司经营环境、财务状况、经营业绩以及所处行业的发展前景等因素的影响，同时还受到国际、国内政治、经济、文化、市场供求、投资者心理及其他不可预期因素的影响，因此存在投资的系统风险与非系统风险。

因此，本公司提醒广大投资者对股票市场的风险要有充分的认识，在选择投资本公司股票时，还应充分考虑涉及到股票市场的各种风险，以尽量避免和减少损失。同时，公司将不断完善经营机制，提高盈利水平，妥善使用募集资金，采取积极而稳定的经营方针，保持较好的盈利能力，用良好的业绩回报广大股民。另外，本公司将严格按照《公司法》、《证券法》、《公开发行股票公司信息披露实施细则》等法律、法规的要求，规范公司行为，及时准确地披露重要信息，加强与投资者的沟通，树立公司的良好形象。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本资料

本公司是经福建省人民政府闽政体股[2001]28号文批准，由福建七匹狼制衣实业有限公司依法整体变更设立的股份有限公司。公司于2001年7月23日在福建省工商行政管理局注册登记，注册资本为6,000万元。目前，公司股东分别为福建七匹狼集团有限公司、厦门来尔富贸易有限责任公司、晋江市建利塑料彩色印刷有限公司、厦门维一实业有限公司、晋江市恒隆建材有限公司，分别持有公司75%、20%、3%、1%、1%的股份。

本公司经营范围为服装、服饰产品及服装原辅材料的研发设计、制造及销售；机绣制品、印花的加工；自营和代理各类商品和技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。公司产品定位为男仕休闲服装，主要产品为茄克、T恤等休闲服装。经过多年的发展，公司产品已具有较高的知名度和美誉度，基本确立了在休闲服装行业的领先地位。据中国商业联合会与中华全国商业信息中心2001年—2003年分别对全国大型重点零售企业（商场）销售的知名茄克、T恤品牌的调查统计显示：本公司“七匹狼”牌休闲男装(茄克)市场综合占有率在同类产品中连续三年名列第一，“七匹狼”牌T恤市场综合占有率在同类产品中连续三年名列前十名，显示出公司产品具有较强的市场竞争力。

公司为福建省科学技术厅认定的“福建省高新技术企业”，先后获得了中国服装设计的最高奖——“金顶奖”、“最受消费者欢迎的休闲服装品牌”、“影响中国服装市场的十大男装品牌”、“中国驰名商标”等省级以上的奖项、荣誉共26项(详见下表)。2002年3月，中国外交部礼宾司将本公司“七匹狼”牌服饰作为“国礼”赠送给布什总统访华团。2003年12月，公司“七匹狼”牌衬衫获得国家质量监督检验检疫总局颁发的“产品质量免检证书”。由此可见，公司具有较好的市场形象，品牌竞争力较强。

公司历年所获省级以上荣誉及奖项一览表

获奖时间		所获荣誉及奖项	颁奖单位
1993年	8月	福建省(1992)著名商标	福建省工商行政管理局
1994年	8月	中国名牌产品	中国名牌产品认定组织委员会
	12月	福建省名优产品	福建省经济委员会\轻工业厅
1995年	11月	1995年全国服装市场认可名牌商品	中华人民共和国国内贸易部
	12月	福建名牌产品	福建省人民政府
	12月	中国乡镇企业名牌产品	中华人民共和国农业部
1996年	12月	产品质量稳定称号	福建省技术监督局
1998年	10月	质量体系认证证书	中国进出口商品质量认证中心
	11月	福建省著名商标	福建省著名商标认定委员会
1999年	3月	1999影响中国服装市场的十大男装品牌	名牌时报社
	5月	1998福建省地产最畅销商品	福建省统计信息咨询中心、福建省华信信息产业咨询中心
	5月	产品质量稳定称号	福建省乡镇企业局
2001年	4月	重点保护产品	吉林省质量万里行促进会
2002年	2月	中国驰名商标	国家工商行政管理总局
	3月	福建省著名商标	福建省著名商标认定委员会
	3月	2001年度“七匹狼”牌休闲服装(夹克)市场综合占有率第一名	中国商业联合会、中华全国商业信息中心
	11月	中国2001年度最受消费者欢迎的休闲装品牌	服装时报社、中华全国商业信息中心、中国百货商业协会
2003年	3月	2002年度“七匹狼”牌休闲男装(茄克)市场销量第一名	中国商业联合会、中华全国商业信息中心
	3月	2002年度“七匹狼”T恤衫市场销量前十名	中国商业联合会、中华全国商业信息中心
	6月	福建省企业计量检测体系保证确认证书	福建省质量技术监督局
	7月	福建省十佳消费者最喜爱商标	福建省商标协会
	12月	产品质量免检证书(七匹狼衬衫)	国家质量监督检验检疫总局
	12月	福建省首届最佳信用企业	福建省精神文明建设指导委员会
	12月	2003年度全省诚信守法乡镇企业	福建省乡镇企业局
2004年	3月	2003年度“七匹狼”牌休闲男装(茄克)市场综合占有率第一名	中国商业联合会、中华全国商业信息中心
	3月	2003年度“七匹狼”T恤衫市场综合占有率前十名	中国商业联合会、中华全国商业信息中心

（一）发行人概况

- 1、中文名称：福建七匹狼实业股份有限公司
- 2、英文名称：FUJIAN SEPTWOLVES INDUSTRY CO.,LTD.
- 3、法定代表人：周连期
- 4、设立日期：2001年7月23日
- 5、住 所：福建省晋江市金井镇南工业区
- 6、邮政编码：362251
- 7、电 话：0595-5382777，5397777
- 8、传 真：0595-5381998
- 9、网 址：<http://www.spetwolves.com>
- 10、电子信箱：zqb@septwolves.com

（二）发行人历史沿革

1、发行人历史沿革

公司前身为晋江恒隆制衣有限公司，该公司是经晋江县人民政府晋政（89）外字第241号文批准，于1989年12月25日成立的中外合作经营企业，设立时注册资本为150万元。其中，中方股东福建省晋江县金井劳务侨乡服装工艺厂应出资30万元，占注册资本的20%，外方股东香港益安公司应出资120万元，占注册资本的80%。经晋江县审计事务所出具的（90）晋审所验字第082号验资报告验证，中方股东福建省晋江县金井劳务侨乡服装工艺厂30万元出资全部到位，外方股东香港益安公司应缴120万元出资中，实际到位964,270.36元，未到位资金235,729.64元。恒隆制衣公司成立时各股东股权结构、实际出资额、出资形式、作价依据的情况如下：

单位：人民币元

股东名称	注册资本	权益比例	实际出资额	出资资产入账价值	出资方式	作价依据
福建省晋江县金井劳务侨乡服装工艺厂	300,000.00	20%	300,000.00	50,000.00元	货币资金	-
				250,000.00元	房屋及相关土地	协议作价
香港益安公司	1,200,000.00	80%	964,270.36	HKD1,594,020.00, 折合¥964,270.36元	机器设备	发票及报关单
合 计	1,500,000.00	100%	1,264,270.36	1,264,270.36	香港益安公司未到位资金235,729.64元	

1990年11月5日，经晋江县工商行政管理局批准，恒隆制衣公司股东“福建省晋江县金井劳务侨乡服装工艺厂”更名为“福建省晋江金井侨乡服装工艺厂”。

1991年10月2日，经恒隆制衣公司董事会决议同意，并经晋江县人民政府晋政（91）外字第361号文批准，恒隆制衣公司拟增资150万元，注册资本增至300万元。其中，中方股东福建省晋江金井侨乡服装工艺厂拟增资9万元，外方股东香港益安公司拟增资141万元。经晋江县审计事务所出具的晋会所外验字（92）第114号验资报告验证，在本次增资过程中，中外双方投入资产共计1,841,791.40元，中方股东福建省晋江金井侨乡服装工艺厂实际出资10万元，其中9万元用于本次增资，剩余1万元作为超投资部分；外方股东香港益安公司实际出资1,741,791.40元，其中141万元用于本次增资，235,729.64元用于弥补1989年公司成立时欠缴资本，剩余96,061.76元作为超投资部分，中外双方累计超投资部分共计106,061.76元计入资本公积。本次增资完成后，恒隆制衣公司各股东股权结构、实际出资额、出资形式、作价依据等情况如下：

单位：人民币元

股东名称	新增注册资本	实际出资额	出资资产入账价值	出资方式	作价依据	增资后注册资本	权益比例
福建省晋江金井侨乡服装工艺厂	90,000.00	100,000.00	100,000.00元	货币资金	-	390,000.00	13%
香港益安公司	1,410,000.00	864,567.67	HKD1,275,099.40，折合¥864,567.67元	设备	进口发票、报关单	2,610,000.00	87%
		85,542.40	1部HKD128,000.00元，折合¥85,542.40元	运输工具	同上		
		383,413.53	HKD588,414.26，折合¥383,413.53元	原辅材料	同上		
		408,267.80	HKD611,000，折合¥408,267.80元	货币资产	-		
合计	1,500,000.00	1,841,791.40	1,841,791.40	-	-	3,000,000.00	100%

1992年8月31日，经恒隆制衣公司董事会决议同意，并经晋江县人民政府晋政（1992）外字第612号文批准，恒隆制衣公司拟增资700万元，注册资本增至1,000万元。其中，中方股东福建省晋江金井侨乡服装工艺厂拟增资61万元，外方股东香港益安公司拟增资639万元。经晋江县审计事务所出具的晋会所外验字（93）第2099号验资报告验证，在本次增资过程中，中外双方投入资产共计

10,045,340.76 元，中方股东福建省晋江金井侨乡服装工艺厂实际出资 675,000.00 元，其中 610,000.00 元用于本次增资，剩余 65,000.00 元作为超投资部分；外方股东香港益安公司实际出资 9,370,340.76 元，其中 6,390,000.00 元用于本次增资，剩余 2,980,340.76 元作为超投资部分，本次增资过程中中外双方超投资部分共计 3,045,340.76 元。至此，福建省晋江金井侨乡服装工艺厂累计认缴注册资本 100 万元，占注册资本的 10%，累计超投资部分为 75,000.00 元(10,000.00 元+65,000.00 元)，外方股东香港益安公司累计认缴注册资本 900 万元，占注册资本的 90%，其累计超投资部分为 3,076,402.52 元(96,061.76 元 + 2,980,340.76 元)，中外双方 1991 年增资时的超投资部分 106,061.76 元及本次增资时的超投资部分 3,045,340.76 元共计 3,151,402.52 元均计入资本公积。本次增资完成后，恒隆制衣公司各股东股权结构、实际出资额、出资形式、作价依据等情况如下：

单位：人民币元

股东名称	新增 注册资本	实际出资额	出资资产入账价值	出资方式	作价依据	增资后 注册资本	权益 比例
福建省晋江金井 侨乡服装工艺厂	610,000.00	675,000.00	675,000.00 元	货币资金	-	1,000,000.00	10%
香港益安公司	6,390,000.00	495,995.80	HKD707,900，折合 ¥495,995.80 元	机器设备	进口发 票、报关 单	9,000,000.00	90%
		8,317,544.96	HKD55,090,550.00， USD820,000.00 折合 ¥8,317,544.96 元	其他设备	同上		
		556,800.00	HKD800,000.00，折 合 ¥556,800.00 元	货币资金	同上		
合计	7,000,000.00	10,045,340.76	10,045,340.76	-	-	10,000,000.00	100%

1993 年 2 月 18 日，经恒隆制衣公司董事会决议同意，并经晋江市人民政府晋政（1993）外字第 382 号文批准，恒隆制衣公司更名为“福建七匹狼制衣实业有限公司”（以下简称“七匹狼实业公司”），并于 1993 年 6 月 16 日取得变更登记后的企业法人营业执照。

1997 年 10 月 15 日，“福建省晋江金井侨乡服装工艺厂”更名为“福建七匹狼集团公司”。

1997 年 11 月 16 日，经七匹狼实业公司董事会决议同意，并经晋江市对外经济贸易委员会晋外经[1997]608 号文批准，七匹狼实业公司拟增资 1,500 万元，

注册资本增至 2,500 万元。其中,中方股东福建七匹狼集团公司拟增资 150 万元,外方股东香港益安公司拟增资 1,350 万元。后因外方股东香港益安公司受东南亚金融危机影响,以上增资部分未能到位。

1999 年 10 月 20 日,经七匹狼实业公司董事会决议同意,并经晋江市对外经济贸易委员会晋外经[1999]290 号文批准,为解决 1997 年 11 月增资部分未能到位的问题,在维持 2,500 万元注册资本不变的基础上调整 1997 年 11 月增资时各股东的出资比例,其中,中方股东福建七匹狼集团公司拟增资 1,775 万元,外方股东香港益安公司将出资调减为 625 万元,调减部分为 275 万元。经泉州丰泽审计师事务所验字[1999]251 号《验资报告》验证,中方股东福建七匹狼集团公司实际出资 28,133,800.00 元,其中 17,750,000.00 元用于本次增资,剩余 10,383,800.00 元作为超投资部分;外方股东香港益安公司将原已认缴的 900 万元出资调减为 625 万元,调减的 275 万元出资作为超投资部分。至此,福建省晋江金井侨乡服装工艺厂累计认缴注册资本 1,875 万元,占注册资本的 75%,累计超投资部分为 10,458,800.00 元(10,000.00 元+65,000.00 元+10,383,800.00 元),香港益安公司认缴注册资本 625 万元,累计超投资部分为 5826402.52 元(96,061.76 元+2,980,340.76 元+2,750,000 元),中外双方历次超投资部分共计 16,285,200.00 元均计入资本公积。本次增资完成后,七匹狼实业公司各股东股权结构、实际出资额、出资形式、作价依据等情况如下:

单位:人民币元

股东名称	新增 注册资本	实际出资及出资方式	作价依据	增资后 注册资本	权益 比例
福建七匹狼集团公司	17,750,000.00	房屋及建筑物 1911.41 万元	评估	18,750,000.00	75%
		机器设备 494.89 万元	评估		
		办公自动化设备 60.90 万元	评估		
		交通运输设备 346.18 万元	评估		
香港益安公司	-2,750,000.00	调减的 2,750,000.00 元作为超投资。	-	6,250,000.00	25%
合计	15,000,000.00	28,133.800.00	-	25,000,000.00	100%

注:福建七匹狼集团公司用于出资的房屋及建筑物、机器设备、办公自动化设备、交通运输设备原值 29,479,700.00 元,评估价值为 28,133.800.00 元。

2001 年 6 月 19 日,经七匹狼实业公司董事会决议同意,并经晋江市对外经济贸易委员会晋外经【2001】218 号文批准,外方股东香港益安公司将其在七匹

狼实业公司的全部 625 万元出资分别转让给厦门来尔富贸易有限责任公司、晋江市建利塑料彩色印刷有限公司、厦门维一实业有限公司、晋江市恒隆建材有限公司,上述四家企业受让的出资分别占注册资本的 20%、3%、1%、1%。转让价格分别为 1100 万元、165 万元、55 万元、55 万元,福建华兴有限责任会计师事务所出具了闽华兴所(2001)验字 37 号验资报告,对以上股权转让行为进行了验证。七匹狼实业公司于 2001 年 6 月 28 日在晋江市工商行政管理局取得了变更登记后的企业法人营业执照。至此,公司性质由中外合作经营企业变更为内资性质的有限责任公司。此次股权转让完成后,七匹狼实业公司股权结构如下:

股东名称	出资额(万元)	权益比例
福建七匹狼集团公司	1,875	75%
厦门来尔富贸易有限责任公司	500	20%
晋江市建利塑料彩色印刷有限公司	75	3%
厦门维一实业有限公司	25	1%
晋江市恒隆建材有限公司	25	1%
合计	2,500	100%

2001 年 7 月 8 日,经七匹狼实业公司股东会决议同意,七匹狼实业公司拟改组为股份有限公司。2001 年 7 月 14 日,经福建省人民政府闽政体股【2001】28 号文批准,七匹狼实业公司整体变更为福建七匹狼实业股份有限公司。根据福建华兴有限责任会计师事务所出具的闽华兴所(2001)审字 279 号《审计报告》,截止 2001 年 6 月 30 日,七匹狼实业公司经审计的净资产 6,004 万元按 1:1 的比例折为 6000 万股,余额计入资本公积金,各发起人按原出资比例依法持有本公司股份。经福建华兴有限责任会计师事务所出具的闽华兴所(2001)验字 35 号验资报告验证,公司成立时的 6,000 万元注册资本全部到位,并于 2001 年 7 月 23 日在福建省工商行政管理局取得变更登记后的企业法人营业执照。整体变更完成后,本公司股本结构为:

股东名称	股份数额(万股)	股权比例	增资方式
福建七匹狼集团公司	4,500	75%	净资产折股
厦门来尔富贸易有限责任公司	1,200	20%	净资产折股

晋江市建利塑料彩色印刷有限公司	180	3%	净资产折股
厦门维一实业有限公司	60	1%	净资产折股
晋江市恒隆建材有限公司	60	1%	净资产折股
合 计	6,000	100%	-

2002年1月18日,公司控股股东福建七匹狼集团公司增资扩股并更名为福建七匹狼集团有限公司,公司各股东出资比例不变。本公司股本结构变为:

股东名称	股权性质	股份数额(万股)	股权比例
福建七匹狼集团有限公司	发起人股	4,500	75%
厦门来尔富贸易有限责任公司	发起人股	1,200	20%
晋江市建利塑料彩色印刷有限公司	发起人股	180	3%
厦门维一实业有限公司	发起人股	60	1%
晋江市恒隆建材有限公司	发起人股	60	1%
合 计	—	6,000	100%

其后,本公司股本结构未发生任何变化,股东福建七匹狼集团有限公司、厦门来尔富贸易有限责任公司、晋江市建利塑料彩色印刷有限公司、厦门维一实业有限公司、晋江市恒隆建材有限公司保持不变。

2、发行人律师、保荐机构(主承销商)对发行人1989年成立、1997年增资时,部分出资未到位是否影响本次发行发表的意见为:

(1) 发行人律师意见

发行人律师认为:“恒隆制衣公司设立时外方股东部分出资未到位问题属于公司设立中的不规范行为,该未到位出资已经恒隆制衣公司外方股东香港益安贸易公司于1991年增资时补足,该行为发生于发行人本次申请股票发行的报告期外,且自该行为得到纠正后,发行人已规范运营三年以上,对发行人此次申请股票发行不构成实质性障碍。”

七匹狼有限公司1997年增资时出资未到位问题属于公司变更中的不规范行为,该未到位出资已于1999年10月补足,该行为发生于发行人本次申请股票发行的报告期外,且自该行为得到纠正后,发行人已规范运营三年以上,对发行人此次申请股票发行不构成实质性障碍。”

(2) 发行人保荐机构(主承销商)意见

“发行人前身恒隆制衣公司 1989 年设立时，外方股东香港益安贸易公司认缴注册资本 120 万元，欠缴 235729.70 元，其后于 1991 年增资时补足；七匹狼实业公司 1997 年增资时，由于东南亚金融危机的影响，中外双方增资部分未到位，其后于 1999 年 10 月增资时补足。”

发行人保荐机构(主承销商)认为：“以上出资未能及时到位的行为属发行人前身在设立及增资过程中，股东出资的不规范行为，其后，经各股东出资补足，且到目前为止，发行人已在以上出资全部到位后独立运行了三年以上，因此，以上行为对发行人本次申请股票发行不构成实质性法律障碍。”

(三) 发行人整体变更前后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

持有本公司 5%以上股份的股东分别为福建七匹狼集团有限公司、厦门来尔富贸易有限责任公司。

1、福建七匹狼集团有限公司

在本公司变更前，七匹狼集团截止 2001 年 6 月 30 日的资产总额为 7,753.55 万元，其中其他应收款 1,326.83 万元、长期投资 5,841.46 万元、固定资产 438.90 万元，货币资金 92.78 万元，其他资产总计 53.58 万元；净资产为 4,380.49 万元（以上数据未经审计）。七匹狼集团实际从事的主要业务为对外投资，为投资控股型企业。

本公司于 2001 年 7 月 23 日变更完成后，截止 2003 年 12 月 31 日，七匹狼集团总资产为 65,619.30 万元，其中货币资金 6,655.25 万元，应收帐款 1,365.43 万元，其他应收款 16,463.04 万元，存货 4,943.49 万元、长期投资 21,025.91 万元，固定资产 10,443.84 万元，其他资产总计 4,722.34 万元；净资产为 50,895.66 万元，以上数据摘自经福建天联有限责任会计师事务所审计的七匹狼集团合并报表。七匹狼集团实际从事的主要业务为对外投资，为投资控股型企业。

2、厦门来尔富贸易有限责任公司

厦门来尔富成立于 2001 年 5 月 22 日，该公司在本公司变更前，除持有本公司前身福建七匹狼制衣实业有限公司股权外，其他主要资产为货币资金，该公司实际从事的主要业务为批发、零售与贸易业务。

本公司于 2001 年 7 月 23 日变更完成后，截止 2003 年 12 月 31 日，厦门来尔富总资产为 3,179.20 万元，其中货币资金 1,246.46 万元，长期投资 1,100 万元，存货 302.44 万元，固定资产 86.43 万元，其他资产总计 443.87 万元；净资产为 2,968.80 万元，以上数据摘自福建省石狮市方正有限责任会计师事务所审计的厦门来尔富财务报表。该公司实际从事的主要业务为批发、零售与贸易业务。

（四）发行人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

截止 2003 年 12 月 31 日，本公司资产总额为 19,358.41 万元，其中货币资金 1,512.04 万元、应收帐款 1,067.03 万元、存货 4,444.98 万元、固定资产 9,032.64 万元、无形资产 491.65 万元、其他资产总计 2,810.07 万元；净资产 9,308.93 万元。

目前，本公司实际从事的主要业务为服装、服饰产品的设计、制造及销售。

（五）公司设立以来的资产重组情况

1、投资并控股泉州市与狼共舞服装有限公司

（1）投资前泉州市与狼共舞服装有限公司基本情况

经晋江市对外经济贸易委员会以“晋外经【1999】345号”文批准，与狼共舞公司成立于 2000 年 1 月 28 日，注册资本 500 万港元，为外商独资企业，出资人为周氏家族控制的香港七匹狼国际投资贸易有限公司(现香港盈科实业有限公司)。经营范围为生产各式服装、电脑机绣品（不含出口配额许可证管理品种）。

（2）投资过程概述

经公司 2002 年 7 月 7 日召开的 2002 年第一次临时股东大会决议通过，并经晋外经【2002】436 号文批准，公司在与狼共舞公司增资过程中，向该公司投资人民币 579 万元。与狼共舞公司增资完成后，注册资本增至人民币 1,100 万元，性质转变为中外合资企业。其中：本公司出资 579 万元，占注册资本的 52.64%，取得对该公司的控制权，香港七匹狼国际投资贸易有限公司(现更名为香港盈科实业有限公司)出资 521 万元，占注册资本的 47.36%。与狼共舞公司于 2002 年 9 月 18 日完成工商变更登记，经营范围不变。

此次投资完成后，公司旗下经营“七匹狼”、“与狼共舞”两个服装品牌。由于香港七匹狼国际投资贸易有限公司(现香港盈科实业有限公司)为本公司关联方，因此有效规避了公司与与狼共舞公司之间的同业竞争。

2、发行人转让持有的泉州市与狼共舞服装有限公司股权

因本公司调整发展战略，拟在未来经营过程中专注于做大做强“七匹狼”休闲服装品牌，进一步扩大“七匹狼”品牌的知名度。经本公司2002年12月6日召开的2002年第三次临时股东大会决议通过，并经晋外经【2002】725号文批准，本公司将持有的与狼共舞公司全部579万元出资转让给海博（香港）贸易公司，转让价格为579万元。同时，七匹狼国际投资贸易有限公司（现香港盈科实业有限公司）也将其持有的与狼共舞公司全部521万元出资转让给海博（香港）贸易公司。转让完成后，与狼共舞公司性质由中外合资企业转变为外商独资企业，并于2002年12月27日完成工商变更登记，经营范围不变。

3、以上重大资产变化对本公司生产经营的影响

由于本公司持有与狼共舞公司股权的时间不长，此次重大资产变化对本公司业务的连续性、管理层的稳定性及经营业绩均无重大影响。且针对以上股权转让行为，公司独立董事发表了独立意见，认为以上转让行为公允、合理，有利于公司的长远发展，没有损害公司利益。与狼共舞公司2000-2002年经营情况为：

单位：万元

项 目	2002 年	2001 年	2000 年
主营业务收入	1289.18	940.97	586.69
利润总额	60.05	0.18	19.10
净利润	51.71	0.18	19.10

4、海博（香港）贸易公司情况

海博（香港）贸易公司于2002年12月1日在香港登记注册，为个人独资公司，未登记注册资本，出资人为李承志，登记经营业务为贸易。

该公司除了收购了泉州市与狼共舞服装有限公司股权外，在中国大陆没有其他投资或经营行为，其实际控制人即为该公司出资人李承志。

A、发行人律师就海博（香港）贸易公司是否与发行人及发行人控股股东七匹狼集团、实际控制人周氏家族之间存在关联关系发表的意见：

发行人律师认为：

“根据发行人及其控股股东七匹狼集团、实际控制人周氏家族对律师的承诺及律师的了解，海博（香港）贸易公司及其实际控制人李承志与发行人及其控股

股东七匹狼集团、实际控制人周氏家族之间不存在关联关系”

B、发行人保荐机构(主承销商)就海博(香港)贸易公司是否与发行人及发行人控股股东七匹狼集团、实际控制人周氏家族之间存在关联关系发表的意见:

发行人保荐机构(主承销商)认为:

“根据对发行人的尽职调查,海博(香港)贸易公司及其实际控制人李承志与发行人及其控股股东七匹狼集团、实际控制人周氏家族之间不存在关联关系”

5、发行人律师、保荐机构(主承销商)对发行人与与狼共舞公司之间的关系发表的意见

A、发行人律师意见

发行人律师认为:“2002年9月18日之前,与狼共舞公司的实际控制人为周连期、周少雄、周少明,发行人与与狼共舞公司存在关联关系,发行人与与狼共舞公司存在同业竞争。

2002年9月18日之后至2002年12月27日之前,与狼共舞公司是发行人的控股子公司。

2002年12月27日之后,与狼共舞公司成为外商独资企业,其独资股东海博(香港)贸易公司的股东为自然人李承志,发行人与与狼共舞公司不存在关联关系。”

B、发行人保荐机构(主承销商)意见

发行人保荐机构(主承销商)认为:“到目前为止,发行人与与狼共舞公司不存在关联关系。”

6、发行人持有与狼共舞公司股权期间与该公司的交易情况

公司在持有与狼共舞公司股权期间,未与该公司发生资金、业务等方面的任何交易。

(六) 发行人历次验资、审计及评估情况

1、历次验资情况

自本公司前身恒隆制衣公司成立以来,共进行了7次验资,具体情况如下:

(1) 1990年8月23日,晋江县审计事务所接受委托,遵照国家有关法律、法规和《中华人民共和国审计条例》的要求,对本公司前身恒隆制衣公司(中外合作企业)成立时的注册资本150万元进行验证,并出具了(90)晋审所验字第

082 号验资报告，报告确认：截止 1990 年 3 月 30 日，公司已收到实收资本 1,264,270.36 元，不足部分为 235,729.64 元。

(2) 1992 年 8 月 20 日，晋江会计师事务所接受委托，遵照国家有关法律、法规和《注册会计师查验工作规则（试行）》的要求，对本公司前身恒隆制衣公司增资至 300 万元进行验证，并出具了晋会所外验字（92）第 114 号验资报告，报告确认：截止 1991 年 12 月 31 日，公司已收到各股东增加投入的注册资金 150 万元及公司成立时外方股东出资未到位的 235,729.64 元，注册资本累计 300 万元。同时，各股东超投资部分为 106,061.76 元。

(3) 1993 年 5 月 24 日，晋江会计师事务所接受委托，遵照国家有关法律、法规和《注册会计师查验工作规则（试行）》的要求，对本公司前身恒隆制衣公司增资至 1,000 万元进行验证，并出具了晋会所外验字（93）第 2099 号验资报告；报告确认：截止 1993 年 4 月 25 日，公司已收到各股东增加投入的注册资金 700 万元，注册资本累计 1,000 万元。同时，各股东累计超投资部分为 3,151,402.52 元。

(4) 在出具以上晋会所外验字（93）第 2099 号验资报告后，公司名称于 1993 年 6 月 16 日由“晋江恒隆制衣有限公司”更名为“福建七匹狼制衣实业有限公司”，1997 年 12 月 5 日，晋江会计师事务所接受委托，遵照国家有关法律、法规和《独立审计实务公告第 1 号—验资》的要求，在 1993 年 5 月 24 日出具的晋会所外验字（93）第 2099 号验资报告的基础上，对报告内容从形式上进行了相应调整，并出具了晋会所外验字（97）第 2105 号验资报告，同时，以上晋会所外验字（93）第 2099 号验资报告作废。

(5) 1999 年 10 月 28 日，泉州丰泽审计师事务所接受委托，遵照国家有关法律、法规和《独立审计实务公告第 1 号—验资》的要求，对本公司前身七匹狼实业公司增资至 2,500 万元进行验证，并出具了泉丰泽审所验字[1999]251 号验资报告。报告确认：截止 1999 年 10 月 28 日，公司已收到各股东增加投入的注册资金 1,500 万元，注册资本累计 2,500 万元。同时，各股东累计超投资部分为 16,285,202.52 元。

(6) 2001 年 6 月 25 日，福建华兴有限责任会计师事务所接受委托，遵照国家有关法律、法规和《独立审计实务公告第 1 号—验资》的要求，对本公司前

身七匹狼实业公司外方股东香港益安公司将持有的25%股权进行转让的行为进行了审验，并出具了闽华兴所（2001）验字37号验资报告；报告确认：截止2001年6月20日，各股东出资为：福建七匹狼集团公司1,875万元，厦门来尔富贸易有限责任公司500万元、晋江市建利塑料彩色印刷有限公司75万元、厦门维一实业有限公司25万元、晋江市恒隆建材有限公司25万元，分别占注册资本的75%、20%、3%、1%和1%；股权转让完成后，公司由原来的外商投资企业变更为内资企业，注册资本2,500万元不变。

（7）2001年7月9日，福建华兴有限责任会计师事务所接受委托，遵照国家有关法律、法规和《独立审计实务公告第1号—验资》的要求，对本公司各发起人投入资本情况进行了审验，并出具了闽华兴所（2001）验字35号验资报告。报告确认：截止2001年6月30日，福建七匹狼实业股份有限公司已收到其各发起股东投入的股本人民币6,000万元，至此，公司注册资本增至6,000万元。

2、历次审计情况

自本公司前身恒隆制衣公司成立以来，共进行了9次审计，具体情况如下：

（1）1999年1月，泉州丰泽审计师事务所接受公司委托，对本公司1998年12月31日的资产负债表及1998年度利润表进行了审计，并出具了泉丰审所审字【1999】016号《审计报告》。

（2）2000年1月，泉州丰华有限责任会计所接受公司委托，对本公司1999年12月31日的资产负债表及1999年度利润表进行了审计，并出具了泉丰华会所审字【2000】061号《审计报告》。

（3）2001年2月，泉州丰华有限责任会计所接受公司委托，对本公司2000年12月31日的资产负债表及2000年度利润表进行了审计，并出具了泉丰华会所审字【2001】166号《审计报告》。

（4）2001年7月福建华兴有限责任会计师事务所接受公司委托，对本公司截止1998年12月31日、1999年12月31日、2000年12月31日和2001年6月30日资产负债表及1998年度、1999年度、2000年度、2001年1~6月利润表进行了审计，并出具了标准无保留意见的闽华兴所（2001）审字279号《审计报告》。

（5）福建华兴有限责任会计师事务所接受公司委托，对本公司截止2001年

12月31日资产负债表,2001年度利润及利润分配表、现金流量表进行了审计,并出具了标准无保留意见的闽华兴所(2002)审字F-036号《审计报告》。

(6)福建华兴有限责任会计师事务所接受公司委托,对本公司截止2002年12月31日资产负债表,2002年度利润及利润分配表、现金流量表进行了审计,并出具了标准无保留意见的闽华兴所(2003)审字F-027号《审计报告》。

(7)福建华兴有限责任会计师事务所接受公司委托,对本公司截止2000年12月31日、2001年12月31日、2002年12月31日、2003年3月31日资产负债表,2000年度、2001年度、2002年度、2003年1-3月利润表和利润分配表及2002年度、2003年1-3月现金流量表进行了审计,并出具了标准无保留意见的闽华兴所(2003)审字F-061号《审计报告》。

(8)福建华兴有限责任会计师事务所接受公司委托,对本公司截止2000年12月31日、2001年12月31日、2002年12月31日、2003年6月30日资产负债表,2000年度、2001年度、2002年度、2003年1-6月利润表和利润分配表及2002年度、2003年1-6月现金流量表进行了审计,并出具了标准无保留意见的闽华兴所(2003)审字F-099号《审计报告》。

(9)福建华兴有限责任会计师事务所接受公司委托,对本公司截止2001年12月31日、2002年12月31日、2003年12月31日资产负债表,2001年度、2002年度、2003年度利润表和利润分配表及2002年度、2003年度现金流量表进行了审计,并出具了标准无保留意见的闽华兴所(2004)审字F-001号《审计报告》。

3、历次评估情况

自本公司前身恒隆制衣公司成立以来,未进行任何资产评估。

(七) 发行人资产权属情况

本公司是由福建七匹狼制衣实业有限公司依法整体变更设立的股份公司,依法承继了福建七匹狼制衣实业有限公司的所有资产权利,并已办理资产及权属的变更登记手续。

1、土地使用权

目前,公司拥有的土地使用权面积共计28030.70平方米,具体情况如下:

(1)本公司以出让方式取得国有土地使用权证号为晋国用(2002)字第00800

号的土地一宗，面积为 2989 平方米，位于金井镇南工业区，使用期限至 2052 年 4 月 1 日，土地用途为工业用地。

(2) 本公司以出让方式取得国有土地使用权证号为晋国用(2002)字第 00801 号的土地一宗，面积为 8880.75 平方米，位于金井镇南工业区，使用期限至 2051 年 10 月 9 日，土地用途为工业用地。

(3) 本公司以出让方式取得国有土地使用权证号为晋国用(2002)字第 00991 号的土地一宗，面积为 12156.50 平方米，位于金井镇南工业区，使用期限至 2050 年 2 月 14 日，土地用途为工业用地。

(4) 本公司以出让方式取得国有土地使用权证号为晋国用(2003)字第 00021 号的土地一宗，面积为 2466 平方米，位于金井镇南工业区，使用期限至 2052 年 12 月 21 日，土地用途为工业用地。

(5) 本公司以出让方式取得国有土地使用权证号为晋国用(2003)字第 00070 号的土地一宗，面积为 1172.75 平方米，位于金井镇南工业区，使用期限至 2051 年 10 月 9 日，土地用途为工业用地。

(6) 本公司以出让方式取得国有土地使用权证号为狮灵国用(2002)字第 0148 - 0171 号土地共 24 宗，面积共计 365.70 平方米，位于石狮市振狮工业开发区，使用期限至 2046 年 9 月 8 日，土地用途为住宅用地。

2、经营性房产

目前，公司拥有的房产面积共计 43,355.35 平方米，具体情况如下：

(1) 位于金井镇南工业区晋房权证金井字第 04-200034 号《房屋所有权证》项下生产经营用房产一幢，建筑面积共计 14375.83 平方米，使用年限至 2051 年 10 月 9 日。

(2) 位于金井镇南工业区晋房权证金井字第 04-200035 号《房屋所有权证》项下生产经营用房产一幢，建筑面积共计 6886.62 平方米，使用年限至 2052 年 4 月 1 日。

(3) 位于金井镇南工业区晋房权证金井字第 04-200039 号《房屋所有权证》项下生产经营用房产一幢，建筑面积共计 2821.72 平方米，使用期限至 2052 年 12 月 21 日。

(4) 位于石狮市振狮工业开发区狮房权证灵秀字第 00262 - 00285 号《房屋

所有权证》项下房屋建筑面积共计 3338.04 平方米，使用年限至 2046 年 09 月 08 日。

(5) 位于湖南长沙黄兴南路步行商业街商品房两套，建筑面积共计 340.49 平方米，价值总额为 1,664.32 万元；到目前为止，该商品房已交付本公司，《房屋所有权证》正在办理之中。

(6) 修建于七匹狼工业园区的 A 栋厂房已转入固定资产，建筑面积 15592.65 平方米，《房屋所有权证》正在办理之中。

3、商标

目前，公司拥有与“七匹狼”服装相关的注册商标 10 件，具体情况如下：

注册证号	商标名称	类别	适用范围	到期日期
706061	SEPTWOLVES	25 类	服装、领带、鞋、帽、袜、手套	2004-9-13
706062	奔狼图形(伐刺)	25 类	服装、领带、鞋、帽、袜、手套	2004-9-13
706063	七匹狼(中文)	25 类	服装、领带、鞋、帽、袜、手套	2004-9-13
706064	奔狼图形(无伐刺)	25 类	服装、领带、鞋、帽、袜、手套	2004-9-13
933429	七匹狼中英文及图	25 类	服装、领带、鞋、帽、袜、手套	2007-1-20
1465385	奔狼和英文组合	25 类	童装、婴儿全套衣、游泳衣、防水服、足球鞋、衣服吊带、皮带(服饰用)	2010-10-27
513537	七匹狼卧狼	25 类	服装	2010-2-27
608670	Seven Wolves	25 类	服装	2012-8-29
2022410	金色七匹狼组合	25 类	防水服、服装、婚纱、领带、鞋、帽子、手套(服装)、袜、舞衣、鞋、腰带、婴儿全套衣、游泳衣、足球鞋	2012-8-6
1457248	金色七匹狼(中文)	25 类	婴儿全套衣、游泳衣、防水服、足球鞋、皮带(服饰用)	2010-10-13

其中：(1) 商标注册证为第 706062、706064 号的两件商标于 2002 年 9 月 21 日由公司前身七匹狼实业公司变更至本公司名下；

(2) 商标注册证为第 933429、706063、706061、1465385、513537、608670 号的六件商标由公司控股股东七匹狼集团于 2002 年 3 月 15 日无偿转让给本公司。经国家工商行政管理总局商标局 2003 年 1 月 28 日核准，以上商标的所有权已变更至本公司名下。

(3) 商标注册证为 2022410 号的商标由公司控股股东七匹狼集团于 2002 年

9月1日无偿转让给本公司。经国家工商行政管理总局商标局2003年1月28日核准，2022410号商标所有权已变更至本公司名下。

(4) 商标注册证为第1457248号的1件商标由公司控股股东七匹狼集团于2002年10月17日无偿转让给本公司。经国家工商行政管理总局商标局2003年4月7日核准，2022410号商标所有权已变更至本公司名下。

另外，本公司与七匹狼集团在有关以上商标的转让合同中约定，以上商标所有权变更至本公司名下后，七匹狼集团及其控股或参股的企业可以在“鞋”类商品上永久无偿使用商标注册证为933429、706063、706061、1465385、706062、706064的六件商标。

注：1、本公司目前正在申请注册“七匹狼世家”商标所有权，商标注册申请号为1940946，申请核定使用商品第25类，为文字图形组合类商标。因被提起异议，该商标注册申请正处于国家商标局审核中。

◆ 发行人律师对“七匹狼世家”商标申请权是否受到限制发表的意见

发行人于2002年9月受让取得“七匹狼世家”商标申请权，因法国巴隆夏盖公司持有“巴黎世家”商标而对“七匹狼世家”商标注册提出异议。巴隆夏盖公司认为“世家”二字巴隆夏盖公司于1993年已向中国商标局申请注册，“七匹狼世家”商标与巴隆夏盖公司的“世家”商标构成近似。发行人已向国家商标局提出答辩，该商标注册异议尚在国家商标局审理之中。申请注册“七匹狼世家”商标属发行人采取的知识产权保护措施（仅注册不使用）。

发行人律师对“七匹狼世家”商标申请权是否受到限制发表的意见：

发行人律师认为：“由于，正在申请注册“七匹狼世家”商标属发行人采取的知识产权保护措施（仅注册不使用）。因此，无论异议结果如何，将不会构成对发行人生产经营活动的影响。若巴隆夏盖公司的异议申请经国家商标局审议理由不成立，则发行人可顺利取得该商标的注册权。若巴隆夏盖公司的异议申请经国家商标局审议理由成立，则发行人无法取得该商标的注册权。同时也表明其他方也无法取得该类商标的注册权。因此律师认为，上述事项对申请人顺利取得“七匹狼世家”商标注册权构成了实质性影响，但该等权利的影响，不影响发行人的正常生产经营。”

2、本公司目前正在申请注册“S/ ' J”（七匹狼牛仔）两组商标所有权，商标注册申请号分别为3482086、3482087，申请核定使用商品第25类，为文字组

合类商标。该商标注册申请正处于国家商标局审核中。

◆ 发行人律师对申请注册“S/ ' J”两组文字组合商标发表的意见

发行人律师认为，发行人上述资产变化行为符合法律、法规和规范性文件的规定，且履行了相应的法律手续或正在履行必要的法律审批手续。

（八）发行人员工及其社会保障情况

1、员工人数及变化情况

	2003年	2002年	2001年
员工人数	1245	809	747

公司近三年员工人数逐年增加，主要是由于公司生产规模不断扩大导致生产人员增加。随着398台新购设备的投产，2003年员工人数增幅较大。

2、员工基本结构情况

截止2003年12月31日，公司员工按专业结构、年龄结构及学历层次等进行分类的基本情况如下：

（1）按专业结构划分

专业	人数	比例（%）
生产人员	1112	89.32
管理人员	58	4.66
销售人员	48	3.86
财务人员	14	1.12
技术人员	13	1.04
总计	1245	100

（2）按年龄划分

年龄	人数	比例（%）
30岁以下	943	75.74
30 - 40岁	253	20.32
40 - 50岁	45	3.62
50岁以上	4	0.32
总计	1245	100

(3)文化程度划分

文化程度	人数	比例 (%)
研究生	3	0.24
大专、本科	99	7.95
高中、中专	259	20.80
高中以下	884	71.01
总计	1245	100

3、其他情况

截止 2003 年末，公司 1245 名员工中，550 名为正式员工，287 名为季节性临时工，处于试用期末转正员工 408 人。非正式员工主要为 2003 年下半年公司产能扩大后陆续招聘的生产人员。公司与在册员工签订了《劳动合同书》。目前，公司正在为试用期满人员办理相关转正手续。

4、发行人执行社保制度和员工福利情况

公司以上员工中，公司为 550 名正式员工按照国家和地方政府的有关规定，缴纳了养老保险和失业保险金。

公司制定了《福利管理制度》，对员工应享有的福利进行了具体规定。公司员工除享有法定休假外，还享有年休假、婚假、产假、病假、外地员工探亲假等福利。公司为员工提供免费宿舍，厂区内设有医疗室，还建有食堂、球场、多媒体教学室、影视厅等多种设施。

(九) 发行人独立运营情况

本公司前身恒隆制衣公司自成立以来，一直按照有关法律、法规规范运作，自主经营，自负盈亏，自担风险，保持了高度的独立性。

公司整体改组为股份公司后，在原有的良好的公司法人治理的基础上，建立健全了“三会”制度，并引入了独立董事，强化了内控制度，充分保证了公司决策和经营管理的科学性、规范性。公司在业务、资产、人员、机构和财务方面独立完整：

1、业务独立

公司主营业务突出，有稳定的收入来源，已具备较强的竞争力；公司拥有独立的生产、销售和研发体系及与主营业务相适应的供应、生产、销售和技术人员，

具备独立开拓业务的能力。

(1) 公司供、产、销体系独立完整，主营业务不依赖于股东及其他关联方：

A、公司采购部和营销事业中心专门负责原材料的采购和公司产品的销售，在供销渠道方面不存在对公司任何股东及其他关联方的依赖；

B、公司下设生管事业中心，独立负责产品的生产及质量控制，整个生产环节不依赖于股东及其他关联方。公司具有完善的生产管理制度和质量控制体系，已于 1998 年通 ISO9002 国际质量认证体系国际[挪威船级社 DNV]、国内[CQC]双重认证；

C、公司自成立以来，控股股东及其他股东未设置与公司经营业务相关的采购、销售机构，也没有采取垄断业务渠道等方法干预公司业务经营。

(2) 公司具有独立的研发体系

公司下设产品研发部，负责跟踪国内外服装产品的发展趋势，制定公司的技术开发及产品研发设计策略，进行新产品的研发设计，公司产品设计与研发不依赖于股东及其他关联方。

(3) 公司商标独立

公司产品使用的“七匹狼”商标属公司所有，不依赖于股东及其关联方。

综上所述，公司具有独立的主营业务及面向市场自主经营的能力。

2、资产独立完整

公司对财产拥有完整的所有权，现有资产不存在被控股股东、其他股东、公司高管人员及其关联人员占用的情况。

(1) 发起人投入公司的资产独立完整、权属清晰。控股股东及其关联人未占用、支配该资产或干预公司对该资产的经营管理；

(2) 公司独立拥有与生产经营相关的土地使用权证书、商标、房屋产权证书、车辆、生产设备和相关许可证明；

(3) 公司未以任何资产、权益等为法人股东及其关联方的债务提供担保，公司对资产拥有完全控制支配权，不存在资产、资金被法人股东、高管人员及其他关联方占用而损害公司利益的情况；

(4) 到目前为止，公司无任何产权纠纷。

3、人员独立

(1) 公司建立了包括所有员工在内的“员工名册”，并按照国家劳动管理

部门的要求与在册员工签订了劳动合同；

(2) 公司董事、监事及其他高级管理人员严格按照《公司法》、《证券法》、《公司章程》等有关规定选举产生；不存在董事、总经理、副总经理及财务负责人兼任监事的情形；公司的总经理、副总经理、财务负责人、技术负责人和董事会秘书、财务会计人员等均在公司专职工作，没有在股东单位或其他单位兼职和领薪；

(3) 公司董事、监事及其他高级管理人员的有关兼职情况符合证监会有关规定的要求；本公司控股股东法定代表人未兼任本公司董事长；

(4) 公司建立了完善的工资管理制度，并根据公司经营情况和员工贡献大小进行分配。本公司员工不从股东单位领取工资收入，股东单位员工也不从本公司领取工资收入；

(5) 公司对人事、社保等的管理与股东单位完全分开，公司制定有完善的人力资源管理制度。

4、财务独立

(1) 公司设有独立的财务部门，财务会计人员无兼职情况。

(2) 公司在中国银行晋江支行金井分理处独立开设银行基本账户，银行账号为 831003383408091001，不存在与股东单位共用银行账户的情况；本公司依法独立纳税，在晋江市国家税务局和晋江市地方税务局分别领取了税务登记证（证号分别为：国税晋字 350582611520128 和闽地税晋江地字 350582611520128 号），并独立进行纳税申报和履行缴纳义务；

(3) 不存在为股东单位、实际控制人及其他关联方提供担保的情形，也不存在股东单位、实际控制人及其他关联方以任何形式占用公司的货币资金或其他资产的情况；

(4) 公司根据《企业会计制度》、《企业会计准则》等有关规定，制定了财务管理制度、会计管理制度和内部审计制度，财务内控制度健全。

5、机构独立

公司建立了符合公司实际的、独立完整的组织结构。

(1) 公司生产经营场所、办公场所与控股股东及其他股东完全分开，不存在混合经营、合署办公的情形；

(2) 公司自主设置内部机构，不受控股股东及其他单位或个人的干预；

(3) 控股股东及其职能部门与本公司及其职能部门之间不存在上下级关系；本公司的生产经营活动不受其他任何企业、个人的干预。

6、发行人律师就发行人业务是否独立发表的意见

发行人律师认为：“发行人具有独立的采购、生产、设计、销售、财务等部门，拥有自主开发设计、生产的能力，在自主采购原、辅材料的基础上，生产之产品均为终端消费品，并自主对外销售。

发行人律师认为：发行人之业务具有独立性和完整性。”

综上所述，公司在业务、资产、人员、机构、财务等方面均与控股股东、其他股东及其关联方完全独立。

二、发行人股东单位基本情况

目前，公司的股东为福建七匹狼集团有限公司、厦门来尔富贸易有限责任公司、晋江市建利塑料彩色印刷有限公司、厦门维一实业有限公司、晋江市恒隆建材有限公司。

(一) 控股股东情况

本公司控股股东为七匹狼集团，现持有本公司股份 4,500 万股，占本公司发行前股份的 75%。七匹狼集团基本情况如下：

1、七匹狼集团基本情况

七匹狼集团前身福建省晋江县金井劳务侨乡服装工艺厂（公司名称分别于 1990 年 11 月、1997 年 10 月更名为福建省晋江金井侨乡服装工艺厂、福建七匹狼集团公司）成立于 1985 年 2 月，注册资本为 10 万元，原始实际出资人为周少雄、周少明，出资分别为 6 万元、4 万元，但因受当时的国家政策规定所限，该公司以晋江金井居委会作为名义出资人，公司性质也相应定性为集体企业；其后该公司分别于 1990 年 11 月、1992 年 2 月、1992 年 8 月、1997 年 2 月将注册资本增至 50 万元、100 万元、380 万元、4,280 万元。也均以晋江金井居委会作为名义出资人，但该居委会均未实际出资，实际出资人为周连期、周少雄、周少明和洪国荣。2001 年 7 月，根据财政部、国家工商行政管理局、国家经贸委、国家税务总局关于《清理甄别“挂靠”集体企业工作的意见》（财清字（1998）9

号文)及晋江市人民政府《关于甄别理顺企业经济性质工作的若干意见》(晋政(1999)综286号文)的规定,晋江市人民政府设立专门机构开展了清理甄别“挂靠”集体企业的工作。根据上述文件规定精神及程序,晋江市金井镇金井居委会在尊重历史、尊重事实的基础上,出具了自始未向福建七匹狼集团公司出资的证明,并经晋江市金井镇人民政府企业办公室核查属实后,报经晋江市乡镇企业局审核确认,福建七匹狼集团公司实际出资人为周连期、周少雄、周少明、洪国荣等四位自然人。福建省人民政府以闽政函[2004]19号文对前述结果进行了确认。甄别后七匹狼集团实际出资人如下:

股东名称	出资额(万元)	权益比例
周连期	1,800	42.06%
周少雄	1,000	23.36%
周少明	880	20.56%
洪国荣	600	14.02%
合计	4,280	100%

2002年1月18日,福建七匹狼集团公司增资并更名为福建七匹狼集团有限公司,注册资本增至20,000万元;其后,七匹狼集团分别于2002年9月、2002年12月完成两次增资,注册资本增至46,500万元。七匹狼集团法定代表人洪国荣,公司住所:福建省晋江市金井中兴南路655号,经营范围为体育用品、工艺美术品、纸制品、酒、副食品、建材、百货、五金交电、日杂用品批发,对外投资,目前七匹狼集团主要业务为对外进行各种投资。周氏家族持有七匹狼集团95%股权。截止2003年12月31日,七匹狼集团总资产为65,619.30万元,净资产为50,895.66万元,净利润为2,359.31万元。以上数据摘自经福建天联有限责任公司会计师事务所审计的七匹狼集团合并报表。

发行人律师对七匹狼集团确权行为发表的意见:

律师认为“发行人之控股股东福建七匹狼集团有限公司的股权所有者,系依照财清字(1998)9号文规定,并依晋政(1999)综286号文规定的程序,依法甄别确权。根据上述文件规定精神及程序,晋江市金井镇金井居委会在尊重历史、尊重事实的基础上,出具了自始未向福建七匹狼集团公司出资的证明,并经晋江市金井镇人民政府企业办公室核查属实后,报经晋江市乡镇企业局审核确认,福

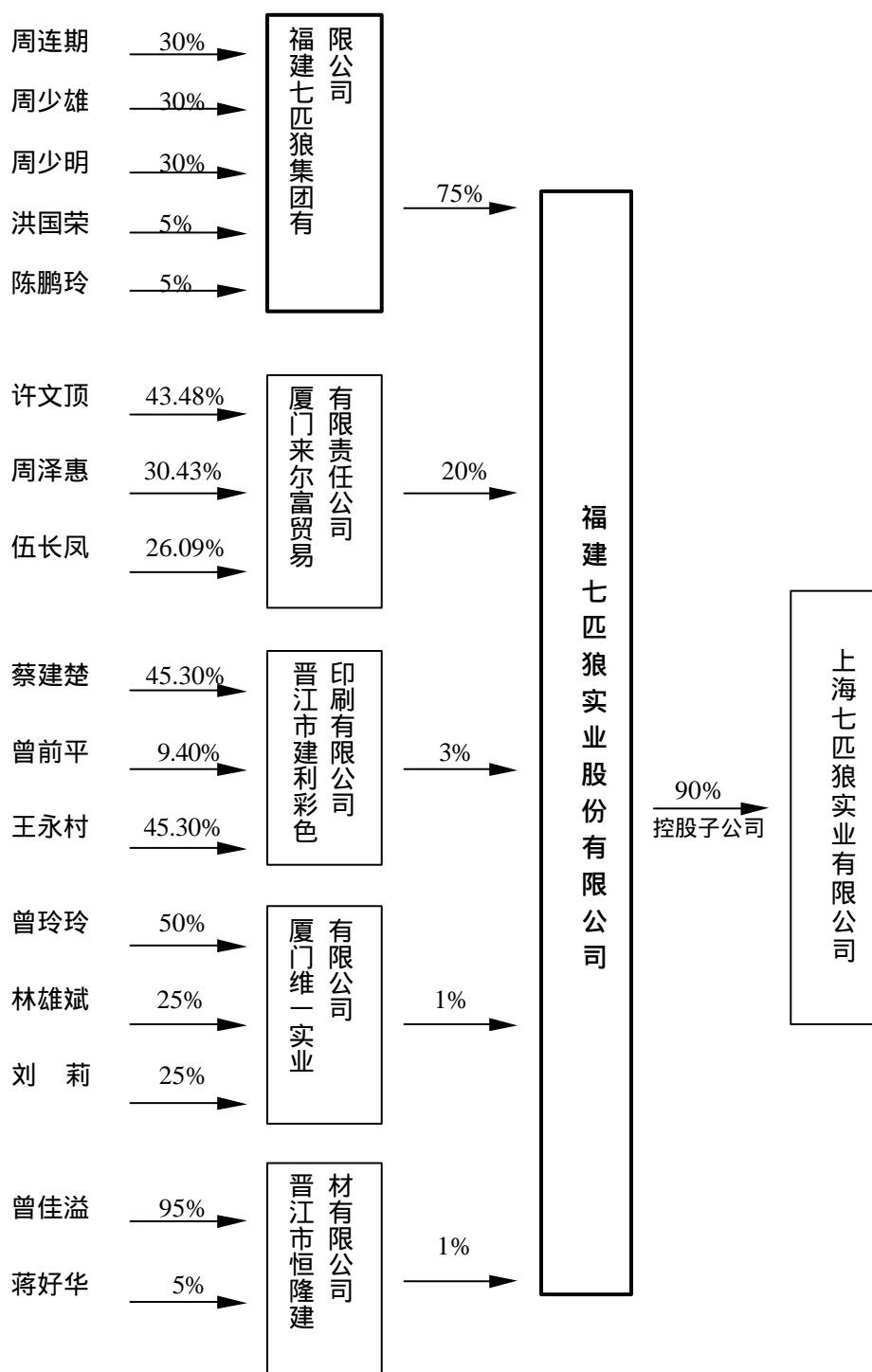
建七匹狼集团公司经依法甄别并变更为福建七匹狼集团有限公司过程符合财清字（1998）9号文及晋政（1999）综286号文的规定。”

发行人保荐机构(主承销商)对七匹狼集团确权行为发表的意见：

长江巴黎百富勤认为：“七匹狼集团2001年5月的确权行为是依照财清字（1998）9号文规定，并依晋政（1999）综286号文规定的程序进行的，整个确权过程及结果经晋江市金井镇金井居委会及其他有关当事人认可，并得到了晋江市乡镇企业局审核确认，因此，确权过程及结果合法有效。”

发行人股东结构情况如下：

发行人股东结构图



注：发行人股东厦门来尔富贸易有限责任公司、晋江市建利彩色印刷有限公司、厦门维一实业有限公司、晋江市恒隆建材有限公司的自然人股东与发行人控股股东七匹狼集团的自然人股东之间不存在关联关系。

(1) 七匹狼集团股权结构

股东名称	出资额 (万元)	权益比例
周连期	13,950	30%
周少雄	13,950	30%
周少明	13,950	30%
洪国荣	2,325	5%
陈鹏玲	2,325	5%
合计	46,500	100%

(2) 七匹狼集团各股东之间的关联关系

七匹狼集团股东中，周连期、周少雄、周少明系兄弟关系；周连期和陈鹏玲系配偶关系。

(3) 发行人实质控制人

根据以上各股东之间的关联关系，周氏家族合计持有七匹狼集团95%的股权，为七匹狼集团的实际控制人。而七匹狼集团持有本公司75%的股权，为本公司的控股股东，因此，周氏家族为本公司的实际控制人。

2、七匹狼集团其它对外投资情况

除发行人之外，七匹狼集团其它对外投资情况如下表：

七匹狼集团控股和参股的其它企业情况表

单位：万元

公司名称	设立日期	注册 资本	七匹狼 集团	周氏 家族	其它 股东	主营业务	2003 年末财务数据
福建七匹狼鞋业有限公司	1997 .6 .13	1000	70%	0	30%	皮鞋、皮件制品生产和销售	总资产 1145.34 万元, 净资产 1113.87 万元, 主营业务收入 402.58 万元, 净利润 46.45 万元
七匹狼(四川)酿酒有限公司	2000 .5 .29	700	65%	35%	0	酒类产品的生产和销售	总资产 739.46 万元, 净资产 712.48 万元, 主营业务收入 78.68 万元, 净利润 4.82 万元
辽宁七匹狼酒业有限公司	2001 .6 .27	500	40%	0	60%	酒类、饮料产品的生产和销售 (目前停业)	总资产 495.54 万元, 净资产 500.14 万元, 主营业务收入 0.72 万元, 净利润 0.12 万元(2002 年末数据)
福建七匹狼投资股份有限公司	2000 .2 .25	2000	17.50%	82.50%	0	商品批发、零售及对外贸易	总资产 9031.90 万元, 净资产 1814.85 万元, 净利润-59.69 万元
兴业银行股份有限公司	1988 .8 .26	300000	2.27%	0		金融业务	
中国光大银行股份有限公司	1992 .8 .18	821689	0.35%	0		金融业务	

（1）福建七匹狼鞋业有限公司

1997年6月13日，七匹狼集团与香港顶好国际有限公司共同出资设立福建七匹狼鞋业有限公司，该公司注册资本为1,000万元，公司住所：晋江市金井镇南工业区，主要产品为七匹狼男式皮鞋、箱包、皮件制品，董事长为陈金聪。七匹狼集团持有该公司70%的股权，同时周氏家族持有七匹狼集团95%股权，因此，周氏家族为该公司的实际控制人。截止2003年12月31日，福建七匹狼鞋业有限公司总资产1,145.34万元，净资产1,113.87万元，2003年主营业务收入402.58万元，净利润46.45万元，以上数据经福建天联有限责任会计师事务所审计。

（2）七匹狼（四川）酿酒有限公司

2000年5月29日，七匹狼集团与周连期共同出资设立七匹狼（四川）酿酒有限公司，该公司注册资本为700万元，公司住所：四川邛崃市南郊，主要产品为七匹狼白酒、葡萄酒、啤酒。董事长为谢安居。周连期（周氏家族成员）直接持有该公司35%股权，七匹狼集团持有该公司65%的股权，同时周氏家族持有七匹狼集团95%股权，因此，周氏家族为该公司的实际控制人。截止2003年12月31日，七匹狼（四川）酿酒有限公司总资产739.46万元，净资产712.48万元，2003年主营业务收入78.68万元，净利润4.82万元，以上数据经四川中衡会计师事务所审计。

（3）辽宁七匹狼酒业有限公司

2001年6月27日，七匹狼集团与谢安居、许俊渊共同出资设立辽宁七匹狼酒业有限公司，该公司注册资本为500万元，公司住所：抚顺经济开发区顺大街9号，主要产品：七匹狼白酒、葡萄酒、啤酒，董事长：谢安居。七匹狼集团持有该公司40%的股权，谢安居持有该公司40%的股权，许俊渊持有该公司20%的股权。截止2002年12月31日，辽宁七匹狼酒业有限公司总资产495.54万元，净资产500.14万元，主营业务收入0.72万元，净利润0.12万元，以上数据经抚顺华信会计师事务所审计。2003年，该公司处于停业状态。

（4）福建七匹狼投资股份有限公司

2000年2月25日，七匹狼集团与周连期等共同出资设立福建七匹狼发展股份有限公司，成立时该公司注册资本为2,000万元，住所为：晋江市金井镇中兴路655号。2004年1月13日，该公司名称变更为“福建七匹狼投资股份有限公

司”，公司住所：厦门市开元区天湖路 50 号 10E 单元，经营范围：项目投资，工艺美术品、皮革制品、鞋帽、体育用品，百货，五金、交电、化工（化学危险品除外），日用杂品，家用电器，电子产品，文化用品，建筑材料的批发、零售；企业管理人才培训；经营本企业和本企业成员企业自产产品及相关技术的进出口业务；经营本企业和本企业成员企业生产、科研所需的原辅材料、机械设备、仪器仪表、零配件及相关技术的进口业务；经营本企业的进料加工和“三来一补”业务。主营业务为商品批发、零售及对外贸易，董事长为谢安居。周氏家族成员周连期、周少雄、周少明、陈鹏玲（周连期妻子）、陈金聪（周少雄妻子）、姚健艳（周少明妻子）分别持有该公司 20%、17.5%、17.5%、7.5%、10%、10%，七匹狼集团持有该公司 17.5% 的股权，而周氏家族持有七匹狼集团 95% 股权，因此，周氏家族为该公司的实际控制人。截止 2003 年 12 月 31 日，福建七匹狼投资股份有限公司总资产 9,031.90 万元，净资产 1,814.85 万元，净利润-59.69 万元，以上数据经厦门市和祥会计师事务所有限公司审计。该公司已于 2003 年 4 月 3 日向发行人作出了避免同业竞争的承诺。

（5）兴业银行股份有限公司

兴业银行股份有限公司注册资本 300,000 万元，法定代表人：高建平，公司住所：福建省福州市湖东路 54 号，经营范围：吸取公众存款；发放短期、中期和长期贷款；办理结算；票据贴现；发行金融债券；代理发行、代理兑付、承销政府债券、买卖政府债券；同业拆借；提供信用证服务及担保；代理收付款项及代理保险业务；提供保管箱服务；外汇存贷款、外汇汇款、外汇借款；发行或代理发行股票以外的外币有价证券；外汇票据的承兑和贴现；买卖或代理买卖股票以外的外币有价证券；自营或代客外汇买卖；外币兑换；外汇担保；贸易、非贸易结算；资信调查、咨询、见证业务。七匹狼集团出资 14,946 万元，拥有兴业银行股份有限公司 6,800 万股股份，占该公司注册资本的 2.27%。七匹狼集团对该公司没有实际控制权，且未在该行董事会、监事会派驻代表。2002 年该行总资产 1,782.77 亿元，净资产 63.44 亿元，营业收入 64.01 亿元，净利润 4.77 亿元。

（6）中国光大银行股份有限公司

中国光大银行股份有限公司注册资本 821,689 万元，七匹狼集团拥有其 2,860 万股股份，占该公司注册资本的 0.35%。七匹狼集团对该公司没有实际控制权，

且未在该行董事会、监事会派驻代表。

3、七匹狼集团实际控制人对外投资情况

七匹狼集团实际控制人投资的香港盈科实业有限公司由香港七匹狼国际投资贸易有限公司于2003年7月更名而来，是1997年5月26日在香港注册成立的有限责任公司，注册资本港币10,000元，周连期、周少雄、周少明出资分别占该公司注册资本的40%、30%、30%，该公司自成立以来除了于1999年在中国大陆投资设立泉州市与狼共舞服装有限公司(与狼共舞公司于2002年12月转让给海博(香港)贸易公司)外，在中国境内外均无其他经营或投资行为。目前，该公司处于停业状态。

发行人已披露了所有周氏家族及其一致行动人控股或参股的营利性组织。

另外，七匹狼集团原拟出资15,800万元投资于中信实业银行股份有限公司，拥有10,000万股股份，占注册资本的1.07%。由于中信实业银行股份有限公司设立时受政策限制，设立工作无法正常完成，中信实业银行股份有限公司将原发起人的出资退还给各发起人，七匹狼集团于2003年5月份收到中信实业银行股份有限公司退还原出资额15,800万元及按半年期银行存款利率所计算的利息。

(二) 其他股东情况

1、厦门来尔富贸易有限责任公司

厦门来尔富成立于2001年5月22日，注册资本为2,300万元，法定代表人为许文顶，住所为厦门市湖里区保税市场大厦7楼0座，经营范围为批发零售日用百货、五金交电、化工产品(不含化学危险品)、建筑材料、金属材料、国家允许经营的矿产品、机械电子设备、汽车摩托车及其配件、农副产品、文化用品，自营和代理除国家组织统一联合经营出口商品和国家实行核定公司经营的进口商品以外的其他商品及技术的进出口业务，加工贸易、对销贸易、转口贸易业务。厦门来尔富在本次发行前持有本公司股份1,200万股，占本公司发行前股份的20%，为本公司第二大股东。

截止2003年12月31日，厦门来尔富总资产为3,179.20万元，其中货币1,246.46万元，长期投资1,100万元，存货302.44万元，固定资产86.43万元，其他资产总计443.87万元；净资产为2,968.80万元，净利润为494.34万元，以上数据摘自福建省石狮市方正有限责任会计师事务所审计的厦门来尔富财务

报表。

2、晋江市建利塑料彩色印刷有限公司

建利彩印成立于 2001 年 8 月 23 日，注册资本为 298 万元，法定代表人为蔡建楚，住所为福建省晋江市金井草湖埔工业区，经营范围为包装装潢印刷。建利彩印在本次发行前持有本公司股份 180 万股，占本公司发行前股份的 3%。

截止 2003 年 12 月 31 日，建利彩印总资产为 518.37 万元，净资产为 484.02 万元，2003 年度净利润为 80.05 万元，以上财务数据未经审计。

3、厦门维一实业有限公司

厦门维一成立于 1996 年 12 月 9 日，注册资本为 600 万元，法定代表人为曾玲玲，住所为厦门市湖里区保税市场大厦 8 楼 P 座，经营范围为批发、零售机械电子设备、土畜产品、鞋帽、金属材料、日用百货、日用杂品、建筑材料、汽车零配件、摩托车零配件、矿产品、烟草（限零售）；代办货物仓储运输、中转、装卸、搬运；房地产开发与经营；商品信息咨询服务；自营和代理除国家组织统一联合经营的出口商品和国家实行核定公司经营的进出口商品除外的其他商品及技术的进口业务；加工贸易（对销贸易、转口贸易）业务。厦门维一在本次发行前持有本公司股份 60 万股，占本公司发行前股份的 1%。

截止 2003 年 12 月 31 日，厦门维一总资产为 1,468.88 万元，净资产为 727.06 万元，2003 年度净利润为 61.47 万元，以上财务数据未经审计。

4、晋江市恒隆建材有限公司

恒隆建材成立于 2000 年 4 月 29 日，注册资本为 100 万元，法定代表人为蒋好华，住所为福建省晋江市金井中兴北路东区 98 号，经营范围为销售瓷砖、五金交电。恒隆建材在本次发行前持有本公司股份 60 万股，占本公司发行前股份的 1%。

截止 2003 年 12 月 31 日，恒隆建材总资产为 222.72 万元，净资产为 197.66 万元，2003 年度净利润为 36.77 万元，以上财务数据未经审计。

（三）发行人股东之间的关系

发行人股东之间无关联关系。

（四）股东承诺

为促进本公司的长期稳定发展，维护本公司的利益，本公司股东分别作出如下相关承诺：《避免同业竞争的承诺函》、《不占用公司资金的承诺函》、《关于股份冻结、质押情况的承诺》、《关于诉讼、仲裁、行政处罚情况的承诺》等。

三、本次发行前后公司股本结构

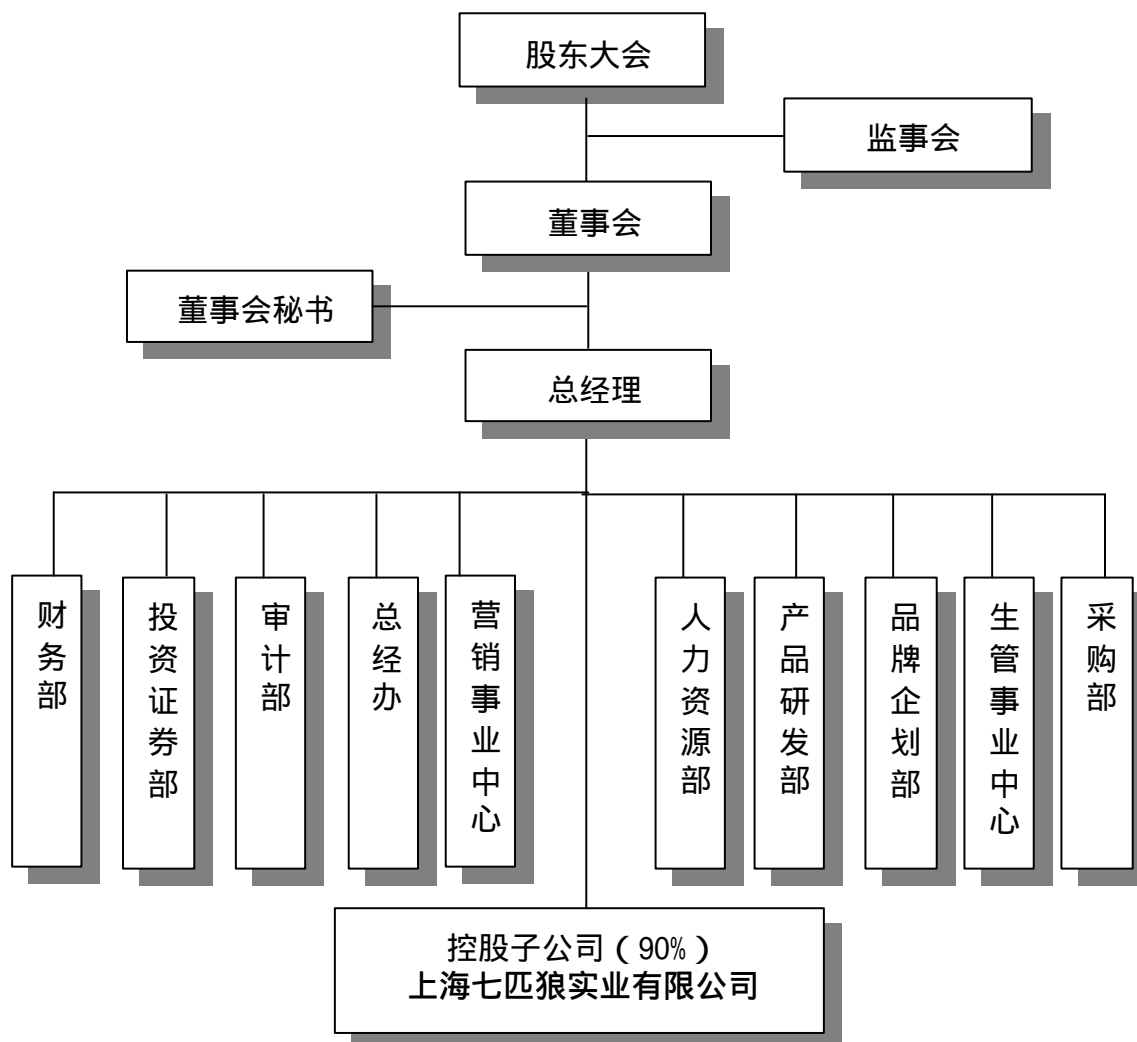
公司现有总股本 6,000 万股，自公司成立以来股本结构没有发生任何变动。本次拟向社会公开发行人新股 2,500 万股，发行完成后，注册资本为 8,500 万元，社会公众股占总股本的 29.41%；本次发行前后公司股本结构如下：

股份类型	本次发行前股本结构		本次发行后股本结构	
	股本(万股)	比例(%)	股本(万股)	比例(%)
法人股	6000	100	6000	70.59
社会公众股	0	0	2500	29.41
总股本	6000	100	8500	100

四、发行人组织结构

股东大会为本公司的最高权力机构，董事会为公司的决策机构，是股东大会的常设机构，对股东大会负责。公司实行董事会领导下的总经理负责制。监事会为股东大会领导下的监督机构。

（一）发行人组织结构图



（二）发行人各部门职能

本公司现有 10 个职能部门，各部门职能如下：

财务部：负责建立健全公司的财务管理制度；负责组织编制公司财务预决算；负责公司会计核算及财务管理工作；负责资金的筹措及管理工作；参与制订公司的发展战略规划；参与公司有关合同的评审。

审计部：制定和实施公司内部审计工作计划，建立健全公司内部控制制度并对执行情况进行审计监督；对公司的财务预算执行情况、财务收支、资产负债及经营盈亏情况等审计监督；监督合同的执行和投资项目实施的过程；对公司的重大经济事项以及改组、兼并、合资、合作、投资等有关执行情况进行审计监督；配合公司聘请的审计机构，完成年度和专项审计。

投资证券部：负责收集国家宏观经济政策及证券市场信息；负责办理公司股票托管登记、信息披露事务及其他证券事务；负责对外投资及项目管理。

总经办：负责处理公司公文及编写各种文稿，管理公司档案，组织公司会议，接待工作及公共关系的拓展；负责协助制定有关内部管理制度，打击假冒伪劣产品，维护公司合法权益；负责公司车辆调度、保卫、消防等工作。

营销事业中心：负责公司产品的销售及货款回笼，落实年度销售目标；负责开拓国内外市场，签订销售合同及交付产品，跟踪合同履行情况，搞好产品的售后服务，与客户建立良好的合作关系；负责跟踪、收集行业、市场等方面的信息。

人力资源部：负责公司人力资源管理与开发的整体规划，建立人力资源管理体系；负责人才需求、人员招聘、人才测评、岗位设置、员工培训等人力资源的管理与开发；负责根据国家有关部门和公司的福利政策，办理社会保险等各项福利工作，完善公司福利系统。

产品研发部：负责公司新产品研发设计、产品技术支持与服务；负责公司下设研发设计中心的建设及对外进行合作研发设计等事项，及时收集服装行业流行动态的有关信息并制定应对方案。

品牌企划部：负责公司品牌 CI、VI 的设计与维护；负责终端销售点的形象建设、维护与监控执行，终端销售点的广告企划、制订与执行。

生管事业中心：负责根据销售计划制订并实施生产计划，控制车间生产过程；负责公司的技术开发和技术改造，设备的更新、改造、维护等设备管理，以及设备能源和安全生产的日常管理；负责对质量体系在本部门的运行进行监督和协调，处理不合格品，协助研发设计部门对开发的新产品的试制生产，并按内部质量审核程序对产品生产进行审核；负责质量手册、程序文件的编制、发放和完善，以及产品的成本分析、成本控制、产品检验和质量监控；负责组织相关部门采取有效措施预防出现质量事故及出现质量事故后进行及时纠正。

采购部：负责公司原辅材料采购及仓储等物资管理，收集原材料市场供求信息，维护与供应商的关系。

（三）发行人控股子公司上海七匹狼实业有限公司简介

上海七匹狼实业有限公司成立于 2003 年 6 月 4 日，注册资本 500 万元，本公司出资 450 万元，占注册资本的 90%，自然人陈文历出资 50 万元，占注册资

本的 10%，该公司住所为闵行区虹中路 649 号楼，法定代表人陈文历，经营范围为服装、服饰设计及销售，绿化养护，纺织品、百货、工艺美术品（除专营）、电子产品、建筑材料、五金交电的销售，商务咨询、室内装璜。

上海七匹狼于 2003 年 8 月开始运营，主要生产和销售七匹狼牛仔系列服饰。截止 2003 年 12 月 31 日，该公司主营收入 380.52 万元，毛利率 31.05%，亏损 61.11 万元，主要系前期开办费用及商场展销费用一次性转入费用导致当期费用过高所致。

第六节 业务和技术

一、服装行业基本情况

本公司属于服装制造行业。

(一) 我国服装行业发展现状

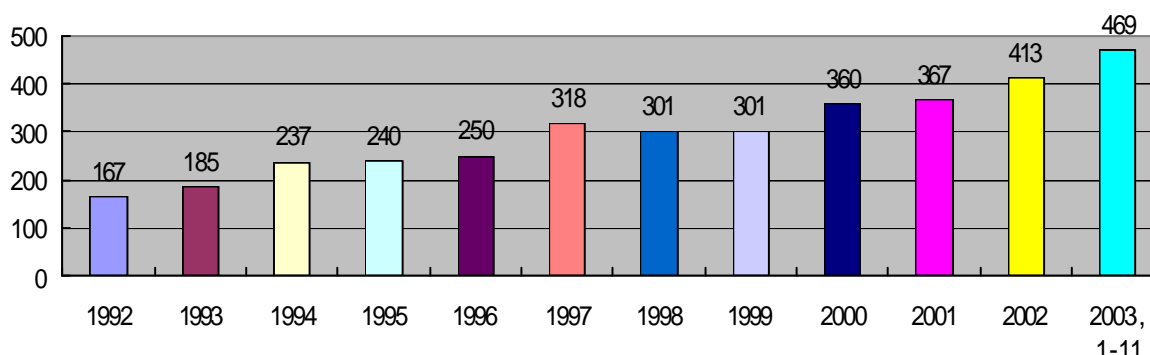
1、行业基本现状

目前，全球纺织服装行业贸易额逐年大幅增长。据统计，2002 年全球纺织品服装贸易额已达到 4,500 亿美元，较 2000 年的 3,559 亿美元出现了大幅增长，其中服装贸易额占纺织品服装贸易额的 50%以上。

我国服装行业发展迅速。据国家统计局统计资料，近五年我国规模以上服装企业（年销售收入 500 万元以上）年均增长率 11%，显著高于同期 GDP 增长速度。近三年年均增长率为 12.7%，且 2003 年比 2002 年增长 20%，发展速度明显加快。

服装行业已成为我国出口创汇的主要产业。1992-2003 年，我国服装行业出口稳步增长（见下图），是我国贸易顺差最大的行业。2002 年我国服装行业出口金额为 413.06 亿美元，同比增长 12.70%，贸易顺差为 399.50 亿美元，我国总体进出口贸易额扣除服装行业出口带来的贸易顺差，将呈现逆差。2003 年 1-11 月，累计服装及衣着附件出口达 469.30 亿美元，同比增长 25.20%，占外贸总出口额的 12.50%。

1992-2003 年我国服装行业出口情况（单位：亿美元）



(1) 市场容量

随着我国 GDP 的持续增长，国内服装市场必将出现持续繁荣的景象。近几年

来，国内市场服装产品已成为消费热点，城镇居民衣着消费需求一直保持平稳增长，2002年，我国城镇居民人均衣着消费达821.72元，同比增长8.80%，年均服装消费量约45亿件左右，衣着类零售额占社会消费品零售总额的比重一般保持在10%左右。凭借我国近13亿人口的国内市场作依托，我国服装企业现已占有13%左右的国际纺织品服装市场份额。

据统计，我国人均纤维消费量为6.6千克左右，远低于7.5千克的世界平均水平。我国《纺织工业“十五”规划》中指出，到2005年，我国人均纤维消费量将达到7.4千克，纺织品服装出口创汇将由2000年的520亿美元提高到2005年的700-750亿美元。由此看来，未来几年我国纺织服装行业市场潜力巨大。

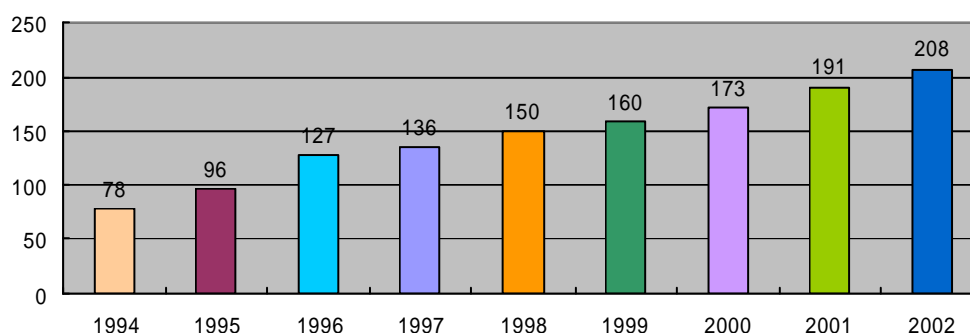
(2) 行业管理体制

随着社会主义市场经济体制的建立和完善，我国服装行业管理体制由传统的行政直接管理逐步向行业间接管理转变，A、通过产业指导性意见、行业规划来指导、协调、促进行业内企业发展；B、行业协会通过市场预测和信息统计工作，在技术、产品、市场、信息、培训等方面为业内企业提供服务，提高行业开发新产品的能力；C、进行行业自律管理，代表会员企业向政府部门提出产业发展建议及意见；D、配合质量和技术管理部门，制定和颁布纺织服装产品质量标准和消费标识；与环保部门合作，促进企业实施国际通行的环保标准。

(3) 产量及产地分布

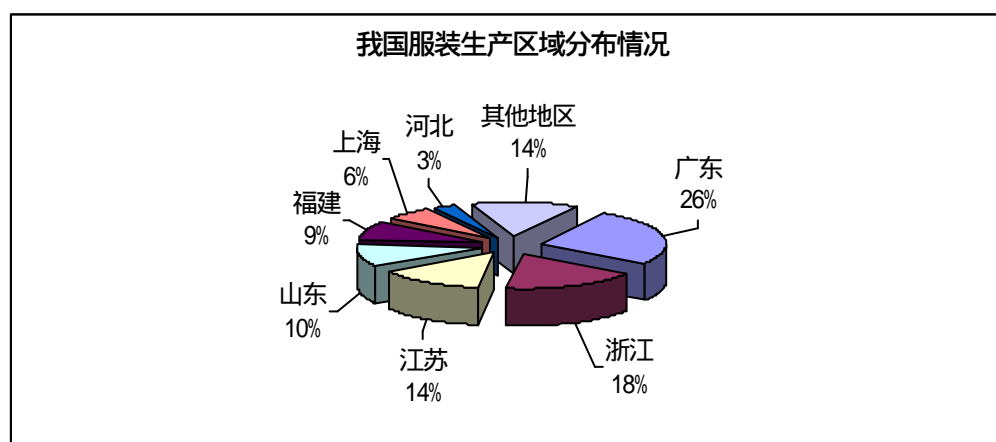
根据中国服装协会统计，2002年我国服装总产量为208亿件，同比增长8.90%，其中梭织服装产量为108亿件，同比增长9%，针织服装产量为100亿件，同比增长10.4%，我国服装产量呈现不断增长的趋势（见下表）。

1994-2002年我国服装总产量



我国服装产地主要集中在广东、浙江、江苏、山东、福建、上海等地区（见

下图)。广东省服装产量仍然位居全国第一，但增长幅度逐年下降，浙江、江苏两省服装产量增长幅度超过 10%，福建省服装产量增长幅度较大。



资料来源：中国服装协会、中国纺织工业年鉴,2002

(4) 工艺与技术水平

从整体来看，我国服装行业在工艺、技术、装备、设计开发水平及面料技术含量等方面与国外存在较大的差距；但从局部来看，国内诸多知名服装品牌企业在技术装备和工艺水平方面已基本达到了国际先进水平，开始大量采用世界上较先进的工艺设备，如处于世界先进水平的计算机辅助设计系统 CAD、CAM 自动裁床、铁膝自动吊挂流水线、杜克普自动缝制设备、Brother 牌裁剪设备及无浆工艺、无别针环保工艺包装、服装虚拟图形系统、立体整烫机、服装面料自动监测评价系统等，实现了与国际市场的充分接轨。同时，在高档产品上也大量采用世界一流的高档面料，提高了产品技术含量和附加值。

(5) 我国服装行业特点

我国服装行业呈现如下特征：

A、行业壁垒少、门槛相对较低；原材料丰富、劳动力成本低廉；利润率高、风险相对较小；投资少、收益快；

B、适应市场国际化的需求，产业升级成为行业结构调整的主线；

C、差异化发展为中小企业在行业中赢得了一席之地，行业内知名品牌企业开始将重心转向生产高档、高附加值产品。

2、本公司所处休闲服装市场现状

在当今社会，人们日益崇尚回归自然，都市生活日趋多样化、品味化，商务休闲装、运动休闲装、家居休闲装、旅游休闲装已开始大行其道，甚至正装(职

业装、晚装)也呈休闲化趋势。据资料报道,2000年全球休闲装销售额为1000亿美元,已占服装销售总额的36%。据不完全统计,目前我国专业休闲装生产企业已超过一万家,拥有休闲装系列品牌2000多个,生产区域主要分布于服装业较发达的广东、福建、浙江、江苏、山东等地。据中华全国商业信息中心对全国重点大型百货商场销售额的统计显示,2002年国内主要休闲茄克衫、T恤衫的销量分别增长29.8%、13.7%,占服装总销量的6.7%;2003年1-11月休闲茄克衫、T恤衫销量的销量分别比2002年同期增长26.10%、25.30%。

随着对T恤、茄克、牛仔装三类主要休闲服装需求量的大幅增加,我国休闲装目前已进入品牌化、个性化、时尚化、系列化的发展时期,一些实力强大的休闲装品牌更加注重加强研发设计队伍的建设,七匹狼、真维斯、班尼路、佐丹奴、美特斯邦威等品牌,逐渐突现各自的品牌个性,这些变化将对我国休闲装与国际接轨带来积极的示范效应和深远影响。

(二) 服装行业竞争状况

1、总体竞争状况

从国际市场看,随着全球纺织服装行业贸易额逐年大幅增长,国际服装市场竞争也日趋激烈,竞争的焦点已由数量、价格竞争转向深加工、新技术、高附加值竞争。发达国家及新兴工业化国家充分利用高新技术对服装行业进行改造,在高档服装产品市场具有很强的竞争力。亚洲地区充分发挥在原辅材料和劳动力等方面的优势,积极抢占国际市场。近十年来,亚洲地区服装出口年均增速比全球高出6.8个百分点,显示出亚洲地区在全球服装市场仍然具有较强的市场竞争力。目前,全球服装出口额最大的国家和地区分别为中国、中国香港、意大利、墨西哥、美国,出口增幅最快的国家是印尼,其次是中国和墨西哥,我国在国际服装市场占有比较重要的地位。

在我国,服装行业是国民经济的传统产业,由于行业自身特点,国内从事服装生产的企业较多。据统计,截止2001年,我国年销售规模500万以上的服装生产企业就已达4.4万家。其中,民营企业占53%、集体企业占26%、三资企业占19%、国有企业占2%,民营企业已在我国服装行业中占据主导地位,成为中国服装业的主力军,且这种地位在逐步加强。从整体来看,我国服装企业规模小,工艺、技术和装备落后,初、粗加工生产能力过剩,中低档产品市场竞

争尤其激烈。

2、本公司在国内市场的主要竞争对手

从产品销售规模和相似度方面来看，公司在国内市场的主要竞争对手有：柒牌、劲霸、爱都、雄牌、永新、斯特雅、雅戈尔、鳄鱼、TONY WEAR、老爷车、苹果等国内、国际知名品牌。以上竞争对手与本公司的比较情况如下：

	竞争对手	主要产品	产品特性及现状	运作方式	优劣势比较
国内品牌	柒牌、劲霸、爱都、雄牌、永新、斯特雅、雅戈尔	茄克、T 恤等休闲服装	与本公司产品相似、在国内市场已有较高的知名度	利用广告、价格等手段与本公司展开竞争	本公司属专业休闲服厂家，产品已占据较好的市场地位，品牌优势明显
国际品牌	鳄鱼、TONY WEAR、老爷车、苹果	茄克、T 恤等休闲服装	产品质量好、档次高，属国际名牌，知名度高	利用品牌、资金等优势已全面进入国内市场	国际品牌价位较高、只能定位在高端市场

海外品牌目前依然主导中高档休闲服市场，是大部分高收入消费者的首选。国内休闲类品牌由于缺少整体设计和原创能力，及欠缺个性化差异，主要活跃于中低档消费市场。

二、影响服装行业发展的有利和不利因素

（一）有利因素

1、政策支持

改革开放二十多年来，我国服装业发展迅速，服装产品生产数量、出口数量、出口创汇均位居世界第一，已成为世界第一大服装生产国和出口国，同时，解决了大量劳动力就业问题。因此，服装行业属于国家鼓励发展的行业。原国家经贸委国经贸行业[2002]716号《关于公布〈工业行业近期发展导向〉的通知》中，明确指出了十五期间我国服装业的发展方向。

2、成本低廉

服装成本主要由面、辅料与劳动力成本构成。在我国，面、辅料与劳动力供给量相当丰富，成本低廉。低档纺织品面、辅料的价格一般在5-15元/平方米，高档纺织品面、辅料也只需几十元每平方米，最高价格才上百元每平方米；而在国际市场同档次的纺织品面辅料是国内市场的2-3倍。在服装产品成本构成中，

劳动力成本占有较大的比重。与发达国家相比，我国劳动力成本极其低廉（具体情况见下表），因此，我国服装行业在价格方面具有较强的竞争力。

世界十大纺织品出口方劳动力成本比较（单位：美元/小时）

中国	韩国	中国香港	美国	英国	法国	意大利	日本	德国	比利时
0.62	3.63	5.85	12.97	13.58	14.16	15.81	20.07	21.48	21.7

资料来源：OETH EU TEXTILE and CLOTHING SECTOR, Brussels, April 1999

3、城乡居民购买力提高

近年来我国城乡居民收入水平不断提高，消费水平不断升级。城镇居民消费水平平均每年增长 6%，农民消费水平平均每年增长 5%，一部分经济较发达的地区已进入较高的消费层次。据统计，我国高档名牌服装的消费者约占城市人口总数的 6.1%（全国约 2000 万人），中高档服装的消费者约占城市人口的 60% 和农村人口的 20%（全国约 3.8-4 亿人）。城乡居民购买力的进一步提高，给服装行业带来了巨大的发展空间。

4、加入 WTO 为服装企业带来了更加广阔的市场

加入 WTO 后，国内消费市场和投资领域对外进一步开放，对竞争力较弱的企业会产生一定的冲击。但从总体上来看有利于改善我国服装出口的市场环境，出口的增加将带动国内服装行业向好发展。同时我国可以按照纺织品和服装协议（ATC 协议），争取纺织品服装贸易自由化带来的贸易利益；而且，贸易领域的开放有利于我国服装企业直接进入国外的商业采购系统，进一步扩大服装出口。

（二）不利因素

1、行业竞争不规范

我国服装行业门槛较低，生产企业众多，且大多数企业规模较小、产品档次和质量较低、营销能力和产品开发能力有限，低水平重复建设严重，中低档产品生产能力过剩，部分产品开始出现滞销积压。为了维持生存和发展，许多中小企业抄袭、模仿名牌企业和市场流行的产品设计，并采取让价不让市场的方式，这些不规范行为在加剧行业内市场竞争的同时，影响了行业整体水平的提高。

2、品牌意识淡薄，创新能力不强

尽管我国部分服装企业已开始重视品牌建设，并逐步加大产品设计与开发力度，但从整体来看，我国服装企业的品牌意识及推广能力不够强，产品设计与创

新能力不够高，研发投入相对不足，行业跟风模仿比较普遍，少数企业甚至盗用知名品牌，这些严重制约我国服装行业上档次上水平。

3、国外服装品牌冲击

中国加入 WTO 以后，国外服装品牌开始大举进入中国大陆市场：一是从东北三省、青岛登陆的日韩服装；二是从广东登陆的东南亚国家的知名品牌；三是从上海、北京登陆的欧美跨国公司品牌。虽然国外品牌服装进入国内市场受到文化、营销网络等因素制约，但凭借其资金、市场、品牌及信息等优势，全面进入中国市场已是大势所趋，将给中国服装企业造成一定冲击。

4、出口市场面临日益加剧的竞争压力

近年来，越南、泰国、马来西亚、印度等周边国家纺织业发展很快，出口增长迅速，墨西哥、加拿大等国在我国服装主要出口市场的美国的份额也在逐步扩大，国际市场竞争日趋激烈。与竞争对手相比，我国纺织服装业具有 20 世纪 90 年代先进水平的设备仅占 35%左右，而印度、巴基斯坦等国已达 50%，生产设备明显落后；同时，与东南亚国家相比，我国服装业具备的劳动力成本优势已大大降低，对我国作为世界重要的纺织品生产和出口大国的地位造成越来越大的影响。

（三）服装消费趋势及产品发展方向

随着人们生活水平的不断提高，服装消费已逐渐成为消费热点，据预测，我国服装消费呈现如下趋势：

1、穿着趋向休闲化、多样化、个性化、时尚化和品牌化。目前，休闲服装在欧美已越来越普遍，追求自然、回归自然已越来越明显地体现在男女服装中。休闲服的使用范围日益扩大，已渗入正装领域，即使在英国、日本这些穿着观念较为正统的国度，休闲装消费也逐渐成为流行趋势。我国居民选购衣着也将从过去讲求朴素、大方、实惠转向追求自然、舒适、浪漫，体现人们不同的文化层次和气质。

2、我国居民需求档次提高，未来将由以中低档需求为主的消费转向以中档需求为主，高档需求也将占据一定份额，部分消费者需求档次明显提高，消费差距继续拉大。在品牌需求方面，中高档品牌增长迅速，由以少数品牌竞争转向多品牌竞争的格局。

3、随着纺织新材料、染整新技术的发展，未来服装产品将朝功能型服装、环保型服装方向发展。

4、目前我国农村人均服装购买量还很低，随着农民收入水平提高和消费结构的变化，农村服装市场也存在较大发展空间。

（四）进入本行业的主要障碍

1、品牌限制：服装属于终端消费品，需直接面对消费者，因此品牌对于服装企业显得尤为重要。而知名服装品牌是企业产品质量、品牌文化、市场网络、技术、管理、服务、人才等多种因素综合形成的产物，短期内很难形成。

2、产品创新能力限制：服装产品既要适应广大消费者消费需求的变化，顺应消费潮流，也要善于引导流行趋势；既要吸收国际时尚的设计理念，又要结合我国特殊的文化传统与风俗习惯，这就要求服装企业具有较强产品创新意识和创新能力，而这种意识与能力不是短期内能形成的。

3、工艺技术水平限制：生产高质量、高档次的产品需要先进的设备与工艺，而采用先进工艺与设备前期投入大，生产组织较复杂，对员工的素质要求较高，对于新进入本行业的企业有一定难度。

4、管理经验的限制：服装企业的工艺管理、设备管理、生产运作管理等管理经验需要企业通过长期积累总结出来，短期内很难获得。

5、销售网络的限制：销售网络是服装企业立足市场的关键因素之一，是增进服装品牌知名度的助推器；但要建立庞大的销售网络不但前期投入较大，市场网络管理难度较大，且需要花费较长时间。

三、本公司的行业地位与竞争优势

（一）行业地位

据中国商业联合会与中华全国商业信息中心 2001 年、2002 年、2003 年分别对全国大型零售企业（商场）销售的知名茄克、T 恤品牌的调查统计显示：本公司“七匹狼”牌休闲男装（茄克）市场综合占有率在同类产品中连续三年名列第一，“七匹狼”牌 T 恤市场综合占有率在同类产品中连续三年名列前十名。

随着公司产品市场占有率的不断提高，“七匹狼”品牌市场形象也有了大幅

提升。由经济日报报业集团服装时报社、中华全国商业信息中心、中国百货商业协会共同主办的“2001年度中国最受消费者欢迎的服装品牌”活动中，“七匹狼”品牌在休闲装品牌中名列第一。

（二）本公司的竞争优势与劣势

1、本公司的竞争优势

（1）品牌优势

公司品牌“七匹狼”已成为全国知名的服装品牌，在市场上有较高的知名度和美誉度，产品市场占有率在同类产品中名列前茅。公司先后获得了中国服装设计的最高奖——“金顶奖”、“最受消费者欢迎的休闲服装品牌”、“影响中国服装市场的十大男装品牌”、“中国驰名商标”等省级以上荣誉称号或奖项共26项。

2001年3月，在第五届中国服装服饰博览会上，公司受中国服装设计师协会委托，举办“2001-2002秋冬中国服装流行趋势”发布会，公司产品作为代表向国内外服装界展示我国休闲服装的流行趋势。

2002年2月，公司产品被我国外交部作为国礼赠送给美国布什总统。

（2）营销网络优势

截止2003年末，公司的营销网络已覆盖了全国30个省、自治区和直辖市，拥有550多家加盟专卖店和商场厅、柜。本次募集资金项目建成后，公司将新增营销管理总部、4家旗舰店、46家直营专卖店，1个全国物流调度中心，3个大区级分销配送中心及完整的电子商务平台，将进一步扩大公司的营销网络规模，提高营销网络的稳定性，加强公司对品牌和市场推广的控制力。

此外，公司通过即将推出的覆盖全国的企业资源计划系统（ERP），可实现公司总部、营销管理总部、物流调度中心、分销配送中心、旗舰店及所有专卖店之间的管理信息自动化，整个营销网络的管理水平将大幅提升。

（3）品牌推广能力强

A、公司具有领先的品牌和营销创新意识

1989年，公司注册“七匹狼”商标，为业界较早注册商标的公司；

1992年，公司率先在国内服装界聘请专业机构进行CIS设计；

1994年，在国内服装企业仍然沿袭传统销售概念和经营模式进行生产经营时，公司制定了文化营销的品牌战略，即以公司的“狼”商标为起点，通过广告

宣传、营销活动将公司品牌与丰富的狼文化相融合，形成了以“狼文化”核心，融品牌、文化与企业一体的市场营销战略。

1995年，公司在国内服装界率先采用代理制的营销模式。而同一时期，国内服装企业大多仍沿袭商场代销模式，国外品牌则凭借资金优势，多采用自建直营店的模式。

B、公司品牌推广策略具有鲜明特色

与一般企业单纯追求品牌知名度不同，公司在品牌推广时更注重品牌文化的推介，从而提高了品牌的美誉度。

首先，公司商标的设计力求体现产品的文化诉求。公司产品主要为男仕休闲服饰，针对目标市场的特点，公司选择具有拼搏力和奋斗精神的狼为商标图案；商标图案设计为奔狼，充满动感，寓意不断开拓、勇往直前；商标底色为绿色，既显示出与奋斗相关的勃勃生机，也让人联想到与休闲相关的大自然。公司通过精心设计商标，使其本身具有强烈的文化内涵，让消费者在接触到公司产品时即能感受到品牌所蕴含的“狼文化”。

其次，公司专卖店设计和陈设突出休闲和“狼文化”的特点。公司专卖店外观设计为绿色底色加奔狼图案，给人走进大自然的遐想。专卖店内部通过休闲桌椅、各种造型的狼的雕塑、与狼相关的科普知识、传说等方面的书籍和电视短片，营造出休闲文化和狼文化的氛围，使消费者在购物的同时，领略到强烈的文化气息，从而使公司的销售终端极富个性。

再者，公司的营销活动围绕品牌文化展开。从聘请品牌形象代言人，到赞助世界杯足球赛决赛的直播、皇家马德里足球俱乐部中国之行、中国警察汽车拉力赛等，公司品牌始终与男性、力量、竞争、团队等主题相联系，不断丰富、强化公司产品的男性品牌形象。

C、公司具有成功运作品牌推介活动的经验

公司品牌推介活动的合作方皆在其所属业界拥有良好地位，有效提升了公司品牌的知名度和美誉度。

2001年，公司与《中国青年报》共同举办“我最难忘的创业片段”征文活动。

2002年3月，公司聘请台湾歌星齐秦担任公司的品牌形象代言人，品牌形象代言人与公司品牌的文化诉求一致，公司品牌的知名度能充分借助形象代言人

的知名度迅速提升。

2003年3月，公司赞助首届厦门国际马拉松比赛。

2003年7月，公司赞助首届中国警察汽车拉力赛。

2003年7月，赞助皇家马德里足球俱乐部中国之行。

(4) 管理团队的市场经验丰富

公司经营管理团队中多数人具有长时期从事服装生产管理和市场开拓经验。其中，董事长周连期有11年服装行业从业经历，曾被评为“福建省优秀青年企业家”、“福建省十大杰出青年企业家”，现兼任社会职务有福建省青年企业家协会副会长、福建省乡镇企业家协会副会长；总经理周少雄有19年服装行业从业经历，其中14年担任领导职务，曾被评为“福建省优秀青年企业家”、“影响中国服装业的50个人”，现为中国青年企业家协会会员，兼任社会职务有福建省服装服饰行业协会首任会长、泉州市纺织服装商会首任会长等。

(5) 拥有国际化专业设计团队

服装业为时尚产业，设计能力为决定产品市场竞争力的关键因素之一。目前公司研发设计团队共有专职人员13人，其中首席设计师为日本的畠山巧(Hatakeyama Takumi)、店面与橱窗设计师为香港资深专业人士冯彦文，其余人员均毕业于国内专业院校，平均从业时间超过5年。畠山巧为公司寻求与日本设计师合作时，日本服装协会推荐的人选。其曾在法国学习服装设计并在当地知名服装机构工作，在日本多次荣获全国性大奖。他的加盟有助于缩短公司产品与境外流行时尚的差距。此外，从1998年开始，公司已与国内服装设计最高奖“金鼎”奖获得者——服装设计师张肇达、刘洋、计文波等进行合作，不断丰富公司的设计理念。

(6) 享有产业集群效应优势

产业集群是某产业的相同、相近与相关企业聚集某地，进而吸引一些相关服务机构进驻该地，从而形成的一个有效的经济群体。产业集群会使内部厂商产生很强的竞争优势，体现在三个方面：其一是成本优势，即因产业在地域上的集中而导致社会分工深化、区域资源利用提高和熟练工人增加所产生的原材料、辅料和人工成本等方面的节约；其二是技术溢出效应，即同类厂商竞争、交流、合作导致区内厂商技术能力、创新能力与市场能力的提高；其三是制度效应，指集群

内交易的频繁导致行业惯例形成，使区内厂商合约签订与执行的交易费用减少，同时，政府适应区内形势制订特定政策会促进集群内厂商业务的发展。

公司所在的泉州市是全国重要的休闲装生产基地之一，泉州市服装企业生产的休闲装和茄克占全国市场份额的 1/4 强，运动装、内衣和童装占全国市场的份额也较大。目前泉州市共有纺织服装、染整和相关配套企业 8000 多家，其中服装生产企业 6000 多家，针纺企业 1500 家，上规模染整企业 100 多家，拉链、辅料等相关配套企业 400 多家，已形成了服装生产和服务的完整产业链。区内知名品牌除“七匹狼”外，还有“九牧王”、“柒牌”、“劲霸”等。

因此，结合公司已有的营销和创新能力，公司所在地具有的“服装业集群”效应将能使公司在成本、新产品设计开发方面保持持续的竞争优势。

(7) 生产设备与工艺先进

目前，公司建立有完整的质量保证体系，已于 1998 年通过 ISO9002 国际质量认证体系国际[挪威船级社 DNV]、国内[CQC]双重认证，针对不同产品建立了多个质量控制点，全面推行全面质量管理（TQM）制度，配备了较先进的质量检查设备。生产设备方面，公司目前采用的设备有 BrotherB737-747 平车、Brother980-12 凤眼、飞马 EX3216-02/233 五线机、飞马 EX5214 四线机、Brother430-22 打枣机、BrotherBAS-311F 花样机，在国内处于领先水平；此次募集资金项目将采用世界先进的法国 Lectra CAD 系统、IMA 依码自动铺布机、Lectra CAM 自动裁剪系统 VT2500、VT5000 裁床、日本羽岛粘合机、电脑自动控制的日本 Brother 缝纫设备和熨烫设备，公司生产设备与工艺的技术水平将进一步提高，既保证了产品质量，又提高了工作效率。

2、竞争劣势

(1) 资产规模较小

截止 2003 年 12 月 31 日，公司总资产为 193,584,075.06 元，净资产为 93,089,255.72 元，与国内优秀的服装企业相比，资产规模相对较小，抵抗风险的能力有限。

(2) 激励机制还有待完善

目前，公司对人才的激励机制还不够灵活，造成公司在诸如资本运营、人力资源管理等方面的人才不足。

四、本公司主要业务情况

（一）业务范围

本公司经营范围为服装、服饰产品及服装原辅材料的研发设计、制造及销售，机绣制品、印花的加工；自营和代理各类商品和技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。（以上范围凡涉及国家专项专营规定的从其规定）

（二）主营业务

本公司主营服装、服饰产品的设计、制造及销售；产品定位为男仕休闲服装，主要产品有“七匹狼”牌茄克、T恤等休闲服装产品。

（三）主要产品产量及生产能力

1、产品生产方式

（1）目前生产模式

目前，发行人采取以自制生产为主，委托加工及购进半成品的贴牌生产为辅的生产模式。

委托加工是指发行人在掌握产品设计、企划的核心技术情况下，提供产品设计样板、产品工艺单及原辅材料，指导受托企业按指定的流程完成加工过程，支付受托企业加工费，经发行人验收合格后由发行人继续完成后整理工序。目前，发行人通过委托加工程序收回的茄克、T恤、休闲装、衬衫、裤装、配饰等产品，在验收入库时已基本成型并可以穿着，其所需的后整理程序主要是通过添加“固色剂”使颜色牢固、不退色（简称“固色”）；通过添加“柔软剂”使面料手感舒适、穿着帖身（简称“柔软”）；通过蒸汽烫熨使产品成型、笔挺（简称“整烫”）；在产品整烫后、包装前将“使用说明”、“规格型号、款号”、“备用钮扣”、“防伪条形码”等吊牌挂在成品上（简称“挂牌”），并经过包装后对外销售。通过委托加工程序收回的毛衫产品，需先对“毛衫”的各种织片（如“前片”、“后片”、“领子”、“袖子”等）进行统一缝制、合并成型（简称“拼合”），其后再通过固色、柔软、整烫、挂牌、包装等程序并实现对外销售。

购进半成品是指发行人在掌握产品设计、企划的核心技术情况下，为了简化原辅材料的结算程序，提供产品设计样板、产品工艺单，由受托企业向发行人指定的原辅材料供应商进行采购，并由发行人指导受托企业按照指定的流程进行生

产交货，经发行人验收合格后由发行人继续完成后整理工序。目前，发行人购进的茄克、T恤、休闲装、衬衫、裤装、配饰等半成品产品，在验收入库时已基本成型并可以穿着，其后再通过固色、柔软、整烫、挂牌、包装等程序并实现对外销售。

在委托加工及购进半成品的生产方式下，产品的整体规划与研发、产品的设计样板及工艺制作单均由发行人提供，以保证产品设计风格的稳定性和独特性，并且发行人选择质量、信誉都较好的单位作为协作生产厂家，通过派跟单员对受托企业生产制造过程进行全程跟踪监控等一系列措施，对供应商及受托产品进行质量控制，以确保产品质量符合公司的要求。

(2) 贴牌生产方式下，公司与生产外包方（委托加工或提供半成品的供应商）的协议安排

在委托加工及半成品采购进行贴牌生产销售的过程中，公司与供应商的关系是一种协作的关系。公司按 ISO9002 标准中《合格供应商管制程序》及《品质管理程序》选择供应商，并由公司提供产品设计样板、产品工艺单，由供应商提出加工费用标准或进行报价，公司审核后签定《委托加工合同》或《半成品采购合同》。公司派人进行全程品质审查管控，在对产品检验合格、收货后给予结算。为了保证品质的可控性，公司一般选择相对固定的供应商，结成稳定的协作伙伴关系。

A、公司选择委托加工及提供半成品供应商的标准

公司严格按照 ISO9002 标准《合格供应商管制程序》选择委托加工及提供半成品的供应商，选择供应商的标准主要有：a、有符合生产高品质产品的服装生产设备；b、有一支高标准生产技术力量和管理队伍；c、产出产品能达到国家及公司质量标准；d、能达到公司的交货期要求；e、具有为国内外知名品牌加工的经验；f、具有良好的信誉。

B、对委托加工及提供半成品供应商的控制措施

公司严格按照 ISO9002 标准对供应商生产过程进行控制，主要措施有：a、资料的签收程序：纸样、样衣、工艺单等技术资料全由公司提供；b 生产开裁程序：供应商首先做好产前样衣，经公司品管部门批样后，方可通知生产管理部门安排物控部测版员到现场测量损耗量，并由物控部门现场开出《生产通知单》，生产厂方可大货开裁，《生产通知单》由生产厂留存一份作为结算依据；c 品质控制程序：由跟单员对制造全过程进行跟踪控制，包括工艺辅导、异常情况跟踪

处理、每天信息反馈及入库总检控制；d 交货期控制程序：每天由跟单员及时监控生产进度，严格按照相关合同货期执行。

C、公司主要协作供应商

目前，公司稳定的协作供应商主要有：常州溢达服装有限公司、福建省南安市万家美针织有限公司、中山市力邦先迪纺织制衣有限公司、广州市古天奴服装有限公司等。这些协作供应商都是具备为国际知名服装品牌加工经验，产品质量稳定，信誉度高的服装生产企业，例如常州溢达服装有限公司，该公司是中外合资服装专业生产厂商，江苏省重合同、守信用单位，已通过 ISO9002 质量体系认证，拥有厂房占地面积 29 亩，技术、管理人员 310 人，工人 1,867 人，17 条生产流水线，各类先进的机械设备 1,322 台，曾为 TOMMY、A&F、MUJI、JUSCO、LOACOST 等国际知名品牌承担加工业务。

总之，委托加工及提供半成品的供应商其产品的整体规划与研发、产品的设计图纸及工艺制作单均由发行人提供，以保证产品设计风格的稳定性和独特性，同时，发行人派跟单员对受托企业生产制造过程进行全程跟踪监控，确保产品质量符合公司的要求。

(3) 发行人未来生产模式

服装的竞争力主要来源于品牌、营销网络、产品的研发设计三方面。为了进一步强化产品的市场竞争力，公司将继续扩大茄克、T 恤等主导产品的自制生产规模，确保公司主导产品的市场领导地位。同时，由于服装产品生产销售的季节性较强，在生产旺季，为保证及时生产出客户所需的产品，公司仍将采用委托加工及外购半成品等方式进行生产。另外，针对一些非主导又需特种设备加工的产品，如毛衫等，公司将继续采用委托加工及外购半成品等方式进行生产。

因此，从长远看来，自制生产方式是发行人未来主要的生产方式，委托加工和购进半成品等生产形式也将是公司未来发展过程中的一种不可缺少的辅助生产形式，以充分利用社会资源，更快、更好的强化公司竞争力。

2、各种产品实际产量（单位：件、套，“比例”指各生产方式产量占同类产品总产量的比例）

产品种类	产品来源	2003 年度	比例	2002 年度	比例	2001 年度	比例
T 恤	自制	329,563	66.19%	329,996	82.77%	230,542	100%
	外购、委托加工	168,348	33.81%	68,680	17.23%	0	0
	合计	497,911	100%	398,676	100%	230,542	100%

茄克	自制	381,835	88.72%	186,432	79.4%	208,021	81.89%
	外购、委托加工	48,556	11.28%	48,355	20.6%	46,007	18.11%
	合计	430,391	100%	234,787	100%	254,028	100%
休闲装	自制	1,723,527	93.71%	601,913	99.43%	372,143	96.56%
	外购、委托加工	115,650	6.29%	3,474	0.57%	13,265	3.44%
	合计	1,839,177	100%	605,387	100%	385,408	100%
衬衫	自制	109,186	63.73%	20,000	16.41%	22,346	44.33%
	外购、委托加工	62,134	36.27%	101,843	83.59%	28,065	55.67%
	合计	171,320	100%	121,843	100%	50,411	100%
裤装	自制	659,639	96.97%	287,867	97.33%	133,421	97.86%
	外购、委托加工	20,619	3.03%	7,888	2.67%	2,920	2.14%
	合计	680,258	100%	295,755	100%	136,341	100%
毛衫	自制	0	0	0	0	0	0
	外购、委托加工	75,468	100%	78,563	100%	31,040	100%
	合计	75,468	100%	78,563	100%	31,040	100%
棉褙	自制	43,813	97.35%	108,282	100%	113,124	100%
	外购、委托加工	1,192	2.65%	0	0	0	0
	合计	45,005	100%	108,282	100%	113,124	100%
配饰	自制	296,960	85.18%	325,759	83.42%	44,326	92.54%
	外购、委托加工	51,672	14.82%	64,732	16.58%	3,575	7.46%
	合计	348,632	100%	390,491	100%	47,901	100%
总量	自制	3,544,523	86.70%	1,860,249	83.28%	1,123,923	90.00%
	外购、委托加工	543,639	13.30%	373,535	16.72%	124,872	10.00%
	合计	4,088,162	100%	2,233,784	100%	1,248,795	100%

注 1：休闲装(下同)包括除茄克、T 恤之外的其他休闲服装，如休闲外套等；

注 2：上表中“外购、委托加工”(下同)是指本公司购进半成品或委托加工收回半成品后进行贴牌销售的情况

3、公司产品生产能力

由于发行人生产设备大部分为通用制衣设备，因季节不同而生产茄克、T 恤、衬衫等不同系列服饰产品，故生产能力指标无法分解到具体产品计算。考虑到发行人以茄克为主导产品，所以按生产单件产品耗时、耗工量的不同得出每台通用设备每日生产其他产品和茄克的数量的相关系数，再按此系数以约当产量法折算为茄克生产数量计算全年生产能力；由此，发行人近三年生产能力及利用情况为：

2001 年度发行人生产能力（约当茄克产量）为 136.37 万件，自行生产约当茄克 90.54 万件，生产能力利用率 66.39%；2002 年度发行人的生产能力（约当

茄克产量)为 176.26 万件,自行生产约当茄克 127.10 万件,生产能力利用率 72.11%。随着销售规模的不断扩大,发行人于 2002 年 12 月订购了 398 台包括专用设备在内的制衣设备,该部分设备于 2003 年 6 月投入生产后,至 2003 年年底公司总体生产能力达到 306 万件(套)。2003 年发行人自行生产约当茄克产量 270 万件,全年加权平均生产能力利用率为 92.51%。随着公司的不断发展以及产品市场影响力的不断提高,公司未来的销售能力还将逐年提升,因此,在本次募集资金到位前,公司产能将得到充分利用,不存在设备闲置的问题。

4、2001-2002 年,公司在产能逐年上升的情况下,固定资产规模(生产设备)并未出现相应增幅的原因

服装企业的产能受机器设备数量、生产流程设计、管理水平、生产组织方式等因素的影响。2001-2002 年,公司产能上升、而固定资产规模并未出现相应增幅的主要原因是公司的生产流程得到了优化:

公司于 2002 年引进日本服装生产企业管理流程,使生产流程得到了较大的改善,如:调整生产工艺、改善作业流程、细化工序,生产工序从原来的单件 40 道以内工序,细分为 70 道以上工序;增加辅工,减少了生产工人无效劳动时间(如站立、起身、做辅助动作等),大大提高了机器设备在单位时间内的产出。以茄克衫为例,公司每台设备单件茄克产量由 2001 年的 7 件/天提升到 2002 年的 9 件/天。因此,在生产设备等固定资产没有大幅增加的情况下,公司产能得到了逐步提高,生产能力(约当茄克产量)从 2001 年的 136.37 万件增加到 2002 年的 176.26 万件。

此外,公司采用有计划的定货制,使生产的计划性进一步加强,保障了生产的连续性,缩短了待单、待料的时间,生产组织方式的改进进一步增加了设备产能。

至 2002 年末及 2003 年初,公司已基本接近满负荷生产,如 2003 年 1-3 月产能利用率已达到 96.5%,为此,发行人于 2002 年 12 月订购了 398 台包括专用设备在内的制衣设备,该部分设备已于 2003 年 6 月投入生产使用。由于生产设备固定资产规模的增加,公司自身生产能力随之增长,原有自制产能不足的问题得到有效解决。截止 2003 年底,发行人总体生产能力(约当茄克产量)达到 306 万件(套),自行生产约当茄克产量 270 万件,全年加权平均生产能力利用率为

92.51%。

本次发行的保荐机构(主承销商)及会计师认为：经核查，我们认为发行人2001-2002年度在产能逐年上升的情况下，(生产设备等)固定资产规模并未出现相应增幅是合理的。2003年度发行人为提高自制产能而使固定资产规模出现较大幅度增长，符合其实际经营情况，增幅是合理的。

5、2001年、2002年公司在自有设备产能利用率不高的情况下，仍进行贴牌生产的原因

委托加工和购进半成品等贴牌生产销售的经营模式是服装品牌经营过程中的一种普遍行为。目前，国内诸多服装知名品牌，如杉杉、红豆等，均有采用贴牌的方式进行生产。发行人目前已形成以茄克、T恤、休闲装为主导产品，衬衫、西裤、毛衫为辅助配套产品的系列化产品体系，2001年和2002年发行人在自有设备产能利用率不高的情况下，仍进行贴牌生产的主要原因是：

(1) 公司自有设备产量在生产旺季无法及时满足客户所下订单的需求。服装生产销售具有明显的季节性与时效性特点。公司每年分别在4-5月、9-10月召开全国代理商订货会，落实下季生产计划，一般订货会后3个月为生产旺季，即6-8月、11月至次年1月。由于公司生产的为时尚产品，交货时间紧，因此该段时期内贴牌生产较多，贴牌产量占总产量的比重较高。

A、2001 年各月自制与贴牌生产产量及比重

单位：件

项目	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合计
自制	14,792	32,117	38,321	99,996	137,647	40,387	133,364	96,285	222,679	87,538	104,108	116,689	1,123,923
贴牌	-	-	25	-	-	2,934	48,428	44,809	20,149	940	3,701	3,886	124,872
合计	14,792	32,117	38,346	99,996	137,647	43,321	181,792	141,094	242,828	88,478	107,809	120,575	1,248,795
贴牌比重	0.00%	0.00%	0.07%	0.00%	0.00%	6.77%	26.64%	31.76%	8.30%	1.06%	3.43%	3.22%	10.00%

从上表可以看出，公司在7、8月份贴牌生产较多，其余月份则以自制生产为主。

B、2002 年各月自制与贴牌生产产量及比重

单位：件

项目	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合计
自制	304,436	274,009	220,237	121,207	184,338	56,460	92,050	138,721	92,198	251,910	40,463	84,220	1,860,249
贴牌	48,568	42,532	15,738	16,391	3,725	48,533	12,908	12,115	5,264	8,907	76,735	82,119	373,535
合计	353,004	316,541	235,975	137,598	188,063	104,993	104,958	150,836	97,462	260,817	117,198	166,339	2,233,784
贴牌比重	13.76%	13.44%	6.67%	11.91%	1.98%	46.22%	12.30%	8.03%	5.40%	3.42%	65.47%	49.37%	16.72%

从上表可以看出，公司在1-2月、6-8月、11-12月贴牌生产较多，其余月份则以自制生产为主。此外，2002年1-3月公司产品产量较大，主要原因是该期间公司接到的外贸订单较多。2002年1-3月公司生产的外贸产品分别为23.88万件、22.83万件和18.22万件。该批外贸产品为非自有品牌产品生产，属加工业务，经济附加值和技术含量相对较低。由于工艺相对简单，每月产量较大。

(2) 公司对部分非主导且需特种设备生产的产品,如毛衫等,为了简化生产作业流程,减少设备采购投入而采用了贴牌生产方式。公司生产销售非主导产品一方面能提高销售渠道的利用率,提高销售终端的单位面积效益,另一方面使品牌形象更加丰满、产品种类系列化,从而进一步巩固公司销售终端的竞争力。但由于该类产品产量相对较小,重新购置设备会造成利用率不高,技术方面发行人也不具备比较竞争优势,因此发行人采用贴牌方式生产。

(四) 主要产品的工艺流程

目前,公司现有主要产品工艺流程基本相似。工艺流程如下:

验布 铺布 裁剪 缝制 锁眼 钉扣 总检 整烫 包装

验布:根据所需的面料、里料等材料进行必要的物力检测和选择配用等。

铺布:采用自动控制装置,具有单向、往复摊布、自动换布卷、自动理布、断料、记忆铺料长度和显示铺料数据等功能。

裁剪:采用计算机辅助设计(CAD)和辅助生产系统(CAM),实现面料高精度裁断剪切工作,减少裁剪余量和裁剪工序。

缝制:采用电子、电脑、液压、气功等先进技术的缝纫设备,完成缝制时电脑控制、自动切线、自动倒缝、电磁抬压脚、自动开袋缝合等加工。

锁眼、钉扣:自动锁眼、自动剪线,缝钉2或4孔纽扣等。

整烫:采用自动或半自动熨烫,完成服装整形、定形。

(五) 公司主要生产设备

多年来,公司坚持高投入、高产出的经营理念,大量采用国际国内先进设备,工艺装备水平在国内处于领先地位。截止2003年12月31日,公司各类通用及专用制衣设备为1250台,具体情况详见下表:

设备名称	数量(台)	先进水平	还能安全运行时间
日本佐奇DDL-8500电平车	124	国内领先	70个月
DB2-B737-413兄弟牌单针电平车	142	国内领先	70个月
兄弟101-3电平车	120	国内领先	114个月
兄弟101-3电平车	250	国内领先	115个月
兄弟缝纫机	83	国内领先	118个月

工业缝纫机 CS 系列	47	国内领先	114 个月
km-430c-1 电脑切刀平车	20	国内领先	114 个月
tn-845e-3 电脑切线平车	12	国内领先	114 个月
SB-7270 电脑针送布机	10	国内领先	114 个月
km-430c-7 电脑切线平车	2	国内领先	114 个月
TN-845E-3 电脑切线平车	12	国内领先	114 个月
TN-845E-3 电脑切线平车	1	国内领先	114 个月
其它平车	100	国内领先	-
日本佐奇 M0-3614 四线机	15	国内领先	70 个月
飞马 EX3216-02/233 五线机	5	国内领先	70 个月
飞马 EX35214 四线机	5	国内领先	70 个月
日本佐奇 M0-3616 五线机	2	国内领先	70 个月
意大利双臂 150*77*82 烫台	12	国内领先	70 个月
SBP600 日本烫斗	10	国内领先	70 个月
凯固裁床工作台	20	国内领先	106 个月
日本兄弟 DH4-B980-12 电脑缝眼机	3	国内领先	70 个月
日本兄弟雅满桃 MB3100 针扣机	1	国内领先	70 个月
日本兄弟 LD3-B438EMII 钉扣机	1	国内领先	70 个月
日本佐奇 MB-377 缝扣机	2	国内领先	70 个月
CT1.8M*2.4M 裁床	10	国内领先	106 个月
美国 CAD 系统	1	国内领先	10 个月
Brother430-22 打枣机	1	国内领先	106 个月
验布机	1	国内领先	106 个月
日本兄弟 BAS-311E-2 花样机	1	国内领先	70 个月
其他设备	237	-	-
总计	1250	-	-

（六）主要原材料和能源供应及成本构成

本公司产品成本主要由面辅料、人工成本、制造费用构成，2003 年各产品成本构成如下表所示。

2003 年公司自制产品成本构成

产品种类	面辅料	人工成本	制造费用	合计
茄克	85.15%	11.27%	3.58%	100.00%
T 恤	84.22%	10.49%	5.29%	100.00%
休闲装	83.32%	10.24%	6.44%	100.00%
棉褙	86.16%	9.91%	3.93%	100.00%
衬衫	81.73%	13.83%	4.45%	100.00%
毛衫	-	-	-	-
裤装	81.90%	10.01%	8.09%	100.00%
配饰	69.98%	14.03%	15.98%	100.00%

注：目前公司无毛衫生产设备，毛衫也非公司主导产品，故公司无自制产品。

公司消耗的能源主要有水、电等。2003 年度，消耗电 1,792,388 度，消耗水 110,778 吨。

（七）产品销售情况和定价政策

1、公司产品的销售模式及对代理商的管理

目前，发行人对产品销售主要采取以代理制(包括商场代销)为主、批发团购为辅的复合型销售模式，产品通过代理商区域代理、商场代销、间接出口、批发零售及团队购买进行销售。发行人对不同销售渠道的管理方式如下：

◆ 发行人对代理商的管理

到目前为止，公司在全国拥有加盟专卖店 385 家，代理商经营商场厅(柜)149 家。发行人针对代理商制定了全方位的管理制度，主要包括：

(1) 代理商资格认定管理。发行人要求代理商必须具有一定的资金实力，具备服装销售的从业经验，由其提出代理申请，经过考核，符合条件的予以签订一年期的代理协议，认定为某区域代理商。各代理商在发行人授权指定的销售区域销售七匹狼品牌男仕服装系列产品并发展二级代理商和加盟专卖店。

发行人在与代理商签订的代理合同中约定：代理商在约定的区域只能销售发行人拥有的“七匹狼”男仕系列服装产品，代理商不得同时代理其他品牌的服装产品，否则发行人有权取消其代理商资格。

(2) 店面、厅(柜)形象管理。加盟专卖店选址需经发行人审核同意,并按发行人提供的七匹狼专卖店统一 CI 形象设计图进行装修,发行人派店铺陈列员到现场进行陈列指导并确认后方可正式开业。店内货品陈列需按公司统一要求。在商场的专卖厅(柜),按公司整体形象统一布置。营业期间发行人不定期进行店面形象及商品陈列检查。

(3) 业务培训管理。发行人每年以各种形式对全国各代理商、专卖店店长、店员进行业务培训,提升经营理念,规范经营行为,使“七匹狼”专卖店的陈列、服务都具备统一规范。

(4) 订货制度管理。发行人每年组织春夏、秋冬两次产品订货会,时间一般定在每年的 4-5 月及 9-10 月,分别针对当年度秋冬季产品及下年春夏季产品进行订货。订货会地点需根据代理商的要求以及气候、交通便利等情况,选择在全国各大中城市轮回举行。订货会一般邀请代理商、商场经理、店(柜)长、部分团购大客户参加。

订货会上,代理商向公司下达订单,一般情况下,代理商两次订货会上订单占全年销售收入的 40%左右;同时,公司根据从商场经理、团购大客户获取的市场需求信息及代理商订货情况,由公司营销部门提出订单计划,经总经理审查后下达商场销售及团队购买等方面的生产计划,此部分生产计划实现的销售额一般占全年销售收入的 35%左右。

(5) 货款结算方式。发行人与代理商在《委托代理合同》中约定了如下货款结算方面的条款:

“乙方(指代理商)所经销的产品,根据乙方进货额、回款情况、店堂形象以及配合甲方(指发行人)作品牌推广的力度情况,应季及订货产品按统一规定的零售价 4-7 折销售给乙方,过季及补货产品按实结算,甲方执行“款到发货”原则,在乙方将货款汇入甲方指定账户后,甲方才予供货。”

(6) 代理商信用管理。公司向代理商供货原则上实行“款到发货”,对一贯信用程度较好的代理商,在销售旺季为解决其资金临时周转困难,经公司总经理批准,可给予其一定的赊销额度。同时,根据代理商进货额、回款情况、店堂形象以及配合公司作品牌推广的力度等情况,按公司统一规定的零售价给予代理商一定折扣。

另外,除出现质量问题、不能按交货期交货等属发行人的原因外,代理商购

买的产品不得无故退货。但对部分代理商的滞销产品，公司可协助其向其他代理商进行调剂。

(7) 对代理商广告的管理：发行人统一策划和实施具有全国性影响力的媒体广告，费用由发行人承担。代理商在其代理区域内，为促进其区域销售，通过区域性电视台、报纸、路牌、灯箱、车身等广告媒体对“七匹狼”产品进行的广告宣传，费用由代理商承担。代理商在进行广告宣传时，由发行人提供统一的广告策划和指导。

(8) 代理商综合绩效考评管理。公司对代理商每季评分一次，对其年度业绩、店面形象维护措施、网点拓展规模和进度、信息反馈及时准确度、固定资产规模、经营规范程度等方面进行综合考评。

◆ 发行人对商场的管理

截止 2003 年末，代销发行人产品的、由公司自己管理的商场（即厅、柜）共计 16 家。发行人对商场实行代销制，除严格执行商场各项管理制度外，公司根据经营需要制定了一系列管理制度，主要包括：

(1) 商场考评管理：发行人指定专门业务人员对全国商场进行全面了解，选择地点、规模、人流量、销售前景、扣点数合适的商场洽谈，取得商场同意后，签订委托代销协议。

(2) 商场专柜形象管理：七匹狼在商场的专柜，按公司整体形象统一布置。

(3) 商场导购人员管理：由商场统一培训、统一委派导购人员，发行人承担导购人员费用。发行人根据其经营要求对导购人员实行再培训制度，实行“柜长负责制”，若发行人认为导购人员综合素质不符合发行人要求，有权向商场提出更换导购人员的请求，个别商场导购人员由发行人直接委派。

(4) 商场货品管理：发行人利用当地代理商的物流系统将货品配送到各商场，由发行人统一定价，商场负责代销；柜长将每天销售信息反馈给发行人业务人员，业务人员通知当地代理商进行货品调度。

(5) 货款结算管理：商场已实现代销的商品，由商场统一收款，由柜长负责核对，将已销商品扣除合同规定的点数后，与发行人结算货款。

随着公司品牌知名度的提高和公司实力的增强，为提升品牌形象、完善销售体系、增加销售利润、加快资金周转，公司将原商场代销的业务基本转由区域代理商管理经营，同时，投入适量资金建设直营营销体系（直营专卖店、旗舰店）。

◆ 发行人对间接出口的管理

发行人营销部门负责出口的业务人员与外贸公司进行洽谈成功后,与外贸公司签订购销合同,实行按合同条款管理的办法。

发行人产品间接出口时,根据财政部、国家税务总局《关于出口货物恢复使用增值税税收专用缴款书管理的通知》(财税字[1996]8号)的规定,一律先按增值税法定税率的40%(6.8%)确定征收率并计缴增值税税款,开具“专用缴款书”,发行人凭增值税发票及“专用缴款书”与出口企业或外贸企业结算销售货款。

发行人律师针对以上事项发表的意见为:

“经律师核查,发行人产品间接出口时均按上述规定履行了纳税义务。律师认为,发行人产品间接出口时无违反税收法律法规的情形。”

◆ 发行人对批发、团队购买的管理

发行人营销部门负责团购和批发的业务人员接洽客户,达成销售协议后,实行按合同条款管理的办法。

2、发行人销售模式和同行业类似公司的差异、差异形成原因及发行人采取的销售模式对发行人的影响

(1) 目前服装行业销售模式

A、直营专卖店销售模式:将商品通过由企业自行投资经营的专卖店直接销售给消费者。

B、商场代销模式:通过商场销售渠道将商品销售给消费者。

C、代理商销售模式:企业对代理商实行分区域销售管理,在指定区域内的产品经销权由代理商代理,然后由代理商发展特许专卖店或自营等方式实现产品销售,企业对代理商的行为进行管理,严禁代理商跨区销售的管理模式。

D、批发、团购销售模式:指企业将产品批发给代理商或直接把产品销售给某一团体、单位的市场销售模式。

E、出口加工型销售模式:指企业接受国外客户的订单,进行产品加工,然后将产品出口的销售模式。

(2) 发行人销售模式和同行业类似公司的差异及差异形成原因

A、发行人所采用的销售模式

目前,发行人采用以代理制(包括商场代销)为主、批发团购为辅的复合型销售模式。

B、其他同行业公司采取的销售模式

与发行人同行业的其他公司中,雅戈尔采用以直营专卖店销售为主的销售模式。其主要原因是为了有效控制销售终端、充分获取市场需求信息、提升品牌在消费者心目中的形象,争取更大的利润空间,但由于采用此模式需要投入大量资金进行销售渠道或销售机构的建设,因此对资金实力要求较高,同时销售渠道费用支出较大,对渠道的管理能力要求较高。截至2001年6月30日时,雅戈尔已在全国建自营专卖店321家,通过自营连锁专卖店销售产品占国内销售额的31.64%,其在2003年发行可转债后,将48,066万元募集资金投向建立雅戈尔品牌专卖全国连锁系统项目,计划将自营连锁比例增至50%。

另外,凯诺科技、红豆股份采用以批发、团购为主的销售模式,主要原因是此类公司经销网络不健全,主要集中发展集团客户。茉织华、黑牡丹、远东、大连创世等公司属出口加工型企业,采用以出口加工为主的销售模式,其产品市场主要在国外。

C、发行人销售模式和同行业类似公司的差异:

根据服装行业的发展趋势,服装企业基本采用代理制销售、商场代销、直营专卖店销售、团队购买、出口销售等的复合型销售模式。与同行业类似公司相比,发行人目前在代理商销售、商场代销等方面做得相对较好,直营专卖店销售模式还是空白,有着很大的拓展空间。

D、发行人销售模式和同行业类似公司销售模式差异形成原因:

a、充分借助商场销售渠道提高品牌知名度。“七匹狼”服装在经营初期,商场是主要的销售渠道,借助商场销售渠道,既能达到提高品牌知名度,又能达到节省广告费用的目的。

b、地域性特点为发行人发展代理商创造了条件。随着“七匹狼”品牌知名度的不断提高,发行人逐步开始建立专卖店体系,吸收那些具有长期服装销售经验,实力较强的批发客户做为代理商,并由其发展加盟专卖店。发行人所处的石狮市是全国最早的、功能齐全的服装批发市场,拥有来自全国各地的众多批发客户,发行人不需花费较多的人力、物力、财力就能在批发客户中选择优质客户做为代理商。

c、在现有规模下,发行人致力于对产品的设计、质量的控制、品牌的宣传,品牌知名度的提升;代理商致力于开拓销售渠道和市场;公司与代理商之间形成了战略联盟的伙伴关系,将企业资源合理整合,有效地控制了营业费用。

(3) 发行人采取的销售模式对发行人的影响

发行人目前采取的以代理制（包括商场代销）为主、批发团购为辅的复合型销售模式与目前自身的经济实力和经营管理水平相适应，所以取得了较好的效果，公司主营业务收入及净利润逐年提升，2001年-2003年，公司实现销售收入分别为10,431.90万元、14,854.20万元、18,446.88万元，净利润分别为1,537.29万元、2,220.38万元、2,497.44万元；“七匹狼”品牌知名度不断提高，“七匹狼”牌休闲茄克市场综合占有率在同类产品中连续3年名列第一，“七匹狼”牌T恤市场综合占有率在同类产品中连续3年名列前十名。但是，发行人对销售渠道的控制能力较弱，利润空间较直营销售模式小。随着公司募集资金逐步到位，发行人将投入部分资金建设直营专卖店、旗舰店，以充分发挥加盟代理与直营专卖的综合优势，进一步提升公司的品牌形象，提高终端的销售水平，促进公司的销售规模，扩大产品的市场占有率。

3、发行人未来销售模式

预计在未来三年内，公司的产品销售模式将以国内区域代理为主，间接出口、直接出口、直营销售、商场代理、批发零售及团队购买为辅。三年后，公司的销售模式将以国内外区域代理和直营销售为主，其它形式为辅。

公司营销方式的调整，是基于公司不同发展阶段的要求。服装企业在不同的发展阶段（大体可分为品牌创立、品牌成长和品牌提升三个阶段），必须根据自身综合实力、战略目标和市场环境要求，选择与之相适应的营销模式，才能实现效益的最大化。

（1）公司目前的营销模式比较适应处于品牌成长阶段的服装企业的要求

公司目前采用的以代理制（包括商场代销）为主、批发团购为辅的复合型销售模式，主要优点在于：营业费用较低；销售网络建设投入较小；网络扩张速度快；资金占用低。对处在品牌成长阶段的服装企业来说，由于经济实力不强、销售网络不健全，采用该种方式能迅速占领市场。

但这种营销模式存在明显不足：

第一，公司对销售渠道的控制力不够强。代理商仅在业务上受公司控制，人、财、物皆独立于公司，经营计划也根据其业务目标和对风险的好恶度确定。虽然代理商由于业务的连续性等原因，对公司有较强的依赖性，但公司对其业务发展规模控制不够，进而影响公司经营计划的执行力度。

第二，公司对市场需求信息的反应不够快。在目前营销模式，代理商最接近市

场，市场信息主要通过代理商间接反馈到公司。这种方式一是存在时滞，二是信息间接传递容易造成遗漏和失真。

第三，公司对品牌形象的统一策划不能得到充分执行。由于代理商人员管理的独立性，公司不能控制代为培训过的代理商员工的流失；同时，由于财务的独立性，代理商出于成本方面的考虑，对执行公司品牌推介等具长远竞争力的营销策略缺乏积极性。因此，公司推行的品牌文化、个性化终端等统一营销策划容易受代理商人员素质和财务成本等因素的限制不能得到完全落实。

此外，与直营模式相比，代理制下销售网络的稳定性也不够强。

上述问题制约了公司的进一步发展，妨碍了公司品牌竞争力的提高。因此，公司拟引入直营营销模式，弥补目前营销模式的不足。

（2）公司在现阶段引入直营模式有助于提升品牌竞争力

由直营店和旗舰店组成的直营模式的缺点在于投资大、需要占用存货资金，但有助于提升企业持续竞争力。公司经过多年发展，已具备了一定的业务规模，公司品牌已有了较高知名度，现阶段引入直营模式，将有利于公司品牌形象的维护和提升，进一步增强公司的市场竞争力。具体体现在：

第一，提高公司营销网络的稳定性，有效防范代理商风险。直营店为公司自有机构，体系建成后将成为公司营销网络的骨干。在高级别代理商退出公司营销网络时，当地直营店能有效接管其下属代理商，从而避免营销网络出现震荡，保持业务的稳定。

第二，完善对代理商的服务，提升公司品牌形象。直营店的展示很具有说服力和参考性，能为代理商专卖店提供有效示范。直营店能为代理商进行人员培训、管理咨询，提高代理商专卖店的服务水平。通过直营店公司能加强对代理商专卖店的督导。此外，由于资金优势和公司直接管理产生的管理优势，直营店一般规模较大、商品种类齐全、店内摆设更为科学，直营店通过形象展示，特别是旗舰店的形象展示，能有效显示公司的实力。

第三，提高公司的利润水平。直营店抛开了中间环节，公司直接面对消费者，可以赚取较高的营业利润。

第四，有助于公司获取最有效的市场信息。直营店使公司直接接触市场，了解消费者的需求特点，迅速、准确地获取市场信息。

第五，有助于公司统一进行品牌推介和营销活动。由于对网络的控制权增加，

公司能有效进行操作管理，能完美体现、执行公司的品牌战略和营销理念。

第六，便于公司推出新产品和处理库存品、特价产品。目前公司产品开发的趋势是系列化。直营店的卖场大，摆放品种齐全，能完整陈列公司推出的系列化新产品，能有效满足消费者的“一站式购物”的需求。服装的流行性和季节性强，并且大小、颜色、品种繁多，季末不可避免出现断色、断码现象。因此，处理库存产品为服装销售的必备的一个环节。通过直营店的大卖场，公司能快速处理库存品，避免资金低效占用。

4、公司产品销售情况

(1) 按生产方式划分

公司产品生产分为自制和贴牌。2001-2003年，公司自制和贴牌产品销售情况如下：

产品种类	生产销售方式	2003 年度		2002 年度		2001 年度	
		销量 (件套)	销售收入 (万元)	销量 (件套)	销售收入 (万元)	销量 (件套)	销售收入 (万元)
T 恤	自制	325,802	1,678.30	401,891	2,764.50	151,557	2,483.13
	贴牌销售	141,771	1,208.88	59,167	971.97	0	0
	合计	467,573	2,887.18	461,058	3,736.47	151,557	2,483.13
茄克	自制	329,018	3,347.24	282,556	2,975.27	206,379	3,752.09
	贴牌销售	72,563	1,315.20	51,626	1,031.05	13,810	295.28
	合计	401,581	4,662.44	334,182	4,006.31	220,189	4,047.37
休闲装	自制	1,468,752	4,240.56	635,656	3,111.93	340,929	2,024.02
	贴牌销售	110,890	497.67	2,299	81.89	14,190	74.04
	合计	1,579,642	4,738.23	637,955	3,193.82	355,119	2,098.06
衬衫	自制	96,013	489.97	959	15.57	21,387	150.75
	贴牌销售	76,902	745.68	86,211	1,098.25	13,049	192.83
	合计	172,915	1,235.65	87,170	1,113.82	34,436	343.58
裤装	自制	510,805	1,552.14	274,630	877.50	120,738	518.80
	贴牌销售	22,559	210.71	12,519	85.41	2,888	65.45
	合计	533,364	1,762.85	287,149	962.91	123,626	584.25
毛衫	自制	0	0	0	0	0	0
	贴牌销售	96,013	1,322.11	54,686	849.56	14,660	341.35

	合计	96,013	1,322.11	54,686	849.56	14,660	341.35
棉褙	自制	93,709	1,343.57	64,584	575.83	72,129	388.19
	贴牌销售	1,111	8.79	0	0	0	0
	合计	94,820	1,352.36	64,584	575.83	72,129	388.19
配饰	自制	291,960	316.58	332,411	354.06	45,926	116.41
	贴牌销售	49,344	169.48	15,086	61.41	3,555	29.56
	合计	341,304	486.06	347,497	415.47	49,481	145.97
总量	自制	3,116,059	12,968.36	1,992,687	10,674.67	959,045	9,433.39
	贴牌销售	571,153	5,478.52	281,594.0	4179.54	62,152.	998.51
	合计	3,687,212	18,446.88	2,274,281	14,854.20	1,021,197	10,431.90
	贴牌销售 占总量的 比例	15.49%	29.70%	12.38%	28.14%	6.09%	9.57%

注：“贴牌销售”指本公司购进半成品或委托加工收回半成品后进行销售的情况。

(2)按内外销情况划分

2001-2003年，公司产品销售情况如下：

年度	销售方式	销售数量 (件套)	销售金额 (万元)	销售毛利 (万元)	毛利率
2003	内销	1,208,681	13,367.70	5498.52	41.13%
	间接出口	2,478,531	5,079.18	997.66	19.64%
	合计	3,687,212	18,446.88	6496.18	35.22%
2002	内销	735,650	11,151.65	4718.36	42.31%
	间接出口	1,538,631	3,702.55	450.69	12.17%
	合计	2,274,281	14,854.20	5169.06	34.80%
2001	内销	425,633	8,460.78	4018.36	47.49%
	间接出口	595,564	1,971.11	-63.23	-3.21%
	合计	1,021,197	10,431.90	3955.13	37.91%

从以上表可以看出，2001-2003年公司产品内外销的销售数量和销量收入均呈现大幅增长的态势，但销售数量和销量收入的增长不同步。

2003年公司产销量增幅较大，但销售额未能同步增长的主要原因是：

1. 公司生产的部分产品款式较上年简单，产品平均单价比上年有所下降。
- 服装行业注重时尚，每年流行趋势都会不同，有的年份流行奢华，有的年份

流行简约，每年产品的款式、用料都会有所不同。2003 年公司适应市场需求，减少了用料量大的复杂款式服装的生产，如：双面茄克。面料质地方面，高档呢料、双丝光面料用量较上年减少，棉布等面料用量增加。因此，由于款式、用料等方面存在显著差异，2003 年公司产品的平均定价较 2002 年低，影响了销售额的增幅。

2. 单价相对较低的外贸产品产销量有较大幅度的增长。

公司目前生产的外贸产品为非自有品牌产品，工艺简单，与公司内销产品的单价差距较大。不考虑产品的差异性，2003 年以销售收入除以销售量得到的内销产品的平均单价为 110.60 元，而外销产品的平均单价为 20.49 元。为了实施国际化经营战略，将产品逐步打入国际市场，公司采取低价销售的策略通过外贸公司进行间接出口业务。随着公司产品的工艺、质量逐步得到境外客户的认可，2003 年公司间接出口产品数量又有了进一步的增长，增幅为 61.09%，销售量占当年销售总量的 67.22%，销售收入占当年销售收入总额的 27.53%。低单价产品销售数量的迅速增长，使公司销售总量增幅较大，但销售总额增幅相对较小。

(3) 按销售区域划分

金额单位：元

地 区	2003 年度	2002 年度	2001 年度
华 南	68,419,617.44	66,243,566.37	38,096,200.26
华 东	57,940,495.97	35,372,305.93	31,124,328.59
华 北	18,192,987.08	20,090,147.60	13,917,567.11
东 北	20,079,140.02	12,603,595.05	12,422,947.47
西 南	12,821,849.64	9,861,669.95	6,179,776.40
西 北	7,014,665.24	4,370,711.68	2,578,146.90
合 计	184,468,755.39	148,541,996.58	104,318,966.73

其中：2001-2003 年，本公司通过外贸公司间接出口的服装产品分别为 1,971.11 万元、3,702.55 万元、5,079.18 万元。

(4) 各类产品产销率及产品定价策略

期间	各类产品产销率(%)								
	T恤	茄克	休闲装	衬衫	裤装	毛衫	棉褛	配饰	合计
2003年	93.91	93.31	85.89	100.93	78.41	127.22	210.69	97.9	90.19
2002年	115.65	142.33	105.38	71.54	97.09	69.61	59.64	88.99	101.81
2001年	65.74	86.68	92.14	68.31	90.67	47.23	63.76	103.30	81.77

产品定价策略：以保持和增加市场份额、维护公司利益为出发点，在充分分析市场流行趋势、供求变化及市场消费能力的基础上，参照同行业同档次产品的价格，综合考虑本公司品牌、产品质量、经营成本、利润率等因素制定合理的产品价格。

五、主要固定资产及无形资产

(一) 主要固定资产情况

公司固定资产主要包括：房屋及建筑物、生产用机器设备、办公自动化设备、家具设备、交通及运输设备和其他设备。由于公司定期进行固定资产的维修、保养和改造，上述固定资产的使用状况良好。

1、近三年固定资产原值

金额单位：元

项 目	2003.12.31	2002.12.31	2001.12.31
房屋及建筑物	59,405,718.20	25,316,446.00	19,810,360.00
生产用机器设备	28,592,296.07	16,733,943.72	15,819,520.32
办公自动化设备	2,671,244.40	1,870,364.00	1,211,892.00
家具设备	402,531.00	16,800.00	16,800.00
家电及影像设备	462,166.00	30,450.00	0.00
交通及运输设备	5,725,885.44	4,391,637.44	6,584,475.64
通讯及网络设备	724,000.80	150,773.00	0.00
合 计	97,983,841.91	48,510,414.16	43,443,047.96

2、近三年固定资产累计折旧

金额单位：元

项 目	2003.12.31	2002.12.31	2001.12.31
房屋及建筑物	4,243,161.95	3,308,184.12	2,480,543.72
生产用机器设备	11,032,305.88	10,729,263.78	9,644,906.26
办公自动化设备	934,437.79	526,477.84	279,297.42
家具设备	20,122.12	4,284.00	1,260.00
家电及影像设备	26,677.16	456.75	0.00
交通及运输设备	1,553,787.90	1,119,123.09	1,702,844.13
通讯及网络设备	68,726.66	15,792.20	0.00
合 计	17,879,219.46	15,703,581.78	14,108,851.53

3、近三年固定资产净值

金额单位：元

项 目	2003.12.31	2002.12.31	2001.12.31
房屋及建筑物	55,162,556.25	22,008,261.88	17,329,816.28
生产用机器设备	17,559,990.19	6,004,679.94	6,174,614.06
办公自动化设备	1,736,806.61	1,343,886.16	932,594.58
家具设备	382,408.88	12,516.00	15,540.00
家电及影像设备	435,488.84	29,993.25	0.00
交通及运输设备	4,172,097.54	3,272,514.35	4,881,631.51
通讯及网络设备	655,274.14	134,980.80	0.00
合 计	80,104,622.45	32,806,832.38	29,334,196.43

4、主要固定资产状况

固定资产名称	使用 年限	年折 旧率	成新率	有无报废 更新可能
日本佐奇 DDL-8500 电平车	10	9%	62.50%	无
日本兄弟 DH4-B980-12 电脑缝眼机	10	9%	62.50%	无
日本兄弟雅满桃 MB3100 针扣机	10	9%	62.50%	无
日本兄弟 LD3-B438EMII 钉扣机	10	9%	62.50%	无

日本佐奇 MB-377 缝扣机	10	9%	62.50%	无
飞马 EX3216-02/233 五线机	10	9%	62.50%	无
日本佐奇 M0-3616 五线机	10	9%	62.50%	无
飞马 EX5214 四线机	10	9%	62.50%	无
日本佐奇 M0-3614 四线机	10	9%	62.50%	无
意大利双臂 150*77*82 烫台	10	9%	62.50%	无
美国 CAD 系统	5	18%	25.00%	无
CT1.8M*2.4M 裁床	10	9%	89.50%	无
Brother430-22 打枣机	10	9%	89.50%	无
验布机	10	9%	89.50%	无
日本兄弟 BAS-311E-2 花样机	10	9%	62.50%	无
兄弟 101-3 电平车	10	9%	95.50%	无
km-430c-1 电脑切刀平车	10	9%	95.50%	无
tn-845e-3 电脑切线平车	10	9%	95.50%	无
SB-7270 电脑针送布机	10	9%	95.50%	无
km-430c-7 电脑切线平车	10	9%	95.50%	无
TN-845E-3 电脑切线平车	10	9%	95.50%	无
TN-845E-3 电脑切线平车	10	9%	95.50%	无
房屋及建筑物	20	4.5%	81.25% - 100%	无

(二) 土地使用权

目前，公司共有土地使用权面积共计 28,030.70 平方米。其中：

1、土地使用权证号为晋国用（2002）字第 00800、00801、00991、00021、00070 号的五宗土地面积共计 27,665 平方米，土地原值 5,209,607.50 元，截止 2003 年 12 月 31 已累计摊销 293,106.16 元，摊销余值为 4,916,501.34 元。具体情况如下：

金额单位：元

土地使用权证号	原值	累计摊销额	余值	剩余摊销期限（月）
晋国用（2003）字第 00021 号	474,211.50	10,274.05	463,937.45	587.00

晋国用(2002)字第00800号	554,220.00	19,397.70	534,822.30	579.00
晋国用(2002)字第00801号	1,698,444.00	76,429.98	1,622,014.02	573.00
晋国用(2002)字第00991号	2,258,443.00	176,911.29	2,081,531.71	553.00
晋国用(2003)字第00070号	224,289.00	10,093.14	214,195.86	573.00
合计	5,209,607.50	293,106.16	4,916,501.34	-

2、面积共计 365.70 平方米的土地使用权证号为狮灵国用(2002)字第 0148 - 0171 号的 24 宗土地，与对应的狮房权证灵秀字第 00262 - 00285 号《房屋所有权证》项下房屋计入固定资产入帐。

其他情况详见本招股说明书第五节“发行人基本情况”的相关内容。

(三) 经营性房产

目前，公司共有生产经营用房产共计 43,355.35 平方米。具体情况详见本招股说明书第五节“发行人基本情况”的相关内容。

(四) 商标

目前，与本公司“七匹狼”服装相关的 10 件注册商标中，商标注册证号分别是 706061、706062、706063、706064、933429、1465385、513537、608670、2022410、1457248。

具体情况详见本招股说明书第五节“发行人基本情况”的相关内容。

六、主要产品质量控制情况

(一) 质量保证体系

本公司已于 1998 年通过 ISO9002 国际质量体系国际[挪威船级社 DNV]、国内[CQC]双重认证，并由总经理担任第一质量责任人，并聘请了日本、台湾专家为公司的技术监督，有较完善的质量保证体系，具体情况如下：

1、公司按照 ISO9002 质量体系的要求，制定有较完善的生产管理制度，具体包括《生产物料控制(PMC)手册》、《进料检验(IQC)运作手册》、《制程检验(QC)运作手册》、《成品检验(QA)运作手册》。同时，根据实际情况制定年度质量

方针和目标，作为年度质量控制总纲。

2、公司建立有专门的质量控制部门——生管事业中心，下设材料质检部、制程质量控制部、成品质量检验部，分别对入库材料、工厂制程质量、出库成品进行质量控制，确保各环节质量符合要求。

3、配备有先进的质检设备：起毛起球仪、耐汗渍牢度仪、耐磨擦牢度仪、水洗色牢度仪、电子天平秤、圆盘取样器等。

4、公司具有严密的工艺纪律制度，仿制工艺与生产实际相脱节，各道工序的生产工艺必须符合质量要求。

（二）质量检测标准

公司现有产品及募集资金投资项目拟采取的质量检测标准分别为：

针对面料：公司的原辅材料、饰料进厂后由公司技术质检部门按有关部门规定的 Oeko - Tex Standard 100 绿色环保等标准进行检测，使之符合面料的外观质量标准（甲醛含量、禁用偶氮染料成分、阻燃燃料、重金属等）和内在指标。

针对成品：公司产品分别按 FZ-T81008-1994 茄克标准、FZ/T73008-2002T 恤标准等规定执行，产品质量符合国家行业检测标准和服装产品标准的有关规定。

（三）产品质量纠纷

由于公司有较完善的质量控制体系，多年来未发生产品质量纠纷和投诉案件。

七、公司主要客户、代理商及供应商

（一）向前 5 名客户销售情况

年度	向前 5 名客户销售金额（元）	占当期销售总额比例（%）
2003 年度	61,465,164.21	33.32%
2002 年度	60,928,941.50	41.02%
2001 年度	39,872,623.08	38.22%

2003 年度，公司前五名客户分别为：

客户名称	销售金额（元）	占全年销售收入比例
厦门建发股份有限公司	15,773,894.11	8.55%

常州三箭晋陵商贸有限公司	14,584,251.17	7.91%
杭州都市先锋服装有限公司	11,282,048.02	6.12%
鳄鱼恤(中山)有限公司莎溪经营部	10,741,832.56	5.82%
宁波海田国际贸易有限公司	9,083,138.35	4.92%
小计	61,465,164.21	33.32%

前5名客户中无本公司的关联方,向单个客户的销售金额未超过销售总额的50%。

(二) 公司前5名代理商销售情况

年度	前5名代理商销售金额(元)	占当期销售总额比例(%)
2003年度	43,986,899.61	23.85%
2002年度	24,921,378.20	16.78%
2001年度	13,677,054.66	13.11%

2003年度,公司前五名代理商分别为:

代理商名称	销售金额(元)	占全年销售收入比例
常州市三箭晋陵商贸有限公司	14,584,251.17	7.91%
杭州都市先锋服饰有限公司	11,282,048.02	6.12%
长春市金孔雀经贸有限责任公司	7,107,234.36	3.85%
广州奔穗服饰有限公司	5,877,618.19	3.19%
北京恒隆盛服饰有限公司	5,135,747.87	2.78%
小计	43,986,899.61	23.85%

前5名代理商中无本公司的关联方,向单个代理商的销售金额未超过销售总额的50%。

(三) 向前5名供应商采购情况

年度	向前5名供应商采购总金额(元)	占当期采购总额比例(%)
2003年度	18,524,277.57	22.37%
2002年度	20,521,419.17	27.10%
2001年度	19,297,415.16	25.92%

2003 年度，公司前五名供应商分别为：

供应商名称	采购金额（元）	占全年采购总额比例
顺德伟纶针织厂有限公司	4,871,794.90	5.88%
中山市力邦先迪纺织制衣有限公司	4,006,745.76	4.84%
苏州丝绸科学研究所经济发展有限公司	3,496,254.29	4.22%
福建众和股份有限公司	3,410,218.30	4.12%
常州伊恩纺织品有限公司	2,739,264.32	3.31%
小计	18,524,277.57	22.37%

前 5 名供应商中无本公司关联方，向单个供应商采购金额未超过采购总额 50%。

（三）公司与前 5 名客户及前 5 名供应商的关联情况

本公司的董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、本公司主要关联方、持有本公司 5%以上股份的股东未在上述供应商或客户中持有股份。

八、公司发行前重大业务和资产重组情况

本公司自成立以来，进行了一次重大投资和一次股权转让，分别为：投资并控股泉州市与狼共舞服装有限公司；转让持有的泉州市与狼共舞服装有限公司股权。具体情况详见本招股说明书第五节“发行人基本情况”的相关内容。

由于本公司持有泉州市与狼共舞服装有限公司股权的时间不长，以上重大资产变化对本公司业务的连续性、管理层的稳定性及经营业绩均无重大影响。且针对以上股权投资及转让行为，公司独立董事发表了独立意见，认为以上投资、转让行为公允、合理，没有违反《公司法》、《公司章程》的有关规定，有利于公司的长远发展，没有损害公司利益。

九、公司技术水平及研发情况

（一）公司现有产品的技术水平

1、技术水平

本公司严把产品质量关，在生产工艺与流程方面大量采用先进设备，目前采

用的 BrotherB737-747 平车、Brother980-12 凤眼、飞马 EX3216-02/233 五线机、飞马 EX5214 四线机、Brother430-22 打枣机验布机、CAD 力克系统、BrotherBAS-311F 花样机等生产设备，在国内处于领先水平。

2、生产工艺

公司产品在生产过程中，都有较为完善的生产工艺，产品设计环节使用计算机辅助设计系统（CAD）；生产流程各工序普遍实行在线检测技术和自动化系统；生产流程广泛使用计算机辅助制造系统（CAM）；成品采用自动或半自动熨烫并完成服装整形、定形。

3、技术诀窍

经过多年的发展，公司对服装的研发、设计、生产有深刻的理解，已设计生产了多款服装系列产品，尤其是在休闲服系列产品的设计生产方面积累了大量的生产经验和技術诀窍。

（二）募集资金拟投资项目的技术水平

1、技术水平

本次募集资金项目将采用世界上一流的设备，包括法国 Lectra CAD 系统、IMA 自动铺布机、Lectra CAM 自动裁剪系统、VT2500、VT5000 裁床，能减少用料，提高工作效率和产能 5~20%。在生产工艺方面，采用日本羽岛粘合机及由电脑控制的日本 BROTHER 缝纫设备和 NAOMOTO 熨烫设备以及瑞典 ETON2002 吊挂生产系统等，大幅度提高了生产的自动化程度。其中，日本羽岛粘合机具有多种宽度的工作面、省电、设备稳定性好，粘压均匀，牢度好、不起泡；瑞典 ETON2002 型吊挂生产系统，将夹持裁片或半成品的吊架循环传送至各个工作站，车缝人员在各工作站内完成整条流水线的各道工序任务；电脑控制系统以网络形式连接每一个工作站内的智能终端，掌握在线生产情况，以实现对整条流水线的实时管理控制，实现生产自动显示、工段排序、自动平衡、品质检测四个主要功能。

通过以上设备，管理人员更易掌握生产线上的即时生产状况，进行实时动态控制。对生产人员实行量化考核，科学管理，减少传统作业方式中车缝前、后捆包和准备工作，增加主作业时间，大幅度提高每位员工的生产效率。作业人员不必弯腰走动搬运裁片或半成品，降低员工疲劳度和劳动程度。以上设备和工艺的采用将使工作环境干净舒适，流水线顺畅。生产过程产品不落地，产成品的皱褶

和污渍疵点减少，品质和效率得到提高，有助于提升品牌和公司在消费者和客户中的形象，也大幅度缩短投入产出时间，适应市场快速反应需求。

2、新材料的运用

本次募集资金主要投向中高档休闲茄克等项目。以上项目大量采用目前国际、国内市场较先进的原材料，其中中高档休闲茄克项目大量采用国际上流行的耐用、防水、透气和防风的 GORE - TEX 面料及从意大利、韩国进口纯毛、毛混纺等面料。

具体情况详见本招股说明书第十二节“募股资金运用”的相关内容。

（三）研究开发情况

1、公司研发机构设置情况

目前，公司具备较强的研究设计能力，每年能根据市场需求变化推出 600 多款新产品。公司正准备在上海设立七匹狼产品设计开发中心，强化公司在总部设立的各种产品和面料开发小组的研发实力。研发机构具体情况为：

（1）上海设计开发中心将以熟知中国大陆服装市场的国内服装设计师为主体，负责对中国服装市场进行研究。根据海外市场推出的新款式和新的原材料，结合对中国服装市场的研究结果，制定服装产品设计开发的具体实施方案；

（2）公司总部各产品设计开发小组分别为：梭织面料设计开发小组、针织面料设计开发小组、辅料及包装材料设计开发小组、茄克衫设计开发小组、T 恤衫设计开发小组、衬衫设计开发小组、配饰设计开发小组、商品陈列组合设计推广小组，为公司新产品的开发、设计、推广打下了坚实的基础；

（3）公司“纺织面料研究室”专门从事各项高新材料开发及信息跟踪及多种纤维特种功能纺织品两个中试基地。

2、未来研发机构设置构想

未来 2 - 3 年，公司将在日本、香港设立新的研发设计中心，以进一步增强公司的研发实力。设置以上两个研发中心的思路为：

（1）日本设计开发中心以日本著名服装设计师为主体，主要收集世界纺织服装市场发展信息，掌握世界纺织服装商品流行动态，研究意大利米兰、法国巴黎、日本东京等世界时装名城服装在颜色、材料、工艺等方面的最新流行动态，采用新工艺、新设计，开发新功能面料和进行新型面料的产品组合设计与开发，制定七匹狼产品的流行色彩组合和与新工艺、新材料相结合的产品开发战略。

(2) 香港开发设计中心以香港著名服装设计师为主体,对香港、亚洲国家纺织服装潮流、发展趋势进行研究,根据亚洲的需求变化,以及消费者对不同文化的需求,制定开发新款式和版型的方案。

3、人员构成

目前,公司从事新产品研发设计的技术人员占管理人员总数的 11.28%,研发机构目前有 13 人。

4、研发费用占主营业务收入的比重

公司在注重引进先进技术、设备的同时,十分注重对新产品的开发,已陆续自主开发了一些技术含量高、受市场欢迎的高附加值产品。2003 年度产品研发费用投入约占主营业务收入的 0.42%。

5、公司未来产品设计和研发投入的具体安排

公司计划未来 3 年内将研发费用占销售收入的比例由 2003 年的 0.42%逐步提高到 2%,3 年内累计投入研发费用将达到 1000 万元。公司未来设计与研发将集中在以下领域:

(1) 产品开发

公司计划在 2005 年开发运动休闲系列产品,2006 年开发童装系列产品和针织系列产品。

(2) 产品功能性开发

公司计划在 2005 年成立“功能性休闲服研究室”,投入资金 100 万元,研究增加产品的防风、防蚊、防雨以及吸湿、排汗等功能,以开发登山、野外休闲系列产品。

公司计划在 2005 年引进 4 套三维非接触性测体系统,利用该系统收集目标客户群体的体型数据,研究开发未来产品的版型,提高公司产品的舒适度和功能性,也为公司未来开展量身定制产品业务提供平台。

(4) 新材料服装开发

公司将组织纺织面料研究室及相关部门,进行大豆纤维、纳米纤维、竹纤维和彩棉等新材料服装产品的开发和试制生产。

(5) 顾客消费行为研究

公司将在 2006 年成立“服务创意设计研究室”,研究目标消费群体购物时的消费心理,以指导专卖店在店堂陈列、小憩区设计、导购服务等方面进行改进。

（四）发行人保持服装设计领先优势的具体措施

1、及时捕捉市场信息，保持服装需求及设计信息及时更新

发行人作为中国休闲装委员会副主任委员，每年通过派人参加该委员会组织的各类会议、接收该委员会发布的服装流行信息，能及时了解休闲装行业的最新流行动态，同时发行人总经理周少雄先生作为福建省服装协会会长和泉州市服装协会会长，拥有 13 年服装设计、开发和营销的管理经验，其广泛地与世界各地服装协会进行交流与合作，能及时收集世界服装行业发展的最新动态咨询；另一方面，发行人每年受邀参加意大利米兰及佛罗伦萨、法国巴黎国际男装设计博览会，从发布会上可以获得男装“流行色”、“流行面料”、“设计概念”等信息，掌握最新“流行信息”的第一手资料；第三，发行人代表中国服装协会每年 3 月 28 日在北京“中国国际服装博览会”上向世界发布“休闲装流行趋势”；第四，发行人还是中国纺织信息网、中国服装网、中国商业联合网等网站的会员单位，能及时地接受到世界各地的纺织品服装信息，经过发行人专职信息采编人整理转化成企业所需的信息。

2、强大的专业设计团队优势

目前，发行人研发设计团队共有专职人员 13 人，其中日本的男装首席设计师畠山巧(Hatakeyama Takumi)、香港的男装零售店面设计专家冯彦文，分别主持发行人新产品设计、店面设计及陈列设计工作；并由冯彦文先生长期主持商品开发部门的日常业务运行，整合相关资源，培训专业人才，组建设计团队；另一方面，发行人从 1998 年开始，经常与国内服装设计最高奖“金鼎”奖获得者——顶尖设计师张肇达、刘洋、计文波等交流合作，不断更新设计理念，推出更贴近消费群体又能引导男装潮流的新款型。

3、立足设计专业人才的培养

发行人每年从北京服装学院、东华大学、成都纺专等专业高校，引进各类优秀专业人才，目前来自各专业高校的专业人才在公司内部各岗位轮职培训的研发设计人才已有数十名，他们将逐渐成为公司未来研发设计的生力军。此外，公司还定期派员到国内各专业院校进行培训，同时利用国际服装展的机会，派员到国外展团观摩学习，这些措施都为公司培养了大量的研究开发人才。

4、强化计算机辅助设计研发机制

发行人目前采用世界最先进的力克(Lectra)CAD/CAM 系统,并设置专业操作人员辅助商品设计研发工作,提高设计部门的工作效率。发行人依靠多年的经验,已形成了一套特有的商品研发体系架构,能迅速针对市场潮流与消费需求,运用CAD 设计系统进行“面料材料组成分析”、“理化实验”、“工艺改进”、“三维成像”、“工艺流程”设计,从而设计出符合“七匹狼”休闲装特点的款式。

5、加强新型面料应用资源的开发

面料的应用,在男装设计方面至关重要,能否取得多元化的优质面料来源,已成为服装设计成败的关键。发行人产品研发部的产品设计开发小组中设置了梭织面料设计开发小组、针织面料设计开发小组、纺织面料研究室、多种纤维特种功能纺织品中试基地,专门从事各项高新材料开发及信息跟踪。同时,公司还与高等院校、服装研究所、材料供应商合作研发各类最新材料。

(五) 发行人知识产权

1、发行人外聘服装设计师相关设计知识产权的归属及理由

发行人与外聘的服装设计师所属公司签署了《技术服务合同》,《技术服务合同》中规定了设计成果之知识产权无条件属发行人所有及设计成果的保密约定。因此,发行人外聘的服装设计师为其设计的成果无条件归发行人所有。

2、发行人目前持有的25类与“七匹狼”文字及图形相关的10件注册商标,均已在国家工商行政管理总局商标局注册,所有权明确属于公司所有。公司现持有注册商标及公司商号,不存在侵犯其他人在先权利的情形,迄今也未发现国内或国外其他服装类企业使用与公司持有商标相同或类似的商标之情形。公司现持有的25类“七匹狼”中英文及图形商标于2002年2月28日被国家工商行政管理总局认定为“中国驰名商标”,已列入国家商标局产权保护目录。

3、发行人律师关于公司知识产权相关问题的意见

发行人律师认为:

“发行人与发行人聘请的服装设计师所属公司签署了《技术服务合同》,《技术服务合同》中规定了设计成果之知识产权无条件属发行人所有及设计成果的保密约定。

发行人现持有的第25类与七匹狼文字及图形相关的10件注册商标,迄今未发现国内或国外其他服装类企业使用与发行人持有商标相同或类似的商标之情

形，也未发现发行人已持有注册商标侵犯了其他人的在先权利。

发行人在服装设计方面已采取了相应的知识产权保护措施，发行人现正在使用的商标，均未发现构成对国内或国外其他企业注册商标的侵权，也未发现相同或类似的情况。正在申请的“七匹狼世家”商标属发行人采取的知识产权保护措施（仅注册不使用），因此，无论异议结果如何，将不会影响发行人的生产经营活动。”

十、技术创新机制及企业文化建设

作为立志成为国际服装知名品牌的企业，公司生产基本围绕国际、国内两个市场进行。国际服装市场的变化以及外商对产品质量的高要求为公司进行技术和产品创新提供了直接动力。产品与技术创新紧紧围绕扩大国内市场占有率及增加出口、提高出口竞争力进行，根据自身对国际、国内服装市场发展变化趋势的把握，提出和实施技术改造方案和产品开发计划，同时根据客户订单的具体要求，开展技术攻关，不断研制开发出适应国际、国内服装市场需求的高附加值产品。公司在行业内的优势地位吸引了一批研发、设计的专业人才，同时公司加大对研发人才的大力引进、培养和激励，公司内部形成了鼓励创新、支持创新的氛围，为公司进行技术创新、保持产品领先提供了保证。

本公司的经营理念为“诚信、求实、敬业、奉献”，企业精神为“挑战人生，永不回头”。公司建立了灵活且可执行的人才激励机制和企业科技开发机制，在员工内部形成了“富有团队精神、勤奋学习、埋头苦干、勇于开拓创新、不断发展”的工作风气，长期注重企业文化建设，不断丰富企业文化内涵，潜移默化地将企业文化建设成功融入了公司经营管理活动中。公司通过建立相关制度，定期出版企业《七匹狼》杂志，开展价值观教育、素质教育和企业文化探讨等，逐步将企业文化建设规范化、系统化，为公司今后的快速发展奠定了良好基础。

第七节 同业竞争与关联交易

一、同业竞争

本公司及控股子公司与控股股东七匹狼集团及其各控股和参股企业、与其它股东、与实际控制人周氏家族控制的企业不存在同业竞争。

（一）本公司及控股子公司与控股股东七匹狼集团不存在同业竞争

本公司经营范围为服装、服饰产品及服装原辅材料的研发设计、制造及销售，机绣制品、印花的加工；自营和代理各类商品和技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。主营服装及服饰产品的设计、加工及销售，主要产品有“七匹狼”牌茄克、T恤衫、休闲装等休闲服装。本公司控股子公司上海七匹狼实业有限公司经营范围为服装、服饰设计及销售等。该公司于2003年6月成立，2003年8月开始运营，主要产品为“七匹狼”牛仔系列服饰。

本公司控股股东七匹狼集团经营范围为体育用品、工艺美术品、纸制品、酒、副食品、建材、百货、五金交电、日杂用品批发，对外投资；目前，七匹狼集团主要业务为对外进行各种投资，不具体从事生产经营活动，为投资控股型企业。

从以上分析可以看出，七匹狼集团目前所从事的业务与本公司及控股子公司业务在性质、目标消费群等方面均存在显著差异，相互间不构成同业竞争。

（二）本公司及控股子公司与七匹狼集团各控股和参股的企业不存在同业竞争

七匹狼集团各控股和参股的企业情况如下：

公司名称	集团持股比例	周氏家族直接持股比例	主营业务
福建七匹狼鞋业有限公司	70%	0	皮鞋、皮件制品生产和销售
七匹狼（四川）酿酒有限公司	65%	35%	酒类产品的生产和销售
辽宁七匹狼酒业有限公司	40%	0	酒类、饮料产品的生产和销售（目前停业）
福建七匹狼投资股份有限公司	17.50%	82.50%	商品批发、零售及对外贸易
兴业银行股份有限公司	2.27%	0	金融业务
中国光大银行股份有限公司	0.35%	0	金融业务

从以上分析可以看出，七匹狼集团各控股和参股的企业所从事的业务与本公司及控股子公司业务在性质方面存在显著差异，相互间不构成同业竞争。

（三）本公司及控股子公司与其他股东不存在同业竞争

公司其他股东单位主营业务情况如下：

公司名称	主营业务	持本公司股份
厦门来尔富贸易有限责任公司	批发零售业务、贸易	20%
晋江市建利塑料彩色印刷有限公司	包装/装璜印刷	3%
厦门维一实业有限公司	批发、零售、货运服务、贸易	1%
晋江市恒隆建材有限公司	销售瓷砖、五金交电	1%

从以上分析可以看出，本公司及控股子公司业务与以上股东单位所从事业务在性质方面存在显著差异，相互间不构成同业竞争。

（四）本公司及控股子公司与实际控制人控制的香港盈科实业有限公司不存在同业竞争

香港盈科实业有限公司目前注册地在香港，由周连期、周少雄、周少明共同出资设立，目前处于停业状态，因此与本公司及控股子公司业务不构成同业竞争。

（五）七匹狼集团、公司实际控制人及持有公司5%以上股份的股东对避免同业竞争的承诺

七匹狼集团在出具的《避免同业竞争的承诺函》中承诺：在其作为本公司控股股东期间不从事与公司相同或相似的业务，不投资与公司从事的业务相同或相

似的企业或项目，不对与本公司从事业务相同或相似的企业或项目提供资金支持、担保等协议合作。

公司实际控制人周连期、周少雄、周少明、陈鹏玲在出具的《承诺函》中承诺，不从事与本公司构成同业竞争的业务。

持有公司 5%以上股份的股东厦门来尔富贸易有限责任公司在出具的《避免同业竞争的承诺函》中承诺：在其作为持有公司 5%以上股份的股东期间不从事与公司相同或相似的业务，不投资与公司从事的业务相同或相似的企业或项目，不对与本公司从事业务相同或相似的企业或项目提供资金支持、担保等协议合作。

（六）保荐机构(主承销商)和公司律师对是否存在同业竞争发表的意见

1、保荐机构(主承销商)长江巴黎百富勤认为：

“福建七匹狼实业股份有限公司控股股东七匹狼集团及其控股、参股的企业以及实际控制人周氏家族控股的其他企业均未从事与福建七匹狼实业股份有限公司可能形成竞争关系的业务。且七匹狼集团、周氏家族及持有公司 5%以上股份的股东均已做出承诺：不从事与公司相同或相似的业务，不投资与公司从事的业务相同或相似的企业或项目，不对与本公司从事业务相同或相似的企业或项目提供资金支持、担保等协议合作。公司对上述事项进行了充分的披露。”

2、公司律师认为：

“公司律师对公司同业竞争的情况在《法律意见书》中发表意见如下：

（1）经审查，目前发行人与持有其 5%以上股份的股东及其他关联方之间不存在同业竞争。

（2）发行人之股东七匹狼集团、厦门来尔富贸易有限责任公司于 2003 年 4 月 2 日出具的《避免同业竞争的承诺函》中承诺不与发行人进行同业竞争。

（3）周连期、周少雄、周少明、陈鹏玲于 2003 年 4 月 3 日出具了《承诺函》，承诺不与发行人进行同业竞争。

律师认为，上述《避免同业竞争的承诺函》合法有效，其能够有效的保证发行人的合法权益。”

二、关联交易

(一) 关联方及关联关系

根据《企业会计准则—关联方关系和关联交易披露》的规定以及中国证监会证监发[2003]26号文规定的范围，本公司目前存在的关联方如下：

- 1、本公司控股股东，即福建七匹狼集团有限公司。
- 2、持有本公司5%以上股份的其他股东，即厦门来尔富贸易有限责任公司。
- 3、实际控制人周氏家族成员，即周连期、周少雄、周少明、陈鹏玲等。

4、控股股东七匹狼集团参控股的企业及实际控制人周氏家族参控股的企业。具体包括福建七匹狼鞋业有限公司、福建七匹狼投资股份有限公司、七匹狼（四川）酿酒有限公司、辽宁七匹狼酒业有限公司、兴业银行股份有限公司、中国光大银行股份有限公司、香港盈科实业有限公司、泉州市与狼共舞服装有限公司（2002年12月27日前）。

5、公司关键管理人员周连期、周少雄、周少明、张晓旺、黄佳敦、周永泽、洪建全及核心技术人员畠山巧(HATAKEYAMA TAKUMI)、冯彦文为公司关联方。

6、与以上高级管理人员及核心技术人员关系密切的家庭成员为公司关联方。

7、本公司控股子公司上海七匹狼实业有限公司。

(二) 发行人近三年主要关联交易

1、投资并控股泉州市与狼共舞服装有限公司

经本公司2002年7月7日召开的2002年第一次临时股东大会决议通过，并经晋外经【2002】436号文批准，公司在与狼共舞公司增资过程中向该公司投资579万元。与狼共舞公司增资完成后，注册资本由500万港元增至人民币1,100万元，性质由外商独资企业转变为中外合资企业。其中：本公司出资人民币579万元，占注册资本的52.64%，取得对该公司的控制权，外方股东香港盈科实业有限公司（本公司关联方）出资人民币521万元，占注册资本的47.36%。与狼共舞公司于2002年9月18日完成工商变更登记。

2、向七匹狼集团购买土地

2002年7月13日，本公司与控股股东福建七匹狼集团有限公司签订《土地转让协议》，协议约定七匹狼集团将其拥有的位于金井镇南工业区的三块土地转让给本公司，土地面积共计6129 m²，转让价款共计1,103,220元。到目前为止，

以上土地使用权证已变更至本公司名下。

3、借款担保

近三年来，七匹狼集团曾多次为本公司向银行的借款提供担保，截止 2003 年 12 月 31 日，七匹狼集团为本公司正在生效的 5 笔银行借款提供担保，具体情况见招股说明书第十四节“其他重要事项”中有关内容。

4、受让商标所有权与申请权

(1) 2002 年 3 月 15 日，本公司与七匹狼集团签订《商标转让合同》，无偿受让七匹狼集团拥有的“七匹狼”、“SEPTEOLVES”、“七匹狼中英文及图”及其与之构成相近似的其他商标共计六件的注册商标所有权，商标注册号分别为：513537、933429、706061、706063、608670、1465385；

(2) 2002 年 9 月 1 日，本公司与七匹狼集团签订《商标转让合同》，无偿受让七匹狼集团的第 2022410 号“金色七匹狼中英文及图”的商标所有权，同时将第 1940946 号“七匹狼世家”商标的申请权转移给本公司；

(3) 2002 年 10 月 17 日，本公司与七匹狼集团签订《商标转让合同》，无偿受让七匹狼集团的第 1457248 号“金色七匹狼”商标的所有权。

5、与七匹狼集团近三年往来款情况

金额单位：元

关联方	2003.12.31	2002.12.31	2001.12.31
七匹狼集团	0.00	0.00	-16,005,223.35

(三)《公司章程》对涉及关联交易事项作出的制度安排

《公司章程》第八十一条规定：股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。如有特殊情况关联股东无法回避时，公司在征得有权部门的同意后，可以按照正常程序进行表决，并在股东大会决议公告中作出详细说明。

股东大会有关关联关系的股东的回避和表决程序为：

1、股东大会审议的某一事项与某股东存在关联关系，该关联股东应当在股东大会召开前向董事会详细披露其关联关系；

2、股东大会在审议关联交易事项时，会议主持人宣布有关关联关系的股东与

关联交易事项的关联关系；会议主持人明确宣布关联股东回避，而非关联股东对关联交易事项进行审议表决；

3、关联交易事项形成决议须由非关联股东以具有表决权的股份数的二分之一以上通过；

4、关联股东就关联交易事项未按上述程序进行关联信息披露或回避的，股东大会有权撤销有关该关联交易事项的一切决议。

《公司章程》第九十六条规定：董事会在审议关联交易事项时，会议主持人明确宣布有关联关系的董事和关联交易事项的关系，并宣布关联董事回避，并由非关联董事对关联交易事项进行审议表决；

董事会就关联事项形成决议须由全体董事的过半数通过；关联董事未就关联事项按以上程序进行关联信息披露或回避，董事会有权撤销有关该关联交易事项的一切决议。

《公司章程》第一百二十九条规定：重大关联交易应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事做出判断前，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。

《公司章程》第一百五十九条规定：监事会对公司的投资、财产处置、收购兼并、关联交易、合并分立等事项，董事会、董事及高级管理人员的尽职情况等事项进行监督，并向股东大会提交专项报告。

（四）公司减少和规范关联交易的其他措施

- 1、公司建立了独立完整的产、供、销体系，具备独立的生产经营能力；
- 2、公司主营业务相关的生产系统、辅助生产系统和配套设施等资产在变更过程中已由股东单位全部投入本公司，有效规避了在该方面的关联交易；
- 3、为规范关联交易，公司建立了关联股东和关联董事的回避制度和独立董事工作制度，保证关联交易按照公开、公平、公正的原则进行。
- 4、为规范关联交易，公司制定了《关联交易规则》，对关联交易的审批权限及决策程序进行了规范。
- 5、根据募集资金使用计划，本次募集资金运用不涉及关联交易。

（五）各中介机构关于关联交易的独立意见

- 1、公司律师意见

公司律师认为：“经审查，近三年与关联方签订的合同或协议合法有效，不存在损害发行人及其他非关联交易方股东合法权益的情况”。

2、会计师意见

公司会计师认为：“发行人有关关联交易事项及其会计处理符合财政部关于《关联方之间出售资产等有关会计处理问题暂行规定》的事项。”

3、保荐机构(主承销商)意见

保荐机构(主承销商)长江巴黎百富勤认为：“发行人自成立以来，建立了规范的法人治理结构和较完善的关联交易决策制度，公司目前不存在大股东操纵的情况，关联交易相对较少且已发生的关联交易均有完整、明确的记录，不存在因关联交易损害发行人及其他非关联交易方股东合法权益的情况。发行人已全面真实地披露了关联方、关联关系和关联交易，公司制定的关联交易决策程序合法、有效。”

第八节 董事、监事、高级管理人员 及核心技术人员

一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员

2004年7月9日经公司2004年度第二次临时股东大会审议通过，公司第二届董事会由周连期、周少雄、周少明、叶青、曾佳溢、魏林、李常青、邱国龙、袁新文等九人组成，其中，魏林、李常青、邱国龙、袁新文为独立董事；公司第二届监事会由吴兴群、施玉柱和范阳秋等三人组成。董事和监事任期为三年。

（一）董事

本公司董事会共设九名董事，其中，正副董事长各一名，独立董事四名。

周连期，中国国籍，男，汉族，现年42岁，高中学历，经济师。1981年参加工作，曾任中国银行晋江支行金井办事处副主任、福建七匹狼制衣实业有限公司董事长、七匹狼集团董事长。现任本公司董事长，同时兼任泉州市政协委员、晋江市人大常委、福建省青年企业家协会副会长、福建省乡镇企业协会副会长。1999年被评为“福建省优秀青年企业家”、“中国特许经营50人”，2002年3月被评为“福建省十大杰出青年企业家”。

周少雄，中国国籍，男，汉族，现年39岁，大专学历，经济师。1983年参加工作，曾任福建省晋江金井侨乡服装工艺厂厂长、福建七匹狼制衣实业有限公司总经理、七匹狼集团总经理。现任本公司副董事长、总经理，同时兼任晋江市政协常委、中国青年企业家协会会员、福建省服装服饰行业协会首任会长、福建省青年商会副会长、泉州市纺织服装商会首任会长。1993年被评为“福建省优秀青年企业家”，1999年被评为“影响中国服装业的50个人”、民建福建省委“先进个人”荣誉。

周少明，中国国籍，男，汉族，现年36岁，高中学历。1987年参加工作，曾任七匹狼集团副总经理。现任本公司董事、总经理助理。

叶青，中国国籍，男，汉族，现年38岁，中共党员，工商管理硕士，高级经济师。曾任福建省埔城县协作燃气公司经理、上海通达能源股份有限公司禹城分公司总经理。现任厦门来尔富贸易有限责任公司副总经理、本公司董事。

曾佳溢，中国国籍，男，汉族，现年 29 岁，大学学历，曾任晋江市恒隆建材有限公司副总经理。现任晋江市恒隆建材有限公司总经理、本公司董事。

魏林，中国国籍，男，汉族，现年 51 岁，经济学博士，高级经济师。曾任郑州大学历史系讲师、国家纺织工业部政法司副处长、中国纺织报社中国服饰报总编、中国华源集团香港公司董事总经理，现任中国纺织工业协会产业部副主任、中国纺织杂志社常务副社长、北京丝路经纬传媒文化有限公司董事总经理，本公司独立董事。

李常青，中国国籍，男，汉族，现年 36 岁，中共党员，会计学博士，中国注册会计师，副教授，2001 年加拿大康克迪亚大学访问学者。长期从事会计与公司理财领域的教学研究与实务工作。曾在厦门中闽会计师事务所、上海证券交易所等单位工作，在《中国工业经济》、《中国财政》等刊物发表论文 30 余篇，出版著作（含合作）6 部。现任厦门大学管理学院工商管理教育中心副主任，本公司独立董事。

邱国龙，中国国籍，男，汉族，现年 35 岁，中共党员，经济学博士。曾任福建双菱集团股份有限公司总经理助理、董事会秘书、副总经理，现任福建省运筹投资理财有限公司总经理、成都瑞达期货经纪有限公司董事长，本公司独立董事。

袁新文，中国国籍，男，汉族，现年 42 岁，研究生学历。现任厦门大学管理学院会计系教授、审计处处长，并兼任中国审计学会理事、福建省教育审计学会副会长、厦门市内部审计协会副会长、厦门大学资产经营有限公司监事等职，本公司独立董事。

以上四名独立董事的任职资格符合中国证监会颁布的《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》中有关独立董事的任职要求。

（二）监事

吴兴群，中国国籍，男，汉族，现年 40 岁，中共党员，大学学历，经济师。曾任晋江金井石圳中学教师。现任福建七匹狼集团有限公司副总经理、福建省乡镇企业家协会副会长、福建省商标协会副会长、福建省质量技术监督协会常务理事、泉州市质量技术监督协会名誉会长、本公司监事会主席。

施玉柱，中国国籍，男，汉族，现年 41 岁，中共党员，大专学历。1985 年

参加工作，曾任晋江利美时装有限公司副总经理。现任厦门维一实业有限公司副总经理、本公司监事。

范阳秋，中国国籍，女，汉族，现年 30 岁，大专学历。1996 年参加工作。现任本公司审计部副经理、监事。

（三）高级管理人员

张晓旺，中国国籍，男，汉族，现年 40 岁，研究生学历，经济师、会计师。曾任中国建设银行建阳支行建经科科长、计划科科长、厦门锦隆集团有限公司财务总监、武汉冠顺房地产发展有限公司常务副总经理。现任本公司财务负责人。

黄佳敦，中国国籍，男，汉族，现年 36 岁，研究生学历，高级经济师。1990 年参加工作，曾任福建华龙饲料集团闽南饲料厂副厂长兼财务科长、华龙饲料集团财务部副经理、福建广宇集团股份有限公司融资部负责人、华通天香集团股份有限公司金融证券部副经理、股证部经理、福建贝斯生物科技股份有限公司董事会秘书。现任本公司董事会秘书。

周永泽，中国国籍，男，汉族，现年 47 岁，大专学历，经济师。1982 年参加工作，曾任晋江金井佳丽服装厂厂长。现任本公司副总经理。

姚健康，中国国籍，男，汉族，1961 年 8 月出生，本科学历，经济师。1980 年 12 月参加工作，曾任晋江市工商银行办公室主任、分处理主任、个人业务部主任。现任本公司副总经理。

毛金华，中国国籍，男，汉族，1964 年 5 月出生，中专学历。1987 年 7 月参加工作，曾任福建省建联集团有限公司副总裁助理、成本管理部总经理、福建省南平延城大酒店有限公司总经理、福建省石狮建联大酒店有限公司总经理、执行董事。现任本公司副总经理。

（四）核心技术人员

畠山巧(HATAKEYAMA TAKUMI)，日本国籍，男，现年 42 岁，1985 年毕业于东京 MODE 学院时装设计部，曾获第 9、10 届全日本时装大奖赛多项大奖，第九届 JFA 毛皮时装设计赛男装部大奖。1989 年赴法国学习深造，担任著名设计师 ENY YACHOU 创建的巴黎设计工作室助理，获得商务设计师资格许可证。曾任三阳商会株式会社男装首席设计师，2001 年加入东京设计师协会 (CFD)，长期在多家服装株式会社从事新产品设计开发工作，已在日本国内发布数十场服装展示

会。2003年1月至今，担任本公司任首席设计师，主导新产品研发设计工作。

冯彦文，中国香港人，男，现年51岁，曾在香港时装设计学校接受专业训练并在香港管理协会专修采购供应管理。曾担任香港顶好百货公司助理销售主任。1987年至2001年担任香港Gieves & Hawkes男装公司总经理，主管两岸三地30多家分店零售网络的行政与销售管理工作，同时负责市场拓展、产品设计及采购工作。2003年1月至今，在本公司任店面、橱窗设计师，负责店面产品设计及采购，审核控制店面预算及规划。

二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员持股情况

（一）上述人员在公司发行前持有公司股份的情况

截止本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员中周连期、周少雄、周少明、曾佳溢分别通过七匹狼集团、恒隆建材间接持有本公司股份，周连期的妻子陈鹏玲通过七匹狼集团间接持有本公司股份。上述人员在以上企业的持股情况见下表：

（二）上述人员在发行前持有发行人关联企业股份的情况

姓名	关联方名称	与本公司关系	出资额	出资比例
周连期	福建七匹狼集团有限公司	本公司控股股东 同受周氏家族控制	13,950 万元	30%
	七匹狼（四川）酿酒有限公司	同受周氏家族控制	245 万元	35%
	福建七匹狼投资股份有限公司	同受周氏家族控制	400 万元	20%
	香港盈科实业有限公司	同受周氏家族控制	4000 港元	40%
周少雄	福建七匹狼集团有限公司	本公司控股股东 同受周氏家族控制	13,950 万元	30%
	福建七匹狼投资股份有限公司	同受周氏家族控制	350 万元	17.5%
	香港盈科实业有限公司	同受周氏家族控制	3000 港元	30%
周少明	福建七匹狼集团有限公司	本公司控股股东 同受周氏家族控制	13,950 万元	30%
	福建七匹狼投资股份有限公司	同受周氏家族控制	350 万元	17.5%
	香港盈科实业有限公司	同受周氏家族控制	3000 港元	30%
曾佳溢	晋江市恒隆建材有限公司	本公司股东单位	95 万元	95%

陈鹏玲	福建七匹狼集团有限公司	本公司控股股东 同受周氏家族控制	2,325 万元	5%
	福建七匹狼投资股份有限公司	同受周氏家族控制	150 万元	7.5%

三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员收入情况

1、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员 2003 年度在本公司领取报酬的情况如下：

姓名	在本公司任职	收入(元)	备注
周连期	董事长	60,000	未在关联企业领取报酬
周少雄	副董事长、总经理	60,000	未在关联企业领取报酬
周少明	董事、总经理助理	48,000	未在关联企业领取报酬
叶青	董事	0	在厦门来尔富贸易有限责任公司领取报酬
曾佳溢	董事	0	在晋江市恒隆建材有限公司领取报酬
魏林	独立董事	40,000	在本公司领取津贴
李常青	独立董事	40,000	在本公司领取津贴
邱国龙	独立董事	40,000	在本公司领取津贴
袁新文	独立董事	0	2004 年 7 月起在本公司领取津贴
吴兴群	监事会主席	0	在七匹狼集团领取报酬
施玉柱	监事	0	在厦门维一实业有限公司领取报酬
范阳秋	监事	36,000	未在关联企业领取报酬
张晓旺	财务负责人	48,000	未在关联企业领取报酬
黄佳敦	董事会秘书	48,000	未在关联企业领取报酬
周永泽	副总经理	48,000	未在关联企业领取报酬
姚健康	副总经理	0	2003 年尚未在公司任职
毛金华	副总经理	48,000	未在关联企业领取报酬
畠山巧	核心技术人员	70,000	在本公司领取报酬
冯彦文	核心技术人员	70,000	在本公司领取报酬

四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在关联企业任职情况

本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员中，除了以下人员在关联单位任职外，其他人员均未在关联方任职。

姓名	在本公司任职情况	在关联方任职情况	
		任职单位	职务
叶青	董事	厦门来尔富贸易有限责任公司	副总经理
曾佳溢	董事	晋江市恒隆建材有限公司	总经理
吴兴群	监事会主席	福建七匹狼集团有限公司	副总经理
施玉柱	监事	厦门维一实业有限公司	副总经理

五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间的关系

本公司上述人员中，除周连期、周少雄、周少明之间为兄弟关系外，其他董事、监事、高管人员、核心技术人员之间不存在配偶关系、三代以内直系和旁系亲属关系。

六、其他事项说明

公司董事、监事、高管人员、核心技术人员与本公司之间未签订任何借款、担保协议。

第九节 公司治理结构

公司于2001年7月17日召开了福建七匹狼实业股份有限公司创立大会,选举了公司第一届董事会、监事会成员,并通过了《公司章程》、《股东大会议事规则》,同时于2001年7月17日召开的第一届董事会第一次会议上聘任了公司高管人员。在2001年12月7日召开的公司2001年度第一次临时股东大会上,通过了按照《公司法》、《上市公司章程指引》修订的《股东大会议事规则》,同时制定了《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《总经理工作细则》、《关联交易规则》、《对外投资管理办法》、《对外担保管理办法》、《计提八项资产减值准备管理办法》等一系列内控制度,建立了符合上市公司要求的法人治理结构。2002年12月6日,公司2002年第三次临时股东大会通过决议,公司董事从五名增加到九名,其中三名为独立董事。2003年4月16日,公司召开了2002年度股东大会,会议通过了《公司章程(草案)》及《独立董事工作制度》等议案,进一步完善了公司法人治理结构。

一、设立独立董事的情况

2002年12月6日,公司召开2002年第三次临时股东大会,聘任魏林、李常青、邱国龙三人为公司独立董事,独立董事占董事会成员的三分之一。2004年7月9日,公司2004年第二次临时股东大会审议通过了《关于修改公司章程的议案》,将《公司章程》第一百二十五条“公司应建立独立董事制度,并设3名(董事会成员三分之一以上为独立董事)独立董事”修改为“公司应建立独立董事制度,并设4名独立董事”;同时,根据该次股东大会决议,公司聘任魏林、李常青、邱国龙、袁新文四人为公司新一届董事会独立董事。

独立董事发挥作用的具体制度安排如下:

(一) 独立董事任职资格

1、担任公司独立董事应当符合的基本条件为:

- (1)根据法律法规及其他有关规定,具备担任上市公司董事的资格;
- (2)不在公司担任除董事外的其他职务,并与公司及其主要股东不存在可能

妨碍其进行独立判断的关系；

- (3)具备上市公司运作的基本知识，熟悉相关法律、行政法规、规章及规则；
- (4)具有五年以上法律、经济或其他履行独立董事职责所必需的工作经验；
- (5)《公司章程》规定的其他条件。

2、下列人员不得担任公司独立董事：

- (1)在公司或者附属企业任职的人员及其直系亲属、主要社会关系；
- (2)直接或间接持有公司已发行股份 1%以上或者是公司前十名股东中的自然人股东及其直系亲属；
- (3)在直接或间接持有公司已发行股份 5%以上的股东单位或者在公司前五名股东单位任职的人员及其直系亲属；
- (4)最近一年内曾经具有前三项所列举情形的人员；
- (5)为公司或者其附属企业提供财务、法律、咨询等服务的人员或在相关机构中任职的人员；
- (6)公司章程规定的其他人员；
- (7)中国证监会认定的其他人员。

（二）独立董事的选举及任期

公司独立董事由公司董事会、监事会、单独或合并持有公司已发行股份 1%以上的股东提名，并经股东大会选举决定。

独立董事每届任期与公司其他董事任期相同，任期届满，可连选连任，但是连任时间不得超过 6 年。除出现《公司法》中规定的不得担任董事的情形外，独立董事任期届满前不得无故被免职。

独立董事在任期届满前，可以提出辞职，并应向董事会提交书面辞职报告，对任何与其辞职有关或其认为有必要引起公司股东和债权人注意的情况进行说明。

（三）独立董事的权利及义务

独立董事除具有公司董事所享有的权利和承担的义务外，还具有以下特别职权：

- 1、向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；
- 2、向董事会提请召开临时股东大会；

- 3、提议召开董事会；
 - 4、独立聘请外部审计机构或咨询机构；
 - 5、对董事会提交股东大会讨论的事项，如需要独立财务顾问出具独立财务顾问报告的，独立财务顾问由独立董事聘请；
 - 6、可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权；
- 独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事一致同意。

（四）独立董事发表独立意见的事项

独立董事除履行上述职责外，还应对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：

- 1、重大关联交易；
- 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、独立董事认为可能损害中小股东权益的事项；
- 5、公司章程规定的其他事项。

独立董事就上述事项应当发表以下几类意见之一：同意；保留意见及其理由；反对意见及其理由；无法发表意见及其障碍。如有关事项属于需要披露的事项，公司应当将独立董事的意见予以公告，独立董事出现意见分歧无法达成一致时，董事会应将各独立董事的意见分别披露。

独立董事对公司及全体股东负有诚信与勤勉义务。独立董事应当按照有关法律、法规和规范性文件的要求，认真履行职责，维护公司整体利益，尤其要关注公司中小股东的合法权益不受损害；独立董事应当独立履行职责，不受公司主要股东、实际控制人、或者其他与公司存在利害关系的单位或个人的影响。独立董事原则上应当确保有足够的时间和精力有效地履行独立董事职责。

（五）公司为独立董事行使职权提供的条件

为了保证独立董事有效行使职权，公司应当为独立董事提供必要的条件，具体内容如下：

- 1、公司应当保证独立董事享有与其他董事同等的知情权。凡须经董事会决策的事项，公司必须按法定的时间提前通知独立董事并同时提供足够的资料，独立董事认为资料不充分的，可以要求补充。当 2 名或 2 名以上独立董事认为资料

不充分或认证不明确时,可联名书面向董事会提出延期召开董事会会议或延期审议该事项,董事会应予以采纳。

2、公司董事会秘书应积极为独立董事履行职责提供协助,如介绍情况、提供材料等。独立董事发表的独立意见、提案及书面说明应当公告的,董事会秘书应及时到证券交易所办理公告事宜。

3、独立董事行使职权时,公司有关人员应当积极配合,不得拒绝、阻碍或隐瞒,不得干预其独立行使职权。

4 独立董事聘请中介机构的费用及其他行使职权时所需的费用由公司承担。

5、公司应当给予独立董事适当的津贴。津贴的标准应当由董事会制订预案,股东大会审议通过,并在公司年报中进行披露。除上述津贴外,独立董事不应从该公司及其主要股东或有利害关系的机构和人员取得额外的、未予披露的其他利益。

6、公司可以建立必要的独立董事责任保险制度,以降低独立董事正常履行职责可能引致的风险。

(六) 独立董事薪酬及实际发挥作用的情况

根据 2004 年 7 月 9 日召开的公司 2004 年第二次临时股东大会决议,公司独立董事的年度津贴为人民币 4 万元(含税)。

建立独立董事制度后,公司治理结构有较大改善。独立董事在公司重大生产经营决策时,发挥了在技术、财务等方面的专业特长,保护了全体股东的利益。

二、 股东与股东大会

(一) 股东的权利与义务

1、股东的权利。根据《公司章程》规定,公司股东享有下列权利:

- (1) 依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配;
- (2) 参加或者委派股东代理人参加股东会议;
- (3) 依照其所持有的股份份额行使表决权;
- (4) 对公司的经营行为进行监督,提出建议或者质询;
- (5) 依照法律、法规及公司章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份;
- (6) 依照法律、公司章程的规定获得有关信息,包括缴付成本费用后得到公

公司章程；缴付合理费用后有权查阅和复印本人持股资料、股东大会会议记录、中期报告和年度报告、公司股本总额、股本结构等；

(7)公司终止或者清算时,按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；

(8)法律、行政法规及公司章程所赋予的其他权利。

2、股东的义务。根据《公司章程》规定,公司股东承担以下义务：

(1)遵守公司章程；

(2)依其所认购的股份和入股方式缴纳股金；

(3)除法律、法规规定的情形外,不得退股；

(4)法律、行政法规及公司章程规定应当承担的其他义务。

(二)股东大会的职责及议事规则

1、股东大会职责。根据《公司章程》规定,股东大会是公司的权力机构,依法行使下列职权：

(1)决定公司经营方针和投资计划；

(2)选举和更换董事、决定有关董事的报酬事项；

(3)选举和更换由股东代表出任的监事,决定有关监事的报酬事项；

(4)审议批准董事会的报告；

(5)审议批准监事会的报告；

(6)审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；

(7)审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；

(8)对公司增加或者减少注册资本作出决议；

(9)对发行公司债券作出决议；

(10)对公司合并、分立、解散和清算等事项作出决议；

(11)修改公司章程；

(12)对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；

(13)审议代表公司发行在外有表决权股份总数的百分之五以上的股东的提案；

(14)审议法律、法规和公司章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

2、股东大会议事规则。

(1)股东大会分为股东年会和临时股东大会。

股东年会每年召开一次，应于上一个会计年度完结之后的六个月之内举行。

公司应在下列事实之一发生之日起两个月以内召开临时股东大会：董事人数不足三分之二时；公司未弥补的亏损达股本总额的三分之一时；单独或者合并持有公司有表决权股份总数百分之十（不含投票代理权）以上的股东书面请求时（持股股数按股东提出书面要求日计算）；董事会认为必要时；监事会提议召开时；公司章程规定的其他情形。公司召开股东大会，董事会应当在会议召开三十日前通知各股东。

(2)股东大会决议分为普通决议和特别决议。

股东大会作出普通决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上通过。股东大会以普通决议通过的事项有：董事会和监事会的工作报告；董事会拟定的利润分配方案和亏损弥补方案；董事会和监事会成员的任免及其报酬和支付方法；公司年度预算方案、决算方案；公司年度报告；除法律、行政法规规定或者公司章程规定应当以特别决议通过以外的其他事项。

股东大会作出特别决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过。股东大会以特别决议的事项有：公司增加或者减少注册资本；发行公司债券；公司的分立、合并、解散和清算；公司章程的修改；回购本公司股票；公司章程规定和股东大会以普通决议认定会对公司产生重大影响的、需要以特别决议通过的其他事项。

(三) 保护中小股东的权益的有关规定及执行情况

1、《公司章程》第十五条规定：“公司股份的的发行，实行公开、公平、公正的原则，同股同权，同股同利。”这是保障中小股东权益的基础。

2、《公司章程》第五十四条规定：“公司召开股东大会，持有或者合并持有公司发行在外有表决权股份总数的百分之五以上的股东，有权向公司提出新的提案。”这使中小股东有充分发表意见的权利。

3、《公司章程》第六十九条规定：“股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。如有特殊情况关联股东无法回避时，公司在征得有权部门的同意后，可以按照正常程序进行表决，并在股东大会决议公告中作出详细说明。”这些规定在很大程度上可以避免大股

东通过关联交易损害公司或中小股东利益。

4、公司严格按照国家的相关法律、法规和规定保护中小股东利益，自本公司成立以来，公司未发生侵犯中小股东的事件。

本公司自依法设立以来，按《公司章程》的要求，召开了 2001 年度、2002 年度、2003 年度股东大会及六次临时股东大会，董事会秘书进行了会议记录，形成了大会决议，并经与会董事签字。会议通知方式、召开方式、表决方式均符合《公司法》、《公司章程》的规定，会议记录完整规范，未出现损害中小股东利益的情况。

三、关于董事会构成及议事规则

（一）董事会构成

公司董事为自然人，董事无需持有公司股份。公司董事会对股东大会负责，由九名董事组成，其中设独立董事四名，董事会设董事长一人，副董事长一人。

《公司法》第 57 条、第 58 条规定的情形以及被中国证监会确定为市场禁入者，并且禁入尚未解除的人员，不得担任公司的董事。董事由股东大会选举或更换，任期为三年。董事任期届满，可连选连任。董事在任期届满以前，股东大会不得无故解除其职务。董事任期从股东大会决议通过之日起计算，至本届董事会任期届满时为止。

（二）董事会职权

根据《公司章程》规定，公司董事会行使以下职权：

- 1、负责召集股东大会，并向大会报告工作；
- 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、回购本公司股票或者合并、分立和解散方案；
- 8、在股东大会授权范围内，决定公司的风险投资、资产抵押及其他担保事项；
- 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、法规或公司章程规定，以及股东大会授予的其他职权。

（三）董事会议事规则

董事会制定董事会议事规则，以确保董事会的工作效率和科学决策；董事会应当确定其运用公司资产所作出的风险投资权限，建立严格的审查和决策程序；重大投资项目应当组织有关专家、专业人员进行评审，并报股东大会批准。

董事会每年至少召开两次会议，由董事长召集，于会议召开十日以前书面通知全体董事。

有下列情形之一的，董事长应在五个工作日内召集临时董事会会议：董事长认为必要时；三分之一以上董事联名提议时；监事会提议时；总经理提议时。董事会召开临时董事会会议的通知方式为电话、传真、信函方式；通知时限为三个工作日。

董事会会议应当由二分之一以上的董事出席方可举行。每一董事享有一票表决权。董事会作出决议，必须经全体董事的过半数通过。董事会临时会议在保障董事充分表达意见的前提下，可以用传真方式进行并作出决议，并由参会董事签字。董事会决议由出席会议的董事以举手方式表决或投票方式表决，并由出席会议的董事在书面决议上签名确认决议内容。

董事会会议应当有记录，出席会议的董事和记录人，应当在会议记录上签名。出席会议的董事有权要求在记录上对其在会议上的发言作出说明性记载。董事会会议记录作为公司档案由董事会秘书保存。董事会会议记录的保管期限为十五年。

董事应当在董事会决议上签字并对董事会的决议承担责任。董事会决议违反法律、法规或者章程，致使公司遭受损失的，参与决议的董事对公司负赔偿责任。

但经证明在表决时曾表明异议并记载于会议记录的，该董事可以免除责任。

四、关于监事会构成及议事规则

（一）监事会的构成

公司设监事会。监事会由3名监事组成，设监事会召集人一名。监事会召集人不能履行职权时，由该召集人指定一名监事代行其职权。

监事由股东代表和公司职工代表担任。公司职工代表担任的监事不得少于监事人数的三分之一。《公司法》第57条、第58条规定的情形以及被中国证监会确定为市场禁入者，并且禁入尚未解除的，不得担任公司的监事。董事、总经理和其他高级管理人员不得兼任监事。监事每届任期三年。股东担任的监事由股东大会选举或更换，职工担任的监事由公司职工民主选举产生或更换，监事连选可以连任。

（二）监事会职权

根据《公司章程(草案)》规定，公司监事会行使以下职权：

- 1、检查公司的财务；
- 2、对董事、总经理和其他高级管理人员执行公司职务时违反法律、法规或者章程的行为进行监督；
- 3、当董事、总经理和其他高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求其予以纠正，必要时向股东大会或国家有关主管机关报告；
- 4、提议召开临时股东大会；
- 5、列席董事会会议；
- 6、公司章程规定或股东大会授予的其他职权。

监事会行使职权时，必要时可以聘请律师事务所、会计师事务所等专业性机构给予帮助，由此发生的费用由公司承担。

（三）监事会议事规则

监事会每年至少召开两次会议。会议通知应当在会议召开十日以前书面送达全体监事。监事会由监事会召集人或其指定的监事主持监事会会议，监事会会议应由二分之一以上的监事出席方可举行。每一监事享有一票表决权。监事会作出决议，必须经全体监事的过半数通过。监事会会议应有记录，出席会议的监事和

记录人，应当在会议记录上签名。监事有权要求在记录上对其在会议上的发言作出某种说明性记载。监事会会议记录作为公司档案由董事会秘书保存。

监事会会议记录的保管期限为十五年。

（四）监事会主要议事范围

《监事会议事规则》规定监事议事的主要范围为：

- 1、对公司董事会决策经营目标、方针和重大投资方案提出监督意见。
- 2、对公司中期、年度财务预算、决算的方案和披露的报告提出意见。
- 3、对公司利润分配方案和弥补亏损方案提出审查、监督意见。
- 4、对董事会决策重大风险投资、抵押、担保等提出意见。
- 5、对公司内控制制度的建立和执行情况进行审议，提出意见。
- 6、对公司董事、总经理等高层管理人员执行公司职务时违反法律、法规、章程、损害股东利益和公司利益的行为提出纠正意见。
- 7、监事换届、辞职，讨论推荐新一届监事名单或增补名单提交股东大会。
- 8、公司高层管理人员的薪酬及其他待遇。
- 9、其他有关股东利益，公司发展的问題。

五、高级管理人员的选择、考评、激励和约束机制

为实现公司稳健快速发展，公司非常重视对高管人员的管理，制定了一套行之有效的针对高管人员的选择、考评、激励、约束机制。

1、选择机制：根据《公司章程》的规定，公司由董事会决定公司高管人员的聘任（副总经理由总经理提名），每届任期为三年，可连选连任。

2、考评机制：由董事会按年度对公司高管人员的业绩和履职情况进行考评（副总经理先经总经理考评），并根据考评结果决定下一年度的年薪定级、岗位安排直至聘用与否。公司上市后，董事会秘书由交易所进行考评。

3、激励机制：公司对高管人员实行年薪制。公司部分高管人员已通过在本公司股东单位持股间接拥有公司部分股权。公司将在适当的时候依法合理引入期权制度，更好地将高管人员的个人利益与公司的长远发展结合起来。

4、约束机制：公司通过公司章程、财务人事管理等内部管理制度及与高管人员签订《劳动合同》等安排，对高管人员的履职行为、权限、职责等作了相应

约束。

具体参见本节“对董事、监事、高管人员履行诚信义务的限制性规定”。

六、重大生产经营、重大投资、重大财务等决策程序和规则

公司重大生产经营、重大投资及重要财务等决策程序与规则主要依据《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《总经理工作细则》、《关联交易规则》、《对外投资管理办法》、《对外担保管理办法》、《内部审计制度》等内控制度。股东大会、董事会、独立董事、监事会、总经理分别对以上事项进行决策，各自进行决策的程序与规则为：

（一）股东大会对重大事项的决策程序与规则

股东大会是公司的权力机构，依法享有决定公司经营方针及投资计划、选举和更换董事、监事等职权。

（二）董事会对重大事项的决策程序与规则

董事会应当确定其运用公司资产所作出的风险投资权限，建立严格的审查和决策程序；重大投资项目应当组织有关专家、专业人员进行评审，并报股东大会批准。公司由股东大会通过的《董事会议事规则》、《关联交易规则》、《对外投资管理办法》、《对外担保管理办法》等内控制度授予董事会的权限为：

1、对外投资：董事会运用公司资产所作出的每项投资(包括对控股、参股企业投资；对股票、债券、基金等投资及委托理财等)的权限，不超过公司最近经审计净资产值的10%；全年累计不超过公司最近经审计净资产的20%；

2、对外担保：董事会在同时符合以下条件时，有权作出对外担保的决议：

（1）本公司年度对外提供的担保累计总金额不超过本公司最近经审计净资产总额20%；

（2）一次对外提供担保的主合同债务金额不超过本公司最近经审计净资产总额的10%；为同一企业担保时，担保余额不超过500万元。

3、银行借款：因公司经营需要，授权公司董事会有权办理借款最高权限为：一次借款不超过本公司最近经审计净资产总额的20%；全年累计办理借款的担保

累计总金额不超过本公司最近经审计资产总额的30%。

4、关联交易：公司与关联人达成单次交易金额在50万元—300万元或占公司最近一次经审计的净资产0.5%—5%的关联交易，由公司董事会审议决定。

公司与关联人达成的单次交易金额在300万元以上或占公司最近一次经审计的净资产5%以上的关联交易，必须获得公司股东大会批准后方可实施。

（三）独立董事对重大事项的决策程序与规则

公司设四名独立董事，对公司资金投向、经营管理、发展战略、重大投资及重大关联交易等独立发表见解和提供建议。

（四）总经理及经理层对重大事项的决策程序与规则

根据《公司章程》及《总经理工作细则》有关规定，总经理主持公司日常生产经营和管理工作，组织实施董事会决议，对董事会负责。总经理行使下列职权：主持公司的生产经营管理工作，并向董事会报告工作；组织实施董事会决议、公司年度计划和投资方案；拟订公司内部管理机构设置方案；拟订公司的基本管理制度；制订公司的具体规章；提请董事会聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人；聘任或者解聘除应由董事会聘任或者解聘以外的管理人员；拟定公司职工的工资、福利、奖惩，决定公司职工的聘用和解聘；提议召开董事会临时会议；公司章程或董事会授予的其他职权。

公司董事会授予总经理或经理层的决策权限如下：

1、对外投资：决定单项对外投资额在300万元以下的权力，年度累计投资额在1000万元以下。并及时报备公司董事会。

2、关联交易：公司与关联人达成的单次交易金额在50万元以下或占公司最近一次经审计的净资产0.5%以下的关联交易授权公司总经理审批，并报董事会备案。

3、固定资产的购置：购置固定资产，按批准的年度预算人民币50万元以下由所在部门负责人及财务部负责人会商，并报公司总经理审批；购置固定资产，人民币50万元以上，由部门负责人及财务部负责人会商后，提交公司经营班子讨论通过，并经公司总经理签署意见后报董事长审批，需要提交公司董事会审议的事项，在公司董事会审议通过后按上述程序办理。

经理层决策方式为总经理办公会议，为解决重大经营管理活动决策事宜，总

经理召集其他高管人员共同研究，从而确保总经理决策科学、合理，最大限度降低决策风险。总经理应当根据董事会和监事会的要求，向董事会和监事会报告重大合同的签订、执行情况、资金运用情况和盈亏情况。总经理必须保证该报告的真实性和完整性。

（五）监事及监事会在重大决策中的作用

监事列席公司股东大会、董事会会议，检查公司重大投资决策以及董事会执行股东大会决议的情况，监事会有权检查公司财务情况，对财务决策提出意见。

七、对董事、监事、高级管理人员履行诚信义务的限制性规定

本公司《公司章程》对董事、监事、高管人员履行诚信义务的规定如下：

董事应当遵守法律、法规和公司章程的规定，忠实履行职责，维护公司利益。当其自身的利益与公司股东的利益相冲突时，应当以公司和股东的最大利益为行为准则，并保证：遵守法律、法规和公司章程的规定，忠实履行职责，维护公司利益；在其职责范围内行使权利，不得越权；除经公司章程规定或者股东大会在知情的情况下批准，不得同本公司订立合同或者进行交易；不得利用内幕信息为自己或他人谋取利益；不得自营或者为他人经营与公司同类的营业或者从事损害本公司利益的活动；不得利用职权收受贿赂或者其他非法收入，不得侵占公司的财产；不得挪用资金或者将公司资金借贷给他人；不得利用职务便利为自己或他人侵占或者接受本应属于公司的商业机会；未经股东大会在知情的情况下批准，不得接受与公司交易有关的佣金；不得将公司资产以其个人名义或者以其他个人名义开立帐户储存；不得以公司资产为本公司的股东或者其他个人债务提供担保；未经股东大会在知情的情况下同意，不得泄漏在任职期间所获得的涉及本公司的机密信息。

董事应当谨慎、认真、勤勉地行使公司所赋予的权利，以保证：公司的商业行为符合国家的法律、行政法规以及国家各项经济政策的要求，商业活动不超越营业执照规定的业务范围；公平对待所有股东；认真阅读上市公司的各项商务、财务报告，及时了解公司业务经营管理状况；亲自行使被合法赋予的公司资产处置权，不得受他人操纵；非经法律、行政法规允许或者得到股东大会在知情的情况

况下批准，不得将其处置权转授他人行使；接受监事会对其履行职责的合法监督和合理建议。

未经公司章程规定或者董事会的合法授权，任何董事不得以个人名义代表公司或者董事会行事。董事以其个人名义行事时，在第三方会合理地认为该董事在代表公司或者董事会行事的情况下，该董事应当事先声明其立场和身份。

董事个人或者其所任职的其他企业直接或者间接与公司已有的或者计划中的合同、交易、安排有关联关系时（聘任合同除外），不论有关事项在一般情况下是否需要董事会批准同意，均应当尽快向董事会披露其关联关系的性质和程度。除非有关联关系的董事按照本条前款的要求向董事会作了披露，并且董事会在不将其计入法定人数，该董事亦未参加表决的会议上批准了该事项，公司有权撤销该合同、交易或者安排，但在对方是善意第三人的情况下除外。

如果公司董事在公司首次考虑订立有关合同、交易、安排前以书面形式通知董事会，声明由于通知所列的内容，公司日后达成的合同、交易、安排与其有利益关系，则在通知阐明的范围内，有关董事视为做了上述条款所规定的披露。

以上有关董事义务的规定，适用于公司监事、总经理和其他高级管理人员。

本公司与高级管理人员和核心技术人员签有劳动服务合同和保密协议，所有高级管理人员和核心技术人员都在合同或协议中承诺在与本公司的服务中履行诚信义务。

八、公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员变动情况

本公司成立时，选举周连期为董事长，周少雄为副董事长，聘任周少雄为总经理，洪建全、周永泽为公司副总经理，张晓旺为公司财务负责人，何良科为公司董事会秘书，任期均为三年。至任期届满，以上人员除何良科因工作变动辞去董事会秘书职务并由黄佳敦接任外，其他人员任职未发生变动。

2004年7月9日，公司2004年第二次临时股东大会分别通过了董事会、监事会换届选举议案。除原董事杨坤田任期届满离任、新增袁新文为独立董事外，董事会、监事会其它人员任职未发生变化。

2004年7月9日，公司第二届董事会第一次会议通过了聘任总经理、副总

经理、财务负责人和董事会秘书的议案。除原副总经理洪建全任期届满离任、新聘姚健康和毛金华为副总经理外，其他高管人员任职未发生变化。

近3年内公司董事长、总经理、财务负责人、技术负责人未发生变化。

九、公司管理层对内部控制制度的自我评价意见

公司自2001年变更起，根据《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》等有关法律、法规和规范性文件规定，逐步建立了股东大会、董事会和监事会的议事规则，同时建立了一系列内部控制制度，包括《财务管理制度》、《会计管理制度》、《内部审计制度》、《对外投资管理办法》、《对外担保管理办法》、《关联交易规则》、《信息披露管理办法》、《人力资源管理制度》、《行政管理制度》、《营销管理制度》、《采购部运作手册》、《生产管理制度》等内控制度，基本涵盖了公司资本运作管理、日常经营管理、财务管理、产品质量控制、人力资源管理等方面内容，形成了比较完整规范的控制体系，保证了公司内部控制制度的完整性、合理性和有效性，取得了良好的运行效果。

公司管理层对内控制度的自我评价意见为：本公司已对内部控制制度设计和执行的有效性进行自我评估，本公司认为，公司在变更后近一年多的时间内，已根据有关法律法规，结合本公司行业特征和生产经营的需要建立了较为完整的一系列内部控制制度，符合各项法律、法规的要求，并在公司实际运营中得到不断补充和完善，基本满足了完整性、合理性和有效性的有关要求，不存在重大缺陷。同时本公司管理层将根据生产经营的需要和国家有关法律法规的变化，对内部控制制度不断加以改进和完善。

十、注册会计师对公司内部控制制度的评价意见

福建华兴有限责任会计师事务所认为，本公司内部控制制度的设计是合理、完整的，在重要方面能有效执行。

十一、发行人律师就发行人现有章程是否符合《上市公司章程指引》等文件的规定发表的意见

北京市浩天律师事务所认为：“发行人2003年4月16日召开2002年度股东大会通过的《公司章程（草案）》之内容，符合《上市公司章程指引》、《上市公司治理准则》、《股东大会规范意见》等文件的规定。”

第十节 财务会计信息

本公司聘请福建华兴有限责任会计师事务所对本公司近三年的财务会计报告进行了审计。以下引用的财务数据和资料，均引自经审计的财务报告。本节的财务会计数据及有关分析说明反映了公司近三年经审计的会计报表及有关附注的重要内容。

一、会计报表编制基准及注册会计师意见

（一）会计报表的编制基准

本公司是由福建七匹狼制衣实业有限公司依法整体变更设立的股份有限公司，系存续企业，会计主体未发生实质性变化。报告期内的会计报表是由福建七匹狼制衣实业有限公司2001年1-6月份会计报表和本公司2001年7-12月、2002年度及2003年度会计报表编制而成。

（二）会计制度

本公司在依法变更为股份有限公司之前，执行中华人民共和国财政部制定的《企业会计准则》和《外商投资企业会计制度》；本公司在依法变更为股份有限公司之后，执行中华人民共和国财政部制定的《企业会计准则》和《企业会计制度》及其补充规定。《外商投资企业会计制度》和《企业会计制度》之间的差异对会计报表的影响已按照《企业会计制度》的规定进行了追溯调整。

（三）合并范围变更情况

2002年前，本公司无需合并的公司，因此未编制合并财务报表。2003年6月，本公司投资450万元和陈文历投资50万元共同设立了上海七匹狼实业有限公司，本公司占其注册资本90%。2003年8月，该公司开始运营，故2003年度会计报表合并范围发生变化，增加了上海七匹狼实业有限公司。

（四）注册会计师的意见

福建华兴有限责任会计师事务所对本公司近三年的财务会计报告出具了标准无保留意见的审计报告。

注册会计师对公司近三年财务会计报告的意见如下：

“我们认为，上述会计报表符合国家颁布的企业会计准则和《企业会计制度》的规定，在所有重大方面公允反映了贵公司 2001 年 12 月 31 日、2002 年 12 月 31 日、2003 年 12 月 31 日的财务状况以及 2001 年度、2002 年度、2003 年度的经营成果和 2002 年度、2003 年度的现金流量。”（摘自闽华兴所（2004）审字 F-001 号《审计报告》）

二、会计政策、会计估计变更说明

根据财政部财会字[2000]25 号文《关于印发(企业会计制度)的通知》、财会字[2001]17 号文《关于印发贯彻实施(企业会计制度)有关政策衔接问题的规定的通知》等文件的规定，本公司对报告期会计报表按照《企业会计制度》及其补充规定进行追溯调整，调整了相关项目的期初数。

1. 坏账准备：原采用直接转销法核算，现改为备抵法核算，并按账龄分析法计提坏账准备。

2. 存货跌价准备：存货期末原按成本计价，现改为按成本与可变现净值孰低法计价，并按单个存货项目计提跌价准备。

3. 固定资产减值准备：固定资产期末原按历史成本计价，现改为按账面价值与可收回金额孰低法计价，对单项固定资产项目可收回金额低于其账面价值的差额，计提固定资产减值准备。

4. 在建工程减值准备：在建工程期末原按历史成本计价，现改为按账面价值与可收回金额孰低法计价，对单项在建工程项目可收回金额低于其账面价值的差额，计提在建工程减值准备。

5. 无形资产减值准备：无形资产期末原按历史成本计价，现改为按器件无形资产账面价值与预计可收回金额孰低法计价，对单项无形资产项目预计可收回金额低于其账面价值的差额，计提无形资产减值准备。

对于上述会计政策的变更，已采用追溯调整法进行调整，其累积影响数为-1,433,977.87 元，其中：坏账准备核算方法变更的累积影响数为-654,456.74 元，存货期末计价方法变更的累积影响数为-656,119.33 元，固定资产期末计价方法变更的累积影响数为-123,401.80 元。由于上述会计政策的变更，调减了 2000

年初应付福利费 37,418.62 元、留存收益 710,953.69 元,其中:未分配利润调减了 598,697.84 元,盈余公积调减了 112,255.85 元;调减了 2000 年度提取的应付福利费 34,280.28 元、留存收益 651,325.28 元,其中未分配利润调减了 548,484.44 元,盈余公积调减了 102,840.84 元。以上共计调减了 2000 年末应付福利费 71,698.90 元、留存收益 1,362,278.97 元,其中:未分配利润调减了 1,147,182.28 元,盈余公积调减了 215,096.69 元。

三、税种、适用税率及税收优惠

1、增值税:按销售收入的 17%计算增值税销项税额,扣除当期允许抵扣的进项税额后的余额缴纳。

2、营业税:按应税收入的 5%计算缴纳。

3、城建税:2001 年 9 月起按应交流转税的 5%缴纳,之前免征城建税;上海七匹狼实业有限公司按应交流转税的 1%缴纳。

4、农村教育费附加:按应税收入的 5‰缴纳。

5、社会事业发展费:2001 年 9 月前按应税收入的 1.119-1.17‰缴纳,2001 年 9-12 月按应税收入的 2‰缴纳,2002 年 1 月 1 日起停征。

6、义务兵及家属优待金:上海七匹狼实业有限公司按应交流转税的 1%缴纳。

7、教育费附加:上海七匹狼实业有限公司按应交流转税的 3%缴纳。

8、企业所得税:

(1)2001 年 9 月之前本公司系设在沿海经济开放区的生产性外商投资企业,根据《中华人民共和国外商投资企业和外国企业所得税法》规定,按应纳税所得额的 27%计算缴纳企业所得税。

(2) 2001 年 9 月起本公司按应纳税所得额的 33%计算缴纳企业所得税。

(3)根据财政部财会[2000]3 号文“关于印发《股份有限公司税收返还等有关会计处理规定》的通知”,在实际收到地方财政返还的所得税时,冲减收到当期的所得税费用。

(4) 上海七匹狼实业有限公司按应纳税所得额的 33%计算缴纳企业所得税。

9、其他税项:按国家的具体规定计缴。

四、近三年公司原始会计报表与申报会计报表的差异说明

根据财政部财会字[2000]25号文《关于印发(企业会计制度)的通知》、财会字[2001]17号文《关于印发贯彻实施(企业会计制度)有关政策衔接问题的规定的通知》等文件的规定,本公司对报告期会计报表按照《企业会计制度》及其补充规定进行追溯调整,调整了相关项目的期初数,因此近三年会计报表中2002年度的原始会计报表与申报会计报表由于相关会计政策的变更,存在以下差异,福建华兴有限责任会计师事务所对此出具了闽华兴所(2003)字F-65号《审阅报告》。

金额单位:元

项 目	原始报告数	申报数	差异数	差异原因
2002年度利润分配表:				
应付普通股股利	6,000,000.00	24,224,249.64	18,224,249.64	根据2003年4月16日2002年度股东大会决议,调整2002年度利润分配
未分配利润	18,224,249.64	-	-18,224,249.64	

五、近三年合并会计报表简表

以下会计报表简表反映了本公司的基本财务状况、经营成果和现金流量情况。有关本公司近三年财务状况、经营成果和现金流量的详细情况见本招股说明书附录一。

(一) 合并利润及利润分配表简表

金额单位:元

项 目	2003年度	2002年度	2001年度
一. 主营业务收入	184,468,755.39	148,541,996.58	104,318,966.73
减: 主营业务成本	119,506,985.38	96,851,443.56	64,767,696.48
主营业务税金及附加	1,013,672.48	603,870.13	813,970.17
二. 主营业务利润	63,948,097.53	51,086,682.89	38,737,300.08
加: 其他业务利润	205,692.01	-	-
减: 营业费用	15,086,159.10	9,497,234.04	9,168,959.97
管理费用	9,634,589.72	5,801,431.81	5,275,182.38
财务费用	3,156,989.09	1,789,338.83	1,280,340.34

三. 营业利润	36,276,051.63	33,998,678.21	23,012,817.39
加：营业外收入	12,581.68	123,259.33	687.04
减：营业外支出	324,000.00	1,198,989.81	46,593.76
四. 利润总额	35,964,633.31	32,922,947.73	22,966,910.67
减：所得税	11,052,204.92	10,719,098.68	7,594,008.79
少数股东收益	-61,984.63		
五. 净利润	24,974,413.02	22,203,849.05	15,372,901.88
加：年初未分配利润	-	7,571,362.85	11,571,390.71
六. 可供分配的利润	24,974,413.02	29,775,211.90	26,944,292.59
减：提取法定盈余公积	2,497,441.30	2,220,384.90	1,009,515.05
提取法定公益金	1,248,720.65	1,110,192.46	504,757.53
提取职工奖励及福利基金	-	-	263,887.57
提取储备基金	-	-	527,775.14
提取企业发展基金	-	-	263,887.57
七. 可供股东分配的利润	21,228,251.07	26,444,634.54	24,374,469.73
减：提取任意盈余公积	2,497,441.30	2,220,384.90	1,009,515.05
应付普通股股利	-	24,224,249.64	-
转作股本的普通股股利	-	-	15,793,591.83
八. 未分配利润	18,730,809.77	-	7,571,362.85

(二) 合并资产负债表简表

金额单位：元

资 产	2003 年 12 月 31 日	2002 年 12 月 31 日	2001 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	15,120,416.19	11,311,543.60	11,241,606.31
应收账款	10,670,333.66	15,227,975.94	22,648,226.55
其他应收款	838,635.49	9,000.00	156,484.00
预付账款	26,106,203.67	42,620,559.42	8,411,582.85

存货	44,449,787.46	63,661,252.24	69,303,981.57
待摊费用	455,823.50	139,993.61	476,375.81
流动资产合计	97,641,199.97	132,970,324.81	112,238,257.09
固定资产：			
固定资产原价	97,983,841.91	48,510,414.16	43,443,047.96
减：累计折旧	17,879,219.46	15,703,581.78	14,108,851.53
固定资产净值	80,104,622.45	32,806,832.38	29,334,196.43
减：固定资产减值准备	-	-	123,401.80
固定资产净额	80,104,622.45	32,806,832.38	29,210,794.63
工程物资	-	2,580,500.00	0
在建工程	10,221,751.30	11,569,469.34	10,380,302.40
固定资产合计	90,326,373.75	46,956,801.72	39,591,097.03
无形资产及其他资产：			
无形资产	4,916,501.34	5,020,693.50	0
长期待摊费用	700,000.00	0	0
无形及其他资产合计	5,616,501.34	5,020,693.50	0
资产总计	193,584,075.06	184,947,820.03	151,829,354.12

合并资产负债表简表（续）

负债及股东权益	2003年12月31日	2002年12月31日	2001年12月31日
流动负债：			
短期借款	15,000,000.00	47,500,000.00	26,000,000.00
应付票据	1,500,000.00	2,000,000.00	800,000.00
应付账款	2,559,378.90	6,114,931.67	18,808,283.43
预收账款	22,313,891.56	11,770,179.05	6,234,011.98
应付工资	1,311,976.00	1,232,203.00	613,056.00
应付福利费	3,843,864.17	2,469,160.21	1,551,255.30
应付股利	-	21,224,249.64	-

应付利息	55,860.75	24,705.00	-
应交税金	4,050,984.62	3,728,699.53	11,031,531.95
其他应交款	125,266.89	-	152,365.10
其他应付款	12,148,770.43	598,202.81	16,396,262.98
预提费用	146,810.65	170,646.42	107,344.09
一年内到期的长期负债	20,000,000.00		
流动负债合计	83,056,803.97	96,832,977.33	81,694,110.83
长期负债：			
长期借款	17,000,000.00	20,000,000.00	-
长期负债合计	17,000,000.00	20,000,000.00	-
负 债 合 计	100,056,803.97	116,832,977.33	81,694,110.83
少数股东权益	438,015.37	-	-
股东权益：			
股 本	60,000,000.00	60,000,000.00	60,000,000.00
股本净额	60,000,000.00	60,000,000.00	60,000,000.00
资本公积	40,092.81	40,092.81	40,092.81
盈余公积	14,318,353.14	8,074,749.89	2,523,787.63
其中：法定公益金	2,863,670.64	1,614,949.99	504,757.53
未分配利润	18,730,809.77	-	7,571,362.85
股东权益合计	93,089,255.72	68,114,842.70	70,135,243.29
负债及股东权益总计	193,584,075.06	184,947,820.03	151,829,354.12

(三) 合并现金流量表简表

金额单位：元

项 目	2003 年度	2002 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	231,735,932.70	187,210,421.65
收到的其他与经营活动有关的现金	-	-
现金流入小计	231,735,932.70	187,210,421.65
购买商品、接受劳务支付的现金	106,110,564.95	122,855,146.77
支付给职工以及为职工支付的现金	13,959,792.73	10,878,643.41
支付的各种税费	29,611,562.57	28,217,218.68
支付的其他与经营活动有关的现金	15,448,021.12	10,989,446.26

现金流出小计	165,129,941.37	172,940,455.12
经营活动产生的现金流量净额	66,605,991.33	14,269,966.53
二. 投资活动产生的现金流量：		
收回投资所收到的现金	-	5,790,000.00
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	90,000.00	3,003,572.50
现金流入小计	90,000.00	8,793,572.50
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	22,460,710.13	36,882,323.94
投资所支付的现金	-	5,790,000.00
现金流出小计	22,460,710.13	42,672,323.94
投资活动产生的现金流量净额	-22,370,710.13	-33,878,751.44
三. 筹资活动产生的现金流量：		
吸收少数股东投资所收到的现金	500,000.00	
借款所收到的现金	43,000,000.00	67,500,000.00
收到的其他与筹资活动有关的现金	-	-
现金流入小计	43,500,000.00	67,500,000.00
偿还债务所支付的现金	58,500,000.00	26,000,000.00
分配股利或利润或偿付利息所支付的现金	24,402,408.61	4,735,981.92
支付的其他与筹资活动有关的现金	1,024,000.00	17,085,223.35
现金流出小计	83,926,408.61	47,821,205.27
筹资活动产生的现金流量净额	-40,426,408.61	19,678,794.73
四. 汇率变动对现金的影响	-	-72.53
五. 现金及现金等价物净增加额	3,808,872.59	69,937.29

合并现金流量表简表（续）

1. 将净利润调节为经营活动的现金流量：	2003 年度	2002 年度
净利润	24,974,413.02	22,203,849.05
加：少数股东收益	-61,984.63	-
加：计提的资产减值准备	-184,709.57	-1,070,990.92
固定资产折旧	3,951,807.86	3,023,846.08
无形资产摊销	104,192.16	188,914.00
待摊费用减少(减:增加)	-315,829.89	336,382.20

预提费用增加(减:减少)	28,489.86	34,722.95
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失(减:收益)	-8,289.64	-94,008.16
固定资产报废损失	-	739.83
财务费用	3,156,989.09	1,789,338.83
存货的减少(减:增加)	19,295,577.93	6,141,263.89
经营性应收项目的减少(减:增加)	16,103,753.56	13,552,956.24
经营性应付项目的增加(减:减少)	-762,418.42	-32,917,047.46
其他	324,000.00	1,080,000.00
经营活动产生的现金流量净额	66,605,991.33	14,269,966.53
2. 现金及现金等价物净增加情况:		
现金的期末余额	15,120,416.19	11,311,543.60
减:现金的期初余额	11,311,543.60	11,241,606.31
加:现金等价物的期末余额		
减:现金等价物的期初余额		
3. 现金及现金等价物净增加额	3,808,872.59	69,937.29

六、经营业绩

(一) 报告期收入及盈利情况

金额单位:元

项 目	2003 年度	2002 年度	2001 年度
主营业务收入	184,468,755.39	148,541,996.58	104,318,966.73
主营业务成本	119,506,985.38	96,851,443.56	64,767,696.48
主营业务利润	63,948,097.53	51,086,682.89	38,737,300.08
其他业务利润	205,692.01	0	0
营业利润	36,276,051.63	33,998,678.21	23,012,817.39
利润总额	35,964,633.31	32,922,947.73	22,966,910.67
净利润	24,974,413.02	22,203,849.05	15,372,901.88

公司主要从事休闲服装产品的设计、生产及销售，属于国家产业政策支持的行业。公司主营业务收入主要来源于茄克、T恤、休闲装等休闲服装产品。从上表可以看出，公司近三年主营业务十分突出。2001-2003年，公司茄克、T恤、休闲装等休闲服装销售收入的持续增长使公司主营业务收入和净利润均出现了较大幅度的增长。公司2001年实现主营业务收入10,431.90万元，实现净利润1,537.29万元；2002年实现主营业务收入14,854.20万元，比上年增长42.39%，实现净利润2,220.38万元，比上年增长44.43%。2003年，公司生产经营继续保持良好发展势头，全年实现主营业务收入18,446.88万元，比上年增长24.19%，净利润2,497.44万元，比上年增长12.48%。

2002年度主营业务收入保持增长的主要原因是：间接出口的持续快速增长。2001年度，公司只通过厦门建发工贸集团有限公司进行间接出口；2002年度，公司将福建三木进出口贸易有限公司发展成为公司间接出口商，当年通过三木进出口贸易有限公司出口额达2,245.50万元，促进了当年主营业务收入的增长。公司媒体组合设计科学、合理，费用开销不大，却起到了极好的广告宣传效应。2002年度，公司聘请台湾著名歌星齐秦为七匹狼品牌形象代言人，对公司品牌形象的提升起到了重要作用；2002年3月份，外交部礼宾司将七匹狼休闲装作为“国礼”赠送给布什总统访华团，由于以服装做为“国礼”赠送在建国以来尚属首次，全国一百多家媒体均对此进行了报道，公司借此在全国各专卖店加大了宣传，促进了公司品牌知名度和形象的提升。公司在产能逐步趋于满负荷运转且2002年12月新增生产设备没有达产的情况下，进一步增加了贴牌销售（委托加工及购进半成品）的比例，有效地促进了利润的大幅增加。2002年度通过贴牌生产销售实现的主营业务收入和主营业务利润从2001年的998.51万元、464.27万元，增加到2002年的4,179.54万元、1610.21万元；通过贴牌生产销售实现的主营业务收入和主营业务利润占同期主营业务收入和主营业务利润的比重从2001年的9.57%、11.99%，增加到2002年的28.14%、31.52%。随着主营业务收入的不断增长，公司净利润也相应呈现出大幅增长的态势。

2003年收入及净利润增长的主要原因是：上半年，在生产能力基本满负荷运转的情况下，为满足市场的需求，公司加大了贴牌生产销售的比例；下半年，在公司于2002年12月购入的398台设备2003年6月投入生产后，公司生产能力上到一个新的台阶，年生产能力达到约当茄克产量306万件，且全年加权平均产能利用率达到92.51%；随着七匹狼品牌知名度的不断提

高，公司代理商数量不断增加，代理商数量从 2002 年的 20 家增加到 2003 年的 37 家，有效地促进了销售的增长； 加大了广告宣传的投入，2003 年公司成为首届中国警察汽车拉力赛服饰的独家赞助单位，公司的“七匹狼”服饰也成为厦门国际马拉松暨 2003 年全国马拉松锦标赛和“皇家马德里 2003 中国之行”的唯一指定服饰，有效地扩大了公司品牌的市场影响力。

伴随着公司品牌知名度的不断提高、产品市场占有率的逐步提升以及现有生产能力的充分利用，公司未来的盈利能力还将进一步增强。

（二）报告期主营业务收入的主要构成

1、按产品种类划分

金额单位：万元

项 目	2003 年度		2002 年度		2001 年度	
	金额	占比%	金额	占比%	金额	占比%
休闲服装产品						
茄 克	4,662.44	25.27	4,006.31	26.97	4,047.37	38.80
T 恤	2,887.18	15.65	3,736.47	25.15	2,483.13	23.80
休闲装	4,738.23	25.69	3,193.82	21.51	2,098.06	20.11
小计	12,287.85	66.61	10,936.60	73.63	8,628.56	82.71
其它产品						
棉褛	1,352.36	7.33	575.83	3.87	388.19	3.72
衬衫	1,235.65	6.70	1,113.82	7.50	343.58	3.29
毛衫	1,322.11	7.17	849.56	5.72	341.35	3.27
裤装	1,762.85	9.56	962.91	6.48	584.25	5.60
配饰	486.06	2.63	415.47	2.80	145.97	1.41
小计	6,159.03	33.39	3,917.60	26.37	1,803.34	17.29
合 计	18,446.88	100	14,854.20	100	10,431.90	100

从上表可以看出：2001-2003 年，公司以茄克、T 恤、休闲装为代表的休闲类服装产品销售收入占公司销售收入总额的比例分别为 82.71%、73.63%、66.61%，保持在 60%以上，说明休闲类服装为公司的主导产品，为销售收入的主要来源。

但休闲类服装产品的总体占比近三年逐渐降低,主要是因为公司在保持主导产品销量稳步增长的同时,适当调整了产品的品种结构,丰富了系列化产品。2003年休闲服销售收入增长较明显,主要是因为休闲服间接出口定单增加所致。

2、按销售区域划分

金额单位：元

地区	2003 年度		2002 年度		2001 年度	
	金额	占比%	金额	占比%	金额	占比%
华南	68,419,617.44	37.09	66,243,566.37	44.60	38,096,200.26	36.52
华东	57,940,495.97	31.41	35,372,305.93	23.81	31,124,328.59	29.84
华北	18,192,987.08	9.86	20,090,147.60	13.52	13,917,567.11	13.34
东北	20,079,140.02	10.89	12,603,595.05	8.48	12,422,947.47	11.91
西南	12,821,849.64	6.95	9,861,669.95	6.64	6,179,776.40	5.92
西北	7,014,665.24	3.80	4,370,711.68	2.95	2,578,146.90	2.47
合计	184,468,755.39	100	148,541,996.58	100	104,318,966.73	100

从上表可以看出,公司产品已销往全国各地,且各地区的销售额均呈现出稳步增长的态势,其中在华南、华东等经济发达地区的销售所占比例较大(在华南地区的销售包括间接出口部分的销售收入)。

3、按销售模式分类

(1) 发行人最近三年不同销售模式下实现的收入金额、比重列示如下：

金额单位：万元

销售模式	2003 年度	2002 年度	2001 年度
代理商销售	9,538.77	3,565.99	1,697.79
占当期主营业务收入比重	51.71%	24.01%	16.27%
商场代销	2,088.74	4,489.45	4,821.22
占当期主营业务收入比重	11.32%	30.22%	46.22%
间接出口	5,079.18	3,702.55	1,971.11
占当期主营业务收入比重	27.53%	24.93%	18.90%
批发、团购	1,740.19	3,096.21	1,941.77
占当期主营业务收入比重	9.44%	20.84%	18.61%
收入合计	18,446.88	14,854.20	10,431.89

从上表可以看出，2003 年公司通过代理商实现的销售收入出现了大幅增加，占主营业务收入的比重从 2002 年的 24.01% 增至 51.71%；同时，公司通过商场代销实现的销售收入出现了大幅减少，占主营业务收入的比重从 2002 年的 30.22% 降至 11.32%，主要原因是公司在将区域代理商数量由 2002 年 20 家发展至 37 家的同时，将原由自己管理的大部分商场厅(柜)转交给代理商经营管理。

(2) 不同销售模式下销售收入确认的原则：

公司商品销售收入的确认严格按照《企业会计制度》规定的如下原则：公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；公司既没有保留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控制；与交易相关的经济利益能够流入企业；相关的收入和成本能够可靠地计量时，确认收入实现。不同销售模式下，销售收入的具体确认原则如下：

a、商场代销收入：公司与商场签订代销协议，由商场负责销售。公司在收到商场已实现销售的代销商品清单且向商场开具增值税专用发票时，确认销售收入。

b、代理商销售收入：公司与代理商签订代理协议，公司直接将商品销售给代理商。公司在发出商品且开具销售发票时，确认销售收入。

c、间接出口销售收入：公司与外贸公司签订购销合同，由外贸公司根据国外客户的需求向本公司下订单，公司将商品直接销售给外贸公司，外贸公司进行出口销售。公司在发出商品且开具销售发票时，确认销售收入。

d、批发、团购销售收入：公司将商品直接销售给未被确认为代理商资格的其他单位或个人。公司在发出商品且开具销售发票时，确认销售收入。”

4、按产品生产方式划分

发行人采取以自制生产销售为主，委托加工及购进半成品的贴牌生产销售为辅的生产方式。最近三年发行人自制生产销售和贴牌生产销售（委托加工和购进半成品）分别实现的主营业务收入、主营业务利润及比重如下：

单位：人民币元

销售方式	2003 年度		2002 年度		2001 年度	
	主营业务收入	主营业务利润	主营业务收入	主营业务利润	主营业务收入	主营业务利润
自产销售	12,968.36	4,332.51	10,674.66	3,498.46	9,433.39	3,409.46
贴牌销售	5,478.52	2,062.30	4,179.54	1,610.21	998.51	464.28

总量	18,446.88	6,394.81	14,854.20	5,108.67	10,431.90	3,873.73
贴牌销售 占总量的 比例	29.70%	32.25%	28.14%	31.52%	9.57%	11.99%

从上表可以看出，发行人最近三年贴牌销售分别实现的主营业务收入、主营业务利润及比重出现了一定幅度的增长，其主要原因是：在生产旺季时公司现有设备的生产能力无法满足当季订单的需要；且随着销售规模的不断扩大，公司最近三年产能利用率逐步提升，至2003年生产设备已基本为满负运转，为了适应公司产品市场需求的大幅增加，公司加大了委托加工及购进半成品的比例。

本次发行的保荐机构(主承销商)及会计师认为：“经核查，我们认为发行人的贴牌销售是符合发行人目前的实际情况，是一种正常的生产经营方式，最近三年自产销售和贴牌销售分别实现的主营业务收入、主营业务利润及比重是真实、准确的，其变动是合理的。”

(三) 报告期主营业务成本及毛利情况

1、公司近三年主营业务收入、主营业务成本及毛利率变化情况

金额单位：万元

项 目	2003 年度	同比 增长率	2002 年度	同比 增长率	2001 年度
主营业务收入	18,446.88	24.19%	14,854.20	42.39%	10,431.90
主营业务成本	11,950.70	23.39%	9,685.14	49.54%	6,476.77
主营业务毛利	6,496.18	25.67%	5,169.06	30.69%	3,955.13
主营业务产品综合毛利率	35.22%	1.21%	34.80%	-8.20%	37.91%

2001-2003年，公司产品的销售数量和销售收入均出现大幅增长，2002年、2003年公司产品销量增幅分别为122.71%、62.12%，销售收入增幅分别为42.39%、24.19%，主营业务成本增幅分别为49.54%、23.39%，主营业务毛利率水平基本保持稳定。

公司总体销售收入与销售数量未出现同比增长，主要是因为公司根据产品成本的变化制定了较为灵活产品销售价格。公司主营业务成本构成主要为原辅材料及人工成本，2001-2003年公司产品成本与销售数量未出现同比增长的原因是：

(1)制造成本降低

随着公司生产规模的扩大,规模效应充分显现,产品单位制造成本逐年降低。2001-2003年,单件产品分摊制造费用分别为3.60元/件、2.04元/件、1.55元/件,2002年、2003年制造费用分别下降了43.33%、24.02%。

(2)原材料价格降低

公司产品平均原材料成本占总成本的比例保持在80%-83%之间,所以原材料成本的变化将直接引起产品成本的不同。近两年原材料市场出现价格普遍下调的现象,尤其受战争和“非典”的影响,国际化纤原料市场价格全线下跌,原料价格曾由2003年2月10000元/吨一度跌至5月6000元/吨,跌幅达40%。由于国际市场原料价格的下跌,国内化纤面料也相应大幅下跌。2003年发行人大量使用化纤面料,化纤面料总耗用量为2,476.24万元,占面料总耗用量的34.71%,2001年、2002年化纤面料总耗用量为1,339.01万元、1,651.38万元,分别占面料总耗用量的25.65%、28.66%。所以,此次化纤市场的大幅降价直接使得2003年面料总成本降低了10%左右。

(3)产品原材料消耗量减少

2001-2003年公司产品间接出口数量有了较大幅度的增长,尤其是童装出口增量明显,近三年童装间接出口量分别为7.26万件、67.51万件、81.83万件,分别占当年总销售量7.11%、29.68%、22.20%。由于童装产品的原材料消耗量只约为成人衣服的3/5,相等数量产品原材料的消耗将减少40%,所以2002年、2003年原材料消耗总量由此减少了11.87%、8.88%。

同时,因为简约款式的流行,内销产品中原材料消耗量较大的双面穿茄克销量减少,而该类产品单位面料消耗量约为2件单面穿茄克的面料消耗量。2002年、2003年双面穿茄克销量分别为11.11万件、10.70万件,分别占销售总量的4.89%、2.9%,该类产品销售数量的减少相应也减少了原材料的消耗量。

(4)原材料结构变化

由于服装是时尚产品,每季投放市场的产品面料不同,原材料采购成本也不同。目前,棉布、化纤、高档呢料、双丝光面料等为公司主要采用的面料,高档呢料、双丝光面料的采购价格较高,棉布采购价格基本持稳。根据市场情况,公司调整了面料的采购品种,使得公司产品的平均成本有所降低。2001年高档呢料、双丝光面料耗用量为1188.08万元,占面料总消耗量的22.76%,而2002年、

2003 年高档呢料、双丝光面料耗用量分别为 659.49 万元、812.22 万元，分别占面料总消耗量的 11.41%、11.39%。

(5) 面料利用率的提高

随着七匹狼品牌知名度的不断提高，从 2001 年末起公司加强了对面料质量的检验工作，从面料内在品质上做好面料理化性（如，色牢度、耐磨性、撕裂强度等）各项技术指标测试，以达到国标优等品要求，减少返工率；从外观上，达到国标一等品要求，保证面料换片率降低到 3%以内。同时，因为工人熟练程度及剪裁工艺提高，面料浪费减少、损耗降低、面料利用率提高了 3%左右。

(6) 拥有相对稳定的供应商

公司拥有多家相对稳定的原材料供应商，多年来与其保持着良好的合作伙伴关系，故可以较为低廉的市场价格获得原材料的供应。

综合以上各种因素，公司在 2001-2003 年出现了成本增长未与销售数量同比增长的情况。

2002 年度及 2003 年度，公司产品综合毛利水平分别为 34.80%、35.22%，比 2001 年的 37.91%略有下降，其主要原因是：服装产品市场竞争日趋激烈，为了提高公司产品的市场竞争力，扩大市场占有率，公司管理层根据产品成本及市场需求，适当调整了内销产品的销售价格，但同时由于国际市场对公司外销产品认可度的提高，外销数量大幅增长，销售平均价格及毛利率上升，使得公司总体毛利率仍能保持相对较高的水平，公司产品具备较大的盈利空间。

2、2001 年以后，T 恤销售收入及毛利率大幅上升的原因

多年来，七匹狼以生产茄克衫而著称，主导产品多为秋冬产品。在 2000 年，发行人开始小批量地生产 T 恤衫作为试销产品投放市场，后根据试销反馈的市场信息，公司管理层一致认为 T 恤产品有较好的市场前景，完全可能成为公司的另一利润增长点，因此，2001 年大量的双丝光面料 T 恤投入生产。由于产品适销对路，T 恤产品 2001 年当年销售量就达到了 151,557 件，销售额为 2,483.13 万元。由于公司 T 恤产品产销量大幅增加，规模效应得到了充分体现，其销售毛利率达到 46.63%。

随着发行人销售网络的同步增加，公司 T 恤产品的消费群体不断扩大，品牌知名度得到了进一步提升。2002 年，发行人根据市场需求情况加大了对 T 恤产品的开发力度，及时调整产品结构，开发了适合春、夏、初秋等不同季节的 T

恤产品。使公司 T 恤产品款式、花色更加新颖，面料品种更加多样化，产品系列化更加成熟，不仅保持了双丝光高档面料的产品生产，还新开发了纯棉、涤棉等 T 恤系列产品，产品深受消费者亲睐。公司 T 恤产品在 2002 年、2003 年的销售量分别达到 461,058 件、467,573 件，由于 T 恤产品生产与销售基本趋于成熟，产品毛利率基本稳定在 40% 以上，七匹狼牌 T 恤产品已成为公司的又一主导产品，规模效益较为突出。2001 年、2002 年，“七匹狼”牌 T 恤市场综合占有率在同类产品中连续两年名列前十名。”

(四) 报告期主营业务税金、附加及期间费用

1、公司近三年主营业务税金及附加情况

金额单位：元

项 目	2003 年度	2002 年度	2001 年度
社会事业发展费	0	0	168,288.99
城市维护建设费	861,605.59	427,949.22	197,793.62
农村教育费附加	150,000.00	175,920.91	447,887.56
教育费附加	1,550.17	0	0
基础设施附加费	0	0	0
义务兵及家属优待金	516.72	0	0
合 计	1,013,672.48	603,870.13	813,970.17

其中，社会事业发展费从 2002 年 1 月 1 日起停征。

2、公司近三年期间费用情况

金额单位：万元

项目		2003 年度	2002 年度	2001 年度
主营业务收入		18,446.88	14,854.20	10,431.90
比上年增长 (%)		24.19	42.39	-
期间费用总额	金额	2,787.77	1,708.79	1,572.45
	占主营业务收入比例 (%)	15.11	11.50	15.07
	比上年增长 (%)	63.14	8.67	-
营业费用	金额	1,508.62	949.72	916.90
	占主营业务收入比例 (%)	8.18	6.39	8.79
	比上年增长 (%)	58.85	3.58	-

	占期间费用比例 (%)	54.12	55.58	58.31
管理 费用	金额	963.46	580.14	527.52
	占主营业务收入比例 (%)	5.22	3.91	5.06
	比上年增长 (%)	66.07	9.97	-
	占期间费用比例 (%)	34.56	33.95	33.55
财务 费用	金额	315.70	178.93	128.03
	占主营业务收入比例 (%)	1.71	1.20	1.23
	比上年增长 (%)	76.44	39.75	-
	占期间费用比例 (%)	11.32	10.47	8.14

从上表数据可以看出，公司 2002 年主营业务收入比 2001 年增长 42.39%，期间费用总额比 2001 年增长 8.67%，期间费用增幅明显低于主营业务收入增幅，且 2002 年期间费用总额占主营业务收入总额的比例也比 2001 年下降了 3.57 个百分点，这主要得益于当期公司对营业费用、管理费用的有效管理。2003 年期间费用较 2002 年增长 63.16%，高于主营业务收入增长比例 24.19%，主要是：公司加大了广告宣传的力度，2003 年广告费用为 861.97 万元，比 2002 年 277.58 万元增长 210.53%；因为公司生产规模的扩大和上海七匹狼的筹建，员工数量增加，导致工资、差旅费用等管理费用的相应增加；因贷款利息支出增加而使财务费用较 2002 年增加 74.20%。

(1) 营业费用：公司营业费用主要包括销售人员工资、广告费用、订货会费、商场费用等。2002 年度营业费用在主营业务收入同比增长 42.39% 的情况下，与 2001 年基本持平，其在期间费用总额中所占的比例也比 2001 年度下降了 2.73 个百分点。主要原因是公司在销售人员工资等费用增长的同时，加强了对广告费用的有效控制，达到了尽可能降低费用的目标。

A、最近三年发行人、大股东及其控制的其它企业发生的与“七匹狼”相关的广告费用或其他广告性支出情况列示如下：

单位：万元

企业名称	2003 年度	2002 年度	2001 年度
福建七匹狼集团有限公司	0	85.08	243.60
福建七匹狼鞋业有限公司	0	11.48	0
福建七匹狼集团有限公司控制的其它企业	0	0	0
福建七匹狼实业股份有限公司	861.97	277.58	363.14
合计	861.97	374.14	606.74

2002 年前，发行人大股东福建七匹狼集团有限公司（以下简称“七匹狼集团”）及其实际控制的福建七匹狼鞋业有限公司发生的与“七匹狼”品牌相关的以上广告费用或其他广告性支出，系各家企业根据自身的经营需要而进行的广告宣传活 动，由各家企业自行承担有关费用。其中：七匹狼集团所发生的广告费用主要为七匹狼集团针对集团整体形象进行的广告宣传，由其自行承担相关广告费用，发行人及七匹狼集团控制的其他企业没有分摊以上费用；福建七匹狼鞋业有限公司所发生的广告费用主要为其对“七匹狼”鞋类产品进行的广告宣传，发行人及其他企业未直接受益，也未承担以上广告费用；

发行人所发生的广告费用主要为通过中央电视台、网站、报刊、杂志等媒体及聘请品牌形象代言人对七匹狼系列男装进行广告宣传所发生的费用，由发行人自主对外签订与广告有关的合同并自行承担费用，未与七匹狼集团及其控制的其他企业进行分摊。

因此，不存在发行人与大股东及其实际控制的其他企业之间进行广告费用或其他广告性支出进行分摊的情况。发起人广告费用严格按《企业会计制度》及财政部财会（2002）18 号“关于执行《企业会计制度》和相关会计准则有关问题解答”进行帐务处理。

B、发行人近三年广告费用支出情况的说明

发行人 2001 年、2002 年及 2003 年广告费用支出分别为 363.14 万元、277.58 万元、861.97 万元。

a、2001 年及 2002 年广告费用支出的绝对值相对较小，主要原因是：

第一，发行人在不断提高产品质量的同时，科学、合理地进行广告策划、媒体组合设计，在保证具有良好的广告效应的情况下，节约了广告费用。如：2002

年度，公司聘请台湾著名歌星齐秦为七匹狼服装形象代言人，对公司品牌形象的提升起到了重要作用，被业界称为产品与形象代言人之间的“最佳组合”；2002年3月，外交部礼宾司将七匹狼休闲装作为“国礼”赠送给布什总统访华团，由于以服装做为“国礼”赠送在建国以来尚属首次，全国一百多家媒体均对此进行了报道，公司借此在全国各专卖店进行宣传，促进了公司品牌知名度和形象的进一步提升。此外，2002年，“七匹狼”商标被国家工商行政管理总局评为“中国驰名商标”，极大地提升公司品牌的价值。

第二，各级代理商通过店面形象、路牌、灯箱广告等方式对“七匹狼”产品进行广告宣传，相关费用由代理商支付，有效地节约了发行人的广告支出，同时也促进了公司产品的销售；

第三，福建龙岩卷烟厂使用“七匹狼”香烟商标（该香烟商标由福建龙岩卷烟厂所有，福建龙岩卷烟厂属国有企业，与发行人、七匹狼集团及其实际控制人、发行人的其他关联方无任何关联关系），而根据有关法律规定，香烟类广告不得宣传产品的品种和性能，只能以品牌形象出现在媒体上，因此福建龙岩卷烟厂每年在中国大陆、香港进行的“七匹狼”品牌形象宣传，无形中对发行人“七匹狼”服装品牌知名度的提高起到了良好的宣传作用。

b、2003年广告费用支出较前有大幅增长，主要原因是：

第一，在市场遭受“非典”的侵袭后，为倡导健康、运动的理念，发行人积极关注极富影响力的重大体育赛事。2003年，公司成为首届中国警察汽车拉力赛服饰的独家赞助单位，“七匹狼”服饰成为厦门国际马拉松暨2003年全国马拉松锦标赛和“皇家马德里2003年中国之行”的唯一指定服饰。借此，发行人在中央电视台等全国性媒体进行了适时的宣传，更有效地提高了公司的知名度和影响力。

第二，随着公司销售经营规模的不断扩大，为了统一公司对外的整体形象，自2003年度起，具有全国性影响力的媒体广告集中由发行人统一策划和实施，其相关费用由发行人承担；代理商仅承担为促进其区域销售所进行的区域性广告宣传费用，故发行人广告费用有相应增加。2003年7月，发行人已得到国家税务总局关于提高广告费税前扣除比例问题的批复，同意发行人自2003年度起广告费支出不超过销售收入8%的部分据实扣除，超过部分可无限期向以后纳税年度结转。

C、发行人营业费用占同期主营业务收入的比重与同行业上市公司比较分析

发行人营业费用主要包括销售员工资、广告费用、订货会费、商场费用等。2001-2003年，发行人营业费用分别为916.90万元、949.72万元、1,508.62万元，分别占同期主营业务收入总额的8.79%、6.39%、8.18%。发行人营业费用占主营业务收入的比重在2001-2003年期间没有较大变化，主要是因为随着“七匹狼”品牌知名度的不断提高，品牌形象的不断提升，发行人在不断提高产品质量的同时，科学、合理地进行广告策划、媒体组合设计。通过代理商销售规模的进一步扩大，广告宣传的集中管理，广告效应得以充分显现，但广告费用却得到了有效的控制，使得营业费用占同期主营业务收入的比重变化不大。

发行人营业费用占主营业务收入的比重与其他服装行业上市公司比较如下：

企业名称	股票代码	营业费用占主营业务收入的比重		
		2003年	2002年	2001年
雅戈尔	600177	21.63%*	21.07%	23.25%
仕奇实业	600240	38.00%*	44.11%	21.51%
凯诺科技	600398	8.53%*	10.46%	11.08%
杉杉股份	600884	3.59%	2.92%	7.49%
红豆股份	600400	2.50%	3.80%	3.35%
5家平均值	-	14.85%	16.47%	13.33%
七匹狼	-	8.18%	6.39%	8.79%

*注：该引用数据依照其公布的第三季度报告推算而来（下同）。

从上表看出，发行人营业费用占主营业务收入的比重低于表中所列同行业上市公司平均水平。雅戈尔营业费用占主营业务收入的比重较高，主要是由于其产品通过直营专卖销售的比重较大，因此其销售员工资、营销机构设置及广告费用相对较高，而仕奇实业2002年出现大幅度增加，远高于同行业其他公司，主要是该公司目前经营陷入困境，2002年主营业务收入仅5,653万元，较2001年下降了49%，导致该公司营业费用占主营业务收入的比重出现异常。而杉杉股份、红豆股份、凯诺科技与发行人营业费用占主营业务收入的比重均较同行业平均水平低，主要是因为杉杉股份与发行人均采用以代理及特许加盟为主的销售模式，销售渠道费用基本由代理商承担，因此营业费用相对较低，而红豆股份、凯诺科技采用批发、团队购买为主的销售模式，销售渠道固定支出及人员费用较低。

因此，发行人最近三年营业费用占同期主营业务收入的比重是与其目前所采

取的营销模式及营运策略相适应的，费用投入较为合理。

(2) 管理费用：公司管理费用主要包括工资、折旧等费用。由于生产经营规模的不断扩大，公司 2002 年管理费用同比增长 9.97%，但明显低于 42.39% 的主营业务收入增幅。其主要原因是：

A、公司规模效应逐步显现，各项费用增幅较小，甚至在个别费用方面有所降低，如招待费、差旅费等；

B、2002 年坏帐损失转回 44.91 万元，存货跌价损失转回 49.85 万元，共冲减 2002 年度管理费用 94.74 万元，占当年管理费用 16.33%。2003 年，公司发生的管理费用随自身生产规模的扩大、销售收入的增长以及上海七匹狼实业有限公司的开办而出现了一定程度的增长，主要体现为工资、折旧、差旅等费用，增长较为合理。

(3) 财务费用：公司财务费用随公司对银行贷款需求量的不断增长，呈现出逐年增长的态势。

总体看来，公司近三年期间费用的增幅变化基本合理，三项费用占主营业务收入的比例变化不大，显示出公司期间费用控制良好。

(五) 报告期营业外收入与支出

2001 年度、2002 年度及 2003 年度，公司营业外收支净额分别为 -45,906.72 元、-1,075,730.48 元和 -311,418.32 元，具体情况如下：

金额单位：元

项 目	2003 年度	2002 年度	2001 年度
营业外收入	12,581.68	123,259.33	687.04
其中：处置固定资产净收益	0	94,008.16	0
应付账款溢余尾款	12,581.68	29,251.17	687.04
营业外支出	324,000.00	1,198,989.81	46,593.76
其中：捐赠支出	324,000.00	1,182,807.25	20,000.00
处理固定资产净损失	0	739.83	26,505.25
应收账款溢余尾款	0	15,442.73	88.51
营业外收支净额	-311,418.32	-1,075,730.48	-45,906.72
占利润总额的比例 (%)	-0.87	-3.27	-0.20

(六) 报告期非经常性损益

2001 年度、2002 年度及 2003 年度，公司非经常性损益净额分别为 13,605.38 元，144,112.94 元，-42,163.27 元。具体如下：

项 目	2003 年度	2002 年度	2001 年度
1. + 营业外收入	8,429.73	82,583.75	460.32
a. 处置固定资产净收益	5,554.06	62,985.47	0
b. 应付账款溢余尾款	2,875.67	19,598.28	460.32
2. - 营业外支出	223,680.00	861,273.73	31,217.82
a. 捐赠支出	223,680.00	850,431.42	13,400.00
b. 处理固定资产净损失	0	495.68	17,758.52
c. 应收账款溢余尾款	0	10,346.63	59.30
3. + 转回的坏帐准备	88,973.85	300,866.56	0
4. + 转回的存货跌价准备	84,113.15	498,534.56	44,362.88
5. + 转回的固定资产减值准备	0	123,401.80	0
非经常性损益净额：1-5 合计	-42,163.27	144,112.94	13,605.38
占利润总额的比例(%)	-0.12	0.44	0.06

从上表可以看出，公司近三年非经常性损益数额较小，对公司经营业绩影响甚微。

（七）发行人近三年所享受的税收优惠政策

2001 年 9 月前，发行人按应纳税所得额的 27% 计算缴纳企业所得税，2001 年 9 月后至今发行人按应纳税所得额的 33% 计算缴纳企业所得税。发行人若在 2001 年 9 月前不享受以上税收优惠政策，则当年净利润为 14,686,660.13 元，而同期的报表净利润为 15,372,901.88 元，因享受税收优惠政策增加净利润 686,241.75 元，占当期净利润的 4.46%。

七、主要资产

截止 2003 年 12 月 31 日，公司资产总计为 19,358.41 万元，包括有形资产和无形资产。

（一）有形资产

截止 2003 年 12 月 31 日，公司有形资产净值为 18,751.18 万元，占总资产的比例为 96.86%（有形资产净值为总资产扣除无形资产、待摊费用及长期

待摊费用后的净值), 主要包括固定资产、流动资产等。

1、固定资产(包括工程物资和在建工程)

截止 2003 年 12 月 31 日, 公司固定资产余额为 9,032.64 万元, 占总资产的比例为 46.66%。公司固定资产具体情况如下:

(1) 固定资产

A、截止 2003 年 12 月 31 日, 公司主要固定资产情况为:

金额单位: 元

类别	原值	折旧年限	累计折旧	净值
房屋及建筑物	59,405,718.20	20	4,243,161.95	55,162,556.25
生产用机器设备	28,592,296.07	10	11,032,305.88	17,559,990.19
办公自动化设备	2,671,244.40	5	934,437.79	1,736,806.61
家具设备	402,531.00	5	20,122.12	382,408.88
家电及影像设备	462,166.00	5	26,677.16	435,488.84
交通及运输设备	5,725,885.44	10	1,553,787.90	4,172,097.54
通讯及网络设备	724,000.80	5	68,726.66	655,274.14
合计	97,983,841.91	--	17,879,219.46	80,104,622.45

公司固定资产折旧采用平均年限法。

截止 2003 年 12 月 31 日, 公司固定资产净值为 80,104,622.45 元, 比 2002 年末的 32,806,832.38 元出现了较大幅度的增长, 其主要原因是本期由工程物资转入生产用机器设备 6,502,437.00 元、办公自动化设备 38,867.40 元、交通及运输设备 730,000.00 元, 由在建工程完工(包括长沙店面、工业园区二期 A 栋厂房及办公楼)转入房屋建筑物 38,162,072.20 元、生产用机器设备 3,305,367.89 元、办公自动化设备 64,129.00 元、家电及影像设备 348,999.00 元、交通及运输设备 515,000.00 元、通讯及网络设备 573,227.80 元。

B、固定资产减值准备计提情况

截止 2003 年 12 月 31 日, 公司固定资产未发生减值情形, 故未计提固定资产减值准备。

(2) 工程物资

金额单位：元

项 目	2003 年 12 月 31 日	2002 年 12 月 31 日
预付设备款	0	2,580,500.00
合 计	0	2,580,500.00

(3) 在建工程

A、截止 2003 年 12 月 31 日，公司在建工程情况为：

金额单位：元

工程名称	2003.12.31 余额	资金来源	项目进度
B 栋厂房	4,682,528.30	自筹	77%
旧楼改造工程	3,731,223.00	自筹	78%
电梯安装工程	540,000.00	自筹	90%
上海办公楼装修工程	1,268,000.00	自筹	43%
合 计	10,221,751.30	-	-

在报告期内，公司在建工程无利息资本化。

B、在建工程减值准备计提情况

截止 2003 年 12 月 31 日，公司在建工程未发生减值情形，故未计提在建工程减值准备。

C、保荐机构(主承销商)、会计师对发行人最近一年末是否存在未入账的固定资产和在建工程发表的意见

本次发行的保荐机构(主承销商)及会计师认为：“经核查，我们认为发行人最近一年末不存在未入账的固定资产和在建工程。”

2、流动资产

(1) 货币资金

截止 2001 年 12 月 31 日、2002 年 12 月 31 日及 2003 年 12 月 31 日，公司货币资金余额分别为 11,241,606.31 元、11,311,543.60 元、15,120,416.19 元，占当期流动资产的比例分别为 10.02%、8.51%和 15.49%。2002 年末公司货币资金占当期流动资产的比例较 2001 年末有所降低，其主要原因是公司经营稳健、信誉良好，和银行建立了密切的合作关系，可以及时获得银行借款，故公司可以保持较低货币资金数额。2003 年 12 月 31 日，公司货币资金占当期流动资产的比例较前有较大增长，主要是由于公司加大了应收帐款的回收力度，货款回笼加快。

(2) 应收账款

销售模式	2003 年度		2002 年度		2001 年度	
	应收账款金额	周转率	应收账款金额	周转率	应收账款金额	周转率
代理商	8,007,624.39	10.38	10,370,995.65	5.11	3,588,996.65	5.98
商场代销	1,026,332.08	16.32	1,533,916.34	4.65	17,791,090.06	3.50
间接出口	355,508.00	142.87	355,508.00	104.15	355,508.00	44.75
团购、批发	1,975,547.59	5.90	3,921,779.20	9.94	2,308,673.65	16.70
合计	11,365,012.06	13.39	16,182,199.19	7.39	24,044,268.36	5.73

截止 2001 年 12 月 31 日、2002 年 12 月 31 日及 2003 年 12 月 31 日，公司应收账款分别为 22,648,226.55 元、15,227,975.94 元、10,670,333.66 元，占同期流动资产的比例分别为 20.18%、11.45%、10.93%，占同期主营业务收入的比例分别为 21.71%、10.25%、5.78%。虽然公司销售规模在不断扩大，但应收账款数额及其所占流动资产和主营业务收入的比例近三年均呈现逐年降低的态势，主要是因为公司加大了应收账款的催收力度，同时减少了直接管理的商场厅(柜)数量而转交由代理商管理，并加强了代理商“现付制”结算方式的执行力度，有效地减少了应收账款发生额，保证了销售货款的及时回笼。截止 2003 年末，公司 37 家代理商中仅 17 家欠款，欠款金额 800.76 万元，100 万元以上欠款 1 家，最少的一家仅欠 3.53 万元。

公司采用备抵法核算坏账。由于公司货款回笼正常，截止 2003 年 12 月 31 日，公司应收账款余额中，帐龄在 1 年以内的占 96.52%，1-2 年的占 0.35%，3-4 年的占 3.13%，应收款项帐龄较短，分布较为合理，可回收性较强。

截止 2003 年 12 月 31 日，应收账款期末余额中无持本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位欠款。

(3) 其他应收款

A、截止 2003 年 12 月 31 日，公司其他应收款账龄情况如下：

帐龄	金额(元)	比例(%)	坏帐准备
1 年以内	122,865.00	12.30	6,143.25
1-2 年	213,386.00	21.37	21,338.60
2-3 年	662,332.92	66.33	132,466.58
合计	998,583.92	100.00	159,948.43

公司其他应收款主要是将已不符合预付帐款性质的款项转入所致，无持公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位欠款。

B、发行人与七匹狼集团在近三年相互之间的其他应收款情况如下：

关联方	2003.12.31	2002.12.31	2001.12.31
福建七匹狼集团有限公司	0.00	0.00	-16,005,223.35

上述关联方往来款项主要是由于公司改制前属福建七匹狼集团公司控制的子公司，为了提高资金利用率，降低整个集团的资金成本，公司与福建七匹狼集团公司相互进行资金调剂而形成的。经过上市前的辅导及法人治理结构的完善，公司已于 2002 年还清上述欠款，且至今没有与福建七匹狼集团公司及其实际控制的企业间发生任何相互调剂资金行为。

（4）预付账款

截止 2001 年 12 月 31 日、2002 年 12 月 31 日、2003 年 12 月 31 日，公司预付账款分别为 8,411,582.85 元、42,620,559.42 元、26,106,203.67 元，占当期流动资产的比例分别为 7.49%、32.05%、26.74%。

2002 年末预付账款较 2001 年末出现较大幅度增长的主要原因是：随着公司产销规模的不断扩大，公司原材料采购等预付账款相应增加；公司预付购置长沙店面的款项 16,643,151.20 元。2003 年末预付账款较 2002 年末减少 38.75%，主要原因是预付长沙店面款 16,643,151.20 元转入固定资产。

截止 2003 年 12 月 31 日，公司预付账款账龄情况：

金额单位：元

账龄	2003 年 12 月 31 日	2002 年 12 月 31 日
1 年以内	23,611,349.18	40,407,824.71
1~2 年	2,494,854.49	2,200,734.71
2~3 年	-	12,000.00
合计	26,106,203.67	42,620,559.42

以上超过 1 年的预付账款主要系预付金井镇政府科技工业园（原名海峡工业区）土地款 200 万元及与供货单位尚未结算的购货尾款；预付账款中无持公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位款项。

(5) 存货

A、公司近三年存货(不含存货跌价准备)情况

金额单位：元

项目	2003.12.31	2002.12.31	2001.12.31
原材料	12,962,623.95	25,869,558.70	23,440,542.74
半成品	0	1,723,436.86	6,893,999.36
在产品	654,679.81	2,357,847.63	1,715,513.58
产成品	28,984,713.30	27,528,877.95	33,866,600.42
委托加工物资	0	583,339.76	0
委托代销商品	1,876,879.14	5,711,413.23	3,999,081.92
合计	44,478,896.20	63,774,474.13	69,915,738.02
存货占流动资产的比例	45.55%	47.88%	61.75%
存货周转率	2.21	1.45	1.12

从上表可以看出，公司存货主要由原材料和产成品构成，存货数额及其所占流动资产的比例均未随产销规模的扩大同比例增大，反而呈现逐年下降的趋势，同时存货周转率不断加快，主要是因为公司采取了较好的存货控制措施，尤其是加强了原材料的计划与采购管理，通过加强对市场的调查研究与分析，增加了生产与采购的计划性。公司2003年12月31日存货余额为44,478,896.20元，比2001年的69,915,738.02元、2002年的63,774,474.13元有了明显降低，尤其是原材料库存从2002年末2,759.30万元减少到2003年末的1,296.26万元，减少了1,463.04万元，减少幅度53.02%，占存货减少总金额的67.18%。同时，2003年公司将原由自己管理的部分商场厅(柜)转交给代理商经营，由此存货中委托代销商品减少，由年初的571.14万元下降至187.69万元。

以上数据显示出公司在存货绝对额的控制及提高存货周转率方面措施得力。另外，公司2003年末28,984,713.30元产成品存货中，有84.77%属1年期以内的存货，存货状况良好，同时也符合公司服装产品反季节性及提前生产的特点。

B、存货跌价准备计提情况

金额单位：元

类别	2003.12.31	存货可变现净值确定依据
产成品	16,728.76	市场价
委托代销商品	12,379.98	市场价
合计	29,108.74	--

(6) 待摊费用

金额单位：元

类别	2002.12.31	本期增加	本期摊销	2003.12.31
待抵扣进项税	139,993.61	13,789,236.54	13,521,406.65	407,823.50
场地租金	-	120,000.00	72,000.00	48,000.00
合计	139,993.61	13,909,236.54	13,593,406.65	455,823.50

待抵扣进项税期末数系因部分进项税未能于2003年12月及时通过税务认证造成尚未抵扣。

本次发行的保荐机构(主承销商)认为：“经核查，我们认为2001年、2002年，发行人通过代理商销售的比重分别为16%、24%，2003年发行人通过代理商销售的比重大幅上升至52%，并因此大幅度减少了库存，但应收帐款并未相应大幅增加是发行人正常、合理的经营行为。”

“经核查，我们认为发行人除与代理商签订《委托代理合同》外，并未与代理商签订任何其它的补充协议或补偿协议。2003年发行人与代理商签订的合同(或协议)的主要内容与2001年、2002年相比在价格折扣、结算方式、退货条款等方面未发生实质性变化。”

本次发行的会计师认为：“经核查，我们认为2001年、2002年，公司通过代理商销售的比重分别为16%、24%，2003年，公司通过代理商销售的比重大幅上升至52%，并因此大幅度减少了库存，但应收帐款并未相应大幅增加是合理的。”

“经核查，我们认为2003年除发行人与代理商签订销售合同外，没有签订其他补充协议对代理商予以补偿。”

“经核查，我们认为2003年发行人与代理商签订的合同(或协议等)的主要内容与2002年、2001年相比在价格折扣、结算方式、退货条款等方面没有发生较大变化。”

本次发行的律师认为：“经核查：截止2003年12月31日，发行人与代理商签订之销售合同与2001年、2002年发行人与代理商签订之销售合同在价格折扣、

结算方式、退货条款等方面无实质性变化，未发现发行人与代理商签订其他补充协议对代理商予以补偿。”

“经核查：截止到2003年12月31日，2003年发行人与11家代理商签订了11份《商场经销权转让协议书》，根据前述协议发行人将原由自己管理的部分商场的厅（柜）转移给代理商经营，协议规定代理商受让商场厅（柜）经营权时可选择性接收未售出商品，其结算方式为交接日后一个月内付清货款。

律师认为，前述《商场经销权转让协议书》之内容不违反现行法律法规之规定。”

（二）无形资产及其他资产

1、无形资产

公司无形资产主要是以出让方式取得的土地使用权，2001年12月31日、2002年12月31日、2003年12月31日，公司无形资产帐面价值分别为0元、5,020,693.50元、4,916,501.34元。

截止2003年12月31日，公司无形资产具体情况如下：

金额单位：元

类别	取得方式	原值	累计摊销额	摊余价值	摊销期限(月)	剩余摊销期限(月)
土地使用权	出让取得	474,211.50	10,274.05	463,937.45	600	587
土地使用权	出让取得	554,220.00	19,397.70	534,822.30	600	579
土地使用权	出让取得	1,698,444.00	76,429.98	1,622,014.02	600	573
土地使用权	出让取得	2,258,443.00	176,911.29	2,081,531.71	600	553
土地使用权	出让取得	224,289.00	10,093.14	214,195.86	600	573
合计	-	5,209,607.50	293,106.16	4,916,501.34	-	-

截止2003年12月31日，公司无形资产未发生减值情形，故未计提无形资产减值准备。

2、长期待摊费用

2001年及2002年公司长期待摊费用均为零，截止2003年12月31日，公司长期待摊费用余额为700,000.00元，全部为上市费用，其中支付给中国证券监督管理委员会审核费200,000.00元，支付给福建华兴会计师事务所审计费用300,000.00元，支付给北京市浩天律师事务所律师费200,000.00元。

八、主要债项

截止 2003 年 12 月 31 日，公司的负债总额合计为 100,056,803.97 元，主要债项包括流动负债和长期负债。

(一) 流动负债

截止 2003 年 12 月 31 日，公司流动负债总计 83,056,803.97 元，主要包括短期借款、应付票据、应付账款、预收账款、应付工资、应付福利费、应付股利、应付利息、应交税金、其他应付款、其他应交款、预提费用等，具体情况如下：

1、短期借款

公司近三年短期借款情况为：

金额单位：元

项目	2003.12.31	2002.12.31	2001.12.31
短期借款余额	15,000,000.00	47,500,000.00	26,000,000.00

公司 2002 年末短期借款比 2001 年末短期借款有明显的增加，增加金额为 21,500,000.00 元，增幅为 82.69%，主要是由于公司生产经营规模扩大后对流动资金需求量增大。2003 年末短期借款余额比 2002 年末减少 32,500,000.00 元，主要是公司归还了到期银行借款，同时，因为货款回笼较快，公司自有流动资金量较充足，贷款需求较小。截止 2003 年 12 月 31 日，公司短期借款余额为 15,000,000.00 元，均为银行借款，具体情况如下：

金额单位：元

序号	借款银行	类别	金额	利率	期限
3	中国银行晋江支行	担保	5,000,000.00	4.779%	2003.5.23-2004.5.23
4	中国银行晋江支行	担保	5,000,000.00	4.779%	2003.5.29-2004.5.29
5	中国银行晋江支行	担保	5,000,000.00	4.779%	2003.7.30-2004.7.30
	合计	-	15,000,000.00	-	-

以上借款全部由公司控股股东七匹狼集团提供担保。

公司银行信誉良好，无拖欠银行借款本息现象，也无到期未偿还借款。

2、应付票据

截止 2001 年 12 月 31 日、2002 年 12 月 31 日、2003 年 12 月 31 日，公司应付票据帐面价值分别为 800,000.00 元、2,000,000.00 元、1,500,000.00 元。截

止 2003 年 12 月 31 日，公司应付票据具体情况如下：

金额单位：元

种 类	2003 年 12 月 31 日	2002 年 12 月 31 日
银行承兑汇票	1,500,000.00	2,000,000.00
合 计	1,500,000.00	2,000,000.00

应付票据中无欠持公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位的款项。

3、应付帐款

截止 2001 年 12 月 31 日、2002 年 12 月 31 日、2003 年 12 月 31 日，公司应付账款余额分别为 18,808,283.43 元、6,114,931.67 元、2,559,378.90 元。公司应付账款主要为应付购买原材料、辅助材料的货款等。

发行人保荐机构(主承销商)和会计师认为：“经审查，发行人最近一期末不存在未入账的应付供应商（包括委托加工及采购半成品的供应商）的账款。”

应付帐款中无欠持公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位账款。

4、预收账款

截止 2001 年 12 月 31 日、2002 年 12 月 31 日、2003 年 12 月 31 日，公司预收账款余额分别为 6,234,011.98 元、11,770,179.05 元、22,313,891.56 元，主要为预收产品销售货款。公司 2003 年 12 月 31 日预收账款比 2002 年 12 月 31 日增加 89.58%，主要是由于 2003 年代理商数量增加，预收代理商、批发商货款订金增加所致。

预收账款中无欠持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位账款。

5、应交税金

截止 2001 年 12 月 31 日、2002 年 12 月 31 日、2003 年 12 月 31 日，公司应交税金余额分别为 11,031,531.95 元、3,728,699.53 元、4,050,984.62 元。主要为应交增值税和企业所得税，原因是各期期末税金往往需在下期上缴。

截止 2003 年 12 月 31 日，应交税金具体构成如下：

金额单位：元

税 项	2003 年 12 月 31 日	2002 年 12 月 31 日
增值税	1,103,722.64	610,726.57
营业税	31,944.45	80,000.00
企业所得税	2,583,329.66	2,719,098.68

城市维护建设税	64,895.96	34,536.40
房产税	261,011.87	207,462.68
土地使用税	-	20,159.20
个人所得税	6,080.04	56,716.00
合计	4,050,984.62	3,728,699.53

6、对内部人员和关联方负债

截止 2003 年 12 月 31 日，公司应付内部人员工资 1,311,976.00 元，应付福利费 3,843,864.17 元。

7、应付利息

截止 2003 年 12 月 31 日，公司应付利息余额为 55,860.75 元，主要为长期借款利息。

8、预提费用

截止 2003 年 12 月 31 日，公司预提费用余额为 146,810.65 元，主要是公司预提按季结算的短期借款利息 21,903.75 元及预提 2003 年 12 月水电费 124,906.90 元。

9、其他应付款

截止 2003 年 12 月 31 日，公司其他应付款余额为 12,148,770.43 元，主要是应付福建省第五建筑工程公司石狮分公司工程款 4,269,976.82 元、北京未来广告有限公司广告费 2,716,000.00 元、石狮市美格装饰设计工程有限公司工程款 2,650,000.00 元、金井建筑工程公司 530,000.00 元及应付工会经费等。另外，公司 2001 年应付七匹狼集团 16,005,223.35 元，截止 2002 年及 2003 年末，公司与七匹狼集团无任何往来款。

10、一年内到期的长期借款

序号	借款银行	类别	金额(元)	利率	期限
1	中信实业银行福州分行华林支行	担保	20,000,000.00	4.941%	2002.12.20-2004.12.20

(二) 长期负债

公司长期负债主要为长期借款，截止 2003 年 12 月 31 日，公司长期借款余额为 17,000,000.00 元，具体情况如下：

序号	借款银行	类别	金额(元)	利率	期限
1	中国银行晋江支行 金井分理处	担保	17,000,000.00	4.941%	2003.3.21-2005.3.21

由于扩大生产规模、建设厂房、增加生产线等需要，公司从2002年开始借入长期借款。以上借款全部由公司控股股东七匹狼集团提供担保。

公司信誉良好，无拖欠银行借款本息现象，也无到期未偿还借款。

(三) 其他合同承诺债务

除上述债项外，本公司无任何其他债务

九、股东权益

(一) 股本

1、公司于2001年7月23日设立时，共有发起人股6,000万股，之后未发生任何形式的变化。截止2003年12月31日，公司股本总额为6,000万元。

2、截止2003年12月31日，各股东持股情况如下：

股东名称	持股额(元)	占总股本比重(%)
福建七匹狼集团有限公司	45,000,000.00	75.00
厦门来尔富贸易有限责任公司	12,000,000.00	20.00
晋江市建利塑料彩色印刷有限公司	1,800,000.00	3.00
厦门维一实业有限公司	600,000.00	1.00
晋江市恒隆建材有限公司	600,000.00	1.00
合计	60,000,000.00	100.00

3、公司近三年股本变动情况如下：

金额单位：元

项目	2003.12.31	2002.12.31	2001.12.31
期初余额	60,000,000.00	60,000,000.00	25,000,000.00
当期增加额	-	-	35,000,000.00
期末余额	60,000,000.00	60,000,000.00	60,000,000.00

4、2001年7月，经福建省人民政府以“闽政体股[2001]28号”文批准，福建七匹狼制衣实业有限公司依法整体变更为本公司，注册资本由2,500万元变更

为 6,000 万元,福建华兴有限责任会计师事务所出具闽华兴所(2001)验字 35 号《验资报告》,对上述变更事项进行验证。

5、公司股东所持股份不存在被质押、冻结等现象。

(二) 资本公积

公司近三年资本公积变动情况

金额单位：元

项目	2003.12.31	2002.12.31	2001.12.31
期初数	40,092.81	40,092.81	16,285,202.52
减：改制折为股本数	-	-	16,245,109.71
期末数	40,092.81	40,092.81	40,092.81

公司 2001 年初资本公积为 16,285,202.52 元,主要是公司作为中外合作企业,各股东超投资部分计入资本公积。2001 年 12 月 31 日,资本公积余额为 40,092.81 元,主要是公司 2001 年 7 月改制时按公司净资产折股超过注册资本 6000 万元部分。

(三) 盈余公积

公司近三年盈余公积变动情况：

金额单位：元

项目	2003.12.31	2002.12.31	2001.12.31
期初数	8,074,749.89	2,523,787.63	2,169,635.75
加：当期计提数	6,243,603.25	5,550,962.26	3,315,450.34
减：改制折为股本数	-	-	2,961,298.46
期末数	14,318,353.14	8,074,749.89	2,523,787.63

公司在 2001 年 6 月以前为中外合作企业,按规定提取 10%的储备基金及 5%的企业发展基金(实行《企业会计制度》后,此两金余额转入盈余公积),共计提取比例为 15%;从 2001 年 7 月开始公司转为内资企业,按规定提取 10%的法定盈余公积,10%任意盈余公积和 5%的公益金,共计提取比例为 25%。

(四) 未分配利润

公司近三年未分配利润变动情况如下：

金额单位：元

项目	2003.12.31	2002.12.31	2001.12.31
报告期初未分配利润	0	7,571,362.85	11,571,390.71
加：报告期净利润	24,974,413.02	22,203,849.05	15,372,901.88
减：提取法定盈余公积金	2,497,441.30	2,220,384.90	1,009,515.05
提取法定公益金	1,248,720.65	1,110,192.46	504,757.53
提取职工奖励及福利基金	0	0	263,887.57
提取储备基金	0	0	527,775.14
提取企业发展基金	0	0	263,887.57
提取任意盈余公积金	2,497,441.30	2,220,384.90	1,009,515.05
应付普通股股利	0	24,224,249.64	0
改制折股本数	0	0	15,793,591.83
报告期末未分配利润	18,730,809.77	0	7,571,362.85

2003年4月16日公司召开2002年度股东大会，审议通过《福建七匹狼实业股份有限公司2002年度利润分配预案》，决定按每10股派1.00元向全体股东分配2002年度股利，共计600万元，审议通过《关于本次新股（A股）发行完成前滚存利润的分配议案》，决定本次新股发行前一年未滚存的未分配利润归老股东所有，发行当年产生的利润由新老股东共享。

2004年2月14日，公司召开2003年度股东大会，审议通过《福建七匹狼实业股份有限公司2003年度利润分配预案》，决定2003年度实现的利润不进行分配，结转至下一年度，且自2003年起，公司实现的滚存未分配利润及本次发行当年实现的利润由新老股东共享。

十、现金流量状况

公司2002年度及2003年度现金流量的基本情况如下：

金额单位：元

项目	2003年度	2002年度
经营活动现金流量	66,605,991.33	14,269,966.53
投资活动现金流量	-22,370,710.13	-33,878,751.44
筹资活动现金流量	-40,426,408.61	19,678,794.73

从上表可以看出，公司年度经营活动产生的现金流量状况良好。

另外，公司“购买商品、接受劳务支付的现金”2002年为122,855,146.77元、2003年为106,110,564.95元，下降了13.6%，主要原因是：2003年公司增强了原材料采购的计划性，同时提高了存货周转率，2003年存货周转率为2.21，而2002年全年仅为1.45。

十一、关联方关系及其交易

关联方关系及其交易事项详见第七节“同业竞争与关联交易”有关内容。

十二、或有事项和承诺事项

公司无应披露的重大或有事项和重大承诺事项。

十三、其他重要事项

2003年4月16日，公司召开2002年度股东大会，审议通过《关于本次新股(A)股发行完成前滚存利润的分配议案》，决定本次新股发行前一年末滚存的未分配利润归老股东所有，发行当年产生的利润由新老股东共享。

2004年2月14日，公司召开2003年度股东大会，审议通过《福建七匹狼实业股份有限公司2003年度利润分配预案》，决定2003年度实现的利润不进行分配，结转至下一年度，且自2003年起，公司实现的滚存未分配利润及本次发行当年实现的利润由新老股东共享。

十四、历次验资情况

1、发行人设立的验资情况

公司前身晋江恒隆制衣有限公司于1989年12月25日设立，晋江县审计事务所为公司出具(90)晋审所验字第082号验资报告。

2001年7月，公司由有限公司整体变更设立股份公司，2001年7月9日福建华兴有限责任会计师事务所为公司出具闽华兴所(2001)验字35号验资报告。公司注册资本由人民币2,500万元增至6,000万元。

2、发行人增资的验资情况

公司前身系中外合作公司，其设立后曾多次增资，历次增资的验资情况如下：

1992年8月20日，晋江会计师事务所出具晋会所外验字（92）第114号验资报告，公司注册资本增资至300万元；

1993年5月24日，晋江会计师事务所出具晋会所外验字（93）第2099号验资报告，公司注册资本增资至1,000万元；

由于在出具以上晋会所外验字（93）第2099号验资报告后，公司名称于1993年6月16日由“晋江恒隆制衣有限公司”更名为“福建七匹狼制衣实业有限公司”，晋江会计师事务所于1997年12月5日针对以上增资行为出具了晋会所外验字（97）第2105号验资报告，同时，以上晋会所外验字（93）第2099号验资报告作废。

1999年10月28日，泉州丰泽审计师事务所出具泉丰泽审所验字[1999]251号验资报告，公司注册资本增资至2,500万元。

3、发行人股权转让的验资情况

2001年6月25日，福建华兴有限责任会计师事务所出具闽华兴所（2001）验字37号验资报告。验资报告认为：福建七匹狼制衣实业有限公司变更前的注册资本和投入资本均为人民币2,500万元，并经泉州丰泽审计师事务所验证（详见泉丰泽审所验字[1999]251号《验资报告》）。公司变更后的注册资本仍为人民币2,500万元。根据审验结果，截止2001年6月20日，根据股东会决议及晋江市对外经济委员会晋外经[2001]218号关于同意福建七匹狼制衣实业有限公司股权转让及变更企业性质的批复，福建七匹狼制衣实业有限公司经股权转让后各股东出资为：股东福建七匹狼集团公司投入注册资本为1,875万元，占注册资本的75%；股东厦门来尔富贸易有限责任公司投入注册资本为500万元，占注册资本的20%；股东晋江市建利塑料彩色印刷有限公司投入注册资本为75万元，占注册资本的3%；股东厦门维一实业有限公司投入注册资本为25万元，占注册资本的1%；股东晋江恒隆建材有限公司投入注册资本为25万元，占注册资本的1%。股权转让后，福建七匹狼制衣实业有限公司由外商投资企业变更为内资企业，股权调整后的公司注册资本、投资总额都不变。”

具体验资情况详见第五节“发行人基本情况”有关内容。

十五、财务指标

(一) 主要财务指标

项 目	2003 年	2002 年	2001 年
流动比率	1.18	1.37	1.37
速动比率	0.64	0.72	0.53
存货周转率(次)	2.21	1.45	1.12
应收账款周转率(次)	13.39	7.39	5.73
资产负债率(母公司)	51.64	63.17	53.81
资产负债率(合并)	51.69	63.17	53.81
无形资产占总资产比例(%)	0	0	0
无形资产占净资产比例(%)	0	0	0
每股净资产(元)	1.55	1.14	1.17
调整后每股净资产(元)	1.45	1.13	1.17
每股收益(摊薄)(元)	0.42	0.37	0.26
净资产收益率(摊薄)(%)	26.83	32.60	21.92
每股经营活动现金流量(元)	1.11	0.24	0.11
每股净现金流量(元)	0.06	0.0012	0.04

以上财务指标的计算公式分别为：

流动比率 = 流动资产 / 流动负债

速度比率 = 速动资产 / 流动负债

存货周转率 = 主营业务成本 / 存货平均余额

应收账款周转率 = 主营业务收入 / 应收账款平均余额

资产负债率 = 总负债 / 总资产

无形资产占总资产比例 = 无形资产(土地使用权除外) / 总资产

无形资产占净资产比例 = 无形资产(土地使用权除外) / 净资产

每股净资产 = 期末净资产 / 期末股本总额

调整后每股净资产 = 调整后期末净资产 / 期末股本总额

每股收益(摊薄) = 净利润 / 期末股本总额

净资产收益率(摊薄)=净利润/期末净资产

每股经营活动现金流量=经营活动产生的现金净流量净额/期末股本总额

每股净现金流量=现金净流量净额/期末股本总额

以上财务指标中，资产负债率以母公司财务报告的数据为基础计算，其余指标以合并报告数据为基础计算。

(二) 净资产收益率及每股收益

根据中国证监会《公开发行证券公司信息披露编报规则第9号》的要求计算的净资产收益率和每股收益如下：

2003年

报告期利润	净资产收益率(%)		每股收益(元)	
	全面摊薄	加权平均	全面摊薄	加权平均
主营业务利润	68.70	79.34	1.07	1.07
营业利润	38.97	45.01	0.60	0.60
净利润	26.83	30.98	0.42	0.42
扣除非经常损益后的净利润	26.87	31.04	0.42	0.42

2002年

报告期利润	净资产收益率(%)		每股收益(元)	
	全面摊薄	加权平均	全面摊薄	加权平均
主营业务利润	75.00	63.87	0.85	0.85
营业利润	49.91	42.51	0.57	0.57
净利润	32.60	27.76	0.37	0.37
扣除非经常损益后的净利润	33.74	28.73	0.38	0.38

2001年

报告期利润	净资产收益率(%)		每股收益(元)	
	全面摊薄	加权平均	全面摊薄	加权平均
主营业务利润	55.23	61.77	0.65	0.91
营业利润	32.81	36.70	0.38	0.54
净利润	21.92	24.51	0.26	0.27
扣除非经常损益后的净利润	21.96	24.56	0.26	0.36

（三）发行人与同行业上市公司针对流动比率、速动比率、应收账款周转率、存货周转率、毛利率等五个指标的比较分析

1、流动比率比较分析：

公司名称	2003 年	2002 年	2001 年
仕奇实业	6.69 [*]	7.39	5.83
雅戈尔	1.10 [*]	0.71	0.75
杉杉股份	1.80	1.71	3.69
红豆股份	1.46	1.56	3.18
凯诺科技	1.33 [*]	1.40	1.05
平均值	1.42	1.35	2.17
七匹狼	1.18	1.37	1.37

另：由于仕奇实业在 2000 年上市时募集资金为 58,268 万元，投入项目的进度较缓慢，到 2002 年末仍有募集资金 24,298 万元未投入使用，同时在该公司 75,510 万元总资产中，负债较少，仅为 7,841 万元。因此，该公司流动比率与速动比率较其他服装类上市公司特别高，为此在计算流动比率与速动比率平均值时，不包括该公司在内。

从以上数据可以看出，2001-2002 年发行人流动比率略低于表内所列同行业上市公司平均水平。2003 年流动比率较 2002 年有所降低，是因为公司由于代理商的增加对代理商的货款订金有所增加，且有一笔 2000 万元的长期负债转入流动负债。

2、速动比率比较分析：

公司名称	2003 年	2002 年	2001 年
仕奇实业	5.56 [*]	6.10	4.85
雅戈尔	0.38 [*]	0.36	0.30
杉杉股份	1.63	1.52	3.19
红豆股份	0.61	0.86	2.57
凯诺科技	0.92 [*]	0.90	0.75
平均值	0.89	0.91	1.70
七匹狼	0.64	0.72	0.53

从以上数据可以看出,公司速动比率略低于表内所列同行业上市公司平均水平,主要是因为公司经营规模较上市公司小,根据生产经营的需要,必须保证一定的库存,避免停工待料,因此,存货绝对额较大,导致速动比率较小。2002年,公司将历年滚存的利润分配给股东,由于应付股利的大量增加导致流动负债增加较大;2003年,公司由于代理商的增加对代理商的货款订金有所增加,另有一笔一年内到期的2000万元的长期负债转入流动负债,也相应降低了速动比率。为此,公司正加强对存货的管理,逐步实行物流管理的数据化,随时关注原材料、成衣市场的供求变化,尽量推行柔性化的生产、采购制度,做到“以销定产”、“以产定购”,减少原材料和产成品库存。

3、应收账款周转率比较分析：

公司名称	2003年	2002年	2001年
雅戈尔	26.75 [*]	34.11	40.05
杉杉股份	2.69	2.41	2.61
红豆股份	16.43	14.81	14.55
仕奇实业	0.72 [*]	1.30	2.12
凯诺科技	8.52 [*]	7.70	8.00
平均值	11.02	12.07	13.47
七匹狼	13.39	7.39	5.73

从以上数据可以看出,公司应收账款周转率呈现逐年上升的趋势。2001年和2002年公司应收账款周转率低于表内所列同行业上市公司平均水平。2003年,公司应收账款周转率提高到13.39,超过表内所列同行业上市公司平均水平,接近于雅戈尔的水平,达到行业领先水平,说明公司在应收账款管理上的措施是得力的。雅戈尔的应收账款周转率较高主要是因为其销售模式是以直营专卖为主,相应减少了应收帐款。随着公司募集资金的到位,部分资金投向自营专卖店体系建设,公司应收账款周转率还有望进一步提高。

4、存货周转率比较分析：

公司名称	2003年	2002年	2001年
雅戈尔	0.72 [*]	1.75	1.77
杉杉股份	12.05	4.42	1.68
红豆股份	1.72	2.11	3.02

仕奇实业	0.35	0.44	0.54
凯诺科技	2.20	2.63	2.75
平均值	3.41	2.27	1.95
七匹狼	2.21	1.45	1.12

从以上数据可以看出，公司存货周转率逐年提高，但2001年和2002年低于表内所列同行业上市公司平均水平，主要是因为：公司每年举行两次春夏产品订货会，然后按订单组织生产，为保证订单交货期，通常提前2-3个月安排生产，因此，增加了产成品库存，但由于公司产品计划性较强，因此产成品在存货中所占的份额有逐步降低的趋势（见下表）；服装业具有“男装重面料，女装重设计”的特点，为了保证所生产的产品面料花色、质地新颖、独特，避免同类面料产品的竞争，公司往往针对部分面料采用买断的方式；同时，为了降低采购成本，原材料按批量进行采购，相应增加了原材料库存，因此公司原材料在存货中所占的比例一般较高（见下表）；公司服装产品具有季节性的特点，每年的年末是公司产品的销售旺季，为保证年末市场需求的大幅增加，公司往往在年末储备大量的产成品，半成品及原材料也相应增加，因此，公司存货一般在年末出现大幅增加，相应使公司存货周转率偏低；公司处于高速发展期，每年都会开发大量新产品，如2001年新开发衬衫、毛衫，需要储备新产品所需的原辅材料，因而导致原材料存货绝对额的增加。

2003年公司存货周转率已达到2.21，从表中所列上市公司家数上看，公司已处于领先水平，说明公司对存货的柔性化管理已卓见成效，尤其是加强了采购的计划性，使得原材料存货大幅减少。同时，因为公司自制生产能力的增强，委托加工半成品存货减少；因为公司将大部分原由自己管理的商场厅（柜）转由代理商经营，委托代销商品存货减少。

项目	2003.12.31	比例%	2002.12.31	比例%	2001.12.31	比例%
原材料	12,962,623.95	29.14	25,869,558.70	40.56	23,440,542.74	33.52
半成品	0	0	1,723,436.86	2.70	6,893,999.36	9.86
在产品	654,679.81	1.47	2,357,847.63	3.70	1,715,513.58	2.45
产成品	28,984,713.30	65.17	27,528,877.95	43.17	33,866,600.42	48.44
委托加工物资	0	0	583,339.76	0.91	-	0
委托代销商品	1,876,879.14	4.22	5,711,413.23	8.96	3,999,081.92	5.73
合计	44,478,896.20	100	63,774,474.13	100	69,303,981.57	100

5、毛利率比较分析：

公司名称	2003年	2002年	2001年
雅戈尔	39.79% ⁺	42.24%	42.04%
杉杉股份	25.28%	24.76%	33.58%
红豆股份	19.80%	20.26%	33.30%
仕奇实业	-11.98% ⁺	12.59%	37.78%
凯诺科技	35.74% ⁺	38.26%	37.02%
平均值	21.73%	27.62%	36.91%
七匹狼	35.30%	34.80%	37.91%

从以上数据可以看出，近三年公司产品毛利率高于行业平均水平。虽然为了扩大市场占有率，公司管理层根据产品成本的变化适当调减了内销产品的平均销售单价，但随着公司产品质量为国际市场的逐步认可，间接出口数量大幅增长，销售毛利率也逐年上升，所以，近三年公司产品的综合毛利率仍能保持较为稳定的水平。发行人毛利率水平低于雅戈尔，主要原因是雅戈尔采取以直营专卖为主的销售模式，相对于发行人采用代理加盟为主的销售模式，销售毛利率较高。

十六、公司管理层的财务分析

公司董事会成员和管理层结合近三年经审计的相关财务会计资料做出如下财务分析：

（一）资产质量、资产负债结构及股权结构分析

1、资产质量

公司资产质量优良，2003年末固定资产成新率为81.75%，不存在银行存款被冻结、应收账款等应收款项无法收回、坏账准备、资产跌价或减值准备计提不足的情况，不存在对外担保、重大诉讼等重大或有负债或隐藏负债的现象，也不存在产权纠纷或资产抵押等导致产权行使受到限制的情况，此外，公司资产质量优良还表现在其结构较为合理，具体情况如下述。

2、资产结构

公司主要资产的占比情况如下：

项目	2003.12.31	2002.12.31	2001.12.31
固定资产占总资产的比例	46.66%	25.39%	26.08%
流动资产占总资产的比例	50.44%	71.90%	73.92%
无形资产占总资产的比例	2.54%	2.71%	0
应收帐款占流动资产的比例	10.93%	11.45%	20.18%
存货占流动资产的比例	45.52%	47.88%	61.75%

2001-2002年末，公司固定资产、流动资产占总资产的比例基本保持稳定，2003年末固定资产占总资产比例较前两年有较大幅度增长，而流动资产占总资产比例有较大幅度下降，主要是由于公司当期新增固定资产4796.99万元，其中：位于湖南长沙的店面1664.32万元、在建工程完工转入房屋建筑物2151.89万元、新增生产用机器设备980.78万元。截止2003年12月31日，固定资产均为正常生产经营所必须的厂房、机械设备、营销网络所需店面等，资产状况良好，期末未发生减值情形。

近三年末应收帐款占流动资产的比例逐年降低，主要是由于公司加强了应收帐款的催收力度，应收账款周转速度明显加快，应收账款周转率从2001年度的5.73升至2003年度的13.39。

近三年末存货在流动资产中所占的比例也呈现出逐年下降的态势,近三年存货周转率分别为 1.12、1.45、2.21,逐年有所提高,主要是由于公司采取了较好的存货控制措施,通过加强对市场的调查研究与分析,增加生产与采购的计划性,尤其是加强了原材料采购的计划性,有效地降低了存货数额。因此,公司存货余额并未随产销规模的扩大而同比例增大,而是保持相对稳定,甚至在 2003 年出现了明显降低,显示出公司对存货绝对额的控制及提高存货周转率方面措施得力。

2、资产负债结构

近三年末,公司资产负债率分别为 53.81%、63.17%和 51.69%,负债水平适当。截止 2003 年 12 月 31 日,公司负债总额为 10005.68 万元,其中 流动负债 8305.68 万元,占负债总额的 83.01%;长期负债 1700 万元,占负债总额的 14.31%,负债结构较为合理。无任何到期仍未偿还的重大债务。

3、股权结构分析

本次发行前,公司总股本为 6,000 万股,其中,七匹狼集团持股 75%,厦门来尔富持股 20%,建利彩印持股 3%,厦门维一持股 1%,恒隆建材持股 1%,股本结构基本合理。

(二) 现金流量及偿债能力分析

1、现金流量状况

公司现金流量比较正常,收益质量较高。2002 年及 2003 年,公司现金及现金等价物净增加额均为正值,经营活动产生的现金流量净额分别为 1427 万、6660.60 万元。由于公司正处于产销规模不断扩大的阶段,2002 年和 2003 年用于在建工程、固定资产等现金支出较大,导致公司投资活动净现金流量为负值。2003 年,在公司现金回笼较快、现金盈余较多的情况下,归还了部分银行借款,从而使本期筹资活动产生的现金流量净额为负。

2、偿债能力分析

从前述有关财务指标看,截止 2003 年 12 月 31 日,公司流动比率、速动比率分别为 1.18、0.64,接近同行业上市公司平均水平,表明公司具有较强的偿债能力。2003 年末上述两指标较 2002 年末低,原因是将一笔长期借款 2000 万元转入流动负债,且由于代理商数量的增加,公司对代理商的预收账款增加较大所致。

（三）近三年业务进展及盈利能力分析

近三年公司业务进展顺利，2002 年比 2001 年产品销量增长 122.71%，2003 年比 2002 年增长 62.12%；主营业务收入与净利润均呈现出持续快速增长的态势，2002 年比 2001 年主营业务收入增长 42.39%，净利润增长 44.43%，2003 年比 2002 年主营业务收入增长 24.19%，净利润增长 12.48%。2003 年主营业务收入增长率低于销量增长率，原因是当年公司灵活地调整了部分产品的价格；2003 年净利润增长率低于主营业务收入增长率，主要是由于当年营业费用、管理费用、财务费用等较上年有较大幅度上升所致。近三年公司主营业务毛利率维持在 35%左右，高于同行业上市公司平均水平；净资产收益率均超过 20%，也高于同行业上市公司平均水平，表明公司具有较强的盈利能力。

本次公司股票公开发行并上市，将有利于提高公司的市场知名度；同时募集资金投资项目建成并投入使用，将进一步扩大公司生产规模，提高销售能力，巩固并增强竞争优势。公司未来几年将保持现有产品价格基本稳定，以维护作为休闲服装知名品牌的市场形象，同时，也将根据市场情况、生产成本等对产品价格进行适当调整，并大力拓展国内外市场，进一步提高公司的盈利能力。

（四）公司主要财务优势及困难

1、财务优势

依据本公司近三年财务状况、经营成果与现金流量情况，本公司的主要财务优势如下：

（1）各项财务指标显示公司财务状况良好，资产的总体流动性较强、质量优良，偿债能力较强。

（2）主导产品具有明显的品牌优势，市场占有率较高，盈利水平稳定增长，成长性良好。

（3）近几年来，产品销售现金回笼较充分，经营性现金流良好。

（4）公司资信良好，多年来均不存在逾期未归还的银行债务或其他债务。

2、财务困难

公司近年来的发展均依靠自身的利润积累和银行借款，融资方式较为单一，限制了公司资产规模、生产能力和销售能力的迅速扩大，也使公司承接高品质大额定单的能力受到限制，并影响到公司新产品开发和新技术研究、公司品牌的进

一步推广及市场占有率的进一步提高，长期下去将会极大地制约公司的发展速度。

若公司能公开发行并上市，将募集资金运用于扩大公司优势产品中高档休闲茄克产能和营销网络建设，则会彻底改变目前这种被动局面。

此外，本次新股发行后，公司净资产规模将出现大幅度增长。由于募集资金投资项目的实施需要一定时间，并且项目在全建成后才能达到预期的收益水平。因此，在募集资金到位后投资项目产生收益前，公司将可能面临短期内由于资本扩张而导致净资产收益率下降的风险。

十七、独立董事及中介机构关于资产减值准备的意见

（一）独立董事意见

“根据《股票发行审核标准备忘录》第14号要求，作为福建七匹狼实业股份有限公司独立董事，我们对该公司2001-2003年度资产减值准备的计提情况进行了核查。我们认为，福建七匹狼实业股份有限公司根据有关规定，对应收款项、存货、短期投资、长期投资、固定资产、在建工程、无形资产、委托贷款等资产制订了较为稳健的减值准备计提政策，并按政策要求对各项资产减值准备进行了足额计提。”

（二）会计师意见

“经审核，我们认为贵公司资产减值准备计提政策是稳健的、公允的，贵公司在报告期内已足额计提资产减值准备，不会因此影响其持续经营能力。”

（三）保荐机构(主承销商)意见

“根据核查，我们认为，福建七匹狼实业股份有限公司根据有关规定，对应收款项、存货、短期投资、长期投资、固定资产、在建工程、无形资产、委托贷款等各项资产制订了较为稳健的减值准备计提政策，并按政策要求对各项资产减值准备进行了足额计提。该公司已按要求足额计提减值准备，未发现因减值准备计提而影响持续经营能力的状况。”

第十一节 业务发展目标

本业务发展目标是公司在当前国际、国内经济形势和市场环境条件下，对可预见的将来作出的发展计划和安排。投资者不应排除公司根据经济形势变化和实际经营状况对本发展目标进行修正、调整和完善的的可能性。

一、业务发展规划

（一）公司发展战略

根据国家《纺织工业“十五”规划》的要求，公司将坚持以市场为导向、服装产业为主业、休闲服装为龙头、产品开发为先导、经济效益为中心的发展战略，着力将公司打造成为国内一流的、与世界主流服装品牌相接轨的、能适应服装消费趋势的休闲环保型服装生产基地。为此，公司将贯彻“诚信，求实，敬业，奉献”的企业精神，充分利用自身品牌优势、管理优势、产品开发优势和销售网络优势，深入挖掘公司在休闲服装开发、生产、销售等方面潜力，积极实施管理创新和制度创新，加快高新技术的应用和人才的引进和培养，注重企业形象的培育、提升和企业文化的建设，进一步实施品牌战略，深入拓展国际国内市场，巩固并提高公司在休闲服装领域的行业地位，力争使公司发展成为一个机制优、创新能力强、集约化、规模化的世界知名休闲服装企业。

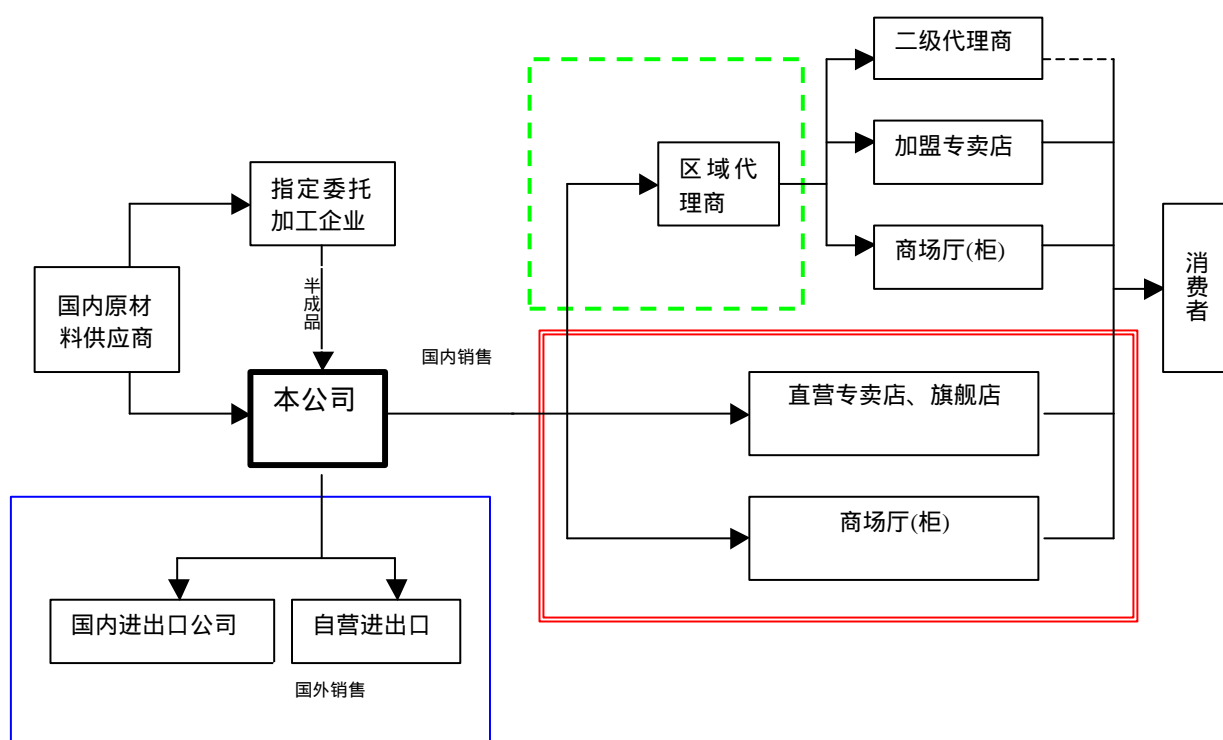
（二）公司整体经营目标

公司将仍以休闲服的设计、加工及销售为主要经营方向，建立起符合公司未来发展目标和产业发展要求的生产经营体系，加快技术改造、技术引进与技术创新的力度，加强管理，提升公司核心竞争力，使产品的技术含量及质量位居同行业前列，同时配合拟用募集资金投入建设的营销网络的作用，公司的品牌知名度将进一步提升，总体销售能力必将进一步增强。

在争取获得更大的市场份额的同时，为适应市场和自身发展的需要，公司适时适度地逐步扩大自身的生产规模，提高自制生产能力和生产水平，如拟建设的中高档休闲茄克项目，以维护产品设计与工艺技术的主控性；开发新的产品，丰富产品品种，寻求新的利润增长点，使公司主营收入与利润保持稳步增长的趋势。

品牌服装企业的利润主要由生产环节利润、零售环节利润和品牌文化附加利

润构成。公司未来盈利模式如下图：



图中单实线包括部分产生生产加工环节利润，虚线包括部分产生生产加工环节利润和品牌文化附加利润，双实线包括部分产生生产加工环节、品牌文化附加利润和零售环节利润。

（三）产品开发计划

公司将坚持以休闲服装产品生产为主导，在保证提高现有产品质量、降低生产成本、扩大市场占有率的前提下，大力实施产品多元化战略，丰富“七匹狼”品牌内涵，通过公开发行募集资金投资 12,594.50 万元建成年产 155 万件中高档休闲茄克生产线，进一步巩固公司在休闲茄克领域的市场领先地位。同时加强功能性、安全环保型休闲服装的设计与开发。

公司将在目前较为雄厚的研发设计力量的基础上，进一步加快上海研发中心建设，引进具有世界先进水平的设计系统、检测设备，前瞻性地开发具有市场前景的新产品，进行新技术、新工艺、新材料的试验；聘请香港、日本等服装业发达国家或地区的服装设计师参与公司产品开发，积极参与国际有关服装面料、款式流行趋势的发布会、博览会，提高新产品开发设计水平和新技术研究应用能力，保持公司在国内休闲装领域的技术领先地位，为公司产品以品牌服装的良好形象打入国际市场做好准备。

公司将通过引进国外先进生产设备，如世界一流的法国 Lectra CAD 系统、IMA 自动铺布机、Lectra CAM 自动裁剪系统、瑞典 ETON2002 吊挂生产系统等，进一步提高生产工艺水平。同时，公司将采用国际先进流行面料，如意大利精纺面料、GORE-TEX 面料等，提高产品档次，增加产品附加值。公司还将加大技术开发经费投入，加强技术创新活动的过程管理，形成一套科技立项、实施、鉴定、考核的创新过程管理体系。

（四）人员扩充培养计划

公司培养员工实行稳定与发展相结合的方针，根据不同时期的发展需要，采用“走出去、请进来”互动式的人才培养方法，对现有的具备生产经营管理经验的在职人员，分批派往国内外有关院校、研究机构、知名企业培训；同时聘任有关院校、研究机构、知名企业的专家作为公司的客座研究员，指导公司的科研工作，分层次、有重点地实施员工培训计划和继续教育计划，提高员工整体素质。通过不间断的岗位培训，提高一般员工的业务操作技能；优化人力资源配置，完善人才竞争和激励机制。公司人才扩充培养的具体措施如下：

1、在北京、上海、广东地区设立人力信息招聘网点，旨在引进服装行业的优秀人才，充实各中高层岗位，提高各部门的管理水平；

2、建立科学、有效的薪资及绩效管理体系，每个岗位工作进行量化考核，充分调动全体员工的工作积极性，挖掘每位员工的潜能；

3、建立岗位轮调制度，培养“一专多能”的优秀管理人才，今年计划以职业经理人（CEO）的综合素质标准，培养 10 位职业经理人，为公司将来成立片区分公司培养优秀人才；

4、引进专业性较强的“行销经理”、“品牌经理”、“品保经理”，使公司生产、质量、营销、品牌策划推广系统更科学、更完善、更具竞争力。

5、继续与大专院校合作举办“七匹狼管理学院”，采用内部讲师、外聘讲师的教学方法，培养销售管理人才，提高销售终端人才综合素质，为七匹狼品牌持续发展提供强有力的保障。

6、编写“七匹狼店铺运作手册”、“七匹狼店长运作手册”、“七匹狼店铺陈列手册”等，使七匹狼专卖体系步入科学、规范的管理轨道。

7、继续聘请国外专业顾问，为公司提供产品开发指导；同时，公司还将定

期或不定期举办各种讲座、培训，全面提高员工素质。

2004年，公司将根据生产经营需要，计划在现有人员的基础上引进各类专业人才86名，其中重点引进各类营销人才57人，其他人才29名。

（五）市场开发与营销网络建设计划

公司将在目前遍布全国30个省、自治区、直辖市等大中城市550多家加盟专卖店和商场厅、柜的基础上，进一步健全全国营销网络，具体内容如下：

1、在上海新建营销管理总部，下设品牌企划中心、营销管理中心、展示中心。品牌企划和设计中心主要负责产品策划、品牌形象策划、质量监控等功能。营销管理中心主要负责营销策划、专店专柜管理、保障营销渠道通畅、收集市场信息等功能。展示中心将按照七匹狼品牌理念进行布置，突出品牌文化，通过规范展示模式，统一展示形象，带动品牌建设，提升品牌内涵，提高营销效率，拓展国际、国内市场；

2、新建旗舰店4家，直营专卖店46家。根据直营体系选址布点原则，4家旗舰店建在上海、北京、广州、武汉4城市；

3、新建营销管理总部物流调度中心和3大分销配送中心，总建筑面积16000m²。三大分销配送中心拟建于北京、上海、广州等3个全国性大城市；

4、新建营销管理总部电子商务平台，包括总部分销信息系统(DMS)和门市专柜销售节点系统(POS)，系统节点数100个。电子商务平台是ERP系统的基础，是建立全国营销网络的技术保证，本公司的电子商务平台包括总部分销信息系统(DMS)和门市专柜销售节点系统(POS)，采用库存与采购计划系统(MRP)、管理信息系统(MIS)、物流管理系统(LOGISTICS)等外挂系统，可实现采购、仓储、物流配送的一元化管理。

（六）再融资及兼并收购计划

公司公开发行上市后，将根据业务发展需要，制定并实施再融资计划，并在适当时机通过收购或兼并逐步向服装产业链上游延伸，涉足原材料开发、制造领域。

（七）深化改革和组织结构调整的规划

公司将继续深化劳动、人事、分配制度改革，建立竞争上岗、优胜劣汰的用工机制，能上能下、能进能出、充满活力的用人机制，岗变薪变、业绩量化考核

的分配机制。进一步优化公司组织机构和职能设置，根据公司规模扩大和业务发展需要，适时进行调整。

（八）国际化经营规划

公司未来经营方向是立足福建，面向全国，走向世界。计划在新项目投资建成后，进一步加大产品外销的力度，通过在海外设立代理机构，建立适应外销要求的营销网络。同时，通过设立海外设计中心，融入国际化的时尚理念，紧跟世界流行趋势，丰富设计元素；配备部分专业贸易人员，利用网站进行电子商务，实现网上交易，从承接国际订单入手，通过在海外设立分支机构、开设专卖店等品牌推广手段，逐步发展到进行国际营销，实现产品品牌国际化。

从七匹狼服装成为国际关注的“皇家马德里 2003 中国之行”唯一指定服饰，到已申请自主经营进出口业务资格，再到拟用募集资金投入建设世界先进水平的中高档休闲茄克项目，公司已开始一步步地实施这一国际化战略。

二、拟定上述计划所依据的假设条件

- 1、本次股票发行能够在 2004 年第 4 季度完成，募集资金在 2004 年第 4 季度到位。
- 2、公司所在行业市场处于正常发展状态，不会出现重大的市场突变等情形。
- 3、国家政治、经济、法律和社会环境处于正常发展状态，没有对公司发展可能产生重大影响的不可抗力发生。
- 4、国家对纺织服装工业结构调整的扶持政策不会有重大改变，并被较好执行。
- 5、公司组织体系完善，管理层稳定。

三、实施上述计划将面临的主要困难

- 1、在较大规模资金运用和业务迅速扩展情况下，公司战略规划、资源配置、资金管理和内部控制等方面将面临一定挑战。
- 2、为实施公司规模发展及对外扩张所需的高级管理人才与技术人才如果不能全部到位和发生流失，将影响上述计划的实施。
- 3、根据公司的发展规划，未来三年公司将进行较大规模的固定资产投资，

如果本次发行不成功，将面临资金短缺的困难。

四、实现上述业务目标的经营理念

公司以“追求零缺陷”为主要经营理念，即产品质量零缺陷和工作质量零缺陷，以“产品质量不断追求高标准、技术进步不断追求高速度、企业管理不断追求高效能、员工队伍不断追求高素质”为主要经营方针，继续提高品牌知名度和美誉度，通过各项扎实的工作，确保企业经营目标的顺利实现。

五、业务发展规划与现有业务的关系

上述业务发展规划是在公司现有业务的基础上，根据服装业发展趋势、公司在休闲服装产品生产、经营、品牌等方面优势及公司发展战略的要求而制定的。公司现有业务是该发展规划的基础，发展规划主要针对公司业务的深度发展和横向拓展设计的一个总体框架。通过发展规划的实施，将推动公司现有业务的发展，全面实现公司主要业务目标，进一步巩固和提高公司在休闲服装领域的行业地位。

六、本次募股资金运用对上述业务目标的作用

本次募股资金是上述业务发展目标的有机组成部分，对于公司实现上述业务目标具有关键作用。

1、募股资金的到位后，将为实现公司业务目标提供充足的资金来源，推动公司进一步的发展。

2、本次募股资金固定资产投资项目将主要用于新产品项目：年产 155 万件中高档休闲茄克项目，通过引进先进设备、增加产品种类、延伸品牌内涵、提高公司生产技术水平、提升产品档次、扩大市场占有率，对实现公司业务发展目标具有决定性作用。

3、运用募股资金建设全国营销网络，能使公司占领市场制高点，提升企业品牌形象，提高市场快速反应能力，促进各类产品销售，更好地推动公司的发展。

第十二节 募股资金运用

一、预计本次募股资金的总量及其依据

此次募股资金拟投资于以下两个项目：

- 1、年产 155 万件中高档休闲茄克项目；
- 2、全国营销网络建设项目。

根据以上项目的可行性研究报告，以上项目共需资金 21,952.13 万元。本次拟发行人民币普通股共计 2,500 万股，每股发行价 7.45 元，预计募集资金总额为 18,625 万元，扣除发行费用后，募集资金净额约为 17,535 万元。若本次股票发行最终募集的资金少于上述项目的资金需求量，其差额部分由公司自筹解决。

二、股东大会及董事会对本次募股资金投资项目的 主要意见

本公司 2003 年度股东大会审议通过了董事会提交的《关于新股(A 股)发行募集资金运用方案的议案》，一致认为公司本次募集资金拟投资项目符合国家产业政策，建设周期短，产品应用范围广泛，市场空间大，项目前景较好，投资收益高，符合全体股东利益最大化，符合公司章程的宗旨。

三、募股资金运用对公司经营状况的总体影响

本次募股资金投资项目实施后，本公司将扩大现有产能、丰富产品品种、增加产品技术含量、提高产品附加值，同时通过完善全国营销网络，扩大产品的市场占有率，因此，公司具备较好的盈利前景。根据募集资金项目的可行性研究报告，以上项目全部达产后，公司每年可增加税后利润 7,018.24 万元，平均投资利润率为 41.85%，平均内部收益率为 29.58%，平均投资回收期为 5.29 年。

本次募股资金运用对公司股本总额、净资产、资本结构以及盈利能力等指标的影响情况如下表：

募股资金运用对公司财务状况的影响

主要指标	本次发行前	本次发行后	增长幅度
股本总额（万股）	6,000	8,500	41.67%
净资产（万元）	9,308.93	26,843.93	188.37%
每股净资产（元）	1.55	3.16	103.87%
净资产收益率（全面摊薄）	26.83%	9.31%	-65.30%
资产负债率	51.69%	27.15%	-47.48%

以上指标的计算以公司 2003 年经审计的财务报表的有关数据为依据。本次募集资金 17,535 万元（已扣除发行费用）到位后，资产总额和净资产均增加 17,535 万元，公司的资产负债率将从 2003 年 12 月 31 日的 51.69% 降至 27.15%，流动比率和速动比率将出现大幅提高，公司偿债能力将进一步增强，资产流动性得到提高，财务风险得到有效地控制。

在募股资金到位初期，由于资产规模的迅速扩大，而各投资项目尚处于投入期，将使公司的净资产收益率在短期内有较大幅度的降低。但随着募集资金投资项目的逐步达产，将极大增强公司的市场竞争力，提升公司的盈利能力，公司的净资产收益率将稳步提高。同时，随着企业资源计划管理系统（REP）等项目的实施，将进一步提升公司的管理水平，减少资源浪费，提高资金使用效率，提高工作效率。

四、募股资金使用计划

本次募集资金项目共需资金 21,952.13 万元，由于募集资金净额与募集资金项目所需资金量之间的差额由公司自筹解决。本次募集资金净额尚未能最后确定，公司初步按照募股资金 17,829.03 万元制定资金使用计划，具体如下表：

金额单位：万元

项目名称	投资总额 (万元)	拟投入募集资金 (万元)	募集资金投入进度				投资回收期 (年)
			第一年	第二年	第三年	第四年	
年产 155 万件中高档休闲茄克项目	12,594.50	10,718.34	5,948.56	3,965.71	660.51	143.56	4.69 年
建设全国营销网络项目	9,357.63	7,110.69	3,688.63	2,459.09	832.60	130.37	5.89 年
合计	21,952.13	17,829.03	9,637.19	6,424.80	1,493.11	273.93	--

以上项目已按照由重到轻、由急到缓的次序排序，其中涉及自筹资金的投资款已获中国银行晋江支行的贷款意向。

五、募股资金运用项目简介

（一）概况

发行人本次公开发行股票募集资金拟投资建设项目的可行性研究报告由发行人、福建省工程咨询总公司、并会同东华大学（即原中国纺织大学）以及福建服装界有关专家，通过深入的市场调研、对世界和中国服装市场发展情况和发展趋势的分析，综合发行人的经营经验、现有综合实力和发展规划编制而成。

1、年产 155 万件中高档休闲茄克项目

本项目拟引进国外先进服装生产设备共计 1016 台，其中，设计及自动化裁剪设备 64 台，缝制、整烫设备 952 台，建成年产 155 万件中高档休闲茄克的服装生产线及相关配套设施。项目已经福建省发展计划委员会闽计产业[2003]5 号文批准立项。

本项目使用的生产设备为生产休闲类服装的通用设备，生产的产品可根据不同季节和不同市场的需求进行调整；本公司生产的男仕茄克、棉褛和休闲服使用的面料相近、生产工艺基本相同，因此，本项目建成后拟生产的产品包括了产品特性非常相近的男仕茄克、棉褛和休闲服，项目的产能 155 万件亦指拟生产的 3 类产品之和。

本项目总投资 12,594.50 万元，其中，拟使用募集资金投资 10,718.34 万元，项目达产后正常年销售收入为 27,300 万元，税后利润为 4,676.84 万元。项目全部投资财务内部收益率为 34.20%，投资回收期 4.69 年（含建设期），投资利润率和投资利税率分别为 49.85%、66.86%。

2、建设全国营销网络项目

本项目旨在建设与完善本公司在全国的营销网络，实现公司营销网络的全面升级。项目已经福建省发展计划委员会闽计产业[2003]7 号文批准立项。

本项目具体内容包括：

- (1)新建营销管理总部，总建筑面积 1800 m²；
- (2)新建旗舰店 4 家，直营专卖店 46 家，总营业面积 10800m²；

- (3)代理商加盟专卖店整改扩；
- (4)新建营销管理总部物流调度中心和3大分销配送中心,总建筑面积16000m²；
- (5)新建营销管理总部电子商务平台。

本项目总投资9,357.63万元,其中拟使用募集资金投资7,110.69万元。根据现有经营状况、建设规模及布局,旗舰店、直营专卖店年销售收入可达16,203.87万元,配送中心实现年收入为3,496.88万元,收入合计19,700.75万元,正常年税后利润为2,177.99万元。项目财务内部收益率(全部投资)为24.96%,投资回收期为5.89年(含建设期),投资利润率和投资利税率平均分别为33.85%、45.36%。

项目	立项批文	投资总额(万元)	拟用募集资金(万元)	年收入(万元)	年净利(万元)	回收期(年)	内部收益率(%)
年产155万件中高档休闲茄克项目	闽计产业[2003]5号文	12594.50	10,718.34	27,300.00	4,676.84	4.69	34.20
建设全国营销网络项目	闽计产业[2003]7号文	9357.63	7,110.69	16,203.87	2177.99	5.89	24.96

(二) 年产155万件中高档休闲茄克项目

本项目总投资12,594.50万元,其中固定资产投资9,914.27万元,流动资金估算2,680.23万元。资金具体运用情况如下:

单位:万元

序号	工程或费用名称	建筑工程费	设备购置安装费	其他费用	合计
1	固定资产投资	1837.17	6177.27	1899.83	9914.27
1.1	工程费用	1837.17	6177.27		8014.44
1.1.1	生产车间	1062.08	4838.68		5900.76
1.1.2	动力房、锅炉房	40.95	32.00		72.95
1.1.3	办公楼	367.50	70.00		437.50
1.1.4	道路、停车场、绿化	182.12			182.12
1.1.5	给排水及消防系统	184.53	133.00		317.53
1.1.6	空调		500.00		500.00
1.1.7	强电及弱电		553.59		553.59
1.1.8	厂内运输工具及检测仪器		50.00		50.00
1.2	其它费用			998.53	998.53
1.2.1	土地使用权			429.26	429.26

1.2.2	建设单位管理费			160.29	160.29
1.2.3	勘察设计费			240.43	240.43
1.2.4	工程监理费			120.22	120.22
1.2.5	生产职工培训费			26.85	26.85
1.2.6	办公及生活家具购置费			21.48	21.48
1.3	预备费用			901.30	901.30
1.3.1	基本预备费			901.30	901.30
1.3.2	涨价预备费			-	-
2	流动资金				2680.23
3	建设项目总投资				12594.50

本项目新建厂房所用土地已取得土地使用权证，土地证号为晋国用（2002）字第 00991 号。

1、项目建设的必要性分析

（1）建设中高档休闲茄克项目是公司适应市场流行趋势和消费者需求的需要

2001-2003 年，公司“七匹狼”牌茄克市场综合占有率在同类产品中连续三年名列第一，已成为国内休闲茄克市场最受消费者喜爱的知名品牌之一。目前，随着服装消费逐步呈现出休闲化、品牌化的倾向，一些中高档休闲品牌服装，特别是市场上占有率较高的知名品牌服装，由于质量好，信誉高，赢得了消费者的信赖，消费群体不断扩大，销售量增幅远远超过一般品牌服装的增幅。因此，公司作为休闲茄克市场的主要品牌，为了进一步提高公司休闲茄克产品在市场上的竞争力，投资建设 155 万件中高档休闲茄克项目是适应市场流行趋势和消费者需求的明智选择。

（2）建设中高档休闲茄克项目是进一步提升公司自制生产能力，确保市场领先地位的需要

A、公司现有产能已近饱和、贴牌产品销售的比重逐年上升

随着公司销售规模的扩大，公司产能利用率不断提高，2003 年公司加权平均产能利用率已达 92.51%，基本接近满负荷生产；同时，为满足生产旺季市场的需求，公司销售中贴牌生产部分的比例有所加大。2003 年贴牌产品销量占销售总量的比例为 15.49%，贴牌产品销售收入占主营业务收入的 29.70%。2003 年

6月公司新的生产设备投入使用后,自身产能不足的问题得到一定程度的改善,2003年全年自制产量较2002年增长104.8%,截止2003年末,公司加权平均产能利用率已达到92.51%。

B、贴牌生产存在诸多弊端

虽然贴牌销售已成为公司利润增长的重要因素之一,但贴牌生产销售始终存在以下不利之处:a、容易泄漏商业信息,包括设计、工艺、工序控制及品质管理流程、产品生产与需求等信息。虽然公司与贴牌受托企业签订了较为完善的保密协议,但公司总是存在商业信息被泄漏的可能;b、引起利润分流,贴牌销售将产品在制造环节的利润转移给了受托企业,一定程度上减少了公司收益;c、控制难度加大,虽然公司对贴牌生产有较完备的管理监控制度,但要在受托企业完全地执行有一定难度。

因此,如果公司在未来几年内不及时扩大产能,有可能丧失进一步发展的市场机会。从长远看来,通过募集资金建设中高档休闲茄克项目是充分利用市场机遇和公司拥有的竞争优势,进一步提升公司主导产品——茄克衫产品市场占有率、巩固市场领先地位的需要

(3) 建设中高档休闲茄克项目是适应公司未来发展战略的需要

随着公司实力的增强及品牌知名度和品牌形象的提升,根据公司未来发展战略,公司将加大中高档产品的开发,因此,率先在公司现有主导产品茄克衫领域增加开发和生产中高档产品是实施这一战略的重要步骤之一。但是,公司现有生产设备,无论在数量还是在质量上均已不能满足公司大量开发、生产中高档产品这一发展战略的需要,本次投资建设中高档茄克项目即是该战略的具体体现。

(4) 建设中高档休闲茄克项目是满足公司经营国际化的需要

中国加入WTO后,为国内企业开拓国际市场创造了更多、更好的机会。随着品牌知名度和影响力的提升,发行人将加大开拓国际市场,在适当的时机将产品直接出口到海外,增加品牌在国际市场的影响力,或者进一步加大间接出口的比例,为国际知名品牌服装企业进行贴牌生产。因此,通过募集资金投资扩建公司主导产品——休闲茄克的产能,能有效促进直接出口和间接出口的增长,增加企业的利润来源。

2、生产规模及产品方案

根据市场需求及本公司的实际生产能力,本项目拟定生产155万件中高档休

闲茄克，具体产品方案为中高档面料茄克衫 105 万件、国产化 Gore-Tex 替代面料茄克衫 50 万件 / 年。

3、产品质量标准及技术含量

本项目生产的产品质量将严格符合国家行业检测标准和服装产品 FZ-T81008-1994 茄克标准的有关规定。

同时，本项目大量采用国际、国内市场较先进的面料，所生产的产品具有较高的技术含量。其中，年产 50 万件国产化 Gore-Tex 替代面料茄克衫采用由厦门华懋织造染整公司自主设计、开发、生产的与进口 Gore-Tex 面料功能相近的国产 Gore-Tex 面料，该面料具有耐用、防水、透气的功能，属高科技产品，含有一层尼龙薄膜，薄膜表面每平方英寸有 90 亿个比水珠小 2 万倍但又比水蒸气分子大 700 倍的小孔，水滴不能渗透细孔，有良好的防水功能，而汗气却可以蒸发，有较好的透气性，还能抗油物质，防止污染物入侵，确保面料在整个穿着使用期内能防水透气，不像其他面料会因洗涤、屈曲或磨损而很快失去效果，该面料在国外中高档服装领域已广为人知并为消费者所接受，已成为一种流行的休闲服面料，一些国际休著名品牌如 Hugo Boss 已经用它来生产茄克、风衣等外套，以适应不同的气候环境具有经济、适用、耐用等特点，该面料产品的生产既能进一步扩大消费群体，又能提高产品的附加值和公司的经济效益。年产 70 万件中高档面料茄克衫采用的纯毛、毛混纺面料从意大利、韩国等国进口。其他材料由国内供应商供应。

4、主要设备和生产工艺

本项目根据生产规模和工艺流程要求，在满足工艺要求的基础上，考虑设备的技术先进性、经济性、适用性。本项目生产设备共计 1016 台，其中设计及自动化裁剪设备 64 台，缝制、整烫设备 952 台。由于公司目前拥有的生产设备均为生产中档服装产品所需，因此，在技术、工艺、价值等方面均与本项目所使用的生产中高档茄克所需的设备有较大差别。本项目在裁剪设备方面采用世界一流的整套裁剪设备，如法国 Lectra VT5000(CAM SYSTEM)自动裁剪系统、IMA 自动铺布机等，与公司目前所有的裁剪设备相比，由于自动化程度大大提高，减少了人为误差和不稳定性，能够更精准地裁剪出所需的衣片，减少用料，提高了工作效率；在缝制、整烫设备方面采用世界先进的电脑自动切线双针送布平缝机、电脑控制自动开袋机、RH-9800-01 圆头锁眼机、电脑控制的 NAOMOTO 熨烫设备等，

这些设备的运用有效地满足了拟投产的中高档休闲茄克项目对生产工艺的较高要求（如线路平直、开袋精准、锁眼巧致、衣服服贴平整等），使产品的档次大幅提升，同时提高了产品的质量和生产效率；在产品生产过程中采用国际先进的瑞典 ETON2002 吊挂生产系统，该设备的使用将使产品在生产过程中保持悬挂状态，具有不着地、卫生环保、产品易保持平整、能有效减少整烫、包装和车工缝制的时间等特性，有效地提高了工作效率，日本羽岛粘合机的使用使生产过程具有多种宽度的工作面、省电、粘压均匀，牢度好，不起泡等特性。

本项目所需生产设备主要由国外的缝纫设备厂家生产，如日本的日本兄弟针车公司、日本重机针车公司、日本羽岛针车公司等，设备主要是向国外厂家在国内的代理商采购，如福建汇成针车行、福建宏运贸易有限公司等。各车间主要设备配置如下：

茄克衫缝制熨烫设备及价格表

单价：万元

序号	设备名称	型号	数量 (台)	单价 (万元)	金额 (万元)
1	电脑自动切线平缝机	SL-737A-403	462	1.28	591.36
2	电脑自动切线双针针送布平缝机	TN-842B-403	210	2.6	546
3	超高速单针包缝机	FB-N110 2220-05	14	0.95	13.3
4	圆头锁眼机	RH-9800-01	42	9.35	39.27
5	电脑筒式平缝圆头扣眼打结机	KE-432B	14	3.2	44.8
6	电脑筒式平缝钉扣机	BE-438B	28	3.45	96.6
7	电脑控制自动开袋机	BAS-6200	28	20.5	574
8	熨斗+烫台	CDP-420+FB-60S	154	2.1	323.4
9	吊挂系统	ETON 2002	300 站	60	868
10	合计台数（缝制部分）	-	952	-	
	合计				3450.16

设计及自动化裁剪中心(裁剪车间)设备及价格表

序号	设备型号及名称	品牌	数量 (台)	单价 (万元)	金额 (万元)
1	电子实时按时无张力拉布机 864.23.190B	IMA	2	53.43	106.86
2	电子实时按时无张力拉布机 864.23.160B	IMA	1	50.964	50.964

3	普通铺布台包括导轨及电缆 825.01.1902(02Mt)	IMA	2	41.1	82.2
4	PVC 导带式铺布台 828.10.1908(08Mt)	IMA	6	41.1	246.6
5	普通铺布台包括导轨及电缆 825.01.1602(02Mt)	IMA	1	36.99	36.99
6	PVC 导带式铺布台 828.10.1608(08Mt)	IMA	1	36.99	36.99
7	吹气式铺布台包括导轨及电缆 825.03.1602(24Mt)	IMA	1	20.55	20.55
8	工作幅宽 190 公分的单卷布自动上料装置 804.10.1900	IMA	2	17.262	34.52
9	工作幅宽 170 公分的单卷布自动上料装置 804.10.1700	IMA	2	16.4	34.52
10	WORK STATION 工作站(含电脑硬件和系统功能软件二项)	LECTRA	1	14.044	16.4
11	PATTER INPUT-DIGITIZER 样片输入读图板	LECTRA	2	3.26	28.09
12	OUTPUT-INK-ALYS-PLOTTER 高速静音喷墨绘图机	LECTRA	1	14.398	3.26
13	VT5000(CAM SYSTEM)自动裁剪系统	LECTRA	1	276.12	14.398
14	SHIFTING TABLE 配套裁割桌侧移移动桌台	LECTRA	2	6.528	552.24
15	629X BLUE STREAK 6 直刀割布机	伊士曼	2	0.86	13.06
16	629X BLUE STREAK 8 直刀割布机	伊士曼	6	0.865	5.16
17	CDLH-8" 电加热钻布机	伊士曼	6	0.905	5.19
18	EC-3 布端割切机	伊士曼	1	0.35	0.905
19	EC-700 运刀裁切机	伊士曼	6	3.68	2.1
20	HP-400CS 小型粘和机	羽岛	5	2.95	18.4
21	HP-90LDS 粘和机	羽岛	5	13.75	14.75
22	HW-20 二筒缝绕分装机	羽岛	7	0.6	96.25
合 计			64	--	1387.6

本项目采用目前国际先进的生产工艺设备，主要工艺路线如下：

验布→铺布→裁剪→缝制→锁眼、钉扣→总检→整烫→包装→出货

以上工艺流程在裁剪车间(含设计、裁剪中心)、缝制车间和整理车间相继完成。裁剪车间包括铺布、裁剪等工序，缝制车间包括缝制、锁眼钉扣等工序，而整理车间包括总检、整烫、包装等工序。

5、主要原材料、辅料、燃料等供应情况

(1) 原辅料供应情况

根据项目产品方案，本项目所用的三大类面料以及里料、辅助材料供应情况如下：

年产 155 万件中高档休闲茄克项目原材料供应情况

序号	原料	种类	来源
1	面料	纯棉、棉混纺(棉/腈、棉/涤、棉/粘、涤/粘、涤/锦、涤/锦/棉、涤/腈以及其他混纺布及水洗布等)	福建、浙江、江苏等品牌厂商供应
		纯毛、毛混纺面料	意大利精纺面料、韩国毛料通过香港进口，其他用国产
		国产化 GORE-TEX 面料	厦门华懋染整公司供应
2	里料	化纤布(直条绸、斜纹布、平纹布等)、涤棉布(高密府绸为主)	福建厂家供应
3	其他	纽扣	广东、浙江品牌厂家供应
		无纺衬布为主，其它保暖棉等	晋江市优秀制造企业供应
		拉链	晋江浔兴拉链公司供应
		商标、衣架、织唛、包装材料等	晋江优秀制造企业供应

(2) 项目达产后保障原材料供应的措施及有利因素

A、公司所在地已形成完整的服装产业链，能够保证原材料的供应

80 年代以来，随着泉州、石狮、晋江服装业的蓬勃发展，该地区服装业已形成从上游的织造、漂染、辅料生产到下游的水洗、染整、包装、运输相配套的完整产业链，出现了象福建凤竹等服装行业知名原、辅料供应厂商。同时，石狮作为被中国服装协会、纺织工业协会授予的“休闲服装名城”，国内外纺织品原辅材料供应商大都在该地区及周边建立合资厂、设立销售机构，石狮鸳鸯池布料市场有 1200 多家布行，水街辅料店有 1000 多家。另外，江浙等省面料及辅料厂家也与公司有长期业务来往。

公司所需进口面料将根据市场情况，委托与公司业务往来较为密切的厦门建发工贸集团公司、三木进出口贸易公司等公司购买，或自主进口。

B、公司拥有一批相对稳定且实力雄厚的供应商队伍

多年来，公司严格推行 ISO9002 质量保证体系，贯彻实施“合格供应商”评估体系，目前发行人已建立了 200 多家完整的合格供应商档案。另外，公司属行业内知名服装企业，拥有的“七匹狼”商标为“中国驰名商标”，信誉卓著，是

“重合同、重信用”单位、“AAA 信用单位”，与大部分供应商建立了战略合作伙伴关系，有效地保障了原辅材料的供应。

C、公司现已开始与具备较强研发能力的面料供应商合作开发面料，并针对部分有较好市场前景的面料实行买断经营，避免同行竞争，以保证部分新款面料产品独家占有。

（3）燃料、水、电、汽供应

本项目配备 1 台 2 吨油锅炉，熨烫工序日耗蒸汽 2.95 吨，年耗柴油 74.4 吨，柴油可由当地石油公司供应。同时，本项目地处金井镇南工业区，供水、供电已纳入金井镇规划，水、电均已架设到该工业区内，本项目完工后即可配套使用。

6、环保问题及采取的措施

本项目生产过程主要为布料成衣加工，无化工材料，也无生产污水，对周围环境影响极小，一些轻微的污染主要来源于加工机器运转所产生的噪音，约为 65 ~ 70dB；整烫服装时产生的少量雾气；供整烫蒸汽的锅炉燃烧所排放的烟气；服装裁剪剩余的边角布料、线头以及员工生活垃圾、污水。

本公司针对以上环境污染采取的措施：

(1)在车间天花板装饰隔音板，墙壁用隔音效果较好的材料，保证车间噪音在规定标准之内；

(2)加强车间内通风，及时排除整烫所产生的雾气；

(3)部分采用公司原有锅炉，保证锅炉烟气达标排放；

(4)碎布边角料、线头回收给有关企业使用。

(5)针对污水，公司将采取如下措施：新建建筑物主要污水源为生活污水，其排水量为 61.20m³/d，本项目生产车间排水量约 3.77 m³/h；厂区内采用雨污分流排水方式。生活污水经化粪池处理后与少量生产废水（水量 3.2m³/d）一道排入市政污水管网。屋雨及场地雨水采用明沟、暗管汇集后排入市政雨水管网；水泵房进出口采用柔性管道连接，屋面喷淋稳压泵采用隔振基础，以减少噪声。

7、项目建设的可行性分析

茄克产品是公司的主导产品之一，公司对茄克产品具有较强的设计、开发及质量控制能力，市场竞争力较强，且前景较好，为公司增加茄克产品的生产销售规模提供了较好的条件。同时，我国休闲装消费已开始进入品牌化、个性化、系列化的发展时期，市场对茄克、T 恤、牛仔装三类主要休闲服装需求量的大幅

增加，为公司投资建设 155 万件中高档休闲茄克项目提供了较好的市场机会。

（1）国内营销网络销售能力分析

A、国内市场情况

据国家统计局统计资料显示：全国服装制造业规模以上企业（年销售收入 500 万元以上）过去 5 年产品销售收入年均增长率为 11%，过去 3 年年均增长率为 12.70%，2003 年的增长率达到 20%。

根据中华全国信息中心统计，全国重点大型百货商场 2001 年、2002 年、2003 年的茄克销售增长分别为：25.8%、9.4%、26.5%，年均增长 20.6%。由于商场销售只是整个服装销售的一小部分，若包括各品牌茄克专卖店、商販批发、团购等销售，全国茄克市场销售量将更大。

这些数据显示，随着人民生活水平的提高，服装业发展速度有加快的趋势，休闲服装行业因顺应国际服装休闲化的潮流，适应场合多，可适用不同季节穿着等原因，增长速度比服装业总体要快，茄克等休闲服装将成为服装行业新的经济增长点。

B、公司现有茄克产品的市场份额

公司是至今中国休闲服装界中唯一获得“中国驰名商标”的企业，根据中华全国商业信息中心对全国大型零售企业（共 600 多家）销售的 24 种知名休闲装（茄克）品牌的调查显示，“七匹狼”牌休闲服（茄克）市场综合占有率在同类产品中连续三年名列第一，已成为国内休闲茄克市场最受消费者喜爱的知名品牌之一。

公司将充分利用国内休闲服装产品加速发展的机遇，充分发挥现有的品牌优势和市场地位优势，继续主营服装产品、坚持主打休闲茄克产品，加大产品设计、质量控制力度，不断提高产品档次、进一步扩大市场份额，以保证公司在休闲服装行业的领先地位。

C、未来国内市场销售安排

公司现已初步建成以全国各大中城市为核心的营销网络，拥有加盟专卖店、商场厅（柜）550 多家，强大的品牌影响力和产品美誉度吸引了越来越多的全国各地服装经销商加入代理商销售队伍。

公司将在建设本项目的同时，使用募集资金投入建设全国营销网络项目，代理商加盟专卖店（厅、柜）将发展到 1000 家，而全国营销管理总部、物流配送体系、电子商务系统等的建成将大大提高代理商的整体销售能力，另外直营销售

体系的建设也将新增公司产品销售能力，因此，全国营销网络项目建成后，本项目新增产品的销售不存在问题。

（2）出口销售能力分析

A、我国服装出口持续增长

据国家海关统计数字显示，2003 年全国全年累计服装及衣着附件出口额为 519.16 亿美元，比 2002 年的 413.06 亿美元增长 25.69%，2005 年起服装出口配额完全取消，我国服装出口将迎来新的机会。尤其设限最多的美国是世界上最大的休闲服消费国家。服装穿着观念向休闲化发展，介于正装与休闲之间的商务休闲等新兴休闲服领域的发展将使休闲服市场日益扩大。

B、公司已积累一定的国际市场经验

2001 年起，公司通过间接出口的形式将产品打入国际商场，开始顺应国际市场的要求、积累市场经验。公司近三年间接出口量分别为 40.60 万件、28.68 万件、103.08 万件，2003 年的出口量是 2001 年的 2.76 倍。从近三年的间接出口销售数量增长和销售毛利率逐年提高的情况来看，公司的产品质量已得到了国外客户的认同，在拓展国际市场方面已取得了一定的成绩。随着外销经验的积累及产品质量提高，预计今后仍将有较大的增长。

C、公司精心准备进一步拓展国际市场

多年来，公司为进入国际市场做了许多精心的准备，这些措施已产生了一定的作用，并将有利于进一步拓展国际市场。

a. 2002 年参加国家外交部的竞标并成功使公司产品成为赠送美国总统布什的国家赠品，这在休闲服企业界尚属首次。

b. 2003 年 7 月，公司服装成为国际著名足球俱乐部、对世界男性群体具有很大的影响力的皇家马德里队 2003 年中国之行的唯一指定服饰，一定程度提高了海内外消费者对公司产品的认知度。

c. 聘请香港、日本的设计师，同时，积极参与国际有关服装面料、款式流行趋势的发布会、博览会，以展示企业开发能力与实力，了解国际服装流行趋势，消化吸收国际服装的设计理念，为公司产品以品牌服装的较好形象打入国际市场做准备。

d. 公司申请自营进出口经营权并已于近期获得国家有关部门的批准。

综上，公司的间接出口仍将保持持续增长，自营出口也即将开始实施，将更有利于本项目产品的销售。

(3) 公司未来几年休闲茄克年均销售增长率预计较为保守

本项目中拟生产的产品包括男仕茄克、棉褛和休闲装。2003 年公司生产的前述产品的产量为 166.81 万件，销量为 148.56 万件，近三年年均销售增长率为 83.15%。本项目完全达产年预计为 2008 年，即 2008 年公司须新增销售男仕茄克、棉褛和休闲装 155 万件，其总销量将达到 303.56 万件。要达到这样的销量，从 2003 年起到 2008 年，公司该类产品销售增长率只须达到年均 16%，大大低于公司目前此类产品的年均增长速度，也低于近三年国内市场同类产品 20.6%的年均增长速度。

因此，根据公司多年的营销经验、发展规划和深入市场的调研分析，公司未来完全具有该项目建成后的产品销售能力。

8、项目的经营情况预测分析

本项目建设期为 2 年，项目建成后第一年达产 80%，第二年达产 100%。以下预测分析主要基于：第一，假设本次募集资金 2004 年底到位，2005 年开始投入建设，则本项目将于 2008 全部达产；第二，以 2001 年至 2003 年的有关数据为基数，只考虑本次募集资金投资项目的新增因素。

(1) 项目达产产能、产量、产销率预测分析

公司 2001 - 2003 年产能、产量、产销率具体如下：

单位：万件

项目	2001年				2002年				2003年			
	产能	产量	销量	产销率	产能	产量	销量	产销率	产能	产量	销量	产销率
茄克类休闲服		68.99	61.32	88.88%		47.13	53.12	112.71%		166.81	148.56	89.06%
总量(约当茄克)	136.37				176.26				306			

注：1、上表中茄克类休闲服指男仕茄克、棉褛和休闲装，产能指公司生产设备生产所有产品的约当茄克量，产量及产销率仅考虑与本项目建设相关的前述产品，不包括公司其他产品。

2、项目可研分析是将该项目作为生产线独立项目进行预测评价，未考虑公司配套销售能力，预测中按照零库存即产销率 100%来预测分析该项目盈利能力。

上表显示，公司 2001 年、2002 年、2003 年的茄克类休闲服的产销率分别为：88.88%、112.71%和 89.06%，三年平均产销率为 96.88%。

2003 年末，发行人产能约当茄克产量 306 万件，本次募集资金到位第四年（预计 2008 年）该项目 100%达产后，产能将上升至 461 万件。根据 2001-2003 年发行人实际生产男仕茄克、棉褛和休闲装的产量、产销率情况，按照三年平均产销率预计项目达产年的销量将达到 303.56 万件。相关预计数据如下：

2008 年产能（约当茄克）= 306 + 155 = 461 万件

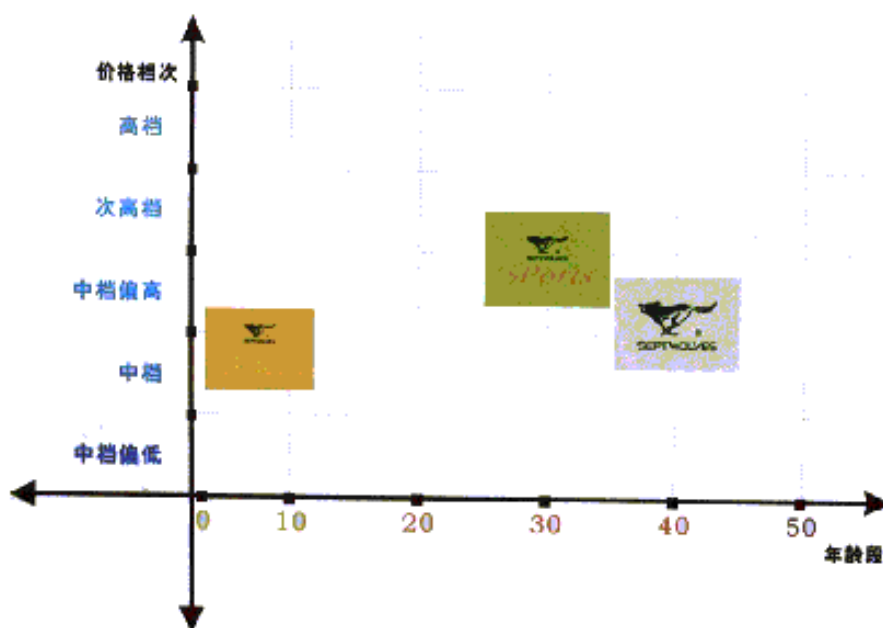
2008 年男仕茄克、棉褛和休闲装销量 = 148.56 + 155 = 303.56 万件

2008 年男仕茄克、棉褛和休闲装产量 = 303.56/96.88% = 313.34 万件

(2) 产品价格现状与收入预测

根据市场调研,目前中高档品牌男仕茄克、棉褛和休闲装的市场参考价位为: 250~600 元/件。根据产品目标市场分析,公司产品在市场上的价格-形象定位如图所示:

七匹狼各品牌产品价格-形象定位图



由上分析,确定本项目产品与国内中高档品牌茄克同等价位,近期开发系列产品,进一步提高市场占有率,价位 250 元~600 元/件。远期完成系列产品开发,形成市场规模,产品价格定位在 JACK&JONES (杰克·琼斯) 与 NORTICA JEANS (诺蒂卡 JEANS) 之间。

几大品牌茄克价位

单位: 元/件

主要 产品大类	品牌名称 价格(元)	JACK&JONES (杰克·琼斯)	NORTICA JEANS (诺蒂卡 JEANS)
休闲茄克		299-999	330-1000
羽绒服		999-1119	1280-1980
毛衫		299-399-999	240-530
针织大圆机类		299-399	200-500
衬衫		299-399	240-530
休闲裤		299-399	420-530
皮衣		1499	

根据上述调研分析，结合公司产品定价政策及该项目产品成本情况，中高档面料产品出厂价定为 160 元/件（含税），国产化 Gore-Tex 替代面料产品 210 元/件（含税）。正常年销售收入 27300 万元，即：

$$105 \text{ 万件} \times 160 \text{ 元/件} + 50 \text{ 万件} \times 210 \text{ 元/件} = 27300 \text{ 万元}$$

（3）新建项目的成本及新增固定资产对发行人成本费用的影响

A、服装产品生产成本主要由原辅材料及工人工资等制造费用构成，其中：原辅材料及动力根据工艺流程和市场价格分析确定；人员工资按照高级管理人员月工资及福利（含社保、医保，下同）6000 元、中级管理人员月工资及福利 2300 元、普通人员月工资及福利 1600 元的标准；按平均年限法提取折旧，建筑物、构筑物折旧年限取 20 年、机械设备折旧年限取 10 年、残值取 5%；固定资产修理费按固定资产原值的 5% 计。结合项目投资规模及上述分析预测等情况，中高档男仕茄克、棉褛和休闲装单位成本为 127.27 元/件，新建项目产品成本具体构成如下表：

生产成本构成表

成本项目	单耗		单价		单位成本（元）	年费用（万元）	占比%
	单位	数量	单位	价格			
1、主要原材料消耗：							
国产及进口面料	米/件	1.6	元/米	38	60.80	9,424.00	47.7711%
里料	米/件	1.32	元/米	5.77	7.62	1,180.54	5.9871%
衬布	米/件	0.67	元/米	0.7	0.47	61.79	0.3693%
保暖棉	米/件	1.3	元/米	9.3	12.09	281.09	9.4992%
合计					80.98	10,677.24	63.6266%
2、辅材：							
缝纫线	克/件	4.7	元/吨	36000	0.17	26.23	0.1329%
拉链	条/件	1	元/条	7	7.00	700.00	5.5000%
钮扣	粒/件	8	元/粒	0.4	3.20	176.00	2.5143%
包装袋	个/件	0.5065	元/个	15	7.60	1,177.61	5.9714%
衣架	个/件	1	元/个	2	2.00	155.00	1.5714%
包装箱	箱/件	0.0169	元/个	4.5	0.08	5.89	0.0629%
其他			元/件	5	5.00	775.00	3.9285%
合计					25.05	3,015.73	19.6814%
3、水电柴油					0.78	120.30	0.6098%
4、工人工资及福利					13.37	2,071.68	10.5015%
5、设备、厂房折旧					4.52	699.91	3.5479%
6、维修费					2.59	401.01	2.0328%
成本合计					127.27	16,985.87	100.0000%

B、新增固定资产对发行人成本费用的影响

2003年末，发行人固定资产为9798.38万元，其中生产用机械设备2859.23万元。本次募集资金投入项目建设后，“年产155万件中高档休闲茄克项目”将增加固定资产9485.01万元、无形资产429.26万元，其中生产用机器设备6714.69万元，其他设备596.04万元。生产用设备价值增幅较大，主要是由于为保证中高档男仕茄克、棉褛和休闲装质量而购置了高级设计及自动化裁剪设备和吊挂系统设备。固定资产原值的增加每年将增加发行人折旧费用797.80万元，其中生产用设备及厂房建筑物年折旧额为699.91万元，管理用设备及房屋建筑物年折旧额为97.89万元。新增加的生产用固定资产折旧费用分摊到155万件中高档产品，每件分摊折旧费用4.52元，占单位成本的3.55%；2003年每件产品分摊折旧费用为0.44元，占单位成本的0.63%，因该项目投资的固定资产而产生的折旧费使平均单位成本增加4.08元。但由于项目投入的设计、剪裁及生产设备具备国际先进水平，使产品的设计开发水平和品质控制能力得到提升，从而提高了产品附加值，带来了更大的利润空间。

(4) 利润预测

在对项目产能、产销率、成本、费用等分析的基础上，预测该项目100%达产年（2008年）可为公司实现销售收入27,300万元，净利润4,182.75万元。具体如下：

序号	项 目	金额（万元）
	生产负荷(%)	100
1	销售(经营)收入	27300.00
2	销售税金及附加	2175.17
3	总成本费用	18881.92
4	利润总额	6242.91
5	所得税	2060.16
6	税后利润	4182.75

(5) 财务盈利能力分析

项目财务内部收益率（全部投资）为34.20%；

财务净现值（ $i_c=10\%$ ）为19307.71万元。

投资回收期为 4.69 年（含建设期）。

投资利润率（平均）为 49.85%；

投资利税率（平均）为 66.86%。

（6）不确定性分析

A、敏感性分析

基本方案财务内部收益率 34.20%，考虑项目实施过程中不确定因素影响，分别考察固定资产投资、经营成本和销售收入 $\pm 5\%$ 、 $\pm 10\%$ 单因素变化对项目财务效益的影响，见下表。

财务敏感性分析表 FIRR (%)

变化幅度	变化因素		
	建设投资	经营成本	销售收入
10%	31.68%	22.35%	49.80%
5%	32.89%	28.48%	42.27%
基本方案	34.20%	34.20%	34.20%
-5%	35.61%	39.60%	25.38%
-10%	37.14%	44.75%	15.39%

由上表可知，项目财务效益对销售收入和经营成本变化较敏感。尤其对销售收入变化敏感，因此“七匹狼公司”必须狠抓产品质量，继续加强的社会形象，使茄克在市场上有较高的市场价格定位；同时，进一步发展国内营销网络，确保“七匹狼”茄克的销售量跳跃式发展，以增强项目的抗风险能力。

B、盈亏平衡分析

以生产能力利用率表示的盈亏平衡点 BEP（正常年）为 37.24%，即项目只要达到设计能力的 37.24%就可保本。

（7）财务评价结论

本项目总投资 12,594.50 万元，其中固定资产投资 9,914.27 万元，流动资金估算 2,680.23 万元。项目总投资中，拟用募集资金投资 10,718.34 万元，自筹资金 1,876.16 万元（占全部流动资金的 70%），正常年销售收入 27,300 万元，利润总额为 6,980.36 万元，税后利润 4,676.84 万元。项目全部投资财务内部收益率为 34.20%，远高于银行贷款利率和基准收益率，较好；财务净现值大于零，有较强获利能力。项目投资回收期 4.69 年（含建设期），说明项目可在短期内回收投资。投资利润率和投资利税率分别为 49.85%、66.86%，较理想。因此，从

财务评价角度看，项目是可行的。

目前，公司已自筹资金开始进行该项目的工程建设，已投入资金 1,080.85 万元。

（三）建设全国营销网络项目

本项目总投资 9,357.63 万元，其中固定资产投资 6,147.71 万元，流动资金 3,209.92 万元。项目资金使用具体如下：

单位：万元

序号	工程或费用名称	建筑工程费	设备购置安装费	其他费用	合计	备注
1	固定资产投资	2953.58	2118.00	1076.14	6147.71	
1.1	工程费用	2953.58	2118.00		5071.58	
1.1.1	营销管理总部及展示中心	332.76	100.00		432.76	1800m ² ，租赁
1.1.2	旗舰店、直营专卖店					
1.1.2.1	旗舰店 4 家	224.99			224.99	1600m ² ，租赁
1.1.2.2	直营专卖店 46 家	1375.83			1375.83	9200m ² ，租赁
1.1.3	代销商专卖店改扩	700.00			700.00	1000 家
1.1.4	物流调度中心和分销配送中心	320.00	750.00		1070.00	16000m ² ，租赁
1.1.5	电子商务平台		1000.00		1000.00	系统节点 100 个
1.1.6	非接触三维人体自动测量设备		268.00		268.00	4 套
1.2	其它费用			517.25	517.25	
1.2.1	建设单位管理费			101.43	101.43	
1.2.2	勘察设计费			152.15	152.15	
1.2.3	工程监理费			76.07	76.07	
1.2.4	生产职工培训费			167.50	167.50	
1.2.5	办公及生活家具购置费			20.10	20.10	
1.3	预备费用			558.88	558.88	
1.3.1	基本预备费			558.88	558.88	
2	流动资金				3209.92	
3	建设项目总投资				9357.63	

上表中，1.1.1 营销管理总部及展示中心设备购置安装费构成为：灯光控制设备、彩色激光打印机、复印机、传真机、便携电脑，共计 100 万元；

1.1.4 物流调度中心和分销配送中心设备购置安装费构成为：车辆 45 辆，单价 15 万元，共计 675 万元；仓库货架 100 万元；办公设备(复印机、传真机、便携电脑)及系统管理软件 65 万元，以上总计 750 万元；

1.1.5 电子商务平台设备购置安装费构成为：建设 100 个节点，每个节点设备终端及软件 8 万元，共计 800 万元；服务器、交换机、防火墙、综合布线 150 万元；软件二次开发费 50 万元，以上总计 1000 万元；

1.1.6 非接触三维人体自动测量设备(TC²分层轮廓测量系统)4 套，单价 67 万元，共计 268 万元。

1、发行人现有销售模式分析

(1) 现有销售模式的优点

报告期内，发行人采用以代理制(包括商场代销)为主、批发团购为辅的复合型销售模式。此模式的优点在于：营业费用较低；销售网络建设投入较小；对销售管理能力的要求不高；有利于处于快速发展时期的公司迅速打开销售市场，提高市场占有率。国内服装品牌企业在发展初期由于经济实力不强、销售网络不健全，大多采用了以代理制为主的间接销售模式；发行人在报告期内也采用了以代理制为主(包括商场代销)的销售模式，这种模式也促进了公司利润和收入的大幅增长，最近三年公司主营业务收入分别增长 42.39%和 24.19%，净利润分别增长 44.43%和 12.48%。市场占有率得到了迅速提升，据中国商业联合会与中华全国商业信息中心 2001-2003 年分别对全国大型零售企业(商场)销售的知名品牌茄克、T 恤的调查统计显示：公司“七匹狼”牌茄克市场综合占有率在同类产品中连续三年名列第一，“七匹狼”牌 T 恤市场综合占有率在同类产品中连续三年名列前十名。

(2) 现有销售模式的不足及改进措施

公司目前采用的销售模式尚有不足之处：对销售渠道的控制能力还不够强；对市场需求信息的反应还不够快捷；对品牌形象的统一策划较难得到彻底贯彻执行；货物资金周转较慢；对代理商和特许加盟方较多让利，同时还需负担促销费用等等。

针对以上问题，公司拟在募集资金到位后，投入资金进行全国营销网络建设，包括：营销管理总部及展示中心建设；加盟专卖店的整改扩；物流调度中心和 3

大分销配送中心建设；电子商务平台建设等。同时，作为代理销售模式的必要补充，公司还将新建旗舰店 4 家、直营专卖店 46 家，以促进品牌形象的提升，增加销售利润。

2、发行人建设全国营销网络项目的具体内容

发行人建设全国营销网络项目总投资 9,357.63 万元，其中固定资产投资 6,147.71 万元，流动资金 3,209.92 万元。项目总投资中，拟用募集资金投资 7,110.69 万元，自筹资金 2,246.94 万元（占流动资金总额的 70%）。项目建设的具体内容为：

（1）新建营销管理总部，总建筑面积 1800m²，投资 432.76 万元；

营销管理总部选址于上海。上海是中国经济、金融中心，地处长江三角洲前缘，东临东海，南临杭州湾，西接江苏、浙江两省，北临长江入海口，位于我国南北海岸的中部，交通便利，腹地广阔，是良好的江海港口；上海也是国内与国外服饰品牌最集中、服饰营销市场最成熟、时尚辐射影响程度最大的国际化大都市，将总部定位在上海有利于广揽信息，及时、敏锐地把握业界动向与市场机会，对市场做出快速反应；而且有利于树立良好的品牌形象，实施品牌国际化战略。

营销管理总部设品牌企划中心、营销管理中心、展示中心。品牌企划和设计中心主要负责产品策划、品牌形象策划、质量监控等功能。营销管理中心主要负责营销策划、专店专柜管理、保障营销渠道通畅、收集市场信息等功能。展示中心将按照七匹狼品牌理念进行布置，突出品牌文化，通过规范展示模式，统一展示形象，带动品牌建设，提升品牌内涵，提高营销效率，拓展国际、国内市场。

（2）新建旗舰店 4 家，直营专卖店 46 家，总营业面积 10800m²，投资 1600.82 万元；

根据直营体系选址布点原则，初步确定在全国性大型城市上海、北京、广州、武汉建立 4 家旗舰店，每家旗舰店营业面积为 400 m²；在全国其他大中城市宁波、杭州、丽水、金华、衢州、无锡、南京、常州、苏州、扬州、徐州、马鞍山、合肥、天津、石家庄、郑州、驻马店、西安、兰州、乌鲁木齐、太原、银川、南宁、桂林、南昌、深圳、厦门、珠江、福州、东莞、广州、成都、重庆、贵阳、长沙、济南、青岛、烟台、长春、大连、大庆、鞍山、齐齐哈尔、沈阳、满洲里、呼和浩特等地新增 46 家直营专卖店，每家直营店营业面积平均 200 m²。

（3）代理商加盟专卖店整改扩，总计投资 700 万元；

对现有代理商加盟专卖店进行整改扩，将专卖店数量扩大到 1000 家。

(4) 新建营销管理总部物流调度中心和 3 大分销配送中心，总建筑面积 16000 m²，三大分销配送中心拟建于北京、上海、广州等 3 个全国性大城市，配送覆盖范围包括旗舰店、直营专卖店和全国一级代理商，总计投资 1070 万元。

(5) 新建营销管理总部电子商务平台，包括总部分销信息系统(DMS)和门市专柜销售节点系统(POS)，系统节点数 100 个，网点分布于总部、旗舰店、直营专卖店、全国一级代理商，总计投资 1000 万元。

电子商务平台是 ERP 系统的基础，是建立全国营销网络的技术保证，本公司的电子商务平台包括总部分销信息系统(DMS)和门市专柜销售节点系统(POS)，采用库存与采购计划系统(MRP)、管理信息系统(MIS)、物流管理系统(LOGISTICS)等外挂系统，可实现采购、仓储、物流配送的一元化管理。

从上述内容中可以看出，本项目是为了在继续稳步发展目前所拥有的加盟专卖店、厅、柜的基础上，加强营销管理、物流配送及自营销售的能力，提高公司快速反应能力，有效控制营销渠道，提升品牌形象以达到提高产品竞争力的需要。

3、发行人建设全国营销网络项目的必要性

(1) 通过营销管理总部、电子商务平台的建设，增加物流调度与配送中心，使发行人能对市场作出快速反应，加快货物的周转，实现营销网络升级

服装业作为一种时尚产业，具有流行性、多样性及多变性等特点。目前，时尚流行的周期变得越来越短，服装企业正处于个性化、短周期、小批量、快交货、零库存的敏捷制造时期，目前世界成衣订单的交货期已缩短至 60 天左右。因此，对信息的收集、交流、反应及迅速做出决策将成为决定企业竞争能力的核心要素，发行人只有通过营销管理总部、电子商务平台的建设，增加物流调度与配送中心，及时捕捉市场流行信息，对市场作出快速反应，加快货物的周转，增强对营销渠道的管理能力，实现营销网络升级，才能在未来的竞争中保持持续的竞争力。

(2) 建设直营体系是发行人适应国际趋势，强化对销售渠道的控制力，强化营销体系对品牌推动功能的需要

自二十世纪末开始，发达国家的服装成衣企业开始革新传统营销模式，加强自营连锁以控制零售终端环节已成为服装品牌发展的必然要求。世界上一些著名的品牌都在拼命抢占市场制高点，如贝纳通(BENNETON)、ESPRIT、GAP 等品牌在纽约、巴黎、米兰等国际服装都市纷纷开设数千平方米的专卖店。以时装连锁

公司 French Connection 为例, 该公司在英国拥有 122 家连锁店, 在美国拥有 25 家。该公司目前正着手扩大在日本和美国的经营规模, 公司董事长兼首席执行官 Stephen Marks 表示, 公司计划将在美国的连锁商店数增至 300 家。国内著名服装企业雅戈尔也加大了直营专卖店的建设, 截至 2001 年 6 月 30 日, 雅戈尔已在全国建有自营专卖店 321 家, 通过自营连锁专卖店销售产品占国内销售额的 31.64%, 其在 2003 年发行可转债后, 将投入 82,633 万元(其中使用募集资金 48,066 万元)建设雅戈尔品牌专卖全国连锁系统项目, 计划在杭州、武汉等大中城市的商业中心地段以购置商业用房的方式建立品牌系列产品大型专卖店, 以大力发展直营销售能力。

发行人作为国内知名服装品牌企业, 拟通过本次募集资金建设 4 家旗舰店、46 家直营专卖店, 有利于发行人增强对销售渠道的控制力, 强化与国际国内服装品牌竞争的能力, 增强“七匹狼”品牌的知名度与影响力。

(3) 建设全国营销网络有利于发行人增加利润空间, 进一步提高盈利能力

据统计, 在制造成本相同的前提下, 单件服装产品销售获得的利润以自营专卖店销售方式最高, 代理及特许加盟店销售方式居中, 商场销售方式最低。这主要是由于采用代理及特许加盟店销售和商场销售均需对代理商及特许加盟方和商场有较多的让利, 同时还需负担较高的促销费用。因此, 旗舰店、直营专卖店的建设将进一步提高公司的盈利能力。

(4) 旗舰店、直营专卖店的建设能全面优化和提升发行人品牌整体质量, 是发行人进一步提升品牌形象的必要举措

品牌服装企业在不同的发展阶段(大体可分为品牌创立、品牌成长和品牌提升三个阶段), 一般会根据其自身综合实力(经营管理能力、资金实力、品牌知名度等)和市场环境要求, 选择与之相适应的营销模式, 以达到企业效益最大化。

A、品牌创立阶段

发行人在品牌创立初期, 由于规模小、资金实力较弱、品牌形象尚未得到市场肯定等原因, 主要采用商场代销模式, 通过在全国各主要商场设立专卖厅(柜), 借助商场这种相对成熟、商业信誉良好的销售渠道, 开拓了销售市场、用较短的时间占领了一定市场、树立了发行人的品牌形象。商场代销模式发展到 2001 年、2002 年, 已成为公司主营业务收入和利润的主要来源之一。

虽然商场代销能为公司带来较高的收入、利润, 树立起一定的品牌形象, 但

是商场代销模式也有其不足之处：

-长线管理难度大。首先，发行人的商场厅(柜)分布区域较广，管理幅度大、效益低；其次，与商场关系维护比较复杂；再者，区域内临时货品调配困难。

-品牌进一步展示空间有限。首先，受到商场管理的约束，发行人难以在商场内根据自身需要进行品牌形象展示；其次，由于商场对产品的分类管理，发行人无法通过商场特别是专柜展示丰富的系列产品。

-资金周转较慢。商场代销实行产品销售后结算制，货款往往在销售后 1-2 月才结算，这与代理商销售的现付制相比，资金周转较慢。

-产品库存压力较大。采用商场代销模式需由公司对商场代销网点进行辅货，这与代理商一次性买断产品相比产品库存压力较大。

B、品牌成长阶段

在公司致力于产品设计、质量控制、品牌形象宣传等努力下，“七匹狼”品牌知名度得到不断提高，产品深受市场消费者青睐，越来越多的商家有意成为公司的代理商。在不断发展品牌形象和进一步扩大市场销售份额的要求下，发行人开始引入代理商销售模式。经过多年的培育，代理商队伍不断扩大，公司代理制度逐步完善，代理商由 2001 年的 14 家发展到 2002 年的 20 家、2003 年的 37 家，代理商销售已经成为目前发行人的主要销售模式。

为整合公司与代理商的整体资源，实现企业效益最大化，充分利用代理商的区域协调、人力资源等优势，发行人逐步将原由自己经营管理的商场厅（柜）转移给成熟的当地代理商经营管理，截止 2003 年底，公司自己管理的商场厅(柜)仅余 16 家。

经过资源整合，代理商得到发行人经营多年的部分商场厅（柜），拓展了其销售渠道，充分利用其现有的区域管理、协调等优势，用低于发行人的管理成本取得更大的销售收入并增加相应的利润。同时，发行人通过资源整合，减少了一定的库存压力、加快资金周转，可以集中人力、财力、物力进一步发展、完善公司营销网络，全面提升品牌形象，在稳步推行代理商销售的同时，开始建设作为代理商销售必要补充的直营销体系（直营专卖店、旗舰店）。

C、品牌提升阶段

多年来，发行人“七匹狼”品牌虽然在国内市场保持了领先地位，特别是 2001 年以来，发行人茄克产品市场占有率一直位居全国第一，T 恤产品市场占有

率也在同类产品中连续两年名列前十名，但是，现有以代理制为主的销售模式并不能完全满足发行人对品牌全面提升的需要。发行人通过全国营销网络、旗舰店、直营专卖店的建设，将有利于发行人品牌形象的维护和全面提升，特别是直营体系一般是在大、中城市建设旗舰店、大型直营专卖店，对二级城市将起样板、示范和招商作用，将相应提高产品的附加值；有利于发行人实现与目标消费群的近距离接触，实现品牌形象与文化的无折扣传播；有利于培养终端服务管理人才，可以及时地为当地代理商提供培训、咨询服务，搭起公司更及时与代理商沟通、互动的桥梁，并起到一定的督导作用。

(5) 全国营销网络项目的建设是满足发行人现有产能扩建和年产 155 万件中高档休闲茄克项目的需要

当然，发行人针对营销网络建设项目的风险也进行了充分的论证，拟从以下方面克服可能存在的风险：

A、按照高起点、高技术、高标准的要求建设和管理营销网络，为在国内外市场形成较强的竞争力奠定基础；

B、建立安全高效、配合默契、畅通无阻的营销体系和信息系统，有效沟通生产与市场环节；

C、严格控制投资规模，通过招投标、监理、合同管理等手段，节约投资。

5、建设全国营销网络项目经济可行性分析

经过多年的发展，公司已建立了较为完善的市场营销网络体系，拥有多家代理商，加盟专卖店和商场厅(柜)总计 550 多家，营销网络已覆盖全国大部分省、自治区、直辖市，为本次募集资金完善全国营销网络项目提供了较好的基础。同时，随着发行人产品的系列化、多样化，市场销售数量的不断增加，也迫切需要发行人进一步健全营销网络。总之，通过建设营销管理总部、电子商务平台、旗舰店、直营专卖店，增加物流调度与配送中心，使发行人能对市场作出快速反应，加快货物的周转，直接增加对销售渠道的控制力。

全国营销网络项目建成后对公司的收入、成本费用影响如下：

(1) 经营规模

根据项目建成后经营状况和营销网络、物流系统的建设规模与布局，预计旗舰店和直营店达产后正常年销售能力为：销售中高档面料茄克 27.1 万件（套）、国产化 Gore-Tex 替代面料茄克 12.90 万件（套）。

(2) 经营收入

A、旗舰店、直营店销售收入

产品售价参照现有店近年实际情况估算，中高档面料茄克平均零售价格为 368 元/件，年销售 27.1 万件（套）；国产化 Gore-Tex 替代面料夹克平均售价为 483 元/件，年销售 12.9 万件（套）。旗舰店、直营店年销售收入 16203.87 万元。

B、配送收入

每件服装通过营销网络配送给旗舰店、直营店和全国一级代理商，配送收入按出厂价 10% 计算，年收入为 3496.88 万元。

以上年收入合计 19700.75 万元。

(3) 经营税金及附加

根据《中华人民共和国营业税暂行条例》规定，营业税税率为 5%，附征城市维护建设税（营业税的 7%）和教育费附加（营业税的 4%）。

年经营税金及附加 = 19700.75 万元 × 5%（1 + 7% + 4%）= 1093.39 万元

(4) 总成本费用

项目正常年总成本费用为 15356.63 万元，其中经营成本为 14811.21 万元，具体费用见下表：

序号	项 目	达产年度	备 注
1	店面租金	5112	
2	分销配送中心租金	192.00	16000m ² ，平均月租金按 10 元/m ² 计
3	进货费用	7045.16	按各类服装的出厂价加权平均值计算，旗舰店和直营店服装进货价为 176.13 元/件
4	油料	285.80	配送中心运输车辆 45 辆，年耗油料 98.55 万升
5	水电	598.22	按装修配置水电设施和员工安排计
6	工资及福利费	999.60	项目定员 670 人
7	修理费	184.43	按固定资产原值的 3%计
8	其他费用	394.02	按经营收入的 2%计
9	流动资金利息	131.45	按项目贷款计划借款 2246.95 万元、年利率 5.85%计
10	折旧费	413.97	建筑物、构筑物折旧年限取 20 年； 机械设备折旧年限取 10 年； 按平均年限法提取折旧，残值取 5%
11	总成本费用	15356.63	

(5) 利润总额及净利润

项目达产后年利润总额为 3250.73 万元，所得税按 33% 计提，项目利润见下表：

项 目	达产年度
	金额(万元)
一. 经营收入	19,700.75
1. 旗舰店、直营店销售收入	16,203.87
2. 配送收入	3,496.88
二. 主营业务税金及附加	1,093.39
三. 成本费用	15,356.63
四. 利润总额	3,250.73
减：所得税	1,072.74
五. 净利润	2,177.99

本项目总投资 9,357.63 万元，其中固定资产投资 6,147.71 万元，流动资金 3,209.92 万元。根据现有经营状况和建设规模与布局，旗舰店、直营专卖店年销售收入可达 16,203.87 万元，配送中心实现年收入为 3,496.88 万元，收入合计 19,700.75 万元，正常年利润总额为 3,250.73 万元，税后利润为 2,177.99 万元。项目财务内部收益率（全部投资）为 24.96%，高于银行贷款利率和基准收益率，较好；财务净现值大于零，有较强获利能力；投资回收期为 5.89 年（含建设期），说明项目可在短期内回收投资，投资利润率（平均）为 33.85%，投资利税率（平均）为 45.36%，较理想。因此，从财务评价角度看，项目是可行的。

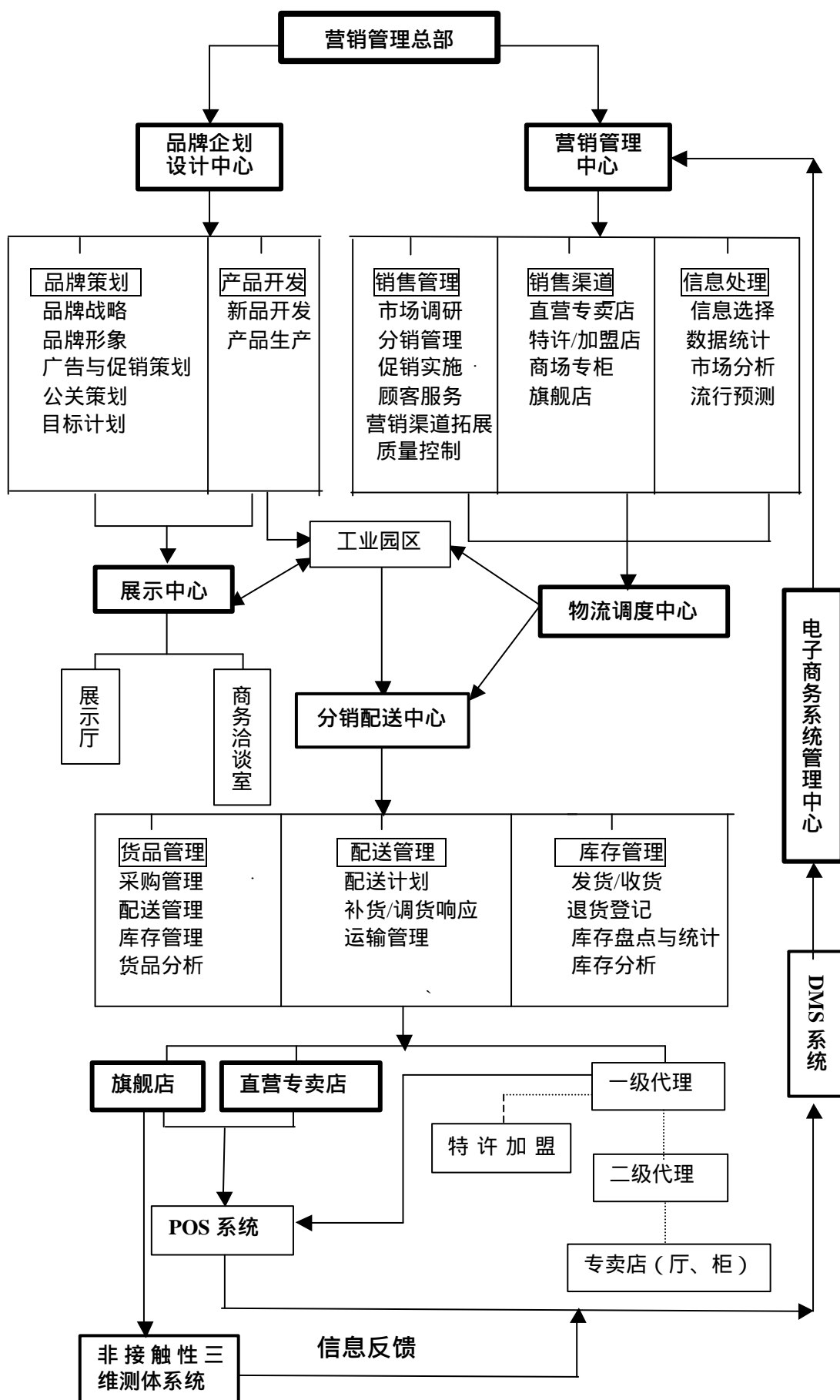
综上所述，服装企业的竞争主要是品牌和营销网络的竞争，目前国外品牌服装企业只能以授权代理的形式在中国销售，2005 年起，将可以在我国自行开设销售公司直接销售，所以本项目建设不但具有必要性而且具有紧迫性。

6、环保问题及采取的措施

本项目建设内容主要为商业流通环节的配套建设，与生产环节不同，无污染源，对周围环境影响极微。

全国营销网络建成后，营销网络业务流程图（见下页）

营销渠道业务流程图



(五) 保荐机构(主承销商)对发行人本次募集资金项目的意见

“经核查：(1)发行人本次公开发行股票拟用募集资金投资建设的“155万件中高档休闲茄克项目”和“建设全国营销网络项目”的可行性研究报告由发行人、福建省工程咨询总公司、并会同东华大学（即原中国纺织大学）以及福建服装界有关专家，根据公司经营状况，通过深入的市场调研、对世界和中国服装市场发展情况和发展趋势的分析编制而成。

(2)福建省工程咨询总公司是由国家发改委审定的具有甲级工程咨询资格（国内最高资质）的咨询单位，具有轻工、纺织化纤、电子等专业的可行性研究报告编制资格。

我们认为，发行人对“155万件中高档茄克项目”进行了可行性研究、潜在市场分析详细、制定了具体的销售计划、营销能力基本匹配，具有该项目建成后的销售能力。”

六、募股资金运用项目的组织与实施

本次募股资金项目由公司统一实施。每一项目明确了2-3名项目负责人，具体负责项目的实施，协调各部门的关系。

为顺利实施上述项目，公司在投产前将派有关技术人员、操作人员、维修人员到相关的培训中心接受系统培训，以便掌握操作及设备维修、保养技术；在设备试车前，由各设备制造商派技术人员到现场进行技术指导、讲座等系统培训。工程技术人员、管理生产人员等骨干由本公司生产车间选派。技术人员坚持继续教育，与高等院校、科研院所建立紧密联系，共同研究，开发新产品，走产学研结合道路。

七、募股资金运用项目环境影响分析

本次募股运用项目中年产155万件中高档茄克属于可能对环境造成轻度影响的工业型建设项目，影响主要来源于生产过程中产生的废水、废气、噪声，通过治理后能完全达到GB3097-1997《海水水质标准》一类标准、GB3095-96《环

境空气质量标准》二级标准、GB3096 - 93《城市区域环境噪音标准》三类标准，基本不对环境产生影响，全国营销网络的建设不构成环境污染问题。

福建省环境保护局已对本公司环境保护情况进行了核查，认为并本公司现有业务及募集资金拟投资项目符合国家和福建省环保局法律法规、技术政策、标准和制度，符合国家和福建省产业政策，不存在环境污染，出具了闽环保科函[2003]8号文予以确认。

第十三节 发行定价及股利分配政策

一、发行定价

(一) 本次股票发行定价考虑的主要因素

- 1、国际、国内纺织服装行业的发展现状及发展趋势；
- 2、公司近三年的盈利能力及成长性。根据福建华兴有限责任会计师事务所出具的审计报告，公司2003年实现净利润2,497.44万元，以公司发行前总股本6,000万股计算，全面摊薄的每股收益为0.416元。
- 3、公司的融资需求，根据公司持续发展规划，此次新股发行拟投资项目资金需求量为21,952.13万元；
- 4、同行业服装类可比上市公司的基本情况、股票的市场表现及一、二级市场间的价格折扣。

(二) 本次股票发行价格的估值方法

- 1、可比上市公司市盈率倍数法。
- 2、EV / EBIT 倍数比较法。即公司的企业价值与息税前利润的比值。
- 3、收益现值模型法。

(三) 最终确定的发行价格

根据《证券法》第二十八条的规定和中国证监会证监发(2000)131号文精神,根据公司的实际经营情况和二级市场同行业服装类可比上市公司股票的整体价格水平,公司与保荐机构(主承销商)协商后初步确定本次股票发行价格为7.45元/股。按公司2003年度全面摊薄每股收益0.416元计算,全面摊薄发行市盈率为17.91倍。

(四) 本次发行后的摊薄情况

根据上述发行价格,本次发行在扣除发行费用后,预计可募集资金17,535万元。发行完成后,公司总股本将达到8,500万股,以公司2003年12月31日的净资产为基准,全面摊薄的每股净资产为3.16元/股。

二、股利分配政策

1、本公司股票全部为普通股，股利分配遵循“同股同权、同股同利”的原则，按各股东持有的股份比例派发股利。本公司股利分配在每个会计年度结束后四个月内由本公司董事会根据该会计年度的经营业绩和公司的发展规划提出股利分配方案，公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后两个月内完成股利（或股份）的派发事项。

2、根据《公司法》和《公司章程》规定，本公司交纳所得税后的利润，按下列顺序分配：

- (1) 弥补上一年度的亏损；
- (2) 提取法定公积金 10%；
- (3) 提取法定公益金 5%—10%；
- (4) 提取任意公积金；
- (5) 支付股东股利。

公司法定公积金累计额为公司注册资本的百分之五十以上时，可以不再提取。提取法定公积金、公益金后，是否提取任意公积金由股东大会决定。公司不能在弥补公司亏损和提取法定公积金、公益金之前向股东分配利润。

股东大会决议将公积金转为股本时，按股东原有股份比例派送新股。但法定公积金转为股本后，所留存的该项公积金不得少于注册资本的百分之二十五。

3、以现金股利、股票或其他合法的方式进行分配。

4、本公司在为个人股东分配股利时，根据《中华人民共和国个人所得税法》和国家税务总局发布的《征收个人所得税若干问题的规定》，由本公司代扣代缴个人所得税。

三、历年股利分配情况

本公司自成立以来取得了良好的经营业绩，前三年分红情况如下：

1、经公司 2001 年度股东大会决议通过，公司 2001 年度不对股东进行利润分配。

2、经公司 2002 年第二次临时股东大会决议通过，公司 2002 年中期利润预分配方案为：以公司 2002 年 6 月 30 日总股本 6,000 万股为基数，向全体股东派

发现金红利 0.05/股，共计 300 万元。

3、经公司 2002 年度股东大会审议通过，公司 2002 年度分配方案为：以 2002 年 12 月 31 日总股本 6,000 万股为基数，向全体股东派发现金红利 0.10 元/股，共计 600 万元（其中包括 2002 年中期预分配方案向股东支付的 300 万元股利）。

4、根据 2002 年度股东大会审议通过《关于本次新股（A 股）发行完成前滚存利润的分配议案》决定本次新股发行前一年末滚存的未分配利润归老股东所有，发行当年产生的利润由新老股东共享：公司以 2002 年 12 月 31 日总股本 6,000 万股为基数，将 2002 年末滚存的未分配利润共计 18,224,249.64 元向全体股东派发现金红利约 0.3037 元/股。

5、根据公司 2003 年度股东大会审议通过的《关于修改 2002 年度股东大会作出的“本次新股（A 股）发行完成前滚存利润的分配议案”》：“原分配议案内容为‘本次新股发行前一年末滚存的未分配利润归老股东所有，发行当年产生的利润由新老股东共享’，现修改为‘2003 年起实现的滚存未分配利润归本次新股发行后新老股东共享’”，公司决定 2003 年度不对股东进行利润分配，利润结转至下一年度，归本次新股发行后新老股东共享。

四、利润共享安排

根据 2004 年 2 月 14 日公司召开的 2003 年度股东大会，公司对本次股票发行前未分配利润的分配方式作出如下安排：2003 年度实现的利润不进行分配，结转至下一年度，且自 2003 年起，公司实现的滚存未分配利润及本次发行当年实现的利润由新老股东共享。

五、本次股票发行后第一个盈利年度派发股利的计划

本公司将在本次股票发行后第一个盈利年度派发现金股利，派发对象为本公司全体股东，具体分配方案由股东大会决定。

第十四节 其他重要事项

一、信息披露制度

根据有关法律、法规的要求，公司制订了严格的信息披露管理制度和投资人服务计划，主要内容如下：

（一）责任机构及相关人员

本公司负责信息披露和为投资者服务的部门为公司证券部，负责人为董事会秘书黄佳敦先生，对外咨询电话是 0595-5382777。公司根据中国证监会规定及指定信息披露报刊为刊登公司公告和其他需要披露信息的报刊，亦可通过电子信箱 zqb@septwolves.com 与公司联系。

董事会秘书是信息披露工作的直接负责人，负责公司信息披露的管理工作，是公司与证券交易所和中国证监会的指定联络人，在信息披露事务中的主要职责有：

- 1、负责准备和提交证券交易所要求的文件，组织完成监管机构布置的任务；
- 2、准备和提交董事会和股东大会的报告和文件；
- 3、协调和组织公司信息披露事项，包括建立上市公司信息披露的制度、接待来访、回答咨询、联系股东，向投资者提供公司公开披露的资料，促使公司及时、合法、真实和完整地进行信息披露；
- 4、列席公司涉及信息披露的有关会议，公司作出重大决定之前应当从信息披露的角度征求董事会秘书的意见；
- 5、负责信息的保密工作，制定保密措施，内幕消息泄露时，及时采取补救措施加以解释和澄清，并报告证券交易所和中国证监会。

（二）信息披露的基本原则

公司上市后，将严格按照《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所股票上市规则》等法律法规及公司《信息披露管理办法》有关信息披露的规定和要求履行信息披露义务，并将遵循如下基本原则：

- 1、及时披露所有对公司股票价格可能产生重大影响的信息；
- 2、保证信息披露内容真实、准确、完整、没有虚假、严重误导性陈述或重

大遗漏；

3、公司及其董事、监事、高级管理人员不得泄露内幕消息，不得进行内幕交易或配合他人操纵证券市场价格；

4、公司公开披露的信息必须在第一时间报送深圳证券交易所；

5、公司董事会全体成员及其他知情人员在公司的信息公开披露前应当将该信息的知情者控制在最小范围内；

6、公司公开披露的信息应当在至少一种指定报纸（定期报告还应当在深圳证券交易所指定网站）上公告，在其他公共传媒披露信息不得先于指定报纸和指定网站。公司不得以新闻发布或答记者问等形式代替公司的正式公告；

7、本公司将配备信息披露所必须的通讯设备和计算机等办公设备，保证计算机可以连接国际互联网和对外咨询电话的畅通。

（三）股东大会会议信息披露的规定

1、公司召开股东大会，董事会应当在会议召开三十日以前通知登记在册的股东，具体通知方式为：当于股东大会召开前三十日刊登召开股东大会的通知并列明讨论的议题，临时股东大会不得对通知中未列明的事项作出决议。

2、公司应当在股东大会结束后两个工作日内将股东大会决议公告文稿、会议记录和全套会议文件报送深圳证券交易所，经深圳证券交易所审查后在指定报纸上刊登决议公告。

3、股东大会因故延期或取消，应当在原定股东大会召开日的五个工作日之前发布通知，通知中应当说明延期或取消的具体原因。属延期的，通知中应当公布延期后的召开日期。

4、股东大会对董事会预案作出修改，或对董事会预案以外的事项作出决议，或会议期间发生突发事件导致会议不能正常召开的，公司应当向深圳证券交易所说明原因并公告。

（四）董事会会议信息披露的规定

公司召开董事会会议，应当在会后两个工作日内将董事会决议和会议纪要报送深圳证券交易所备案。

公司的董事会决议涉及分红派息、公积金转增股本预案、配股预案和公司收购和出售资产、深圳证券交易所规定的应当及时披露的关联交易的事项必须公

告。

（四）监事会会议信息披露的规定

公司召开监事会会议，应当在会后两个工作日内将监事会决议报送证券交易所备案，证券交易所认为有必要披露的，经证券交易所审查后在指定报刊上公布。

（五）定期报告的披露

公司需披露的定期报告包括年度报告、中期报告、季度报告。针对各报告披露的有关规定如下：

1、年度报告：公司应当于每个会计年度结束之日起四个月内，按照中国证监会“年度报告的内容与格式”的规定编制年度报告正文及摘要。并在经董事会批准后的两个工作日内向证券交易所报送年度报告，经证券交易所登记后，在指定报刊上刊登年度报告摘要，同时在指定网站上披露其正文。

2、中期报告：公司应当于每个会计年度的上半年结束之日起二个月内，按照中国证监会“中期报告的内容与格式”的规定编制中期报告正文及摘要。并在经董事会批准后的两个工作日内向证券交易所报送中期报告，经证券交易所登记后，在指定报刊上刊登中期报告摘要，同时在指定网站上披露其正文。

3、公司应当在会计年度前三个月、九个月结束后的三十日内，按照“季度报告内容与格式特别规定”的规定编制季度报告。并在经董事会批准后的两个工作日内向证券交易所报送季度报告，经深圳证券交易所登记后，在指定报刊上刊登季度报告，同时在指定网站上披露。

（六）公司的会议通知、公告

公司召开股东大会的会议通知，以公告方式或公司章程规定的其他形式发出。公司召开董事会、监事会的会议通知，以专人送出方式、邮件、传真方式或公司章程规定的其他形式发出。

（七）其他事项

公司在交易所上市规则规定的涉及金额超过公司最近一期经审计净资产 10% 的事宜时，应当自该事实发生之日起两个工作日内向交易所报告，由交易所审查后决定是否公告。

公司涉及关联交易、重大资产出售或收购事宜，按交易所上市规则规定的内容进行披露。

公司的董事会全体成员必须保证信息披露内容真实、准确、完整，没有虚假、严重误导性陈述或重大遗漏，并就其保证承担个别和连带的责任。

公司及其董事、监事、高级管理人员不得利用内幕消息进行内幕交易和操纵市场。

公司已经提醒披露文件涉及的会计师事务所、律师事务所、资产评估机构及相关人员对公司尚未公开的信息负有保密义务，不得利用内幕信息为自己或他人谋取利益。

（八）为投资者服务的计划

除了遵循法律法规和证券交易所的规定严格履行信息披露制度，并设置为投资者服务的部门、负责人及咨询电话外，其他服务计划包括：对投资者普遍关心的问题，本公司将以书面形式不定期地给予解答并在报刊和网站上公布；在发行上市、重大投资、重大重组等事件发生时，本公司除通过法定程序披露信息外，还将通过路演、记者招待会等形式为广大投资者服务。

二、重要合同

截止至本招股说明书签署之日，对公司生产经营产生重大影响的合同有：

（一）借款合同

1、公司与中信实业银行福州分行华林支行于 2002 年 12 月 20 日签订了 2002 银贷字第 921012 号《人民币借款合同》，由中信实业银行福州分行华林支行向本公司提供借款 2000 万元，由公司控股股东七匹狼集团提供担保，借款期为 2002 年 12 月 20 日至 2004 年 12 月 20 日，贷款利率为年率 4.941%，该合同项下的贷款按日计息，按季结息。

2、公司与中国银行晋江支行于 2003 年 3 月 21 日签订了 2003 年借字 200303037 号《人民币中长期借款合同》，由中国银行晋江支行向本公司提供借款 1700 万元，由公司控股股东七匹狼集团提供担保，借款期为 2003 年 3 月 21 日至 2005 年 3 月 21 日，贷款利率为年率 4.941%，该合同项下的贷款按日计息，按季结息。

3、公司与中国银行晋江支行于 2003 年 5 月 23 日签订了 2003 年借字 200305024 《人民币借款合同（短期）》，由中国银行晋江支行向本公司提供借款

500 万元，由公司控股股东七匹狼集团提供担保，借款期为 2003 年 5 月 23 日至 2004 年 5 月 23 日，贷款利率为年率 4.779%，该合同项下的贷款按日计息，按季结息。

4、公司与中国银行晋江支行于 2003 年 5 月 29 日签订了 2003 年借字 200305031 《人民币借款合同（短期）》，由中国银行晋江支行向本公司提供借款 500 万元，由公司控股股东七匹狼集团提供担保，借款期为 2003 年 5 月 29 日至 2004 年 5 月 29 日，贷款利率为年率 4.779%，该合同项下的贷款按日计息，按季结息。

5、公司与中国银行晋江支行于 2003 年 7 月 30 日签订了 2003 年借字 200307048 号《人民币借款合同（短期）》，由中国银行晋江支行向本公司提供借款 500 万元，由公司控股股东七匹狼集团提供担保，借款期为 2003 年 7 月 30 日至 2004 年 7 月 30 日，贷款利率为年率 4.779%，该合同项下的贷款按日计息，按季结息。

（二）销售合同

1、本公司与三箭服饰有限公司于 2003 年 1 月 1 日签订《委托代理合同》（编号：（2003）-003），约定该公司在 2003 年度内销售本公司产品捌佰万元（800 万元）。

2、本公司与陕西盛荣服饰贸易有限公司于 2003 年 1 月 1 日签订《委托代理合同》（编号：（2003）-006），约定该公司在 2003 年度内销售本公司产品伍佰万元（500 万元）。

3、本公司与北京恒隆盛服饰有限公司于 2003 年 1 月 1 日签订《委托代理合同》（编号：（2003）-001），约定该公司在 2003 年度内销售本公司产品伍佰万元（500 万元）。

4、本公司与广州奔穗服饰有限公司于 2003 年 1 月 1 日签订《委托代理合同》（编号：（2003）-023）约定该公司在 2003 年度内销售本公司产品伍佰万元（500 万元）。

5、本公司与北京桐希圆服装有限公司于 2003 年 1 月 1 日签订《委托代理合同》（编号：（2003）-002），约定该公司在 2003 年度内销售本公司产品肆佰万元（400 万元）。

6、本公司与金华市华贸服装有限公司于 2003 年 1 月 1 日签订《委托代理合同》(编号:(2003)-005),约定该公司在 2003 年度内销售本公司产品叁佰万元(300 万元)。

7、本公司与江苏锦先商贸实业有限公司于 2003 年 1 月 1 日签订《委托代理合同》(编号:(2003)-004),约定该公司在 2003 年度内销售本公司产品叁佰万元(300 万元)。

8、本公司与福建省华福(工程)建设开发公司于 2003 年 2 月 12 日签订《工矿产品购销合同》(编号:LCY-2935),约定该公司在合同签订后两个月内购买本公司价值陆拾万零捌仟捌佰肆拾玖元柒角捌分(608,849.78 元)的货物。

9、本公司与常州三箭晋陵商贸有限公司于 2004 年 1 月 1 日签订《委托代理合同》(编号:(2004)-005),约定该公司在 2004 年度内销售本公司产品壹仟肆佰万元(1400 万元)。

10、本公司与杭州都市先锋服饰有限公司于 2004 年 1 月 1 日签订《委托代理合同》(编号:(2004)-016),约定该公司在 2004 年度内销售本公司产品壹仟贰佰万元(1200 万元)。

11、本公司与广州奔穗服饰有限公司于 2004 年 1 月 1 日签订《委托代理合同》(编号:(2004)-023),约定该公司在 2004 年度内销售本公司产品捌佰万元(800 万元)。

12、本公司与北京恒隆盛服饰有限公司于 2004 年 1 月 1 日签订《委托代理合同》(编号:(2004)-001),约定该公司在 2004 年度内销售本公司产品陆佰万元(600 万元)。

13、本公司与陕西盛荣服饰贸易有限公司于 2004 年 1 月 1 日签订《委托代理合同》(编号:(2004)-006),约定该公司在 2004 年度内销售本公司产品伍佰万元(500 万元)。

14、本公司与北京桐希圆服装有限公司于 2004 年 1 月 1 日签订《委托代理合同》(编号:(2004)-002),约定该公司在 2004 年度内销售本公司产品肆佰万元(400 万元)。

15、本公司与湖南伊尔仨服装有限公司于 2004 年 1 月 1 日签订《委托代理合同》(编号:(2004)-024),约定该公司在 2004 年度内销售本公司产品肆佰万元(400 万元)。

(三) 采购合同

1、本公司与福建众和股份有限公司签订《采购合同》(编号:(2003)购字0001),约定由该公司为本公司提供服装原辅材料,有效期自2003年1月1日至2003年12月31日。

2、公司与顺德伟纶针织厂有限公司于2002年9月1日签订《采购合同》(编号:(2003)购字0008),约定由该公司为本公司提供面料及里布,有效期自2002年9月1日至2003年9月1日。

3、本公司与常州伊恩纺织品有限公司签订《采购合同》(编号:(2003)购字0021),约定由该公司为本公司提供服装原辅材料,有效期自2003年1月1日至2003年12月31日。

4、本公司与海门市捷达无纺布厂签订《采购合同》(编号:(2003)购字0002),约定由该公司为本公司提供服装原辅材料,有效期自2003年1月1日至2003年12月31日。

5、本公司与惠州棉王针织有限公司签订《采购合同》(编号:(2003)购字0005),约定由该公司为本公司提供服装原辅材料,有效期自2003年1月1日至2003年12月31日。

6、本公司与泉州市鹰君贸易有限公司签订《采购合同》(编号:(2003)购字0009),约定由该公司为本公司提供服装原辅材料,有效期自2003年1月1日至2003年12月31日。

7、本公司与温州商贸城大昌祥纺织品经营部签订《采购合同》(编号:(2003)购字0010),约定由该公司为本公司提供服装原辅材料,有效期自2003年1月1日至2003年12月31日。

8、本公司与吴江市颖晖丝光棉有限公司签订《采购合同》(编号:(2003)购字0011),约定由该公司为本公司提供服装原辅材料,有效期自2003年1月1日至2003年12月31日。

9、本公司与新会联辉织造有限公司签订《采购合同》(编号:(2003)购字0012),约定由该公司为本公司提供服装原辅材料,有效期自2003年1月1日至2003年12月31日。

10、本公司与石狮市泉丰电脑织唛有限公司签订《采购合同》(编号:(2003)购字0015),约定由该公司为本公司提供服装辅料,有效期自2003年1月1日

至 2003 年 12 月 31 日。

11、本公司与顺德市启亚服装有限公司签订《采购合同》，约定由该公司为本公司提供针织布，合同金额 200 万元，签订日期为 2003 年 12 月 1 日。

（四）土地补偿协议

本公司与晋江市金井镇人民政府于 2002 年 7 月 30 日签订《土地补偿费协议书》，晋江市金井镇人民政府同意将位于海峡工业区（现名为“金井科技工业园”）的 71 亩土地出让给本公司，本公司需交付土地受让补偿费用共计 426 万元。目前，本公司已按合同支付前期款项，待本公司对土地进行实质性开发和利用时再交付补偿费用总额的 30%，余款 20%待土地手续批准后一次性付清。因此，本地块土地使用权证尚未取得。

（五）建筑施工合同

1、本公司前身福建七匹狼制衣实业有限公司于 2001 年 4 月 18 日与福建省第五建筑工程公司签订《建设工程施工合同》，约定由该公司为发行人承建办公楼一幢，工程价款暂定 330 万元。

2、本公司于 2001 年 7 月 31 日与福建省第五建筑工程公司签订《建设工程施工合同》，约定由该公司为发行人承建 A 幢厂房，工程价款暂定 500 万元。

3、公司于 2002 年 4 月 1 日与福建省第五建筑工程公司签订《七匹狼工业园 B 幢厂房施工合同补充协议（一）》，约定由该公司为发行人承建 B 幢厂房，工程价款暂定 400 万元。该合同目前正处于履行过程中。

（六）广告合同

1、本公司与互通联合国际广告有限公司签订《广告合约》，约定由齐秦担任本公司的产品形象代言人，有效期自 2002 年 1 月 1 日至 2003 年 12 月 31 日。合同约定本公司于 2002 年 12 月 31 日前一次性支付人民币 80 万元作为公司与互通联合国际广告有限公司合作两年期限的费用。

2、本公司与北京高德体育文化有限责任公司签订《2003 皇家马德里中国之旅活动赞助“指定服装”冠名合同》，约定本公司享有皇家马德里队员肖像及签名样式使用发布权、“2003 皇家马德里中国之旅”活动标识使用发布权、指定产品及赛场品牌推广权等，有效期自 2003 年 7 月 10 日至 2003 年 12 月 31 日，但于期限内发布的媒体素材可使用至 2004 年 12 月 31 日。合同约定本公司共支付

人民币 300 万元作为此次冠名费用。

3、本公司与北京十环锐智广告有限责任公司签订《首届中国警察汽车拉力拉力赛七匹狼服饰独家赞助合同书》，约定本公司享有此次赛事独家赞助之冠名权、赛事会标使用权，并可以此进行商业宣传，使用期限自 2003 年 6 月 11 日起为期一年；享有指定区域广告位、赛事户外广告发布及媒体宣传回报等。合同约定本公司支付人民币 70 万元、实物赞助 30 万元作为此次冠名费用。

（七）其他合同

2004 年 4 月 27 日，公司与长江巴黎百富勤证券有限责任公司签署了《A 股主承销协议》，公司聘请长江巴黎百富勤证券有限责任公司作为本次新股发行的保荐机构(主承销商)，负责组织承销团，以余额包销方式承销本次发行的全部股票。

三、重大诉讼或仲裁事项

截止本招股说明书签署之日，本公司不存在尚未了结或可预见的重大诉讼、仲裁案件或被行政处罚的案件。持有本公司 5%以上股份的股东不存在尚未了结或可预见的重大诉讼、仲裁或行政处罚案件；本公司董事长周连期先生、总经理周少雄先生及其他董事、监事、高管人员、核心技术人员不存在尚未了结或可预见的重大诉讼、仲裁案件或被行政处罚的案件。

第十五节 董事及有关中介机构声明

一、发行人全体董事声明

本公司全体董事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。

全体董事签字：

福建七匹狼实业股份有限公司

2004 年 月 日

二、保荐机构(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。

法定代表人（授权代表）签章：

保荐代表人签字：

长江巴黎百富勤证券有限责任公司

2004 年 月 日

三、发行人律师声明

本所及经办律师保证由本所同意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已经本所审阅,确认招股说明书不致因上述内容出现虚假记载、误导性陈述及重大遗漏引致的法律风险,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

发行人律师事务所负责人签字:

经办律师签字:

北京浩天律师事务所

2004 年 月 日

四、发行人会计师事务所声明

本所及经办会计师保证由本所同意发行人在招股说明书及其摘要中引用的财务报告已经本所审计，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述及重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

发行人会计师事务所负责人签字：

经办注册会计师签字：

福建华兴有限责任会计师事务所

2004 年 月 日

五、发行人验资机构声明

本所及经办会计师保证由本所同意发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告及有关数据已经本机构审阅,确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述及重大遗漏,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

发行人验资机构负责人签字:

经办注册会计师签字:

福建华兴有限责任会计师事务所

2004 年 月 日

第十六节 附录和备查文件

一、附录

- 1、福建华兴有限责任会计师事务所出具的闽华兴所（2004）审字 F-001 号《审计报告》及财务报告全文。
- 2、发行人董事会关于 2004 年盈利能力的承诺及中介机构意见

二、备查文件

投资者可于本次股票发行期间，查阅与本次发行有关的所有正式法律文件，具体如下：

1、查阅地点

（1）福建七匹狼实业股份有限公司

地址：福建省晋江市金井镇南工业区

联系电话：0595-5382777，5397777

传真：0595-5381998

联系人：黄佳敦、杨鹏慧

（2）长江巴黎百富勤证券有限责任公司

地址：上海市浦东新区世纪大道 88 号金茂大厦 4901

联系电话：021-38784899

传真：021-50495603

联系人：石金生、康华、彭波

2、备查文件目录

- （1）本次发行的招股说明书及其摘要；
- （2）为本次发行而编制的审计报告及财务报告；
- （3）发行人对本次股票发行的法律意见书；
- （4）保荐机构(主承销商)和发行人签订的承销协议；
- （5）发行人股东大会关于本次股票发行事宜的决议；
- （6）中国证监会同意本次股票发行的批文；
- （7）本次发行募集资金运用项目的可行性研究报告；
- （8）发行人验资报告；

- (9) 发行人设立时的发起人协议；
- (10) 发行人成立的批准和注册登记文件；
- (11) 发行人营业执照；
- (12) 发行人的公司章程及其他有关内部规定；
- (13) 历次股利分配决议；
- (14) 发行人的重大商务合同；
- (15) 其他相关文件。

3、查阅时间

工作日上午 9:00-11:30，下午 2:00-4:00。