

Dohia^{com} | 多喜爱

多喜爱家纺股份有限公司

DOHIA HOME TEXTILE CO.,LTD.

(长沙市岳麓区麓谷大道 627 号长海创业基地南二层)

**首次公开发行股票
招股说明书**

保荐人（主承销商）



海通证券股份有限公司

HAITONG SECURITIES CO., LTD.

(上海市广东路 689 号)

发行概况

发行股票类型:	人民币普通股 (A 股)
发行股数:	本次公开发行股票总量不超过 3,000 万股, 不低于发行后总股本的 25%; 预计新股发行数量不超过 3,000 万股, 预计股东公开发售股份数量不超过 2,250 万股, 且不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量。
每股面值:	1.00 元
每股发行价格:	7.28 元
预计发行日期:	2015 年 6 月 2 日
拟上市的证券交易所:	深圳证券交易所
发行后总股本:	12,000 万股
发行人提醒投资者注意:	发行人股东公开发售股份所得资金不归公司所有。
本次发行前股东所持股份的流通限制、股东对所持股份自愿锁定的承诺:	<p>1、公司控股股东、实际控制人陈军、黄娅妮承诺: 自公司在中国境内首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内, 不转让或者委托他人管理本股东直接或者间接持有的公司本次公开发行股票前已发行的股份, 也不由公司回购该部分股份;</p> <p>2、公司其他股东达晨财信、达晨创投、华清博远、金科担保、张海鹰、陈周盛、王玲、黎毅、张文、周志文、赵传淼、文新、朱旭鹏、杨晓煜、吴改、吴莹、刘娟、杨慧、李希、谭美芳、宋丽嫔、刘燕、胡春来、陈风、赵计亮、陈国娥、周琴、苏福平、郭亮、王戈、王昕、张应轩、胡群、范长录、杨晓梅承诺: 自公司在中国境内首次公开发行股票并上市之日起 12 个月内, 不转让或者委托他人管理本股东直接或者间接持有的公司本次公开发行股票前已发行的股份, 也不由公司回购该部分股份;</p> <p>3、作为公司董事、监事、高级管理人员的陈军、黄娅妮、张海鹰、陈周盛、黎毅、张文、赵传淼、文新、吴莹还承诺: 在前述承诺期限届满后的任职期内, 每年转让的公司股份不得超过本人所持公司股份的 25%, 且在离职后的半年内不转让或者委托他人管理其所持的公司股份; 也不由公司回购该部分股份; 在申报离职 6 个月后的 12 个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占其所持有公司股票总数的比例不超过 50%。</p> <p>4、发行人实际控制人陈军、黄娅妮、持有发行人股份的董事张文、赵传淼和高级管理人员张海鹰、文新承诺: 所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的, 其减持价格不低于发行价; 公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价, 或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价, 持有公司股票的锁定期自动延长至少 6 个月。持有发行人股份的董事和高级管理人员所作出的此项承诺不因本人职务变更、离职等原因而放弃履行承诺。</p>
保荐人 (主承销商):	海通证券股份有限公司
招股说明书签署日期:	2015 年 6 月 1 日

发行人声明

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

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本招股说明书及其摘要中财务会计资料真实、完整。

中国证监会、其他政府部门对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

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

重大事项提示

本公司特别提醒投资者认真阅读本招股说明书全文，并特别注意下列重大事项提示：

一、本次发行前股东所持股份的流通限制、股东对所持股份自愿锁定的承诺

1、公司控股股东、实际控制人陈军、黄娅妮承诺：自公司在中国境内首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本股东直接或者间接持有的公司本次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

2、公司其他股东达晨财信、达晨创投、华清博远、金科担保、张海鹰、陈周盛、王玲、黎毅、张文、周志文、赵传淼、文新、朱旭鹏、杨晓煜、吴改、吴莹、刘娟、杨慧、李希、谭美芳、宋丽嫔、刘燕、胡春来、陈风、赵计亮、陈国娥、周琴、苏福平、郭亮、王戈、王昕、张应轩、胡群、范长录、杨晓梅承诺：自公司在中国境内首次公开发行股票并上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本股东直接或者间接持有的公司本次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份；

3、作为公司董事、监事、高级管理人员的陈军、黄娅妮、张海鹰、陈周盛、黎毅、张文、赵传淼、文新、吴莹还承诺：在前述承诺期限届满后的任职期内每年转让的公司股份不得超过本人所持公司股份的25%，且在离职后的半年内不转让或者委托他人管理其所持的公司股份；也不由公司回购该部分股份；在申报离职6个月后的12个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占其所持有公司股票总数的比例不超过50%。

4、发行人实际控制人陈军、黄娅妮、持有发行人股份的董事张文、赵传淼和高级管理人员张海鹰、文新承诺：所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价；公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，持有公司股票的锁定期限自动延长至少 6 个月。持有发行人股份的董事和高级管理人员所作出的此项承诺不因本人职务变更、离职等原因而放弃履行承诺。

二、招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

1、发行人及其实际控制人陈军、黄娅妮承诺：发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司将在监管机构对上述事宜做出有法律效力的认定后 60 日内，或者监管机构要求的期限内，依法回购首次公开发行的全部新股，回购的价格由各方协商一致确定，但不低于发行人首次公开发行价格；陈军、黄娅妮将以不低于首次公开发行的价格购回已转让的原限售股份；致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

2、发行人、实际控制人陈军和黄娅妮、董事张文、赵传淼、罗罡、陈铁儒、徐瑛、肖星、袁雄，监事陈周盛、黎毅、吴莹，高级管理人员张海鹰、赵金、文新承诺：发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

3、海通证券股份有限公司、天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）、湖南启元律师事务所、沃克森（北京）国际资产评估有限公司承诺：如因本公司（本所）为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并因此给投资者造成直接损失的，本公司（本所）将依法与发行人一起就上述事项向投资者承担连带赔偿责任，但本公司（本所）能够证明自己没有过错的除外。

三、持股5%以上股东的持股意向及减持意向

发行人实际控制人陈军、黄娅妮持股及减持意向如下：在持有发行人的股份锁定期届满、没有延长锁定期相关情形，并符合相关法律法规及规范性文件要求的前提下，将根据实际情况决定是否减持发行人股份以及减持时间；锁定期届满后两年内，减持发行人股份的减持价格将不低于发行价；减持方式为竞价交易、大宗交易、协议转让等法律法规规定的交易方式。减持发行人股份时，将提前三个交易日通过发行人予以公告。

持有发行人股份 5%以上股东达晨财信持股及减持意向如下：持有发行人的股份锁定期届满后，且符合相关法律法规及规范性文件要求的前提下，将根据实际情况决定是否减持发行人股份以及减持时间，减持价格为发行人届时股票市场

价格，减持方式为竞价交易、大宗交易、协议转让等法律法规规定的交易方式。减持发行人股份时，将提前三个交易日通过发行人予以公告。

达晨创投持有发行人股份为 4.55%，持有达晨财信 40% 的股份，为达晨财信第一大股东。达晨创投持股及减持意向如下：持有发行人的股份锁定期届满后，且符合相关法律法规及规范性文件要求的前提下，将根据实际情况决定是否减持发行人股份以及减持时间，减持价格为发行人届时股票市场价格，减持方式为竞价交易、大宗交易、协议转让等法律法规规定的交易方式。减持发行人股份时，将提前三个交易日通过发行人予以公告。

四、滚存利润事项安排

根据公司2012年3月12日召开的2012年度第二次临时股东大会决议，若本次股票发行成功，本次公开发行股票前的滚存未分配利润由发行后的新老股东共同享有。

五、发行后股利分配政策及股东分红回报规划

（一）发行后股利分配政策

1、利润分配原则

公司的利润分配政策应重视对投资者的合理投资回报，利润分配政策应保持连续性和稳定性。

2、利润分配形式及周期

公司每年度可以采取现金或者股票等法律法规允许的方式分配股利，但在具备现金分红条件下，应当优先采用现金分红进行利润分配；在有条件的情况下，公司可以进行中期现金分红。

3、现金分红比例

若无重大投资计划或重大资金支出发生，在足额提取盈余公积金以后，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 15%，具体比例由董事会根据公司实际情况制定后提交股东大会审议通过。

公司在确定以现金分配利润的具体金额时，应充分考虑未来经营活动和投资活动的影响以及公司现金存量情况，并充分关注社会资金成本、银行信贷和债权

融资环境，以确保分配方案符合全体股东的整体利益；

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

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

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

重大投资计划或重大资金支出发生指以下情形之一：

(1) 公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过 5,000.00 万元。

(2) 公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

4、发放股票股利条件

如果公司预计未来利润增长速度可以超过股本规模扩张速度，从而抵消因股票股利分配对公司每股收益的稀释效应，则公司可以实施股票股利分配预案。

5、利润分配决策程序和机制

公司每年度利润分配方案由董事会根据公司经营情况和有关规定拟定，提交股东大会以普通决议审议决定。股东大会审议利润分配方案时，除现场会议投票外，公司应当提供网络投票等方式以方便股东参与股东大会表决。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会。

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

公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定；有

关调整后的利润分配政策的议案，全体董事过半数通过并经二分之一以上独立董事通过后，由董事会提交股东大会审议，股东大会审议（以出席会议股东）需所持表决权的三分之二以上通过。公司应当提供网络投票等方式以方便股东参与股东大会表决。

6、公司年度盈利但未提出现金利润分配预案的，董事会应说明未进行现金分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途，独立董事对此发表独立意见。

7、存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

关于公司股利分配政策的具体内容，请参见本招股说明书“第十四节股利分配政策”。

（二）股东分红回报规划

在保证公司业务正常发展的前提下，并充分考虑股东特别是中小股东的要求和意愿进行股利分配，以现金分红为主要方式。公司发行上市后，将在每年向股东分配的现金股利不低于当年实现的可供分配利润的 15%的基础上，确定年度现金股利及股票股利分配的具体方案。

根据公司目前经营状况及未来发展趋势，公司本次公开发行并上市后三年内，每年向股东以现金方式分配的股利不低于当年实现的可供分配利润的 15%。在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以根据实际情况另行增加股票股利分配。

公司在每个会计年度结束后，由公司董事会提出股利分配议案，并提请股东大会审议批准。公司广泛听取股东对公司分红的意见与建议，并接受股东的监督。

关于本公司股东分红回报的具体内容，请参见本招股说明书“第十一节管理层讨论与分析”。

六、公司股票上市后三年内股价低于每股净资产时稳定股价的预案

公司上市后三年内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于公司上一会计年度经审计的每股净资产值，则公司将启动稳定股价措施，具体包括公司回购股份、控股股东增持股份和董事、高级管理人员增持股份。具体情况如下：

（一）启动股价稳定措施的具体条件

1、预警条件：当公司股票连续 5 个交易日的收盘价低于每股净资产的 120% 时，在 10 个工作日内召开投资者见面会，与投资者就上市公司经营状况、财务指标、发展战略进行深入沟通；

2、启动条件：当公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于每股净资产时，应当在 30 日内实施相关稳定股价的方案，并应提前公告具体实施方案。

（二）稳定股价的具体措施

当上述启动股价稳定措施的条件成就时，公司将及时采取以下部分或全部措施稳定公司股价：

1、由公司回购股票

（1）公司为稳定股价之目的回购股份，应符合《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》及《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等相关法律、法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

（2）公司股东大会对回购股份做出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

（3）公司董事会公告回购股份预案后，公司股票若连续 5 个交易日收盘价超过每股净资产时，公司董事会可以做出决议终止回购股份事宜。

（4）公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行新股所募集资金的总额。

（5）公司单次用于回购股份的资金不得低于人民币 1,000 万元。

2、控股股东、实际控制人增持

公司控股股东、实际控制人应在符合《上市公司收购管理办法》等法律法规的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持；公司控股股东、实际控制人单次用于回购股份的资金以其所获得的公司上一年度的现金分红资金为限。

3、董事、高级管理人员增持

（1）在公司任职并领取薪酬的公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员

应在符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律法规的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持；

(2) 有义务增持的公司董事陈军、黄娅妮、张文、赵传淼、高级管理人员张海鹰、赵金、文新承诺，其用于增持公司股份的货币资金不少于该等董事、高级管理人员上年度自公司领取薪酬总和的 30%。

4、其他法律、法规以及中国证监会、证券交易所规定允许的措施

公司在未来聘任新的董事、高级管理人员前，将要求其签署承诺书，保证其履行公司首次公开发行上市时董事、高级管理人员已做出的相应承诺。

七、主要股东本次公开发售股份，对发行人控制权、治理结构及生产经营等产生的影响说明

经测算，本次发行后，发行人股权结构不会发生重大变化，发行人的控股股东和实际控制人均不变，陈军、黄娅妮仍为发行人控股股东，不对发行人的控制权、治理结构及生产经营产生影响。

参与本次公开发售的持股 10%以上的股东达晨财信及其关联方达晨创投均系专业投资机构，不以控制企业为目的，参与本次公开发售股份属于正常的减持行为，不对发行人的控制权、治理结构及生产经营产生影响。

本次公开发行前 36 个月内担任发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的股东，参与本次公开发售属于正常的减持行为，其持股比例不会发生重大变化，不会对发行人的控制权、治理结构及生产经营产生影响。

八、提醒投资者特别关注的风险

(一) 公司生产环节外包的风险

公司为了提高在行业中的竞争力，将资源集中在品牌的建设及推广、产品的设计及研发等高附加值的环节，而将附加值较低的生产环节全部委托外协加工商加工。虽然公司对于筛选外协加工商有着整套严密的制度和程序，但产品的质量、产量仍在一定程度上受限于外协加工商的生产能力、加工工艺及管理水平。如果外协加工商履约不力（如产品质量不合乎本公司指定条件、交货期延迟、装卸失职导致货物丢失或损坏等）、经营管理不善、因违法违规行受到处罚而

影响正常经营或因不可抗力而影响产品的交付,可能给本公司带来一定的经营风险。

（二）原材料价格波动的风险

公司产品的原材料包括各类型的主料（包括坯布、成品布及填充料等）、辅料和包装料,其中坯布是由棉花和化纤等纺织而成,成品布主要是由坯布经印染厂加工制作而成,辅料是由唛头、花边、棉绳等组成,包装料系纸板、胶袋、纸箱、彩盒等用于产品外观包装的材料。坯布、成品布及填充料等主料成本约占公司营业成本的 80%左右,若价格出现持续上涨将导致公司采购成本持续上涨,从而对公司的生产经营和盈利能力产生一定影响。

（三）净资产收益率被摊薄的风险

本次发行前,公司2012年度、2013年度及2014年度的加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益后）依次为26.36%、16.77%及9.82%。本次募集资金到位后,公司的净资产将迅速增长,而投入建设营销网络的募集资金需要一段运营期才能产生效益,所以在上市之后的一段时期里公司净利润的增长速度可能无法与净资产增长速度同步,从而使公司面临净资产收益率下降的风险。

（四）业绩进一步下滑的风险

报告期内,受到国内经济增长速度放缓、电子商务冲击、经营成本不断上升等因素影响下,公司业绩出现了持续下滑。虽然公司已经采取积极有效的措施拓展网络、团购等产品销售渠道、控制经营成本及提高盈利能力,在同行业上市公司业绩回稳的情况下,公司也将逐步回稳。但公司主要定位于二、三线城市的中高端消费人群,特别是年轻消费群体,该类人群属于价格敏感型客户,受到电商冲击程度更大。如果公司相关转型措施实施效果不理想、国内经济增速进一步放缓,在相关风险在个别极端情况下或者多个风险叠加发生的情况下,将有可能导致公司上市当年营业利润较上年业绩下降超过 50% 。

九、财务报表审计截止日后主要财务信息及经营状况

公司已在招股说明书“第十一 管理层讨论与分析”之“七、财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营状况”中披露财务报告审计截止日（2014年12月31日）后主要财务信息及经营状况,2015年1-3月财务报表的相关信息未经审计,

但已经天职国际会计师审阅。

(一) 2015 年 1-3 月主要财务信息

根据天职国际会计师出具的天职业字【2015】9596 号《审阅报告》，公司 2015 年 1-3 月财务信息以及与上年同期比较具体情况如下：

单位：万元

项 目	2015 年 3 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	变动幅度
资产合计	64,396.60	67,985.52	-5.28%
负债合计	22,642.45	27,000.95	-16.14%
所有者权益	41,754.16	40,984.57	1.88%
项 目	2015 年 1-3 月	2014 年 1-3 月	变动幅度
营业收入	13,798.59	15,847.44	-12.93%
净利润	769.59	1,032.24	-25.44%
经营活动产生的现金流量净额	-2,231.95	936.51	-338.33%

公司 2015 年 3 月 31 日资产规模与年初相比，保持相对稳定，财务状况良好；公司资产规模和负债规模较年初均有所下滑，主要是公司于本期偿还了大量到期的经营性负债所致。

受国内经济增速放缓和同行业电商冲击等不利因素影响，2015 年 1-3 月营业收入较去年同期下滑了 12.93%。一方面，公司为有效应对上述不利因素影响，本期内加大了对中高端产品的推出力度，提高了主要产品材质要求，产品单位成本有所上升，在销售单价较为稳定的情况下，毛利率较上年同期小幅下滑；另一方面，随着人工成本和租赁成本等上涨导致管理费用较去年同期也上涨，两方面因素的共同影响使得本期的营业利润下滑幅度大于营业收入下滑幅度，较上年同期下滑了 20.81%。

公司经营活动产生的净现金流量大幅减少，一方面是公司本期内营业收入较去年同期下滑导致的销售商品收到的现金减少了 1,748.11 万元；另一方面，公司为即将到来的订货会和新产品推出加大了采购和原材料储备，公司购买商品支付的现金较去年同期增长了 4,207.88 万元。

(二) 2015 年 1-3 月主要经营状况

公司财务报告审计截止日至本招股说明书签署之日，公司生产经营状况正

常。公司在经营模式、主要原材料的采购规模及采购价格、主要产品的生产、销售规模及销售价格、主要客户及供应商的构成、税收政策等方面未发生重大变化。

（三）对 2015 年 1-3 月未经审计财务报表的承诺

公司董事会、监事会及其董事、监事、高级管理人员声明，保证已披露的未经审计的财务报表所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担个别及连带责任。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人声明，保证已披露的未经审计的财务报表的真实、准确、完整。

（四）2015 年上半年预计经营业绩说明

公司预计 2015 年上半年业绩下滑幅度将有所减小，经营业绩下滑势头得到控制，营业收入同比变化-15%至 5%，净利润同比变化-15%至 0%，主要基于以下几方面原因：

（1）公司 2014 年度关闭了盈利能力较弱的店铺，进行了战略调整，2015 年度将加大对现有实体店铺的支持力度，强化与线上的互动。

（2）公司报告期内主营业务毛利率水平一直小幅增长，说明公司在面临市场环境较弱，市场竞争激烈时并未选择提供降价，降低毛利率来打价格战，而是优化产品结构和门店结构，为 2015 年的可持续发展保留了良好的发展基础。

（3）随着公司中高端产品逐渐推出市场，结合公司自建的互联网平台和线下体验店的配合，公司在 2014 年 8 月和 2015 年 1 月进行了两次尝试，取得了良好效果，为未来公司线上线下互动，提升盈利增长储备了丰富的经验和技能。

发行人提请投资者认真阅读招股说明书“第四节风险因素”章节，并特别注意上述风险的描述。

目录

第一节 释义	16
一、普通术语	16
二、专业术语	17
第二节 概览	20
一、发行人简介	20
二、发行人控股股东及实际控制人的简要情况	20
三、发行人的主要财务数据	21
四、本次发行情况	22
五、募集资金的运用	22
第三节 本次发行概况	24
一、本次发行基本情况	24
二、本次发行的有关当事人	25
三、发行人与本次发行有关中介机构关系等情况	27
四、发行日程安排	27
第四节 风险因素	28
一、市场风险	28
二、经营风险	29
三、管理风险	30
四、财务风险	32
五、募集资金投向风险	32
六、实际控制人控制的风险	33
第五节 发行人基本情况	35
一、发行人基本情况	35
二、发行人改制重组情况	35
三、发行人股本结构的形成及变化和重大资产重组情况	39
四、股东出资、股本变化的验资情况及发起人投入资产的计量属性	61
五、发行人的股权结构图及组织结构图	63
六、发行人控股子公司及参股子公司情况	67
七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况	70
八、发行人股本情况	75
九、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况	78
十、公司员工及社会保障情况	78
十一、本公司主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及履行情况	84
第六节 业务和技术	87
一、发行人主营业务、主要产品及变化情况	87
二、发行人所处行业基本情况	88
三、发行人行业中竞争地位	102

四、发行人主要产品及工艺流程.....	110
五、发行人业务模式概况.....	111
六、发行人主营业务的具体情况.....	168
七、发行人主要固定资产及无形资产.....	179
八、发行人核心技术和研发情况.....	196
九、公司主要产品和服务的质量控制情况.....	199
第七节 同业竞争和关联交易	201
一、同业竞争情况.....	201
二、关联方和关联关系.....	201
三、经常性关联交易.....	204
四、偶发性关联交易.....	204
五、报告期内关联交易对公司财务状况和经营成果的影响.....	208
六、《公司章程》对关联交易决策权力和程序的规定.....	208
七、关联交易执行情况.....	210
八、发行人减少关联交易的措施.....	210
第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员	211
一、本公司的董事、监事、高级管理人员与核心技术人员.....	211
二、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属持股情况.....	215
三、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的对外投资情况.....	216
四、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的薪酬情况.....	216
五、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员兼职情况.....	217
六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间的亲属关系.....	218
七、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员与公司签订的有关协议、所做承诺及其履行情况.....	218
八、董事、监事、高级管理人员的任职资格.....	218
九、董事、监事、高级管理人员报告期内变动情况.....	219
第九节 公司治理结构	221
一、公司治理的建立健全及运行情况.....	221
二、股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书依法运作情况.....	222
三、发行人报告期内违法违规行情况.....	233
四、发行人报告期内资金占用和对外担保情况.....	233
五、内部控制制度管理层评估意见及会计师鉴证意见.....	234
第十节 财务会计信息	235
一、财务报表.....	235
二、审计意见.....	244
三、财务报表的编制基础、合并财务报表的范围及变化情况.....	245
四、主要会计政策和会计估计.....	246
五、分部信息.....	265
六、税项.....	265
七、最近一年的收购兼并情况.....	266
八、经注册会计师核验的非经常性损益明细表.....	266
九、主要资产情况.....	267

十、主要债项情况.....	268
十一、股东权益情况.....	270
十二、现金流量情况.....	272
十三、或有事项、资产负债表日后事项及其他重要事项.....	273
十四、最近三年主要财务指标.....	273
十五、资产评估情况.....	276
十六、历次验资报告.....	276
第十一节 管理层讨论与分析	277
一、财务状况分析.....	277
二、盈利能力分析.....	307
三、重大资本性支出分析.....	332
四、重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项.....	333
五、财务状况和盈利能力的未来趋势分析.....	334
六、股东分红回报规划及合理性分析.....	335
七、财务报表审计截止日后主要财务信息及经营状况.....	339
第十二节 业务发展目标	344
一、发行人发行当年和未来两年的发展战略和目标.....	344
二、发行人发展计划.....	344
三、拟定发展规划的基本假设.....	347
四、实现上述计划可能面临的主要困难.....	347
五、本次募集资金对实现上述业务目标的作用.....	348
六、发展规划与现有业务的关系.....	348
第十三节 募集资金运用	350
一、募集资金运用概况.....	350
二、募集资金投资项目分析.....	350
三、募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响.....	380
第十四节 股利分配政策	382
一、公司现行的股利分配政策.....	382
二、报告期内股利分配情况.....	382
三、发行完成前滚存利润分配安排.....	382
四、发行后股利分配政策.....	383
五、未来三年股利分配规划.....	385
第十五节 其他重要事项	387
一、信息披露与投资者服务.....	387
二、重大合同.....	387
三、发行人对外担保的有关情况.....	389
四、重大诉讼或仲裁事项.....	389
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明	393
第十七节 备查文件	399

第一节 释义

一、普通术语

多喜爱股份、公司、本公司、发行人	指	多喜爱家纺股份有限公司，2013年4月27日由湖南多喜爱家纺股份有限公司更名而来
多喜爱有限	指	发行人前身湖南多喜爱保健科技有限公司，2008年8月28日更名为湖南多喜爱纺织科技有限公司
上海多喜爱	指	上海多喜爱信息科技有限公司
深圳多喜爱	指	深圳市多喜爱纺织科技有限公司
深圳信息	指	深圳多喜爱信息技术有限公司
多喜爱信息	指	多喜爱信息技术有限公司
北京多喜爱	指	北京多喜爱网络科技有限公司
合肥多喜爱	指	合肥多喜爱纺织科技有限公司
家饰公司	指	多喜爱（湖南）家饰用品有限公司
香港多喜爱	指	香港多喜爱国际有限公司
湖南龙之杰	指	湖南龙之杰运动用品有限公司
长沙天旭	指	长沙市天旭纺织品贸易有限公司
达晨财信	指	深圳市达晨财信创业投资管理有限公司
达晨创投	指	深圳市达晨创业投资有限公司
华清博远	指	北京华清博远创业投资有限公司
金科担保	指	湖南金科投资担保有限公司
江西丽箭	指	江西丽箭国际贸易有限公司，公司报告期内第一大加盟商客户
七里香	指	东莞市七里香纺织品有限公司，公司报告期内第一大外协加工商
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
保荐人、保荐机构、主承销商	指	海通证券股份有限公司
发行人会计师、天职国际	指	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙），由原天职国际会计师事务所有限公司改制而来
发行人律师	指	湖南启元律师事务所
元、万元	指	人民币元、人民币万元
港元	指	中华人民共和国香港特别行政区的法定流通货币
欧元	指	欧洲经济和货币联盟确定的欧洲统一货币名称
美元	指	美元是美利坚合众国的官方货币
发起人	指	公司设立时的发起人，即达晨财信、达晨创投、华清博远、金科担保此4名法人股东和陈军等33名自然人股东
A股	指	境内上市人民币普通股
报告期	指	2012年、2013年及2014年
本次发行、本次公开发行	指	发行人本次拟向社会公众公开发行不超过3,000 万股人民币普通股（A 股）的行为，采取包括公开发行新

		股和公开发售股份的方式
公开发售	指	根据中国证监会《关于进一步推进新股发行体制改革的意见》及《首次公开发行股票时公司股东公开发售股份暂行规定》，在首次公开发行时，持股满36个月的老股东可以在公开发行新股时按照平等协商原则向公众发售老股，增加新上市公司流通股数量的行为
股东大会	指	多喜爱家纺股份有限公司股东大会
董事会	指	多喜爱家纺股份有限公司董事会
监事会	指	多喜爱家纺股份有限公司监事会
公司章程	指	本招股说明书签署之日有效的多喜爱家纺股份有限公司章程
证券法	指	中华人民共和国证券法
公司法	指	中华人民共和国公司法
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
湖南省工商局	指	湖南省工商行政管理局
华南	指	广东省、海南省、香港特别行政区、广西壮族自治区
华东	指	江苏省、江西省、浙江省、安徽省、山东省、上海市、福建省
华北	指	河北省、山西省、北京市、天津市、内蒙古自治区
西南	指	四川省、重庆市、云南省、贵州省、西藏自治区
华中	指	湖南省、湖北省、河南省
西北	指	陕西省、甘肃省、青海省、宁夏回族自治区、新疆维吾尔自治区
东北	指	辽宁省、吉林省、黑龙江省
一线城市	指	北京市、上海市、广州市、深圳市
二线城市	指	天津市、重庆市、省会城市、自治区首府及计划单列市
三线城市	指	地级市、自治州及同级地区
四线城市	指	县级市、县
3M公司	指	Minnesota Mining and Manufacturing Corporation，总部设在美国明尼苏达州的国际知名企业。

二、专业术语

套件	指	以被套、枕套、床单、床笠、床罩等品类的任意两种及以下的组合产品，并有独立的包装
被芯	指	由两层织物与中间填充物以适当的方式缝制而成，用于保暖的床上用品
枕芯	指	织物经缝制并装有填充物（如纺织纤维，发泡材料等）用作枕在头下的物品，包括可直接使用的枕和需要加套使用的枕芯
面料	指	制作纺织品（如服装，床上用品，窗帘等）的原料
填充料	指	用于被芯、枕芯、垫等产品夹层中的丝状或絮状物品以

		及发泡材料
辅料	指	产品生产过程中使用的相关辅助材料,如唛头,四合扣等
包装料	指	产品包装时使用的包装材料,如纸板,纸箱,PE袋,无纺布袋等
坯布	指	织成后尚未经过印染加工的本色布料
成品布	指	以坯布为原料,按照一定要求进行印染加工制成的布料
四色印花	指	利用三色原理加上黑色(黄/红/蓝/黑),通过网点组成无限颜色并由此复合成图案
纳米银抗菌整理剂	指	采用无色透明纳米银溶液为主要抗菌原料,经科学方法精制而成的高效织物抗菌整理剂,广泛应用于纯棉、化纤、无纺布、皮革等各类织物
首件样	指	产品批量生产前,生产方按需方要求生产的供需方确认的样板
绗缝	指	绗缝是用长针缝制有夹层的织物,使里面的填充物等固定
绣花	指	也称刺绣,又名针绣。以绣针引彩线(丝、绒、线),按设计的花样,在织物上刺缀运针,以绣迹构成纹样或文字
验片	指	对裁剪好的裁片进行挑选作业,将其中的不良品挑出
剪线	指	对经过车缝作业后的半成品上所残留的线头进行剪除,清理
整烫	指	对褶皱不平的产品利用熨斗等工具进行的平整操作,使产品平服整齐美观
裱棉	指	利用多针机将两层织物与中间的棉胎固定
车缝	指	利用缝针将织物按照生产工艺要求缝合在一起
充棉	指	往车缝好的被、枕套中填充棉,化纤等絮状物
来料标识	指	供应商在其所生产的产品上所贴的用来显示产品组织、数量的贴牌或贴纸
原样对照	指	色牢度(指纺织品的颜色对在加工和使用过程中各种作用的抵抗力)测试时,将洗水后的面料与未洗之前的面料进行对比,以判定其色牢度等级
上机检验	指	将面料供应商送达的面料放上验布机进行面料检验
缩水率	指	织物的缩水率是指织物在洗涤或浸水后织物收缩的百分数
器架	指	摆设或陈列产品的器材
坪销	指	每平方米营业面积所产生的销售收入
μm	指	微米,长度单位,一微米相当于一百万分之一米
QA	指	Quality Assurance,指品质保证
VI	指	Visual Identity,即企业VI视觉设计,通译为视觉识别系统
平网花型回位	指	印花网的宽度
直营/加盟大店	指	平均店面面积在200平方米左右,产品以较高端为主,

		器架、装修档次较高，面向较注重服务品质和消费感受客户的店面
--	--	-------------------------------

注：本招股说明书除特别说明外所有数值保留2位小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

第二节 概览

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

一、发行人简介

发行人的前身是 2006 年 12 月 21 日设立的湖南多喜爱保健科技有限公司，后更名为湖南多喜爱纺织科技有限公司。2011 年 8 月 23 日，多喜爱有限召开发起人会议，全体发起人签署了《湖南多喜爱家纺股份有限公司发起人会议决议》，一致同意多喜爱有限整体变更为湖南多喜爱家纺股份有限公司。2011 年 9 月 5 日，发行人在湖南省工商局完成变更注册登记并领取了营业执照。2013 年 4 月发行人更名为多喜爱家纺股份有限公司。发行人控股股东、实际控制人为陈军、黄娅妮夫妇。

发行人是一家家用纺织品企业，主要从事以套件类产品（含枕套、被套、床单、床笠等）、芯类产品（含枕芯、被芯）为主的家纺用品的研发设计、委托加工的组织、品牌推广、渠道建设和销售业务，并一直致力于新材料面料的应用研发和生产业务。

发行人的主要产品为“多喜爱”品牌床上用品。公司产品定位于二、三线城市的中高端市场，主要面向年轻消费群体。经过多年经营和发展，公司在该区域市场已建立了深入、广泛的销售渠道网络，形成了差异化的竞争优势。公司一直着力打造“时尚家纺”概念，在产品风格上通过主题、色彩、花型等方式突出时尚、新潮的品牌内涵，并始终坚持对产品功能性的开发和提升，通过各种技术手段有效提高了产品的抗菌、防霉和保健等功能，对细分市场的目标受众具有较强的品牌粘性。“多喜爱”品牌的内涵主要可归纳为时尚、简约、年轻，被国家工商行政管理总局认定为“中国驰名商标”，公司曾荣获中国纺织工业协会 2011 年度产品开发贡献奖、瑞士纺织信心认证、湖南省科技进步二等奖、清科-2011 年度中国最具投资价值企业 50 强、湖南省名牌产品、湖南省企业质量信用 AAA 级企业等国内外多项荣誉和资质认证。公司目前还担任全国卫生产业企业管理协会抗菌产业分会理事单位，负责主持制订《含银抗菌溶液》行业标准。

二、发行人控股股东及实际控制人的简要情况

公司总股本为9,000万股，陈军、黄娅妮合计持有公司67.79%股权，系夫妻关系，为公司的控股股东、实际控制人。关于陈军、黄娅妮的基本情况，请参见本招股说明书“第八节董事、监事、高级管理人员及核心技术人员”之“一、本公司的董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“（一）董事”。

三、发行人的主要财务数据

（一）合并资产负债表主要数据

单位：元

项目名称	2014年 12月31日	2013年 12月31日	2012年 12月31日
资产总额	679,855,191.13	534,864,129.43	568,275,272.35
负债总额	270,009,523.08	170,223,346.40	264,047,352.74
股东权益	409,845,668.05	364,640,783.03	304,227,919.61
归属于母公司所有者权益	409,845,668.05	364,640,783.03	304,227,919.61

（二）合并利润表主要数据

单位：元

项目名称	2014年	2013年	2012年
营业收入	672,111,008.80	812,530,908.25	798,483,704.90
营业利润	50,367,043.76	69,089,299.70	83,971,663.67
利润总额	59,728,886.27	74,177,169.95	96,946,935.19
净利润	45,204,885.02	60,412,863.42	80,676,739.82
归属于母公司所有者的净利润	45,204,885.02	60,412,863.42	80,676,739.82
扣除非经常性损益后归属母公司普通股东的净利润	38,015,836.05	56,080,813.43	69,572,931.04
基本每股收益	0.50	0.67	0.90

（三）合并现金流量表主要数据

单位：元

项目名称	2014年	2013年	2012年
经营活动产生的现金流量净额	96,843,368.18	50,800,586.07	67,399,605.03
投资活动产生的现金流量净额	-140,642,903.85	-23,511,361.47	-47,871,268.26
筹资活动产生的现金流量净额	69,224,916.67	-114,509.20	-34,613,557.21
现金及现金等价物净增加额	25,424,063.12	27,171,940.40	-15,085,220.44

（四）公司合并口径主要财务指标

项目名称	2014年 12月31日 /2014年度	2013年 12月31日 /2013年度	2012年 12月31日 /2012年度
流动比率（倍）	2.31	2.56	1.79
速动比率（倍）	1.30	1.28	0.72
资产负债率（母公司）	37.31%	28.97%	45.02%
资产负债率（合并）	39.72%	31.83%	46.46%
归属于公司股东的每股净资产（元）	4.55	4.05	3.38
应收账款周转率（次）	18.93	40.15	58.88
存货周转率（次）	1.80	1.92	2.02
息税折旧摊销前利润（万元）	7,886.93	9,166.98	11,558.02
利息保障倍数（倍）	78.06	648.78	61.08
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	1.08	0.56	0.75
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的基本每股收益（元）	0.42	0.62	0.77
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的加权平均净资产收益率（%）	9.82%	16.77%	26.36%
每股净现金流量（元/股）	0.28	0.30	-0.17

四、本次发行情况

发行股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	1.00元
拟发行数量	本次公开发行股票总量不超过3,000万股，不低于发行后总股本的25%；预计新股发行数量不超过3,000万股，预计股东公开发售股份数量不超过2,250万股，且不超过自愿设定12个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量
每股发行价	7.28元
发行方式	采用网下向询价对象询价配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式
发行对象	符合资格的询价对象和已开立深圳证券账户的投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）

五、募集资金的运用

本次募集资金在扣除发行费用后将按照轻重缓急顺序投资于以下项目，详细情况请参见本招股说明书“第十三节募集资金运用”。

序号	投资项目	预计投资额 (万元)	募集资金使用额 (万元)	建设期	项目备案情况
1	营销网络拓展项目	17,067.90	8,067.90	2年	长沙市发展和改革委员会备案编号： 2015066
2	信息化建设项目	2,988.50	2,488.50	2年	长沙市发展和改革委员会备案编号： 2015067
3	补充营运资金	8,000.00	7,950.50	-	-
合计		28,056.40	18,506.90	-	-

若公司所募集资金不能满足上述项目的投资资金需求，公司将通过自筹资金解决。

第三节 本次发行概况

一、本次发行基本情况

(一) 发行方案

1、股票种类：	人民币普通股（A股）
2、每股面值：	1.00元
3、发行股数：	本次公开发行股票总量不超过3,000万股，不低于发行后总股本的25%；不进行老股转让。
4、定价方式：	通过向网下投资者询价和市场情况，由公司与承销的证券公司协商确定发行价格。
5、每股发行价：	7.28元
6、发行市盈率：	发行前：17.33倍（每股收益按照2014年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行前总股本计算） 发行后：22.75倍（每股收益按照2014年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）
7、发行前每股净资产：	4.55元（根据公司2014年12月31日经审计的归属于母公司股东的权益除以本次发行前总股本计算）
8、发行后每股净资产：	4.96元（根据公司2014年12月31日经审计的归属于母公司股东的权益加上本次发行募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算）
9、发行市净率：	1.47倍（按照发行价格除以发行后每股净资产计算）
10、发行方式：	采用网下向询价对象询价配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式
11、发行对象：	符合资格的询价对象和已在深圳证券交易所开户的投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
12、承销方式：	余额包销
13、预计募集资金总额和净额：	总额约21,840.00万元，扣除发行费用后的净额约为18,506.90万元
14、发行费用：	3,333.10万元
其中：承销费用：	2,450万元
保荐费用：	50万元
审计费用：	226.60万元
律师费用：	190万元
用于本次发行的手续费及信息披露费：	416.50万元

(二) 本次公开发行后，公司实际控制人情况

发行人实际控制人为陈军、黄娅妮。本次公开发行前：陈军、黄娅妮合计持

有公司6,101.79万股，持股比例为67.79%。

本次公开发行后，（1）在发行人新股发行数量为3,000万股，公司股东不需要公开发售股份，公开发行后公司股本总额为12,000万股的情况下：公开发行后，陈军、黄娅妮持有公司股份50.85%。（2）在发行人股东公开发售股份数量达到上限，即2,250万股，公开发行后公司股本总额为9,000万股的情况下：公开发行后，陈军、黄娅妮持有公司股份50.10%。

因此，本次公开发行前后，发行人实际控制人未发生变更。

二、本次发行的有关当事人

（一）发行人

1、发行人：	多喜爱家纺股份有限公司
2、法定代表人：	陈军
3、注册地址：	长沙市岳麓区麓谷大道 627 号长海创业基地南二层
4、办公地址：	长沙市营盘路 296 号元盛大厦六楼
5、联系电话：	0731-88226816
6、传真：	0731-88226816
7、联系人：	赵金

（二）保荐人（主承销商）

1、名称：	海通证券股份有限公司
2、法定代表人：	王开国
3、住所：	上海市广东路 689 号
4、联系地址：	深圳市红岭中路中深国际大厦 16 层
5、联系电话：	0755-25869000
6、传真：	0755-25869832
7、保荐代表人：	龚思琪、何希婧
8、项目协办人：	李海洋
9、项目经办人：	王行健、杨一泓、张敏、蔡伟霖

（三）律师事务所

1、名称：	湖南启元律师事务所
2、法定代表人：	李荣
3、住所：	湖南省长沙市芙蓉中路二段 359 号佳天国际新城 A 座 17 层
4、联系电话：	0731-82953778
5、传真：	0731-82953779

6、经办律师：	谢勇军、邹华斌
---------	---------

(四) 会计师事务所

1、名称：	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）
2、执行事务合伙人：	陈永宏
3、住所：	北京海淀区车公庄西路 19 号外文文化创意园 12 号楼
4、联系电话：	0731-84132121
5、传真：	0731-82183808
6、经办注册会计师：	刘智清、李晓阳、曾春卫

(五) 资产评估机构

1、名称：	沃克森（北京）国际资产评估有限公司
2、法定代表人：	郑文洋
3、联系地址：	长沙市车站北路 459 号证券大厦 7 层
4、联系电话：	0731-82183746
5、传真：	0731-82183808
6、经办资产评估师：	王盖君、娄魁立

(六) 股票登记机构

1、名称：	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
2、住所：	深圳市福田区深南中路 1093 号中信大厦 18 楼
3、联系电话：	0755-25938000
4、传真：	0755-25988122
5、法人代表：	戴文华

(七) 申请上市证券交易所

1、名称：	深圳证券交易所
2、住所：	深圳市深南东路 5045 号
3、联系电话：	0755-82083333
4、传真：	0755-82083164
5、机构负责人：	宋丽萍

(八) 主承销商收款银行

1、开户银行：	交通银行上海分行第一支行
2、户名：	海通证券股份有限公司

3、账号：	310066726018150002272
-------	-----------------------

三、发行人与本次发行有关中介机构关系等情况

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

四、发行日程安排

询价推介时间：	2015年5月27日至2015年5月28日
定价公告刊登日期：	2015年6月1日
申购日期和缴款日期：	2015年6月2日
预计股票上市日期：	本次股票发行结束后，发行人将尽快申请在深圳证券交易所挂牌上市

第四节 风险因素

投资者在评价发行人本次公开发售的股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别考虑下述各项风险因素。下述风险因素是根据重要性原则和可能影响投资决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素依次发生。发行人提请投资者仔细阅读本节全文。

一、市场风险

（一）宏观经济不景气的风险

家用纺织品的消费同其它日常消费品（如食品）相比，受宏观经济影响相对较大。如果国民经济不景气或居民收入增长放缓，将影响床上用品等家用纺织品市场的需求，进而对本公司主营业务的获利能力产生一定的不利影响。

近年来我国经济规模的增长，有力带动和促进了家用纺织品消费市场的快速发展，我国家用纺织品行业发展处于良好的宏观经济环境之中。但仍不排除出现宏观经济不景气的风险，则消费者预期收入的下降可能降低消费者对家用纺织品的消费频率和金额，公司销售收入将受到一定的影响。

（二）行业竞争加剧的风险

目前我国家用纺织品的行业利润较高，消费市场潜力巨大，发展前景广阔，已成为纺织行业中新的经济增长点。因而一方面部分纺织企业开始转型生产家用纺织品，大批民营资本也纷纷涉足家用纺织品行业，另一方面中国加入 WTO 以后，国外知名品牌家用纺织品企业也已凭借其资金、营销企划、品牌及信息等优势逐步进入中国市场。未来若公司不能进一步提高市场占有率及竞争力，将对公司品牌提升和持续增长等产生一定影响，公司存在因行业竞争加剧造成盈利能力下降的风险。

（三）公司经营业绩季节性波动的风险

床上用品消费每年随季节呈现周期性的波动。夏季时市场需求相对较弱，而在进入秋冬季节时市场需求则相对较强，因而公司销售收入会随季节变化呈现一定的波动。这种波动会给公司的盈利及现金流量的稳定性带来一定影响，虽然目前公司的经营管理策略在一定程度上会平缓此类经营业绩的季节性波动，但公司

的经营业绩仍将面临一定的季节性波动风险。

（四）公司品牌、商标可能被侵权的风险

品牌是家用纺织品企业提升产品附加价值的关键性要素。不同品牌的产品质量、设计风格和定位不同，定价也不同。一般来说，知名品牌的质量优良，价格相对更高。市场上存在某些不法厂商为获取高额利益，会仿冒知名品牌进行非法生产销售。

公司的注册商标“多喜爱”为中国驰名商标，对公司的营销及竞争优势有着重要影响。公司的研发设计能力较强，每年均会推出大量新款产品，在消费者中拥有良好的口碑，并在国内市场上具有较高的知名度和美誉度。而家用纺织品行业的产品特点如款式、花型、面料等均十分直观，较易被仿冒。如该等款式被不法商贩大量仿制，则会直接分流公司的消费群体，对公司的市场营销产生不利影响，尽管公司会借助于诉讼等方式保护自身合法权益，但如果未来本公司品牌、商标被大量仿冒，则会导致公司的品牌形象及消费者对公司产品消费意愿受损，从而对公司的经营产生一定的不利影响。

（五）业绩进一步下滑的风险

报告期内，受到国内经济增长速度放缓、电子商务冲击、经营成本不断上升等因素影响下，公司业绩出现了持续下滑。虽然公司已经采取积极有效的措施拓展网络、团购等产品销售渠道、控制经营成本及提高盈利能力，在同行业上市公司业绩回稳的情况下，公司也将逐步回稳。但公司主要定位于二、三线城市的中高端消费人群，特别是年轻消费群体，该类人群属于价格敏感型客户，受到电商冲击程度更大。如果公司相关转型措施实施效果不理想、国内经济增速进一步放缓，在相关风险在个别极端情况下或者多个风险叠加发生的情况下，将有可能导致公司上市当年营业利润较上年业绩下降超过 50% 。

二、经营风险

（一）公司生产环节外包的风险

公司为了提高在行业中的竞争力，将资源集中在品牌的建设及推广、产品的设计及研发等高附加值的环节，而将附加值较低的生产环节全部委托外协加工商加工。虽然公司对于筛选外协加工商有着一整套严密的制度和程序，但公司产品

的质量、产量仍在一定程度上受限于外协加工商的生产能力、加工工艺及管理水平。如果外协加工商履约不力（如产品质量不合乎本公司指定条件、交货期延迟、装卸失职导致货物丢失或损坏等）、经营管理不善、因违法违规行为受到处罚而影响正常经营或因不可抗力而影响产品的交付，可能给本公司带来一定的经营风险。

（二）原材料价格波动的风险

公司产品的原材料包括各类型的主料（主要包括坯布、成品布及填充料等）、辅料和包装料，其中坯布是由棉花和化纤等纺织而成，成品布主要是由坯布经印染厂加工制作而成，辅料是由唛头、花边、棉绳等组成，包装料系纸板、胶袋、纸箱、彩盒等用于产品外观包装的材料。坯布、成品布及填充料等主料成本约占公司营业成本的 80%左右，若价格出现持续上涨将导致公司采购成本持续上涨，从而对公司的生产经营和盈利能力产生一定影响。

（三）租赁物业作为经营场所的风险

租赁物业用于开办直营专卖店和货物仓储是公司在发展过程中采用的一种扩充销售终端的方式，公司目前的直营专卖店经营场地及货物仓储用地全部由租赁方式取得。公司在与出租方订立租赁协议时，综合考虑了出租方所处地段、当地市场状况、所有权合法性等因素，并由此确定租赁期限。若出现租赁到期或出租方中途不能将房产租赁给公司，而本公司又未能及时重新选择合适经营场所的情形，将对公司销售产生一定的不利影响。

（四）销售区域性较强的风险

公司在创始之初，立足于华中区域市场，随着销售规模的扩大及品牌知名度的提升，逐渐将销售范围扩大至全国范围，但由于公司长期的经营历程和历史积累，华中地区的销售收入仍然占比较高。我国目前经济发展总体处于良好的宏观发展环境中，但仍不排除局部地区出现大起大落的风险，如果公司在华中地区的销售收入大幅下降，将对公司的经营状况产生一定的不利影响。

三、管理风险

（一）公司快速发展带来管理的风险

公司业务发展势头良好、经营规模持续扩大，促使公司净资产规模不断扩大，

特别是若本次发行成功，公司资产规模和销售网络将进一步大幅扩大，相应导致公司的管理体系更加复杂，经营决策和风险控制的难度增加。若公司缺乏明确的发展战略和合理的产业布局，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。

（二）加盟商管理的风险

截至 2014 年 12 月 31 日，公司加盟专卖店及专柜合计为 772 家。加盟商销售模式有利于公司借助加盟商的优势进行营销网络的扩张，同时也有利于公司节约资金投入，降低投资风险。公司执行严密的加盟商筛选流程，在筛选加盟商时会综合考虑加盟商的运营能力、经济实力及经营店面位置，制定保证金制度以规范加盟商的经营行为，并且与加盟商签订特约经销合同，对加盟商日常运营的各个方面进行规范。但加盟商在人、财、物上皆独立于公司，若因加盟商未按照公司统一标准进行运营，或者加盟商不能很好地理解公司的品牌理念和发展目标，抑或加盟商的实力跟不上公司发展，都可能使得加盟商的经营行为偏离公司的发展方向，进而对公司在当地市场的发展构成一定的不利影响。

（三）人力资源竞争的风险

公司的持续快速发展依赖公司全体员工的共同努力。公司高度重视人才在发展中的作用，公司以现有人员为基础，一方面从内部培养专业的品牌、设计、营销和管理人才，另一方面从外部招聘具有丰富经验的人才，充实管理和技术队伍。经过多年的积累，公司培养了一支高素质、高凝聚力的人才队伍，这是构成公司竞争优势的重要基础。但随着公司资产规模和营销网络的扩大，特别是若本次募投项目得以实施，将开设大量的终端，必将对团队和人员产生巨大需求，尤其是管理人员。国内对该类人才的需求日益增强，争夺日趋激烈，特别是同类企业和外资企业的人才竞争策略对公司的人才优势形成威胁。若公司不能保持员工队伍的稳定，并招揽到所需的合格人才，将对公司生产经营和持续发展产生一定的不利影响。

（四）多喜爱产业园建设的相关风险

报告期内公司逐步推进多喜爱产业园项目建设，预计该项目投产后，公司快速生产、物流统筹、迅速应对市场需求等能力将进一步得到提升，同时也对公司

生产组织管理及内部控制提出更高要求。虽然在过去监督外协加工商的经营实践中公司管理层已积累了一定的产业园区经营管理经验,但如果公司不能对现有运营管理体系作出及时适度的调整,建立适应业务发展要求的新运作机制并有效运行,将可能影响产业园项目的顺利实施和运营效果,从而影响公司的预期收益。

与此同时,该产业园项目投产后,公司固定资产规模将大幅增加,固定资产折旧也将相应增长;虽然公司预期未来公司主营业务利润增长足以抵消折旧费用的增加,但如果项目建成达产后,产品销售收入不能按照预期超过盈亏平衡点,则存在固定资产折旧增加影响公司经营业绩的风险。

四、财务风险

(一) 净资产收益率被摊薄的风险

本次发行前,公司2012年、2013年及2014年的加权平均净资产收益率(扣除非经常性损益后)依次为26.36%、16.77%及9.82%。本次募集资金到位后,公司的净资产将迅速增长,而投入建设营销网络的募集资金需要一段运营期才能产生效益,所以在上市之后的一段时期里公司净利润的增长速度可能无法与净资产增长速度同步,从而使公司面临净资产收益率进一步下降的风险。

(二) 现金管理的风险

公司的直营专卖店直接与消费者进行零售交易,现金交易频繁。为规范直营店的现金管理,公司制定了《直营店铺销售管理制度》、《资金管理制度》、《银行账户管理制度》、《出纳业务管理制度》、《出纳业务检查制度》等严密的制度,要求各直营店现金营业款每天必须由收银员在公司制度规定的时间内缴存银行,每天至少两次,不得擅自延误,不得多存或少存。但是公司仍存在因雇员滥用现金或其他资产所产生损失的风险,对公司经营将造成一定的不利影响,若存在现金管理不善,或出现差错和舞弊行为,将给公司带来损失。

五、募集资金投向风险

(一) 募投项目组织实施的风险

公司本次发行募集的资金计划用于营销网络拓展项目和信息化建设项目。上述项目均已经公司充分论证和系统规划,具有良好的市场前景,并依法办理了相

关备案。上述两个项目的实施将有助于公司进一步完善营销网络，强化渠道优势，提高信息化管理水平，落实品牌发展战略，巩固业内领先地位，对增强公司核心竞争力具有重要意义。但在项目实施过程中，如果市场环境、经营、管理等方面出现重大变化，将可能影响投资项目的顺利实施，从而影响公司的预期收益。

（二）管理大规模直营专卖店（柜）的风险

本次募集资金拟投资的营销网络拓展项目完成后，将新增店铺 152 家，形成一个层次鲜明、分工有序、布局合理的多喜爱连锁营销网络。

直营模式在渠道建设等方面的投资较大，对人员、管理和资金的要求不同于加盟模式，建成后运行管理难度加大、营业费用增加，并将占用一定的存货资金。截至 2014 年 12 月 31 日，公司直营专卖店及专柜已达到 117 家，在多年的发展过程中，本着维护和提升公司品牌的目标，公司在经营直营专卖店和直营专柜方面（包括店面选址、装修、陈列等进行统一规范和对其聘用的销售人员进行统一培训等）实践中，已积累了一定的管理专卖店经验。但若本公司在管理更大规模的直营店（柜）时，不能建立和优化与之适应的管理体制，并在人事管理、绩效管理、库存管理、物流管理、财务管理、审计管理等方面制订出一整套健全完善的营运制度并加以严格执行，公司未来销售规模的扩张和经营业绩的提高将会受到一定的影响。

（三）营销网络拓展项目实施的风险

报告期内公司持续关闭直营门店 2012 年度至 2014 年度分别关闭 11 家、24 家和 52 家，特别是 2014 年由于公司战略调整原因，将盈利未达预期的店铺关闭较多；公司募投项目仍以新开直营门店为主要投资方向，虽然经过谨慎可行性分析、公司在选址等方面也会充分论证，但是由于对于市场环境、公司新营销手段实施效果等方面仍存在变数，仍能影响投资项目的顺利实施，从而影响公司的预期收益。

六、实际控制人控制的风险

本次发行前，陈军、黄娅妮夫妇直接持有公司 67.79% 股权。本次发行完成后，实际控制人不会发生变更，仍为陈军、黄娅妮夫妇，能对发行人的发展战略、生产经营、利润分配决策等实施绝对控制。虽然公司已建立了完善的法人治理结

构，从制度安排上避免实际控制人操纵现象的发生，但在公司利益与实际控制人利益发生冲突时，由于实际控制人在股权和经营管理层方面对公司存在较强控制，若其通过行使投票权或任何其他方式对公司经营决策、人事等方面进行控制，可能会对公司经营活动造成一定的影响。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

发行人:	多喜爱家纺股份有限公司
英文名称:	Dohia Home Textile Co.,Ltd.
注册资本:	9,000 万元人民币
法定代表人:	陈军
多喜爱有限成立日期:	2006 年 12 月 21 日
多喜爱股份成立日期:	2011 年 9 月 5 日
注册地址:	长沙市岳麓区麓谷大道 627 号长海创业基地南二层
办公地址:	长沙市营盘路 296 号元盛大厦六楼
邮政编码:	410205
联系电话:	0731-88226816
传真:	0731-88226816
网址:	www.dohia.com
电子邮箱:	dohiazq@dohia.com

二、发行人改制重组情况

(一) 设立方式及发起人

2011 年 8 月 23 日, 多喜爱有限召开发起人会议, 全体发起人签署了《湖南多喜爱家纺股份有限公司发起人会议决议》, 一致通过了《关于湖南多喜爱纺织科技有限公司整体变更为湖南多喜爱家纺股份有限公司方案的议案》, 同意多喜爱有限整体变更为多喜爱股份。根据天职国际天职湘 ZH【2011】690 号审计报告, 多喜爱有限以截止 2011 年 7 月 31 日经审计后的净资产 177,311,024.76 元为基数折为 9,000 万股, 每股面值 1 元人民币, 净资产超过股本总额的部分计入多喜爱股份资本公积。天职国际对公司注册资本到位情况进行了验证, 并出具了天职湘 ZH【2011】691 号验资报告验证。2011 年 9 月 5 日, 公司在湖南省工商局办理工商变更登记手续, 并领取了注册号为 430000000012070 的企业法人营业执照。

发行人设立时的股权结构为：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）
1	陈军	34,212,960	38.01
2	黄娅妮	26,804,970	29.78
3	达晨财信	10,917,000	12.13
4	达晨创投	4,093,830	4.55
5	华清博远	3,638,970	4.04
6	金科担保	2,274,390	2.53
7	张海鹰	1,486,440	1.65
8	陈周盛	1,218,330	1.35
9	王玲	909,720	1.01
10	黎毅	909,720	1.01
11	张文	730,980	0.81
12	周志文	487,350	0.54
13	赵传淼	243,720	0.27
14	文新	194,940	0.22
15	朱旭鹏	121,860	0.14
16	杨晓煜	121,860	0.14
17	吴改	121,860	0.14
18	吴莹	121,860	0.14
19	刘娟	121,860	0.14
20	杨慧	121,860	0.14
21	李希	121,860	0.14
22	谭美芳	121,860	0.14
23	宋丽嫔	121,860	0.14
24	刘燕	97,470	0.10
25	胡春来	73,080	0.08
26	陈风	73,080	0.08
27	赵计亮	73,080	0.08
28	陈国娥	73,080	0.08
29	周琴	73,080	0.08
30	苏福平	48,780	0.05
31	郭亮	48,780	0.05
32	王戈	48,780	0.05
33	王昕	48,780	0.05
34	张应轩	48,780	0.05
35	胡群	24,390	0.03
36	范长录	24,390	0.03
37	杨晓梅	24,390	0.03
	合计	90,000,000	100.00

（二）发行人改制设立前后，主要发起人拥有的主要资产和从事的主要业务

发行人主要发起人（持股比例 5%以上股东）包括：陈军、黄娅妮夫妇和达晨财信。

1、陈军、黄娅妮夫妇拥有的主要资产为分别持有发行人 38.01%、29.78%的股权。

2、达晨财信主要从事创业投资管理、管理咨询、资产受托管理业务。改制之前，达晨财信持有的资产为持有本公司 12.13%的股权以及其所投资的其他对象的股权。截至 2014 年 12 月 31 日，达晨财信资产总额 35,952.49 万元，净资产 3,016.90 万元，2014 年度实现净利润 1,188.62 万元（以上数据未经审计）。

发行人改制设立前后，主要发起人拥有的主要资产和从事的主要业务未发生变化。

（三）发行人成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

发行人成立时拥有的总资产为 418,434,380.91 元（以审计基准日 2011 年 7 月 31 日为准）。

发行人成立时，原多喜爱有限的资产及债权债务全部由发行人承继，发行人设立前后主要从事以套件类产品（含枕套、被套、床单、床笠等）、芯类产品（含枕芯、被芯）为主的家纺用品的研发设计、委托加工的组织、品牌推广、渠道建设和销售业务，同时一直致力于新材料面料的应用研发和生产业务，并拥有相应的资产，发行人在设立前后的主要资产和实际从事的业务均未发生变化。

（四）发行人成立前后的业务流程

发行人由多喜爱有限经整体变更方式设立，设立前后的业务流程没有发生重大变化。具体的业务流程请参见本招股说明书“第六节业务和技术”之“五、发行人业务模式概况”。

（五）发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

多喜爱股份自成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况请参见本招股说明书“第七节同业竞争和关联交易”。

（六）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

发行人由多喜爱有限经整体变更方式设立，成立时多喜爱有限的所有资产、负债、权益均由发行人承继。截至招股说明书签署日，发行人拥有的房产、土地使用权、专利的产权变更手续已全部完成。

（七）发行人独立运行的情况

公司成立以来，严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，在资产、人员、财务、机构、业务等方面与现有股东完全分开，具有独立、完整的资产和业务及面向市场自主经营的能力。

1、资产完整情况

公司系由多喜爱有限整体变更而来，原多喜爱有限的资产和人员全部进入公司。整体变更完成后，公司依法办理了相关的资产和产权的变更登记。公司拥有与经营相关的资产，合法拥有与经营有关的土地、车辆以及商标、专利的所有权或使用权。

报告期内，公司资产权属清晰、完整，不存在对控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的依赖情况，不存在资金或其他资产被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用而损害公司利益的情况。

2、人员独立情况

本公司设有人力资源管理部，公司的人事及工资管理与股东完全独立和分开。公司董事长、总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等高级管理人员的产生符合法律、法规、规范性文件以及《公司章程》的有关规定，未在公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担任除董事、监事以外的任何职务，未在公司股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪。公司财务人员也不存在在公司股东、实际控制人及其控制的其他企业兼职的情况。

3、财务独立情况

公司设立了独立的财务部门负责本公司的会计核算和财务管理工作。公司财务总监及所有财务人员均专职在公司工作并领取薪酬，未在与公司业务相同或相似、或存在其他利益冲突的企业任职。公司按照《会计法》、《企业会计准则》等法律法规的要求，建立了独立的会计核算体系和财务管理制度，并实施严格的内

部审计制度，设立了审计部门，制定了完善的财务审计制度。公司在银行开设了独立的账户。公司作为独立的纳税人，独立进行纳税申报及履行纳税义务。

4、机构独立情况

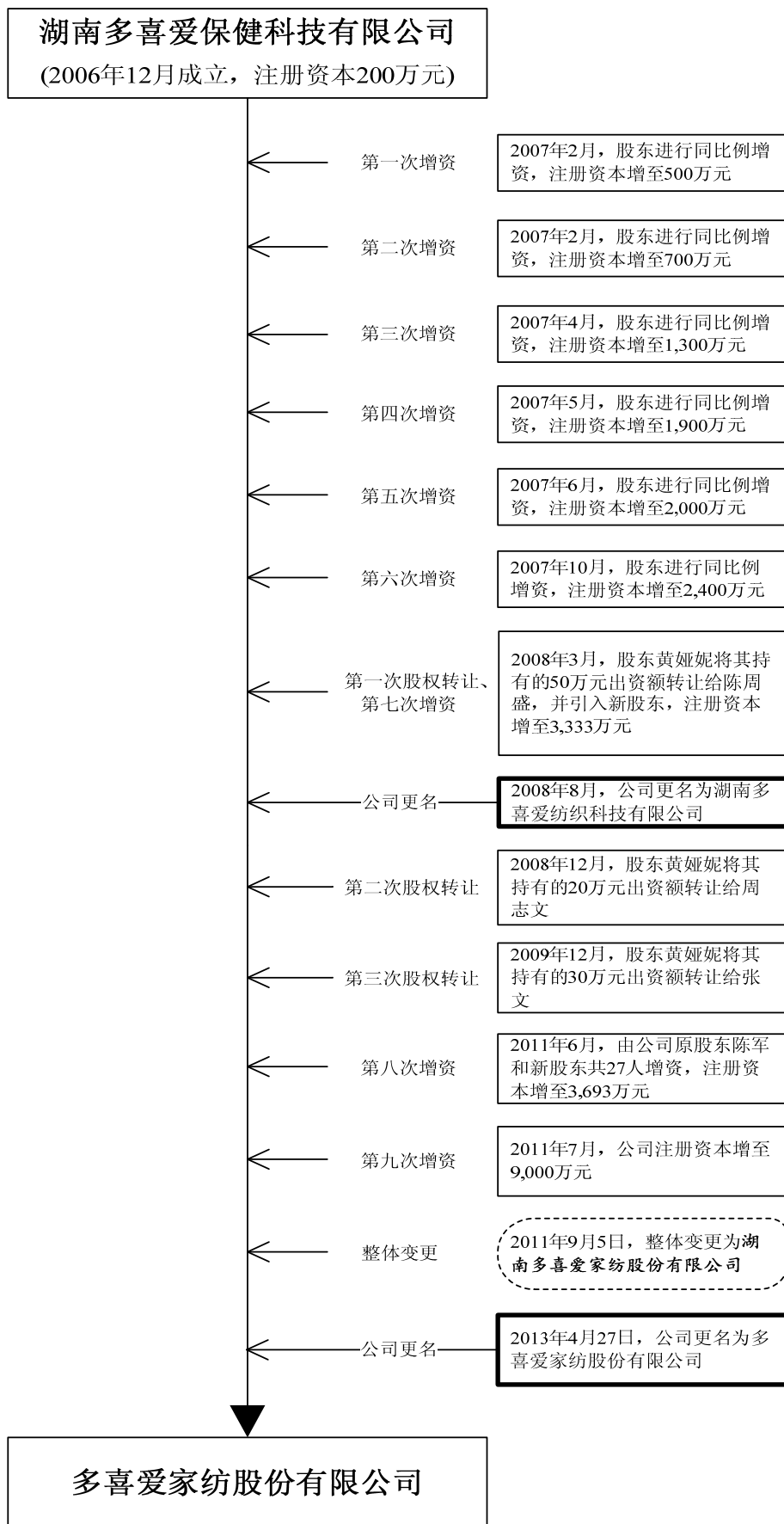
公司已建立起了适合公司发展需要的组织机构，不存在与公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业混同的情况。公司的生产经营和办公场所与股东单位完全分开，不存在混合经营、合署办公的情况。

5、业务独立情况

公司系专业从事床上用品的开发与销售的企业。在业务上，公司拥有独立的业务经营体系和直接面向市场独立经营的能力，包括拥有独立的开发设计体系、客户服务体系与市场营销体系，与股东之间不存在竞争关系或业务上依赖股东的情况。

三、发行人股本结构的形成及变化和重大资产重组情况

多喜爱股份历史沿革图如下：



（一）股份公司设立以前的股权结构变化

1、2006年12月，公司前身湖南多喜爱保健科技有限公司成立

发行人前身是于2006年12月21日成立的湖南多喜爱保健科技有限公司。公司成立时注册资本200万元人民币，由陈军、黄娅妮各以货币出资100万元，各占注册资本的50.00%。2006年12月11日，湖南湘亚联合会计师事务所出具湘亚验字（2006）第196号验资报告，对上述出资情况予以验证。

公司成立时相关出资情况如下：

股东名称	出资额（元）	出资比例（%）
陈军	1,000,000.00	50.00
黄娅妮	1,000,000.00	50.00
合计	2,000,000.00	100.00

2006年12月21日，湖南省工商局向发行人核发了注册号为4300002008970《企业法人营业执照》。

2、2007年2月，公司增资至500万元

2007年2月8日，经多喜爱有限股东会决议通过，同意增加注册资本至500万元。其中，陈军以货币增资150万元，黄娅妮以货币增资150万元，增资价格为每份出资额1元。2007年2月12日，湖南湘亚联合会计师事务所出具湘亚验字（2007）第035号验资报告，对上述出资情况予以验证。

此次增资后，公司相关出资情况如下：

股东名称	出资额（元）	出资比例（%）
陈军	2,500,000.00	50.00
黄娅妮	2,500,000.00	50.00
合计	5,000,000.00	100.00

3、2007年2月，公司增资至700万元

2007年2月28日，经多喜爱有限股东会决议通过，同意增加注册资本至700万元。其中，陈军以货币增资100万元，黄娅妮以货币增资100万元，增资价格为每份出资额1元。2007年3月2日，湖南湘亚联合会计师事务所出具湘亚验字（2007）第039号验资报告，对上述出资情况予以验证。

此次增资后，公司相关出资情况如下：

股东名称	出资额（元）	出资比例（%）
陈军	3,500,000.00	50.00
黄娅妮	3,500,000.00	50.00
合计	7,000,000.00	100.00

2007年3月6日，发行人完成了2007年2月两期增资的工商登记手续。

4、2007年4月，公司增资至1,300万元

2007年4月2日，经多喜爱有限股东会决议通过，同意增加注册资本至1,300万元。其中，陈军以货币增资300万元，黄娅妮以货币增资300万元，增资价格为每份出资额1元。2007年4月6日，湖南湘亚联合会计师事务所出具湘亚验字（2007）第067号验资报告，对上述出资情况予以验证。

此次增资后，公司相关出资情况如下：

股东名称	出资额（元）	出资比例（%）
陈军	6,500,000.00	50.00
黄娅妮	6,500,000.00	50.00
合计	13,000,000.00	100.00

2007年4月13日，发行人完成了相关的工商变更登记。

5、2007年5月，公司增资至1,900万元

2007年5月28日，经多喜爱有限股东会决议通过，同意增加注册资本至1,900万元。其中，陈军以货币增资300万元，黄娅妮以货币增资300万元，增资价格为每份出资额1元。2007年6月1日，湖南湘亚联合会计师事务所出具湘亚验字（2007）第123号验资报告，对上述出资情况予以验证。

此次增资后，公司相关出资情况如下：

股东名称	出资额（元）	出资比例（%）
陈军	9,500,000.00	50.00
黄娅妮	9,500,000.00	50.00
合计	19,000,000.00	100.00

2007年6月14日，发行人完成了相关的工商变更登记。

6、2007年6月，公司增资至2,000万元

2007年6月2日，经多喜爱有限股东会决议通过，同意增加注册资本至2,000

万元。其中，陈军以货币增资 50 万元，黄娅妮以货币增资 50 万元，增资价格为每份出资额 1 元。2007 年 6 月 19 日，湖南湘亚联合会计师事务所出具湘亚验字（2007）第 132 号验资报告，对上述出资情况予以验证。

此次增资后，公司相关出资情况如下：

股东名称	出资额（元）	出资比例（%）
陈军	10,000,000.00	50.00
黄娅妮	10,000,000.00	50.00
合计	20,000,000.00	100.00

2007 年 6 月 20 日，发行人完成了相关的工商变更登记。

7、2007 年 10 月，公司增资至 2,400 万元

2007 年 10 月 10 日，经多喜爱有限股东会决议通过，同意增加注册资本至 2,400 万元。其中，陈军以货币增资 200 万元，黄娅妮以货币增资 200 万元，增资价格为每份出资额 1 元。2007 年 10 月 12 日，湖南湘亚联合会计师事务所出具湘亚验字（2007）第 202 号验资报告，对上述出资情况予以验证。

此次增资后，公司相关出资情况如下：

股东名称	出资额（元）	出资比例（%）
陈军	12,000,000.00	50.00
黄娅妮	12,000,000.00	50.00
合计	24,000,000.00	100.00

2007 年 10 月 16 日，发行人完成了相关的工商变更登记。

8、2008 年 3 月，公司第一次股权转让及增资至 3,333.33 万元

2008 年 3 月 15 日，经多喜爱有限股东会决议通过，股东黄娅妮将其持有的 50 万元出资额转让给陈周盛，转让价格为每份出资额 1 元。经同次股东会决议通过，同意公司增加注册资本至 3,333.33 万元。其中，达晨财信以货币增资 448 万元出资额，达晨创投以货币增资 168 万元出资额，华清博远以货币增资 149.33 万元出资额，金科担保以货币增资 93.33 万元出资额，王玲以货币增资 37.33 万元出资额，黎毅以货币增资 37.33 万元出资额，增资价格为每份出资额 5.36 元人民币。2008 年 5 月 23 日，深圳南方民和会计师事务所出具深南验字（2008）YA1-026 号验资报告，对上述出资情况予以验证。

此次股权转让及增资后，公司相关出资情况如下：

序号	股东名称	出资额（元）	出资比例（%）
1	陈军	12,000,000.00	36.00
2	黄娅妮	11,500,000.00	34.50
3	达晨财信	4,480,000.00	13.44
4	达晨创投	1,680,000.00	5.04
5	华清博远	1,493,334.00	4.48
6	金科担保	933,333.00	2.80
7	陈周盛	500,000.00	1.50
8	王玲	373,333.00	1.12
9	黎毅	373,333.00	1.12
合计		33,333,333.00	100.00

2008年5月26日，发行人完成了相关的工商变更登记。

9、2008年12月，公司第二次股权转让

2008年12月22日，经多喜爱有限股东会决议通过，股东黄娅妮将其持有的20万元出资额转让给周志文，转让价格为每份出资额1元。

此次股权转让完成后，公司相关出资情况如下：

序号	股东	出资额（元）	占比（%）
1	陈军	12,000,000.00	36.00
2	黄娅妮	11,300,000.00	33.90
3	达晨财信	4,480,000.00	13.44
4	达晨创投	1,680,000.00	5.04
5	华清博远	1,493,334.00	4.48
6	金科担保	933,333.00	2.80
7	陈周盛	500,000.00	1.50
8	王玲	373,333.00	1.12
9	黎毅	373,333.00	1.12
10	周志文	200,000.00	0.60
合计		33,333,333.00	100.00

2008年12月24日，发行人完成了相关的工商变更登记。

10、2009年12月，公司第三次股权转让

2009年12月26日，经多喜爱有限股东会决议通过，股东黄娅妮将其持有的30万元出资额转让给张文，转让价格为每份出资额1元。

此次股权转让完成后，公司相关出资情况如下：

序号	股东	出资额（元）	占比（%）
1	陈军	12,000,000.00	36.00
2	黄娅妮	11,000,000.00	33.00
3	达晨财信	4,480,000.00	13.44
4	达晨创投	1,680,000.00	5.04
5	华清博远	1,493,334.00	4.48
6	金科担保	933,333.00	2.80
7	陈周盛	500,000.00	1.50
8	王玲	373,333.00	1.12
9	黎毅	373,333.00	1.12
10	张文	300,000.00	0.90
11	周志文	200,000.00	0.60
合计		33,333,333.00	100.00

2010年2月10日，发行人完成了相关的工商变更登记。

11、2011年6月，公司增资至3,693.3333万元

2011年6月8日，经多喜爱有限股东会决议通过，同意增加注册资本至3,693.3333万元。其中，由原股东陈军和新股东张海鹰、文新、苏福平、朱旭鹏、杨晓煜、吴改、王昕、刘燕、赵计亮、李希、谭美芳、赵传淼、陈国娥、吴莹、胡春来、陈风、刘娟、杨慧、郭亮、王戈、宋丽嫔、胡群、周琴、张应轩、范长录、杨晓梅共27人以货币增资360万元出资额，增资价格为每份出资额5.70元。

此次增资的具体数额如下：

序号	姓名	认缴的注册资本（元）	占比（%）
1	陈军	2,040,000.00	56.67
2	张海鹰	610,000.00	16.94
3	赵传淼	100,000.00	2.78
4	文新	80,000.00	2.22
5	朱旭鹏	50,000.00	1.39
6	杨晓煜	50,000.00	1.39
7	吴改	50,000.00	1.39
8	吴莹	50,000.00	1.39
9	刘娟	50,000.00	1.39
10	杨慧	50,000.00	1.39
11	李希	50,000.00	1.39
12	谭美芳	50,000.00	1.39
13	宋丽嫔	50,000.00	1.39

序号	姓名	认缴的注册资本（元）	占比（%）
14	刘燕	40,000.00	1.11
15	胡春来	30,000.00	0.83
16	陈风	30,000.00	0.83
17	赵计亮	30,000.00	0.83
18	陈国娥	30,000.00	0.83
19	周琴	30,000.00	0.83
20	苏福平	20,000.00	0.56
21	郭亮	20,000.00	0.56
22	王戈	20,000.00	0.56
23	王昕	20,000.00	0.56
24	张应轩	20,000.00	0.56
25	胡群	10,000.00	0.28
26	范长录	10,000.00	0.28
27	杨晓梅	10,000.00	0.28
合计		3,600,000.00	100.00

2011年6月22日，天职国际出具天职湘 ZH（2011）607 号验资报告，对上述出资情况予以验证。

此次增资后，公司相关出资情况如下：

序号	股东名称	出资额（元）	持股比例（%）
1	陈军	14,040,000.00	38.01
2	黄娅妮	11,000,000.00	29.78
3	达晨财信	4,480,000.00	12.13
4	达晨创投	1,680,000.00	4.55
5	华清博远	1,493,334.00	4.04
6	金科担保	933,333.00	2.53
7	张海鹰	610,000.00	1.65
8	陈周盛	500,000.00	1.35
9	王玲	373,333.00	1.01
10	黎毅	373,333.00	1.01
11	张文	300,000.00	0.81
12	周志文	200,000.00	0.54
13	赵传淼	100,000.00	0.27
14	文新	80,000.00	0.22
15	朱旭鹏	50,000.00	0.14
16	杨晓煜	50,000.00	0.14
17	吴改	50,000.00	0.14
18	吴莹	50,000.00	0.14
19	刘娟	50,000.00	0.14

序号	股东名称	出资额（元）	持股比例（%）
20	杨慧	50,000.00	0.14
21	李希	50,000.00	0.14
22	谭美芳	50,000.00	0.14
23	宋丽嫔	50,000.00	0.14
24	刘燕	40,000.00	0.11
25	胡春来	30,000.00	0.08
26	陈风	30,000.00	0.08
27	赵计亮	30,000.00	0.08
28	陈国娥	30,000.00	0.08
29	周琴	30,000.00	0.08
30	苏福平	20,000.00	0.05
31	郭亮	20,000.00	0.05
32	王戈	20,000.00	0.05
33	王昕	20,000.00	0.05
34	张应轩	20,000.00	0.05
35	胡群	10,000.00	0.03
36	范长录	10,000.00	0.03
37	杨晓梅	10,000.00	0.03
合计		36,933,333.00	100.00

2011年6月23日，发行人完成了相关的工商变更登记。

12、2011年7月，公司增资至9,000万元

2011年7月15日，经多喜爱有限股东会决议通过，同意增加注册资本至9,000万元。此次增资以公司2011年6月30日经审计的资本公积金5,306.6667万元转增，公司全体股东按原有的股权比例进行同比例转增。2011年7月25日，天职国际出具天职湘ZH（2011）661号验资报告，对上述出资情况予以验证。

此次增资完成后，公司相关出资情况如下：

序号	股东名称	出资额（元）	持股比例（%）
1	陈军	34,212,960.00	38.01
2	黄娅妮	26,804,970.00	29.78
3	达晨财信	10,917,000.00	12.13
4	达晨创投	4,093,830.00	4.55
5	华清博远	3,638,970.00	4.04
6	金科担保	2,274,390.00	2.53
7	张海鹰	1,486,440.00	1.65
8	陈周盛	1,218,330.00	1.35
9	王玲	909,720.00	1.01

序号	股东名称	出资额（元）	持股比例（%）
10	黎毅	909,720.00	1.01
11	张文	730,980.00	0.81
12	周志文	487,350.00	0.54
13	赵传森	243,720.00	0.27
14	文新	194,940.00	0.22
15	朱旭鹏	121,860.00	0.14
16	杨晓煜	121,860.00	0.14
17	吴改	121,860.00	0.14
18	吴莹	121,860.00	0.14
19	刘娟	121,860.00	0.14
20	杨慧	121,860.00	0.14
21	李希	121,860.00	0.14
22	谭美芳	121,860.00	0.14
23	宋丽嫔	121,860.00	0.14
24	刘燕	97,470.00	0.11
25	胡春来	73,080.00	0.08
26	陈风	73,080.00	0.08
27	赵计亮	73,080.00	0.08
28	陈国娥	73,080.00	0.08
29	周琴	73,080.00	0.08
30	苏福平	48,780.00	0.05
31	郭亮	48,780.00	0.05
32	王戈	48,780.00	0.05
33	王昕	48,780.00	0.05
34	张应轩	48,780.00	0.05
35	胡群	24,390.00	0.03
36	范长录	24,390.00	0.03
37	杨晓梅	24,390.00	0.03
合计		90,000,000.00	100.00

2011年7月27日，发行人完成了相关的工商变更登记。

（二）湖南多喜爱家纺股份有限公司设立

2011年8月5日，经多喜爱有限全体股东通过《湖南多喜爱纺织科技有限公司关于变更企业形式的股东决定》，同意将多喜爱有限整体变更为股份有限公司。根据天职国际出具的天职湘ZH（2011）690号审计报告，截至2011年7月31日，多喜爱有限的净资产为177,311,024.76元。经多喜爱股份发起人会议审议同意，以177,311,024.76元净资产为基数折为9,000万股公司股本，其余部分计

入多喜爱股份的资本公积。2011年8月25日，天职国际出具天职湘 ZH（2011）691号验资报告验证，多喜爱股份注册资本已全部缴清。2011年9月5日，公司在湖南省工商局完成工商变更登记手续，并领取了变更后的工商营业执照，注册资本为9,000万元。

发行人设立时的股权结构为：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）
1	陈军	34,212,960	38.01
2	黄娅妮	26,804,970	29.78
3	达晨财信	10,917,000	12.13
4	达晨创投	4,093,830	4.55
5	华清博远	3,638,970	4.04
6	金科担保	2,274,390	2.53
7	张海鹰	1,486,440	1.65
8	陈周盛	1,218,330	1.35
9	王玲	909,720	1.01
10	黎毅	909,720	1.01
11	张文	730,980	0.81
12	周志文	487,350	0.54
13	赵传淼	243,720	0.27
14	文新	194,940	0.22
15	朱旭鹏	121,860	0.14
16	杨晓煜	121,860	0.14
17	吴改	121,860	0.14
18	吴莹	121,860	0.14
19	刘娟	121,860	0.14
20	杨慧	121,860	0.14
21	李希	121,860	0.14
22	谭美芳	121,860	0.14
23	宋丽嫔	121,860	0.14
24	刘燕	97,470	0.10
25	胡春来	73,080	0.08
26	陈风	73,080	0.08
27	赵计亮	73,080	0.08
28	陈国娥	73,080	0.08
29	周琴	73,080	0.08
30	苏福平	48,780	0.05
31	郭亮	48,780	0.05
32	王戈	48,780	0.05
33	王昕	48,780	0.05

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）
34	张应轩	48,780	0.05
35	胡群	24,390	0.03
36	范长录	24,390	0.03
37	杨晓梅	24,390	0.03
合计		90,000,000	100.00

（三）股份公司设立后的股权结构变化情况

股份公司设立后截至招股说明书签署日，公司的股权结构没有变化。

（四）关于公司历次出资、增资及股权转让法律程序履行情况及增资的资金来源、合法合规性、出资足额到位情况的说明

1、公司历次出资、增资及股权转让法律程序履行情况的说明

公司历次增资均经股东会决议通过，并且办理了验资及工商变更登记手续；历次股权转让也均经转让方之外的其他股东同意，并办理了工商变更备案手续，公司历次出资、增资及股权转让均履行了必备的法律程序。

2、资金来源及其合法合规性的说明

陈军、黄娅妮对公司的历次增资资金来源为经营企业所得、个人投资房产所得等合法资金；达晨财信等四家法人股东对公司的增资资金来源为经营所得及自有资金等合法资金；其他自然人股东对公司的增资资金为工资收入、家庭积累、经营企业所得、房产投资等合法资金。

3、出资及增资资金足额到位情况的说明

发行人出资及增资均经具有合法主体资格的会计师事务所进行验证，并出具《验资报告》，出资及增资资金均已足额到位。

（五）发行人设立以来的重大资产重组

发行人控股股东、实际控制人陈军、黄娅妮原通过其控制的家饰公司经营多喜爱品牌床上用品业务；2007年5月，发行人通过收购家饰公司控股权，逐步介入床上用品行业。

1、发行人收购家饰公司股权、主要经营性资产及负债的情况简介

（1）2007年5月，收购家饰公司控股权

①收购家饰公司控股权的原因

2007年，发行人控股股东、实际控制人陈军、黄娅妮逐步退出运动用品经营业务并计划将其控制的湖南龙之杰注销，由于当时湖南龙之杰为家饰公司控股股东，为不影响家饰公司床上用品的业务经营，将家饰公司的控股权转让给发行人。

②收购家饰公司股权所履行的程序

2007年5月，家饰公司通过董事会决议，同意湖南龙之杰将其持有的74.30%家饰公司股权转让给多喜爱有限；与此同时，多喜爱有限通过股东会决议，同意收购家饰公司74.30%的股权。

长沙高新技术产业开发区管理委员会于2007年6月做出批复（长高新管招字【2007】30号），同意湖南龙之杰将其持有的家饰公司74.30%股权转让给多喜爱有限。

③转让股权前家饰公司账面净资产情况

截至2007年5月31日，家饰公司账面净资产为8,143.41万元。具体情况如下：

单位：万元

项目	金额
资产总额	21,761.77
其中：流动资产	21,323.51
固定资产	438.26
负债总额	13,618.37
其中：流动负债	13,612.69
长期负债	5.68
所有者权益总额	8,143.41
其中：实收资本	2,000.00
资本公积	56.66
盈余公积	109.72
未分配利润	5,977.02

④转让股权的评估情况

本次转让时，本公司和湖南龙之杰的股东均为陈军和黄娅妮，由于并无其他股东，本次转让属于同一实际控制人下的业务整合，因此未进行股权评估，交易

价格为 6,100 万元。

⑤转让股权的定价方法

本次收购参考期末账面净资产定价：家饰公司当时账面净资产为 8,143.41 万元，74.30%股权合计为 6,050.55 万元，交易双方以此为参考，最终定价为 6,100 万元。

⑥收购款的支付情况

本次收购的款项共计 6,100 万元，其中，4,500 万元为现金支付，公司于 2008 年 1 月 31 日完成该笔收购款的支付；剩余 1,600 万元于 2008 年底采用债权转让的方式支付。

⑦本次转让的工商变更情况

2007 年 6 月 7 日，家饰公司完成了本次股权转让的工商变更登记。

(2) 2008 年 3 月，收购家饰公司主要经营性资产及负债

①收购家饰公司主要经营性资产及负债的详细情况

A、收购家饰公司主要经营性资产及负债的原因

2008 年 3 月，为理顺业务关系、精简架构、减少管理成本，发行人进一步收购了控股子公司家饰公司与床上用品业务相关的主要经营性资产及负债。

B、收购资产及负债的详细情况

公司收购的家饰公司的主要经营性资产及负债的净值为 2,690 万元，其入账依据是：(1) 对于存货，在家饰公司存货原账面成本基础上加计了 10% 利润率后入账；(2) 对于剩余资产及负债，按照相关资产及负债在家饰公司的账面价值入账。入账金额的具体情况如下：

单位：万元

项目	入账金额
收购资产	10,066.36
其中：应收账款	315.37
预付账款	23.13
其他应收款	1,241.99
存货	6,669.67

待摊费用	552.61
固定资产	507.80
长期待摊费用	752.90
收购负债	7,376.36
其中：应付账款	6,417.63
预收账款	380.27
其他应付款	265.47
应付工资	85.75
预提费用	62.88
收购净资产	2,690.00

本次重组的经营性资产主要由其他应收款、存货、固定资产、待摊费用及长期待摊费用构成。其中，其他应收款主要由仓库员工宿舍押金及商场专柜的押金构成；存货主要为产成品；固定资产主要由车辆和电子设备构成；长期待摊费用主要为直营商场专柜及办公楼装修费用。本次重组的负债主要为应付供应商的货款。

C、收购资产及负债的评估情况

2008年3月28日，北京六合正旭资产评估有限责任公司为上述重组涉及的资产及相关负债进行评估并出具资产评估报告（六合正旭评报字（2008）第016号），评估基准日为2007年12月31日。根据上述评估报告，家饰公司资产不存在评估减值情况，其主要资产及负债的评估增减值情况如下：

单位：万元

项目	账面值	评估值	增减值	增减率（%）
流动资产	19,773.92	26,261.96	6,488.04	32.81
非流动资产	1,123.02	1,183.76	60.74	5.41
资产总计	20,896.94	27,445.72	6,548.78	31.34
流动负债	12,626.78	12,626.78	-	-
长期负债	5.68	5.68	-	-
负债总计	12,632.46	12,632.46	-	-
净资产	8,264.48	14,813.26	6,548.78	79.24

公司以上述评估报告作为作价参考，但并未按照评估值入账，最终入账时除存货加计了合理利润率外，其余资产及负债均按照账面值入账。

D、资产剥离情况

公司以 2008 年 3 月 31 日为基准日，收购家饰公司与家用纺织品业务相关的主要资产及负债，并开始经营相关业务。由于家饰公司相关的外贸协议、加盟协议及商场合作协议无法立即改签，部分客户仍继续将货款与家饰公司进行结算并要求家饰公司开具发票。

②公司收购家饰公司资产对公司的影响情况

公司在控股家饰公司的基础上，收购了家饰公司与家用纺织品业务相关的主要经营性资产及负债。此次收购将公司控股股东、实际控制人陈军、黄娅妮所控制的家用纺织品业务全部纳入本公司，由本公司直接经营。

③关于是否构成主营业务的重大变化的说明

公司成立后，各阶段的主营业务情况概述如下：

A、成立起至收购家饰公司控股权前

公司于 2006 年 12 月设立时，初始确定的业务范围为家用纺织品的开发、生产与销售，但在此期间，除进行纳米银抗菌材料的研发工作外，并未开展其他实际经营活动。

B、收购家饰公司控股权后至重组家饰公司前

2007 年 5 月，本公司收购了家饰公司控股权，至此，公司开始实际经营家用纺织品相关业务。此时，虽然直接经营“多喜爱”品牌的法律主体为本公司的控股公司即家饰公司，但其业务及经营状况已纳入公司合并报表范围内。

C、重组家饰公司后至今

2008 年，公司进一步收购了控股子公司家饰公司与家用纺织品业务相关的主要经营性资产及负债，本公司变更为直接经营“多喜爱”品牌的法律主体。但是，合并报表范围内的家纺业务经营状况并未因此而发生变化，故此次收购行为不构成公司主营业务的变化。

(3) 2008 年 11 月，出售家饰公司控股权

①公司出售家饰公司控股权的情况

2008 年 11 月 26 日，经家饰公司董事会决议，并经长沙高新技术产业开发区管理委员会高新管招字（2008）89 号批文“关于多喜爱（湖南）家饰用品有

限公司股权变更的批复”同意，发行人将其持有的家饰公司 74.30%的出资额转让与控股股东、实际控制人陈军、黄娅妮控制的长沙天旭。

②公司出售家饰公司股权的原因

公司将持有的家饰公司股权全部转让给长沙天旭的主要原因在于：当时，家饰公司已未再开展新业务的经营活动，为简化管理架构，本公司已无必要再保留该子公司。由于家饰公司尚余少量尾单及商务协议需要继续履行，因此亦无法及时将其注销，为便于清理历史遗留的债权，保障股东权益，并避免清理过程中对上市主体（即本公司）业务经营造成不利影响，故将其转让。

（4）家饰公司的注销

在家饰公司完成剩余少量尾单及履行完毕剩余商务协议后，家饰公司已停止业务经营。为避免未来与发行人出现同业竞争或关联交易的情形，家饰公司已于 2011 年 12 月 26 日完成注销程序。

①公司收购家饰公司的主要经营性资产及负债后剩余资产的处置情况

2008 年 3 月，公司收购家饰公司的主要经营性资产及负债完成后，家饰公司剩余资产主要为应收账款、其他应收款及待摊费用，其中，应收账款主要为客户货款，其他应收款主要为商场专柜及专卖店押金、员工差旅费借支等；剩余负债主要为其他应付款。本次重组完成后，家饰公司对上述款项进行了清理，陆续完成了剩余的尾单，至家饰公司清算时，其主要资产情况如下：

单位：万元

资产总额	5,205.86
其中：存货	4.22
应收账款	65.40
其他应收款	5,105.88
固定资产	3.92
负债总额	55.54
其中：应付账款	42.23
所有者权益总额	5,150.32
其中：实收资本	2,000.00
未分配利润	2,617.74

注：1、上表数据为家饰公司清算日，即 2011 年 5 月 31 日数据；2、其他应

收款主要为应收长沙天旭的 4,500 万元往来款。

②家饰公司的注销情况

2011 年 9 月 16 日，长沙高新技术产业开发区管理委员会作出长高新管招字[2011]66 号《关于多喜爱（湖南）家饰用品有限公司注销的批复》。该批复确认家饰公司已经按《外商投资企业清算办法》进行清算，债权债务已处理完毕，同意公司注销，章程作废，家饰公司“商外资湘长高审字[2002]0018 号”中华人民共和国台港澳侨投资企业证书作废。

2011 年 10 月 31 日，长沙市国家税务局直属分局出具长直国税通[2011]140 号《税务事项通知书》。该通知称多喜爱（湖南）家饰用品有限公司依据《税务登记管理办法》规定注销了税务登记，经审核同意注销申请。

2011 年 11 月 3 日，长沙市开福区地方税务局第一税务分局在《注销税务登记申请审批表》上作出同意多喜爱（湖南）家饰用品有限公司注销税务登记的申请。

2011 年 11 月 4 日，中华人民共和国长沙海关同意多喜爱（湖南）家饰用品有限公司注销《进出口货物收发货人报关注册登记证书》。

2011 年 12 月 26 日，湖南省工商局出具（湘）外资登记字[2011]第 418 号《注销登记通知书》，该通知书称“多喜爱（湖南）家饰用品有限公司注销登记材料齐全，符合法定形式，我局准予注销登记”。

③家饰公司直至 2011 年末才注销的原因

家饰公司直至 2011 年末才注销的原因主要在于：

A、由于原以家饰公司名义签订的采购协议、加盟协议、商场合作协议等各种合同无法立即变更，部分外协加工商、加盟商等仍继续与家饰公司进行货款结算并开具发票。因此，家饰公司在本次收购完成后，在报告期内仍继续按照约定履行剩余的少量尾单及商务协议；

B、本次收购完成后，家饰公司剩余资产中部分应收账款及其他应收款，为保障股东权益，清理剩余的债权，家饰公司继续存续至 2011 年末。

2、家饰公司情况介绍

(1) 家饰公司历史沿革简介

①1999年4月成立

1999年4月23日，家饰公司由湖南龙之杰、方达华两方以现金出资设立，经湖南省人民政府外经贸湘长高审字（1999）00005号批准证书和长沙高新技术产业开发区管理委员会高新管招字（1999）6号批文“关于多喜爱（湖南）家饰用品有限责任公司合资合同和公司章程的批复”同意，于1999年4月23日经湖南省工商局核准领取合资企业营业执照，注册资本为100万元。此次出资业经长沙立诚会计师事务所长立外验字（1999）第93号验资报告验证。股东出资及出资比例如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
湖南龙之杰运动用品有限公司	75.00	75.00
方达华	25.00	25.00
合计	100.00	100.00

②2000年11月增资

2000年11月18日，经家饰公司董事会决议，并经长沙高新技术产业开发区管理委员会高新管招字（2000）27号批文“关于多喜爱（湖南）家饰用品有限公司变更注册资本的批复”同意，增加注册资本至500万元。其中，湖南龙之杰以货币出资300万元，方达华以货币出资100万元。此次出资业经长沙中联会计师事务所长中联所验字（2000）第364号验资报告验证。股东出资及出资比例如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
湖南龙之杰运动用品有限公司	375.00	75.00
方达华	125.00	25.00
合计	500.00	100.00

③2003年5月转让股权并增资

2003年5月8日，经家饰公司董事会决议，并经长沙高新技术产业开发区管理委员会高新管产字（2003）15号批文“关于多喜爱（湖南）家饰用品有限公司申请变更有关事项的批复”以及高新管产字（2003）25号批文“关于多喜爱（湖南）家饰用品有限公司申请调整投资额的批复”同意方达华将其持有的125万元出资额转让与香港多喜爱并增加注册资本至1,000万元。其中，湖南龙之杰

以货币出资 368 万元，香港多喜爱以货币出资 132 万元。此次出资业经湖南天鉴联合会计师事务所天鉴所验字（2003）第 0907 号验资报告验证，股东出资及出资比例如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
湖南龙之杰运动用品有限公司	743.00	74.30
香港多喜爱国际有限公司	257.00	25.70
合计	1,000.00	100.00

④2005 年 10 月增资

2005 年 10 月，经家饰公司董事会决议，并经长沙高新技术产业开发区管理委员会高新管招字（2005）48 号批文“关于多喜爱（湖南）家饰用品有限公司增加投资总额、注册资本的批复”同意，增加注册资本至 2,000 万元。其中，湖南龙之杰以货币出资 743 万元，香港多喜爱以货币出资 257 万元。此次出资业经湖南天鉴联合会计师事务所天鉴所验字（2006）第 0406 号验资报告验证，股东出资及出资比例如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
湖南龙之杰运动用品有限公司	1,486.00	74.30
香港多喜爱国际有限公司	514.00	25.70
合计	2,000.00	100.00

⑤2007 年 5 月转让股权

2007 年 5 月 27 日，经家饰公司董事会决议，并经长沙高新技术产业开发区管理委员会高新管招字（2007）30 号批文“关于多喜爱（湖南）家饰用品有限公司股东及地址变更的批复”同意，湖南龙之杰将其持有的 1,486 万元的出资额转让与多喜爱有限。股东出资及出资比例如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
湖南多喜爱保健科技有限公司	1,486.00	74.30
香港多喜爱国际有限公司	514.00	25.70
合计	2,000.00	100.00

⑥2008 年 11 月转让股权

2008 年 11 月 26 日，经家饰公司董事会决议，并经长沙高新技术产业开发区管理委员会高新管招字（2008）89 号批文“关于多喜爱（湖南）家饰用品有限公司股权变更的批复”同意，多喜爱有限将其持有的 1,486 万元出资额转让与

长沙天旭。股东出资及出资比例如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
长沙市天旭纺织品贸易有限公司	1,486.00	74.30
香港多喜爱国际有限公司	514.00	25.70
合计	2,000.00	100.00

⑦2011年12月注销

家饰公司的详细注销情况请参见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“三、发行人股本结构的形成及变化和重大资产重组情况”之“（五）发行人设立以来的重大资产重组”之“1、发行人收购家饰公司股权、主要经营性资产及负债的情况简介”之“（4）家饰公司的注销情况”。

（2）家饰公司报告期的主营业务情况、收入构成及主要财务状况

家饰公司报告期内无开展经营活动，已于2011年12月注销，报告期内无收入，至注销前主要为处理债权而存续。

3、家饰公司其他股东的情况简介

（1）湖南龙之杰

湖南龙之杰系由公司控股股东、实际控制人陈军、黄娅妮夫妇于1998年5月11日出资设立的公司，注册资本100万元人民币，陈军、黄娅妮各出资50万元人民币，分别占出资额的50%。湖南龙之杰基本情况如下：

公司名称	湖南龙之杰运动用品有限公司
注册资本	100万元
实收资本	100万元
成立时间	1998年5月11日
住所	长沙市黄兴南路180号
营业范围	运动用品、运动器材、服饰的销售
主营业务	运动用品、运动器材、服饰的销售
法定代表人	陈军

湖南龙之杰已于2009年11月19日完成注销程序，截止2009年11月19日湖南龙之杰注销之日，其股权结构未发生过变化。

（2）香港多喜爱

香港多喜爱系由公司控股股东、实际控制人陈军、黄娅妮夫妇于2002年5

月 21 日在香港出资设立的公司，出资额 1 万港元，陈军出资 8,000 元港元，黄娅妮出资 2,000 元港元，分别占出资额的 80%及 20%。香港多喜爱基本情况如下：

公司名称	香港多喜爱国际有限公司
注册资本	1 万港元
公司董事	陈军、黄娅妮
成立日期	2002 年 5 月 21 日
注册地址	Room 803A,8/F.Far East Consortium Bldg.,121 Des Voeux Road Central,Hong Kong
主营业务	持股公司

香港多喜爱作为家饰公司的外方股东，必须待家饰公司完成清算程序并宣告注销后，才能申请注销。因此，在家饰公司 2011 年 12 月正式完成工商注销登记后，香港多喜爱才得以按照香港法律申请并完成注销。

为避免未来与发行人出现同业竞争或关联交易的情形，香港多喜爱已于 2012 年 2 月 17 日完成注销程序，截止 2012 年 2 月 17 日香港多喜爱注销之日，其股权结构未发生过变化。

香港多喜爱系陈军、黄娅妮控制下的持股公司，并未开展实际经营活动，报告期内无收入。

(3) 长沙天旭

长沙天旭系由程天益、朱旭鹏于 2008 年 9 月 24 日出资设立的公司,注册资本 101 万元人民币，程天益、朱旭鹏各出资 50.50 万元人民币，分别占出资额的 50%。长沙天旭基本情况如下：

公司名称	长沙市天旭纺织品贸易有限公司
注册资本	101 万元
实收资本	101 万元
成立时间	2008 年 9 月 24 日
住所	长沙市芙蓉区人民东路 618 号水云间 25A 栋 105 房
营业范围	纺织品、床上用品、床垫、窗帘、家用饰品、日用百货、化妆品、洗涤用品、服装鞋帽、化工产品、建筑装饰材料、家电、家具的销售；直营和代理各类商品和技术的进出口,但国家限定公司经营和禁止进出口的商品和技术除外。（涉及行政许可的凭许可证经营）
主营业务	持股公司
法定代表人	程天益

程天益为多喜爱股份的员工，朱旭鹏为多喜爱股份的股东并曾为公司员工。

根据二人出具的声明，长沙天旭股权实际系代陈军、黄娅妮持有。

为避免未来与发行人出现同业竞争或关联交易的情形，长沙天旭已于 2011 年 12 月 28 日完成注销程序，截止 2011 年 12 月 28 日长沙天旭注销之日，其股权结构未发生过变化。

长沙天旭已于 2011 年 12 月注销，该公司系陈军、黄娅妮控制下的持股公司，并未开展实际经营活动，报告期内无收入。

四、股东出资、股本变化的验资情况及发起人投入资产的计量属性

（一）发行人改制以前的验资情况

1、2006 年 12 月，公司前身湖南多喜爱保健科技有限公司成立

多喜爱有限设立时注册资本为人民币 200 万元。2006 年 12 月 11 日，湖南湘亚联合会计师事务所出具湘亚验字（2006）第 196 号验资报告验证，陈军以货币出资 100 万元，黄娅妮以货币出资 100 万元。

2、2007 年 2 月，公司增资至 500 万元

2007 年 2 月 8 日，经多喜爱有限股东会决议通过，同意增加注册资本至 500 万元。2007 年 2 月 12 日，湖南湘亚联合会计师事务所出具湘亚验字（2007）第 035 号验资报告，对上述出资情况予以验证。

3、2007 年 2 月，公司增资至 700 万元

2007 年 2 月 28 日，经多喜爱有限股东会决议通过，同意增加注册资本至 700 万元。2007 年 3 月 2 日，湖南湘亚联合会计师事务所出具湘亚验字（2007）第 039 号验资报告，对上述出资情况予以验证。

4、2007 年 4 月，公司增资至 1,300 万元

2007 年 4 月 2 日，经多喜爱有限股东会决议通过，同意增加注册资本至 1,300 万元。2007 年 4 月 6 日，湖南湘亚联合会计师事务所出具湘亚验字（2007）第 067 号验资报告，对上述出资情况予以验证。

5、2007 年 5 月，公司增资至 1,900 万元

2007年5月28日,经多喜爱有限股东会决议通过,同意增加注册资本至1,900万元。2007年6月1日,湖南湘亚联合会计师事务所出具湘亚验字(2007)第123号验资报告验证,对上述出资情况予以验证。

6、2007年6月,公司增资至2,000万元

2007年6月2日,经多喜爱有限股东会决议通过,同意增加注册资本至2,000万元。2007年6月19日,湖南湘亚联合会计师事务所出具湘亚验字(2007)第132号验资报告,对上述出资情况予以验证。

7、2007年10月,公司增资至2,400万元

2007年10月10日,经多喜爱有限股东会决议通过,同意增加注册资本至2,400万元。2007年10月12日,湖南湘亚联合会计师事务所出具湘亚验字(2007)第202号验资报告,对上述出资情况予以验证。

8、2008年3月,公司增资至3,333.33万元

2008年3月15日,经多喜爱有限股东会决议通过,同意公司增加注册资本至3,333.33万元。2008年5月23日,深圳南方民和会计师事务所出具深南验字(2008)YA1-026号验资报告,对上述出资情况予以验证。

9、2011年6月,公司增资至3,693.3333万元

2011年6月8日,经多喜爱有限股东会决议通过,同意增加注册资本至3,693.3333万元。2011年6月22日,天职国际出具天职湘ZH(2011)607号验资报告验证,对上述出资情况予以验证。

10、2011年7月,公司增资至9,000万元

2011年7月15日,经多喜爱有限股东会决议通过,同意增加注册资本至9,000万元。2011年7月25日,天职国际出具天职湘ZH(2011)661号验资报告验证,对上述出资情况予以验证。

(二) 发行人改制时的验资情况

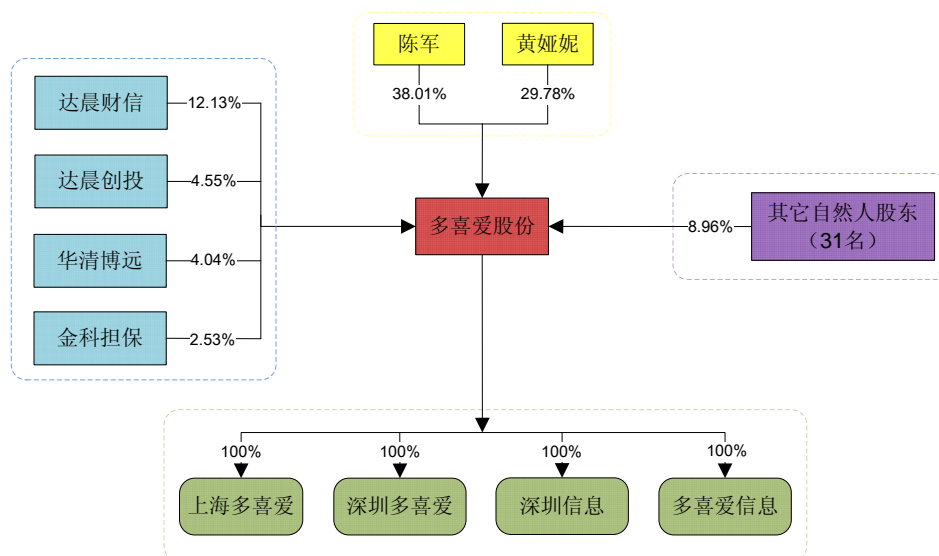
2011年8月23日,经多喜爱股份发起人会议审议同意,以177,311,024.76元净资产折股9,000万元整体变更为股份公司。2011年8月25日,经天职国际出具天职湘ZH(2011)691号验资报告验证,发行人出资已足额到位。

（三）设立时发起人投入资产的计量属性

发行人以 2011 年 7 月 31 日作为审计基准日，以天职国际出具的《审计报告》（天职湘 ZH（2011）690 号）载明净资产，整体变更为股份有限公司。发行人成立时确认经审计的资产账面价值作为投入资产的计量价值，未对投入资产进行评估调账。

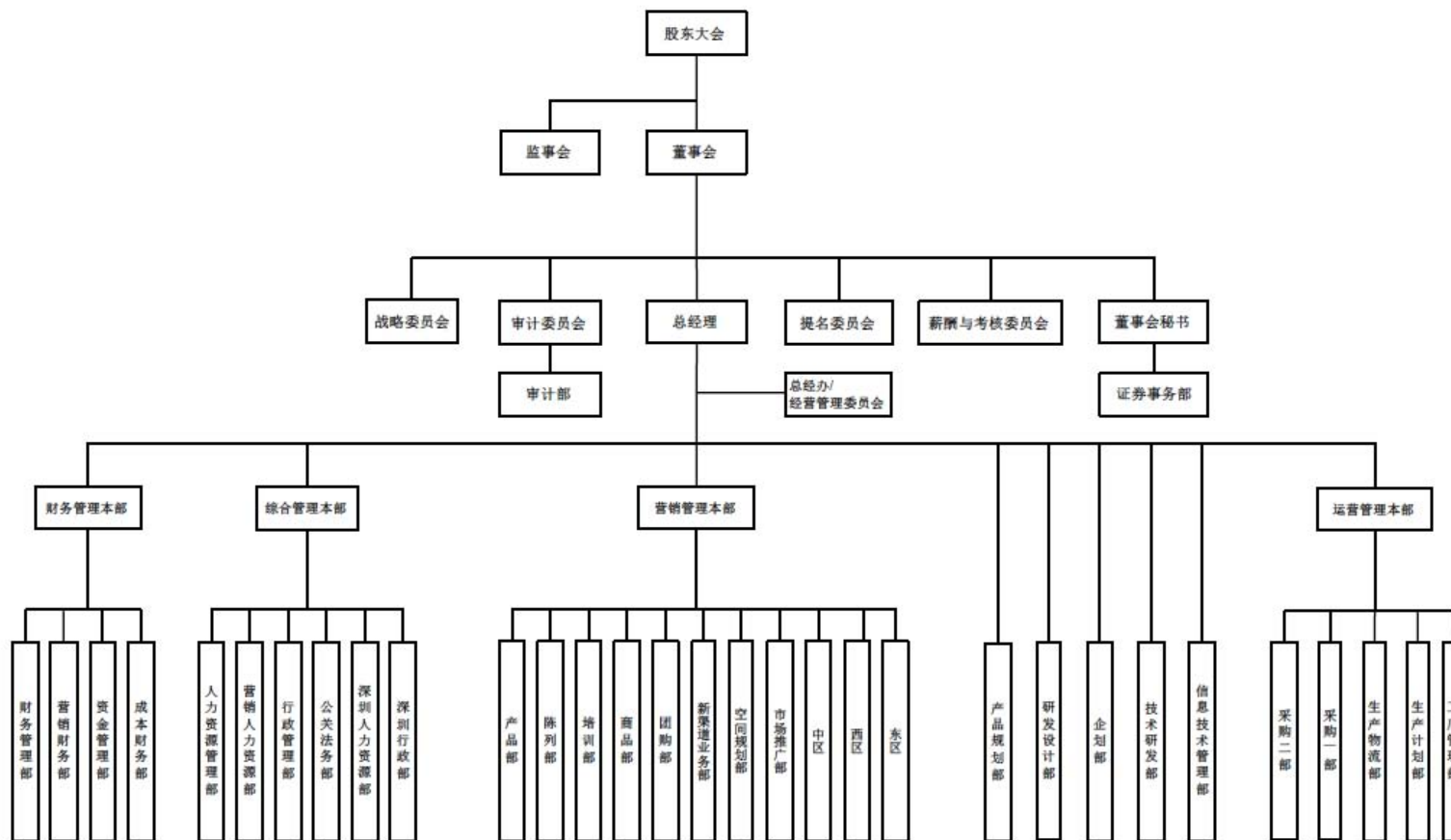
五、发行人的股权结构图及组织结构图

（一）公司的股权结构图



截至本招股说明书签署日，公司的股权结构如上图所述。

(二) 发行人的组织机构图



（三）发行人内部主要职能部门情况

1、审计部

负责监督公司及子公司经营政策、方针以及财务管理制度、财经纪律的贯彻执行，纠正相关部门在执行公司实现总体目标过程中的偏差，实现公司利益与股东权益最大化，通过内部审计违规行为以保护企业资金、财产的安全与完整。

2、总经办/经营管理委员会

负责协助总经理做好综合、协调各部门工作，处理公司日常事务；组织公司规章制度的拟定、修改和编写工作；做好公司来宾的接待安排，做好重要会议的组织、会务工作；协助参与公司发展规划的拟定，年度经营计划的编制和公司重大决策事项的讨论；督促、检查公司各项重大项目工作的组织、实施、落实和绩效评估及监控工作以实现公司经营管理目标和发展目标。

3、证券事务部

负责处理董事会日常事务及管理公司证券事务，组织召开公司董事会和股东大会，档案管理相关会议文件和会议记录。保证及时、规范、准确的向证券市场的投资者及监管机构披露有关生产经营情况、重大事项以及其他相关信息，同时保持公司与股东、证券监督管理部门、证券交易所、证券登记结算中心及各中介机构的联系。

4、财务管理本部

负责对公司的生产经营、资金运行情况进行核算；负责确定公司的经营目标并参与制订公司战略规划，是财务工作的管理、核算、监督指导部门；根据企业发展规划编制和下达企业财务预算，并对预算的实施情况进行管理；对重大投融资项目和经营活动进行风险评估、指导和跟踪，编制财务和资本运作计划和方案。该部门下设资金管理部、财务管理部、营销财务部及成本财务部。

5、综合管理本部

负责公司组织结构的梳理、优化，管理变革与创新；组织、协调与监督人力资源开发，企业文化宣传与推广，人资战略规划与统筹，人员编制及人员工作指引拟定；建立和维护公司行政管理相关制度以及与公司相关的政府关系；监控公

司在证券市场、知识产权、产品责任等方面可能面临的法律风险，并制定相应措施控制和最大程度降低法律风险。该部门下设人力资源管理部、营销人力资源部、行政管理部、公关法务部、深圳人力资源部及深圳行政部。

6、营销管理本部

负责识别顾客的需求与期望，组织有关部门对与产品有关的要求进行评审；与顾客沟通，收集顾客反馈信息；组织产品交付及交付后的相关活动；收集、整理顾客满意度信息，对顾客满意度进行分析并将分析结果及时向公司领导及有关各部门反馈；负责直销网点、产品陈列和广告的策划与设计。该部门下设产品部、陈列部、培训部、商品部、团购部、新渠道业务部、空间规划部、市场推广部、中区、西区、东区。

7、产品规划部

负责公司产品需求计划的制定与执行并监控产品销售的达成；负责产品期货计划的制定、执行及管理；负责终端销售数据的收集、整理及分析；负责消费需求的搜集、整理及反馈；负责终端活动方案及月度渠道方案的制定、执行及管理；负责制定本部门及各区域产品负责人的月度工作计划并对其计划完成情况进行考核；协助培训部对各区域督导进行专业（产品）技能培训及考核，并协助进行产品类课程的开发和每季新产品知识的培训；负责各自营店铺的售前、售中、售后服务和处理投诉跟进。

8、研发设计部

负责研发纺织新材料、功能纺织产品的技术工艺，并整合科研资源；负责公司品牌概念设计、视觉设计、新产品和包装的设计与开发、编制设计计划并将设计成果给予实施展示，同时了解和跟踪国内外同行在规划、设计方面的发展趋势，定期提供研究成果报告，建立健全的企业技术标准。

9、企划部

负责企业经营发展所需的新品牌、新项目的开发策划；负责公司品牌定位，CIS（企业形象识别系统）制定实施；负责企业宣传片的创意拍摄，并负责对企业部分现有品牌的策划开发维护、VI更新以及产品的研发定位等。

10、技术研发部

根据公司发展战略，编制项目可行性研究报告，并组织资源进行功能纺织品和医用纺织品高新技术产品的引进与研发，负责发明专利的申报；项目成功后负责进行生产质量控制的建立和培训，在产品上市后负责产品的技术支持。同时，根据公司抗菌产品市场推广方案，制定纳米银抗菌剂生产计划并保质保量交付于集团采购部，负责控制纳米银系列抗菌产品的抗菌性能检测和质量稳定，以及政府相关项目申报工作。

11、信息技术管理部

负责公司信息系统应用的建设及管理，制订信息技术管理的各项制度标准与工作流程；根据公司总体战略，结合市场情况，对公司软件应用系统和各办公区域基础架构、服务及设备、设施进行合理规划；负责公司基础应用设备的提供和管理，并保障各应用系统的数据完整及安全。

12、运营管理本部

负责管理各外协加工厂事务，组织制定并实施供应链体系战略规划，保证运营体系的各项指标、数据均能满足公司发展需求，完善和优化生产成本控制体系，提高生产效能，并对运营过程进行规划、统筹、协调、指导和监控，保障公司可持续发展。该部门下设工厂管理部、生产物流部、生产计划部、采购一部及采购二部。

六、发行人控股子公司及参股子公司情况

（一）控股子公司

截至本招股说明书签署日，发行人拥有上海多喜爱、深圳多喜爱、深圳信息、多喜爱信息以及北京多喜爱五家全资子公司，具体情况如下：

1、上海多喜爱

上海多喜爱信息科技有限公司为本公司的全资子公司。该公司的建立旨在全面搭建公司的电子商务平台，建立健全电子商务网络与渠道，扩增销售规模，整体推动公司电子商务事业的发展。

该公司成立于 2011 年 6 月 21 日，注册资本为 2,000 万元人民币，实收资本为 2,000 万元人民币，注册地址为上海市宝山区纪蕴路 588 号-3-3201，企业注册

号为 310104000490990，经营范围为：计算机软件、网络科技、家居用品领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务、电子商务（不得从事增值电信业务、金融服务），计算机及配件、床上用品、服装、窗帘、家居用品的销售，从事货物及技术进出口业务【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】。

截至 2014 年 12 月 31 日，该公司总资产为 51,935,130.97 元，净资产为 17,287,813.69 元，2014 年度净利润为 6,397,181.50 元。

2、深圳多喜爱

深圳市多喜爱纺织科技有限公司为本公司的全资子公司。该公司的建立旨在对公司的团购业务及其他新业务进行开拓。

该公司成立于 2012 年 1 月 12 日，公司注册资本为 2,000 万元，实收资本为 2,000 万元，注册地为深圳市南山区艺园路 202 号（马家龙文体中心）B 栋 7 层，企业注册号为 440301105957859，经营范围为：床上用品、床垫、服装、窗帘及家用饰品的开发、生产（生产场地另设）与销售；新型纺织材料的研发与销售；宣传用品材料、展示用品材料、床上用品材料的销售；经营进出口业务；国内贸易（以上涉及法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）。

截至 2014 年 12 月 31 日，该公司总资产为 23,085,960.72 元，净资产为 -2,948,219.45 元，2014 年度净利润为 -6,372,486.88 元。

3、深圳信息

深圳多喜爱信息技术有限公司为本公司的全资子公司。该公司的建立旨在依托深圳前海深港现代服务业合作区的地理、产业、政策等各方面的优势，整合、发展公司新业务，提升公司信息技术实力，以应对新业务业绩增长契机。目前该公司并未实际开展经营活动。

该公司成立于 2014 年 5 月 26 日，公司注册资本为 3,000 万元，注册地为深圳市前海深港合作区前湾一路鲤鱼门街一号前海深港合作区管理局综合办公楼 A 栋 201 室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司），企业注册号为 440301109435976，经营范围为：在网上从事商贸活动；数据挖掘；数据分析；

数字化资源开发；计算机软件、网络科技、服装和家居用品领域内的技术研发、技术咨询及相关技术业务；计算机及配件、床上用品、床垫、服装、窗帘、家居用品的开发与销售；经营进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）。

数据服务；计算机及配件、床上用品、床垫、服装、窗帘、家居用品的生产。

截至 2014 年 12 月 31 日，该公司注册资本尚未缴纳，尚未开展经营活动，总资产、净资产及 2014 年度利润均为零。

4、多喜爱信息

多喜爱信息技术有限公司为本公司的全资子公司。该公司的建立旨在借助西部大开发的机遇，依托西藏拉萨经济技术开发区的地理、产业、政策等各方面的优势，整合、发展公司西部业务，提升公司信息技术实力，以应对新业绩增长契机。

该公司成立于 2014 年 7 月 1 日，公司注册资本为 5,000 万元，注册地为拉萨市金珠西路 158 号阳光新城 A 区三幢二单元 1-2 号，企业注册号为 540091100003754，经营范围为：计算机开发及运用、计算机配件、电子商务、技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务、计算机系统服务；应用软件开发；床上用品、床垫、服装、窗帘、家居用品的研发、采购、销售；从事货物及技术进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可经营该项目。】

截至 2014 年 12 月 31 日，该公司总资产为 4,948,494.51 元，净资产为 2,449,596.61 元，2014 年度净利润为-550,403.39 元。

5、北京多喜爱

北京多喜爱网络科技有限公司为本公司的全资子公司。该公司的建立旨在依托首都北京的地理、产业、政策等各方面的优势，整合、发展公司新业务，提升公司信息技术实力，以应对新业务业绩增长契机。

该公司成立于 2015 年 4 月 14 日，公司注册资本 1,000 万元，住所为北京市朝阳区广渠东路 3 号院中水电国际大厦 1406，企业注册号为 110105018924747，经营范围为：技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；软件开发；

计算机系统服务；应用软件开发（不含医用软件）；销售针纺织品、服装、计算机、软件及辅助设备、装饰材料、日用品；货物进出口、技术进出口。依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。

截止本招股说明书签署日，北京多喜爱注册资本尚未缴纳。

（二）参股子公司

截至本招股说明书签署日，发行人无参股子公司。

七、发起人、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）发起人介绍

1、陈军

陈军先生：中国国籍，拥有永久境外居留权（加拿大），1970年5月出生，身份证号 43010319700520****，住所为湖南省长沙市。经济师，清华大学经济管理学院工商管理硕士。曾荣获湖南省优秀青年企业家记二等功奖励、湖南省2012年科学进步奖二等奖。历任湖南龙之杰总经理、家饰公司总经理、董事长、多喜爱有限总经理、董事长、现任本公司董事长。

2、黄娅妮

黄娅妮女士：中国国籍，拥有永久境外居留权（加拿大），1971年12月出生，身份证号 43022119711213****，住所为湖南省长沙市。历任湖南龙之杰董事、家饰公司董事、多喜爱有限董事，现任本公司总经办主任、董事。

3、达晨财信

公司名称	深圳市达晨财信创业投资管理有限公司
注册资本	1,000 万元人民币
实收资本	1,000 万元人民币
成立时间	2006 年 2 月 5 日
住所	深圳市福田区深南大道特区报业大厦 23 楼 D 座
主营业务	创业投资管理，管理咨询，资产受托管理
法定代表人	刘昼

达晨财信的出资情况如下表所示：

股东名称	出资额（元）	占注册资本的比例（%）
达晨创投	4,000,000.00	40.00
湖南财信创业投资有限责任公司	1,000,000.00	10.00
文啸龙	1,500,000.00	15.00
周江军	2,000,000.00	20.00
熊人杰	409,000.00	4.09
刘昼	430,000.00	4.30
肖冰	380,000.00	3.80
胡德华	176,000.00	1.76
梁国智	105,000.00	1.05
合计	10,000,000.00	100.00

注：2014年5月23日，达晨财信股东进行了内部股权转让。

截至2014年12月31日，达晨财信资产总额35,952.49万元，净资产3,016.90万元，2014年度实现净利润1,188.62万元（以上数据未经审计）。

4、达晨创投

公司名称	深圳市达晨创业投资有限公司
注册资本	10,000 万元
实收资本	10,000 万元
成立时间	2000 年 4 月 19 日
住所	深圳市福田区深南大道特区报业大厦 23 楼 D 座
主营业务	直接投资高新技术产业和其他技术创新产业；受托管理和经营其他创业投资公司的创业资本；投资咨询；直接投资或参与企业孵化器的建设
法定代表人	刘昼

达晨创投的出资情况下表所示：

股东名称	出资额（元）	占注册资本的比例（%）
深圳市荣涵投资有限公司	75,000,000.00	75.00
上海锡泉实业有限公司	25,000,000.00	25.00
合计	100,000,000.00	100.00

截至2014年12月31日，达晨创投资产总额113,383.11万元，净资产46,162.58万元，2014年度实现净利润8,441.83万元（以上数据未经审计）。

5、金科担保

公司名称	湖南金科投资担保有限公司
注册资本	8,000 万元
实收资本	8,000 万元
成立时间	2003 年 11 月 27 日

住所	长沙高新技术产业开发区 C4 组团 B-610 号
主营业务	在长沙市范围内办理贷款担保, 票据承兑担保, 贸易融资担保, 项目融资担保, 信用证担保, 经监管部门批准的其他融资性担保业务; 诉讼保全担保, 投标担保、预付款担保、工程履约担保、尾付款如约偿付担保等履约担保业务, 与担保业务有关的融资咨询、财务顾问等中介服务, 以自有资金进行投资 (2016 年 4 月 18 日)
法定代表人	陈铁儒

金科担保的出资情况下表所示:

股东名称	出资额 (元)	占注册资本的比例 (%)
湖南金润通实业投资有限公司	40,000,000.00	50.00
湖南湘投高科技创业投资有限公司	28,000,000.00	35.00
长沙仟贝投资管理合伙企业 (有限合伙)	12,000,000.00	15.00
合计	80,000,000.00	100.00

注: 2011 年 12 月, 湖南金润通实业投资有限公司将持有的金科担保股权转让于长沙仟贝投资管理合伙企业 (有限合伙)。

截至 2014 年 12 月 31 日, 金科担保资产总额 14,184.13 万元, 净资产 10,597.61 万元, 2014 年度实现净利润 1,133.10 万元。

6、华清博远

公司名称	北京华清博远创业投资有限公司
注册资本	3,000 万元
实收资本	3,000 万元
成立时间	2007 年 5 月 25 日
住所	北京市海淀区紫成嘉园 13 号楼地下一层 B23
主营业务	创业投资业务; 代理其它创业投资企业等机构或个人的企业投资业务; 创业投资咨询业务; 为创业企业提供创业管理服务业务。(依法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可开展经营活动)
法定代表人	吕大龙

华清博远的出资情况如下表所示:

股东名称	出资额 (元)	占注册资本的比例 (%)
银杏博融 (北京) 科技有限公司	30,000,000.00	100.00
合计	30,000,000.00	100.00

注：华清博远股东清华紫光（北京）房地产开发有限公司于 2012 年 8 月更名为银杏博融（北京）科技有限公司。2014 年 9 月 17 日，华清博远股东进行了内部股权转让。

截至 2014 年 12 月 31 日，华清博远资产总额 10,954.69 万元，净资产 6,494.32 万元，2014 年度实现净利润 3,864.05 万元（以上数据未经审计）。

7、其他自然人股东基本情况

序号	自然人 股东姓 名	性别	国籍	永久 居留 权	住所	身份证号码	在公司任职
1	张海鹰	男	中国	无	湖南省 长沙市	43010319720508****	副总经理
2	陈周盛	男	中国	无	广东省 深圳市	44092319730325****	监事会主席、设计总监
3	王玲	女	中国	无	广东省 深圳市	43010219740225****	-
4	黎毅	男	中国	无	湖南省 醴陵市	43021919740415****	监事
5	张文	男	中国	无	湖南省 长沙市	36230219720728****	董事、总经理
6	周志文	女	中国	无	湖南省 长沙市	43030419680510****	曾任公司董事
7	赵传淼	男	中国	无	广东省 深圳市	43242519740422****	董事、财务总监、副总经理
8	文新	男	中国	无	湖南省 娄底市	43010319710902****	副总经理
9	朱旭鹏	男	中国	无	湖南省 长沙县	43012119781017****	曾任营销总监
10	杨晓煜	男	中国	无	湖南省 长沙市	43010419750501****	曾任上海多喜爱美美客事业部总经理
11	吴改	女	中国	无	湖南省 长沙县	43012119760813****	曾任公司董事会秘书
12	吴莹	女	中国	无	上海市 宝山区	43030419790228****	产品规划部副总监、职工代表监事
13	刘娟	女	中国	无	湖南省 常德市	43072219751205****	营销管理本部销售副总监
14	杨慧	女	中国	无	广东省 深圳市	43010319801028****	上海子公司产品副总监
15	李希	女	中国	无	湖南省 长沙市	43012119781118****	财务管理本部财务副总监

序号	自然人 股东姓名	性别	国籍	永久 居留权	住所	身份证号码	在公司任职
16	谭美芳	女	中国	无	湖南省 长沙市	43042619771026****	工会副主席、财务管理本部资金副总监
17	宋丽嫔	女	中国	无	广东省 深圳市	43302919780924****	曾任研发设计副总监
18	刘燕	女	中国	无	湖南省 长沙市	43010519690807****	市场推广部经理
19	胡春来	男	中国	无	湖南省 长沙市	43010219760107****	营销管理本部销售副总监
20	陈风	男	中国	无	湖南省 桃源县	43072519781208****	曾任销售管理本部销售副总监
21	赵计亮	男	中国	无	河北省 保定市	22010419800218****	首席视觉设计师、空间规划部经理
22	陈国娥	女	中国	无	广东省 深圳市	43070319761207****	研发设计部经理
23	周琴	女	中国	无	广东省 深圳市	42212319780601****	深圳子公司运营部经理
24	苏福平	男	中国	无	湖南省 长沙市	43010319570602****	总经办副主任、党支部书记
25	郭亮	男	中国	无	湖北省 荆州市	42100319790920****	曾任营销管理本部销售副总监
26	王戈	男	中国	无	湖南省 长沙市	43010519760516****	市场推广部副总监
27	王昕	男	中国	无	广东省 深圳市	32010319720218****	曾任公司营销中心经理
28	张应轩	男	中国	无	湖北省 应城市	42220219770325****	公司运营管理本部生产物流部经理
29	胡群	女	中国	无	广东省 深圳市	44092119701003****	研发设计部经理
30	范长录	男	中国	无	广东省 深圳市	21090319661201****	深圳子公司运营部总监
31	杨晓梅	女	中国	无	湖北省 武汉市	42092219840901****	曾任采购一部采购副经理

(二) 持有发行人 5%以上股份的主要股东

本次发行前，持有发行人 5%以上股份的股东为陈军、黄娅妮夫妇、达晨财

信，其情况简介请参见本节上述“（一）发起人介绍”的内容。

（三）发行人控股股东、实际控制人

公司控股股东、实际控制人为陈军、黄娅妮夫妇。

（四）控股股东、实际控制人控制的其他企业

报告期内，公司控股股东、实际控制人陈军、黄娅妮夫妇曾控制的其他企业为香港多喜爱，长沙天旭及家饰公司。

上述公司具体情况请参见本招股书“第五节发行人基本情况”之“三、发行人股本结构的形成及变化和重大资产重组情况”之“（五）发行人设立以来的重大资产重组”。

截至本招股说明书签署日，除发行人以外，公司控股股东、实际控制人陈军、黄娅妮夫妇未控制其他企业。

（五）控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人股份的质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，控股股东和实际控制人持有发行人的股份不存在被质押或其他有争议的情况。

八、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本情况

本次发行前发行人总股本为 9,000 万股，共有 4 名法人股东和 33 名自然人股东。本次拟公开发行股份不超过 3,000 万股，本次发行前后公司股本结构如下表：

序号	股东名称	本次发行前		本次发行后	
		持股数（股）	持股比例（%）	持股数（股）	持股比例（%）
1	陈军	34,212,960	38.01	34,212,960	28.51
2	黄娅妮	26,804,970	29.78	26,804,970	22.34
3	达晨财信	10,917,000	12.13	10,917,000	9.10
4	达晨创投	4,093,830	4.55	4,093,830	3.41
5	华清博远	3,638,970	4.04	3,638,970	3.03
6	金科担保	2,274,390	2.53	2,274,390	1.90
7	张海鹰	1,486,440	1.65	1,486,440	1.24

序号	股东名称	本次发行前		本次发行后	
		持股数(股)	持股比例(%)	持股数(股)	持股比例(%)
8	陈周盛	1,218,330	1.35	1,218,330	1.02
9	王玲	909,720	1.01	909,720	0.76
10	黎毅	909,720	1.01	909,720	0.76
11	张文	730,980	0.81	730,980	0.61
12	周志文	487,350	0.54	487,350	0.41
13	赵传淼	243,720	0.27	243,720	0.20
14	文新	194,940	0.22	194,940	0.16
15	朱旭鹏	121,860	0.14	121,860	0.10
16	杨晓煜	121,860	0.14	121,860	0.10
17	吴改	121,860	0.14	121,860	0.10
18	吴莹	121,860	0.14	121,860	0.10
19	刘娟	121,860	0.14	121,860	0.10
20	杨慧	121,860	0.14	121,860	0.10
21	李希	121,860	0.14	121,860	0.10
22	谭美芳	121,860	0.14	121,860	0.10
23	宋丽嫔	121,860	0.14	121,860	0.10
24	刘燕	97,470	0.11	97,470	0.08
25	胡春来	73,080	0.08	73,080	0.06
26	陈风	73,080	0.08	73,080	0.06
27	赵计亮	73,080	0.08	73,080	0.06
28	陈国娥	73,080	0.08	73,080	0.06
29	周琴	73,080	0.08	73,080	0.06
30	苏福平	48,780	0.05	48,780	0.04
31	郭亮	48,780	0.05	48,780	0.04
32	王戈	48,780	0.05	48,780	0.04
33	王昕	48,780	0.05	48,780	0.04
34	张应轩	48,780	0.05	48,780	0.04
35	胡群	24,390	0.03	24,390	0.02
36	范长录	24,390	0.03	24,390	0.02
37	杨晓梅	24,390	0.03	24,390	0.02
38	本次发行的股份		-	30,000,000	25.00
合计		90,000,000	100.00	120,000,000	100.00

(二) 前十名自然人股东及其在发行人处任职情况

本次发行前，公司共有 33 名自然人股东，其中前 10 名自然人股东及其在公司担任职务的情况如下：

序号	股东名称	国籍及境外居留权	身份证号	在发行人处担
----	------	----------	------	--------

				任的职务
1	陈军	中国国籍，有境外居留权	43010319700520****	董事长
2	黄娅妮	中国国籍，有境外居留权	43022119711213****	董事、总经办主任
3	张海鹰	中国国籍，无境外居留权	43010319720508****	副总经理
4	陈周盛	中国国籍，无境外居留权	44092319730325****	监事会主席、设计总监
5	王玲	中国国籍，无境外居留权	43010219740225****	-
6	黎毅	中国国籍，无境外居留权	43021919740415****	监事
7	张文	中国国籍，无境外居留权	36230219720728****	董事、总经理
8	周志文	中国国籍，无境外居留权	43030419680510****	曾任公司董事
9	赵传淼	中国国籍，无境外居留权	43242519740422****	董事、财务总监、副总经理
10	文新	中国国籍，无境外居留权	43010319710902****	副总经理

(三) 发行人国有股份的性质及依据

发行人所有股东持有股份性质均不属于国有股份。

(四) 股东中的战略投资者持股及其简况

发行人股东中无战略投资者。

(五) 本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

发行人关联股东的持股比例及关联关系如下：

序号	股东名称	持股数	持股比例 (%)	关联关系
1	陈军	34,212,960	38.01	公司股东黄娅妮之夫
2	黄娅妮	26,804,970	29.78	公司股东陈军之妻
3	达晨财信	10,917,000	12.13	公司股东达晨创投持有其 40%股权
4	达晨创投	4,093,830	4.55	持有公司股东达晨财信 40%股权
5	王玲	909,720	1.01	在公司股东达晨创投担任投资副总监
6	杨慧	121,860	0.14	公司股东陈风之妻
7	陈风	73,080	0.08	公司股东杨慧之夫

除上述关联关系外，公司其他股东之间不存在关联关系。

(六) 本次发行前各股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

1、公司控股股东、实际控制人陈军、黄娅妮承诺：自公司在中国境内首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本股东直接或者间接持有的公司本次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股

份；

2、公司其他股东达晨财信、达晨创投、华清博远、金科担保、张海鹰、陈周盛、王玲、黎毅、张文、周志文、赵传森、文新、朱旭鹏、杨晓煜、吴改、吴莹、刘娟、杨慧、李希、谭美芳、宋丽嫔、刘燕、胡春来、陈风、赵计亮、陈国娥、周琴、苏福平、郭亮、王戈、王昕、张应轩、胡群、范长录、杨晓梅承诺：自公司在中国境内首次公开发行股票并上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本股东直接或者间接持有的公司本次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份；

3、作为公司董事、监事、高级管理人员的陈军、黄娅妮、张海鹰、陈周盛、黎毅、张文、赵传森、文新、吴莹还承诺：在前述承诺期限届满后的任职期内，每年转让的公司股份不得超过本人所持公司股份的 25%，且在离职后的半年内不转让或者委托他人管理其所持的公司股份；也不由公司回购该部分股份；在申报离职 6 个月后的 12 个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占其所持有公司股票总数的比例不超过 50%。

4、发行人实际控制人陈军、黄娅妮、持有发行人股份的董事张文、赵传森和高级管理人员张海鹰、文新承诺：所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价；公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，持有公司股票的锁定期限自动延长至少 6 个月。持有发行人股份的董事和高级管理人员所作出的此项承诺不因本人职务变更、离职等原因而放弃履行承诺。

（七）发行人内部职工股情况

公司未发行过内部职工股。

九、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况

发行人及其前身多喜爱有限不存在工会持股、职工持股会持股、信托持股和委托持股的情况。

十、公司员工及社会保障情况

（一）人员情况

2014 年末、2013 年末、2012 年末，公司员工人数合计分别为 1,192 人、1,691 人、1,792 人。截至 2014 年 12 月 31 日，公司的员工构成如下：

1、公司员工的专业构成

项目	人数（人）	占员工总数的比例
管理人员	65	5.45%
销售人员	784	65.77%
研发技术人员	186	15.61%
生产人员	59	4.95%
财务人员	60	5.03%
后勤人员	38	3.19%
合计	1,192	100.00%

2、公司员工的学历构成

项目	人数（人）	占员工总数的比例
硕士及以上	17	1.43%
本科	233	19.55%
大专	247	20.72%
大专以下	695	58.30%
合计	1,192	100.00%

3、公司员工的年龄分布

项目	人数（人）	占员工总数的比例
40 岁以上	150	12.58%
30-40 岁(含 40)	497	41.70%
30 岁以下	545	45.72%
合计	1,192	100.00%

（二）员工社会保障情况

1、社保及住房公积金管理部门出具的相关证明

本公司实行劳动合同制，员工的聘用和解聘依据《中华人民共和国劳动法》的规定办理。公司按国家法律法规及社会保险政策，为员工办理了基本养老保险、工伤保险、生育保险、失业保险、医疗保险和住房公积金，至今未发生因违反国家、地方有关社会保险方面的法律、法规、规章而受到行政处罚的情况。

长沙市住房公积金管理中心 2015 年 1 月 27 日出具书面文件，证明：“公司

自 2008 年 11 月在我中心开设住房公积金账户缴存至今，已依照《国务院住房公积金管理条例》及《长沙市住房公积金管理条例》的规定全员缴存住房公积金，不存在欠缴、漏缴、少缴、停缴或其他违反住房公积金相关法律法规的行为，公司未因住房公积金问题而受到行政处罚。”

长沙市人力资源与社会保障局于 2012 年 1 月 9 日、2012 年 9 月 6 日、2013 年 1 月 18 日、2013 年 7 月 2 日、2014 年 1 月 16 日、2014 年 7 月 23 日及 2015 年 1 月 22 日出具书面文件证明发行人报告期内已按照有关法律法规的规定，为其员工缴纳了基本养老保险、基本医疗保险、工伤保险、失业保险、生育保险，不存在拖欠社会保险费事项；且报告期内没有受到行政处罚处理。

合肥市住房公积金管理中心出具书面文件，证明合肥多喜爱：“在合肥市住房公积金管理中心建立住房公积金制度，公积金缴存至 2011 年 2 月，缴存比例为 5%，缴存人数为 6 人，期间正常缴存，无违规现象。”

合肥市社会保险征缴中心出具书面文件，核实 2009 年至 2011 年参保情况属实并证明合肥多喜爱：“合肥多喜爱纺织科技有限公司系湖南多喜爱家纺股份有限公司的子公司。该公司与招聘员工均签订了劳动合同，并为招聘员工办理了养老保险、失业保险、医疗保险、工伤保险、计划生育保险五项社会保险。”

上海市公积金管理中心 2015 年 1 月 13 日出具书面文件，证明上海多喜爱：上海多喜爱信息科技有限公司于 2011 年 9 月建立住房公积金账户，为职工缴存住房公积金。经查，该单位开户缴存以来未受到我中心的行政处罚。

上海市宝山区人力资源和社会保障局 2015 年 1 月 14 日出具书面文件，证明上海多喜爱：自 2011 年 6 月 21 日至 2015 年 1 月 13 日期间在本区内未发现劳动用工方面的违法、违规情况，无劳动监察处罚及处理记录，无劳动人事争议仲裁败诉记录。

深圳市住房公积金管理中心 2015 年 1 月 5 日出具书面文件，证明深圳多喜爱于 2012 年 2 月 3 日在该中心开户，在 2012 年 2 月至 2014 年 12 月的缴存时段里没有因违法违规被该中心处罚的情况。

深圳市社会保险基金管理局于 2015 年 1 月 14 日、2014 年 7 月 24 日、2014 年 1 月 6 日出具书面文件，证明深圳多喜爱在报告期内无因违反社会保险法律、法规或者规章而被该局行政处罚的记录。

拉萨市人力资源和社会保障局 2015 年 1 月 30 日出具书面文件,证明多喜爱信息自 2014 年 7 月 1 日至 2015 年 1 月 29 日期间在本区内未发现劳动用工方面的违法、违规情况,无劳动监察处罚及处理记录,无劳动人事争议仲裁败诉记录。

2、公司社保及住房公积金缴纳比例

公司及其子公司为员工提供必要的社会保障计划,公司已按国家、各分公司及子公司所在地有关规定,为符合条件的员工缴纳了养老、医疗、生育、工伤、失业等保险及住房公积金。

报告期末,公司及各子公司的社保及住房公积金缴纳比例分区域情况如下:

项 目		湖南	上海 ²	深圳 ³	西藏
养老 保险	企业	20%	21%	14%/13%	20%
	个人	8%	8%	8%	8%
医疗 保险	企业	7-8% ¹	11%/6%	6.2%/0.6%	10%
	个人	2%	2%/1%	2%/0.2%	2%
工伤 保险	企业	0.5-2%	0.5%	0.4%	0.5%
	个人	-	-	-	-
生育 保险	企业	0.7%	1.0%	0.5%/0.2%	0.8%
	个人	-	-	-	-
失业 保险	企业	2%	1.5%	2%	2%
	个人	1%	0.5%	1%	1%
住房 公积金	企业	10%	7%	5%	5-12%
	个人	10%	7%	5%	5-12%

注 1: 表中所列比例范围是由该省份中不同城市的缴纳比例形成的范围。

注 2: 上海市医疗保险城镇户口缴纳比例企业、个人分别为 11%、2%, 外地农村户口缴纳比例企业、个人分别为 6%、1%; 外地农村户口生育保险、失业保险不参保。

注 3: 深圳市养老保险深户企业缴纳比例为 14%, 非深户企业缴纳比例为 13%; 医疗保险深户企业、个人缴纳比例分别为 6.2%、2%, 非深户企业、个人缴纳比例分别为 0.6%、0.2%; 生育保险深户企业缴纳比例为 0.5%, 非深户企业缴纳比例为 0.2%。

3、公司报告期缴纳社保及住房公积金的总体情况

单位: 万元

序号	项 目	2014 年	2013 年	2012 年
1	养老保险	783.23	774.65	609.83
2	医疗保险	311.17	316.78	236.39
3	失业保险	63.83	68.52	50.44
4	工伤保险	30.85	33.97	25.63
5	生育保险	25.98	26.31	19.38
	五险合计	1,215.05	1,220.23	941.68

6	住房公积金	152.63	169.97	163.47
	合计	1,367.68	1,390.20	1,105.15

报告期内，发行人为员工缴纳的社会保险及住房公积金共计 3,863.03 万元。

4、公司报告期缴纳住社会保险及住房公积金的明细情况

报告期内，公司社保及住房公积金缴纳情况如下：

单位：万元

项目	期末缴纳人数	应缴纳人数	当期应缴纳金额	当期实际缴纳金额
2014 年 12 月 31 日/2014 年度				
养老保险	1,110	1,110	783.23	783.23
医疗保险	1,107	1,107	311.17	311.17
失业保险	1,050	1,050	63.83	63.83
工伤保险	1,119	1,119	30.85	30.85
生育保险	1,051	1,051	25.98	25.98
住房公积金	627	856	208.38	152.63
2013 年 12 月 31 日/2013 年度				
养老保险	1,599	1,599	774.65	774.65
医疗保险	1,598	1,598	316.78	316.78
失业保险	1,546	1,546	68.52	68.52
工伤保险	1,632	1,632	33.97	33.97
生育保险	1,543	1,543	26.31	26.31
住房公积金	861	1,215	239.85	169.97
2012 年 12 月 31 日/2012 年度				
养老保险	1,557	1,622	635.29	609.83
医疗保险	1,557	1,622	246.26	236.39
失业保险	1,501	1,561	52.46	50.44
工伤保险	1,591	1,639	26.40	25.63
生育保险	1,498	1,561	20.20	19.38
住房公积金	827	1,280	253.01	163.47

报告期内，2014 年、2013 年及 2012 年公司员工人数分别为 1,192、1,691 及 1,792 人。各期期末缴纳人数与期末人数产生差异的主要原因为以下几点：

(1) 社保缴纳人数差异

①公司缴纳政策变化

2012 年公司执行员工转正后参保的政策，因而 2012 年公司社保应缴纳人数多于已缴纳人数。2013 年起公司对员工社保缴纳进行规范，自员工入职之日起

30个工作日内即为其办理社会保险缴存手续，上述情形得到消除；

②末月入职员工统计差异

因末月新入职员工社保应于次年开始缴纳，社保应缴纳人数中扣除了该部分员工统计，因而社保应缴纳人数少于期末员工总数。

(2) 住房公积金缴纳人数差异

①非城镇常住户口职工自建房产

根据《中华人民共和国土地管理法》及相关法律法规的规定，农村居民可以通过在宅基地建筑房屋以满足基本住房需求。根据《湖南省职工住房公积金制度实施办法》，湖南省未强制各单位、企业为非城镇常住户口职工办理缴纳住房公积金。公司员工中有部分员工系非城镇常住户口，该部分员工选择宅基地上的自建房产解决居住需要，公司尊重该部分员工的真实意愿和实际利益，没有为该部分员工缴纳住房公积金；

②退休、内退及实习生

公司员工中存在部分员工为退休返聘人员或是原单位负责缴纳住房公积金的内退人员或为未毕业的实习生的情况，公司无需为该类员工缴纳住房公积金。

③参保新农合或自行购买

公司员工中存在部分员工参保新农合或已自行购买了住房公积金的情况，公司无需为该类员工缴纳住房公积金。

④已申请离职但手续还未办妥

公司期末存在少量员工已申请辞职并办理住房公积金转移但还未实际解除劳动关系的情况，公司无需为该类员工缴纳住房公积金。

(3) 缴纳情况说明

①社会保险缴纳情况

报告期内除 2012 年外，公司为全员缴纳了社会保险。

②住房公积金缴纳情况

2014 年应缴 856 人，实缴 627 人，差额为 229 人，形成上述差额的主要原

因系公司执行门店销售政策需要招聘大量销售人员，该类员工流动性较强，入职后未及缴纳即离职的情况较为常见，公司无法为该类人员继续缴纳住房公积金。

(4) 报告期各期公司应补缴五险一金金额与各期净利润对比情况

报告期内，经测算的公司各期应缴未缴金额与各期净利润的对比情况如下：

单位：万元

期间	社会保险及住房公积金 合计应缴未缴数额	当期净利润	应缴未缴数额 占当期净利润比例
2014年	55.75	4,520.49	1.23%
2013年	69.88	6,041.29	1.16%
2012年	89.54	8,067.67	1.11%

5、公司实际控制人出具的承诺

发行人实际控制人陈军、黄娅妮夫妇就报告期内发行人社保及住房公积金规范缴纳的相关事宜出具承诺：如果根据有权部门的要求或决定，发行人需要为员工补缴本承诺函签署之日前应缴未缴的社会保险金和住房公积金，或因未足额缴纳需承担任何罚款或赔偿责任，发行人控股股东及实际控制人陈军先生、黄娅妮女士将足额补偿发行人因此发生的支出或损失。

6、保荐机构及律师核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：发行人已依法办理了社保和公积金登记，并缴纳了社会保险费用和住房公积金。在报告期内，发行人存在未足额缴纳住房公积金及社保情形，实际控制人已承诺如存在补缴、赔偿、处罚等其他潜在风险，均由其承担相关责任，故对本次发行不构成实质性影响。

十一、本公司主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及履行情况

(一) 避免同业竞争的承诺

为避免同业竞争损害公司及其他股东的利益，公司控股股东、实际控制人陈军、黄娅妮、持有5%以上股份的股东达晨财信以及全体董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均出具了《避免同业竞争承诺函》，已经采取有效措施避免与发行人产生同业竞争，具体承诺如下：

1、本人/本公司目前没有直接或间接地从事任何与多喜爱股份实际从事业务存在竞争的任何业务活动。自承诺函签署之日起，本人/本公司及本人/本公司参股、控股、担任董事或高级管理人员的公司或企业将不会直接或间接地以任何方式（包括但不限于独资经营、合资经营和拥有在其他公司或企业的股票或权益）从事与股份公司的业务有竞争或可能构成竞争的业务或活动。

2、本人/本公司及本人/本公司参股、控股、担任董事或高级管理人员的公司或企业将来不会以任何方式从事或参与生产任何与股份公司产品相同、相似或可能取代股份公司产品的业务活动；如从任何第三方获得的商业机会与股份公司经营的业务有竞争或可能竞争，则将立即通知股份公司，并将该商业机会让予股份公司；不利用任何方式从事影响或可能影响股份公司经营、发展的业务或活动。

3、本人/本公司及本人/本公司参股、控股、担任董事或高级管理人员的公司或企业将严格和善意地履行其与股份公司签订的关联交易协议，该等关联交易价格公允，不会损害股份公司及其他股东利益。本人/本公司承诺将不会向股份公司谋求任何超出上述协议规定以外的利益或收益。

4、如果本人/本公司违反上述声明、保证与承诺，并造成股份公司经济损失的，本人/本公司同意无条件退出竞争并赔偿股份公司相应损失。

截至本招股说明书签署日，上述承诺均严格履行。

（二）流通限制和锁定股份的承诺

为了避免损害公司及其他股东的合法利益，保证公司存续的稳定性、延续性，公司股东及相关董事、监事、高级管理人员已分别做出股份锁定承诺，具体情况请参见本招股说明书本节之“八、发行人股本情况”之“（七）本次发行前各股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺”。

（三）持股 5%以上股东的持股意向及减持意向

发行人控股股东及持股 5%以上的股东针对未来持股意向及减持意向均作出承诺，具体内容参加本招股说明书“重大事项提示之三、持股 5%以上股东的持股意向及减持意向”。

（四）股价稳定预案的承诺

为维护公众投资者的利益，公司及其控股股东、董事及高级管理人员承诺，

如果首次公开发行上市后三年内公司股价出现低于每股净资产的情况时，将启动稳定股价的预案，具体情况参加本招股说明书“重大事项提示之六、公司股票上市后三年内股价低于每股净资产时稳定股价的预案”。

（五）关于赔偿投资者损失承诺

发行人及发行人控股股东、实际控制人、发行人全体董事、监事、高级管理人员作出了关于赔偿投资者损失承诺，具体情况详见本招股说明书“重大事项提示之二、招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺”。

（六）发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员未能履行公开承诺的约束措施

发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员将切实履行已作出的承诺，如未能履行承诺的，则接受以下约束措施：

（1）在有关监管机关要求的期限内予以纠正；（2）给投资者造成直接损失的，依法赔偿损失；（3）有违法所得的，按相关法律法规处理；（4）如该违反的承诺属可以继续履行的，将继续履行该承诺；（5）其他根据届时规定可以采取的措施。

发行人董事、监事、高级管理人员承诺不因职务变更、离职等原因而放弃履行已作出的承诺，未经公司许可，该等人员离职后二年内不从事与公司相同或相似业务的工作。

第六节 业务和技术

一、发行人主营业务、主要产品及变化情况

(一) 发行人主营业务

发行人是一家家用纺织品企业，报告期内主要从事以套件类产品（含枕套、被套、床单、床笠等）、芯类产品（含枕芯、被芯）为主的家纺用品的研发设计、委托加工的组织、品牌推广、渠道建设和销售业务，并一直致力于新材料面料的应用研发和生产业务。

发行人的主要产品为“多喜爱”品牌床上用品。公司产品定位于二、三线城市的中高端市场，主要面向年轻消费群体。经过多年经营和发展，公司在该区域市场已建立了深入、广泛的销售渠道网络，形成了差异化的竞争优势。近年来，随着电子商务的蓬勃发展，公司结合自身产品情况与目标客户需求，逐渐摸索出了一套行之有效的网络营销方式，在网络销售渠道的建设上也取得了长足的进步。公司一直着力打造“时尚家纺”概念，在产品风格上通过主题、色彩、花型等方式突出时尚、新潮的品牌内涵，并始终坚持对产品功能性的开发和提升，通过各种技术手段有效提高了产品的抗菌、防霉和保健等功能，对细分市场的目标受众具有较强的品牌粘性。“多喜爱”品牌的内涵主要可归纳为时尚、简约、年轻，被国家工商行政管理总局认定为“中国驰名商标”，公司曾荣获中国纺织工业协会 2011 年度产品开发贡献奖、瑞士纺织信心认证、湖南省科技进步二等奖、清科-2011 年度中国最具投资价值企业 50 强、湖南省名牌产品、湖南省企业质量信用 AAA 级企业等国内外多项荣誉和资质认证。公司目前还担任全国卫生产业企业管理协会抗菌产业分会理事单位，负责主持制订《含银抗菌溶液》行业标准。

(二) 发行人主要产品情况

公司经营的主要产品为床上用品类家纺产品，主要分类如下：

产品类别	产品明细
套件类	包括床罩、床单、床笠、被套、枕套等单件组成的产品组合
被芯类	根据填充材料的不同，分为天然纤维类、科技纤维类和混合纤维类，如羊毛被、蚕丝被等
枕芯类	根据是否具备特定功能，分为保健枕、记忆枕和通用枕；还可根据枕芯填充物的厚薄，分为高枕、中枕和低枕
夏凉类	包括空调被、凉席、凉枕和蚊帐等产品

家饰类	包括软垫、毯类、散件、抱枕、配饰等产品
-----	---------------------

公司按照产品的风格、市场定位、价格等因素，在各类别产品下划分了不同系列，以满足不同消费者的需求。公司产品分为经典类、格调类、风尚类和婚庆类等系列产品，以不同的花色、设计、款式和色彩来表现不同的主题风格，从而满足各个细分市场的差异化需求。公司多系列的产品线既能较大广度的覆盖不同需求的消费群体，又能合力塑造并受益于“多喜爱”这一品牌，取得了良好的市场反馈。

（三）发行人主营业务变动情况

报告期内，公司一直致力于家用纺织品的研发设计、委托加工的组织、品牌推广与渠道建设等业务，并坚持新材料的自主研发和生产，积极打造自有品牌，自身研发实力、资金实力及销售渠道实力不断加强。报告期内，公司主营业务未发生变化。

二、发行人所处行业基本情况

发行人主营业务属于家用纺织品行业。

家用纺织品行业，与服装用纺织品业、产业用纺织品业共同构成了现代纺织品行业的三大支柱子行业。

在家用纺织品行业中，根据产品终端用途的不同，又可分为“床、巾、绒、厨、帕、帘、艺、毯、线、袋”等十大类产品。其中，床用纺织品类是家用纺织品行业中最为核心的组成部分，年产值约占家纺工业总产值的三分之一以上。

据国家统计局统计，2013年我国家用纺织品行业1,810家规模以上企业实现主营业务收入2,611.90亿元，比2012年增长8.1%¹。在国内宏观经济持续向好、居民收入持续增长及其所带动的消费升级等相关因素的驱动下，家用纺织品行业已经成为纺织行业中潜在市场空间最大、市场规模增长最快的子行业。

（一）行业主管部门、监管体制及主要政策、法律法规

1、行业管理体制

我国家用纺织品行业的行政主管部门是国家发展与改革委员会及其各地分

¹ 《中国纺织工业发展报告 2013-2014》

支机构，行业自律管理机构是中国家用纺织品行业协会和各地方协会。具体职责分布情况如下：

管理机构	主要职责
国家发改委	负责产业政策的制定，研究制定行业发展规划，指导行业结构调整，实施行业管理，参与行业体制改革、技术进步和技术改造、质量管理等工作。
工信部	制定并组织实施工业行业规划、计划和产业政策，提出优化产业布局、结构的政策建议等。
中国纺织工业联合会	制定行规行约，规范行业行为，建立行业自律机制，维护行业利益；向企业提供信息、咨询服务；综合协调纺织各行业之间经济技术关系，促进行业结构调整和产业升级，推动横向经济联合与协作；组织开展行业对外技术经济协作与交流等。
中国家用纺织品行业协会	负责产业及市场研究，主持同业开展协作和咨询服务，推动行业发展，提高行业开发新产品、开拓市场能力；负责行业自律管理并代表会员企业向政府部门提出产业发展建议及意见等。

目前，国家发改委和中国家用纺织品行业协会对行业的监管主要限于宏观层面，如规划行业前景、制定产业政策等；企业的业务管理及生产经营活动由企业基于市场化方式自主运作。

2、行业主要政策

家用纺织品行业是我国的传统支柱产业，是国家产业政策重点支持的行业，现有的产业政策均体现了国家鼓励、支持发展家用纺织品行业的战略思路。

《纺织工业调整和振兴规划》（2009）提出“稳定国内外市场、提高自主创新能力、加快实施技术改造、淘汰落后产能、优化区域布局、完善公共服务体系、加快自主品牌建设、提升企业竞争实力”等八项主要任务，并明确“加大对纺织企业的金融支持”。

《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》（2009）指出：“树立自主品牌意识，制定企业自主品牌发展规划”、“实施自主品牌重点工程”，并明确提出：“鼓励符合条件的自主品牌服装、家纺企业上市、发行债券，利用资本市场直接融资”。

《建设纺织强国纲要（2011-2020年）》（2011），确定以培育一批“知名产品品牌”、“知名企业品牌”、“知名区域品牌”和“知名国际品牌”为重点，推进品牌强国建设，并开展企业品牌培育试点和服装家纺重点跟踪服务等工作。

《纺织工业十二五规划》（2012）提出：“以服装和家纺行业为重点实施品牌建设工程。制定我国服装家纺品牌发展战略，建立品牌企业统计、跟踪、评价体系，建立我国纺织服装品牌数据库。按照‘公开、公平、公正’原则，开展品牌企业评价工作，重点跟踪和培育创新能力强、市场覆盖面广、市场占有率高、企业盈利能力强的 100 家左右服装家纺品牌企业。加快推进我国服装家纺品牌国际化进程，争取尽快形成一批国际化服装家纺品牌”，并明确指出“优先支持新型纺织纤维材料、高端纺织装备、产业用纺织品、品牌服装和家用纺织品企业上市融资，积极支持企业创新能力和品牌运作能力”。

3、行业主要法律、法规

目前，我国已颁布的涉及家用纺织品行业的强制性国家标准主要有 GB18401—2010《国家纺织产品基本安全技术规范》、GB5296.4—1998《消费品使用说明纺织品和服装使用说明》、GB18401—2010《纺织品甲醛含量的限定》和 GB18383—2007《絮片纤维制品通用技术要求》、GB/T 22844-2009《配套床上用品》、GB/T 22843-2009《枕、垫类产品》、GB/T 24252-2009《蚕丝被》、GB/T 23114-2008《竹编制品》、GB/T 22796-2009《被、被套》、GB/T 22797-2009《床单》等。行业标准主要有 FZ/T 81005-2006《绗缝制品》、FZ/T 62014-2009《蚊帐》、FZ/T 62013-2009《再生纤维素纤维凉席》、FZ/T 61005-2006《线毯》、FZ/T 61002-2006《化纤仿毛毛毯》、FZ/T 01099-2008《纺织颜色体系》、FZ/T 01009-2008《纺织品织物透光性的测定》、FZ/T 01119-2013《纺织行业品牌培育管理体系通用要求》²等。

发行人采取特许经营模式拓展销售渠道。目前，我国已颁布的涉及特许经营的法规主要包括《商业特许经营管理条例》、《商业特许经营备案管理办法》、《商业特许经营信息披露管理办法》等。

（二）行业发展概况及趋势

1、国际家用纺织品行业发展概况

根据中国家用纺织品行业协会的统计，在欧美发达市场，家用纺织品、服装用纺织品和产业用纺织品的消费量约各占三分之一左右，全球家纺市场的容量约

² 《纺织行业品牌培育管理体系通用要求》由中国纺织工业联合会组织起草，由工信部于 2013 年 10 月 17 日发布，2014 年 3 月 1 日正式实施。

为数千亿美元。目前，发达国家的家用纺织品行业已形成清晰的品牌格局，以 ZUCCHI（素琦）、TRUSSARDI（楚萨迪）、ESPRIT（埃斯普利特）等为主要代表的家纺企业具备鲜明的产品设计风格，整个行业已进入成熟阶段。

近年来，随着全球电子商务的快速发展，电子商务在经济活动中的地位和作用越发凸显。随着网购人群的不断扩大，也催动着家用纺织品行业电子商务的飞速发展。近几年来，消费者购买家纺的渠道，也出现从线下终端向线上电子商务逐渐迁移的趋势，家纺电子商务市场蕴含着广阔商机。

2、我国家用纺织品行业发展概况

（1）我国家用纺织品行业概况

当前，我国家用纺织品行业正处于快速成长阶段。

在过去较长的一个历史时期，我国生产力发展与国民收入状况均处于相对较低的水平，家纺用品作为广大人民群众必需的生活资料，其主要功能是为了简单满足消费者基本的功能性需求，消费者的主要诉求集中在家纺产品的质量、价格等基本要素上，家纺用品的平均使用年限较长，整个行业的发展相对滞后。

近年来，随着我国经济的高速发展，人民物质生活水平得到了较大提高，居住条件也显著改善。在宏观经济持续向好的背景下，国家陆续出台调高个税起征点、消费补贴、城镇化建设等多项政策措施，有力地推动了我国从投资拉动型经济增长方式逐步向消费拉动型经济增长方式的转变进程。随之而来的消费结构升级正全面改变普通百姓的生活方式，启动消费拉动经济成为未来宏观经济发展形势的一个重要方向。作为我国的传统支柱产业之一，纺织及家用纺织品行业的发展机遇正是孕育在这一历史背景之中。当前，家纺用品已开始从功能单一的日常生活必需品，逐渐成为人们改善生活质量、美化家居环境的重要手段，消费者对家纺用品的品牌、设计等产品附加价值给予更多的关注，也更加重视产品所带来的时尚潮流、感官体验等心理性要素。家纺用品的平均使用年限开始缩短，消费者逐渐习惯根据季节、气候、家饰搭配、家居风格等方面的因素对家纺用品进行定期的更新换代，结合住房条件的改善、婚庆市场的发展、旅游行业的兴盛等多因素的作用，家纺用品市场容量迅速扩容，特别是广大二、三线城市市场发展迅猛，行业发展前景广阔。

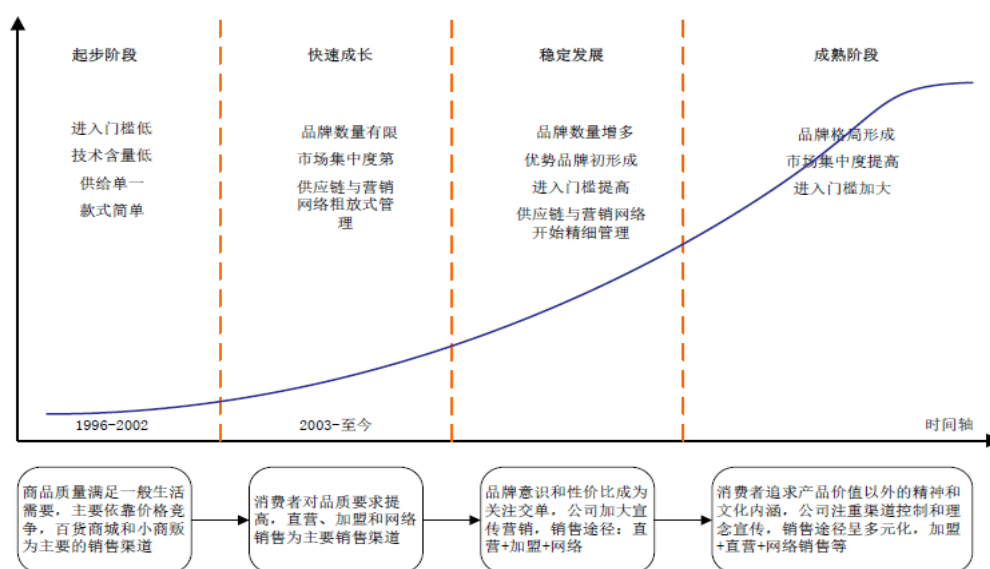
从 2003 年至 2012 年底，我国家用纺织品行业总产值不断扩大，一直维持增

长态势。2013年，受我国经济增长减速的影响，行业生产指标增速放缓，但行业总体运作比较平稳。据国家统计局统计，2013年我国家用纺织品行业1,810家规模以上企业实现主营业务收入2,611.90亿元，比2012年增长8.1%。

（2）我国家用纺织品行业现阶段的基本特征

从我国改革开放至今，家用纺织品行业在总产值不断提高的同时，产业结构也已经发生了深刻的变化，行业生产力显著提高，自主品牌意识不断加强。

从家用纺织品行业的一般发展规律来看，主要可以划分成以下四个阶段：



目前，我国家用纺织品行业正处在快速成长阶段，家纺企业快速发展，企业规模迅速扩大，生产效率不断提高，自主品牌正在逐渐形成，行业内的龙头企业积极寻求利用自身优势进行全面布局。

根据中国家用纺织品行业协会的调查，按发达国家的消费习惯，服装、家用纺织品、产业用纺织品三类消费应各占市场消费总量的三分之一。我国目前的家用纺织品消费仍然低于这一标准，从国内外家纺用品消费的现实差距以及未来发展趋势来看，我国家用纺织品行业有着巨大的发展空间。目前，我国家用纺织品行业在品牌经营及渠道建设方面仍然存在较大的不足与短板：

首先，家用纺织品行业的市场集中度仍然较低，品牌培育和行业整合处于较低级阶段，无品牌产品仍占据较大的市场空间，主要品牌家纺企业的市场份额仍

然较低；市场声誉稳定的品牌格局的形成，还需要一个时期的发展过程。目前，虽然国内已经涌现出一系列品牌家用纺织品企业，初显家用纺织品行业品牌格局，如罗莱、富安娜、梦洁、多喜爱等，但无论是在绝对数量上，还是在市场占有率上，相较于全国数千家家纺企业仍显单薄。

其次，渠道网点呈现出较强的区域性。罗莱家纺股份有限公司（证券简称“罗莱家纺”，证券代码：002293）、深圳市富安娜家居用品股份有限公司（证券简称“富安娜”，证券代码：002327）和湖南梦洁家纺股份有限公司（证券简称“梦洁家纺”，证券代码：002397）等家用纺织品行业上市企业的渠道数量，仍然远低于国内服装、运动、鞋类等行业的龙头公司，门店建设存在较大提升空间。家用纺织品行业还没有出现占绝对优势的领导企业，销售分布表现出一定的区域性，发行人的销售主要集中在华中和华东地区的二、三线城市，罗莱家纺的销售主要集中在华东地区，富安娜的销售主要集中在华南和华东地区，梦洁家纺的销售则主要集中在华中区域。

再次，目前家纺企业的营销渠道布局多集中在一、二线重点城市，渠道下沉力度仍显不足，纵观整个家纺市场，地级市、县级市乃至乡镇一级的地区仍然存在较大的市场真空区域。

综上所述，可以预见，国内家纺市场的行业集中度在未来几年将会逐渐提高，二、三线城市等市场区域具有较大的发展潜力。发行人一直坚持渠道下沉的策略，专注于二、三线城市市场的开发和经营，在渠道建设、品牌塑造、产品风格和人员培训等各方面均具备了较为明显的先发优势。

3、未来发展趋势

我国家用纺织品行业在未来 5-10 年中仍将处于快速成长阶段。家纺企业之间的竞争，将逐步从简单的产品竞争向更高层次的品牌运营管理竞争过渡。

在这一进程中，家用纺织品行业的发展趋势可以概括为以下三个方面：

（1）购买偏好从无品牌消费转向品牌消费

目前，国内家纺企业的增长方式仍然主要依靠于产品品质的提升和营销渠道的扩张，但建立在品牌基础之上的质量、文化、时尚等众多因素的差异化优势在竞争中的作用正日益趋于明显。近些年来，随着我国居民收入的不断提高，消费

结构升级趋势已经愈发明显。消费者对家纺用品的质量要求不断提高，已经不仅仅停留在对生活起居等基本功能的满足上，而更要求家纺产品与消费者的生活方式和审美文化相吻合，对家纺产品设计、面料选择甚至生态和保健功能提出越来越多的要求。良好的家纺品牌越来越受到广大消费者的青睐。可以预见，品牌将逐渐成为未来赢得市场的重要决定性因素，经营品牌、提升品牌将成为家纺企业建立核心竞争力的重要内容。而建立有效的营销网络，传播产品的差异化、个性化特质，充分发挥品牌的市场影响力，也将成为企业提高盈利能力的有力保障。

（2）渠道经营从粗放式管理转向精细化管理

近些年来，我国家用纺织品行业的渠道经营策略主要是通过迅速发展加盟商、铺占直营网点来进行跑马圈地、抢占市场。家纺企业渠道经营理念的核心在于迅速、高效、低成本的占领市场，有效的拓展自身销售渠道和网点的广度，为自身产品打开销路，从而提升市场占有率和盈利能力。未来，随着优势家纺企业的规模不断壮大，以及家纺市场格局的逐渐固化，家纺企业在特定区域的优势将日益明显，二、三线城市的空白市场也将逐步被开发、占领。在市场格局基本稳定后，精细化的渠道经营模式势必取代粗放式的经营模式，重视渠道规划和布局、在企业 and 渠道之间建立动态共享的信息平台、强化渠道的品牌传播力等精细化管理手段，将成为优势企业保持自身竞争优势、维护自身市场地位以及提高盈利能力的重要手段。

（3）产品设计从基本性需求转向功能性需求

作为消费者日常家居生活的必需品，家纺用品的质量、特点及其功能性是决定产品竞争力的核心要素。近年来，在欧美发达国家，功能性家纺产品发展迅速，在整个家用纺织品行业中占据了越来越重要的地位。在我国，由于功能性家纺产品起步较晚，其开发和推广相对较为缓慢滞后，高技术含量产品较为缺乏。随着我国人民生活水平的提高，消费者的消费观念逐渐转变，对产品功能性的重视程度日益提高，对家纺产品的要求已不再局限于保暖、舒适等原有的基本特性。根据家纺产品的不同用途，人们还希望其具有保健、防护等特殊功能，如轻柔、透气、排汗、抗菌、防螨、防紫外线、防毒、阻燃、防辐射、香薰、磁疗、吸湿、防油防水等。家纺产品的面料也从以传统的纯棉、真丝为主，发展为更多地采用竹纤维等新型面料。功能性家纺产品特有的高科技含量与高附加值将成为我国家用纺织品行业一个新的经济增长点。

(4) 购买渠道从线下店铺转向线上线下相结合

近年来,随着我国信息基础设施建设步伐加快,带动信息消费快速增长,信息网络基础设施进一步完善,应用服务水平不断提升。根据国家工信部统计数据,2014年我国信息消费整体规模达到2.8万亿元,比上年增长18%。电子商务交易规模约12.3万亿元,比上年增长21.3%。由于受到电子商务的不断冲击和影响,传统家纺线下渠道显示出地域限制、价格限制、购物便捷限制等因素,家用纺织品电商市场巨大的消费潜能已经被逐渐释放出来。目前,电子商务对家用纺织品行业的推动作用已初见端倪,但是就当前的市场环境而言,由于拓展网络渠道对家纺企业的电子商务技术与管理能力要求较高,加之当前多数企业对电子商务的认识较为局限,我国家用纺织品电商市场仍然处于起步阶段。

(三) 行业发展的有利因素及不利因素

1、有利因素

近年来,我国的家用纺织品行业发展迅速,行业前景广阔。家纺企业规模的扩大、研发水平的提高以及企业间的良性竞争,将成为家用纺织品行业发展的内生性推动力,结合国家政策的支持、住房条件改善、婚庆需求以及旅游需求等多重外部推动力的共同作用,将为家用纺织品行业的进一步发展创造有利条件。

(1) 市场容量的扩大

随着我国城市化进程的不断推进,家用纺织品行业的市场容量将持续扩大。根据发达国家的发展轨迹来看,随着工业化、城市化的进程会进一步加快,居民的消费类型和消费行为也会发生重大转变。过去,我国消费者对家纺产品消费习惯较为传统,和服装相比,床品、被褥等家纺产品的使用周期相对较长。随着国民经济的持续增长所带来的人均消费支出的不断提升、消费习惯的不断调整、消费方式的不断转变,家纺用品购买更新速度也随之加快。家纺产品正在从普通消费产品形态向家居生活文化元素方向悄然转变,这种不可逆转的消费趋势将进一步推动我国家纺产品的需求增长。

(2) 国家政策的支持

纺织工业是我国国民经济的传统支柱产业和重要的民生产业,也是国际竞争优势明显的产业,在繁荣市场、扩大出口、吸纳就业、增加农民收入、促进城镇

化发展等方面发挥着重要作用。

《纺织工业十二五规划》、《纺织工业调整和振兴规划》、《建设纺织强国纲要（2011-2020年）》和《关于加快纺织行业结构调整促进产业升级若干意见的通知》对我国纺织行业，包括家用纺织品行业的产业发展的总体要求和方向做出了明确的部署，要求纺织行业按照保增长、扩内需、调结构的总体要求，稳定纺织工业国际市场份额，扩大国内市场消费需求，以自主创新、技术改造、淘汰落后、优化布局为重点，推动纺织工业结构调整和产业升级，巩固和加强纺织工业就业惠农的支撑地位，推进我国纺织工业实现由大到强的转变。国家政策强有力的支持，为家用纺织品行业的发展提供了极为有利的发展环境和发展空间。

（3）住房条件的改善

我国居民住房条件的不断改善和人均居住面积的不断增加，为家用纺织品行业的迅速发展提供了契机。据有关研究表明，约有82%的中国消费者在装修或乔迁新居时会购买各类家用纺织品来装饰住所³。从1998年到2012年，我国城镇人均住房建筑面积从18.7平方米提高到了32.9平方米⁴，人均住房面积的不断提

（4）婚庆需求的拉动

我国历来有婚庆消费家纺用品的习俗。婚庆市场的消费则与当前的适婚年龄有关，根据全国人口的抽样调查，2003-2008年中国25-39岁的人口占比保持在23%以上，即有近3亿的适婚人口。目前我国正进入80年代“婴儿潮”出生人群的结婚高峰期。据国家民政部统计，2013年我国登记结婚达1,346.90万对，假定每对新婚夫妇在家纺用品方面消费1,000元，仅此项每年将带来130亿元的销售额。可见，庞大的婚庆需求将在一定时期内持续拉动家纺产品的消费。

（5）新材料的应用

近些年来，家用纺织品行业注重研发，新产品新面料更新换代的速度明显加快，功能性产品开发研制注重健康、生态、环保、抗菌等功能，轻柔、保暖、透气、排汗等舒适度体验大为提高，使人们的生活更健康、更舒适、更环保。除此

³资料来源：杨东辉，《中国家纺产业现状与市场占有率分析》

⁴资料来源：住房和城乡建设部网站

之外，家纺企业也愈发注重产品的时尚性、艺术性，文化、艺术、色彩等要素成为赢得消费者的内涵特性。家纺产品需要通过塑造品牌内涵、加速产品升级换代等方式，以满足消费者日益提高的需求。

（6）酒店业发展的带动

差旅人员的增多加大了对酒店住宿的需求，由此产生了酒店对家纺产品的需求。中国的旅游行业在近年迎来了发展拐点，表现在旅游人数和旅游收入增速加快，由此导致了酒店对家纺产品的需求增加。《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》中提出到 2020 年，境内旅游总消费额达到 5.5 万亿元，城乡居民年人均出游 4.5 次，旅游业增加值占国内生产总值的比重超过 5%⁵，旅游业的快速发展使人们对酒店的要求有所提高，激烈的竞争也必将促使酒店在家纺产品的投入有所增加。

2、不利因素

（1）行业竞争程度加剧

由于我国家用纺织品行业门槛较低，家纺企业众多，且大多数企业规模较小、产品质量参差不齐、研发能力不足、自主创新能力和品牌意识不强、渠道销售能力有限，导致了低水平重复建设的现象较为严重，低端产品生产能力过剩。为了维持生存和发展，许多中小企业模仿国内外名牌企业和市场流行的产品设计，并采取廉价倾销、打价格战的营销方式，使得行业内市场竞争加剧，也影响了行业整体水平的提高。

（2）经营管理水平相对落后

目前，我国很多家纺企业的经营理念落后、管理水平较低，缺乏合理有效的产品研发、自主创新、运营管理和员工激励等机制。大部分中小规模的家纺企业品牌意识淡薄、营销策略单一，不注重打造自主品牌和提升产品附加值，而仅以简单的生产、加工或销售为主，严重影响了国内家纺企业及其产品在国内外市场上的竞争力，也导致了大多数国内传统家纺企业在新产品开发和产品结构调整方面越来越难以满足消费者日益发展、日趋复杂的需求，从而导致了低附加值产品比例较高、高端产品严重不足的现象，这种落后的产品供应结构与市场需求难以匹配。

⁵ 《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》由国务院以国发〔2014〕31 号于 2014 年 8 月 9 日印发

（四）行业竞争状况

1、行业竞争格局

我国家用纺织品行业的行业集中度较低，优势企业占家纺市场总量的份额有限，低端产品及无品牌产品仍然占据着广泛的市场空间及较大的市场份额。我国家纺企业普遍具有较强的地域性，全国性的绝对优势企业尚未出现。

目前，我国家纺企业特别是中小规模的企业数量众多，且每年还在不断增加，激烈的竞争加之企业有限的实力，客观上造成了产品质量参差不齐、低端产品生产能力过剩。许多中小企业模仿国内外名牌企业和市场流行的产品设计，并采取廉价倾销、打价格战的营销方式来获取竞争优势。优势企业则已经在各自区域内取得一定优势，正在着眼于全国性的布局，但整体格局尚未完全形成。在中高端市场，由于壁垒较高，竞争环境相对规范，竞争激烈程度也相对较宽松。中高端家纺市场的竞争，主要体现在品牌效应以及其所代表的产品质量、功能和服务意识等要素的竞争上。从现阶段来看，一方面，优势企业加大资金的投入，积极展开销售渠道的网点布局，并不断加强对渠道的控制力；另一方面，优势企业也更加重视通过产品创新、新材料研发等手段来进行品牌内涵的塑造，为产品注入个性化、差异化的特征，从而获得竞争优势。

2、行业进入壁垒

总体而言，家用纺织品行业进入壁垒相对较低。服装企业、面料企业等相关或上下游企业也较易利用自身优势进入，目前数量众多的中小规模家纺企业的存在也印证了这一情况。但是，行业中的优势企业在品牌塑造、设计研发、运营水平和渠道网络等方面所具备的竞争优势，形成了行业外企业跻身家用纺织品行业中高端市场的障碍和壁垒。

（1）品牌壁垒

品牌承载了产品的质量、功能和风格等要素。一个优秀的品牌需要长时间的经营和塑造才能形成，而一旦品牌塑造成功，则会对同行业的其他产品构筑起一道无形的壁垒。当前，在越来越重视产品风格和功能性特征的家纺用品市场，品牌产品的优势日趋明显。由于消费者对品牌的认知度需要长时间的积累，所以新进入者将很难在短期内建立起新的强势品牌。

（2）渠道壁垒

渠道作为直接面对消费者进行销售的终端环节，对于企业的盈利能力具有重要作用。渠道网点的广度和深度，直接影响到企业营业收入的实现。建立广泛、稳定的渠道网络，不仅需要资金的投入，更需要企业在长期的经营过程中逐步积累、汰劣存优。市场新进入者很难在短时间内建立起较强的渠道销售能力，所以，销售渠道的建设也成为本行业的进入壁垒之一。

（3）管理能力壁垒

发行人及行业内的上市企业，如罗莱家纺、富安娜和梦洁家纺，均采用特许加盟经营的模式来拓展渠道网点。分布区域广阔、数量众多的门店对企业的管理能力提出了较高的要求。从研发设计、打样订货、组织生产、存货管理、物流配送到售后服务，每个环节都要求完善的质量控制体系和高效的供应链运营体系来支撑。任何一个环节的失误和错漏均有可能造成市场机会的错失或品牌美誉度的降低。打造高效的管理运营体系，不仅需要大量资金的投入，还需要企业在长期运作的过程中不断调整和完善。对于大多数中小规模家纺企业来说，运营能力的缺陷难以在短时间内得到质的提升。

（4）研发能力壁垒

家纺产品是否具有独树一帜的风格和个性化的特征，是否能获取较高的附加值，很大程度上取决于企业的研发设计能力。目前国内的大部分家纺企业缺乏自主创新能力，在研发设计水平上较为落后，难以创造出具有较高艺术审美价值的产品，一些规模较小的企业甚至基本采用照搬照抄市场上现有产品的方式来组织生产经营。消费者日益提高的需求和大部分家纺企业较弱的研发设计能力之间的矛盾已成为家纺市场上的主要矛盾之一。研发设计能力的薄弱成为制约大部分家纺企业取得长足发展的重要因素。

3、市场供需关系和行业利润

（1）市场供应

从市场供应来看，2003年至2012年底，我国家用纺织品行业总产值不断扩大，一直维持增长态势。2013年，受我国经济增长减速的影响，行业生产指标增速放缓，但行业总体运作比较平稳。据国家统计局统计，2013年我国家用纺

织品行业 1,810 家规模以上企业实现主营业务收入 2,611.90 亿元，比 2012 年增长 8.1%。

（2）市场需求

从国内市场来看，近年来，受我国宏观经济持续向好、居民可支配收入不断提高以及住房条件不断改善等因素的带动，国内市场对家用纺织品的需求大幅度提升。目前，我国家纺消费量相对发达国家而言仍然较低，在发达国家中，家用纺织品消费约占纺织品总量的三分之一，特别是美国和日本，家用纺织品消费的比例更高达 40%左右⁶，已超过服装用纺织品成为纺织品行业第一大消费领域。随着我国城市化进程的不断深化和人民生活水平的持续提高，家纺产品的需求存在巨大的增长空间。

从出口贸易来看，据统计，2013 年我国家纺产品出口金额达 399.80 亿美元，比上年增长 9.4%，再创历史新高⁷。美国、欧盟市场的恢复增长、新兴经济体市场需求的持续向好等利好因素为我国家纺企业在全世界家纺贸易中获得更大的市场份额提供了有利的契机。

（3）行业利润

我国家用纺织品行业的利润水平差异较大。一般而言，经营低端家纺产品的企业利润率较低，据国家统计局统计，2013 年我国 1,810 家规上企业利润率为 6.0%，同比增加 0.1%⁸，而经营较高附加值的中高端产品的企业利润率较高，可达 10%左右。

（五）行业与上下游行业之间的关联性及其影响

1、行业与上游行业之间的关联性及其影响

发行人所处的家用纺织品行业，其上游行业包括面、辅料行业及相关产品的生产加工行业。

（1）主要原材料供应情况

床上用品的初级原材料为棉花和化纤（以涤纶为主），直接原材料主要为坯布、成品布及填充料。

⁶资料来源：中国家用纺织品行业协会

⁷《中国纺织工业发展报告 2013-2014》

⁸《中国纺织工业发展报告 2013-2014》

根据我国棉花价格指数（CC Index 3128B，即内地产 3128B 级棉花⁹）显示，我国棉花历史价格在 2014 年以前的较长时期稳定在 19,000 元/吨，2014 年受国家储备棉政策调整及纺织工业市场需求变化影响，从 2014 年 3 月开始，棉花价格指数呈现下降趋势，截至 2014 年 12 月底，3128B 棉花价格下降至 13,700 元/吨左右。

床上用品的另一重要原材料涤纶，包括长丝和短纤，涤纶长丝可直接用于纺织，而短纤则是与棉花进行混纺生产棉纱。由于涤纶与棉花具有替代效应，因此其价格趋势基本与棉花价格相同，历史需求增长平稳。2014 年 9 月开始，涤纶短纤价格指数呈下降趋势，截至 2014 年 12 月底，涤纶短纤价格下降至 7,500 元/吨左右。

（2）主要合作的外协加工商

发行人上游的外协加工商主要分为印染加工商和成品加工商。

纺织品印染及成品加工均属于我国的传统优势行业，行业基础较好，业内企业众多，截止 2013 年底，我国纺织行业仅规模以上企业就有 3.8 万户¹⁰，产能充足，完全竞争的市场形态有利于发行人保持较高的议价能力，从而具有更大空间选择最符合公司质量及价格要求的外协加工商。

（3）上游对家用纺织品行业的影响

各种新型面料的出现和加工工艺技术的升级换代，提高了家纺产品的品质，丰富了家纺产品的形态和种类，促进了家纺产品消费的升级。而家用纺织品行业的快速发展，也带动了纺织面、辅料生产及加工等上游行业的发展，推动了原材料研发的科技含量逐步提高。

2、行业与下游行业之间的关联性及其影响

家纺产品为终端消费品，直接面对消费者，无下游行业。

随着消费水平的提高，消费者将更加注重家纺产品的品牌美誉度和时尚风格特征，重视面料的舒适性，以及产品图案、色彩及艺术性的设计组合，追求个性化的家居风格。这就促使家纺企业以品牌建设为中心，更加重视市场需求信息的

⁹ 根据中国棉花协会出具的【中棉协字（2013）12 号】，于 2013 年 9 月 1 日起实行新国标，将内地产 328 级棉花价格指数调整为 CC Index 3128B 价格指数。

¹⁰ 《中国纺织工业发展报告 2013-2014》

收集，及时把握时尚潮流趋势，加强产品的研发设计，由大批量、少品种向小批量、多品种的产品结构转变，以满足消费者日趋多样化的需求。

三、发行人行业中竞争地位

（一）同行业竞争情况

我国家用纺织品行业目前正处于快速成长阶段，家纺企业正在逐步从产品价格的单一竞争时期进入到以品牌、设计、渠道建设和运营能力等多方面的综合水平竞争的时期，划分明晰、占据绝对优势的品牌格局尚未形成。

1、同行业上市公司主要情况介绍

发行人在国内的主要竞争对手是罗莱家纺股份有限公司、湖南梦洁家纺股份有限公司和深圳市富安娜家居用品股份有限公司。上述三家企业在业内具有较高的知名度和较强的竞争实力，其基本情况介绍如下：

罗莱家纺股份有限公司于 2009 年 9 月在深圳证券交易所挂牌上市。该公司主要生产标准套件类、被芯类、枕芯类、夏令用品、其他饰品类等 5 大类产品。该公司 2014 年度实现销售收入 276,140.06 万元，净利润 39,817.37 万元。

湖南梦洁家纺股份有限公司于 2010 年 4 月在深圳证券交易所挂牌上市。该公司主要经营绉绣套件、绣花套件、被芯、床垫、毛毯等 8 大类产品，拥有“梦洁”、“寐”、“梦洁宝贝”、“梦洁床垫”、“平实美学”、“觅”六个品牌。该公司 2014 年度实现销售收入 156,605.39 万元，净利润 14,870.43 万元。

深圳市富安娜家居用品股份有限公司于 2009 年 12 月在深圳证券交易所挂牌上市。该公司主要从事床上用品类家纺产品的生产和销售，拥有“维莎”、“富安娜”、“馨而乐”、“圣之花”、“酷奇智”五大品牌。该公司 2014 年度实现销售收入 196,976.69 万元，净利润 37,655.25 万元¹¹。

2、其他竞争对手主要情况介绍

除三家上市公司外，公司的主要竞争对手包括温州南方寝饰用品有限公司（以下简称“南方寝饰”）、上海水星家用纺织品股份有限公司（以下简称“水星家纺”）和宁波博洋家纺有限公司（以下简称“博洋家纺”），上述三家公司在行

¹¹数据来自同行业上市公司 2014 年度年报。

业内均为具有较强市场影响力，且销售规模较大的知名企业。

南方寝饰、水星家纺和博洋家纺的具体情况如下：

公司名称	温州南方寝饰用品有限公司	上海水星家用纺织品股份有限公司	宁波博洋家纺有限公司
成立时间	1981年	2000年	1995年
产品简介	拥有喜庆系列、居家系列、青少年系列、芯类系列及其他系列等5大品类，涵盖了床罩多件套类、床单四件套类、被子、枕芯、毛浴巾类、靠垫类、夏令产品类、儿童用品类、床垫类、单件组合类等300多个品种的产品	产品涵盖床罩多件套、被子、枕芯、单件组合、靠垫、儿童用品、夏令用品、床垫沙发、餐厨卫浴、毛毯等十大系列300多个品种	产品分为奢华系列、简约系列、炫彩系列、婚典系列、纤维系列、蚕丝系列、羽绒系列、床褥系列、枕芯系列、慢回弹系列、毛浴巾系列、盖毯系列、靠垫系列等
品牌定位	时尚化、系列化、配套化；品牌定位“喜庆床品专家”将消费目标紧紧锁定在结婚和乔迁两大主要家纺消费群体上	中高档床上用品，突出大众化、时尚化的格调，追求温馨和适用功能	博洋家纺，幸福生活点精品，优质生活的倡导者；针对中高端白领阶层推广年轻、高贵、浪漫的品牌特性
市场区域	主要区域市场在江苏、浙江、上海	主要销售区域集中在浙江、山东、云南、重庆、湖南以及广西	主要集中在浙江省，其次是安徽、河南、山东、河北
销售模式	加盟为主，直营为辅	加盟为主，直营为辅	加盟为主，直营为辅

注：上述信息均来源于其官方网站

（二）发行人的行业地位与市场份额

1、发行人行业地位分析

发行人定位于二、三线城市的中高端市场，并着力打造与自身市场定位相匹配的产品线和销售网络，实行差异化的竞争策略。公司经过多年的积累和发展，现已成为家用纺织品行业的领先企业之一。

（1）目标市场差异分析

从细分市场来看，高端市场的客户群体较为稳定，购买力较强且产品利润率较高，但高端客户对产品风格和特点要求较高，客户群体的绝对数量较少，导致该细分市场的竞争日趋激烈；中高端市场的客户群体数量较大、市场前景广阔，目前存在的主要问题在于大部分业内企业对于广大二、三线城市市场的开发力度

不足、渠道策略与产品线匹配工作不到位，导致该细分市场的挖掘程度不够，发行人根据该市场的消费需求，打造与之匹配的产品线，并立足于该细分市场进行渠道网络建设，已取得较为明显的竞争优势；低端市场则一直处于以价格竞争为主、产品同质化严重的激烈竞争态势。

（2）产品差异分析

从产品线来看，各个细分市场消费人群对产品风格、产品价格等要素具有截然不同的需求。如高端市场人群偏好风格趋向于华贵、具备仪式感的产品，具有希望产品能够突显使用者社会地位的心理需求，对于价格敏感程度不高；二、三线城市的中高端消费人群，特别是年轻消费群体，普遍更重视产品设计、色彩所带来的时尚、新潮感受，希望满足展现自身独特品味的心理需求，并且较为看重产品性价比；低端市场的消费者则往往将产品价格作为首要考虑因素。由此可见，针对不同的消费人群，需要企业制定不同的产品策略、开发出相应的产品线，才能取得优异的销售业绩和市场地位。发行人针对二、三线城市的中高端消费者，着力打造“时尚家纺”的品牌形象，突出公司产品的高性价比，使得该细分市场的消费者对公司产品具有了较强的品牌粘性。

（3）销售网络差异分析

从销售网络来看，销售网点的布局必须匹配公司整体的经营策略及产品线。专注于高端市场的家用纺织品企业往往选择京、沪、广、深等一线城市设立门店，结合一线城市较强的消费能力，推广其相应的产品；发行人根据自身产品特点，在国内二、三线城市、县一级区域乃至乡、镇一级区域广泛建立销售网点，在市场空白区域大力发展、精耕细作，形成了较强的区位优势。

（4）具体差异比较表

基于上述市场定位、产品设计及销售渠道上的差异性特征，发行人与罗莱家纺、富安娜和梦洁家纺等业内领先企业形成了显著的区别：

比较项目	发行人	富安娜	罗莱家纺	梦洁家纺	
目标客户	目标客户定位	二、三线城市的中高端消费群体为主	一、二线城市的高端消费群体为主	一、二线城市的高端消费群体为主	
	目标客户消费特征	年轻、时尚、追求个性和高性价比	较为重视生活品质、追求品牌或艺术品味	中高收入、追求高品质生活	追求产品的附加值、注重生活风格和品味
品	主要品牌	“多喜爱”、“MMK”	“富安娜”、“维莎”、	“罗莱”、“LOVO”、	“梦洁”、“寐”、“梦洁

牌特点			“馨而乐”、“圣之花”、“酷奇智”	“雪瑞丹”、“乐优家”、“尚·玛可”、“迪士尼”、“罗莱儿童”等	宝贝”、“梦洁床垫”、“平实美学”、“觅”
	品牌特点	时尚、新潮、简约、年轻、个性、高性价比	“富安娜”：高贵、典雅、浪漫；“维莎”：尊贵、奢华；“馨而乐”：精致、温馨、时尚；“圣之花”：随意、轻松、个性；“酷奇智”：富安娜儿童产品	“罗莱”：欧式化的浪漫与优雅；“雪瑞丹”：浓郁的色彩，简洁、经典的设计风格；“尚·玛可”：时尚题材与高品质面料的结合；“迪士尼”：以卡通元素为载体，富有时代感；LOVO为罗莱线上专供品牌；乐优家为高性价比、平民化的全新大众品牌	“梦洁”：温馨、传统、经典、大方的风格；“寐”：高端材质，追求精致，细节完美；“梦洁宝贝”：环保材质，关注儿童健康快乐成长
产品特点	产品设计风格	年轻、个性、时尚、前卫、差异化的设计风格	艺术家纺的设计风格	欧式风格与中国元素相结合的设计风格	中国风与田园风格的结合
	产品价格定位	大众价格、高性价比	中高端价格	中高端价格	中高端价格
	主要产品	套件、被芯、枕芯、夏凉、家饰	套件、被芯、枕芯、其他家居用品	标准套件、被芯、枕芯、夏令用品、其他饰品	绉绣套件、绣花套件、被芯、毛毯、床垫、其它家居饰品
运营特点	运营模式	自主研发设计；生产外包	自主研发设计、有自己工厂；生产部分外包	自主研发设计、有自己工厂；生产部分外包	自主研发设计、有自己工厂；生产部分外包
	销售渠道	加盟为主，直营、网络销售等其他渠道为辅	直营与加盟并重，逐步发展网络销售渠道	加盟和直营并重，逐步发展网络销售渠道	直营与加盟并重，逐步发展网络销售渠道
	销售渠道分布特点	销售渠道华中地区占比最高，主要分布在二、三线城市	销售渠道华南地区占比最高，主要分布在一、二线城市	销售渠道华东地区占比最高，主要分布在一、二线城市	销售渠道华中地区占比最高，主要分布在一、二线城市

2、市场份额

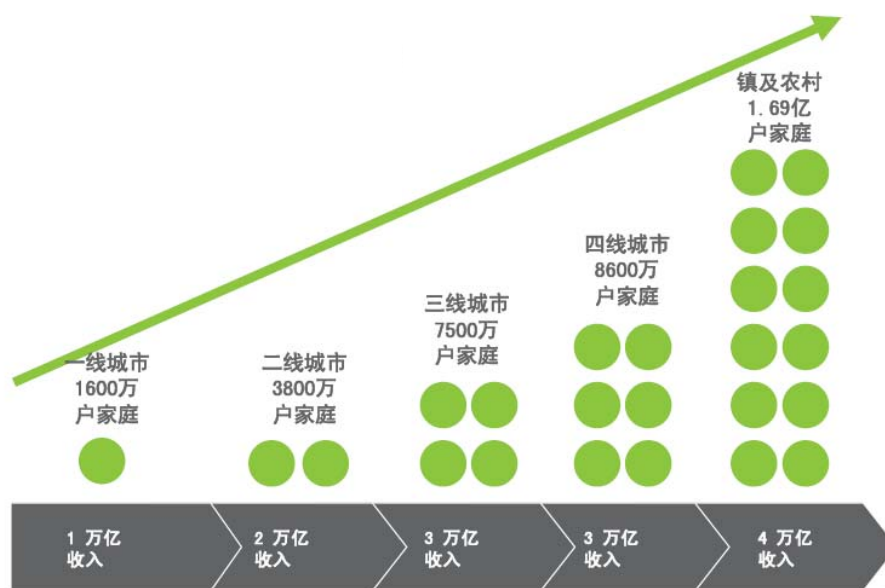
发行人在全国市场享有较高的知名度和品牌美誉度，销售区域侧重于国内二、三线城市，并定位于该区域的中高端市场，致力为年轻、追求时尚的人群提供高性价比的家纺产品。在同行业中，公司的品牌影响力、研发设计能力、渠道拓展能力和市场份额均位居市场前列，是我国家用纺织品行业的领先企业之一。根据国家统计局统计，2013年，我国家用纺织品行业1,810家规模以上企业实现主营业务收入2,611.90亿元。根据上述数据测算，发行人2013年主营业务收入

为 81,193.05 万元，占比为 0.31%。

（三）竞争优势

1、定位优势

在家用纺织品行业的市场竞争中，细分市场的选择是取得市场优势的重要因素。近年来，随着国内居民生活水平的稳步提高，国内二、三线城市将成为行业新的增长点。就家用纺织品行业而言，二、三线城市虽然在人均消费能力上较一、二线城市略低，但由于二、三线城市地域辽阔且人口基数巨大，其实际消费能力和市场规模均高于一、二线城市。目前，我国家用纺织品的消费呈现快速扩张，且以刚性消费需求为主，如新婚、迁入新居和装修后添置或更换家用纺织品。物美价平的中高档家用纺织品是大多数该类消费者的选择，能够消费高档家用纺织品的消费者仍然占比较低。



数据来源：尼尔森研究报告

发行人在战略布局上经过多年整合，已经形成了清晰明确的市场定位。发行人的销售区域侧重于国内二、三线城市，定位于该区域的中高端市场，将消费群体主要锁定为该区域市场的年轻人群体。发行人基于细分市场定位大力实施“渠道下沉”的网点建设策略，在二、三线城市乃至县、乡、镇一级区域广泛设立销售网点，并据此塑造品牌形象、打造相应的产品线，以质优价平的产品取得了良好的市场知名度。

2、先发优势

发行人定位明确，立足于二、三线城市市场，主要面向年轻、追求时尚的中高端消费人群。根据上述定位，发行人多年来一直致力于向该细分市场提供相应的产品和服务，在该细分市场确立了较为明显的先发优势。具体而言，发行人在渠道建设上精耕细作，将重点资源投放在二、三线城市市场，并合理利用特许加盟模式向周边县级乃至乡、镇一级区域实施覆盖，实现了渠道建设策略与战略定位的匹配，在该类区域取得了较大的优势，也为新进入者树立了较高的壁垒；在产品研发上，发行人针对该细分市场的消费人群进行详细调研，从产品风格、产品价格及产品主题等要素上着手，把握该类消费人群的特性需求，使公司产品在该细分市场具备了良好的口碑；在品牌塑造上，发行人充分把握二、三线城市市场与一线城市市场的差异，运用不同的宣传手段和方式，着力打造“多喜爱”品牌质优价平、时尚家纺的品牌内涵，得到了消费者广泛的认同。

3、销售渠道优势

发行人采取加盟与自营相结合的渠道发展模式，积极拓展销售渠道网络的范围和密度。

实体店铺方面，在核心城市的重要商圈，发行人采用设立直营店的方式，利用直营店的窗口作用，帮助公司品牌得以迅速推广，在核心城市树立公司产品的良好品牌形象，从而带动加盟店网络的快速发展。在核心城市的周边区域，公司秉承合作共赢的理念，积极寻求与优质加盟商的长期合作，通过借助加盟商的资金及经验优势来迅速占领市场，带动公司整体盈利能力的增长。

截至2014年12月31日，公司共有直营店117家，加盟店772家，合计889家销售网点。

近年来，随着电子商务的蓬勃发展，公司也顺应趋势，加大了对网络销售渠道的拓展力度，公司采取了微信、微博、社区化营销等多种行之有效的营销措施，有效提升了公司在电商渠道的市场份额及品牌美誉度。报告期内，公司网络销售收入逐年提高，2012年至2014年分别为7,306.23万元、11,272.69万元和14,141.46万元。

4、品牌优势

发行人以追求时尚、个性的年轻客户群体的需要为导向，在产品风格上，通过色彩、主题、花型等方式突出时尚、新潮的品牌内涵，在产品价格上，始终坚持平价策略，形成了特有的品牌优势，对追求时尚、个性、高性价比的细分市场受众具有较强的品牌粘性。在品牌运营的过程中，发行人重视市场调研，将直营门店作为了解消费者需求的常设机构，通过细致的调研活动密切关注消费者的需求变化，在设计和销售过程中将消费者需求融入产品特性，使品牌内涵和消费者诉求相吻合，树立了公司“时尚家纺”良好的品牌形象；发行人重视品牌的传播工作，积极探索，以多种方式进行品牌理念传播。在传统媒体方面，公司在各种电视媒体中投放广告，并结合目标人群中年轻人较多的特点，在湖南卫视、青海卫视、四川卫视等电视台的精品栏目中进行宣传；在新媒体方面，公司逐渐加大在微信、微博以及其他社会化新媒体的投入力度，并与妈妈网，结婚网等目标受众高度重合的网站、论坛合作，以增强客户粘性，提高客户的品牌归属感，使得公司品牌形象更加深入人心。

5、设计研发优势

发行人拥有领先的设计理念和实力雄厚的设计师团队，研发和设计实力在国内同行业处于领先水平。发行人一直力求在产品设计上突破传统，引领卧室新潮流，每年推出 200 余款新品，不断创新，公司设立至今，累计开发各类款式和花型 1,000 多种。

在布料印染方面，发行人在业内率先与具备先进的四色印花技术的印染加工商合作。该技术图案效果柔和且层次感分明，外观美观生动，立体感强。相较于普通印花，四色印花技术对颜色的表现力更好，类似层次变化、颜色变化的表达也更加细腻；在图案设计上，公司广泛借鉴国际流行趋势和先进理念，并结合我国消费者的具体需求，使公司产品在市场上一直保持较强的竞争力；此外，为了满足消费者对于新科技的不断追求及对于健康环保的迫切期待，发行人自主研发了以广谱抗菌科技为核心的纳米银抗菌系列产品，并取得发明专利“一种聚合物还原纳米银抗菌整理剂的制备方法及其用途”。此系列产品经过多次实验证实对于“大肠杆菌”、“白色念珠菌”、“霉菌”等多种病菌有强效的抑制作用，为使用者的健康保驾护航。

6、运营优势

发行人以品牌经营为核心，专注于前期的设计与开发和后期的推广与销售，将产品生产等固定资产投资量较大的业务环节进行外包，始终把握产业链高附加值和高技术含量环节，形成了自身特有的运营优势。

在过去的一定历史时期内，由于国内劳动力资源成本较低，固定资产投资相对较大且生产设备自动化程度较低，因此，外包生产最显著的优势在于可以有效降低生产成本，使发行人得以集中资源专注于核心业务，有利于提高公司的核心竞争力，为企业在成长阶段提供低成本快速扩张和跨越式发展的可能性，可以使公司产品在较短时期内实现市场份额的迅速扩张及销售收入的快速增长，有助于提升企业的盈利能力。

近年来，由于欧美先进生产设备的自动化程度及生产效率大幅提高，伴随固定资产投资的人力资源等可变成本随之逐步下降，从而降低了自行生产模式下的单位产品生产成本；与此同时，国内劳动力成本不断上升，也逐步推高了外包生产的单位生产成本。因此，外包生产相较于自行生产的成本优势正逐步减少。此外，在多年的外包生产过程中，公司亦积累了丰富的生产管理经验并建立了一系列的生产监控、物流运输、质量控制体系。因此，适时建设公司自身的生产能力，择机引进国际先进的自动化生产设备，保持并巩固公司的成本优势，是公司在新形势下积极的应对措施。

7、产品质量优势

由于将生产环节委托给外协加工商来完成，这就使得发行人必须高度重视质量控制工作，确保整个委托加工过程能够按照严格的标准有序进行。

自设立以来，发行人为形成对加工质量的有效控制，一直实行严格的标准化化管理。在流程上，发行人以产品质量为核心，建立了一系列标准和流程并严格执行，确保公司产品的高质量。公司根据产品所处的生产阶段，分别制定了对成品、半成品、来料的检验标准；根据不同类型产品的特性，分别制定了大套件、小套件、芯类产品的检验流程。公司从产品工序、工艺、用料等多个方面对产品生产活动进行过程管理，并委派跟单员进行全程跟踪监控，以确保产品质量符合公司标准。在与外协加工商的加工合同中，严格清晰地规定加工用品的技术指标、遵循的标准、包装的尺寸、储存的条件等等。

良好的质量是产品的第一生命力。产品的推广、品牌的塑造以及企业的扩张

都离不开过硬的质量。发行人一直秉承“质优价平”、“物有所值”的理念，着力提升产品质量，得到了广大消费者的认可。

（四）竞争劣势

随着市场的快速发展和消费者需求的提升，建立、吸引新的销售终端，进一步提高公司的销售网络覆盖率，是发行人取得更大发展的必要条件，而销售终端的建设需要大笔资金的投入。目前，发行人的融资渠道较为单一，基本依靠银行贷款，对公司扩大规模和长远发展造成了不利影响。

公司上市后将开辟直接融资渠道，合理利用财务杠杆，解决公司业务发展的资金瓶颈，从而提高公司市场占有率和品牌知名度，提高公司的核心竞争力。

四、发行人主要产品及工艺流程

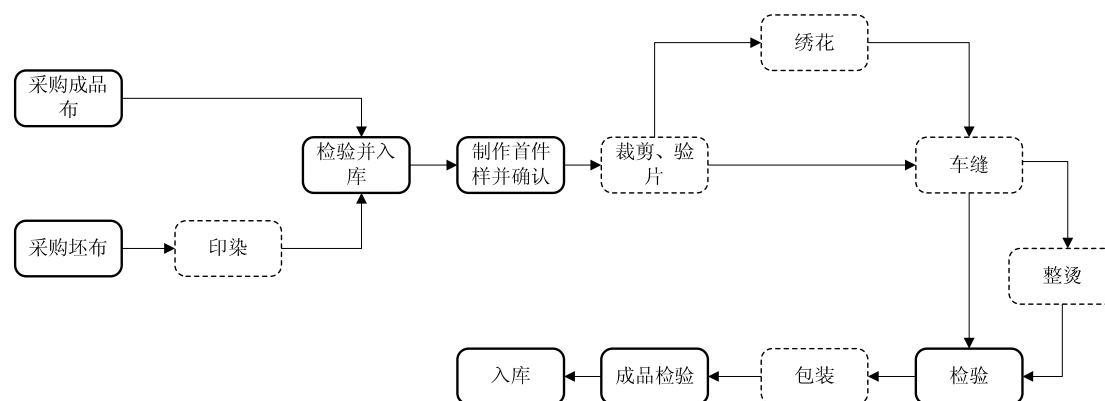
（一）主要产品介绍

发行人的主营业务为家纺用品的研发设计、委托加工的组织和销售。发行人产品的主要情况请参见本招股书“第六节业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及变化情况”之“（二）发行人主要产品情况”。

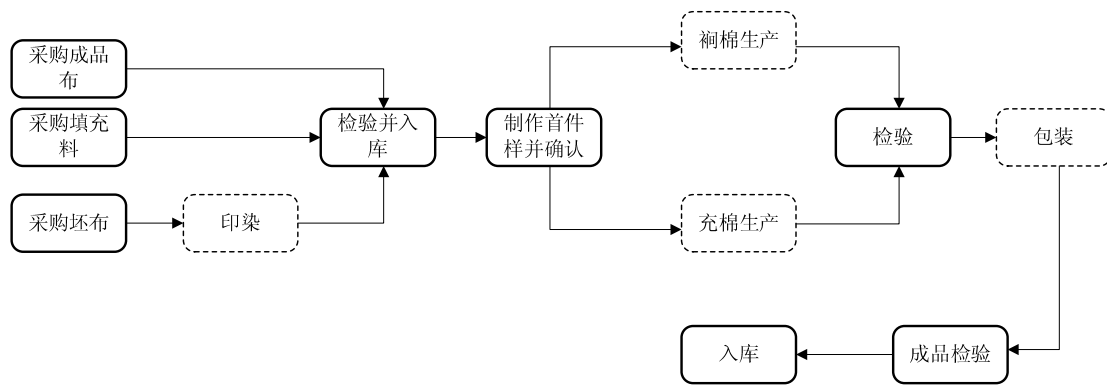
（二）主要产品的工艺流程图

在发行人产品整个生产流程中，发行人负责采购、检验及入库等环节的工作，其他生产环节全部委托给外协加工商完成。根据主要产品生产工艺的不同，可分为两大类：

1、套件类产品的主要工艺流程



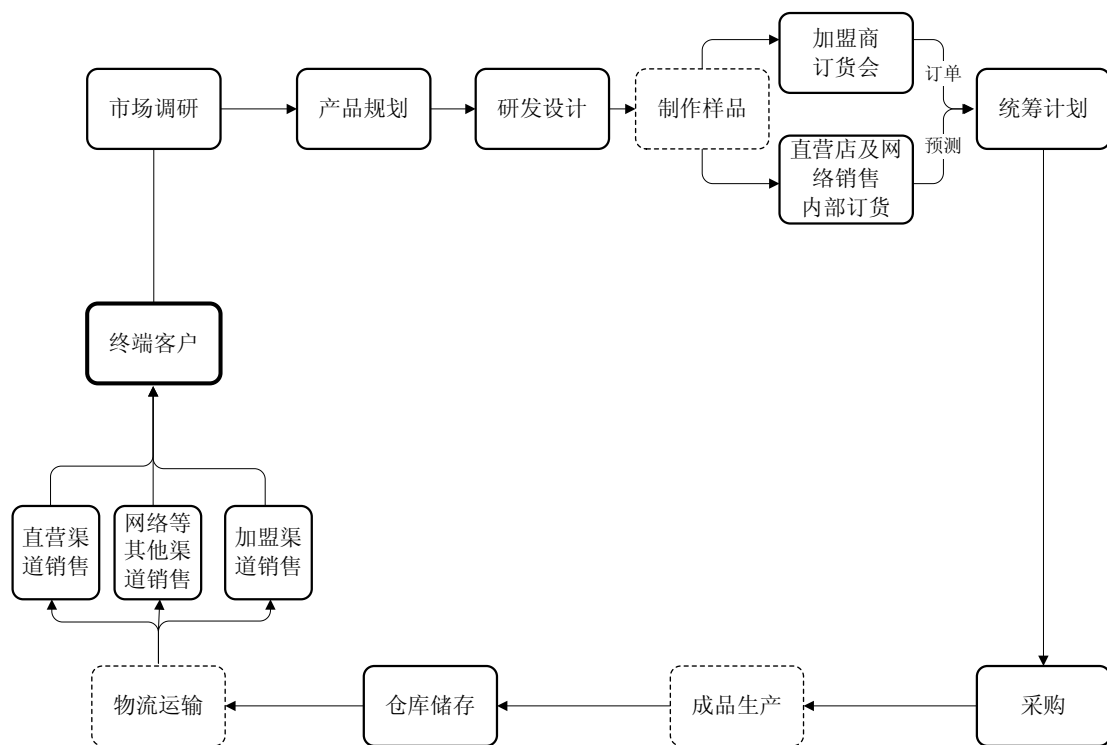
2、芯类产品（被芯、枕芯）的主要工艺流程



注：虚线框表示此环节由外协加工商负责操作，实线框表示此环节由发行人自行负责操作。

五、发行人业务模式概况

发行人主要从事家纺用品的研发设计、委托加工的组织、品牌推广、渠道建设与销售等业务。发行人将位于产业链中游的生产环节委托给加工商，公司则将重点放在产业链上游的设计研发环节，以及下游的品牌运营与销售渠道的开发与拓展。公司整体业务模式的流程如下：



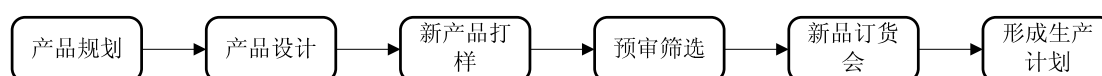
注：实线框表示此环节由发行人自行负责操作，虚线框表示此环节由外协加工商或第三方物流公司负责操作。

涉及公司核心技术的新材料，由公司自主生产。具体而言，由公司负责新材料的研发、应用试验和制备工作，再由外协加工商将各种新材料按照公司要求在相应面料中进行添加。

（一）研发设计环节

家纺用品的研发设计主要包含面料研发和花型款式设计两个方面的内容。公司的面料研发工作主要由技术研发部负责承担，花型款式设计工作由研发设计部负责承担。

研发设计的基本流程如下：



1、面料研发

近年来，为满足消费者日趋复杂的需求，发行人致力于自主创新、研制开发具有自主知识产权的新技术及新型面料。

公司下设技术研发部，负责研发以广谱抗菌技术为核心的各种新技术在家纺产品中的运用。技术研发部负责提出研究项目，并制定具体的研发计划，包括研发经费预算、研发周期、研发方式（自主研发或与其他机构合作研发）、预期研发成果及其运用等内容。迄今为止，公司在面料研发及新技术运用方面的工作成果显著，已取得发明专利“一种聚合物还原纳米银抗菌整理剂的制备方法及其用途”，并推出了以广谱抗菌科技为核心的相关系列产品，此系列产品经过多次实验证实对于大肠杆菌、白色念珠菌、霉菌等上百种病菌有强效的抑制作用。

2、花型款式设计

发行人的设计工作由公司技术研发部承担。技术研发部下设花稿设计组，款式设计组，工艺设计组，包装设计组、样版制作组等五个小组。公司将设计工作作为整个经营过程中最重要的环节之一，每年均会安排核心设计人员赴罗马、米兰、巴黎、伦敦及纽约等欧美发达地区调研学习，参加各类国际交流活动和新产品发布会，以跟踪和了解国际最新的流行趋势。

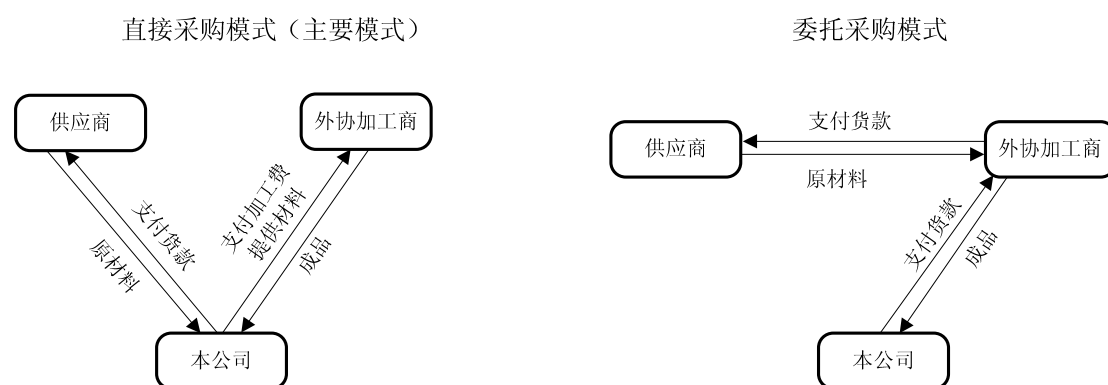
花型、款式的设计工作以产品规划为基础。设计人员根据产品规划所确定的本季产品主题和选材范围，进行花稿、款式、工艺的具体设计。具体设计草案成

型后，再进行讨论、分析并调整定案，并按定案进行新产品打样。

（二）采购环节

1、采购模式概述

发行人的采购模式可以分为直接采购和委托采购两种形式。直接采购，指由公司自主采购各种原材料，再由外协加工商领取原材料并加工，由公司支付外协加工商加工费的模式；委托采购，指由外协加工商根据公司委托，按照合同约定采购所需的各种原材料，外协加工商与供应商结算原材料货款，公司直接支付外协加工商成品货款的模式。两种模式的区别图示如下：



由于直接采购能更好地控制原材料的质量和价格，且利于加强对上游供应商的控制力，发行人以采取直接采购的方式为主，即发行人自行从供应商处采购原材料。在具体交货形式上，直接采购又细分为两种情况：

（1）供应商将货物交付给公司，经过检验入库后，再由外协加工商根据公司下发的订单进库领料，按计划进行生产；

（2）供应商按照公司指定，将货物直接交付给外协加工商，经过外协加工商和公司检验人员联合验收入库后，按照计划进行生产。

报告期内，发行人直接采购和委托采购的具体情况如下表所示：

单位：万元

项 目	直接采购			委托采购	合 计	
	材料	外协加工费	小计			
2014 年度	金额	18,877.96	6,737.39	25,615.35	12,106.90	37,722.26
	占比	50.04%	17.86%	67.91%	32.09%	100.00%

项 目		直接采购			委托采购	合 计
		材料	外协 加工费	小计		
2013 年度	金额	26,208.71	7,740.64	33,949.35	8,543.83	42,493.18
	占比	61.68%	18.22%	79.89%	20.11%	100.00%
2012 年度	金额	39,480.84	9,857.06	49,337.90	8,423.70	57,761.61
	占比	68.35%	17.07%	85.42%	14.58%	100.00%

上表中直接采购和委托采购的区别主要在于采购物品能否直接向消费者销售。直接采购主要为公司直接向供应商采购的坯布、成品布、辅料、包装材料等原材料以及半成品，均需要通过外协加工商加工后才能形成可销售的产成品。委托采购为公司直接向供应商购买的五大类产品的产成品，无需再加工即可直接销售。

报告期内公司网络销售蓬勃发展，家用纺织品电商市场消费具有市场需求变化快、产品款式多、每款产品生产批量小的新特点，要求公司必须尽量压缩生产周期，提高市场快速反应能力。公司主要采用委托采购模式以满足网络销售市场上述需求特点。报告期内委托采购金额和占比随着公司网络销售规模增长逐年上升。

2、货款结算方式

在直接采购模式下，发行人主要采用货到付款的方式，每月与供应商结算，平均帐期在 30 天左右。

3、采购流程及内控制度

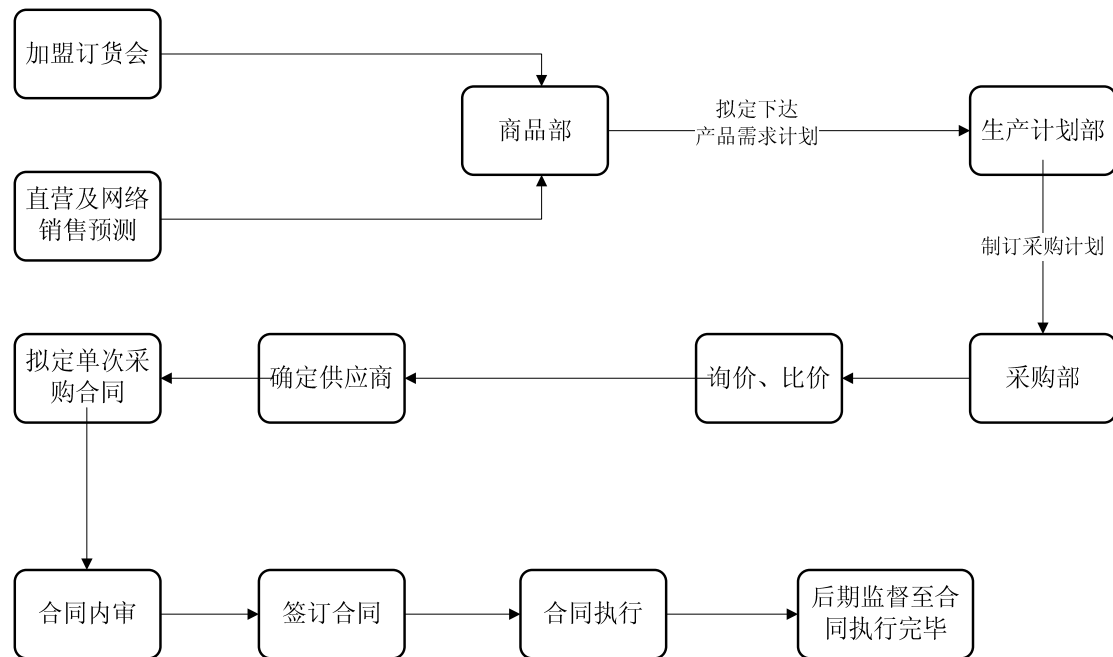
(1) 采购流程

发行人采购的原材料主要包括坯布、成品布、辅包材料及填充料。

公司采用“订单+预测”的方式组织采购和生产活动：具体来说，对于加盟店，公司根据每次订货会确定的订单制定采购及生产计划；对于直营店和网络销售，则由销售部门根据对市场的合理预测，结合订货会的新品式样来进行选择预订，并以该订单为基础来组织采购及生产。

在采购过程中，先由公司商品部根据每次订货会确定的订货量制订《产品需求计划单》，再由生产计划部按照商品部拟出的《产品需求计划单》确定采购范围，拟定采购计划并下达《面（辅）料请购单》到采购部；采购部则按照不同产

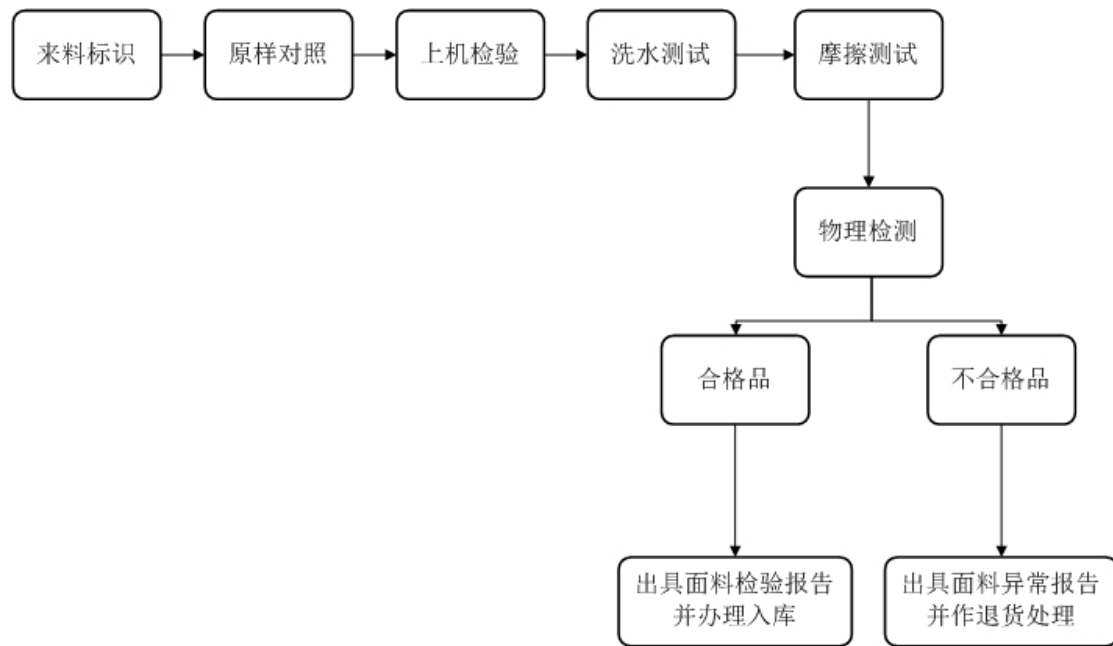
品的生产周期，细化制订具体的采购明细单，并具体负责分期（通常是按月度）实施采购工作。具体流程如下：



（2）采购环节的质量控制

发行人一贯重视采购工作中的质量控制，为面料、辅料等原材料的品质标准及入库检验流程制订了详细的标准，并专门设立生产物流部负责采购、生产全过程中的质量控制，确保公司制定的标准、流程得以严格执行。

首先，发行人通过在长期经营过程中的选优汰劣，筛选出整体质量控制体系符合公司要求的供应商，并定期进行考评，从源头上确保原材料品质的可靠和稳定；其次，公司通过建立一系列的流程与制度，如《QA 检验流程》、《面料检验作业指导书》等，将质控工作规范化、系统化，取得了良好效果。公司对原材料的质量检控流程主要包括以下环节：



公司生产物流部负责严格按照上述流程规定的环节，对各种原材料按照10%—50%的比例进行抽检，并对每一卷检验的面料进行详细记录，及时录入《检验明细记录表》中。《检验明细记录表》应至少包括面料门幅、面料打码数量、面料疵点具体描述、平网花型回位等参数和内容。检验工作完成后，工艺质量部员工必须对每卷检验过的面料做出检验标识，并在检验完成后重新封装，在外包装上注明检验日期和检验人员。

此外，对于部分由供应商直接送至外协加工商的原材料，由生产物流部人员在外协加工商处会同其质检人员，按照上述标准和流程进行联合检验。

（三）委托加工环节

1、委托加工模式概述

除新材料的研发生产外，发行人的其他生产环节全部外包，采用委托加工模式。委托加工模式能够在较大程度上整合适合企业发展的资源，是目前较为先进的经营模式。委托加工模式在纺织行业中已得到广泛的采用，如很多欧美家纺企业均采用委托加工模式，将生产环节委托给外部加工商，集中企业内部资源打造自身核心竞争力，如将有限资源集中投入在设计、渠道建设和品牌塑造等方面，取得了良好的成效。委托加工模式成功的关键是将原材料供应商与成品加工厂商组织协调起来，使之有序生产。

2、委托加工流程

（1）委托加工流程

公司的生产过程采用委托加工的方式进行，主要包括面料印染和成品加工两个生产环节。

在面料印染环节，公司负责坯布的采购，再由供应商将坯布直接运至印染加工商或公司仓库，由印染加工商按照公司要求进行印染作业。

在成品加工环节，主要流程如下表：

序号	本公司工作流程	外协加工商工作流程
1	签订合同，下订单	签订合同，接受订单
2	审核样品	制作样品并送公司审核
3	派料	领料
4	跟单	加工
5	成品检验	成品送检
6	入库	运输
7	审单	核单
8	对账	对账
9	收票	开票
10	付款	收款

（2）订货及生产排期

由于公司采用委托加工的生产模式，因此，对外协加工商的产能协调、生产排期工作就显得尤为重要。公司高度重视对外协生产工作的监督管理和妥善安排，保障各外协加工商的产能平衡运转、稳定供给，充分满足市场需求。

每次订货会前，公司会根据年度计划和合作经验，提前做出准备，与外协加工商进行前期沟通，预备充足的加工产能。订货会期间，加盟商和直营部门均通过上述订货会预订未来六个月（自 2014 年开始，预定未来四个月）的订货总量和每月需求品目明细，公司商品部据此确定未来六个月（自 2014 年开始，确定未来四个月）的整体订单后，再由生产计划部和运营部根据订单情况制订半年度（自 2014 年开始，确定未来四个月）生产计划，并对外协加工商做出初步生产排期。订货会后，公司将根据销售情况，由生产计划部牵头，协调商品部、运营管理本部调整细化出月度计划，每月会进行生产排期，以此保障生产工作有序进行。

（3）外协加工商的选择

发行人设有专门的采购部（分为采购一部和采购二部），负责信息收集、市场调研、外协加工商认证、督导、签约、到货以及入库等工作。发行人通过建立供应资源信息库，对外协加工商的资质、生产能力、价格、交期及供应稳定性等方面进行定期的考评维护，在与优质外协加工商建立稳定的长期战略合作关系的同时，不断进行选优汰劣，从而保障公司生产工作的稳定和高效。

公司每年会对各环节外协加工商进行考评，与考评合格的外协加工商签订为期一年的框架协议，并将合格的外协加工商列入公司供应资源信息库。

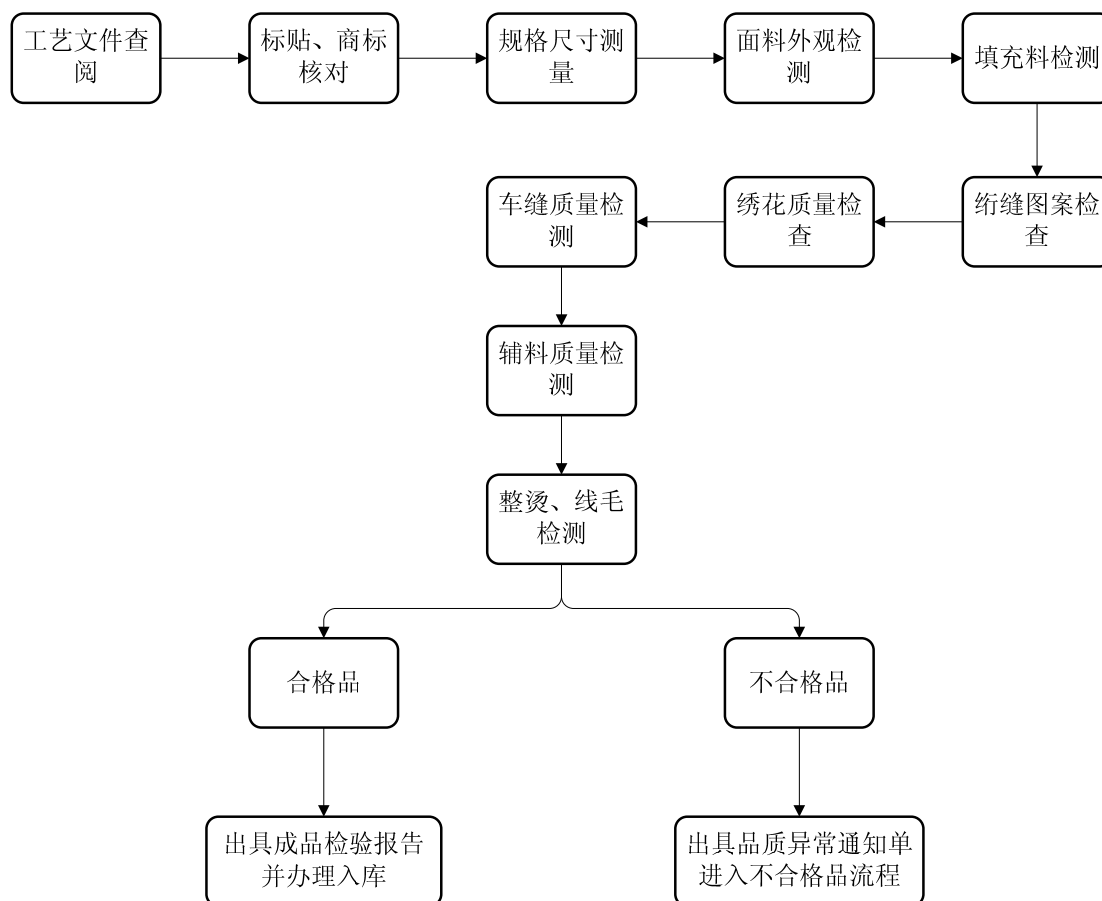
（4）委托加工环节的质量控制

发行人在长期的经营过程中，建立了完善的质量控制体系并执行合理的过程管理措施，逐渐摸索和积累出了一套符合自身特点且行之有效的质量控制措施。

发行人制定了一系列相关的质量标准和流程，主要内容如下：

类别	内容
标准类	《PQC 枕套质量检验标准》、《PQC 被类质量检验标准》、《PQC 床裙质量检测标准》、《PQC 被袋质量检验标准》等
流程类	《不合格品管理程序》、《大件套成品检验流程》、《小四件成品检验流程》、《成品检验流程》、《半成品检验流程》等
记录报告类	《IQC 进料报告》、《成品检验报告》、《品质异常通知单》、《配片规定》等

发行人设立生产物流部负责生产全程的质量控制工作。根据公司制度，生产物流部质检员分为驻厂质检员和 QA 质检员：公司在主要外协加工商派出驻厂质检员，负责对生产全过程的跟踪与监控，对生产过程中的各关键环节（如绗缝、绣花、车缝、整烫等）实施及时检测；QA 质检员负责实施成品入库抽检。主要检测环节如下：



与原材料入库的规定相似，成品入库时，工艺质量部人员也需要仔细填写《检验明细记录表》，并在经检验的产品包装上进行标识。

发行人通过对上述标准、流程的严格执行，使得各个不同的外协加工商所生产的成品均能符合公司统一的品质要求。

（四）销售环节

1、发行人销售网络情况

（1）发行人报告期内终端门店增减变化情况

经过多年发展，发行人已经建立了遍布全国的销售网络。报告期内，公司直营和加盟门店总体保持相对稳定，始终拥有一批综合实力较强，盈利能力突出的核心直营门店和加盟商客户；但在国内经济增长速度放缓、电商消费冲击、经营成本不断上升等不利因素的影响下，公司和加盟商选择将部分盈利能力不理想的店铺进行关闭，以维持整体盈利能力水平。具体门店增减变化情况如下：

①报告期内，公司直营门店增减变动情况

单位：家

项目	期初	本期新增	本期关闭	期末
2012年	146	27	11	162
2013年	162	28	24	166
2014年	166	3	52	117

②报告期内，公司加盟门店增减变动情况

单位：家

项目	期初	新增	关闭	年末数
2012年度	902	224	129	997
2013年度	997	273	262	1008
2014年度	1008	127	363	772

(2) 发行人销售网络分布

报告期内，公司直营门店主要分布于华中、华东以及西南主要城市及核心商圈；加盟门店除在直营门店分布的区域外，还在华北、西北、东北、华南等区域的二三线乃至三四线城市的县城、城镇进行布局。

报告期内，公司拥有的各类销售终端数量如下：

单位：家

时间	直营店			加盟店			总计
	专卖店	专柜	合计	专卖店	专柜	合计	
2012年末	114	48	162	788	209	997	1,159
2013年末	116	50	166	781	227	1,008	1,174
2014年末	81	36	117	629	143	772	889

①截止2014年12月31日，公司销售终端的区域分布如下：

单位：家

地区	直营			加盟			总计
	专卖店	专柜	合计	专卖店	专柜	合计	
华南	-	-	-	27	9	36	36
华东	10	1	11	140	36	176	187
华北	-	-	-	35	14	49	49
西南	4	2	6	88	20	108	114
华中	67	33	100	319	38	357	457
西北	-	-	-	15	12	27	27
东北	-	-	-	5	14	19	19
合计	81	36	117	629	143	772	889

②截止 2013 年 12 月 31 日，公司销售终端的区域分布如下：

单位：家

地区	直营			加盟			总计
	专卖店	专柜	合计	专卖店	专柜	合计	
华南	-	3	3	43	17	60	63
华东	12	4	16	196	64	260	276
华北	-	-	-	70	33	103	103
西南	17	4	21	88	19	107	128
华中	87	39	126	347	40	387	513
西北	-	-	-	21	14	35	35
东北	-	-	-	16	40	56	56
合计	116	50	166	781	227	1,008	1,174

③截止 2012 年 12 月 31 日，公司销售终端的区域分布如下：

单位：家

地区	直营			加盟			总计
	专卖店	专柜	合计	专卖店	专柜	合计	
华南	-	-	-	49	15	64	64
华东	14	2	16	230	49	279	295
华北	-	-	-	84	42	126	126
西南	15	-	15	80	17	97	112
华中	85	46	131	318	34	352	483
西北	-	-	-	15	12	27	27
东北	-	-	-	12	40	52	52
合计	114	48	162	788	209	997	1,159

(3) 发行人直营门店和加盟门店开店标准

①直营门店开店标准

A、商业选址方面

要求在充分的市场调查信息的基础进行商业选址。这些市场信息通常包括消费者的信息，例如消费者的分布、消费者需求以及购买力状况等；同时还包括竞争对手及其产品的信息，如其他公司销售网的分布,其产品的价格、种类、类型等信息；此外，对于未来市场的发展预测也是销售网点选址的关键。具体选择策略和要求如下表所示：

城市选择层面的选择策略与要求	具体网点层面的选择策略与要求
----------------	----------------

<p>A、经济较为发达的二、三线城市； B、周边有一定规模的中、高等收入人群； C、周边居民有较强的消费意识和追赶时尚潮流的氛围。</p>	<p>A、知名度及客流量最佳的商业街（客流量需满足目标顾客群特征）； B、大规模住宅区附近； C、同类产品云集的商业中心； D、具备便利交通条件； E、商店可见度强，位置醒目，面向街道，展示面宽； F、近期无城建规划。</p>
---	---

B、在上述充分考虑及调查的基础上，开店前营销中心需编制项目盈亏预计分析报告，并经公司管理层适当审批后，方能确定直营门店是否设立。

C、在新设门店租赁合同签订方面，要求尽可能签订长期合同，原则上要求不能低于3年。

D、公司选择信誉度高的大型商场或超市设立专柜。

为有效配合公司未来战略发展方向，增强店铺的展示和互动功能，从2015年公司新开直营门店面积原则上要求大于或等于180m²。商圈要在床品一条街或者社区型+区域型商圈以上。

②加盟门店开店标准

公司加盟部销售代表负责将协助加盟意向人进行店铺选址、给予加盟开业指导，加盟门店符合公司确定的开店标准并审核通过后才能开店。

报告期内加盟门店开店标准如下：

项目	商圈位置	店铺面积	有效投入资金
省会级	一类商圈	>60 m ²	80~150 万元
	二类商圈	>80m ²	
地市级	一类商圈	80~100m ²	60~100 万元
	二类商圈	120~150m ²	
县级	一类商圈	80~100m ²	50~70 万元
	二类商圈	100~120m ²	
镇级	一类商圈	50~80m ²	30~50 万元

注：1、依据公司加盟商所处地理位置不同，以其所在地的主要商业圈及附近定义为一类商圈；对于非主要商业圈及附近定义为二类商圈。

2、有效资金投入包括店铺的租赁费、装修费、存货采购投入等。

为有效配合公司未来战略发展方向，增强店铺的展示和互动功能，从2015

年公司加大了对加盟商开大店的要求，要求湖南、湖北、江西 3 省开专卖店面积原则上在 120m² 以上，而其他地区加盟商专卖店面积要求在 80m² 以上。

(4) 发行人直营门店和加盟门店关店标准

① 直营门店关店标准

公司关闭直营门店主要考虑店铺的盈利能力，对连续 3 年以上未实现盈利的店铺原则上予以关闭。在考虑店铺盈利能力的基础上，公司还将考虑门店的宣传展示效应，门店租金变化趋势，门店租赁期限以及公司战略等多方面因素，综合各方面因素后，决定是否关闭。公司直营门店关闭的具体原因可以归纳为以下几种情况：

A、店铺租约到期：商业街店面的租约大多为两年一签或三年一签，一些热门商圈店面甚至需要一年一签。近年来店铺租金上升较快，公司的店铺租金出现大幅上涨，出于保证店铺盈利能力、促进门店健康发展考虑，发行人销售分、子公司会寻找性价比更高的店铺，这一过程将导致新老店铺更替。

B、销售未达预期：店铺在运营期内处于盈利状态，但未达到设立店铺时的盈利要求，且未来实现预期盈利的可能性较低，因此将店铺关闭。

C、商圈转移：城市商圈转移或商业街改造都会对原有店铺的效益产生较大影响，进而导致店铺迁址或关闭。

D、优化门店布局：在公司品牌影响力较强的区域，存在在同一商圈开设多家店铺的情况，为优化门店布局，公司会扩建位置较好店铺，关闭位置较差的店铺。

E、选址失误：在新的区域开拓市场时，因销售分、子公司市场人员对新兴商圈的客群特征和发展态势判断失误，选择的经营场所未能带来合适的消费群体和良好的客流，或出现商圈繁荣程度不及预期的情况，导致店铺经营效益不佳而关闭。

F、公司战略调整：考虑当时的市场收益不达预期，且结合在经营过程中公司人员成本、办公场所租赁、出差等费用支出较大。综合经营分析，公司退出该市场。

② 加盟门店关店标准

加盟商主要依据加盟门店盈利能力，结合门店租约，租金变化趋势等其他各方面因素进行自行决定是否关闭门店或退出加盟。若加盟商存在违反加盟合同里关于知识产权保护的条例（比如售卖假冒多喜爱商标的产品），公司会主动停止对该店铺的授权，要求其关闭门店。公司加盟商退出的具体原因可以归纳为以下几种情况：

A、加盟店铺租约到期：商业街店面的租约大多为两年一签或三年一签，一些热门商圈店面甚至需要一年一签。近年来店铺租金上升较快。若加盟商的店铺租金出现大幅上涨，出于保证加盟商盈利能力、促进加盟商健康发展考虑，发行人销售分、子公司市场人员会协助加盟商寻找性价比更高的店铺，这一过程将导致新老店铺更替。

B、销售未达预期：店铺在运营期内处于盈利状态，但未达到设立店铺时的盈利要求，且未来实现预期盈利的可能性较低，因此加盟商将店铺关闭，退出加盟。

C、商圈转移：城市商圈转移或商业街改造都会对原有店铺的效益产生较大影响，进而导致店铺迁址或关闭。

D、加盟商经营管理不善：因加盟商个人管理经营能力存在一定差异，存在个别加盟商在发行人销售分、子公司市场人员的协助下仍然未能取得良好经济效益、主动放弃经营并退出加盟的情形。

E、选址失误：在新的区域开拓市场时，因销售分、子公司市场人员及加盟商对新兴商圈的客群特征和发展态势判断失误，选择的经营场所未能带来合适的消费群体和良好的客流，或出现商圈繁荣程度不及预期的情况，导致店铺经营效益不佳而关闭。

F、加盟商违规经营：对于违反加盟合同，在经营期间出现跨区窜货、扰乱价格体系、私设网店等损害多喜爱品牌形象行为的加盟商，公司将依合同规定终止加盟合同并没收加盟保证金、关停加盟店铺。

G、其他原因：如加盟商因个人原因（转行、迁居、退休等）终止加盟店经营。

（5）发行人门店管理相关制度执行情况

公司专门制定了《店面立项管理制度》、《直营店铺销售管理制度》、《直营门店展示用品管理制度》等制度，对公司直营门店的设立、日常运营等进行了详细规定；公司制定了《加盟商管理制度》等制度，对加盟商设立、退出、加盟门店管理、运营等方面进行了详细规定。

报告期内，公司严格按照已经制定的各项制度运营管理，会计师分别出具 ZH【2013】59-1 号、天职业字【2014】1136-1 号及天职业字【2015】528-1 号内部控制鉴证报告，认为公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规范于 2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日及 2014 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了有效的内部控制。

(6) 报告期内，公司关闭直营门店情况

① 报告期内公司关闭直营门店统计

2012 年度至 2014 年度，公司直营门店关店数量分别为 11、24 和 52 家，关闭情况如下：

单位：家

关店原因	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	关闭家数	占比	关闭家数	占比	关闭家数	占比
店铺租约到期	7	13.46%	5	20.83%	3	27.27%
销售未达预期	1	1.92%	3	12.50%	-	-
商圈转移	4	7.69%	6	25.00%	3	27.27%
优化门店布局	4	7.69%	4	16.67%	2	18.18%
选址失误	4	7.69%	2	8.33%	1	9.09%
公司战略调整	32	61.54%	4	16.67%	2	18.18%
合计	52	100.00%	24	100.00%	11	100.00%

从上表可以看出，公司直营门店关店的主要原因是“租约到期”、“商圈转移”、“优化门店布局”以及“公司战略调整”等因素。其中 2014 年度，公司在国内经济发展持续不景气的背景下，为压缩运营成本，维持总体盈利能力，对部分省份或地区整体经营效果未达预期目标情况下，2014 年度公司从这些地方撤销了分支机构并关闭相应的直营店铺。

② 2014 年度关闭直营门店具体情况

单位：万元

序号	直营店名称	开店时间	关闭时间	2012年 销售额	2013年 销售额	2014年 销售额
1	株洲贺家土店	2008年9月	2014年11月	391.77	292.30	269.91
2	衡阳中山南路店	2008年8月	2014年11月	286.10	243.01	155.99
3	怀化东兴店	2011年1月	2014年1月	134.58	97.24	14.09
4	武汉中山大道 专卖店	2011年1月	2014年1月	100.95	149.29	146.79
5	合肥绿都商城 店	2008年10月	2014年9月	163.69	178.55	145.31
6	长沙劳动广场 专卖店	2012年6月	2014年7月	83.39	193.57	107.92
7	长沙新一佳华 夏专柜	2012年11月	2014年12月	5.26	63.47	39.31
8	湘潭韶山路店	2009年1月	2014年12月	179.60	139.02	129.44
9	长沙步行街中 心广场店	2009年6月	2014年6月	272.77	220.52	116.88
10	长沙袁家岭专 卖店	2012年6月	2014年7月	30.90	71.61	30.95
11	成都红星路专 卖店	2012年6月	2014年3月	28.26	88.24	19.44
12	成都永丰路专 卖店	2013年3月	2014年6月	-	67.16	47.58
13	武汉万松园店	2011年1月	2014年7月	125.38	140.96	70.39
14	成都远东百货 专柜	2013年12月	2014年7月	-	-	8.48
15	成都锦里西专 卖店	2012年11月	2014年6月	-	45.36	14.21
16	宜宾西街二店	2010年10月	2014年8月	117.19	117.96	58.44
17	宜昌西陵一路 旗舰店	2008年9月	2014年5月	81.73	126.97	52.13
18	合肥潜山路店	2011年12月	2014年12月	53.77	59.14	52.03
19	宜宾西街专卖 店	2008年8月	2014年3月	209.81	186.73	44.81
20	遂宁三清街专 卖店	2010年10月	2014年7月	113.57	104.37	39.06
21	宜昌CBD店	2010年1月	2014年3月	189.20	188.56	37.21
22	成都科华北专 卖店	2012年7月	2014年6月	35.89	66.11	12.47
23	成都清江东专 卖店	2012年6月	2014年3月	62.95	79.61	11.81
24	合肥大洋百货 专柜	2012年11月	2014年5月	2.27	25.77	8.65

序号	直营店名称	开店时间	关闭时间	2012年 销售额	2013年 销售额	2014年 销售额
25	宜宾大南街专卖店	2010年9月	2014年8月	67.96	64.48	26.43
26	成都金仙桥专卖店	2010年12月	2014年8月	112.91	92.98	24.34
27	合肥南七店	2011年12月	2014年12月	66.23	107.09	100.18
28	宜宾人民广场店	2011年2月	2014年6月	98.52	87.91	18.58
29	合肥寿春路店	2012年6月	2014年4月	32.94	53.74	17.08
30	乐山玉堂街专卖店	2011年2月	2014年2月	147.65	141.57	16.90
31	乐山购物中心专卖店	2008年12月	2014年2月	164.74	147.54	15.55
32	荆州古城二店	2013年4月	2014年8月	-	77.30	51.10
33	深圳华润万家春风专柜	2013年8月	2014年8月	-	5.66	11.46
34	乐山人民南路专卖店	2012年12月	2014年2月	-	42.14	8.24
35	深圳华润万家龙华专柜	2013年8月	2014年8月	-	5.89	10.94
36	武汉江汉四路店	2011年12月	2014年7月	75.83	91.88	34.92
37	武汉中山沃尔玛店	2012年7月	2014年7月	26.10	40.83	20.85
38	长沙家润多朝阳柜	2008年4月	2014年7月	125.45	120.51	67.56
39	长沙通程红星店	2011年1月	2014年8月	72.79	82.66	58.26
40	武汉钟家村家乐福专卖店	2012年6月	2014年6月	34.12	43.40	9.02
41	武汉江汉北路店	2013年8月	2014年3月	-	35.06	13.59
42	宜宾华润万家专柜	2013年9月	2014年8月	-	-	32.01
43	宜昌万达店	2011年12月	2014年3月	31.39	47.81	11.11
44	宜昌夷陵大道店	2012年12月	2014年5月	-	54.35	28.06
45	宜昌步行街店	2013年1月	2014年1月	-	39.40	-
46	宜昌时尚店	2013年8月	2014年4月	-	15.34	12.91
47	长沙王府井百货	2008年4月	2014年6月	137.05	96.79	33.79
48	长沙春天百货	2008年4月	2014年2月	79.97	22.93	32.13

序号	直营店名称	开店时间	关闭时间	2012年 销售额	2013年 销售额	2014年 销售额
49	株洲王府井	2010年11月	2014年9月	72.49	50.78	27.94
50	黄石大金新百专柜	2011年10月	2014年5月	66.20	55.54	20.18
51	武汉中山大洋百货专柜	2011年4月	2014年7月	58.17	18.80	13.10
52	珠海华润万家拱北专柜	2013年12月	2014年8月	-	-	25.11

公司2014年关闭直营门店在关闭前2年销售总体稳定，2014年度关闭当年大幅减少主要原因系所关闭门店没有运营满完整一个年度，收入相对较少。

③ 2013年关闭直营门店情况

单位：万元

序号	门店名称	开业时间	关闭时间	2012年 销售额	2013年 销售额
1	长沙南门口店	2008年4月	2013年10月	606.81	392.20
2	长沙司门口店	2008年4月	2013年11月	387.76	264.62
3	株洲国富店	2010年9月	2013年8月	298.26	201.49
4	荆门北门路旗舰店	2008年9月	2013年9月	102.31	106.13
5	荆州公安荆江大道店	2010年10月	2013年10月	84.65	84.34
6	岳阳土桥小店	2008年9月	2013年9月	111.09	71.69
7	遂宁遂州南路专卖店	2008年6月	2013年5月	160.13	68.23
8	武汉杨汉湖店	2011年9月	2013年9月	56.62	43.03
9	宜昌广场店	2010年9月	2013年4月	76.60	29.12
10	武汉长丰店	2012年6月	2013年6月	10.73	12.69
11	长沙西厢南店	2010年1月	2013年1月	201.11	-
12	九江八角石店	2008年11月	2013年4月	137.12	37.20
13	九江柴桑小学店	2008年12月	2013年4月	135.95	41.31
14	九江大中路店	2008年9月	2013年4月	86.25	32.34
15	宜昌金缔华城店	2011年9月	2013年1月	16.73	-
16	长沙友谊商城	2008年4月	2013年4月	185.17	68.51
17	长沙平和堂	2008年4月	2013年7月	164.05	39.97
18	株洲平和堂	2009年9月	2013年9月	68.58	36.88
19	湘潭心连心百货	2008年1月	2013年8月	71.06	26.37
20	衡阳大洋百货专柜	2010年12月	2013年8月	45.38	18.15
21	常德步步高专柜	2008年8月	2013年5月	63.41	13.94
22	衡阳崇尚百货专柜	2011年10月	2013年8月	27.31	6.67
23	宜昌时代专柜	2011年10月	2013年2月	38.89	2.05
24	九江联盛商场	2008年9月	2013年5月	166.15	55.48

2013 年度关闭当年大幅减少主要原因系所关闭门店没有运营满完整一个年度，收入相对较少。

④ 2012 年关闭直营门店情况

单位：万元

序号	门店名称	开业时间	关闭时间	2012 年销售额
1	宜宾北大街专卖店	2008 年 12 月	2012 年 8 月	150.83
2	合肥市宿州路店	2008 年 9 月	2012 年 2 月	21.14
3	合肥市长江路店	2009 年 6 月	2012 年 5 月	73.82
4	九江荟丰店	2009 年 4 月	2012 年 5 月	49.68
5	宜昌西陵一路时尚店	2008 年 3 月	2012 年 3 月	30.63
6	九江先达店	2009 年 3 月	2012 年 2 月	12.03
7	宜昌公园店	2009 年 4 月	2012 年 2 月	13.99
8	怀化千禧店	2008 年 9 月	2012 年 1 月	-
9	宜宾人民路专卖店	2008 年 8 月	2012 年 7 月	44.10
10	合肥市太湖路店	2010 年 12 月	2012 年 6 月	27.29
11	九江庐山路店	2008 年 4 月	2012 年 4 月	6.58

(7) 报告期内，公司退出加盟商情况

① 报告期内公司加盟商退出统计

2012 年度至 2014 年度，公司退出加盟商数量分别为 57、145 和 198 家，具体如下表所示：

单位：家

关店原因	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	关闭家数	占比	关闭家数	占比	关闭家数	占比
店铺租约到期	77	38.89%	56	38.62%	15	26.32%
商圈转移	33	16.67%	25	17.24%	8	14.04%
销售未达预期	23	11.62%	17	11.72%	13	22.81%
选址失误	20	10.10%	10	6.90%	2	3.51%
加盟商经营管理不善	20	10.10%	18	12.41%	8	14.04%
门店违规经营	3	1.52%	3	2.07%	1	1.75%
其他原因	22	11.11%	16	11.03%	10	17.54%
合计	198	100.00%	145	100.00%	57	100.00%

公司加盟商退出的主要原因是“租约到期”、“商圈转移”、“销售未达预期”以及“加盟商经营管理不善”等因素。

② 2014 年退出加盟商情况

单位：万元

序号	加盟商名称	加入时间	退出时间	2012 年 销售额	2013 年 销售额	2014 年 销售额
1	重庆明明商贸有限公司	2013 年 4 月	2014 年 5 月	-	20.23	0.55
2	浙江曹明惠	2009 年 5 月	2014 年 1 月	60.13	24.67	-0.05
3	浙江唐忠海	2010 年 7 月	2014 年 1 月	98.57	50.65	-0.10
4	浙江杨明仙	2011 年 4 月	2014 年 1 月	32.23	14.53	-
5	浙江葛燕慰	2012 年 7 月	2014 年 1 月	22.63	5.31	0.11
6	浙江王翀	2013 年 5 月	2014 年 12 月	-	19.31	-
7	浙江良放栾	2012 年 4 月	2014 年 8 月	-	0.92	18.46
8	浙江褚辉进	2014 年 1 月	2014 年 12 月	-	-	16.89
9	云南刘洋	2010 年 5 月	2014 年 8 月	27.56	20.42	-0.20
10	新疆毛周平	2011 年 6 月	2014 年 1 月	21.93	13.36	-
11	新疆周燕	2013 年 6 月	2014 年 9 月	-	24.56	12.40
12	天津李铎	2013 年 7 月	2014 年 1 月	-	25.70	1.78
13	天津王丽芹	2013 年 9 月	2014 年 6 月	-	39.88	-
14	天津张博	2014 年 1 月	2014 年 12 月	-	-	42.99
15	四川汪旭琴	2012 年 12 月	2014 年 4 月	29.95	22.89	5.13
16	四川夏建琴	2011 年 8 月	2014 年 1 月	74.54	44.74	-
17	四川杨海霞	2012 年 12 月	2014 年 3 月	-	30.88	6.99
18	四川陈祖萍	2013 年 3 月	2014 年 5 月	-	53.81	0.65
19	四川许明华	2012 年 6 月	2014 年 1 月	35.50	24.67	-
20	四川张羽	2011 年 9 月	2014 年 7 月	13.34	13.88	-
21	四川程创	2013 年 4 月	2014 年 3 月	-	53.51	6.49
22	上海昊桦家具经营部	2013 年 7 月	2014 年 3 月	-	29.20	3.03
23	陕西李富元	2013 年 4 月	2014 年 2 月	-	14.38	-
24	陕西曹颖	2012 年 12 月	2014 年 1 月	13.12	4.73	-
25	陕西付坚毅	2013 年 10 月	2014 年 9 月	-	26.80	1.88
26	山西王妮	2012 年 9 月	2014 年 1 月	22.46	14.35	7.32
27	山西何振凤	2013 年 4 月	2014 年 3 月	-	25.43	4.83
28	山西王伟	2012 年 7 月	2014 年 1 月	0.74	37.17	-
29	山西郭青兰	2012 年 6 月	2014 年 1 月	23.37	3.02	-
30	长治市未来水世界商贸有限公司	2004 年 1 月	2014 年 3 月	87.07	45.86	47.81
31	原平乾元万通商贸有限公司	2010 年 1 月	2014 年 1 月	21.94	21.88	11.05
32	山西贺琦	2010 年 1 月	2014 年 1 月	13.92	3.71	-
33	山西宁红梅	2012 年 10 月	2014 年 1 月	69.78	44.17	-

序号	加盟商名称	加入时间	退出时间	2012年 销售额	2013年 销售额	2014年 销售额
34	山西马雪琴	2011年12月	2014年3月	15.02	0.32	-0.05
35	山西张素琴	2011年9月	2014年4月	37.82	11.33	3.22
36	高平市永兴时代购物广场有限公司	2010年1月	2014年5月	27.10	19.25	6.14
37	山西皓石容	2010年1月	2014年1月	1.49	0.43	0.68
38	山东王飞	2011年6月	2014年1月	3.57	9.65	-
39	临沂市兰山区优品商贸有限公司	2011年10月	2014年5月	92.26	77.14	5.22
40	山东陈静	2012年10月	2014年1月	34.81	0.92	-
41	青岛誉妍嘉利国际贸易有限公司	2011年8月	2014年1月	34.34	3.11	-
42	山东刘慧娜	2013年3月	2014年7月	-	48.46	5.44
43	山东王爱华	2013年5月	2014年1月	-	16.92	-
44	山东孔春玲	2011年8月	2014年1月	18.51	10.04	-
45	山东季延朝	2012年1月	2014年1月	21.31	1.42	-
46	山东常桂玲	2013年9月	2014年10月	-	35.66	0.07
47	山东刘转英	2013年11月	2014年8月	-	29.18	4.25
48	内蒙古章剑	2010年1月	2014年12月	43.25	43.19	16.33
49	内蒙古杨志刚	2012年5月	2014年1月	41.05	1.44	-
50	内蒙古郭颖懿	2012年10月	2014年1月	20.94	5.57	-
51	内蒙古奇威	2011年11月	2014年1月	8.41	1.90	0.84
52	内蒙古庞丽	2010年11月	2014年1月	7.47	9.17	4.84
53	内蒙古刘晶丽	2012年12月	2014年1月	19.49	12.71	-0.09
54	内蒙古刘丽丽	2010年7月	2014年1月	58.08	24.28	-
55	内蒙古王东立	2013年4月	2014年1月	-	24.23	-
56	沈阳群星科技有限公司	2011年8月	2013年1月	122.62	54.53	-
57	深圳市盛大实业有限公司	2012年10月	2014年11月	53.24	35.97	12.73
58	沈阳际华三五四七特种装具有限公司	2013年1月	2014年3月	1.37	33.32	4.11
59	大连瑞齐汇众贸易有限公司	2012年7月	2014年11月	13.45	10.61	-0.17
60	大连百世利达商贸有限公司	2013年5月	2014年1月	-	34.16	-
61	辽宁李孟瑜	2011年4月	2014年1月	14.91	9.50	-
62	辽宁黎升	2010年1月	2014年9月	15.16	22.83	7.89

序号	加盟商名称	加入时间	退出时间	2012年 销售额	2013年 销售额	2014年 销售额
63	辽宁孙畅云	2011年5月	2014年3月	17.51	13.00	-
64	沈阳东泽宇佳 国际贸易公司	2013年11月	2014年12月	-	21.75	0.17
65	新余市凯旋贸 易有限公司	2009年5月	2014年1月	288.91	154.35	11.48
66	江西秦军桦	2006年9月	2014年10月	58.28	45.98	31.87
67	江西刘珍	2011年10月	2014年5月	21.04	9.82	-0.23
68	江西韩萍	2012年1月	2014年5月	15.28	14.83	12.57
69	江西余丽红	2012年5月	2014年5月	20.84	14.69	2.16
70	江西卢文	2010年4月	2014年10月	31.27	35.63	18.02
71	江西姜山华	2012年5月	2014年5月	29.52	10.23	6.70
72	江西谢敏钧	2011年7月	2014年5月	90.50	55.05	23.09
73	江西王芳	2011年5月	2014年10月	38.47	5.93	-
74	江西杨清	2011年12月	2014年1月	43.29	11.86	0.47
75	江西伍月冬	2007年8月	2014年8月	78.40	55.28	48.32
76	江西王洪真	2007年7月	2014年6月	83.42	77.84	65.73
77	江西梁素梅	2012年7月	2014年7月	32.07	42.60	6.64
78	江西吴辉郭	2010年7月	2014年10月	77.68	39.74	21.36
79	江西胡小珍	2012年6月	2014年7月	52.66	32.18	-
80	江西李爱云	2012年7月	2014年7月	30.73	15.35	4.41
81	江西张荣华	2012年8月	2014年7月	15.00	16.31	1.98
82	江西焦小琴	2012年9月	2014年1月	-	0.29	-
83	江西应千	2013年7月	2014年10月	-	37.47	27.87
84	江苏潘升	2009年9月	2014年5月	29.69	28.01	0.04
85	江苏姚菲	2012年5月	2014年1月	47.98	30.16	-
86	盐城艾顺贸易 有限公司	2012年12月	2014年6月	37.36	-	0.29
87	江苏欧梅	2014年1月	2014年10月	-	-	16.40
88	吉林张大乾	2010年10月	2014年6月	23.94	11.89	3.70
89	吉林李桂兰	2011年11月	2014年3月	4.75	5.79	4.74
90	吉林程艳华	2011年1月	2014年1月	16.46	8.77	-
91	吉林李梦垚	2011年11月	2014年1月	14.76	7.48	3.29
92	吉林王玉贤	2013年11月	2014年9月	-	27.30	2.78
93	吉林鞠秀荣	2013年11月	2014年12月	-	19.48	2.44
94	湖南汤浩	2012年3月	2014年11月	27.98	8.43	1.00
95	湖南彭翔	2011年1月	2014年1月	34.12	20.02	-
96	湖南喻昂	2011年1月	2014年12月	22.21	19.04	4.59
97	湖南潘东	2012年3月	2014年5月	31.57	21.59	2.85
98	湖南刘振	2013年4月	2014年11月	-	17.08	2.96
99	湖南邓璐美	2007年2月	2014年12月	53.85	41.37	-0.75
100	湖南成莉盈	2010年7月	2014年12月	59.87	49.67	95.25

序号	加盟商名称	加入时间	退出时间	2012年 销售额	2013年 销售额	2014年 销售额
101	湖南臧依	2010年7月	2014年12月	37.02	28.36	17.70
102	湖南成舟	2011年2月	2014年12月	28.15	47.23	27.06
103	郴州市苏仙区 良田供销合作社	2013年1月	2014年12月	21.57	29.33	7.85
104	湖南陈凌	2012年10月	2014年12月	21.15	0.32	1.02
105	湖南刘理芳	2011年4月	2014年8月	20.60	14.93	3.36
106	湖南刘益芳	2011年3月	2014年8月	18.95	14.02	11.48
107	湖南朱良能	2013年1月	2014年6月	20.13	24.08	2.13
108	湖南向瑜	2013年4月	2014年5月	-	17.37	1.85
109	湖南汪滔	2011年12月	2014年12月	243.85	210.92	14.19
110	湖南侯加喜	2011年7月	2014年1月	86.02	11.31	-
111	湖南刘文	2013年3月	2014年4月	-	33.73	10.19
112	湖南夏旭辉	2011年9月	2014年6月	19.20	18.78	0.12
113	湖南阳艾茵	2011年11月	2014年12月	65.67	39.05	15.75
114	湖南袁群	2012年8月	2014年11月	15.62	4.54	-
115	湖南李彩虹	2010年8月	2014年12月	5.59	8.06	0.95
116	湖南邱彩虹	2010年4月	2014年12月	20.33	0.04	2.91
117	湖南郭泽峰	2012年10月	2014年5月	22.62	1.07	-
118	湖南陈小群	2012年10月	2014年12月	16.07	11.98	-
119	湖南成文超	2013年9月	2014年10月	-	19.18	4.80
120	湖南钟淑南	2013年10月	2014年8月	-	26.82	0.54
121	湖南褚树宏	2013年11月	2014年12月	-	10.60	6.63
122	湖北张远明	2012年11月	2014年1月	21.03	3.38	-
123	浠水县和顺贸易 有限公司	2012年9月	2014年1月	26.41	4.69	-
124	湖北李曼婷	2010年6月	2014年6月	42.54	15.89	15.59
125	湖北黎悦	2012年6月	2014年6月	62.26	50.76	24.26
126	湖北聂罡	2013年9月	2014年5月	32.72	19.69	-3.42
127	湖北胡娜	2011年7月	2014年1月	39.10	56.66	-0.05
128	湖北陈碧波	2010年6月	2014年1月	41.69	14.12	-0.19
129	湖北杨帆	2013年9月	2014年12月	-	13.42	-
130	湖北段艾美	2014年2月	2014年12月	-	-	25.43
131	黑龙江林瑛	2010年6月	2014年1月	7.07	5.83	1.23
132	黑龙江袁琳	2011年6月	2014年2月	74.47	7.79	3.68
133	黑龙江樊丰运	2011年11月	2014年9月	24.41	38.45	12.39
134	黑龙江张晶瑶	2012年9月	2014年3月	31.51	9.33	7.57
135	黑龙江刘晓佳	2013年10月	2014年8月	-	18.74	1.04
136	河南王利亚	2011年3月	2014年5月	14.05	14.96	-
137	河南吴焕知	2010年12月	2014年6月	31.31	-9.92	-
138	河南王婧	2011年10月	2014年1月	17.44	16.87	-0.09

序号	加盟商名称	加入时间	退出时间	2012年 销售额	2013年 销售额	2014年 销售额
139	河南邓宝	2005年5月	2014年8月	86.05	6.32	-
140	河南周小利	2012年10月	2014年6月	41.81	12.35	5.98
141	河南王漫秋	2012年8月	2014年12月	41.44	35.17	15.46
142	河南马赋伟	2012年1月	2014年12月	8.54	20.66	2.87
143	河南刘清闲	2010年10月	2014年1月	34.04	20.60	2.89
144	河南孙静	2011年6月	2014年1月	105.42	10.99	-
145	河南王春霞	2013年8月	2014年5月	-	3.53	-
146	河南谢燕利	2014年1月	2014年12月	-	-	57.34
147	河北章之现	2012年4月	2014年3月	92.15	81.59	36.87
148	河北邓军力	2012年8月	2014年3月	36.47	8.53	0.40
149	河北张兰英	2012年10月	2014年6月	37.55	8.08	-
150	河北陈智超	2011年4月	2014年1月	14.25	3.92	-
151	河北吴青山	2011年9月	2014年1月	10.41	7.46	3.22
152	河北张振国	2012年4月	2014年1月	18.87	5.53	-
153	唐山张泽慧	2008年11月	2014年3月	29.03	22.86	7.85
154	河北阚德来	2010年6月	2014年1月	16.50	14.56	-
155	河北陈正	2012年9月	2014年1月	40.13	4.92	-
156	河北朱嘉贺	2013年6月	2014年3月	-	24.78	1.09
157	河北张立学	2013年3月	2014年1月	-	3.90	-
158	海南代健为	2013年4月	2014年12月	-	28.42	19.28
159	贵州谭桂	2012年12月	2014年3月	42.00	39.08	2.55
160	广西王富利	2011年10月	2014年6月	-	8.30	7.99
161	广西贺琉	2012年8月	2014年8月	22.47	35.98	18.05
162	广西余丽波	2012年8月	2014年7月	11.84	11.67	-
163	广西邓小杏	2012年11月	2014年3月	15.49	3.15	4.62
164	广西陆惠勤	2009年12月	2014年6月	23.91	18.46	4.36
165	广西罗芸	2010年1月	2014年9月	-	12.40	1.68
166	广西马勤庚	2012年7月	2014年5月	15.66	7.37	-0.11
167	广东闵莎莎	2013年4月	2014年1月	-	22.33	-
168	广东伍彦言	2012年5月	2014年12月	36.21	19.39	11.76
169	广东解涵香	2008年11月	2014年5月	34.63	10.66	16.68
170	广东江南	2011年7月	2014年1月	19.53	12.54	-
171	广东钟武邦	2013年5月	2014年3月	-	14.55	-
172	广东李润开	2008年12月	2014年1月	12.69	4.22	-
173	广东肖小飞	2012年9月	2014年5月	33.88	-0.40	-
174	广东邢凤丽	2012年9月	2014年12月	25.45	16.06	19.85
175	广东杨辉	2011年11月	2014年1月	55.51	37.01	0.16
176	珠海市雅兰家用纺织品有限公司	2012年7月	2014年1月	18.62	0.23	-
177	广东邹直华	2013年8月	2014年12月	-	35.64	16.42

序号	加盟商名称	加入时间	退出时间	2012年 销售额	2013年 销售额	2014年 销售额
178	福建兰洁	2011年12月	2014年1月	44.49	13.64	-
179	福建蓝萧	2010年4月	2014年8月	22.33	34.91	8.34
180	福建涂萍萍	2012年6月	2014年1月	80.54	15.44	-
181	福建侯龙水	2013年6月	2014年3月	-	18.66	-
182	福建王雪振	2013年9月	2014年6月	-	21.85	4.94
183	北京宋静	2011年6月	2014年1月	30.46	27.89	2.77
184	北京丽泽行商贸有限公司	2012年9月	2014年1月	83.76	52.61	6.32
185	北京王伟	2008年1月	2014年1月	26.63	11.83	-
186	北京心蔚然商贸有限公司	2012年5月	2014年1月	7.65	15.63	-
187	安徽裴学胜	2011年3月	2014年6月	7.54	6.69	-
188	安徽王贞贞	2012年5月	2014年1月	23.21	17.66	-
189	安徽姚红琍	2012年6月	2014年1月	20.54	14.59	-
190	安徽桂星星	2009年11月	2014年1月	34.54	10.86	1.52
191	安徽龚纯蕾	2008年7月	2014年8月	35.00	4.15	9.93
192	安徽萧晚银	2012年5月	2014年8月	43.92	13.67	6.59
193	安徽诸咸美	2011年10月	2014年1月	8.56	1.03	-
194	安徽谢长建	2010年6月	2014年11月	23.56	3.79	-0.13
195	无为县易水寒服装店	2011年3月	2014年1月	21.53	25.69	-
196	安徽邵义	2011年11月	2014年6月	9.24	11.22	-
197	安徽张艳红	2013年8月	2014年8月	-	34.72	-
198	安徽王国涛	2014年1月	2014年12月	-	-	17.21

公司 2014 年退出加盟商在报告期内平均销售额呈现一定波动幅度，主要原因：1、部分客户在 2014 年上半年退出，在退出前已逐步减少进货采购量，因此在 2013 年度较 2012 年也有较大幅度减少；2、2014 年度退出当年大幅减少主要原因系所退出加盟商没有运营满完整一个年度，收入相对较少。

③ 2013 年度退出加盟商情况

单位：万元

序号	加盟商名称	加入时间	退出时间	2012年 销售额	2013年 销售额
1	重庆汪晴	2011年10月	2013年7月	40.16	-3.43
2	重庆刘勇平	2012年1月	2013年4月	55.04	1.85
3	重庆赵甜菊	2013年1月	2013年12月	-	20.13
4	浙江潘幸东	2011年4月	2013年5月	34.49	7.44
5	浙江李龙根	2004年8月	2013年5月	88.94	-0.55

序号	加盟商名称	加入时间	退出时间	2012年 销售额	2013年 销售额
6	浙江方田春	2009年12月	2013年5月	62.06	8.84
7	浙江林海鸥	2012年4月	2013年3月	51.43	1.16
8	浙江程捷	2011年11月	2013年2月	14.16	-0.25
9	浙江谢小斌	2010年9月	2013年4月	9.84	-
10	云南罗金源	2010年9月	2013年5月	12.33	0.77
11	西藏市晏莉	2012年12月	2013年12月	30.64	-
12	天津市雅盛体育用品有限公司	2011年9月	2013年4月	50.75	-0.34
13	四川贾健	2011年9月	2013年10月	15.25	2.84
14	四川游晓梅	2011年6月	2013年2月	21.02	1.98
15	四川黄倩	2011年3月	2013年7月	21.77	-
16	乐山市祥亨物资贸易有限公司	2012年4月	2013年5月	21.82	9.65
17	四川邓以兵	2011年9月	2013年10月	43.92	5.61
18	四川母娟	2011年9月	2013年8月	1.79	-
19	四川唐洪伟	2012年10月	2013年9月	28.56	7.48
20	四川王亚梅	2012年12月	2013年9月	49.45	19.89
21	陕西谢艳萍	2012年10月	2013年7月	18.92	1.55
22	陕西郭奇	2011年8月	2013年2月	1.01	-
23	长治市华生机电有限公司	2009年1月	2013年4月	-	18.16
24	山东赵洁	2010年7月	2013年1月	23.06	-
25	青岛誉妍嘉利国际贸易有限公司	2011年3月	2013年9月	34.34	3.11
26	山东熊丽娜	2011年10月	2013年6月	3.91	-
27	日照宇轩电脑有限公司	2011年10月	2013年11月	13.90	-
28	内蒙古高飞	2011年7月	2013年3月	12.85	2.32
29	内蒙古王浩	2010年10月	2013年11月	28.29	16.79
30	内蒙古吴彦军	2011年10月	2013年4月	8.89	-
31	内蒙古钟颖	2008年11月	2013年1月	22.11	1.37
32	内蒙古托娅	2011年5月	2013年6月	15.90	6.04
33	内蒙古张丽薇	2010年8月	2013年1月	12.12	-0.23
34	内蒙古闫彩云	2010年9月	2013年8月	25.80	-
35	内蒙古苑馨岚	2011年12月	2013年10月	9.85	2.04
36	内蒙古张万勤	2011年10月	2013年7月	21.78	7.64
37	内蒙古刘颖	2010年12月	2013年6月	7.27	-
38	沈阳夏思图商贸有限公司	2011年10月	2013年7月	48.30	-0.58
39	辽宁左成彬	2011年10月	2013年7月	-0.78	-1.36
40	鞍山王天翼商贸有	2010年10月	2013年8月	11.94	0.16

序号	加盟商名称	加入时间	退出时间	2012年 销售额	2013年 销售额
	限公司				
41	辽宁林桂娟	2011年9月	2013年7月	38.06	-
42	辽宁张春梅	2012年4月	2013年4月	13.51	-0.01
43	江西聂际华	2009年9月	2013年8月	114.34	3.85
44	江西杨青华	2012年9月	2013年9月	123.22	45.19
45	江西肖晨霞	2010年12月	2013年6月	42.91	-0.21
46	江西刘书萍	2011年11月	2013年3月	19.16	7.59
47	江西张小青	2008年4月	2013年6月	21.08	0.17
48	江西徐昌锋	2012年9月	2013年11月	23.24	6.06
49	江西夏永保	2011年5月	2013年3月	36.31	3.08
50	江西吴三兰	2011年4月	2013年4月	19.80	-
51	江苏张怀平	2011年5月	2013年3月	20.43	5.20
52	江苏沈健卫	2011年11月	2013年3月	14.57	4.08
53	江苏陈佳	2011年9月	2013年3月	32.94	-
54	江苏陶华	2009年7月	2013年4月	14.28	-
55	江苏吴海松	2011年5月	2013年4月	-0.06	-
56	江苏桑国晟	2009年9月	2013年4月	85.92	-
57	江苏刘星	2010年10月	2013年9月	10.18	-0.66
58	吉林市春在商贸有 限责任公司	2011年11月	2013年1月	10.19	-0.35
59	湖南肖克磊	2005年9月	2013年6月	50.07	-
60	湖南罗福荣	2012年2月	2013年1月	4.49	-
61	湖南彭英桂	2011年12月	2013年4月	54.07	-
62	湖南邱孝昌	2009年3月	2013年7月	61.34	11.15
63	湖南娄婷	2012年11月	2013年12月	18.63	10.78
64	湖南邓雅静	2011年10月	2013年2月	15.90	-
65	湖南张华	2011年12月	2013年7月	17.65	-
66	湖南彭翔	2011年1月	2013年12月	34.12	20.02
67	湖南黎漳芬	2011年5月	2013年1月	23.93	3.53
68	湖南夏湘芝	2012年1月	2013年1月	-	-0.02
69	湖南贺小兰	2010年6月	2013年4月	64.46	-0.19
70	湖南张素娥	2010年7月	2013年7月	47.67	17.22
71	湖南李明青	2011年12月	2013年12月	79.07	58.20
72	湖南陈巧连	2012年6月	2013年7月	27.60	2.13
73	湖南唐明生	2010年7月	2013年6月	46.61	4.70
74	湖南凌均	2010年5月	2013年9月	32.68	-0.65
75	湖南梁玲	2007年4月	2013年8月	59.81	15.60
76	湖南刘继美	2011年4月	2013年2月	47.08	5.04
77	湖南廖澈	2010年8月	2013年10月	30.35	6.39
78	湖南邓春联	2011年5月	2013年6月	8.91	1.25
79	湖南陈勇	2011年9月	2013年5月	42.45	0.91

序号	加盟商名称	加入时间	退出时间	2012年 销售额	2013年 销售额
80	湖南赵志平	2011年9月	2013年3月	55.89	-0.31
81	湖南毛海龙	2010年10月	2013年7月	9.66	-
82	湖南陈遥	2004年3月	2013年6月	83.77	11.35
83	湖南曾江远	2011年8月	2013年1月	15.58	-0.04
84	湖南许进军	2011年9月	2013年7月	52.19	14.04
85	湖南范远	2011年9月	2013年8月	47.23	8.87
86	湖南钱珊	2012年4月	2013年8月	113.03	18.24
87	湖南廖燕丽	2010年12月	2013年7月	74.18	8.59
88	湖南袁中梁	2010年10月	2013年7月	76.51	35.75
89	湖南李仲	2013年5月	2013年12月	-	25.25
90	湖南殷蕾	2013年2月	2013年11月	-	19.67
91	武汉世俊家纺有限公司	2012年5月	2013年6月	23.99	1.78
92	湖北高海燕	2010年8月	2013年4月	73.74	-
93	湖北刘礼平	2008年8月	2013年12月	19.35	13.26
94	湖北胡珊珊	2009年9月	2013年4月	125.87	13.84
95	湖北吴晋	2011年11月	2013年4月	13.38	-
96	湖北谭东风	2009年4月	2013年4月	16.20	-
97	湖北韩玉枝	2011年5月	2013年12月	44.10	-0.15
98	黑龙江李权	2011年6月	2013年8月	7.97	6.17
99	黑龙江李晓梅	2011年11月	2013年11月	20.33	-
100	河南吕新栋	2010年4月	2013年1月	32.62	-
101	河南高振国	2011年9月	2013年6月	13.05	8.56
102	河南徐晓东	2012年8月	2013年6月	18.50	10.52
103	河南田建辉	2010年5月	2013年3月	24.40	18.80
104	河南闫新	2010年12月	2013年11月	43.25	4.53
105	河南李静	2011年1月	2013年3月	19.36	-
106	河南秦现平	2011年5月	2013年1月	13.84	-
107	河南王聪浩	2012年1月	2013年9月	30.04	0.43
108	河南王咏	2009年4月	2013年1月	8.07	-
109	河北张俭	2010年6月	2013年12月	17.78	-
110	河北门润华	2010年12月	2013年4月	16.49	-
111	河北王金华	2011年12月	2013年6月	9.46	-
112	河北都丽莎	2011年7月	2013年2月	7.42	-
113	河北刘建红	2011年9月	2013年12月	18.19	16.69
114	河北贾建涛	2012年6月	2013年7月	20.32	0.53
115	河北孟庆娜	2010年4月	2013年7月	15.08	-
116	河北张立学	2012年8月	2013年4月	20.90	2.42
117	河北曹培	2010年4月	2013年9月	12.86	-
118	河北高文君	2012年9月	2013年7月	16.93	1.99
119	河北师玉峰	2011年10月	2013年7月	3.97	-

序号	加盟商名称	加入时间	退出时间	2012年 销售额	2013年 销售额
120	河北史秀英	2011年9月	2013年4月	19.75	-
121	河北刘超	2009年12月	2013年6月	25.76	4.32
122	贵州杜建忠	2011年12月	2013年5月	19.72	4.45
123	贵州卿云宝	2012年9月	2013年9月	21.55	14.60
124	贵州罗丹	2011年12月	2013年1月	3.96	-
125	贵州张文霞	2012年8月	2013年9月	16.11	2.20
126	贵州杨英梅	2013年5月	2013年12月	-	30.27
127	广西马武	2009年1月	2013年5月	8.56	-
128	广西蒋小艳	2011年12月	2013年5月	27.01	5.66
129	广西廖韶华	2011年9月	2013年4月	18.25	1.33
130	灵山县灵城镇世兴 床上用品商店	2009年1月	2013年7月	6.31	1.07
131	广东关丽珊	2010年9月	2013年3月	10.51	1.95
132	广东余凤	2007年12月	2013年5月	66.65	6.94
133	广东谭家业	2012年12月	2013年12月	58.57	18.13
134	福建林丽清	2011年6月	2013年4月	20.84	-
135	福建张志红	2009年10月	2013年4月	34.87	7.21
136	北京王宇	2011年10月	2013年7月	22.87	-
137	安徽吕丽鸣	2010年2月	2013年9月	13.95	-
138	安徽陈莹莹	2010年10月	2013年3月	18.91	1.07
139	安徽贺鹏	2009年9月	2013年3月	17.06	17.24
140	安徽张斐斐	2012年4月	2013年3月	24.49	1.05
141	安徽葛晨	2010年3月	2013年3月	15.33	-0.27
142	安徽胡浩	2011年7月	2013年9月	43.23	7.53
143	安徽唐士贵	2010年3月	2013年3月	3.34	-
144	安徽卢贵芬	2012年6月	2013年3月	22.16	0.32
145	安徽董小娅	2011年9月	2013年3月	18.97	-0.05

公司 2013 年退出加盟商在报告期内平均销售额呈现一定波动幅度，主要原因因为 2013 年度退出当年大幅减少主要原因系所退出加盟商没有运营满完整一个年度，收入相对较少。

④ 2012 年度退出加盟商情况

单位：万元

序号	加盟商名称	加入时间	退出时间	2012年 销售额
1	重庆周伟	2011年10月	2012年7月	-
2	浙江彭亚芬	2008年12月	2012年9月	12.84
3	宁波海曙谦谦工艺品有限公司	2010年12月	2012年1月	-

序号	加盟商名称	加入时间	退出时间	2012年 销售额
4	浙江戴忠文	2011年8月	2012年11月	-1.40
5	云南李弘	2009年8月	2012年2月	-
6	云南刘又铭	2011年1月	2012年2月	-
7	云南王欣星	2008年1月	2012年3月	7.52
8	四川熊琴	2010年11月	2012年7月	-
9	四川张中全	2009年4月	2012年9月	-
10	四川杨文斌	2009年8月	2012年8月	1.34
11	四川张荣成	2011年3月	2012年1月	-
12	四川红绵家纺有限公司	2011年9月	2012年9月	1.56
13	四川贺文君	2011年1月	2012年7月	-
14	山西高娜	2009年12月	2012年9月	0.32
15	山西李永刚	2011年3月	2012年1月	-
16	内蒙古路丽丽	2011年4月	2012年4月	-
17	沈阳悦嘉商贸有限公司	2011年3月	2012年1月	8.25
18	辽宁常晓萍	2011年5月	2012年2月	-
19	萍乡市超强百货有限公司	2011年3月	2012年4月	74.40
20	江西康晓羽	2008年10月	2012年6月	13.10
21	江西陈文	2011年7月	2012年6月	-
22	江西程丹	2011年4月	2012年4月	18.60
23	江苏邓宇洁	2008年11月	2012年2月	10.12
24	湖南谭文杰	2011年3月	2012年4月	12.52
25	湖南匡春悟	2011年8月	2012年7月	5.48
26	湖南朱轶静	2008年12月	2012年9月	4.02
27	湖南陈军	2010年12月	2012年1月	-
28	湖南陈昭辉	2011年8月	2012年11月	-
29	湖南邵关	2009年8月	2012年2月	0.02
30	湖南谈小林	2011年1月	2012年2月	19.16
31	湖北戈小芳	2008年1月	2012年3月	39.03
32	湖北庠秋桂	2010年11月	2012年7月	-
33	湖北省大冶市秀福商贸有限公司	2009年4月	2012年9月	141.74
34	湖北付兰英	2009年8月	2012年8月	6.73
35	湖北黄琼	2011年8月	2012年6月	1.28
36	湖北王玉芳	2011年9月	2012年9月	1.71
37	湖北余良方	2011年1月	2012年7月	3.56
38	湖北朱秋萍	2009年12月	2012年9月	-0.26
39	湖北郭军伟	2011年3月	2012年1月	2.02
40	河南胡晓阳	2011年5月	2012年4月	-
41	河南李辉	2011年4月	2012年1月	-
42	河南李兰	2011年5月	2012年2月	1.92
43	河南曾振兴	2011年3月	2012年4月	-
44	河北刘文生	2008年10月	2012年6月	1.64

序号	加盟商名称	加入时间	退出时间	2012年 销售额
45	海南李捷	2011年11月	2012年8月	3.35
46	贵州郑志文	2011年5月	2012年4月	-
47	贵州杨丽	2008年11月	2012年2月	-
48	贵州余丹丹	2011年5月	2012年4月	0.40
49	广西河池市时建卫	2011年10月	2012年7月	0.74
50	广西北海市时建卫	2008年12月	2012年9月	39.45
51	广东尹廷海	2010年12月	2012年1月	1.45
52	广东陈永胜	2011年8月	2012年11月	0.85
53	广东省窦苗军	2009年8月	2012年2月	3.02
54	广东肖晓燕	2011年1月	2012年2月	-
55	广东林英	2008年1月	2012年3月	5.59
56	广东陈章洪	2010年11月	2012年7月	-0.24
57	安徽周丽	2009年4月	2012年9月	6.88

2、销售渠道的管理

根据销售渠道控制力强弱、服务最终客户能力差异，公司销售渠道可以划分为自营渠道、加盟渠道及出口销售三大类。其中，自营渠道为公司控制并直接经营的销售渠道，服务最终客户能力最强，其又主要分为直营店铺（即实体店铺）、网络销售（即虚拟店铺）、团购及内购等形式。目前，公司自营渠道中的直营店面、网络销售及加盟渠道为公司的主要销售渠道，三者合计销售额占比达到营业收入的96%以上。

公司根据加盟店、直营店铺和网络销售的不同特点，制定了相应的渠道管理政策和措施，具体情况如下：

项目	自营渠道		加盟渠道
	直营店铺	网络销售	
业务管理	1、按照地域区划进行业务管理； 2、自行选址，统一的店面形象设计； 3、制定存货管理制度，明确相关人员责任。定期不定期盘点存货，严格存货管理； 4、重点规范现金收付行为，明确现金账目操作规范。	1、由公司直接运营，属于公司的直销平台 2、不同的网络销售平台，网络销售部门有不同的管理团队运营，根据对市场的预测申报货品需求 3、制定存货管理制度，明确相关人员责任，定期不定期盘点存货，严格存货管理	1、按照地域区划对所属地区加盟商予以业务指导； 2、对店铺选址提供建议，执行统一的店面形象标识； 3、加盟店独立运营，但需要服从公司管理； 4、公司对加盟商提供全方位的支持，如店面装修、陈列展示、器架提供、货品筹备、人员培训及促销活动策划等。

项目	自营渠道		加盟渠道
	直营店铺	网络销售	
销售模式	以零售方式向终端消费者销售产品。	以零售方式向终端消费者销售产品。	以批发方式向加盟商销售产品，加盟商再通过自有终端将产品销售给消费者。
店铺形式	专卖店和商场专柜两种形式。	淘宝商城、京东、唯品会、天猫等网店	专卖店和商场专柜两种形式。
供货模式	<p>公司 2012 年度、2013 年度由销售部门参加公司每年两次的订货会，根据对市场的预测申报货品需求。</p> <p>自 2014 年开始，由销售部门参加公司每年三次的订货会，根据市场的预测申报货品需求</p>	由网络销售部门根据对市场的预测申报货品需求。	<p>1、加盟商订货采取订货为主、补货为辅的供货模式；</p> <p>2、公司每年组织两次新品发布订货会（自 2014 年开始，公司每年组织三次新品发布订货会），邀请加盟商赴公司进行现场订货；</p> <p>3、加盟商在每次订货会上预订未来六个月（自 2014 年开始，加盟商在每次订货会上预定未来四个月）的货品并提交订单，公司在每月 25 日前将下月的确认单传真给加盟商，经其最终确认后发货；</p> <p>4、加盟商需要补货的，向公司提出申请，经公司确认能够提供补货的，则通知加盟商交付货款，货款到帐后公司予以发货。</p>
收入确认	<p>1、直营专卖店：在产品交付给消费者并收取价款时，确认销售收入；</p> <p>2、直营专柜：直营专柜销售由商场向消费者开具发票和收款，商场定期与公司进行已销商品的结算，由公司向商场开具发票，按结算时点及价格确认销售收入。</p>	在网络销售模式下，消费者将货款支付至网络支付平台，公司发出商品，公司以收到消费者货款作为收入确认的时点。	在加盟商销售模式下，一般采用先收款后发货的形式，以商品发出的时间作为收入确认的时点。
货款结算	<p>1、直营专卖店：实行“钱货两讫”收款方式；</p> <p>2、直营专柜：商场销售商品后按合同约定的期间和计算方法，出具商品代销清单或货款结算单，并在约定的付款期限内付款。</p>	通过第三方支付平台完成支付。	公司与加盟商之间的货款结算，一般采用先收款后发货的形式。

项目	自营渠道		加盟渠道
	直营店铺	网络销售	
信用政策	不涉及	不涉及	对少数信用良好、无违规经营记录的加盟商，按照公司规定在一定期间内给予一定金额的信用额度，公司据此额度先行发货，加盟商到期还款。
退货政策	质量问题予以退换货。	7天无条件退换货；经公司检验确有质量问题的产品，给予及时退货。	经公司检验确有质量问题的产品，给予及时退货。

为了确保加盟商充分贯彻执行公司的统一营销战略和各项营销措施，加强对加盟商的管理，公司制定了一系列的标准和措施，具体情况如下：

(1) 加盟商的选择标准

在新加盟商评审方面，公司确立了三个方面的原则：首先，加盟商需要具有创新观念，具备品牌经营的意识和能力；其次，要求加盟商具备一定的零售经验；再次，加盟商必须具备相应的资金实力。公司还对加盟商的经营店面面积和地段、履约保证金、首期进货要求等方面做出了明确规定。各项要求均符合公司规定的，可向所属区域销售大区提出加盟申请，经其审批后报销售管理本部最后决定。在审核过程中，公司需做实地调查，并综合所处城市、所在地段、门店面积等多方面因素，对其进行店铺评审定级。

加盟客户选定标准，具体如下：

项目	商圈位置	店铺面积	有效投入资金
省会级	一类商圈	>60 m ²	80~150 万元
	二类商圈	>80m ²	
地市级	一类商圈	80~100m ²	60~100 万元
	二类商圈	120~150m ²	
县级	一类商圈	80~100m ²	50~70 万元
	二类商圈	100~120m ²	
镇级	一类商圈	50~80m ²	30~50 万元

注：1、依据公司加盟商所处地理位置不同，以其所在地的主要商业圈及附近定义为一类商圈；对于非主要商业圈及附近定义为二类商圈。

2、有效资金投入包括店铺的装修费、存货采购投入等。

(2) 公司对加盟商销售产品的定价政策

报告期内，公司对加盟商定价存在订货会批发价、补货加点价和促销折扣价三种情形，具体情况如下：

①订货会批发价

公司根据新产品成本价格，结合产品定位，在确定必要程度的利润空间的基础上，再对市场上的同类产品比较后，最终确定该产品的批发价格，在公司每年两次（自2014年开始，每年三次）的订货会上以批发价进行订货销售。

同时，公司为促进加盟商尽快回款以及奖励优质加盟商，公司依据加盟商回款情况，网点基础要求等因素对加盟商进行客户等级评定。

②促销折扣价

公司定期会对订货量小和周转较慢的产品进行价格分析，在考虑产品成本、市场销售、加盟商利润等因素基础上下调批发价格以促进销售。下调比例将视产品和所在区域情况进行灵活调整，折扣幅度一般不超过批发价格的10%。

③补货加点价

加盟商在订货会订货量之外需要增加现货采购的，公司会在批发价的基础上加点进行销售，现货加点幅度一般不超过批发价格的10%。

（3）公司对加盟商销售产品的退换货政策

为了维护公司形象和声誉，保护消费者的合法权益，提高客户满意度，做好退换货管理工作，公司专门制定了《退换货管理制度》，对加盟商销售产品的退换货作出了如下规定：

①质量问题退换货

经公司检验确有质量问题的产品，在特约经销协议有效期限内提出退货的，给予及时退货；以原价予以退换。主要退换货标准如下：

②正常使用情况下，产品一年内出现缩水，起毛起球，褪色，填充物钻出等影响使用的隐性质量问题时经工艺质量部鉴定已超国家标准，可办理产品退换货手续；

③购买后一个月内，首次使用出现破损、面料瑕疵等直观质量问题时，可办理退换货手续。对于无法确认产品是否属于质量问题时，公司收回产品进行鉴定，

并在 7 个工作日给予答复；

④购买产品后未有质量问题且购买时间不超过 15 天，如顾客因产品的尺寸问题要求换货时，在不影响再次销售的情况下，必须带好销售小票和商品及原包装到原购买的店铺进行换货。

⑤新增客户退换货

新加盟商首批订单产品在换货产品整洁、包装完整，不影响二次销售的情况下，可自打单发货之日起 45 天内按出货总金额的 10%换货；以原价予以退换。

(4) 报告期加盟商退换货情况

报告期内，公司加盟商退换货情况如下：

单位：万元

项 目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
退换货金额	443.27	613.12	596.62
营业收入	67,211.10	81,253.09	79,848.37
退换货/营业收入	0.66%	0.75%	0.75%

从上表可以看出，报告期内公司加盟商退换货金额较小，占报告期营业收入比重较小，2012 年度至 2014 年度分别为 0.75%、0.75%和 0.66%。

对于新增加盟商退换货产品整洁、包装完整等不影响公司二次销售的，退回后公司同常规产品通过其他渠道进行正常销售。公司严格的产品退换货制度和流程能有效保证加盟商退换货产品得到及时处理。

3、自营销售和加盟销售模式的优劣比较

自营销售模式是指由公司直接投资和经营的实体店铺或网络虚拟店铺来销售产品给消费者，系公司控制并直接经营的销售渠道，服务最终客户能力最强，其又主要分为直营店铺（即实体店铺）、网络销售（即虚拟店铺）、团购及内购等形式。自营销售渠道的主要特点是，所有权和经营权集中统一于公司。所有门店均为公司所有，由总部集中领导、统一管理，如人事、采购、计划、会计和经营方针都集中统一，实行统一核算制度，各直营店实行标准化经营管理。该模式的优点在于，可以统一调动资金，统一经营战略，统一开发和运用整体性优势；在人才培养使用、新技术产品开发推广、信息和管理现代化等方面，易于发挥整体优势。该模式的缺点在于，各门店自主权较小，积极性、创造性和主动性受到

限制，且需要投入的建设资金规模较大。

加盟销售模式是指通过将公司的商标，品牌形象及服务标准授权给加盟店，加盟店销售产品给消费者。加盟商在开设之初，公司会凭借多年经营积累的经验向其进行系统化的培训，并协助其创业与经营。公司与加盟商签订特许经营协议，明确双方权利与义务。加盟销售模式的主要特点是，公司仅提供必要的形象、品牌、培训和管理等支持，各加盟门店独立运营、独立承担法律责任。该销售模式的优点在于，各加盟门店的灵活性、主动性和自主性较强，且有利于公司在资源有限的阶段以较低成本迅速拓展市场、塑造品牌知名度；而缺点在于，各加盟门店容易各自为阵，缺乏团队合作精神，在统一管理、统一运营方面不如直营门店高效。

如上分析，自营和加盟两种模式各有利弊，加盟模式使公司在投入较小的情况下，可以快速实现业务的扩张，短期效果更为显著，但公司对加盟商控制力度较直营店稍弱；就此而言，自营模式更有优势，而且能使公司更直接面对消费从而形成对市场的快速反应。

公司在长期经营过程中，逐渐摸索出一套根据不同区域具体情况采用不同销售模式的渠道建设策略。实践证明，公司的渠道建设策略取得了较大的成功，以相对较低的投入占领了相对较大的市场份额，有效解决了公司在发展阶段所面临的快速扩张需求与资源不足之间的矛盾。

总之，自营模式和加盟模式互有利弊、互为补充、互相依存，单纯依靠直营店，则资源投入较大、发展速度受限，容易在激烈的市场竞争中被淘汰；单纯依靠加盟店，则盈利水平较低、品牌塑造较难，容易在高速的扩张中失去战略方向。只有合理运用两种模式，利用好两种模式的优点，才能在激烈的家用纺织品市场竞争中不断发展壮大。

4、公司产品定价政策

(1) 公司产品总体定价原则

合理的价格是家纺产品的核心竞争力之一。发行人历来重视产品的定价策略，针对不同系列的产品和销售渠道制定了不同的零售价格。公司根据实体渠道和网络销售渠道顾客的消费爱好和需求，推出不同花型和图案的产品，公司线上线下大部分产品之间相互不重叠，但公司各渠道销售产品的定价总体原则、考虑的相关因素还是一致的，具体如下：

为保障公司产品在价格上具有竞争力，公司综合各种因素，定期研究定价策略，并在需要时及时予以调整。

公司通常考虑的因素包括：产品成本、原材料成本及加工费用的近期趋势、产品的预期利润、销售情况、竞争对手相同档次产品或类似产品的价格、加盟商的反馈等。一般来说，公司会根据产品的成本价格，结合该产品的定位，确定必要程度的利润空间，在此基础上，再对市场上的同类产品予以比较，最终确定该产品的批发价格。

公司在批发价格的基础上制定指导零售价，作为各渠道销售相关产品的基准价格。通常情况下，各销售部门在对最终客户的销售中均执行指导零售价。如果各销售部门需要根据当地市场需求及其变化做出个性化和差异化的调整，必须向公司提出调价申请，经公司审批同意后方可按调整后价格执行。各销售部门均须遵守公司的定价政策，在进行促销活动或对商品进行折扣销售前必须向公司书面申请，并取得书面同意后方可进行。

(2) 不同渠道定价差异情况

销售渠道	直营渠道	加盟渠道	网络渠道
销售定价方式	在批发价格的基础上制定指导零售价，作为直营渠道销售相关产品的基准价格	公司销售给加盟商的价格为批发价格，批发价格低于公司零售销售价格，作为加盟商的合理利润空间；具体而言公司对加盟商定价存在订货会批发价、补货加点价和促销折扣价三种情形	在批发价格的基础上制定指导零售价，作为网络渠道销售相关产品的基准价格

5、营销策略

(1) 目标市场差异化

近年来，家用纺织品行业高端市场的开发和争夺较为集中，国内外较多知名品牌在这一区域进行直接竞争；另一方面，行业中相对实力较弱的大量小型企业，囿于有限的设计和开发能力，只能聚焦在低端消费市场，锁定以产品基本使用需求和低价为关注核心的消费人群。蕴含巨大消费潜力的中端消费市场，其竞争强度则相对较为宽松，发行人定位于市场空间广阔的二、三线城市，将主要消费人

群锁定为该区域的年轻消费者，在创新的基础上实现品牌在细分市场上的目标聚焦，取得了较为明显的先发优势。

（2）产品差异化

由于家纺产品的同质化程度较高，同时又受到设计能力的限制，因此很多企业只能寻求在产品概念上的突破，而缺乏落实到具体产品上的措施。发行人在产品策略上，着眼于消费需求，在产品用途、风格设计和价格三个维度上，针对不同需求的消费者进行细分，并根据这种需求特征的细分结果定位产品类别，在突出公司产品高性价比的同时，着力塑造风格时尚、追求新潮的差异化特质。

在产品风格的创意方面，一般认为，通过市场调研形成的产品创意是以客户需求为导向的，而设计人员创意形成的产品创意则是以产品本身的特性为导向。前者属于满足消费者需求，后者则属于创造消费者需求。众所周知，在时尚、风格、潮流等产品特性日趋重要的家用纺织品行业，出色的产品往往能起到引导消费者审美、创造其需求的作用。正是基于这一行业特点，公司的产品规划除了依靠市场调研方式形成之外，也来源于优秀设计人员的智慧结晶。公司鼓励设计人员的创意，并通过严格流程的把控，致力于将天马行空的优秀创意转化为引领潮流的家纺产品。发行人在整个设计产品的过程中，充分考虑不同消费群体在选择产品时对品牌、品质、价格、服务等组成因素的不同需求，从而打造出针对公司细分市场消费人群的产品线系列。

（3）营销手段差异化

在营销手段上，公司通过多种形式开展营销活动，不断提升公司品牌知名度，促进公司产品的销售。具体而言，公司通过传统媒体广告、网络推广、组织大型促销和营销活动等方式开展营销，以多种途径向消费群体展现公司具有鲜明特征的创意、理念，塑造公司独树一帜的“时尚家纺”品牌内涵。公司一贯注重店铺的装修风格、产品陈列以及器架布置，通过塑造门店形象的方式来宣传公司品牌、提高品牌美誉度，将公司的设计理念和意欲打造的产品风格以店面的形式向终端消费者展示，取得了良好的成效。

此外，为了提升在产品销售上的竞争优势，公司通过提高产品的更新速率，加快产品的销售节奏。

6、公司网络渠道对直营、加盟等实体渠道影响分析

报告期内，公司实体渠道，尤其是加盟渠道销售下滑幅度较大，主要原因是受到国内经济增速放缓影响，居民收入增速下降，市场消费增长动力不足，消费者消费意愿不足；另一方面网络消费的兴起，特别是同行业高端家纺企业推出价格较低的子品牌或网络产品，也对公司实体渠道销售造成较大冲击。公司通过各种措施，有效避免了自营网络销售渠道对公司实体渠道，尤其是加盟渠道客户的分流，总体影响很小，具体分析如下：

（1）网络渠道对公司直营、加盟等实体渠道的影响分析

公司通过区分线上线下产品，实行差异化产品体系及价格体系，有效避免了内部冲突，使得公司网络渠道形成了对实体渠道的补充和完善，增加了品牌知名度。通过上述措施，公司实体渠道在 2014 年度较 2012 年度销售额减少了 19,676.41 万元的情况下，网络渠道销售增长了为 6,835.23 万元，拓展了销售渠道，有效的弥补了公司实体渠道销售的下滑。

为避免原有线下实体渠道受到公司网络销售的冲击、协调线上网络销售平台与线下实体店之间的利益，公司在分析客户消费习惯的基础上，采取了以下措施：

① 针对不同消费者消费习惯差异，采取不同应对策略

A、习惯线上消费者强调个性、时尚和潮流，期望价格相对优惠，属于增量客户

习惯网络消费的消费者倾向于通过网络查找相关产品信息而做出消费决定，较少通过实体终端比较或体验产品差异。这类消费者往往以年轻消费群体为主，一方面他们喜欢追求个性化，时尚和潮流的产品，而网络海量的款式供应能较好的满足消费者的各项个性化需求；另一方面，这类消费群体也往往期望网络消费产品能有一定的价格优惠。

这类客户对于公司而言，属于增量客户，基本不会分流实体渠道销售，公司目前主要通过增加网络产品的个性化，时尚和潮流元素，配合高性价比的价格定位，与同行业争夺这类增量客户；未来公司还将通过自建网络平台与消费者的互动，将消费者的最新需求以最快速度予以满足，并利用私人化定制创造并满足消费者需求。

B、习惯线下消费者相对更关注消费体验，对线上消费存有一定疑虑

通过线下实体消费拥有比网络消费更好的消费体验和消费乐趣，这类消费者在线下实体店消费时能充分享受感触、挑选、实物比较、销售及沟通所带来的线上消费没有的乐趣。也有部分线下实体渠道的消费群体出于对网络消费的不熟悉，或对网络销售中存在的消费信任度、售后服务便捷性以及网络交易安全等因素考虑，倾向于线下实体的消费。

这类客户更关于产品品质、消费体验，不会轻易转为网络消费，公司主要通过提高产品品质、做好实体渠道服务、增加实体店产品体验及功能体验等方式，增加客户粘度，以避免被同行业抢夺客户资源。

C、线上线下同时关注的消费者，主要通过增强产品及价格差异化，避免线上线下渠道竞争

线上线下同时关注的消费者，这类消费者往往同时关注实体门店或网络销售平台产品情况，同时在不同渠道体验、比较产品差异及价格差异，再选择更合适的渠道进行消费，这类客户一方面属于线上线下渠道的重叠客户，另一方面也较容易受到同行业竞争影响，特别是同行业高端品牌新开发低价位网络销售产品或子品牌的影响。

公司主要通过增加线上线下产品差异及价格差异，防止公司线上产品销售影响线下实体渠道销售。未来，公司还将进一步通过提高产品品质、做好客户服务、增加实体店产品体验及功能体验，推动线上线下互动，加强与同行业竞争客户资源。

②建立差异化产品体系，分别满足线上线下不同客户群体消费特点

基于上述不同消费者心理和消费习惯的差异，公司对线上线下产品建立起差异化产品体系，在保证线上线下产品质量的情况下，针对不同渠道的客户需求设计不同风格的产品，加大线上线下产品在视觉上的差异。公司对线上客户主推的产品多以个性、卡通、潮流等视觉冲击较强的产品，花型大多颜色鲜艳、丰富多彩，例如 MMK 系列、运动风潮系列等产品；对线下客户主推的产品更多是以品质感、艺术感更强的产品，花型大多稳重、大方，例如喜玫瑰、HB 等系列产品。未来，公司还将通过推出单独的网络销售子品牌的方式，进一步增加线上线下产品的差异性。

③建立差异化价格体系，防止网络销售对实体渠道冲击

公司主推的线上线下产品具有较强的针对性和显著差异，能充分满足线上线下不同渠道客户的不同消费需求，同时公司对线上线下产品实行差异化定价，进一步防止网络销售对实体渠道冲击：（1）对于差异化设计的产品，线上产品整体价格水平略低于线下产品，在满足网络消费群体的价格需求，但又不能形成过大的价格差，从而实现产品价值在线上线下的相对统一，维护产品及品牌的价值感，防止网络销售对实体终端的冲击。（2）对小部分线下销售良好，市场欢迎度较高，对线上客户同样具有较强的吸引力的产品，公司为平衡线上线下市场，这部分产品实行统一定价。根据公司目前的运营实际情况，网络渠道和实体渠道对于线上线下同时销售的产品均有较好销售效果，形成线上对线下的有益互补。

④通过产品线分类、建立网络管理机制及推销产品识别码，杜绝线上线下窜货

A、产品线分类

为协调线上网络销售平台与线下实体店，特别是与加盟店之间的利益，公司利用研发设计方面的专业优势，在产品线上实施分类设计、分类销售的策略，尽量在花色、款式上予以区分。具体而言，公司 90%以上的产品均明确区分、分别在线上或线下销售；少部分产品线上线下同时销售，但均采用统一价格销售，避免了线上与线下销售的利益冲突。

B、建立网络管理机制

除产品线分类以外，为防止加盟商自行在电子商务平台开设网店、扰乱市场价格等违约经营行为，公司与天猫商城等电子商务平台建立了合作关系，所有在其平台上开设“多喜爱”品牌家纺的网店均应当先行取得公司确认，未经发行人确认而自行开设网店的，公司可直接要求网络销售平台将其下架，并可按照法律规定追究相关责任人侵权责任。通过上述措施，发行人能够有效保障加盟商线上销售价格的价格与线下一致，避免其扰乱市场价格，影响公司整体利益。

C、推行产品识别码

自 2014 年下半年以来，公司运用技术手段，对旗下所有产品标注“唯一码”进行识别，如在线上发现违法违规或违约销售行为，公司可根据上述“唯一码”对产品进行追踪识别，追溯其来源，并根据法律法规及合同约定追究相关人员法律责任，有效防止加盟商窜货，维护公司利益。

⑤未来将进一步增加线上线下互动，相互弥补渠道的不足

线下消费渠道产品体验效果明显，在良好的现场氛围及导购人员热情服务下，可能会扩大消费或增加很多衍生消费；但是受场地所限，同时展示的产品数量有限。线上消费渠道难以实现体验功能、缺乏客户服务，但是可以展示的产品品种理论上没有限制，款式、内容也可以随时更新。两种消费渠道存在天然互补性，有良好的线上线下渠道互动空间。

为吸引同时关注线上线下销售渠道的消费者，公司未来将通过各种手段，充分利用线上线下渠道特点，增加互动机会：（1）鼓励消费者在实体渠道咨询、体验，并给予消费者一个网络销售优惠凭证；若最终消费者通过网络完成消费，通过提交该凭证信息可以获得一定价格优惠；公司将统计网络消费优惠凭证来源，以此按照一定比例与实体终端分享产品利润。（2）通过自建网络销售平台、举办各种营销活动等方式，吸引消费者关注，并通过网络派发电子优惠凭证，消费者凭电子优惠凭证，可以在其所在地实体销售终端享受销售优惠，帮助提升实体销售终端人气，并按照一定比例与实体终端分享产品利润。（3）客户在线上渠道挑选产品，在给予客户价格优惠的条件下，客户必须在就近的实体渠道提货，帮助提升实体销售终端人气，带动消费者在实体渠道进一步体验后扩大消费或增加衍生消费。

（2）公司为应对网络渠道冲击采取的措施

①公司内部避免网络销售对实体销售渠道影响的应对策略

公司网络渠道更多的体现对实体渠道的补充和完善，为了尽量避免网络渠道销售增长对公司经营业绩产生不利影响，协调线上网络销售平台与线下实体店之间的利益，公司对不同类型的消费者采取了不同的营销策略，并建立了线上线下不同的产品体系，实行差异化产品和价格策略；与此同时，公司通过产品线分类、建立网络管理机制及推销产品识别码，有效杜绝了线上线下窜货。

②公司应对外部竞争、网络销售对公司经营业绩影响的应对策略

报告期内发行人经营业绩更多的是受到国内经济增速放缓以及同行业竞争、特别是网络销售冲击的影响。公司为有效应对冲击，主要采取了以下应对策略：

A、主动调整门店结构，提高单店销售能力

公司主动关闭部分盈利不理想的实体店铺，调整门店结构，保持综合盈利能力，2014年直营门店的单店销售金额为161.72万元，较上年度单店销售提高了17.53万元。通过主动淘汰部分经营业绩不好、运营质量较低的店铺，实现去芜存菁，维持了较好的盈利能力，公司将充分利用本次实体渠道调整所积累的经验，保证新开店质量，提升整体零售水平。

B、保持较好的盈利指标，为可持续发展提供基础

公司报告期内主营业务毛利率水平一直小幅增长，从2012年的39.22%上升到2014年的43.12%，说明公司在面临市场环境较弱，市场竞争激烈时并未选择通过降价，降低毛利率来打价格战，而是优化产品结构和门店结构。报告期内公司进一步加强对存货和成本的管控能力，存货余额也呈逐年下降趋势；公司经营活动产生的现金流也呈增长趋势，销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入的比率平均为1.16，说明公司销售质量较好，回款及时，为公司未来可持续发展保留了良好的发展基础。

C、丰富产品结构，拓展市场需求

未来公司将推出更多高品质的中高端产品，如HB系列、婚庆系列等，这类产品对原料、工艺、质量等各方面要求均较高，将有效满足高端客户的市场需求；公司将推出高清打印产品，通过产品的图案清晰度的显著提升，花型更加丰富多彩以及产品打印的高效和可私人化定制，充分满足年轻人群对产品的新鲜、多样化、个性化需求；公司将推出多种功能性产品，如能够测量心跳、血压的智能化家纺产品，满足消费者对产品的功能性需求。

D、将加强产品的线上线下互动

公司未来将利用采购的先进自动化生产设备推出大量新产品，该类产品将可以借助公司自建平台、微信、门店信息设备等新媒体平台实现线上线下互动，消费者可以将自己喜欢的图案、花型提交公司平台，实现DIY私人化定制，并建立良好的社区效应，增强消费者的粘性和品牌忠实度，实现线上消费、线下体验的互动结合。

E、自建产业园，加强市场快速反应能力

公司报告期内已逐步投产建设产业园项目，引进国外先进生产设备，将极大

提高公司新产品的生产能力和效率，提供大量的新产品设计方案，并通过自建平台与消费者的互动，将消费者的最新需求以最快速度予以满足，并利用私人化定制创造消费者的需求冲动，提高公司对市场的快速反应能力。

F、加强信息系统建设，应对电子商务发展

公司在目前已有的鼎捷 ERP 系统和百胜软件系统基础上，未来将进一步加强信息系统建设，以提高公司物流、资金流、信息流的集成度，加强企业的计划和管理优势，优化企业生产管理销售的流程，使公司在电子商务飞速发展的时代，具有行业最快的反应速度。

7、公司加盟商江西丽箭国际贸易有限公司情况

(1) 江西丽箭历史沿革

① 2009 年 6 月江西丽箭成立

2009 年 6 月，江西丽箭国际贸易有限公司成立，注册资本 500 万元，其中罗箭出资 333.50 万元，占比 66.70%，袁丽出资 166.50 万元，占比 33.30%。法人代表为罗箭；经营范围为国内贸易，国际贸易（以上项目国家有专项许可的除外）。

2009 年 6 月 15 日，南昌洪城会计师事务所有限责任公司出具洪会验字【2009】第 171 号《验资报告》，江西丽箭注册资本 500 万元已于 2009 年 6 月 15 日由各股东全部缴纳到位，各股东以货币出资。

2009 年 6 月 16 日，南昌市工商行政管理局向公司核发了注册号为：360000210007677 的企业法人营业执照，公司正式成立。

江西丽箭设立时，公司股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名或名称	出资金额	出资比例（%）
1	罗箭	333.50	66.70
2	袁丽	166.50	33.30
合计		500.00	100.00

注：罗箭与袁丽为夫妻关系。

② 2010 年 6 月，江西丽箭第一次股权转让

2010年6月3日，袁丽将其持有的江西丽箭166.50万元股权中的141.50万元股权转让给罗箭，将剩余的25.00万元股权转让给新股东王勇。

2010年6月8日，江西丽箭就本次股权转让在南昌市工商行政管理局办理了工商变更登记。

本次股权转让完成后，江西丽箭股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名或名称	出资金额	出资比例（%）
1	罗箭	475.00	95.00
2	王勇	25.00	5.00
合计		500.00	100.00

注：根据江西丽箭出具的《股东关系说明》，新增股东王勇与罗箭为同学关系，现任江西丽箭监事。

③ 2011年12月江西丽箭第一次增资

2011年12月，罗箭向江西丽箭增资500万元，注册资本增加至1,000.00万元，本次增资完成后罗箭出资975.00万元，占比97.50%，王勇出资25.00万元，占比2.50%。

2011年12月14日，南昌华瑞联合会计师事务所出具了洪华瑞验字【2011】第1339号《验资报告》，证实：截至2011年12月14日，江西丽箭已收到罗箭缴纳的新增注册资本500万元，出资方式为货币出资，本次增资后江西丽箭注册资本为1000万元。

2011年12月19日，江西丽箭就本次增资在南昌市工商行政管理局办理了工商变更登记。

本次增资完成后，江西丽箭股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名或名称	出资金额	出资比例（%）
1	罗箭	975.00	97.50
2	王勇	25.00	2.50
合计		1,000.00	100.00

④ 2013年3月，江西丽箭第二次股权转让

2013年3月12日，罗箭将其持有的江西丽箭950.00万元股权转让给南昌丽箭实业有限公司，王勇放弃优先购买权。

2013年3月18日，江西丽箭就本次股权转让在南昌市工商行政管理局办理了工商变更登记。

本次股权转让完成后，江西丽箭股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名或名称	出资金额	出资比例（%）
1	南昌丽箭实业有限公司	950.00	95.00
2	罗箭	25.00	2.50
3	王勇	25.00	2.50
合计		1,000.00	100.00

本次江西丽箭新增股东南昌丽箭实业有限公司为罗箭与王勇共同出资设立的公司，基本情况如下：

公司名称：	南昌丽箭实业有限公司
注册资本：	5,000 万元
成立日期：	2011 年 3 月 10 日
法人代表：	罗箭
经营范围：	国内贸易(涉及凭许可证、资质证或其它批准文件经营的项目除外)
股权结构：	罗箭出资 4900 万元占比 98%
	王勇出资 100 万元占比 2%

⑤ 2013 年 7 月，江西丽箭第三次股权转让

2013年6月26日，南昌丽箭实业有限公司将其持有的江西丽箭950.00万元股权转让给罗箭，王勇放弃优先购买权。

2013年7月3日，江西丽箭就本次股权转让在南昌市工商行政管理局办理了工商变更登记。

本次股权转让完成后，江西丽箭股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名或名称	出资金额	出资比例（%）
1	罗箭	975.00	97.50
2	王勇	25.00	2.50
合计		1,000.00	100.00

本次股权转让完成后至今，江西丽箭股权结构未发生变化。

(2) 江西丽箭股东出资资金来源说明

① 江西丽箭个人股东出资来源说明

根据江西丽箭股东罗箭、王勇出具的《出资资金来源说明》，罗箭出资资金主要来源于：（1）从 1995 年到 2008 年期间经营床品代理及纺织品加工业务的经营积累；（2）经营多喜爱床品加盟业务的经营积累；（3）个人投资的其他行业的投资收益等。

王勇出资资金主要来源于：（1）2009 年以前的个人和家庭收入；（2）个人投资的其他行业等投资收益。

② 江西丽箭验资报告检查

A、通过检查江西丽箭历次出资和增资验资报告，验资报告后均附有银行询证函，银行询证函中的缴款人、缴款日期、缴款金额与验资报告内容一致，款项用途均为投资款；

B、通过检查验资报告，验资报告附有银行收款凭证，银行收款凭证中的缴款人与登记股东一致、缴款金额、款项来源与银行询证函内容一致，收款单位均为江西丽箭。

③ 多喜爱出具说明

根据多喜爱及其控股股东陈军及黄娅妮出具的说明，多喜爱及其控股股东、实际控制人没有向江西丽箭股东出资提供资金支持，也没有向江西丽箭进货提供资金支持。

(3) 江西丽箭与发行人不存在关联关系

江西丽箭及其股东与发行人不存在关联关系，主要核查程序如下：

①获取江西丽箭工商资料，对其历史沿革、股东出资来源进行核查；

②将获取的江西丽箭股东本人身份证及其户口簿，与多喜爱的股东、多喜爱的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方身份证相关信息进行对比，不存在关联关系；

③江西丽箭两位股东分别出具《无关联声明》，声明与多喜爱家纺及其实际控制人，股东，董事、监事、高级管理人员及上述人员的直系亲属不存在关联关系；

④多喜爱、多喜爱的控股股东、实际控制人、多喜爱的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员出具的声明函，均未在江西丽箭中拥有权益，也不存在关联关系。

(4) 江西丽箭进货资金来源

①江西丽箭进货资金来源说明

根据江西丽箭出具的《进货资金来源说明》，其作为多喜爱家纺的加盟商，采购“多喜爱”品牌床上用品主要资金来源于以下几个方面：（1）公司股东历次出资及增资扩股资金；（2）成立至今通过经营多喜爱床上用品加盟业务的经营积累；（3）银行借款等。

②公司与江西丽箭资金往来情况

通过核查报告期内公司与江西丽箭的资金往来情况，公司与江西丽箭除正常购销业务产生的资金往来外，没有其他资金往来。

③公司及其控股股东出具未向江西丽箭提供资金的声明

根据公司及其控股股东陈军及黄娅妮出具的说明，多喜爱及其控股股东、实际控制人没有向江西丽箭银行借款提供任何形式的担保。

(5) 江西丽箭报告期内向公司采购情况

①江西丽箭报告期向发行人采购情况

江西丽箭报告期内公司采购情况如下：

单位：万元

项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
采购金额	3,994.07	6,722.42	4,937.29

江西丽箭向公司采购三大类产品品种、数量情况如下：

2014 年度		
项目	采购数量（万套/件）	不含税采购金额（万元）

2014 年度		
项目	采购数量 (万套/件)	不含税采购金额 (万元)
套件类	9.45	2,225.15
被芯类	6.01	1,136.28
枕芯类	7.12	250.93
2013 年度		
项目	采购数量 (万套/件)	不含税采购金额 (万元)
套件类	14.29	3,292.33
被芯类	9.97	2,014.20
枕芯类	15.28	512.77
2012 年度		
项目	采购数量 (万套/件)	不含税采购金额 (万元)
套件类	10.66	2,623.62
被芯类	6.53	1,599.31
枕芯类	8.31	281.15

②2013 年度采购额增长主要由于当期销售网点扩张，备货需求增加

江西丽箭向公司采购金额在 2013 年度相对较大，2013 年度采购金额 6,722.42 万元，同比增长 36.15%，主要原因系江西丽箭为进一步拓展江西市场，扩大营销网络，于该年度净增加了 14 家销售门店，店铺的增长要求增加采购备货，为其销售进行准备，由此导致 2013 年采购金额上涨。

③2014 年度采购额下降主要由于当期加大消化库存力度、春节排期及南昌市旧城改造影响

2014 年度，江西丽箭采购金额为 3,994.07 万元，同比下降 40.58%。原因主要如下：

A、为应对宏观环境不利影响，压缩当期采购，加大消化库存力度

2014 年度，国内经济增速放缓的情况尚未缓解，宏观经济景气度仍呈下行趋势，加上电子商务的冲击，行业下游加盟商经营压力持续增加，即便是资金规模较为雄厚、经营能力较为优秀的加盟商的销售业绩也开始出现了不同程度的下滑。为应对上述宏观经济变化，江西丽箭适当调整了经营策略，放慢新开门店速度，推出各种营销手段增加终端销售，并同时相应减少了采购备货量，加大消化库存力度，以便减少资金压力。

B、受到春节排期影响，2014 年度无春节大额备货

加盟商采购的季节性对江西丽箭采购额变动也存在一定影响。具体而言，每年春节假期为家纺产品的传统销售旺季，也是加盟商集中采购的重要期间。产生这一现象的主要原因在于，一方面，通过集中采购，加盟商更容易获得优惠和折扣；另一方面，春节前为家纺用品传统的销售旺季，因此加盟商提前采购加强备货，且受春节放假影响，物流公司会在春节前后放假，为方便发货加盟商往往会选择在春节前集中采购。2014年春节假期为1月，加盟商的主要采购备货期间为2013年12月左右；2015年春节假期为2月，加盟商的主要采购备货期间在2015年1月左右；因此，2014年全年均无春节大额备货，该因素也对江西丽箭2014年度采购额下降造成了一定影响。

C、南昌市旧城改造，部分店面被迫关闭，进一步压缩采购额

江西丽箭的主要经营地江西省省会南昌市近年来积极推进旧城改造工作，尤其是对老旧商圈、商业街进行了大范围的改造与重建工程，例如中山路综合改造提升工程、南京东路综合改造工程、胜利路步行街改造项目、象山南路沿线建设商贸综合体等大型市政基建改造项目，在较大程度影响了江西丽箭位于商圈附近门店的销售业绩：例如，因南昌市万寿宫区域存在火灾隐患，南昌市西湖区政府对万寿宫商城实施搬迁改造，使得江西丽箭在万寿宫区域的两家门店无法继续经营，上述两家门店的销售总额在400万元左右；因南京东路综合改造工程影响，江西丽箭南京东店也已经关店，该门店年销售额接近200万元；还有部分门店由于受上述市政工程影响而出现了销售额大幅下滑的情形。由于上述销售额较大的主力门店关闭，预计未来一段时间销售将会受到影响，江西丽箭也调整备货计划，进一步减少了2014年度的采购金额。

（6）江西丽箭对外销售情况分析

①江西丽箭对外销售情况

依据江西丽箭丽晶系统销售明细，报告期2012年度至2014年度对外销售分别为6,561.15万元、7,401.73万元和8,959.68万元，呈小幅上升趋势。

项目	2014年度	2013年度	2012年度
不含税销售金额（万元）	8,959.68	7,401.73	6,561.15

注：江西丽箭对外销售数据源自其丽晶系统销售数据。

江西丽箭对外销售三大类产品具体情况

2014 年度		
项目	销售数量 (万套/件)	不含税销售金额 (万元)
套件类	14.20	4,509.63
被芯类	10.19	2,800.55
枕芯类	13.03	624.75
2013 年度		
项目	销售数量 (万套/件)	不含税销售金额 (万元)
套件类	10.16	3,592.89
被芯类	7.62	2,441.28
枕芯类	9.21	504.19
2012 年度		
项目	销售数量 (万套/件)	不含税销售金额 (万元)
套件类	9.20	3,456.99
被芯类	5.65	1,973.31
枕芯类	7.91	427.23

②报告期内三大类产品销售情况

报告期内，按照采购金额合计占全部采购额 90%左右的套件、被芯及枕芯三大类产品统计，江西丽箭采购三大类产品合计 87.62 万套（件），销售三大类产品合计 87.17 万套（件），总体销售率为 99.49%，公司总体销售情况良好。

2013 年度江西丽箭净增 14 家门店，尚处在培育期，未达到正常销售水平，备货增加导致当期销售率低于其他年度；2014 年度，受到宏观经济进一步放缓、主力店面因旧城改造而关闭等不利因素影响，为消化 2013 年末存货，减轻存货与资金压力，2014 年度江西丽箭适当减少采购，加大营销力度，全力消化库存，较年初大幅减少 2,642.73 万元，2014 年度各类产品销售量均超过 100%。

(7) 报告期内江西丽箭存货结余、存货库龄情况

①江西丽箭各期末存货金额情况

项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
库存金额 (万元)	1,834.67	4,477.40	3,237.74

2014 年末，由于江西丽箭控制采购规模、加大销售及去库存力度，存货余额大幅下降，较年初减少了 2,642.73 万元。

②江西丽箭 2014 年末存货库龄如下：

项目	金额 (万元)	占比
1 年之内	1,517.12	82.69%

1 至两年	297.31	16.21%
2 年以上	20.24	1.10%
合计	1,834.67	100.00%

2014 年末江西丽箭存货库龄情况良好，大部分存货货龄在一年以内，无大量存货积压的情形。

③保荐机构对江西丽箭存货突击盘点情况

江西丽箭截至 2015 年 4 月 6 日存货余额为 1,663.59 万元；保荐机构于 2015 年 4 月 7 日对江西丽箭重点仓库进行抽盘，南昌仓库 2015 年 4 月 6 日余额 806.38 万元，抽盘金额 549.46 万元，占南昌仓库余额比例为 68.14%，汇总后的账实差异主要为个别商品之间串号，账实差异金额极小，账实基本一致。

综上所述，结合报告期内江西丽箭终端销售情况、主要产品销售率情况、存货结余情况、2014 年末存货库龄情况分析，2013 年度江西丽箭在店铺增长、营销网络扩大的情况下，增加采购备货，导致 2013 年末存货结余较大；但通过其在 2014 年度控制采购规模、大力加强销售去库存，上述采购在 2014 年年末时已经基本销售完毕；2014 年末江西丽箭存货库龄情况良好，大部分存货库龄在一年以内，无大量存货积压的情形。

进一步结合中介机构对江西丽箭进行实地走访程序、存货盘点程序、函证程序、实质性测试及分析性程序等核查程序，江西丽箭报告期内对外销售状况良好，销售真实。

(8) 中介机构对江西丽箭履行的核查程序

对江西丽箭销售情况主要实施了实地走访、存货盘点、函证以及分析性复核等核查程序，具体如下：

核查程序和方法	核查具体内容
实地走访程序	(1) 了解其店面经营状况、商圈情况、位置以及店面面积；(2) 观察其店面以及货仓货品陈列并实施部分盘点；(3) 了解经营人员从业经验；(4) 当面对江西丽箭门店负责人进行现场访谈；(5) 获取江西丽箭的销售台账和销售小票；(6) 获取江西丽箭签章的承诺书；(7) 与江西丽箭主要负责人员拍照留痕
存货盘点程序	对江西丽箭主要仓库存货实施现场观察及抽盘程序
函证程序	(1) 函证报告期公司与江西丽箭交易金额；(2) 函证公司与江西丽箭往来余额
实质性测试及分	(1) 对形成期末应收账款的收入的具体细节测试，实施从明细账追查

核查程序和方法	核查具体内容
析性程序	至发货单、物流单的细节测试程序；并结合检查所签订的《特约经销协议》，关注收入确认的合理性
	(2) 获取江西丽箭丽晶系统销售数据与财务鼎捷（金蝶）账务数据进行匹配分析
	(3) 核查公司对江西丽箭销售回款情况
	(4) 核查江西丽箭报告期各期及资产负债表日后退货情况
	(5) 获取江西丽箭门店开关数据，分析其销售与营销网络增长变动的匹配性
	(6) 对江西丽箭收入分月分析，分析变动的合理性
	(7) 对江西丽箭报告期内销售金额较大的门店，将销售小票与丽晶系统销售明细进行正向核对与反向核对，以核查销售的真实性和完整性
	(8) 取得并分析江西丽箭报告期内采购存货的品种、数量、金额以及江西丽箭对外销售的存货品种、数量和金额
	(9) 结合江西丽箭存货采销率、存货余额、采购金额、销售金额等数据进行配比关系验证
	(10) 结合报告期内对江西丽箭结算方式变化情况，分析报告期销售回款情况以及期后应收账款的收回情况
	(11) 对比分析报告期内江西丽箭与其他加盟商客户销售毛利率差异情况
	(12) 分析报告期内江西丽箭销售波动原因

8、公司对加盟商实施的信用政策情况

(1) 公司对加盟商信用支持基本原则

报告期内，公司对加盟商提供信用支持的原则如下：

- ①对于采购额在 50 万元以下的加盟商，由于规模较小，抗风险能力较低，原则上不提供信用政策支持；
- ②对于合作年限在 12 个月以下的加盟商，由于合作时间短，了解程度低，原则上不提供信用政策支持；
- ③对于其他达到上述要求的加盟商，原则上信用额度不高于当年采购金额的 30%；
- ④加盟商申请信用额度，需提供相应担保，包括加盟商股东或亲属信用担保、房屋抵押、店铺经营权抵押等。
- ⑤信用额度原则上需要每年末前进行结清；

⑥加盟商在满足上述条件后提出信用申请，经公司营销部门、财务部门、法务部门等多个部门对每个加盟商情况单独进行讨论，依据加盟商资质、担保情况、历史信用记录等情况，严格审批通过方可执行。

(2) 报告期内公司对主要加盟商信用支持执行情况

①报告期内，公司前十大加盟商应收账款情况

报告期内，公司对前十大主要加盟商应收账款余额、含税销售额以及应收账款占其同期销售额比重情况如下：

A、2014 年度，公司对前十大加盟商应收账款情况

单位：万元

排名	2014 年度			
	加盟商名称	应收账款余额	含税销售额	占比
1	江西丽箭国际贸易有限公司	2,457.81	4,673.06	52.60%
2	河南省尚龙商贸有限公司	-	925.91	-
3	李红宇	79.73	661.55	12.05%
4	刘春秋	-	522.08	-
5	林长永	-	454.46	-
6	十堰申联营销有限公司	-	421.33	-
7	赣州佳纺纺织品有限公司	-	355.50	-
8	虞希银	-	327.85	-
9	胡冰	-	324.13	-
10	陈广华	-	286.43	-

B、2013 年度，公司对前十大加盟商应收账款情况

单位：万元

排名	2013 年度			
	加盟商名称	应收账款余额	含税销售额	占比
1	江西丽箭国际贸易有限公司	1,347.66	7,865.23	17.13%
2	河南省尚龙商贸有限公司	74.19	1,103.32	6.72%
3	刘春秋	-	747.28	-
4	山西天祥圣隆贸易有限公司	-	629.80	-
5	李红宇	-	595.75	-
6	谭小红	-	453.97	-
7	十堰申联营销有限公司	-	435.28	-

	2013 年度			
8	成都兴华讯实业有限公司	-	405.55	-
9	陈广华	-	375.16	-
10	甘海波	-	357.15	-

C、2012 年度，公司对前十大加盟商应收账款情况

单位：万元

排名	2012 年度			
	加盟商名称	应收账款余额	含税销售额	占比
1	江西丽箭国际贸易有限公司	-	5,776.63	-
2	河南省尚龙商贸有限公司	-	833.80	-
3	刘春秋	-	744.45	-
4	刘文	-	608.01	-
5	李红宇	-	535.85	-
6	甘海波	-	529.53	-
7	山西天祥圣隆贸易有限公司	-	499.24	-
8	李德意	-	479.58	-
9	十堰申联营销有限公司	-	439.58	-
10	谭小红	-	436.50	-

从上述表格可以看出，公司对前十大主要加盟商除江西丽箭外给予其他加盟商的信用支持总体较少；报告期内加盟商回款情况良好，未出现信用风险。

②报告期内，公司所有加盟商应收账款情况

报告期内，公司对所有加盟商应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
应收加盟商金额合计	2,693.83	1,566.26	76.79
同期加盟商含税销售额	36,608.17	52,418.70	55,816.21
占比	7.36%	2.99%	0.14%
扣除江西丽箭应收加盟商金额合计	236.03	218.60	76.79
同期加盟商含税销售额	36,608.17	52,418.70	55,816.21
占比	0.64%	0.42%	0.14%

报告期内，公司对加盟商应收账款总体余额较小，占应收账款比重也较小，总体来看公司以前年度对加盟商信用支持力度较小，对加盟商均执行较严格的信

用政策，低于同行业平均水平。

② 报告期公司对江西丽箭信用政策情况

A、公司报告期内对江西丽箭的信用支持情况

江西丽箭作为公司核心加盟商，相比于其他加盟商，公司对其信用支持力度更大，具体表现为：（1）报告期内公司对江西丽箭期末应收账款增长至 2,457.81 万元，应收账款规模呈现扩大趋势，且出现了在年末大额应收账款没有结清的情形；（2）未结清应收账款占同期江西丽箭向公司采购金额的比例不断提高，在 2013 及 2014 年末，上述比例由 17.13%提高至 52.60%，超过了一般加盟商信用额度不超过当年采购金额 30%的要求。

B、公司对江西丽箭信用支持原因分析

公司基于以下原因，在风险可控的前提下，给予江西丽箭的信用政策支持力度大于其他加盟商：

a、江西丽箭作为公司核心加盟商，业务规模相对较大，多年合作过程中保持了良好信誉，自身资质强；

b、基于与江西丽箭多年合作经验，对江西丽箭股东、业务经营情况了解充分；

c、公司以前年度对加盟商信用支持力度较小，信用政策支持力度低于同行业平均水平；

d、在国内经济增速放缓尚未缓解、电子商务冲击较大的情况下，加盟商经营压力持续较大；

e、报告期内同行业加大了对于优质加盟商资源争夺力度，公司存在保持优质加盟商良好商业合作关系的需要；

f、2013 年度，江西丽箭为进一步拓展江西市场，扩大营销网络，于该年度净增加了 14 家销售门店，店铺的增长要求增加采购备货，采购金额提升至 6,722.42 万元，同比增长 36.15%；公司为培育优质加盟商，支持其发展提供了信用支持；2014 年度，国内经济增速放缓尚未缓解，下游加盟商经营压力进一步增大；且江西丽箭本年度偿还了 2,000 多万元银行借款，其资金周转压力增加，

公司进一步增加了支持力度；

C、江西丽箭应收账款回款保障情况

a、公司要求江西丽箭股东个人及其资金实力较强的直系亲属为其信用额度提供了信用担保，加强了风险控制措施；

b、公司要求江西丽箭制定还款计划，2015年1-3月已按照还款计划执行；

c、查阅江西丽箭《企业信用报告》，在2014年度偿还银行大额借款后，2015年一季度江西丽箭取得银行借款规模较上年末有所增加，资金压力有所缓解；

d、监控江西丽箭的丽晶系统销售记录，结合大区销售经理对其门店销售状况的现场持续观察，江西丽箭经营正常、对外销售状况良好；

e、公司报告期内严格按照坏账准备计提政策对江西丽箭应收账款计提了坏账准备，2013年末和2014年末江西丽箭应收账款账龄均在1年以内，按照5%计提了相应的坏账准备67.38万元和122.89万元。

9、保荐机构对发行人直营门店和加盟门店以及网络销售的核查程序和办法

(1) 保荐机构对直营门店销售的核查程序和办法

保荐机构对公司直营门店销售核查主要实施了走访实体店铺、控制测试、分析性程序和函证等核查程序和办法，具体如下：

核查程序和方法	核查具体内容
1、走访发行人直营门店	(1) 了解其店面经营状况、商圈情况、位置以及店面面积；
	(2) 观察其店面以及货仓货品陈列并实施部分盘点；
	(3) 了解经营人员从业经验。
2、控制测试	(1) 对直营专卖店销售确认执行穿行测试及实质性测试
	(2) 抽查直营门店销售小票与丽晶系统数据核对是否存在差异
	(3) 对直营专柜销售收入确认执行穿行测试及实质性测试
3、实施分析性程序	(1) 对专卖店销售，以分公司为单位，进行申报期收入增长变动分析，确认增减变动金额的合理性
	(2) 核对直营专卖店丽晶系统年度销售汇总金额与金蝶系统中的合计金额是否一致
	(3) 对申报期各年度毛利率比较分析，确认毛利率变动的合理性
	(4) 执行收入的截止性测试，确认有无跨期情况
4、函证	对直营专柜商场发询证函，对公司直营专柜的交易额和往来余额进行函证

(2) 保荐机构对加盟门店的销售核查程序和办法

保荐机构对于加盟门店的销售实施的具体核查程序有：实地走访、函证以及分析性复核等。

核查程序和方法	核查具体内容
实地走访程序	(1) 了解其店面经营状况、商圈情况、位置以及店面面积； (2) 观察其店面以及货仓货品陈列并实施部分盘点；(3) 了解经营人员从业经验；(4) 当面对加盟商负责人进行现场访谈；(5) 获取部分加盟商销售台账和销售小票；(6) 获取加盟商签章的承诺书；(7) 与加盟商主要人员拍照留痕
函证程序	(1) 函证报告期公司与加盟商交易金额；(2) 函证公司与加盟商往来余额；(3) 对新增加盟商函证是否与公司及相关人员存在关联关系
分析性程序	(1) 获取加盟商丽晶系统销售数据与财务鼎捷（金蝶）账务数据进行匹配分析；(2) 核查公司对加盟商销售回款情况； (3) 核查重要加盟商期后退换货情况

(3) 保荐机构对网络销售的核查程序和办法

保荐机构对公司网络销售实施了控制测试和分析性程序为主，具体情况如下：

核查目的	核查程序和方法
核查网络销售真实性	1、对网络销售收入确认执行穿行测试及实质性测试
	2、核对网络销售百胜系统年度销售汇总金额与鼎捷系统中的合计金额是否一致

六、发行人主营业务的具体情况

(一) 主要产品的销售情况

1、主要产品的采购销售情况及销售率

发行人的主要产品包括套件类、被芯类、枕芯类等三大类，采取委托加工的方式生产。

发行人在报告期内主要产品的采购量及销售情况如下：

单位：万套（件）

产品名称	2014 年度			2013 年度			2012 年度		
	采购	销售	销售率(%)	采购	销售	销售率(%)	采购	销售	销售率(%)

	量	量		量	量		量	量	
套件类	145.96	151.16	103.56	185.37	177.31	95.65	214.42	178.73	83.35
被芯类	70.98	66.87	94.20	78.15	79.77	102.07	75.08	71.82	95.66
枕芯类	105.08	103.49	98.49	133.01	129.7	97.51	120.25	120.38	100.11

注：采购量指当年成品采购及成品加工商交付入库的产成品总数量，销售量指当年实际销售的总数量，销售率按照当年实际销售量/当年实际采购量计算。

2、主要产品的销售收入构成情况

(1) 按产品类型划分的收入构成

单位：万元

项 目	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
套件类	38,173.41	57.04%	47,741.43	58.80%	47,674.84	59.77%
被芯类	14,939.27	22.32%	17,268.61	21.27%	16,929.11	21.22%
枕芯类	4,404.74	6.58%	5,389.78	6.64%	4,888.60	6.13%
夏凉类	4,355.28	6.51%	5,660.59	6.97%	5,326.08	6.68%
家饰类	4,282.67	6.40%	3,775.21	4.65%	3,600.47	4.51%
其他	768.65	1.15%	1,357.42	1.67%	1,346.11	1.69%
主营业务收入合计	66,924.03	100.00%	81,193.05	100.00%	79,765.21	100.00%

(2) 按销售区域划分的收入构成

单位：万元

项目	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
国内销售小计	66,900.64	99.97%	81,168.01	99.97%	79,641.05	99.84%
其中：华中地区	37,664.04	56.28%	44,220.03	54.46%	44,388.96	55.65%
华东地区	13,135.88	19.63%	17,247.90	21.24%	17,396.82	21.81%
西南地区	5,528.43	8.26%	7,043.39	8.67%	6,513.86	8.17%
华北地区	3,351.63	5.01%	4,942.15	6.09%	4,586.17	5.75%
华南地区	5,130.41	7.67%	5,168.26	6.37%	4,289.32	5.38%
东北地区	1,052.13	1.57%	1,324.82	1.63%	1,595.89	2.00%
西北地区	1,038.13	1.55%	1,221.46	1.50%	870.02	1.09%
国外销售小计	23.40	0.03%	25.04	0.03%	124.16	0.16%
主营业务收入合计	66,924.03	100.00%	81,193.05	100.00%	79,765.21	100.00%

(3) 按销售渠道划分的收入构成

单位：万元

项目	2014 年度		2013 年度		2012 年度		
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	
自营渠道	直营店铺	18,920.97	28.27%	23,936.01	29.48%	24,227.58	30.37%
	网络销售	14,141.46	21.13%	11,272.69	13.88%	7,306.23	9.16%
	团购、内购等	2,549.18	3.81%	1,157.01	1.43%	401.09	0.50%
	小计	35,611.61	53.21%	36,365.70	44.79%	31,934.90	40.03%
加盟渠道	31,289.03	46.75%	44,802.31	55.18%	47,706.16	59.81%	
出口销售	23.40	0.03%	25.04	0.03%	124.16	0.16%	
主营业务收入合计	66,924.03	100.00%	81,193.05	100.00%	79,765.21	100.00%	

3、主要销售客户情况

(1) 报告期内公司前五名销售客户情况

报告期内，发行人向前五名客户的销售情况如下：

单位：万元

2014 年度			
序号	客户名称	销售额	占主营业务收入比重
1	江西丽箭国际贸易有限公司	3,994.07	5.97%
2	河南省尚龙商贸有限公司	791.38	1.18%
3	李红宇	565.43	0.84%
4	刘春秋	446.22	0.67%
5	林长永	388.43	0.58%
合计		6,185.53	9.24%
2013 年度			
序号	客户名称	销售额	占主营业务收入比重
1	江西丽箭国际贸易有限公司	6,722.42	8.28%
2	河南省尚龙商贸有限公司	943.01	1.16%
3	刘春秋	638.70	0.79%
4	山西天祥圣隆贸易有限公司	538.29	0.66%
5	李红宇	509.20	0.63%
合计		9,351.62	11.52%
2012 年度			
序号	客户名称	销售额	占主营业务收入比重
1	江西丽箭国际贸易有限公司	4,937.29	6.19%
2	河南省尚龙商贸有限公司	712.65	0.89%
3	刘春秋	636.28	0.80%
4	湖南友谊阿波罗商业股份有限公司	556.60	0.70%

5	刘文	519.67	0.65%
合 计		7,362.50	9.23%

本公司、本公司的股东、本公司的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方均未在公司前五大销售客户中拥有权益，也不存在关联关系。

经核查，保荐机构认为：发行人及其实际控制人、董事、监事、高管人员及其主要亲属与公司主要客户不存在关联关系。

(2) 报告期内公司直营专卖店销售前五名店铺情况

单位：万元

2014 年度			
序号	专卖店名称	销售金额	销售占比
1	岳阳东茅岭店	359.65	0.54%
2	长沙解放路店	343.83	0.51%
3	长沙坡子街店	340.96	0.51%
4	常德步行街时尚店	338.78	0.51%
5	荆州航空路专卖店	314.93	0.47%
合 计		1,698.15	2.54%
2013 年度			
序号	专卖店名称	销售金额	销售占比
1	长沙解放路店	453.90	0.56%
2	岳阳东茅岭店	408.81	0.50%
3	长沙南门口店	392.20	0.48%
4	常德步行街时尚店	376.56	0.46%
5	郴州兴隆店	313.23	0.39%
合 计		1,944.70	2.40%
2012 年度			
序号	专卖店名称	销售金额	销售占比
1	长沙南门口店	606.81	0.76%
2	长沙解放路店	518.99	0.65%
3	常德步行街时尚店	398.80	0.50%
4	株洲贺家土店	391.77	0.49%
5	长沙司门口店	387.76	0.49%
合 计		2,304.13	2.89%

(3) 报告期内公司直营专柜销售前五名情况

单位：万元

2014 年度			
序号	专柜名称	销售金额	销售占比

1	湖南家润多超市有限公司	294.89	0.44%
2	王一实业集团衡阳香江百货有限公司	245.32	0.37%
3	湖南友谊阿波罗商业股份有限公司	210.61	0.31%
4	怀化步步高商业连锁有限责任公司	194.56	0.29%
5	株洲百货股份有限公司	188.76	0.28%
合 计		1,134.14	1.69%
2013 年度			
序号	专柜名称	销售金额	销售占比
1	湖南家润多超市有限公司	434.28	0.53%
2	湖南友谊阿波罗商业股份有限公司	315.56	0.39%
3	王一实业集团衡阳香江百货有限公司	265.83	0.33%
4	步步高商业连锁股份有限公司购物广场店	211.73	0.26%
5	怀化步步高商业连锁有限责任公司	192.73	0.24%
合 计		1,420.13	1.75%
2012 年度			
序号	专柜名称	销售金额	销售占比
1	湖南友谊阿波罗商业股份有限公司	556.6	0.70%
2	湖南家润多超市有限公司	409.18	0.51%
3	王一实业集团衡阳香江百货有限公司	318.51	0.40%
4	步步高商业连锁股份有限公司购物广场店	229.27	0.29%
5	怀化步步高商业连锁有限责任公司	219.49	0.28%
合 计		1,733.05	2.17%

注：对于同一商场客户，将各专柜销售予以汇总披露。

(4) 报告期内公司加盟渠道销售前五名客户情况

单位：万元

2014 年度			
序号	加盟商名称	销售金额	销售占比
1	江西丽箭国际贸易有限公司	3,994.07	5.97%
2	河南省尚龙商贸有限公司	791.38	1.18%
3	李红宇	565.43	0.84%
4	刘春秋	446.22	0.67%
5	林长永	388.43	0.58%
合 计		6,185.53	9.24%
2013 年度			
序号	加盟商名称	销售金额	销售占比
1	江西丽箭国际贸易有限公司	6,722.42	8.28%
2	河南省尚龙商贸有限公司	943.01	1.16%
3	刘春秋	638.7	0.79%
4	山西天祥圣隆贸易有限公司	538.29	0.66%
5	李红宇	509.19	0.63%

合 计		9,351.61	11.52%
2012 年度			
序号	加盟商名称	销售金额	销售占比
1	江西丽箭国际贸易有限公司	4,937.29	6.19%
2	河南省尚龙商贸有限公司	712.65	0.89%
3	刘春秋	636.28	0.80%
4	刘文	519.67	0.65%
5	李红宇	457.99	0.57%
合 计		7,263.88	9.11%

(5) 报告期内公司网络销售前五名销售平台/客户情况

单位：万元

2014 年度			
序号	网络平台/客户名称	销售金额	销售占比
1	浙江天猫技术有限公司	10,685.48	15.97%
2	唯品会（中国）有限公司	1,669.44	2.49%
3	北京京东世纪贸易有限公司	1,284.91	1.92%
4	浙江淘宝网络有限公司	309.47	0.46%
5	纽海电子商务（上海）有限公司	80.20	0.12%
合 计		14,029.49	20.96%
2013 年度			
序号	网络平台/客户名称	销售金额	销售占比
1	浙江天猫技术有限公司	8,795.88	10.83%
2	北京京东世纪贸易有限公司	1,061.43	1.31%
3	唯品会（中国）有限公司	598.24	0.74%
4	浙江淘宝网络有限公司	440.62	0.54%
5	广州唯品会信息科技有限公司	169.51	0.21%
合 计		11,065.68	13.63%
2012 年度			
序号	网络平台/客户名称	销售金额	销售占比
1	浙江天猫技术有限公司	5,913.38	7.41%
2	浙江淘宝网络有限公司	759.29	0.95%
3	唯品会（中国）有限公司	166.67	0.21%
4	纽海电子商务（上海）有限公司	107.52	0.13%
5	北京京东世纪贸易有限公司	91.06	0.11%
合 计		7,037.92	8.82%

(二) 主要产品的原材料和能源及其供应情况

1、主要原材料的采购情况及其价格变化情况

发行人的主要原材料为坯布和成品布。

报告期内，发行人坯布和成品布采购情况如下：

项 目	2014 年	2013 年	2012 年
数量（万米）	1,291.16	1,669.65	2,569.09
金额（万元）	13,704.83	19,858.02	31,046.90
占年度采购总金额比（%）	36.33	46.73	53.75

公司直接采购的坯布和成品布主要用于满足公司实体销售渠道（即自营渠道中的直营店铺及加盟渠道）产品生产需求。2013 年度和 2014 年度，公司直接采购的坯布和成品布数量和金额同比均呈现下降趋势，主要原因一方面系公司加强存货管理，根据期末库存和实体销售渠道市场需求情况适度调减原材料采购总量；另一方面系公司为进一步提高资金周转效率，缩短生产周期，满足网络销售市场需求而提高了对主要供应商委托采购比例；由于委托采购不需要公司自行采购坯布和成品布，相应的坯布和成品布直接采购量和占比有所减少。

2、主要原材料占主营业务成本比重的情况

报告期内，发行人的原材料占主营业务成本比重情况如下：

单位：万元

项目	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主料	29,497.87	77.49%	37,428.14	78.00%	37,787.05	77.95%
辅料	965.62	2.54%	939.32	1.96%	844.15	1.74%
包装料	2,838.92	7.46%	3,565.84	7.43%	2,857.32	5.89%

3、主要材料及产成品采购情况

(1) 报告期内发行人向前五名材料及产成品供应商的采购情况如下：

单位：万元

2014 年度			
序号	供应商名称	采购金额	占采购总额比例
1	湖北雪美实业股份有限公司	4,509.04	11.95%
2	东莞市七里香纺织品有限公司	3,575.63	9.48%
3	南通鸿业纺织有限公司	2,452.75	6.50%
4	湖南云锦集团股份有限公司高新分公司	2,144.60	5.69%
5	无锡市宇田家用纺织品有限公司	1,486.60	3.94%
合 计		14,168.62	37.56%
2013 年度			
序号	供应商名称	采购金额	占采购总额比例

1	湖北雪美实业股份有限公司	5,293.16	12.46%
2	南通鸿业纺织有限公司	3,740.37	8.80%
3	浙江誉华集团湖州纺织有限公司	2,621.36	6.17%
4	南通艺源家用纺织品有限公司	1,711.76	4.03%
5	深圳市昌千实纺织品有限公司	1,617.39	3.81%
合 计		14,984.04	35.26%
2012 年度			
序号	供应商名称	采购金额	占采购总额比例
1	南通鸿业纺织有限公司	6,335.27	10.97%
2	浙江誉华集团湖州纺织有限公司	6,061.96	10.49%
3	湖北雪美实业股份有限公司	5,271.50	9.13%
4	深圳市骏亿纺织发展有限公司	2,286.50	3.96%
5	南通艺源家用纺织品有限公司	1,882.79	3.26%
合 计		21,838.02	37.81%

本公司、本公司的股东、本公司的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方均未在公司前五大供应商中拥有权益，也不存在关联关系。

(2) 报告期内发行人向前五名原材料供应商的采购情况

报告期内发行人向前五名原材料供应商的采购情况如下表所示：

单位：万元

2014 年度			
序号	供应商名称	采购金额	占采购总额比例
1	湖北雪美实业股份有限公司	4,509.04	11.95%
2	湖南云锦集团股份有限公司高新分公司	2,144.60	5.69%
3	南通鸿业纺织有限公司	1,584.57	4.20%
4	浙江誉华集团湖州纺织有限公司	1,194.36	3.17%
5	深圳市骏亿纺织发展有限公司	709.67	1.88%
合 计		10,142.26	26.89%
2013 年度			
序号	供应商名称	采购金额	占采购总额比例
1	湖北雪美实业股份有限公司	5,293.16	12.46%
2	南通鸿业纺织有限公司	3,740.37	8.80%
3	浙江誉华集团湖州纺织有限公司	2,621.36	6.17%
4	南通妙境家纺有限公司	1,071.34	2.52%
5	广州龙塔贸易有限公司	1,060.72	2.50%
合 计		13,786.96	32.45%
2012 年度			
序号	供应商名称	采购金额	占采购总额比例
1	南通鸿业纺织有限公司	6,335.27	10.97%

2	浙江誉华集团湖州纺织有限公司	6,061.96	10.49%
3	湖北雪美实业股份有限公司	5,271.50	9.13%
4	深圳市骏亿纺织发展有限公司	2,264.42	3.92%
5	咸阳华润纺织有限公司	1,694.97	2.93%
合 计		21,628.11	37.44%

4、主要外协加工情况

(1) 报告期内公司主要外协加工情况

报告期内，发行人前十名外协加工商的加工情况如下：

单位：万套/万米、万元

2014 年度					
序号	外协加工商名称	加工商性质	委托加工数量	委托加工费金额	占加工费金额比重
1	东莞市七里香纺织品有限公司	成品	189.98	1,592.86	23.64%
2	武汉第五季印染有限公司	印染	237.01	702.70	10.43%
3	桐乡中得家纺有限公司	成品	4.33	602.57	8.94%
4	东莞市长欣家饰用品有限公司	成品	15.45	565.25	8.39%
5	佛山市佑隆印染有限公司	印染	137.53	559.71	8.31%
6	佛山南方印染股份有限公司	印染	142.34	541.88	8.04%
7	深圳市燊旺源科技有限公司	成品	5.35	485.76	7.21%
8	东莞市伊衣纺织品有限公司	成品	24.83	226.18	3.36%
9	东莞市信旭家居用品有限公司	成品	18.08	218.83	3.25%
10	无锡市联盛印染有限公司	印染	91.50	207.68	3.08%
合 计				5,703.42	84.65%
2013 年度					
序号	外协加工商名称	加工商性质	委托加工数量	委托加工费金额	占加工费金额比重
1	东莞市七里香纺织品有限公司	成品	287.94	3,034.11	39.20%
2	武汉第五季印染有限公司	印染	290.31	890.06	11.50%
3	桐乡中得家纺有限公司	成品	5.37	609.65	7.88%
4	东莞市长欣家饰用品有限公司	成品	21.88	369.18	4.77%
5	佛山南方印染股份有限公司	印染	84.12	367.98	4.75%
6	深圳市燊旺源科技有限公司	成品	6.00	314.41	4.06%
7	东莞市信旭家居用品有限公司	成品	32.58	313.48	4.05%
8	天津天纺投资控股有限公司	印染	84.60	256.96	3.32%
9	佛山市佑隆印染有限公司	印染	65.11	231.83	3.00%
10	东莞市雅而乐馨家饰用品有限公司	成品	28.64	226.45	2.93%
合 计				6,614.11	85.46%
2012 年度					
序号	外协加工商名称	加工商	委托加工	委托加工	占加工费

		性质	数量	费金额	金额比重
1	东莞市七里香纺织品有限公司	成品	281.69	3,929.37	39.86%
2	武汉第五季印染有限公司	印染	318.74	927.67	9.41%
3	佛山南方印染股份有限公司	印染	198.37	740.18	7.51%
4	佛山市佑隆印染有限公司	印染	190.91	674.38	6.84%
5	深圳市桑旺源科技有限公司	成品	6.19	655.63	6.65%
6	东莞市长欣家饰用品有限公司	成品	31.07	624.55	6.34%
7	东莞市信利家居用品有限公司	成品	53.53	473.56	4.80%
8	南通东盛之花印染有限公司	印染	109.28	411.27	4.17%
9	东莞市雅而乐馨家饰用品有限公司	成品	26.70	311.85	3.16%
10	深圳市天宝家纺进出口有限公司	成品	9.10	260.86	2.65%
合 计				9,009.32	91.40%

本公司、本公司的股东、本公司的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方均未在公司前十大外协加工商中拥有权益，也不存在关联关系。

(2) 公司外协加工商东莞市七里香纺织品有限公司情况

①东莞市七里香纺织品有限公司（以下简称“七里香”）基本情况

名称	东莞市七里香纺织品有限公司
法定代表人	金保权
公司类型	有限责任公司
住所	东莞市黄江镇长龙村宏安街1号
经营范围	产销及设计：床上用品、纺织品、服装、家居装饰用品；货物进出口。 (法律、行政法规、国务院决定规定应经许可的、未获许可不得生产经营)
主营业务	承接国内外各大家纺品牌商的生产加工业务，其中主要包括套件加工、被芯加工、枕芯加工、单件产品组合加工等

东莞市七里香纺织品有限公司股东信息如下所示：

股东类型	股东名称	出资比例
自然人股东	金保权	10%
自然人股东	金光华	90%
合计		100%

注：金保权是金光华外甥。

七里香董事、监事、高级管理人员情况如下所示：

姓名	职务
金保权	执行董事,经理
金光华	监事

注：以上信息来源为企业信用信息公示系统、工商登记资料及七里香官方网站

<http://www.qlxfz.com/>公示信息。

②七里香与公司及其他供应商的关联关系

通过将发行人实际控制人、董事、监事、高管人员及其主要亲属主要信息与七里香法人代表及其直系亲属、主要股东信息逐一核对，并签署访谈记录、取得七里香及公司的说明等程序核查，七里香与公司及其子公司及其董事、监事、高级管理人员和股东之间不存在关联关系，七里香与公司的其他供应商和外协加工商之间不存在关联关系。

（三）环境保护措施和安全生产情况

本公司及其子公司的经营活动符合国家有关环保要求。本公司将所有生产环节外包，基本不存在废气、废水和废渣的排放。为保护办公和生活区的环境卫生，节约能源，发行人还制定了环境卫生管理制度、废弃物管理办法、污水管理办法和能源资源管理办法等相关制度。

公司所有生产环节均委托外协加工商完成，公司只负责上游产品设计开发及下游渠道建设工作，并不直接从事生产加工活动。因此，基本不会产生气体、液体等环境污染，无需相应的环保设施，报告期内，公司未进行环保设备和环保工程投入。

本公司注册所在地环境保护主管部门对本公司环保工作及募集资金项目环保情况进行了核查，认为公司不属于重污染行业，其日常经营活动及固定资产投资建设能遵守国家环保方面的法律、行政法规及规范性文件。

长沙市环境保护局于 2014 年 8 月 15 日、2014 年 1 月 16 日、2013 年 7 月 31 日及 2013 年 2 月 4 日出具《证明》证明发行人在报告期内，自觉遵守国家有关环境保护法律、行政法规和地方性规章，其经营活动没有违反环境保护有关法律、法规或规范性文件的情形，没有发生过环境污染事故，亦未发生因违反环境保护方面的法律法规而被处罚的情形。

上海市宝山区环境保护局于 2014 年 7 月 21 日、2014 年 1 月 27 日、2013 年 8 月 5 日、2013 年 2 月 1 日、2012 年 10 月 24 日及 2012 年 3 月 6 日出具《环保证明》证明上海多喜爱自 2011 年 6 月 21 日成立以来，未受行政处罚。

深圳市人居环境委员会于 2014 年 7 月 21 日、2014 年 1 月 21 日及 2013 年 7

月 23 日出具《关于深圳市多喜爱纺织科技有限公司环保守法情况的证明》。该证明称：“经审查，深圳市多喜爱纺织科技有限公司近三年未发生环境污染事故和环境违法行为；现阶段未对环境造成污染，已达到国家和地方规定的环保要求。”

深圳市人居环境委员会于 2014 年 7 月 21 日出具关于环保守法情况的证明。该证明称：“经审查，深圳多喜爱信息技术有限公司近三年未发生环境污染事故和环境违法行为；现阶段未对环境造成污染，已达到国家和地方规定的环保要求。”

合肥市环境保护局于 2012 年 1 月 11 日出具《环保守法证明》证明合肥多喜爱自 2009 年 1 月 1 日起，未受到过环境主管部门的处罚。

公司的募投项目为营销网络建设项目、信息化建设项目，主要为商业流通环节和信息化建设，募集资金投向不造成现实和潜在的环境影响。长沙市环境保护局对本项目环保情况进行了核查，出具了《关于湖南多喜爱家纺股份有限公司申请上市环境保护情况的证明函》。

报告期内，本公司不存在因违反环保法律、法规而受到处罚的情形。本次公开发行募集资金投资营销网络拓展项目、信息化建设项目，符合国家有关环境保护的要求。

经核查，保荐机构及发行人律师认为：发行人的经营和拟投资项目符合国家环境保护的有关规定。

（四）生产经营的主要资质情况

公司已取得经营活动中所需的全部资质，具体包括营业执照、特许经营许可资格、对外贸易经营者备案，上述资质不存在不能展期的风险。具体情况如下：

资质证照	证照号码
企业法人营业执照	430000000012070
特许经营许可资格	0430101011100018
对外贸易经营者备案	01062238
海关进出口货物收发货人报关注册登记证书	4301961335

七、发行人主要固定资产及无形资产

(一) 固定资产情况

公司主要固定资产为房屋及建筑物、机器设备、运输工具及电子设备等。

1、固定资产价值及成新率

截至 2014 年 12 月 31 日，公司固定资产价值及成新率情况如下：

单位：元

类别	原值	净值	综合成新率
房屋、建筑物	16,338,973.00	13,236,310.95	81.01%
运输工具	21,046,668.85	10,104,392.48	48.01%
电子设备及其他	11,573,312.78	4,951,357.96	42.78%
机器设备	539,810.05	357,641.14	66.25%
合计	49,498,764.68	28,649,702.53	57.88%

2、房屋所有权

截至本招股说明书签署之日，公司所有的房屋共计 8 处，明细如下：

序号	所有权人	房屋产权证号	房屋位置	面积 (m ²)
1	多喜爱股份	长房权证开福字第 711175326 号	开福区戩子桥 25 号栋-101、-102 等 30 套	1,299.19
2	多喜爱股份	长房权证开福字第 711175317 号	开福区戩子桥 25 号栋-115	47.54
3	多喜爱股份	长房权证开福字第 711175340 号	开福区戩子桥 25 号栋-116	47.54
4	多喜爱股份	长房权证开福字第 711175318 号	开福区戩子桥 25 号栋-117	41.98
5	多喜爱股份	长房权证开福字第 711175308 号	开福区戩子桥 25 号栋-118	40.24
6	多喜爱股份	长房权证开福字第 711175338 号	开福区戩子桥 25 号栋-119	40.24
7	多喜爱股份	长房权证开福字第 711175324 号	开福区戩子桥 25 号栋-201	458.43
8	多喜爱股份	长房权证开福字第 713180889 号	开福区戩子桥 25 号栋 601	1,252.02

3、房屋租赁情况

截至本招股说明书签署之日，公司及子公司共承租了 12 处物业作为主要的经营办公和仓储场所，具体情况参见下表：

序号	承租方	用途	面积 (m ²)	租赁期限	房屋地址
1	多喜爱股份	办公	476.51	2011 年 7 月 1	湖南省长沙市开福区营盘

				日至 2021 年 6 月 30 日	路 296 号戩子桥 025 号栋 1702
2	多喜爱股份	仓储	12,641.00	2015 年 4 月 1 日至 2018 年 3 月 31 日	广东省东莞市黄江镇长龙村翔龙街 2 号
3	多喜爱股份	仓储	8,320.00	2015 年 1 月 1 日至 2015 年 6 月 30 日	湖北省武汉市蔡甸区汉阳大街 3073 号
4	上海多喜爱	仓储	3,400.00	2012 年 3 月 1 日至 2017 年 2 月 28 日	上海市宝山区月罗路 868 号 5 层
5	深圳多喜爱	办公	1,100.00	2011 年 10 月 20 日至 2016 年 10 月 19 日	广东省深圳市南山区艺园路 202 号（马家龙文体中心 B 幢）七层
6	多喜爱股份	办公	1,100.00	2011 年 10 月 20 日至 2016 年 10 月 19 日	广东省深圳市南山区艺园路 202 号（马家龙文体中心 B 幢）八层
7	多喜爱股份	办公	109.00	2014 年 5 月 1 日至 2015 年 5 月 31 日	湖南省长沙市高新区麓谷大道 627 号长海创业基地 B3-808-1
8	多喜爱股份	仓储	2,700.00	2015 年 1 月 9 日至 2016 年 1 月 8 日	湖南省长沙市开福路 4 号上坪商业储运物流
9	多喜爱股份	仓储	1,100.00	2012 年 9 月 3 日至 2016 年 9 月 2 日	安徽省合肥市瑶海区物流大道物流支路
10	多喜爱股份	办公	805.49	2014 年 6 月 1 日至 2017 年 5 月 31 日	北京市朝阳区广渠东路 3 号中水电国际大厦 1407 室
11	多喜爱信息	仓储	1,350.00	2015 年 2 月 1 日至 2018 年 1 月 31 日	东莞市黄江镇长龙村翔龙街 1 号 A1 栋 3 楼
12	多喜爱信息	办公	1,229.91	2014 年 10 月 6 日至 2015 年 10 月 5 日	上海市闸北区共和新路 3615 号 6 层（新签约，在用）

此外，截至本招股说明书签署之日，公司还租赁 113 处物业作为产品销售的商铺、小型仓库及办公场所。

（二）无形资产情况

1、土地使用权

截至本招股说明书签署之日，公司拥有的土地使用权共 2 项，明细如下：




序号	土地使用权人	土地证使用证号	面积 (m ²)	使用权类型	终止日期
1	多喜爱股份	长国用(2013)第131556号	27,591.71	出让	2058年11月20日
2	多喜爱股份	长国用(2013)第131555号	44,678.89	出让	2062年8月4日

注：由于公司更名，原持有的长国用(2012)第003000号及长国用(2012)第045468号土地使用权证已分别变更为长国用(2013)第131556号及长国用(2013)第131555号。

2、商标权

















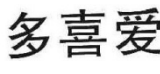
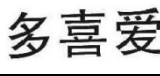
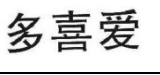

(1) 境内商标权





①截至本招股说明书签署之日，公司所有的境内商标权共计106项，明细如下：

序号	商标	注册号	使用期限
1	ZHEER	第8415774号	2011年7月14日至2021年7月13日
2	ZHEER	第8415454号	2011年8月21日至2021年8月20日
3	ZHEER	第8415756号	2011年7月14日至2021年7月13日
4	ZHEER	第8415601号	2011年7月7日至2021年7月6日
5	ZHEER	第8415529号	2011年7月7日至2021年7月6日
6	ZHEER	第8415691号	2011年7月7日至2021年7月6日
7	ZHEER	第8415769号	2011年7月7日至2021年7月6日
8	ZHEER	第8415367号	2011年7月7日至2021年7月6日
9	ZHEER	第8415288号	2011年7月7日至2021年7月6日
10		第8567755号	2011年9月7日至2021年9月6日
11		第8567747号	2011年8月28日至2021年8月27日
12		第8567761号	2011年8月21日至2021年8月20日

序号	商标	注册号	使用期限
13		第8454055号	2011年7月21日至2021年7月20日
14		第8567771号	2011年9月28日至2021年9月27日
15		第5922819号	2010年6月28日至2020年6月27日
16		第4044778号	2010年12月28日至2020年12月27日
17		第5922820号	2010年2月21日至2020年2月20日
18		第5922832号	2011年4月14日至2021年4月13日
19		第5922834号	2010年3月14日至2020年3月13日
20		第5922833号	2010年2月28日至2020年2月27日
21		第5922821号	2010年2月21日至2020年2月20日
22		第6824922号	2010年4月14日至2020年4月13日
23		第6824921号	2011年1月14日至2021年1月13日
24		第8008604号	2011年2月7日至2021年2月6日
25		第8008603号	2011年3月14日至2021年3月13日
26		第7872039号	2010年12月14日至2020年12月13日
27		第6728554号	2010年3月28日至2020年3月27日
28		第6728553号	2010年7月28日至2020年7月27日

序号	商标	注册号	使用期限
29	黑铂	第8420510号	2011年7月7日至2021年7月6日
30	20°C	第8454021号	2011年10月28日至2021年10月27日
31		第8666830号	2011年9月28日至2021年9月27日
32		第8664416号	2011年10月14日至2021年10月13日
33	芬纳诺	第8664460号	2011年9月28日至2021年9月27日
34	芬纳诺	第8664470号	2011年9月28日至2021年9月27日
35	芬纳诺	第8666834号	2011年9月28日至2021年9月27日
36	芬纳诺	第8664429号	2011年9月28日至2021年9月27日
37	舒博士	第8814959号	2011年12月7日至2021年12月6日
38	韵卉	第8912479号	2011年12月14日至2021年12月13日
39	舒博士	第8814953号	2011年11月21日至2021年11月20日
40		第1438006号	2010年8月28日至2020年8月27日
41		第3616361号	2005年6月14日至2025年6月13日
42		第3616359号	2005年9月14日至2015年9月13日
43		第3616358号	2008年4月28日至2018年4月27日
44	多喜爱	第5922837号	2009年7月7日至2019年7月6日

序号	商标	注册号	使用期限
45		第4674300号	2008年12月28日至2018年12月27日
46		第4674299号	2009年1月28日至2019年1月27日
47		第4674298号	2009年1月28日至2019年1月27日
48		第4674297号	2009年1月28日至2019年1月27日
49		第4674319号	2009年1月28日至2019年1月27日
50		第4946949号	2009年3月14日至2019年3月13日
51		第4946948号	2009年4月28日至2019年4月27日
52		第4911590号	2009年5月14日至2019年5月13日
53		第4644002号	2008年2月28日至2018年2月27日
54		第4643986号	2008年3月14日至2018年3月13日
55		第4644001号	2008年9月14日至2018年9月13日
56		第4644003号	2008年9月14日至2018年9月13日
57		第9165150号	2012年5月14日至2018年9月13日
58		第10066120号	2012年12月14日至2022年12月13日
59		第10066130号	2012年12月14日至2022年12月13日
60		第10066151号	2012年12月14日至2022年12月13日
61		第5922831号	2012年2月7日至2022年2月6日
62		第5922838号	2012年2月27日至2022年2月26日
63		第5922840号	2012年2月27日至2022年2月26日
64		第8846729号	2012年10月14日至2022年10月13日

序号	商标	注册号	使用期限
65	醇棉	第9180840号	2012年3月14日至2022年3月13日
66	CANME	第9485930号	2012年7月7日至2022年7月6日
67		第10139226号	2013年4月14日至2023年4月13日
68		第3616330号	2005年3月28日至2025年3月27日
69		第3616355号	2005年1月28日至2025年1月27日
70		第3616356号	2005年9月7日至2015年9月6日
71		第3616357号	2005年12月7日至2015年12月6日
72		第3616360号	2005年7月7日至2015年7月6日
73		第3616362号	2005年11月7日至2015年11月6日
74		第3616363号	2005年3月7日至2025年3月6日
75	喜玫瑰	第4643994号	2008年12月14日至2018年12月13日
76	康眠	第4674301号	2008年3月21日至2018年3月20日
77	康眠	第4674302号	2008年9月21日至2018年9月20日
78	美眠康	第4911588号	2009年2月14日至2019年2月13日
79	美眠康	第4911589号	2009年4月28日至2019年4月27日
80		第4946950号	2009年5月14日至2019年5月13日

序号	商标	注册号	使用期限
81	Dohia	第5922807号	2010年12月21日至2020年12月20日
82	Dohia	第5922817号	2010年6月28日至2020年6月27日
83	Dohia	第5922818号	2010年2月21日至2020年2月20日
84	Dohia	第5922822号	2010年6月28日至2020年6月27日
85	Dohia	第5922823号	2010年10月28日至2020年10月27日
86	Dohia	第5922824号	2009年7月7日至2019年7月6日
87	Dohia	第5922825号	2010年3月28日至2020年3月27日
88	Dohia	第5922826号	2010年2月14日至2020年2月13日
89	Dohia	第5922827号	2010年3月28日至2020年3月27日
90	Dohia	第5922828号	2010年2月28日至2020年2月29日
91	多喜爱	第5922835号	2010年2月21日至2020年2月20日
92	多喜爱	第5922836号	2010年10月28日至2020年10月27日
93	多喜爱	第5922839号	2010年2月14日至2020年2月13日
94		第8664490号	2012年3月14日至2022年3月13日
95		第10488510号	2013年4月7日至2023年4月6日
96		第10488547号	2013年4月7日至2023年4月6日

序号	商标	注册号	使用期限
97		第10488579号	2013年4月7日至2023年4月6日
98		第10488605号	2013年4月7日至2023年4月6日
99	喜玫瑰	第4643995号	2008年12月14日至2018年12月13日
100		第10066109号	2014年7月21日至2024年7月20日
101	喜玫瑰	第4644004号	2008年11月06日至2018年11月05日
102		第1993145号	2013年1月28日至2023年1月27日
103	美美客	第9180837号	2014年4月21日至2024年4月20日
104		第10139192号	2014年5月14日至2024年5月13日
105		第12161760号	2014年7月28日至2024年7月27日
106		第3793369号	2009年1月21日至2019年1月29日

②商标续展情况

序号	商标	注册号	使用期限	最新续展情况
1		第3616357号	2005年12月7日至2015年12月6日	续展申请商标局已受理，续展注册证明未下发
2		第3616362号	2005年11月7日至2015年11月6日	续展申请商标局已受理，续展注册证明未下发

(2) 境外商标

截至本招股说明书签署之日，发行人拥有4项境外商标权，具体情况如下：

商标	商标编号	注册地	使用期限
	300418509	香港	2005年5月11日至2015年5月10日
	0001419479	意大利	2010年7月26日至2020年7月25日

商标	商标编号	注册地	使用期限
ZHEER	0001413605	意大利	2010年6月9日至 2020年6月8日
	053360293	法国	2005年10月28日至 2015年10月27日

3、专利权

截至本招股说明书签署之日，公司共拥有 34 项专利，具体明细如下：

序号	专利名称	专利类型	专利号	专利权期限
1	一种聚合物还原纳米银抗菌整理剂的制备方法及其用途	发明专利	ZL200810143280.6	自申请日 2008 年 9 月 25 日起 20 年
2	花布 110617	外观设计	ZL201130215716.0	自申请日 2011 年 7 月 8 日起 10 年
3	花布（雪候鸟）	外观设计	ZL201130480949.3	自申请日 2011 年 12 月 15 日起 10 年
4	花布（欢乐多喜爱）	外观设计	ZL201130483581.6	自申请日 2011 年 12 月 16 日起 10 年
5	花布（我爱你）	外观设计	ZL201130483585.4	自申请日 2011 年 12 月 16 日起 10 年
6	花布（闲庭花开）	外观设计	ZL201130483591.X	自申请日 2011 年 12 月 16 日起 10 年
7	花布（尼诺花韵）	外观设计	ZL201130483598.1	自申请日 2011 年 12 月 16 日起 10 年
8	花布（杰米）	外观设计	ZL201130483602.4	自申请日 2011 年 12 月 16 日起 10 年
9	花布（罗曼迭香）	外观设计	ZL201130483612.8	自申请日 2011 年 12 月 16 日起 10 年
10	花布（清枫花影）	外观设计	ZL201230078175.6	自申请日 2012 年 3 月 27 日起 10 年
11	花布（卡迪斯城）	外观设计	ZL201230079458.2	自申请日 2012 年 3 月 28 日起 10 年
12	花布（红莓曲奇）	外观设计	ZL201230079950.X	自申请日 2012 年 3 月 28 日起 10 年
13	花布（蓝晨依梦）	外观设计	ZL201230077870.0	自申请日 2012 年 3 月 27 日起 10 年
14	花布（西关明月）	外观设计	ZL201230077868.3	自申请日 2012 年 3 月 27 日起 10 年
15	花布（约翰）	外观设计	ZL201230079937.4	自申请日 2012 年 3 月 28 日起 10 年
16	花布（玛丁森）	外观设计	ZL201230080256.X	自申请日 2012 年 3 月 28 日起 10 年
17	花布（欧尼斯特）	外观设计	ZL201230080255.5	自申请日 2012 年 3 月 28 日起 10 年
18	花布（舞叶飞飞）	外观设计	ZL201230079958.6	自申请日 2012 年 3 月 28 日起 10 年
19	花布（布鲁克）	外观设计	ZL201230079965.6	自申请日 2012 年 3 月 28 日起 10 年
20	花布（木槿花音）	外观设计	ZL201230079944.4	自申请日 2012 年 3 月 28 日起 10 年
21	花布（多面伊人）	外观设计	ZL201230079940.6	自申请日 2012 年 3 月 28 日起 10 年
22	花布（蓝玫之夜）	外观设计	ZL201230092532.4	自申请日 2012 年 4 月 1 日起 10 年
23	花布（狂野甜心）	外观设计	ZL201230077912.0	自申请日 2012 年 3 月 27 日起 10 年
24	花布（夏之岚）	外观设计	ZL201230077927.7	自申请日 2012 年 3 月 27 日起 10 年
25	花布（蝶翩翩）	外观设计	ZL201230078250.9	自申请日 2012 年 3 月 27 日起 10 年
26	花布（梅里达）	外观设计	ZL201230077897.X	自申请日 2012 年 3 月 27 日起 10 年

27	花布（潮女郎）	外观设计	ZL201230090120.7	自申请日 2012 年 4 月 1 日起 10 年
28	花布（美妙时刻）	外观设计	ZL201230090109.0	自申请日 2012 年 4 月 1 日起 10 年
29	三方拉链开口的被套	实用新型	ZL201220024260.9	自申请日 2012 年 1 月 19 日起 10 年
30	一种具有按摩疗效的降温垫子	实用新型	ZL201420321513.8	自申请日 2014 年 6 月 17 日起 10 年
31	一种便于捕捉蚊虫的新型蚊帐	实用新型	ZL201420321512.3	自申请日 2014 年 6 月 17 日起 10 年
32	一种防尘绒毯	实用新型	ZL201420321515.7	自申请日 2014 年 6 月 17 日起 10 年
33	一种储能被芯	实用新型	ZL201420321514.2	自申请日 2014 年 6 月 17 日起 10 年
34	木质素磺酸盐纳米银溶胶的制备方法	发明专利	ZL201110422447.4	自申请日 2014 年 3 月 26 日起 20 年

4、著作权

截至本招股说明书签署之日，公司共拥有 221 项著作权，具体明细如下：

序号	作品名称	登记号	登记日期
1		湘作登字18-2014-F-0534号	2014年5月20日
2		湘作登字18-2014-F-0533号	2014年5月20日
3		湘作登字18-2014-F-0536号	2014年5月20日
4		湘作登字18-2014-F-0543号	2014年5月20日
5		湘作登字18-2014-F-0540号	2014年5月20日
6		湘作登字18-2014-F-0538号	2014年5月20日
7		湘作登字18-2014-F-0542号	2014年5月20日
8		湘作登字18-2014-F-0537号	2014年5月20日
9		湘作登字18-2014-F-0939号	2014年5月20日
10		湘作登字18-2014-F-0940号	2014年5月20日
11		湘作登字18-2014-F-0541号	2014年5月20日

序号	作品名称	登记号	登记日期
12		湘作登字18-2014-F-0535号	2014年5月20日
13		湘作登字18-2014-F-0539号	2014年5月20日
14		湘作登字18-2014-F-0641号	2014年5月20日
15	艾曼达	湘作登字18-2014-F-0593	2014年6月3日
16	安德烈亚	湘作登字18-2014-F-0566	2014年5月20日
17	安好晴天	湘作登字18-2014-F-0607	2014年5月20日
18	安妮之歌	湘作登字18-2014-F-0569	2014年5月20日
19	波普小恋人	湘作登字18-2014-F-0570	2014年5月20日
20	波萨里卡	湘作登字18-2014-F-0576	2014年6月3日
21	博洛尼亚	湘作登字18-2014-F-0550	2014年5月20日
22	布尔兰蒂	湘作登字18-2012-F-178	2012年5月7日
23	布鲁克	湘作登字18-2014-F-0579	2014年6月3日
24	彩精灵	湘作登字18-2014-F-0596	2014年6月3日
25	潮女郎	湘作登字18-2014-F-0549	2014年5月20日
26	蝶翩翩	湘作登字18-2014-F-0587	2014年6月3日
27	恩塞纳达	湘作登字18-2014-F-0578	2014年6月3日
28	芬芳城堡	湘作登字18-2014-F-0573	2014年5月20日
29	格桑花恋	湘作登字18-2012-F-173	2012年5月7日
30	哈尼的信	湘作登字18-2014-F-0548	2014年5月20日
31	韩城恋曲	湘作登字18-2014-F-0575	2014年6月3日
32	红莓曲奇	湘作登字18-2014-F-0592	2014年6月3日
33	花田假日	湘作登字18-2014-F-0568	2014年5月20日
34	花舞盛宴	湘作登字18-2014-F-0583	2014年6月3日
35	花漾	湘作登字18-2014-F-0588	2014年6月3日
36	花叶物语	湘作登字18-2014-F-0614	2014年6月3日
37	花逸	湘作登字18-2014-F-0625	2014年6月3日
38	欢乐之夜	湘作登字18-2014-F-0577	2014年6月3日
39	回归经典	湘作登字18-2014-F-0626	2014年6月3日
40	卡迪斯城	湘作登字18-2014-F-0609	2014年6月3日
41	卡兰谛诺	湘作登字18-2014-F-0608	2014年6月3日
42	卡塞特	湘作登字18-2014-F-0604	2014年6月3日
43	开到荼蘼	湘作登字18-2014-F-0591	2014年6月3日
44	扣心弦	湘作登字18-2014-F-0627	2014年6月3日
45	快乐之城	湘作登字18-2014-F-0628	2014年6月3日
46	狂野甜心	湘作登字18-2014-F-0544	2014年5月20日
47	兰顿	湘作登字18-2014-F-0547	2014年5月20日
48	蓝晨依梦	湘作登字18-2014-F-0546	2014年5月20日

序号	作品名称	登记号	登记日期
49	蓝玫之夜	湘作登字18-2014-F-0639	2014年5月20日
50	恋花影	湘作登字18-2014-F-0640	2014年5月20日
51	玛丁森	湘作登字18-2014-F-0594	2014年6月3日
52	玛格丽的童话	湘作登字18-2014-F-0564	2014年5月20日
53	漫舞轻扬	湘作登字18-2014-F-0571	2014年5月20日
54	梅里达	湘作登字18-2014-F-0551	2014年5月20日
55	美国派	湘作登字18-2014-F-0552	2014年5月20日
56	美妙时刻	湘作登字18-2014-F-0553	2014年5月20日
57	梦幻森林	湘作登字18-2014-F-0554	2014年5月20日
58	梦叶歌	湘作登字18-2014-F-0586	2014年6月3日
59	谜尚涂鸦	湘作登字18-2014-F-0565	2014年5月20日
60	蜜桃布丁	湘作登字18-2014-F-0626	2014年6月3日
61	木槿花音	湘作登字18-2014-F-0599	2014年6月3日
62	木兰花开	湘作登字18-2014-F-0555	2014年5月20日
63	牛仔风情	湘作登字18-2014-F-0556	2014年5月20日
64	欧尼斯特	湘作登字18-2014-F-0580	2014年6月3日
65	清晨依恋	湘作登字18-2014-F-0572	2014年5月20日
66	清枫花影	湘作登字18-2014-F-0557	2014年5月20日
67	秋日广场	湘作登字18-2014-F-0598	2014年6月3日
68	秋日物语	湘作登字18-2014-F-0585	2014年6月3日
69	时光痕迹	湘作登字18-2014-F-0558	2014年5月20日
70	誓约	湘作登字18-2014-F-0559	2014年5月20日
71	苏芮的早晨	湘作登字18-2014-F-0600	2014年6月3日
72	溯源	湘作登字18-2014-F-0563	2014年5月20日
73	岁月如歌	湘作登字18-2014-F-0560	2014年5月20日
74	天空之城	湘作登字18-2014-F-0574	2014年6月3日
75	天籁芳音	湘作登字18-2014-F-0596	2014年6月3日
76	微笑	湘作登字18-2014-F-0561	2014年5月20日
77	为你痴狂	湘作登字18-2014-F-0610	2014年6月3日
78	舞叶飞飞	湘作登字18-2014-F-0595	2014年6月3日
79	西关明月	湘作登字18-2014-F-0611	2014年6月3日
80	夏之岚	湘作登字18-2014-F-0612	2014年6月3日
81	心语心愿	湘作登字18-2014-F-0567	2014年5月20日
82	休伯特	湘作登字18-2014-F-0581	2014年6月3日
83	亚里士	湘作登字18-2014-F-0613	2014年6月3日
84	异国梦	湘作登字18-2014-F-0605	2014年6月3日
85	优雅邂逅	湘作登字18-2014-F-0584	2014年6月3日
86	游园听梦	湘作登字18-2014-F-0590	2014年6月3日
87	语初倾情	湘作登字18-2014-F-0589	2014年6月3日
88	原野清香	湘作登字18-2014-F-0602	2014年6月3日
89	紫韵	湘作登字18-2014-F-0582	2014年6月3日
90	自由之心	湘作登字18-2014-F-0545	2014年5月20日

序号	作品名称	登记号	登记日期
91	约翰	湘作登字18-2014-F-0562	2014年5月20日
92	多面伊人	湘作登字18-2014-F-0629	2014年6月3日
93	时尚旋律	湘作登字18-2013-F-211号	2013年6月20日
94	斯托克	湘作登字18-2013-F-212号	2013年6月20日
95	花舞盛宴	湘作登字18-2013-F-213号	2013年6月20日
96	艾比克	湘作登字18-2013-F-214号	2013年6月20日
97	航行	湘作登字18-2013-F-215	2013年6月20日
98	时尚先生	湘作登字18-2013-F-216	2013年6月20日
99	生肖总动员	湘作登字18-2013-F-217	2013年6月20日
100	清新蓝调	湘作登字18-2013-F-218	2013年6月20日
101	梦若紫蝉	湘作登字18-2013-F-219	2013年6月20日
102	蒙德里安畅想	湘作登字18-2013-F-220	2013年6月20日
103	加州阳光	湘作登字18-2013-F-221	2013年6月20日
104	欢乐世界	湘作登字18-2013-F-222	2013年6月20日
105	花漾女人	湘作登字18-2013-F-223	2013年6月20日
106	夏日狂欢	湘作登字18-2013-F-224	2013年6月20日
107	怡人香舍	湘作登字18-2013-F-842号	2013年8月22日
108	璀璨星空	湘作登字18-2013-F-843号	2013年8月22日
109	熊猫达人	湘作登字18-2013-F-844号	2013年8月22日
110	甜品生活	湘作登字18-2013-F-845号	2013年8月22日
111	甜心梦	湘作登字18-2013-F-846号	2013年8月22日
112	花之色	湘作登字18-2013-F-847号	2013年8月22日
113	Lily牛	湘作登字18-2013-F-848号	2013年8月22日
114	缤纷摩卡	湘作登字18-2013-F-849号	2013年8月22日
115	音乐驿站	湘作登字18-2013-F-850号	2013年8月22日
116	运动风潮	湘作登字18-2013-F-851号	2013年8月22日
117	小步舞曲	湘作登字18-2013-F-852号	2013年8月22日
118	圣诞对对熊	湘作登字18-2013-F-853号	2013年8月22日
119	香蕉达人	湘作登字18-2013-F-854号	2013年8月22日
120	克洛尔斯	湘作登字18-2013-F-855号	2013年8月22日
121	炫迷彩	湘作登字18-2013-F-856号	2013年8月22日
122	恋空	湘作登字18-2013-F-857号	2013年8月22日
123	熊之家	湘作登字18-2013-F-858号	2013年8月22日
124	天使爱美丽	湘作登字18-2013-F-859号	2013年8月22日
125	维多利亚	湘作登字18-2013-F-860号	2013年8月22日
126	休闲步调	湘作登字18-2014-F-0836	2014年6月4日
127	花姿舞曲	湘作登字18-2014-F-0477	2014年4月28日
128	嫣然绽放	湘作登字18-2014-F-0478	2014年4月28日
129	秋日私语	湘作登字18-2014-F-0479	2014年4月28日
130	春晓	湘作登字18-2014-F-0480	2014年4月28日
131	朵朵芳香	湘作登字18-2014-F-0481	2014年4月28日
132	格调	湘作登字18-2014-F-0482	2014年4月28日

序号	作品名称	登记号	登记日期
133	童年记忆	湘作登字18-2014-F-0483	2014年4月28日
134	花开倾城	湘作登字18-2014-F-0484	2014年4月28日
135	丛林曼舞	湘作登字18-2014-F-0485	2014年4月28日
136	浅夏之韵	湘作登字18-2014-F-0486	2014年4月28日
137	加勒比时光	湘作登字18-2014-F-0487	2014年4月28日
138	春宴	湘作登字18-2014-F-0488	2014年4月28日
139	可爱甜心	湘作登字18-2014-F-0489	2014年4月28日
140	梦中花期	湘作登字18-2014-F-0490	2014年4月28日
141	叶叶细雨	湘作登字18-2014-F-0491	2014年4月28日
142	森林.微笑向暖.岁月静好	湘作登字18-2014-F-0492	2014年4月28日
143	喜玫瑰	湘作登字18-2014-F-0493	2014年4月28日
144	天使爱美丽	湘作登字18-2014-F-0494	2014年4月28日
145	热带花期	湘作登字18-2014-F-0495	2014年4月28日
146	格调	湘作登字18-2014-F-0830	2014年6月4日
147	芳香舞步	湘作登字18-2014-F-0831	2014年6月4日
148	兰黛佳人	湘作登字18-2014-F-0832	2014年6月4日
149	信心花舍	湘作登字18-2014-F-0833	2014年6月4日
150	秋天的童话	湘作登字18-2014-F-0835	2014年6月4日
151	甜蜜之约	湘作登字18-2014-F-0837	2014年6月4日
152	贝蒂罗休	湘作登字18-2014-F-0839	2014年6月4日
153	微香	湘作登字18-2014-F-0840	2014年6月4日
154	普拉	湘作登字18-2014-F-0841	2014年6月4日
155	Dohia Rose	湘作登字18-2014-F-0842	2014年6月4日
156	喜玫瑰+花（图形）	湘作登字18-2014-F-0843	2014年6月4日
157	花开半夏	湘作登字18-2014-F-0844	2014年6月4日
158	墨韵时光	湘作登字18-2014-F-0845	2014年6月5日
159	秋意浓	湘作登字18-2014-F-0846	2014年6月10日
160	玛莎拉都	湘作登字18-2014-F-0850	2014年6月7日
161	金玉奇缘	湘作登字18-2014-F-0851	2014年6月7日
162	黎明	湘作登字18-2014-F-0852	2014年6月4日
163	波普乐趣	湘作登字18-2014-F-0853	2014年6月7日
164	酷酷小子	湘作登字18-2014-F-0854	2014年6月7日
165	展望	湘作登字18-2014-F-0855	2014年6月7日
166	街头篮球	湘作登字18-2014-F-0856	2014年6月7日
167	幻翎	湘作登字18-2014-F-0857	2014年6月7日
168	星光物语	湘作登字18-2014-F-0858	2014年6月7日
169	即刻起航	湘作登字18-2014-F-0859	2014年6月7日
170	蒂卡尔	湘作登字18-2014-F-0860	2014年6月7日
171	格趣	湘作登字18-2014-F-0861	2014年6月7日
172	笨笨一家	湘作登字18-2014-F-0862	2014年6月7日
173	霜林芙雅	湘作登字18-2014-F-0863	2014年6月7日
174	甜蜜马卡龙	湘作登字18-2014-F-0864	2014年6月7日

序号	作品名称	登记号	登记日期
175	叶飞扬	湘作登字18-2014-F-0865	2014年6月7日
176	格瑞斯	湘作登字18-2014-F-0866	2014年6月7日
177	紫色迷情	湘作登字18-2014-F-0867	2014年6月7日
178	特尔尼	湘作登字18-2014-F-0868	2014年6月7日
179	筑梦	湘作登字18-2014-F-0869	2014年6月7日
180	花间游	湘作登字18-2015-F-0070	2015年1月20日
181	半夏晨花	湘作登字18-2015-F-0071	2015年1月20日
182	雀幽蓝	湘作登字18-2015-F-0072	2015年1月20日
183	玫瑰的故事	湘作登字18-2015-F-0073	2015年1月20日
184	加勒比海之海贼传说	湘作登字18-2015-F-0074	2015年1月20日
185	孔雀春晖	湘作登字18-2015-F-0075	2015年1月20日
186	午后时光	湘作登字18-2015-F-0076	2015年1月20日
187	豪门豹	湘作登字18-2015-F-0077	2015年1月20日
188	花之鸚鵡	湘作登字18-2015-F-0078	2015年1月20日
189	热气球	湘作登字18-2015-F-0079	2015年1月20日
190	樱花浪漫	湘作登字18-2015-F-0080	2015年1月20日
191	芸香花容	湘作登字18-2015-F-0081	2015年1月20日
192	花之爱恋	湘作登字18-2015-F-0082	2015年1月20日
193	醉爱玫瑰	湘作登字18-2015-F-0083	2015年1月20日
194	爱情对对碰	湘作登字18-2015-F-0084	2015年1月20日
195	浪漫单车	湘作登字18-2015-F-0085	2015年1月20日
196	悠园依梦	湘作登字18-2015-F-0086	2015年1月20日
197	甜蜜心跳	湘作登字18-2015-F-0087	2015年1月20日
198	粉爱你	湘作登字18-2015-F-0088	2015年1月20日
199	香草伊人	湘作登字18-2015-F-0089	2015年1月20日
200	情迷欧洲	湘作登字18-2015-F-0090	2015年1月20日
201	花里知香	湘作登字18-2015-F-0091	2015年1月20日
202	醉花缘	湘作登字18-2015-F-0092	2015年1月20日
203	星醉左岸	湘作登字18-2015-F-0093	2015年1月20日
204	航海家	湘作登字18-2015-F-0094	2015年1月20日
205	水伊人	湘作登字18-2015-F-0095	2015年1月20日
206	梦幻之林	湘作登字18-2015-F-0096	2015年1月20日
207	滨海之家	湘作登字18-2015-F-0097	2015年1月20日
208	森林守护者	湘作登字18-2015-F-0098	2015年1月20日
209	浪漫紫罗兰	湘作登字18-2015-F-0099	2015年1月20日
210	摩登风情	湘作登字18-2015-F-0100	2015年1月20日
211	晨光	湘作登字18-2015-F-0101	2015年1月20日
212	百分百的爱II	湘作登字18-2015-F-0102	2015年1月20日
213	干杯爱情	湘作登字18-2015-F-0103	2015年1月20日
214	相依相守	湘作登字18-2015-F-0104	2015年1月20日
215	郁金香公园	湘作登字18-2015-F-2130	2015年1月20日
216	鸚鵡花香	湘作登字18-2015-F-2131	2015年1月20日

序号	作品名称	登记号	登记日期
217	五福临门	湘作登字18-2015-F-2132	2015年1月20日
218	王者双豹	湘作登字18-2015-F-2133	2015年1月20日
219	天鹅相爱	湘作登字18-2015-F-2134	2015年1月20日
220	呆萌狮	湘作登字18-2015-F-2135	2015年1月20日
221	北极熊	湘作登字18-2015-F-2169	2015年1月20日

5、特许经营权

根据《商业特许经营管理条例》和《商业特许经营备案管理办法》的要求，公司需要在商务部办理商业特许经营备案手续。公司已按照《关于开展商业特许经营备案有关工作事项的通知》的规定向商务部办理了备案手续并取得商务部下发的《商业特许经营管理系统》登录号和密码，公司目前已完成商业特许经营备案手续，并在商务部网站进行了备案登记公告，备案登记号为0430101011100018。

八、发行人核心技术和研发情况

（一）公司现有技术水平

发行人的研发工作主要集中在面料研发和花型款式设计两方面。

1、面料研发

面料研发方面，发行人致力于研究各种新材料在面料中的应用。目前，公司自主研发的纳米银技术，已取得国家发明专利“一种聚合物还原纳米银抗菌整理剂的制备方法及其用途”。该专利的基本原理在于将制备的纳米银抗菌整理剂附载在织物上，从而制造出抗菌性能优异的棉麻抗菌织物。鉴于公司在纳米银研发方面的实力和成绩，公司受全国卫生产业企业管理协会抗菌产业分会委托，主持制订《含银抗菌溶液》行业标准，该标准已被国家工业和信息化部正式批准立项并实施（标准号：HG/T-4317-2012）。此外，公司还通过与国际知名企业美国3M公司的合作，取得了使用3M新雪丽高效暖绒作为公司产品填充料的授权。

报告期内，公司完成的主要研发项目信息如下：

序号	项目名称	项目来源	技术领域
1	纳米银抗菌涤纶纤维研究	自主研发	新材料
2	一种聚合物保护纳米银抗菌整理剂制备方法研究	自主研发	新材料
3	一种无机芳香纳米抗菌剂及其抗菌织物制备方法研究	自主研发	新材料

序号	项目名称	项目来源	技术领域
4	纳米银锌生物抗菌除臭剂及其抗菌防臭棉麻织物研究	自主研发	新材料
5	生物物理法面料漂白关键技术研究	自主研发	新材料
6	物理场辅助作用下棉浆粕溶解关键技术研究	自主研发	新材料
7	纤维面料银含量检测方法关键技术研究	自主研发	新材料
8	硅树脂改性废棉纤维增强再生混凝土性能关键技术研究	自主研发	新材料
9	超分子两性抗菌柔软二合一整理剂	自主研发	新材料
10	抗菌防螨母粒研究	自主研发	新材料
11	抗静电涤纶母粒研究	自主研发	新材料
12	生物法溶解废旧棉纤维	自主研发	新材料
13	抗菌面料银含量检测方法关键技术研究	自主研发	新材料
14	竹炭木棉针织面料的研发	自主研发	新材料

公司获得的技术进步方面的奖项如下：

序号	获奖项目（或个人）名称	奖项类型	时间	颁奖机构
1	产品开发贡献奖	开发贡献奖	2011年	中国纺织工业联合会
2	纳米银无机抗菌织物的研究与开发	科技进步奖	2011年	湖南省人民政府

近年来，公司将多种新技术应用于家居用品中，取得了良好成效，主要体现在：

（1）采用具有光催化作用的氧化钛作为载体，制备了粒径均小于 0.5um 的银抗菌氧化钛粉体，具有高效持久抗菌作用，对大肠杆菌、金黄色葡萄球菌抗菌率高达 99%，同时具有耐高温、耐酸碱、耐化学腐蚀优点，该抗菌粉体具有广泛的用途，可加工成具有抗菌功能的各种面料，如抗菌涤纶、抗菌锦纶等；

（2）采用面料印染用柔软剂高分子材料作为纳米银的稳定生成剂，利用二者的协同效应，制备出一种新型环保无毒织物整理剂。该整理剂是抑菌效果非常显著的卫生整理剂，具有很好的耐洗性，同时整理后的织物还具有亲水、柔软、细腻、爽滑等多种优异性能，在人们越发关注环保、健康的背景下，这种集舒适与抗菌卫生整理于一体的整理剂，在床上用品行业内具有广泛的应用前景；

（3）采用纳米材料自组装技术将纳米级别银粒子用超支化大分子包埋，在极大程度上减少了银离子在空气中的氧化，对浅色织物进行抗菌整理时，可防止浅色织物颜色变化，有效拓展了纳米银在浅色制品中的应用范围；

（4）将纳米银以配位形式键合到天然无毒防霉剂分子架构中，制备高效防霉剂，对黑曲霉、黄曲霉、球毛壳霉、桔青霉、宛氏拟青霉、白假丝酵母的最低

抑菌浓度小于 200mg/kg，该防霉剂应用于纺织品可达良好的防霉效果。

(5) 采用高大乔木和天然竹子作为原料制成浆液后，经过专门的纺丝工艺制作而成的再生纤维素纤维，具有棉的“舒适性”、涤纶的“强度”、毛织物的“豪华美感”和真丝的“独特触感”及“柔软垂坠”的性能，是一种新型的环保型舒适面料。

(6) 将数码印花技术应用到面料印花工艺，增强了印花质量，缩短了印花工艺流程，提高了生产效率，丰富了面料花型款式，极大的减少了常规印染对环境的危害，减少了化学物质在面料的残留。

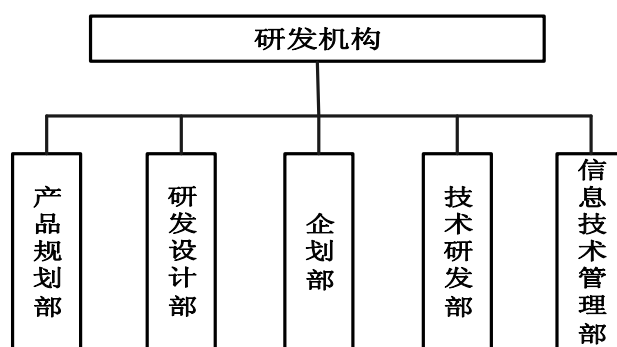
上述新技术的研发及应用，显著提高了公司产品的抗菌性能和保健功能，符合当下消费者越发注重产品功能性的潮流趋势，具有广阔的市场前景。

2、花型款式设计

花型、款式设计方面，公司一直力求在产品设计上突破传统，引领卧室新潮流，每年开发出 200 多款新品，不断创新，有效提高了公司产品的竞争力。此外，公司建立了花型储备资源库，为自主开发新产品提供强有力的支撑。

(二) 研发机构设置

公司研发机构主要包括产品规划部、研发设计部、企划部、技术研发部、信息技术管理部等五大部门，主要架构如下图：



上述部门的主要职责具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五 发行人股权结构图及组织结构图”之“（三）发行人内部主要职能部门情况”。

(三) 目前正在研发的项目

发行人致力于新材料在家纺领域的应用和研究，通过将新技术、新材料在传统家纺产品中的运用，使公司产品在抗菌、消毒、保健等方面具备显著优势和特点。

截止目前，公司正在进行的研发项目主要如下：

序号	项目名称	项目来源	技术领域
1	清凉感面料开发与应用	自主研发	新材料
2	柔软 SMMS 无纺布工艺研究	自主研发	新材料
3	床品纳米芳香整理与健康睡眠	自主研发	新材料
4	高档环保数码印花面料开发	自主研发	新材料
5	纳米医用三防面料	自主研发	新材料
6	形状记忆抗菌耐工业洗涤抗菌面料	自主研发	新材料
7	木浆纤维面料	自主研发	新材料
8	多孔竹碳纤维被芯及保暖评价体系建立	自主研发	新材料

（四）报告期内研发投入情况

公司历来重视新产品和新技术的开发与创新工作，将新产品研发作为公司保持核心竞争力的重要保证，近年来不断加大技术开发与研究的投入力度。公司 2012 年度、2013 年度及 2014 年度的研发投入分别为 2,508.63 万元、2,568.47 万元、3,020.38 万元。

九、公司主要产品和服务的质量控制情况

发行人重视产品的质量控制，严格遵守质量控制标准，执行多种有效的质量控制措施，质量控制效果良好，没有出现因为产品质量问题引发重大诉讼、仲裁或受到相关部门的处罚。

（一）质量控制的有关标准

公司严格执行国家标准和行业标准，按照其要求检验委托加工生产产成品的质量。目前，公司执行的国标和行业标准主要如下：

序号	适用产品	执行标准
1	套件	配套床上用品（GB/T 22844-2009）
2	被芯	绗缝制品（GB/T22796-2009）
3	枕、垫类	枕、垫（GB/T 22843-2009）
4	蚕丝被	蚕丝被（GB/T 24252-2009）
5	蚊帐	蚊帐（FZ/T 62014-2009）
6	赛藤席	再生纤维素纤维凉席（FZ/T 62013-2009）

7	竹片席	竹编制品（GB/T 23114-2008）
8	线毯	线毯（FZ/T 61005-2006）
9	单件产品	被袋（GB/T 22796-2009） 床单（GB/T 22797-2009）
10	珊瑚绒毯等化纤毛毯	化纤仿毛毛毯（FZ/T 61002-2006）

（二）质量控制措施

公司已通过 ISO9001: 2008 质量管理体系认证，并严格按照质量管理体系要求和国家、行业标准对产品设计、委托加工的各个环节进行管理控制及监督，以保证产品质量达到标准要求。

公司内部建立了严格的质量控制制度和检验流程，如《QA 检验流程》、《面料检验作业指导书》、《大件套成品检验流程》、《小四件成品检验流程》、《成品检验流程》、《半成品检验流程》等，确保从产品设计、供应商的选择、进货采购、原材料检验到委托加工过程、成品检验等各个环节均有章可循，有力保障了公司产品质量的可靠性和稳定性。

公司还针对委托加工环节，制定了专门的监督控制流程，向外协加工商派遣跟单员，从产品质量、工艺流程和生产操作规范上予以严格把控，确保该环节的产品质量达到质量要求。

（三）质量控制结果与产品质量纠纷

公司自成立以来，一直重视产品质量的控制。报告期内产品无重大赔偿、退货和质量纠纷问题，不存在因产品质量而引起的重大诉讼、仲裁或行政处罚。

第七节 同业竞争和关联交易

一、同业竞争情况

(一) 关于同业竞争

截至本招股说明书签署日，除本公司外，公司控股股东、实际控制人陈军、黄娅妮未投资其他业务，实际控制人不存在从事与本公司及所属公司相同或相似业务的情况。

(二) 避免同业竞争承诺

为避免同业竞争损害本公司及其他股东的利益，公司控股股东、实际控制人陈军、黄娅妮、主要股东达晨财信以及公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均向本公司出具了《避免同业竞争承诺函》，具体内容请参见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“十一、本公司主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及履行情况”之“（一）避免同业竞争的承诺”。

二、关联方和关联关系

(一) 存在控制关系的关联方

关联方名称	经济性质或类型	法定代表人	注册地	营业范围	关联关系
上海多喜爱	有限公司	陈军	上海市	计算机软件、网络科技、家居用品领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务、电子商务（不得从事增值电信、金融业务），计算机及配件、床上用品、服装、窗帘、家居用品的销售，从事货物及技术进出口业务。（涉及行政许可的，凭许可证经营）	全资子公司
深圳多喜爱	有限公司	陈军	深圳市	床上用品、床垫、服装、窗帘及家用饰品的开发、生产（生产场地另设）与销售；新型纺织材料的研发与销售；宣传用品材料、展示用品材料、床上用品材料的销售；经营进出口业务；国内贸易（以上涉及法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）。	全资子公司
深圳信息	有限公司	陈军	深圳市	在网上从事商贸活动；数据挖掘；	全资子公司

				数据分析；数字化资源开发；计算机软件、网络科技、服装和家居用品领域内的技术研发、技术咨询及相关技术业务；计算机及配件、床上用品、床垫、服装、窗帘、家居用品的开发与销售；经营进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）。	司
多喜爱信息	有限公司	陈军	拉萨市	计算机开发及运用、计算机配件、电子商务、技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务、计算机系统服务；应用软件开发；床上用品、床垫、服装、窗帘、家居用品的研发、采购、销售；从事货物及技术进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可经营该项目。】	全资子公司
北京多喜爱	有限公司	陈军	北京	技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；软件开发；计算机系统服务；应用软件开发（不含医用软件）；销售针纺织品、服装、计算机、软件及辅助设备、装饰材料、日用品；货物进出口、技术进出口。依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。	全资子公司
合肥多喜爱	有限公司	陈风	合肥市	床上用品、床垫、窗帘、家用饰品开发及销售	全资子公司

注：合肥多喜爱已于 2012 年 2 月 29 日注销。

关联方姓名	类型	关联关系
陈军	自然人	公司董事长、控股股东、实际控制人
黄娅妮	自然人	公司董事、控股股东、实际控制人

（二）存在控制关系关联方的注册资本、所持权益及其变化

具体情况请参见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“三、发行人股本结构的形成及变化和重大资产重组情况”、“六、发行人控股子公司及参股子公司情况”及“第十节财务会计信息”之“三、财务报表的编制基础、合并财务报表的范围及变化情况”之“（三）报告期内纳入合并报表范围的控股子公司情况”。

（三）不存在控制关系的关联方

序号	关联方名称	关联方关系
1	达晨财信	公司法人股东、持股5%以上股东
2	达晨创投	公司法人股东

序号	关联方名称	关联方关系
3	华清博远	公司法人股东
4	金科担保	公司法人股东
5	张海鹰	公司自然人股东、副总经理
6	陈周盛	公司自然人股东、监事会主席、设计总监
7	王玲	公司自然人股东、达晨创投投资副总监
8	黎毅	公司自然人股东、监事
9	张文	公司自然人股东、董事、总经理
10	周志文	公司自然人股东、曾任公司董事
11	赵传森	公司自然人股东、董事、财务总监、副总经理
12	文新	公司自然人股东、副总经理
13	朱旭鹏	公司自然人股东、曾任营销总监、曾为长沙天旭股东
14	杨晓煜	公司自然人股东、曾任上海多喜爱美美客事业部总经理
15	吴改	公司自然人股东、曾任公司董事会秘书
16	吴莹	公司自然人股东、产品规划部副总监、职工代表监事
17	刘娟	公司自然人股东、销售管理本部销售副总监
18	杨慧	公司自然人股东、上海子公司产品副总监
19	李希	公司自然人股东、财务管理本部财务副总监
20	谭美芳	公司自然人股东、工会副主席、财务管理本部资金副总监
21	宋丽嫔	公司自然人股东、曾任研发设计副总监
22	刘燕	公司自然人股东、市场推广部经理
23	胡春来	公司自然人股东、营销管理本部销售副总监
24	陈风	公司自然人股东、曾任销售管理本部销售副总监
25	赵计亮	公司自然人股东、首席视觉设计师、空间规划部经理
26	陈国娥	公司自然人股东、产品设计部副总监
27	周琴	公司自然人股东、深圳子公司运营部经理
28	苏福平	公司自然人股东、总经办副主任、党支部书记
29	郭亮	公司自然人股东、曾任营销管理本部销售副总监
30	王戈	公司自然人股东、市场推广部副总监
31	王昕	公司自然人股东、曾任公司营销中心经理
32	张应轩	公司自然人股东、公司运营管理本部生产物流部经理
33	胡群	公司自然人股东、研发设计部经理
34	范长录	公司自然人股东、深圳子公司运营部总监
35	杨晓梅	公司自然人股东、曾任采购一部采购副经理
36	罗罡	公司董事、达晨创投投资总监
37	陈铁儒	公司董事、金科担保董事长
38	徐瑛	公司独立董事
39	肖星	公司独立董事
40	杨世滨	曾任公司独立董事
41	袁雄	公司独立董事
42	赵金	公司董事会秘书、副总经理
43	长沙天旭	公司控股股东、实际控制人控制的其他企业
44	家饰公司	公司控股股东、实际控制人控制的其他企业

序号	关联方名称	关联方关系
45	湖南龙之杰	公司控股股东、实际控制人控股的其他企业
46	香港多喜爱	公司控股股东、实际控制人控股的其他企业
47	万晓辉	曾任公司副总经理
48	湖南省融嘉创业投资管理有限责任公司	公司监事黎毅担任执行董事、高管的公司

注：长沙天旭已于 2011 年 12 月 28 日注销、家饰公司已于 2011 年 12 月 26 日注销、湖南龙之杰已于 2009 年 11 月 19 日注销、香港多喜爱已于 2012 年 2 月 17 日注销；上述公司从注销之日起，不再成为发行人的关联方。

三、经常性关联交易

报告期内，公司没有发生经常性关联交易。

四、偶发性关联交易

（一）关联方租赁情况

1、关联交易情况

单位：万元

出租方名称	承租方名称	租赁资产种类	租赁起始日	租赁终止日	租赁费定价依据	2014 年度确认的租赁费	2013 年度确认的租赁费	2012 年度确认的租赁费
陈军	多喜爱有限	房屋建筑物	2011 年 7 月 1 日	2021 年 6 月 30 日	市场定价	17.72	17.72	17.72
陈军	多喜爱股份	房屋建筑物	2013 年 1 月 4 日	2018 年 1 月 3 日	市场定价	144.00	144.00	-

公司向陈军租赁的上述房屋因为仅为临时经营或办公所用，因而未向陈军购买该处房产。2013 年 1 月，发行人向陈军租赁其位于长沙市开福区戩子桥 025 号栋 102 作直营门店用途，租赁总面积为 728m²，租金为 12 万元/月。

2、关联交易的公允性分析

上述房产的详细情况如下：

单位：米²

出租方名称	承租方名称	地址	租赁面积
陈军	多喜爱有限	长沙市开福区戩子桥 025 号栋 1702	476.51

陈军	多喜爱股份	长沙市开福区戩子桥 025 号栋 102	728.00
----	-------	----------------------	--------

注：长沙市开福区戩子桥 025 号即营盘路 296 号元盛大厦。

发行人目前向陈军租赁两处房屋的租赁价格分别与相关协议签订时发行人在相近楼层向非关联方租赁办公室，以及陈军向公司出租商铺以前向非关联方出租同一商铺的价格保持一致，价格公允。上述交易的价格真实反映了当时的市场价格，定价公允。

3、租赁房产未能投入发行人的原因

(1) 戩子桥 025 号栋 1702

公司向陈军租赁戩子桥 025 号栋 1702 用途为临时办公。公司已投建的多喜爱产业园预计将于 2015 年底竣工，届时公司主要的办公场所将逐步集中于产业园区，场所充足。因而该处房屋仅起到办公的临时过渡作用，未投入发行人。

(2) 戩子桥 025 号栋 102

公司向陈军临时租赁其位于长沙市开福区戩子桥 025 号栋 102 的房屋作为多喜爱品牌形象展示店之用。该房屋所处位置为长沙市的商业中心区，隔壁有美美百货、喜来登酒店等高端客户聚集的场所，较易吸引该类客户的注意。该店作为公司的高端品牌展示、体验的窗口以提高品牌在高端客户群中的知名度。

公司目前将大部分资源投入多喜爱产业园建设，资金较为紧张，如要将该处房屋投入公司则需要评估作价，而该处商铺地理位置优越评估价格较高，故暂时签订 5 年租赁合同，并未打算长期租用。

(二) 关联方担保情况

由于公司缺乏大型机器设备、房产等作抵押获得长期借款，为筹集营运资金，报告期内公司较多采用通过关联方担保方式从银行获得短期借款。

1、关联方为公司提供担保情况

(1) 关联交易情况

担保人	担保金额 (万元)	银行授信期限	银行	合同执行情况
金科担保	800.00	2010 年 11 月 25 日至	长沙银行股份有限公司德宇支行	合同执行完毕
陈军、黄娅妮	1,600.00	2012 年 11 月 24 日		

担保人	担保金额 (万元)	银行授信期限	银行	合同执行情况
陈军、黄娅妮	2,000.00	2011年10月31日至 2012年10月30日	招商银行股份有限公司长沙分行	合同执行完毕
陈军、黄娅妮	5,000.00	2011年7月15日至 2012年7月14日	中信银行股份有限公司	合同执行完毕
陈军、黄娅妮	3,000.00	2011年9月20日至 2012年9月19日	光大银行股份有限公司长沙分行	合同执行完毕
陈军、黄娅妮	5,000.00	2011年8月22日至 2012年8月22日	民生银行股份有限公司长沙分行	合同执行完毕
陈军、黄娅妮	6,000.00	2012年6月11日至 2013年6月10日	招商银行股份有限公司长沙分行	合同执行完毕
陈军、黄娅妮	2,000.00	2012年11月29日至 2013年11月29日	中国民生银行股份有限公司长沙分行	合同执行完毕
陈军、黄娅妮	5,000.00	2012年7月20日至 2013年7月20日	中信银行股份有限公司	合同执行完毕
陈军、黄娅妮	3,000.00	2012年7月23日至 2013年7月23日	上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行	合同执行完毕
陈军、黄娅妮	8,000.00	2013年6月20日至 2014年6月19日	招商银行股份有限公司长沙分行	合同执行完毕
陈军、黄娅妮	5,000.00	2013年7月26日至 2015年1月26日	中信银行长沙分行	合同执行完毕
陈军、黄娅妮	2,100.00	2013年7月17日至 2014年7月16日	光大银行股份有限公司长沙分行	合同执行完毕
陈军、黄娅妮	5,000.00	2013年8月8日至 2014年8月7日	上海浦东发展银行长沙分行	合同执行完毕
陈军、黄娅妮	2,500.00	2014年5月23日至 2015年5月23日	民生银行股份有限公司长沙分行	合同正在执行
陈军、黄娅妮	8,000.00	2014年6月23日至 2015年6月22日	招商银行股份有限公司长沙分行	合同正在执行
陈军、黄娅妮	14,750.00	2014年7月22日至 2021年7月22日	上海浦东发展银行长沙分行	合同正在执行
陈军、黄娅妮	5,000.00	2014年7月22日至 2016年1月22日	中信银行长沙分行	合同正在执行

2、关联交易公允性分析

在报告期内，公司实际控制人陈军、黄娅妮为公司与金融机构的借款提供担保。根据公司及陈军、黄娅妮的说明，陈军、黄娅妮为公司提供担保未收取公司任何担保费用，不损害公司与股东的利益。

（三）关联方往来款情况

单位：元

项目名称	关联方名称	款项性质	2014年 12月31日	2013年 12月31日	2012年 12月31日
其他应收款	陈军	门店租赁押金	240,000.00	240,000.00	-

应收陈军款项为公司租赁陈军位于长沙市开福区戩子桥025号栋102而产生的门店租赁押金。报告期内，本公司与各关联方之间的往来款皆基于正常业务关系形成，不存在关联方占用公司资金的情形。

（四）公司避免关联交易或保证关联交易价格公允的措施

公司及实际控制人为避免及减少关联交易及保证关联交易价格公允性，采取了下列措施：

1、注销实际控制人控制的其他关联企业

长沙天旭、家饰公司、湖南龙之杰及香港多喜爱已分别于 2011 年 12 月 28 日、2011 年 12 月 26 日、2009 年 11 月 19 日及 2012 年 2 月 17 日注销，杜绝了持续发生交易的可能。

2、公司制定相关制度

2011 年 8 月 25 日，发起人会议通过了《关联交易管理制度》。该制度中对关联交易的基本原则、关联交易及关联方定义、关联交易价格的确定和管理、关联交易的决策程序和关联交易的信息披露作出了明确约定。

3、关联方作出承诺

公司的各关联方均作出承诺，承诺尽力避免与公司发生关联交易，若无可避免的与公司发生交易，将严格遵守公司《关联交易管理制度》的规定。以市场公允的价值交易，不损害发行人的利益。

（五）关联交易履行的法律程序

1、关联交易的内部审议程序

发行人报告期内的关联交易遵循了公开、公平、公正的原则，均履行了相应的决策程序。发行人的独立董事对公司报告期内发生的关联交易发表了独立的意

见，确认公司在报告期内所发生的所有经常性关联交易和偶发性关联交易事项，价格公允，程序合法，对公司及全体股东合理、公平，符合公司实际需要，有利于公司生产经营，没有损害公司及中小股东利益。

2、内部审议程序的完备性

发行人接受陈军、黄娅妮为公司借款提供担保以及向陈军租赁商铺的关联交易在交易之前均经过发行人股东会或股东大会决议通过（关联方回避表决），上述交易均履行了完备的法律程序。

（六）中介机构对关联交易的核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：发行人报告期内关联交易价格公允；发行人制定的关联交易管理制度符合法律法规的规定；报告期内关联交易履行了完备的法律程序；发行人不存在关联交易非关联化情况。

五、报告期内关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

报告期内公司无经常性关联交易发生。

报告期内公司偶发性关联交易系租赁和担保，关联交易金额小，对公司财务状况和经营成果的影响小，且关联交易价格均有可执行的定价依据。公司股东为公司借款提供担保及提供租赁是公司维持正常经营的需要。截至报告期末，公司与关联方之间的往来款项系基于正常生产经营形成，关联方未占用公司资金。因此报告期内发生的偶发性关联交易不会对本公司的财务状况和经营成果形成不利影响。

六、《公司章程》对关联交易决策权力和程序的规定

现行《公司章程》对关联交易决策权力和程序做了制度性的规定。

《公司章程》第三十九条规定，公司的控股股东、实际控制人不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定的，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

《公司章程》第四十四条规定，股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联人提供的担保议案时，该股东或受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表

决，该项表决须经出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。

《公司章程》第八十二条规定，股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

《公司章程》第一百零二条规定，董事不得利用其关联关系损害公司利益。董事违反本规定所得的收入，应当归公司所有；给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

《公司章程》第一百一十六条规定，公司与关联方发生的关联交易，达到下述标准的，应提交董事会审议批准：

- 1、公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易；
- 2、公司与关联法人发生的交易金额在 300 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易。

公司拟与其关联方发生的单项交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额或者连续十二个月内就同一关联方或同一标的的累计交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额超过 3,000 万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易事项，由董事会审议通过后，还应提交股东大会审议。

若中国证监会和证券交易所对前述事项的审批权限另有特别规定，按照中国证监会和证券交易所的规定执行。

《公司章程》第一百一十八条规定，对于公司与关联人发生的关联交易，未达到章程第六十九条所规定的标准的，董事长有权做出审批决定。

《公司章程》第一百二十五条规定，董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该项事项提交股东大会审议。

《公司章程》第一百四十五条规定，公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元人民币或高于公司最近经审计净资产的 5%的关联交易，应当由独立董事认可后，提交董事会讨论。独立董事在作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财

务顾问报告。独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的二分之一以上同意。

根据法律、法规、规章、规范性文件、深圳证券交易所规则及《公司章程》的有关规定，公司制定了《多喜爱家纺股份有限公司关联交易管理制度》。

七、关联交易执行情况

公司报告期内的关联交易没有显失公平的情形。自《公司章程》和《多喜爱家纺股份有限公司关联交易管理制度》对关联交易作出制度性安排后发生的关联交易均履行了规定的程序。

公司独立董事对公司报告期内关联交易情况发表了独立意见，确认公司在报告期内发生的所有关联交易事项，没有违反《公司法》等有关法律、法规以及公司章程的规定，关联交易价格公允，程序合法，对公司及全体股东合理、公平，符合公司实际需要，有利于公司生产经营，没有损害公司及中小股东利益。

八、发行人减少关联交易的措施

公司拥有独立、完整的业务经营体系，生产、营销、技术、财务、行政等系统均独立于股东单位。公司在日常经营活动中尽量减少关联交易，并将关联交易的数量和对经营成果的影响降至最小程度。公司通过制订《公司章程》、《多喜爱家纺股份有限公司关联交易管理制度》等制度，对关联交易的决策权力和程序作出了严格的规定，减少和规范关联交易。

第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

一、本公司的董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

(一) 董事

本公司共有董事 9 名，其中独立董事 3 人。公司董事由股东大会选举产生，任期 3 年，任期届满可连选连任。本届董事会至 2017 年期满。公司的董事基本情况如下：

姓名	性别	在发行人处担任的职务	任职期限
陈军	男	董事长	2014 年 8 月—2017 年 8 月
黄娅妮	女	董事	2014 年 8 月—2017 年 8 月
张文	男	董事、总经理	2014 年 8 月—2017 年 8 月
赵传淼	男	董事、财务总监、副总经理	2014 年 8 月—2017 年 8 月
罗罡	男	董事	2014 年 8 月—2017 年 8 月
陈铁儒	男	董事	2014 年 8 月—2017 年 8 月
徐瑛	女	独立董事	2014 年 8 月—2017 年 8 月
肖星	女	独立董事	2014 年 8 月—2017 年 8 月
袁雄	男	独立董事	2014 年 8 月—2017 年 8 月

公司董事简历如下：

1、陈军

请参见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发起人介绍”。

2、黄娅妮

请参见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发起人介绍”。

3、张文

张文先生：中国国籍，无境外居留权，1972 年 7 月出生。天津大学 EMBA，1997 年至今历任深圳道斯国际贸易有限公司销售部经理，家饰公司销售部总监，协力医疗器械有限公司销售部经理，多喜爱有限副总经理、常务副总经理。现任公司董事、总经理。

4、赵传淼

赵传淼先生：中国国籍，无境外居留权，1974年4月出生。会计师，会计硕士。2001年至今历任家饰公司财务部经理，佳兆业集团控股有限公司财务部经理。现任公司董事、财务总监、副总经理。

5、罗罡

罗罡先生：中国国籍，无境外居留权，1973年9月出生。大学本科学历。2001年至今历任达晨创投投资经理，深圳市达晨财智创业投资管理有限公司投资副总监。现任公司董事、达晨创投投资总监、深圳市乐普泰科技股份有限公司董事、广东正业科技股份有限公司董事、广州航新航空科技股份有限公司董事。

6、陈铁儒

陈铁儒先生：中国国籍，无境外居留权，1961年2月出生。硕士学历。1980年至今历任湖南省物资厅会计，湖南省金属材料总公司财务科长、总经理助理，海口湘琼物资有限公司经理，海南鑫城房地产开发公司总经理，湖南省物贸中心副总经理，南方建材股份有限公司董事，湖南高科技创业投资有限公司总经理，湖南湘云生物科技有限公司董事长，湖南金果实业股份有限公司董事长，金科担保董事长，湖南金润通实业投资有限公司董事长。现任公司董事、金科担保董事长、湖南金润通实业投资有限公司董事长、京投银泰（湖南）置业有限公司董事长、湖南湘诚壹佰置业有限公司董事长。

7、徐瑛

徐瑛女士：中国国籍，无境外居留权，1970年3月出生。1990年至今历任国营曙光电子管厂财务科科长，益利（香港）电子实业公司财务总监，湖南省长沙市天赋税务师事务所总税务师，湖南省长沙市金赋税务师事务所合伙人、所长，湖南省注册税务师协会常务理事。现任公司独立董事、湖南省长沙市金赋税务师事务所所长。

8、肖星

肖星女士：中国国籍，无境外居留权，1971年3月出生。1997年至今历任清华大学经济管理学院助教、讲师、副教授。现任公司独立董事、清华大学经济管理学院副教授、会计系副主任、清华大学公司治理研究中心高级研究员、中国

会计学会财务成本分会理事、歌尔声学股份有限公司独立董事、安徽六国化工股份有限公司独立董事、荣信电力电子股份有限公司独立董事、新疆雪峰科技（集团）股份有限公司独立董事。

9、袁雄

袁雄先生：中国国籍，无境外居留权，1965年4月出生。高级会计师、中国注册会计师（证券、期货特许资格）、中国注册资产评估师、中国注册税务师。曾任华寅会计师事务所湖南分所总审计师、华寅五洲会计师事务所（特殊普通合伙）合伙人、湖南分所副所长。现任中审华寅五洲会计师事务所（特殊普通合伙）合伙人、湖南分所副所长。

（二）监事

本公司共有3名监事，其中股东代表监事2名，职工代表监事1名。股东代表出任的监事由股东大会选举产生，职工代表出任的监事由公司职工通过职工代表大会民主选举产生。监事任期3年，任期届满可连选连任。本届监事会至2017年期满。公司监事的基本情况如下：

姓名	性别	在发行人处担任的职务	任职期限
陈周盛	男	监事会主席、设计总监	2014年8月—2017年8月
黎毅	男	监事	2014年8月—2017年8月
吴莹	女	职工代表监事、产品规划部副总监	2014年8月—2017年8月

公司监事简历如下：

1、陈周盛

陈周盛先生：中国国籍，无境外居留权，1973年3月出生。大学本科学历。1997年至今历任深圳富安娜家饰用品有限公司开发部设计师，雅芳婷布艺实业（深圳）有限公司工艺部设计师，家饰公司开发总监及设计总监。现任公司监事会主席、设计总监。

2、黎毅

黎毅先生：中国国籍，无境外居留权，1974年4月出生。1996年至今历任东洲油脂（广州）工业有限公司市场部主管，深圳大惠皮具制造有限公司业务部经理，湖南省醴陵市吉利鞭炮烟花有限公司总经理。现任公司监事、湖南省醴陵市吉利鞭炮烟花有限公司总经理、湖南省融嘉创业投资管理有限责任公司执行董

事、总经理。

3、吴莹

吴莹女士：中国国籍，无境外居留权，1979年2月出生，大专学历。2003年至今历任公司客服主管、市场部副经理、销售十一部副经理、销售十一部经理、加盟产品部经理、销售管理本部产品部经理。现任公司职工代表监事、产品规划部副总监。

(三) 高级管理人员名单及简历

本公司的高级管理人员基本情况如下：

序号	姓名	在发行人处担任的职务	任期
1	张文	董事、总经理	2014年8月—2017年8月
2	张海鹰	副总经理	2014年8月—2017年8月
3	赵传淼	董事、财务总监	2014年8月—2017年8月
		副总经理	2014年8月—2017年8月
4	赵金	董事会秘书	2014年8月—2017年8月
		副总经理	2014年8月—2017年8月
5	文新	副总经理	2014年8月—2017年8月

各高管人员简历如下：

1、张文

张文先生：简历请参见本招股说明书本节之“（一）董事”之“3、张文”。

2、张海鹰

张海鹰先生：中国国籍，无境外居留权，1972年5月出生。大专学历。1996年至今历任湖南梦洁家纺用品有限公司企划经理，家饰公司副总经理，现任公司副总经理。

3、赵传淼

赵传淼先生：简历请参见本招股说明书本节之“（一）董事”之“4、赵传淼”。

4、赵金

赵金先生：中国国籍，无境外居留权，1985年6月出生。本科学历。2007年至今历任长沙市国有企业改革与发展委领导小组办公室综合部办事员，第一创

业证券有限责任公司投资银行总部分析员，多喜爱股份证券事务代表，现任公司董事会秘书、副总经理。

5、文新

文新先生：中国国籍，无境外居留权，1971年9月出生。大学本科学历。1994年至今历任可口可乐（海南）饮料有限公司销售代表，上海通用电气公司销售经理，阿迪达斯中国有限公司高级拓展经理，公司营销总监。现任公司副总经理。

（四）核心技术人员名单及简历

本公司的核心技术人员基本情况如下：

序号	姓名	在发行人处担任的职务
1	刘娟	营销管理本部销售副总监
2	陈周盛	监事会主席、设计总监

公司核心技术人员简历如下：

1、刘娟

刘娟女士：中国国籍，无境外居留权，1975年12月出生。大专学历。1994年至今历任湖南华天大酒店财务人员，多喜爱股份销售经理。现任公司营销管理本部销售副总监。

2、陈周盛

陈周盛先生：简历请参见本招股说明书本节之“（二）监事”之“1、陈周盛”。

（五）董事、监事的提名和选聘情况

公司的独立董事由董事会提名，其他董事、监事（不包括职工监事）由陈军、黄娅妮、达晨财信等股东共同提名，经过股东大会投票选举产生，任期三年；职工代表监事由公司职工代表大会选举产生，任期三年。

二、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属持股情况

序号	姓名	本公司任职情况	持有方式 (直接/间接)	持股数 (万股)	持股比例 (%)
----	----	---------	-----------------	-------------	-------------

1	陈军	董事长	直接持有	3,421.30	38.01
2	黄娅妮	董事、总经办主任	直接持有	2,680.50	29.78
3	张海鹰	副总经理	直接持有	148.64	1.65
4	陈周盛	监事会主席、设计总监	直接持有	121.83	1.35
5	黎毅	监事	直接持有	90.97	1.01
6	张文	董事、总经理	直接持有	73.10	0.81
7	赵传森	董事、财务总监、副总经理	直接持有	24.37	0.27
8	文新	副总经理	直接持有	19.49	0.22
9	吴莹	职工代表监事、产品规划部副总监	直接持有	12.19	0.14
10	刘娟	营销管理本部销售副总监	直接持有	12.19	0.14
合计				6,604.58	73.38

除上述人员以外，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其亲属不存在直接或间接持有本公司股份的情况。有关上述人员所持公司股份在报告期内变动的具体情况请参见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“三、发行人股本结构的形成及变化和重大资产重组情况”中的说明。

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员所持公司的股权不存在被质押或冻结的情况。

三、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的对外投资情况

截至本招股说明书签署日，除投资本公司外，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员其他对外投资的具体情况如下：

序号	姓名	对外投资企业名称	与公司关系	持股比例
1	黎毅	湖南省醴陵市吉利鞭炮烟花有限公司	无	30.00%
		湖南省融嘉创业投资管理有限责任公司	无	32.00%
2	罗罡	湖南省融嘉创业投资管理有限责任公司	无	20.00%

除上述情况外，本公司其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不存在其他重大对外投资。

四、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的薪酬情况

序号	姓名	职务	是否在发行人领薪	2014年薪酬合计 (万元)
----	----	----	----------	-------------------

1	陈军	董事长	是	60.54
2	黄娅妮	董事、总经办主任	是	34.54
3	张文	董事、总经理	是	51.07
4	赵传淼	董事、财务总监、副总经理	是	52.24
5	罗罡	董事	否	-
6	陈铁儒	董事	否	-
7	徐瑛	独立董事	是	5.00
8	肖星	独立董事	是	5.00
9	袁雄	独立董事	是	2.50
10	陈周盛	监事会主席、设计总监	是	36.04
11	黎毅	监事	否	-
12	吴莹	职工代表监事、产品规划部副总监	是	25.42
13	张海鹰	副总经理	是	42.74
14	赵金	董事会秘书、副总经理	是	11.79
15	文新	副总经理	是	49.04
16	万晓辉	曾任副总经理	是	49.05
17	刘娟	营销管理本部销售副总监	是	32.93

五、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员兼职情况

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员兼职情况如下表：

名称	发行人职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与公司的关联关系
罗罡	董事	达晨创投	投资总监	公司法人股东
		深圳市乐普泰科技股份有限公司	董事	无
		广东正业科技股份有限公司	董事	
		广州航新航空科技股份有限公司	董事	
陈铁儒	董事	金科担保	董事长	公司法人股东
		湖南金润通实业投资有限公司	董事长	无
		京投银泰（湖南）置业有限公司	董事长	
		湖南湘诚壹佰置业有限公司	董事长	
徐瑛	独立董事	湖南省长沙市金赋税务师事务所	所长	无
肖星	独立董事	清华大学经济管理学院	副教授、会计系副主任	无
		清华大学公司治理研究中心	高级研究员	
		中国会计学会财务成本分会	理事	
		歌尔声学股份有限公司	独立董事	
		安徽六国化工股份有限公司	独立董事	
		荣信电力电子股份有限公司	独立董事	
		新疆雪峰科技（集团）股份有限	独立董事	

		公司		
袁雄	独立董事	中审华寅五洲会计师事务所（特殊普通合伙）	合伙人、湖南分所副所长	无
黎毅	监事	湖南省醴陵市吉利鞭炮烟花有限公司	总经理	无
		湖南省融嘉创业投资管理有限责任公司	执行董事、总经理	

除上述情况外，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均无在对公司有重大影响的其他公司兼职的情况。

六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间的亲属关系

除公司董事长陈军和董事黄娅妮为夫妇关系外，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员相互之间均不存在配偶关系、三代以内直系或旁系亲属关系。

七、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员与公司签订的有关协议、所做承诺及其履行情况

（一）与公司签订的协议或合同

公司与在公司任职的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员签订了《劳动合同》，对双方的权利义务进行了约定。

截至本招股说明书签署日，上述合同履行正常，不存在违约情况。

（二）重要承诺

董事、监事、高级管理人员与核心技术人员作出的重要承诺主要为股份锁定和避免同业竞争的承诺。具体情况请参见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“十一、本公司主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及履行情况”。

八、董事、监事、高级管理人员的任职资格

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员的任职资格均符合相关法律法规、规范性文件及《公司章程》的规定。

九、董事、监事、高级管理人员报告期内变动情况

（一）董事变化情况

报告期初，发行人董事为：陈军、黄娅妮、张文、赵传淼、罗罡、陈铁儒、徐瑛、肖星和杨世滨。其中，徐瑛、肖星和杨世滨为独立董事。

2014年8月28日，发行人召开2014年第三次临时股东大会，选举陈军、黄娅妮、张文、赵传淼、陈铁儒、罗罡、肖星、徐瑛和袁雄共9人为发行人第二届董事会董事。其中，肖星、徐瑛和袁雄为独立董事。

（二）监事变化情况

1、报告期初，发行人监事为：陈周盛、黎毅和谭美芳。其中，陈周盛、黎毅二人为非职工代表监事，谭美芳为职工代表监事。

2、2013年4月，发行人召开多喜爱股份第一届职工代表大会2013年第二次会议并做出决议，同意谭美芳辞去职工代表监事职务并选举吴莹为职工代表监事。

3、2014年8月28日，发行人召开2014年第三次临时股东大会，选举陈周盛、黎毅为第二届监事会非职工代表监事，2014年8月5日，发行人召开职工代表大会投票选举吴莹为第二届监事会职工监事。2014年8月28日，发行人召开第二届监事会第一次会议，会议选举陈周盛为第二届监事会主席。

（三）高级管理人员变化情况

1、报告期初，发行人高管：张文为总经理、张海鹰为副总经理、赵传淼为财务总监、吴改为董事会秘书。

2、2012年1月8日，发行人召开多喜爱股份第一届董事会第六次会议，同意吴改辞去公司董事会秘书职务，同意选举赵金为公司董事会秘书。

3、2013年12月9日，发行人召开多喜爱股份第一届董事会第十七次会议，选举赵传淼、文新、万晓辉及赵金为公司副总经理。

4、2014年8月28日，发行人召开第二届董事会第一次会议，选举陈军为公司董事长、张文为总经理，张海鹰、文新、万晓辉为公司副总经理，赵传淼为公司副总经理兼财务负责人，赵金为公司副总经理兼董事会秘书。

5、2015年3月，公司高级管理人员万晓辉因个人原因辞去副总经理职务。

报告期内，发行人核心管理层保持稳定，公司法人治理结构完善，公司控股股东、实际控制人没有发生变更，公司发展战略、经营、财务决策没有发生变化。公司上述董事、监事和高级管理人员的变动符合《公司章程》的规定，履行了必要的法律程序。

第九节 公司治理结构

一、公司治理的建立健全及运行情况

(一) 公司治理的建立健全及运行情况简介

公司于 2011 年 8 月 23 日召开发起人会议及第一届董事会第一次会议，选举了公司董事会、监事会及高管成员，建立了公司治理结构。表决通过了《湖南多喜爱家纺股份有限公司章程》、《湖南多喜爱家纺股份有限公司股东大会议事规则》、《湖南多喜爱家纺股份有限公司董事会议事规则》，《湖南多喜爱家纺股份有限公司监事会议事规则》、《湖南多喜爱家纺股份有限公司总经理工作细则》等规章制度，明确了股东大会、董事会、监事会及总经理的权责范围和工作程序。

公司《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《董事会秘书工作制度》等相关制度的建立及其议事规则、工作制度的内容符合《上市公司章程指引（2006 年修订）》、《上市公司治理准则》、《深圳证券交易所中小板上市公司规范运作指引》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》等有关上市公司治理的规范性文件要求，不存在差异。

在此基础上，公司董事会内部设置了战略、审计、提名和薪酬与考核委员会等 4 个专门委员会，并制订了相应的工作细则，明确了各个专门委员会的权责、决策程序和议事规则。

本公司自成立以来，股东大会、董事会、监事会依法独立运作、履行各自的权利、义务，没有违法、违规情况的发生。

(二) 公司针对其股权结构、行业等特点建立的保证其内控制度完整合理有效、公司治理完善的具体措施

公司在多年的生产、经营和管理过程中，结合自身股权结构和行业等特点，逐步建立并完善了一系列制度以保证内控制度完整合理有效并完善公司治理。公司建立并严格执行的制度符合《公司法》、《证券法》等相关法律法规。主要制度有《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》、《公司内部审计制度》、《成本核算管理制度》、《销售合同管理制度》、《银行账户管理制度》、《加盟商管理制度》、《直营店铺销售管理制度》等。

二、股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书依法运作情况

（一）股东及股东大会

1、股东及股东大会

本公司股东为依法持有公司股份者，按照《公司章程》的规定，股东按其所持有股份的种类享有权利、承担义务；持有同一种类股份的股东，享有同等权利、承担同等义务。

《公司章程》规定股东大会是公司的权力机构，股东（包括股东代理人）以其所代表的有表决权的股份数额在股东大会行使表决权，每一股份享有一票表决权，但是，公司持有的本公司股份没有表决权，且该部分股权不计入出席股东大会的有表决权的股份总数。除累积投票制外，股东大会将对所有事项进行逐项表决，对同一事项有不同提案的，将按提案提出的时间顺序进行表决。除因不可抗力等特殊原因导致股东大会中止或不能作出决议外，股东大会不得对提案进行搁置或不予表决。

公司股东大会对公司《公司章程》修订、董事、监事任免、增资扩股、重大投资、公司重要规章制度的建立等事项作出了相关决议，切实发挥了股东大会的作用。

2、公司股东大会制度

（1）公司股东大会制度的建立情况

公司前身的权力机关为股东会（有限公司时期），自 2011 年 8 月 23 日召开发起人会议并通过公司章程起即建立了股东大会制度，并于同次会议表决通过了《湖南多喜爱家纺股份有限公司股东大会议事规则》（以下简称“《股东大会议事规则》”）。

（2）《股东大会议事规则》的主要内容

①股东大会的召开

股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开一次，

应当于上一会计年度结束后的六个月内举行。临时股东大会不定期召开，出现《公司法》和《公司章程》规定的应当召开临时股东大会的情形时，临时股东大会应当在两个月内召开。在上述期限内不能召开股东大会的，应当报告公司所在地中国证监会派出机构和证券交易所，说明原因并公告。

②股东大会的提案和通知

公司召开股东大会，董事会、监事会以及单独或者合并持有公司3%以上股份的股东，有权向公司提出提案。单独或者合计持有公司3%以上股份的股东，可以在股东大会召开十日前提出临时提案并书面提交召集人。召集人应当在收到提案后二日内发出股东大会补充通知，公告临时提案的内容。在股东大会决议公告前，召集股东持股比例不得低于10%。

召集人应当在年度股东大会召开二十日前通知各股东，临时股东大会应当于会议召开十五日前通知各股东。

股东大会的通知包括以下内容：（一）会议的时间、地点和会议期限；（二）提交会议审议的事项和提案；（三）以明显的文字说明，全体股东均有权出席股东大会，并可以书面委托代理人出席会议和参加表决，该股东代理人不必是公司的股东；（四）有权出席股东大会股东的股权登记日；（五）会务常设联系人姓名，电话号码。

③股东大会表决和决议

股东大会决议分为普通决议和特别决议。股东大会作出普通决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上通过。股东大会作出特别决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过。

下列事项由股东大会以普通决议通过：（一）董事会和监事会的工作报告；（二）董事会拟定的利润分配方案和弥补亏损方案；（三）董事会和监事会成员的任免及其报酬和支付方法；（四）公司年度预算、决算方案；（五）公司年度报告；（六）股权激励计划；（七）除法律、行政法规或《公司章程》规定应当以特别决议通过以外的其他事项。

下列事项由股东大会以特别决议通过：（一）公司增加或者减少注册资本；

(二) 公司合并、分立、变更公司形式、解散和清算；(三) 修改《公司章程》；(四) 公司在一年内购买、出售重大资产或者担保超过公司最近一期经审计总资产 50% 的事项；(五) 法律、行政法规或者《公司章程》规定的，以及股东大会以普通决议认定会对公司产生重大影响的、需要以特别决议通过的其他事项。

股东大会对关联交易事项作出的决议必须经出席股东大会的非关联股东所持表决权的二分之一以上通过方为有效。但是，该关联交易事项涉及《股东大会议事规则》第四十二条规定的相关事项时，股东大会决议必须经出席股东大会的非关联股东所持表决权的三分之二以上通过方为有效。有关关联交易事项的表决投票，应当由两名以上非关联股东代表和一名监事参加清点，并由清点人代表当场公布表决结果。股东大会决议中应当充分披露非关联股东的表决情况。

股东大会在审议重大关联交易等根据相关法律、行政法规、证券交易所股票上市规则及《公司章程》规定需要由独立董事发表意见的事项时，应当由独立董事就该等事项发表独立意见。独立董事的意见应在股东大会召开前按规定予以公告。

此外，股东大会在审议重大关联交易事项时，董事会应对该等关联交易是否对公司有利发表书面意见。董事、监事候选人名单以提案的方式提请股东大会表决。

3、报告期内股东会及股东大会的实际运作情况

(1) 报告期内股东会及股东大会的召开次数

项目	2014 年	2013 年	2012 年
股东大会召开次数	5	3	9

(2) 报告期内股东会及股东大会的会议出席情况

单位：人

项目	召开时间	应出席	实际出席
2011 年年度股东大会	2012 年 5 月 15 日	37	37
2012 年第一次临时股东大会	2012 年 3 月 1 日	37	37
2012 年第二次临时股东大会	2012 年 3 月 12 日	37	37
2012 年第三次临时股东大会	2012 年 5 月 21 日	37	37
2012 年第四次临时股东大会	2012 年 5 月 28 日	37	37
2012 年第五次临时股东大会	2012 年 6 月 25 日	37	37
2012 年第六次临时股东大会	2012 年 7 月 13 日	37	37

2012年第七次临时股东大会	2012年9月17日	37	37
2012年第八次临时股东大会	2012年12月26日	37	37
2013年第一次临时股东大会	2013年4月15日	37	37
2012年年度股东大会	2013年5月28日	37	37
2013年第二次临时股东大会	2013年7月23日	37	37
2014年第一次临时股东大会	2014年3月20日	37	37
2014年第二次临时股东大会	2014年4月28日	37	37
2013年年度股东大会	2014年5月30日	37	37
2014年第三次临时股东大会	2014年8月28日	37	37
2014年第四次临时股东大会	2014年10月28日	37	37

公司报告期内历次召开的股东大会的召开、召开次数、决议及其签署情况符合相关制度要求，不存在公司管理层、董事会等违反《公司法》、公司章程及相关制度等要求行使职权的行为。

（二）董事会

1、董事会及专门委员会

（1）董事会

为健全和规范本公司董事会议事和决策程序，保证公司经营，管理工作的顺利进行，本公司制订了《多喜爱家纺股份有限公司董事会议事规则》，发行人董事严格按照《公司章程》和《多喜爱家纺股份有限公司董事会议事规则》的规定行使董事的权利，履行董事的职责。根据《公司章程》规定，本公司设董事会。公司设董事会秘书1名，董事会秘书为公司的高级管理人员，由董事会聘任或解聘。根据需要，董事会设立战略、审计、提名和薪酬与考核委员会，各专业委员会可不定期召开会议。

公司董事会除审议日常事项外，在高管人员任免、重大投资、一般性规章制度的制订等方面切实发挥了作用。

（2）董事会专门委员会

2011年8月23日，公司第一届董事会第一次会议通过了《关于在公司董事会设立战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会等机构及其选举以上各委员会委员的议案》，通过了各专门委员会的组成成员。

2014年8月28日，公司第二届董事会第一次会议通过了《关于选举公司第二届董事会各专门委员会的议案》，通过了各专门委员会的组成成员。

具体组成情况如下表：

序号	名称	组成董事	召集人
1	战略委员会	陈军、张文、肖星、袁雄、徐瑛	陈军
2	审计委员会	肖星、徐瑛、赵传淼	肖星
3	提名委员会	袁雄、肖星、陈军	袁雄
4	薪酬与考核委员会	徐瑛、袁雄、张文	徐瑛

自董事会设立有关专门委员会以来，各专门委员会根据公司章程、董事会议事规则、各专门委员会工作制度的规定，分别召开了有关会议，对公司日常经营过程中出现的有关问题进行了调查、分析和讨论，并对公司相关经营管理的制度建设、措施落实等方面提出指导性意见。通过实际运行，各专门委员会的实际工作对公司进一步提高经营管理水平发挥了重要作用。

2、公司董事会制度

(1) 公司董事会制度的建立情况

公司报告期内一直设有董事会。2011年8月23日，公司召开发起人会议表决通过了《湖南多喜爱家纺股份有限公司董事会议事规则》（以下简称“《董事会议事规则》”）。

(2) 《董事会议事规则》的主要内容

① 董事会的召开

董事会每年应当至少在上下两个半年度各召开一次例会。

在发出召开董事会例会的通知前，董事会办公室应当充分征求各董事的意见，初步形成会议提案后交董事长拟定。

召开董事会例会和临时会议，董事会办公室应当分别提前十日将盖有董事会办公室印章的书面会议通知，通过直接送达、传真、电子邮件或者其他方式，提交全体董事和监事以及总经理、董事会秘书等其他高级管理人员。非直接送达的，还应当通过电话进行确认并做相应记录。

情况紧急，需要尽快召开董事会临时会议的，可以随时通过电话或者其他口头方式发出会议通知，但召集人应当在会议上作出说明。

② 董事会的提案和通知

召开董事会例会和临时会议，董事会办公室应当分别提前十日将盖有董事会办公室印章的书面会议通知，通过直接送达、传真、电子邮件或者其他方式，提交全体董事和监事以及总经理、董事会秘书等其他高级管理人员。非直接送达的，还应当通过电话进行确认并做相应记录。

情况紧急，需要尽快召开董事会临时会议的，可以随时通过电话或者其他口头方式发出会议通知，但召集人应当在会议上作出说明。

③董事会的召集

董事会会议分为董事会例会和临时董事会会议。董事会会议由董事长召集和主持。董事长不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上董事共同推举一名董事履行职务。董事会下设董事会办公室，处理董事会日常事务。董事会秘书兼任董事会办公室负责人，保管董事会和董事会办公室印章。董事会每年应当至少在上下两个半年度各召开一次例会。在发出召开董事会例会的通知前，董事会办公室应当充分征求各董事的意见，初步形成会议提案后交董事长拟定。董事长在拟定提案前，应当视需要征求总经理和其他高级管理人员的意见。有下列情形之一的，董事长应在十个日内召集临时董事会会议：（一）董事长认为必要时；（二）三分之一以上董事联名提议时；（三）监事会提议时；（四）总经理提议时；（五）二分之一以上独立董事提议时；（六）代表十分之一以上表决权的股东提议时；（七）本公司《公司章程》规定的其他情形。

3、报告期内董事会的实际运作情况

（1）报告期内董事会的召开次数

项目	2014年	2013年	2012年
董事会召开次数	6	5	7
其中：独立董事参加次数	6	5	7
独立董事否决（或提出异议）次数	-	-	-
各专门委员会召开次数	6	6	6

（2）报告期内董事会的会议出席情况

单位：人

项目	召开时间	应出席	实际出席
第一届董事会第六次会议	2012年1月8日	9	9
第一届董事会第七次会议	2012年2月23日	9	9

项目	召开时间	应出席	实际出席
第一届董事会第八次会议	2012年4月23日	9	9
第一届董事会第九次会议	2012年5月4日	9	9
第一届董事会第十次会议	2012年5月10日	9	9
第一届董事会第十一次会议	2012年8月29日	9	9
第一届董事会第十二次会议	2012年12月5日	9	9
第一届董事会第十三次会议	2013年3月29日	9	9
第一届董事会第十四次会议	2013年5月6日	9	9
第一届董事会第十五次会议	2013年7月5日	9	9
第一届董事会第十六次会议	2013年8月2日	9	9
第一届董事会第十七次会议	2013年12月9日	9	9
第一届董事会第十八次会议	2014年3月3日	9	9
第一届董事会第十九次会议	2014年4月11日	9	9
第一届董事会第二十次会议	2014年5月5日	9	9
第一届董事会第二十一次会议	2014年8月8日	9	9
第一届董事会第二十二次会议	2014年8月28日	9	9
第二届董事会第一次会议	2014年10月8日	9	9
各专门委员会出席会议情况			
第一届董事会战略委员会 2012年第一次会议	2012年2月18日	5	5
第一届董事会战略委员会 2012年第二次会议	2012年4月19日	5	5
第一届董事会战略委员会 2013年第一次会议	2013年3月25日	5	5
第一届董事会战略委员会 2013年第二次会议	2013年7月2日	5	5
第一届董事会战略委员会 2014年第一次会议	2014年9月29日	5	5
第一届董事会提名委员会 2012年第一次会议	2012年1月4日	3	3
第一届董事会提名委员会 2013年第一次会议	2013年12月2日	3	3
第一届董事会提名委员会 2014年第一次会议	2014年7月30日	3	3
第一届董事会审计委员会 2012年第一次会议	2012年4月19日	3	3
第一届董事会审计委员会 2012年第二次会议	2012年12月28日	3	3
第一届董事会审计委员会 2013年第一次会议	2013年4月26日	3	3
第一届董事会审计委员会 2013年第二次会议	2013年12月24日	3	3
第一届董事会审计委员会 2014年第一次会议	2014年2月26日	3	3
第一届董事会审计委员会 2014年第二次会议	2014年4月21日	3	3
第二届董事会审计委员会 2014年第一次会议	2014年9月26日	3	3
第二届董事会审计委员会 2014年第二次会议	2014年12月29日	3	3
第一届董事会薪酬与考核委员会 2012年第一次会议	2012年2月28日	3	3
第一届董事会薪酬与考核委员会 2013年第一次会议	2013年1月10日	3	3
第一届董事会薪酬与考核委员会 2014年第一次会议	2014年1月6日	3	3

公司报告期内历次召开的董事会的召开、召开次数、决议及其签署情况符合相关制度要求，不存在公司管理层、董事会等违反《公司法》、公司章程及相关

制度等要求行使职权的行为。

（三）监事会

1、监事会

公司设监事会，监事会是公司的常设监督机构，负责对董事会及其成员以及总经理、副总经理、财务总监等高级管理人员进行监督，防止其滥用职权和损害股东、公司及公司员工的合法权益。根据《公司章程》规定，公司依法设立监事会，监事会设主席 1 人。公司不存在聘请或选举外部监事的情形。公司监事会除审议日常事项外，在检查公司的财务、对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督等方面发挥了重要作用。

2、公司监事会制度

（1）公司监事会制度的建立情况

公司报告期内一直设有监事会。2011 年 8 月 23 日至今，监事会成员为 3 名，其中职工监事 1 名。2011 年 8 月 23 日，公司发起人会议表决通过了《湖南多喜爱家纺股份有限公司监事会议事规则》（以下简称“《监事会议事规则》”）。

（2）《监事会议事规则》的主要内容

①监事会的召开

监事会会议分为定期会议和临时会议。监事会定期会议应当每六个月召开一次。

②监事会的提案和通知

在发出召开监事会定期会议的通知之前，监事会办公室应当向全体监事征集会议提案，并至少用两天的时间向公司员工征求意见。在征集提案和征求意见时，监事会办公室应当说明监事会重在对公司规范运作和董事、高级管理人员职务行为的监督而非公司经营管理的决策。

监事提议召开监事会临时会议的，应当通过监事会办公室或者直接向监事会主席提交经提议监事签字的书面提议。书面提议中应当载明下列事项：（一）提议监事的姓名；（二）提议理由或者提议所基于的客观事由；（三）提议会议召开的时间或者时限、地点和方式；（四）明确和具体的提案；（五）提议监事的

联系方式和提议日期等。

在监事会办公室或者监事会主席收到监事的书面提议后三日内，监事会办公室应当发出召开监事会临时会议的通知。

召开监事会定期会议和临时会议，监事会办公室应当分别提前十日和三日内将盖有监事会印章的书面会议通知，通过直接送达、传真、电子邮件或者其他方式，提交全体监事。非直接送达的，还应当通过电话进行确认并做相应记录。

情况紧急，需要尽快召开监事会临时会议的，可以随时通过口头或者电话等方式发出会议通知，但召集人应当在会议上作出说明。

③监事会表决和决议

监事会会议的表决实行一人一票，以记名和书面或者举手表决等方式进行。

监事的表决意向分为同意、反对和弃权。与会监事应当从上述意向中选择其一，未做选择或者同时选择两个以上意向的，会议主持人应当要求该监事重新选择，拒不选择的，视为弃权；中途离开会场不回而未做选择的，视为弃权。

监事会形成决议应当全体监事过半数同意。

3、报告期内监事会的实际运作情况

(1) 报告期内监事会的召开次数

项目	2014年	2013年	2012年
召开次数	4	2	5

(2) 报告期内监事会的会议出席情况

单位：人

项目	召开时间	应出席	实际出席
第一届监事会第四次会议	2012年3月5日	3	3
第一届监事会第五次会议	2012年5月18日	3	3
第一届监事会第六次会议	2012年6月19日	3	3
第一届监事会第七次会议	2012年7月9日	3	3
第一届监事会第八次会议	2012年9月12日	3	3
第一届监事会第九次会议	2013年4月11日	3	3
第一届监事会第十次会议	2013年5月23日	3	3
第一届监事会第十一次会议	2014年2月27日	3	3
第一届监事会第十二次会议	2014年4月29日	3	3

项目	召开时间	应出席	实际出席
第二届监事会第一次会议	2014年8月28日	3	3
第二届监事会第二次会议	2014年10月8日	3	3

公司报告期内历次召开的监事会的召开、召开次数、决议及其签署情况符合相关制度要求，不存在公司管理层、董事会等违反《公司法》、公司章程及相关制度等要求行使职权的行为。

（四）独立董事

1、独立董事

公司建立的独立董事制度，对进一步完善公司治理结构，促进公司规范运作发挥了积极作用。公司全体股东和董事会认为，独立董事对公司重大事项和关联交易事项的决策，对公司法人治理结构的完善起到了积极的作用，独立董事所具备的丰富的专业知识和勤勉尽责的职业道德在董事会制定公司发展战略、发展计划和生产经营决策，以及确定募集资金投资项目等方面发挥了良好的作用，有力地保障了公司经营决策的科学性。随着公司法人治理结构的不断完善和优化，尤其是股票发行以后，独立董事将能更好地发挥作用，本公司也将尽力为其发挥作用提供良好的机制环境和工作条件。

2、公司独立董事制度

（1）公司独立董事制度的建立情况

2011年8月23日，公司发起人会议通过了《湖南多喜爱家纺股份有限公司独立董事工作制度》（以下简称“《独立董事工作制度》”）。

（2）《独立董事工作制度》的主要内容

公司独立董事是指不在公司担任除董事外的其他职务，并与公司及主要股东不存在可能妨碍其进行独立客观判断的关系的董事。

独立董事应当按时出席董事会会议，除参加董事会会议外，每年应保证不少于十天的时间，对公司生产经营状况、管理和内部控制等制度的建设及执行情况、董事会决议执行情况等进行现场调查。

独立董事除具有《公司法》、公司章程和其他相关法律、法规赋予董事的职权外，公司独立董事还享有以下特别职权：（一）公司拟与关联人达成的总额高

于 300 万元人民币或高于公司最近经审计净资产的 5% 的关联交易，应当由独立董事认可后，提交董事会讨论。独立董事在作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告；（二）向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；（三）向董事会提请召开临时股东大会；（四）提议召开董事会；（五）独立聘请外部审计机构和咨询机构；（六）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的二分之一以上同意。

3、独立董事出席相关会议及履行职责的情况

公司自股东大会选举出独立董事以来，独立董事均能本着勤勉尽职的态度按期出席相关会议，有特殊情况不能出席的，均委托了其余独立董事出席。在会议期间能够充分发表意见，并能从各自专业角度对公司提出合理化建议，履行职责的情况良好，具体出席情况请参见本招股说明书“第九节公司治理结构”之“二、股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书依法运作情况”之“（二）董事会”之“3、报告期内董事会的实际运作情况”。独立董事还就公司相关关联交易等事项发表了独立意见。

独立董事自上任以来，对有关决策事项未曾提出过异议。

（五）董事会秘书

1、董事会秘书

公司董事会秘书承担法律、行政法规以及公司章程对公司高级管理人员所要求的义务，也享有相应的工作职权，对提升公司治理和促进公司运作规范有着重要作用。公司已设立董事会秘书，负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及公司股东资料的管理，办理信息披露事务等事宜。

2、公司董事会秘书制度

（1）公司董事会秘书制度的建立情况

2011 年 8 月 23 日，公司第一届董事会第一次会议通过了《湖南多喜爱家纺股份有限公司董事会秘书工作制度》（以下简称“《董事会秘书制度》”）。

（2）《董事会秘书制度》的主要内容

董事会秘书是公司 与 证券交易所之间的指定联络人，对公司及董事会负责。

董事会秘书原则上由专职人员担任。如果公司董事兼任，必须保证能有足够的精力和时间承担董事会秘书的职责。公司监事、公司聘请的会计师事务所的注册会计师和律师事务所的律师不得兼任公司董事会秘书。董事会秘书应当具备履行职责所必需的财务、管理、法律专业知识，具有良好的职业道德和个人品德，并取得深圳证券交易所颁发的董事会秘书资格证书。董事会秘书对公司和董事会负责，主要履行如下职责：（一）负责公司信息披露事务，协调公司信息披露工作，组织制订公司信息披露事务管理制度，督促公司及相关信息披露义务人遵守信息披露相关规定；（二）负责公司投资者关系管理和股东资料管理工作，协调公司与证券监管机构、股东及实际控制人、保荐人、证券服务机构、媒体等之间的信息沟通；（三）按照法定程序筹备董事会会议和股东大会，准备和提交董事会和股东大会的有关报告和文件，列席董事会会议和股东大会，完整和准确地记录会议情况，并在会议记录上签字；（四）负责公司信息披露的保密工作，在未公开重大信息出现泄露时，及时向深圳证券交易所报告并公告；（五）关注媒体报道并主动求证真实情况，督促董事会及时回复深圳证券交易所所有问询；（六）组织董事、监事和高级管理人员进行证券法律法规、交易规则及相关规定的培训，协助前述人员了解各自在信息披露中的权利和义务；（七）督促董事、监事和高级管理人员遵守法律、法规、规章、规范性文件、交易规则、证券交易所其他相关规定及公司章程，切实履行其所作出的承诺；在知悉公司作出或可能作出违反有关规定的决议时，应予以提醒并立即如实地向本深圳证券交易所报告；（八）《公司法》、《证券法》、中国证监会和深圳证券交易所要求履行的其他职责。

公司应当在股票首次上市后三个月内或原任董事会秘书离职后三个月内聘任董事会秘书。

三、发行人报告期内违法违规行为情况

报告期内公司没有违法违规行为，未因重大违法违规行为受到任何行政处罚。

四、发行人报告期内资金占用和对外担保情况

（一）资金占用情况

报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的企业占用的情况。

（二）对外担保情况

报告期内，公司不存在为控股股东、实际控制人及其他关联方提供担保的情况，公司章程中已明确对外担保的审批权限和审议程序。

五、内部控制制度管理层评估意见及会计师鉴证意见

（一）发行人管理层的自我评估意见

公司管理层认为：公司已按照现代企业制度的要求、针对自身的特点建立了一整套规范合理的内部控制制度，公司现有的内部控制制度全面涵盖了公司运营所涉及到的各个环节，内部控制制度自建立以来，得到了公司各个层面的有效执行，并取得了良好的效果，其完整性、合理性、有效性得到了充分的证明。今后，公司将根据发展的实际情况，对内部控制制度不断加以改进和完善。

（二）注册会计师对发行人内部控制的审核意见

天职国际出具的“天职业字【2015】528-1号”内部控制鉴证报告认为，发行人按照《企业内部控制基本规范》及相关规范于2014年12月31日在所有重大方面保持了有效的内部控制。

第十节 财务会计信息

以下本节财务数据非经特别说明，均引自本公司经审计的财务报告或根据上述报告数据计算所得，本节所有的财务数据和相关分析均反映本公司报告期内经审计的财务状况。本公司提醒投资者关注本招股说明书所附财务报表和审计报告全文以获取全部财务资料。

一、财务报表

(一) 合并报表

1、合并资产负债表

合并资产负债表

单位：元

资 产	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	189,564,612.41	148,971,948.37	136,751,962.13
应收票据	165,088.54	3,890,601.00	-
应收账款	40,566,271.64	26,645,602.85	11,698,720.20
预付款项	17,752,002.13	27,130,537.77	28,816,990.17
其他应收款	9,486,850.06	10,271,196.24	11,541,289.35
存货	202,729,268.06	217,621,704.35	283,474,269.25
一年内到期的非流动资产	445,211.99	315,381.18	1,239,547.71
其他流动资产	2,236,734.11	736,700.12	313,087.65
流动资产合计	462,946,038.94	435,583,671.88	473,835,866.46
非流动资产：			
固定资产	28,649,702.53	29,833,963.62	27,605,296.06
在建工程	86,101,735.71	455,637.49	-
无形资产	41,464,149.17	41,165,691.67	40,451,386.24
长期待摊费用	21,158,145.50	25,834,631.55	23,446,409.09
递延所得税资产	2,628,734.04	1,990,533.22	2,936,314.50
其他非流动资产	36,906,685.24	-	-
非流动资产合计	216,909,152.19	99,280,457.55	94,439,405.89
资产总计	679,855,191.13	534,864,129.43	568,275,272.35

合并资产负债表（续）

单位：元

负债和所有者权益	2014年12月31日	2013年12月31日	2012年12月31日
流动负债：			
应付票据	82,530,000.00	43,271,600.00	78,390,000.00
应付账款	63,149,568.48	63,887,009.03	113,494,826.33
预收款项	7,493,494.77	10,519,929.86	21,726,925.43
应付职工薪酬	10,580,913.54	14,127,653.90	14,294,515.38
应交税费	11,785,106.23	14,260,717.52	11,569,920.32
其他应付款	24,470,440.06	24,156,436.09	24,571,165.28
流动负债合计	200,009,523.08	170,223,346.40	264,047,352.74
非流动负债：			
长期借款	70,000,000.00	-	-
非流动负债合计	70,000,000.00	-	-
负债合计	270,009,523.08	170,223,346.40	264,047,352.74
股东权益：			
股本	90,000,000.00	90,000,000.00	90,000,000.00
资本公积	84,783,317.55	84,783,317.55	84,783,317.55
盈余公积	26,025,592.99	21,452,852.89	14,993,996.74
未分配利润	209,036,757.51	168,404,612.59	114,450,605.32
归属于母公司股东 权益合计	409,845,668.05	364,640,783.03	304,227,919.61
少数股东权益	-	-	-
股东权益合计	409,845,668.05	364,640,783.03	304,227,919.61
负债和股东权益总计	679,855,191.13	534,864,129.43	568,275,272.35

2、合并利润表

合并利润表

单位：元

项 目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
一、营业收入	672,111,008.80	812,530,908.25	798,483,704.90
减：营业成本	381,631,889.51	479,991,761.07	485,208,443.71
营业税金及附加	5,402,787.28	6,860,582.81	5,033,887.32
销售费用	158,778,521.37	189,984,562.34	172,031,435.88
管理费用	74,600,843.51	64,788,671.64	50,498,709.41
财务费用	-646,473.28	-156,201.15	1,637,318.85
资产减值损失	1,976,396.65	1,972,231.84	102,246.06
二、营业利润	50,367,043.76	69,089,299.70	83,971,663.67
加：营业外收入	9,528,380.04	5,229,104.93	13,188,120.93
减：营业外支出	166,537.53	141,234.68	212,849.41
其中：非流动资产处置损失	109,684.38	46,665.83	80,818.05
三、利润总额	59,728,886.27	74,177,169.95	96,946,935.19
减：所得税费用	14,524,001.25	13,764,306.53	16,270,195.37
四、净利润	45,204,885.02	60,412,863.42	80,676,739.82
归属于母公司所有者的净利润	45,204,885.02	60,412,863.42	80,676,739.82
少数股东损益	-	-	-
五、每股收益：			
（一）基本每股收益	0.50	0.67	0.90
（二）稀释每股收益	0.50	0.67	0.90
六、其他综合收益	-	-	-
七、综合收益总额	45,204,885.02	60,412,863.42	80,676,739.82
归属于母公司所有者的综合收益总额	45,204,885.02	60,412,863.42	80,676,739.82
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-

3、合并现金流量表

合并现金流量表

单位：元

项 目	2014 年度	2013 年度	2012 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	772,264,810.78	919,728,120.81	961,174,362.38
收到的其他与经营活动有关的现金	13,217,751.30	22,712,406.17	31,923,316.78
经营活动现金流入小计	785,482,562.08	942,440,526.98	993,097,679.16
购买商品、接受劳务支付的现金	396,165,665.28	581,134,364.35	653,291,660.42
支付给职工以及为职工支付的现金	91,773,508.78	100,560,007.60	78,298,347.34
支付的各项税费	70,488,477.78	75,974,165.98	66,670,217.26
支付的其他与经营活动有关的现金	130,211,542.06	133,971,402.98	127,437,849.11
经营活动现金流出小计	688,639,193.90	891,639,940.91	925,698,074.13
经营活动产生的现金流量净额	96,843,368.18	50,800,586.07	67,399,605.03
二、投资活动产生的现金流量：			
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	2,698,508.83	74,213.00	91,578.06
投资活动现金流入小计	2,698,508.83	74,213.00	91,578.06
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	140,453,848.18	23,585,574.47	47,962,846.32
支付其他与投资活动有关的现金	2,887,564.50	-	-
投资活动现金流出小计	143,341,412.68	23,585,574.47	47,962,846.32
投资活动产生的现金流量净额	-140,642,903.85	-23,511,361.47	-47,871,268.26
三、筹资活动产生的现金流量：			
取得借款收到的现金	70,000,000.00	11,873,074.04	40,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	2,000,000.00
筹资活动现金流入小计	70,000,000.00	11,873,074.04	42,000,000.00
偿还债务支付的现金	-	11,873,074.04	75,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	775,083.33	114,509.20	1,613,557.21
筹资活动现金流出小计	775,083.33	11,987,583.24	76,613,557.21
筹资活动产生的现金流量净额	69,224,916.67	-114,509.20	-34,613,557.21
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-1,317.88	-2,775.00	-
五、现金及现金等价物净增加额	25,424,063.12	27,171,940.40	-15,085,220.44
加：期初现金及现金等价物余额	131,815,604.00	104,643,663.60	119,728,884.04
六、期末现金及现金等价物余额	157,239,667.12	131,815,604.00	104,643,663.60

4、合并股东权益变动表

合并股东权益变动表

单位：元

年度	项目	归属于母公司股东权益				少数股东权益	股东权益合计
		股本	资本公积	盈余公积	未分配利润		
2014年度	本期年初余额	90,000,000.00	84,783,317.55	21,452,852.89	168,404,612.59	-	364,640,783.03
	本期增减变动金额	-	-	4,572,740.10	40,632,144.92	-	45,204,885.02
	本期期末余额	90,000,000.00	84,783,317.55	26,025,592.99	209,036,757.51	-	409,845,668.05
2013年度	本年初余额	90,000,000.00	84,783,317.55	14,993,996.74	114,450,605.32	-	304,227,919.61
	本年增减变动金额	-	-	6,458,856.15	53,954,007.27	-	60,412,863.42
	本年年末余额	90,000,000.00	84,783,317.55	21,452,852.89	168,404,612.59	-	364,640,783.03
2012年度	本年初余额	90,000,000.00	84,783,317.55	5,249,922.40	43,517,939.84	-	223,551,179.79
	本年增减变动金额	-	-	9,744,074.34	70,932,665.48	-	80,676,739.82
	本年年末余额	90,000,000.00	84,783,317.55	14,993,996.74	114,450,605.32	-	304,227,919.61

(二) 母公司报表

1、母公司资产负债表

母公司资产负债表

单位：元

资 产	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	184,713,472.15	143,662,214.37	135,570,363.08
应收票据	165,088.54	3,890,601.00	-
应收账款	31,276,542.41	22,888,903.04	24,422,673.11
预付款项	16,686,089.17	26,324,423.09	27,917,890.03
其他应收款	57,603,657.89	46,022,971.50	30,391,026.67
存货	153,311,613.86	175,234,165.06	248,501,617.76
一年内到期的非流动资产	445,211.99	315,381.18	1,239,547.71
流动资产合计	444,201,676.01	418,338,659.24	468,043,118.36
非流动资产：			
长期股权投资	43,000,000.00	40,000,000.00	40,000,000.00
固定资产	24,693,763.74	27,390,801.88	24,857,101.75
在建工程	86,101,735.71	455,637.49	-
无形资产	41,156,921.21	40,918,329.11	40,431,803.73
长期待摊费用	20,011,914.48	23,594,610.94	21,371,704.02
递延所得税资产	1,946,066.51	993,102.03	549,159.37
其他非流动资产	36,906,685.24	-	-
非流动资产合计	253,817,086.89	133,352,481.45	127,209,768.87
资产总计	698,018,762.90	551,691,140.69	595,252,887.23

母公司资产负债表（续）

单位：元

负债和所有者权益	2014年12月31日	2013年12月31日	2012年12月31日
流动负债：			
应付票据	82,530,000.00	43,271,600.00	78,390,000.00
应付账款	60,552,979.77	61,022,405.77	113,486,275.41
预收款项	7,008,003.17	9,455,098.80	21,679,287.48
应付职工薪酬	7,557,239.16	11,186,550.76	11,540,748.66
应交税费	11,420,626.48	12,851,076.93	11,495,506.51
其他应付款	21,382,959.72	22,064,854.81	31,410,077.01
流动负债合计	190,451,808.30	159,851,587.07	268,001,895.07
非流动负债：			
长期借款	70,000,000.00	-	-
非流动负债合计	70,000,000.00	-	-
负债合计	260,451,808.30	159,851,587.07	268,001,895.07
股东权益：			
股本	90,000,000.00	90,000,000.00	90,000,000.00
资本公积	87,311,024.76	87,311,024.76	87,311,024.76
盈余公积	26,025,592.99	21,452,852.89	14,993,996.74
未分配利润	234,230,336.85	193,075,675.97	134,945,970.66
股东权益合计	437,566,954.60	391,839,553.62	327,250,992.16
负债和股东权益总计	698,018,762.90	551,691,140.69	595,252,887.23

2、母公司利润表

母公司利润表

单位：元

项 目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
一、营业收入	610,240,269.90	762,139,278.46	803,955,151.97
减：营业成本	376,494,585.10	475,525,465.64	505,510,177.06
营业税金及附加	4,644,495.85	6,588,065.81	4,997,237.21
销售费用	115,273,708.20	149,042,668.24	142,898,722.32
管理费用	62,088,064.61	56,274,540.21	45,047,376.45
财务费用	-669,634.14	-175,421.52	1,629,642.36
资产减值损失	1,163,585.88	2,959,617.73	1,741,857.24
投资收益	-	-	4,391.60
二、营业利润	51,245,464.40	71,924,342.35	102,134,530.93
加：营业外收入	8,853,743.17	5,093,347.85	12,603,762.33
减：营业外支出	162,569.00	54,546.15	127,344.06
其中：非流动资产处置损失	106,136.02	46,354.27	79,462.58
三、利润总额	59,936,638.57	76,963,144.05	114,610,949.20
减：所得税费用	14,209,237.59	12,374,582.59	17,170,205.82
四、净利润	45,727,400.98	64,588,561.46	97,440,743.38
五、综合收益	45,727,400.98	64,588,561.46	97,440,743.38

3、母公司现金流量表

母公司现金流量表

单位：元

项 目	2014 年度	2013 年度	2012 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	706,296,379.58	877,100,776.33	955,175,070.69
收到的其他与经营活动有关的现金	11,306,591.38	22,684,002.87	40,517,763.41
经营活动现金流入小计	717,602,970.96	899,784,779.20	995,692,834.10
购买商品、接受劳务支付的现金	377,267,637.40	564,130,284.93	656,121,967.22
支付给职工以及为职工支付的现金	72,526,855.59	83,604,899.09	68,054,108.96
支付的各项税费	60,918,317.70	74,066,786.87	66,144,231.15
支付的其他与经营活动有关的现金	111,026,966.75	131,797,725.73	122,682,844.76
经营活动现金流出小计	621,739,777.44	853,599,696.62	913,003,152.09
经营活动产生的现金流量净额	95,863,193.52	46,185,082.58	82,689,682.01
二、投资活动产生的现金流量：			
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回现金净额	2,607,815.47	72,081.92	1,345,354.42
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	4,391.60
投资活动现金流入小计	2,607,815.47	72,081.92	1,349,746.02
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	137,091,702.21	21,837,531.99	44,449,490.17
投资支付的现金	3,000,000.00	-	20,000,000.00
支付其他与投资活动有关的现金	2,887,564.50	-	-
投资活动现金流出小计	142,979,266.71	21,837,531.99	64,449,490.17
投资活动产生的现金流量净额	-140,371,451.24	-21,765,450.07	-63,099,744.15
三、筹资活动产生的现金流量：			
取得借款收到的现金	70,000,000.00	11,873,074.04	40,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	2,000,000.00
筹资活动现金流入小计	70,000,000.00	11,873,074.04	42,000,000.00
偿还债务支付的现金	-	11,873,074.04	75,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	775,083.33	114,509.20	1,613,557.21
筹资活动现金流出小计	775,083.33	11,987,583.24	76,613,557.21
筹资活动产生的现金流量净额	69,224,916.67	-114,509.20	-34,613,557.21
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-1,307.32	-2,342.68	-
五、现金及现金等价物净增加额	24,715,351.63	24,302,780.63	-15,023,619.35

项 目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
加：期初现金及现金等价物余额	128,514,421.04	104,211,640.41	119,235,259.76
六、期末现金及现金等价物余额	153,229,772.67	128,514,421.04	104,211,640.41

4、母公司股东权益变动表

母公司股东权益变动表

单位：元

年度	项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
2014 年度	本年年初余额	90,000,000.00	87,311,024.76	21,452,852.89	193,075,675.97	391,839,553.62
	本年增减变动金额	-	-	4,572,740.10	41,154,660.88	45,727,400.98
	本年年末余额	90,000,000.00	87,311,024.76	26,025,592.99	234,230,336.85	437,566,954.60
2013 年度	本年年初余额	90,000,000.00	87,311,024.76	14,993,996.74	134,945,970.66	327,250,992.16
	本年增减变动金额	-	-	6,458,856.15	58,129,705.31	64,588,561.46
	本年年末余额	90,000,000.00	87,311,024.76	21,452,852.89	193,075,675.97	391,839,553.62
2012 年度	本年年初余额	90,000,000.00	87,311,024.76	5,249,922.40	47,249,301.62	229,810,248.78
	本年增减变动金额	-	-	9,744,074.34	87,696,669.04	97,440,743.38
	本年年末余额	90,000,000.00	87,311,024.76	14,993,996.74	134,945,970.66	327,250,992.16

二、 审计意见

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）作为公司本次公开发行股票财务审计机构，对本公司 2014 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日的合并资产负债表及资产负债表，2014 年度、2013 年度、2012 年度合并利润表及利润表，合并现金流量表及现金流量表，合并股东权益变动表及股东权益变动表以及财务报表附注进行了审计，并出具了“天职业字[2015]528 号”标准无保留审计意见报告。

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）认为：“多喜爱家纺公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了多喜爱家纺公司

2014年12月31日、2013年12月31日、2012年12月31日的合并财务状况及财务状况，2014年度、2013年度、2012年度的合并经营成果和合并现金流量及经营成果和现金流量。”

三、财务报表的编制基础、合并财务报表的范围及变化情况

情况

（一）会计报表编制基准

公司2014年度、2013年度、2012年度财务报表均是以公司持续经营假设为基础，根据实际发生的交易事项，按照财政部已颁布的最新企业会计准则及其应用指南、解释以及其他相关规定(统称“企业会计准则”)的有关规定，并基于以下所述重要会计政策和会计估计编制。

（二）合并会计报表的范围及变化情况

1、合并范围的确定原则

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定。控制是指本公司拥有对被投资方的权力,通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。

本公司对其他单位投资占被投资单位有表决权资本总额 50%（不含 50%）以上，或虽不足 50%但有实质控制权的，全部纳入合并范围。

2、合并财务报表的编制方法

合并财务报表系根据《企业会计准则第 33 号—合并财务报表》的规定，以母公司和纳入合并范围的子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，按照权益法调整对子公司的长期股权投资，在抵销母公司权益性资本投资与子公司所有者权益中母公司所持有的份额和公司内部之间重大交易及内部往来后编制而成。少数股东权益，在合并资产负债表中所有者权益项目下以“少数股东权益”项目列示。少数股东损益，在合并利润表中净利润项目下以“少数股东收益”项目列示。母公司在报告期内因同一控制下企业合并增加的子公司，将该子公司合并当期年初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表。因非同一控制下企业合并增加的子公司，将该子公司购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表。

母公司在报告期内处置子公司，将该子公司年初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表。

（三）报告期内纳入合并报表范围的控股子公司情况

报告期纳入合并报表范围的控股子公司情况如下表：

子公司名称	注册资本 (万元)	本公司持股	表决权比例	合并财务报表期间
合肥多喜爱	100.00	100.00%	100.00%	2012年1月—2012年2月
上海多喜爱	2,000.00	100.00%	100.00%	2012年1月—2014年12月
深圳多喜爱	2,000.00	100.00%	100.00%	2012年1月—2014年12月
深圳信息	3,000.00	100.00%	100.00%	2014年5月—2014年12月
多喜爱信息	5,000.00	100.00%	100.00%	2014年7月—2014年12月

为稳固并更好地经营合肥市场，公司增强了对当地市场的垂直管理，决定采用直营店经营的方式直接拓展当地市场，因而于2012年2月29日注销了合肥多喜爱。

截至2014年12月31日，本公司除上述子公司外无其他对外股权投资。

子公司的情况参见本招股说明书“第五节发行人的基本情况”之“六、发行人控股子公司及参股子公司情况”。

四、主要会计政策和会计估计

（一）收入确认和计量的具体方法

1、销售商品的收入，在下列条件均能满足时予以确认

- （1）企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；
- （2）企业既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出商品实施有效控制；
- （3）收入的金额能够可靠地计量；
- （4）相关的经济利益很可能流入企业；
- （5）相关的成本已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

2、本公司具体收入确认政策

公司销售模式主要为直营销售、特许经营（加盟）销售、网络销售。

（1）公司直营渠道销售模式收入确认政策

在直营销售模式下，公司通过直营专卖店和直营专柜将产品销售给最终消费者。

① 直营专卖店销售收入确认政策

直营专卖店销售产品给消费者并收取价款时，确认销售收入。

② 直营专柜销售收入确认政策

直营专柜销售由商场向消费者开具发票和收款，商场按期与本公司进行已销商品的结算，由本公司向商场开具发票，按结算时点及价格确认销售收入。

A、商场扣点会计处理

商场一般每月提供上月销售结算单，发行人财务依据经适当审核的商场结算单及按扣点后净额开具的销售发票等原始凭证，确认相应收入及应收账款。

B、商场费用会计处理

直营专柜商场费用主要是直营专柜所在商场发生的促销费、管理费以及培训费等相关费用。公司每月初根据商场提供的月结单预提相关的商场费用；商场在收到公司开具的增值税发票后的合同约定期限（一般为 10 个工作日）内将扣除商场费用后的销售款项汇入公司指定的银行帐户，并提供商场费用发票；公司财务收到发票并经适当审核后计入销售费用——商场费用明细，并对月初的预提费用进行调整。

（2）加盟销售模式收入确认政策

在特许经营（加盟）销售下，商品一般采取先收款后发货的形式，以商品发出的时间为销售收入的确认时间。

（3）网络销售模式收入确认政策

在网络销售模式下，消费者将货款支付至网络支付平台，公司发出商品，公司以收到消费者货款作为收入确认的时点。

① 网络销售销售扣点及销售费用会计处理

由于各网络销售平台运营模式不一样，相应的结算模式也存在差异：京东等部分网络平台结算以销售扣点为主；淘宝等部分网络平台结算以收取销售费用为主，主要会计处理情况如下：

A、网络平台公司销售扣点会计处理

依据公司与网络平台签署的商品销售合同或服务合同，各网络平台每月提供上月、或上次销售活动销售结算单，公司财务依据经适当审核的结算单及按扣点后净额开具的增值税销售发票等原始凭证，确认相应收入及应收账款。

B、网络平台公司销售费用会计处理

依据公司与网络平台签署的商品销售合同或服务合同，公司支付网络平台的销售费用主要是各平台的服务费用。公司月末根据系统查询的当期服务费用预提计入销售费用，下月待收到网络平台公司开具的发票再冲减相应的预提费用。

② 网络销售模式下调账处理

公司网络销售涉及两个平台，其一：消费者下订单、发货、消费者确认收货的网络销售平台；其二：消费者下订单付款至支付宝，待消费者确认收货后从支付宝付款至发行人账户的网络结算平台，因发行人收到支付宝平台货款时，难以对应淘宝平台相应的发货单，故会影响收入确认与成本结转的准确性。故发行人在消费者下订单并发出货物后，为了便于存货进销存的管理，日常核算时，凭发货单确认收入同时记录应收账款；年末 12 月 31 日时，公司将尚未收到款项的应收款项对应的相关营业收入、营业成本等进行对冲，以保证公司年末确认收入的网络销售均已收到款项，相关的风险收益均已转移，符合公司关于网络销售收入确认政策。报告期各期末冲减网络销售收入情况见下表：

项目	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
网络销售收入冲销额（万元）	52.69	73.00	281.94

3、提供劳务的收入，按以下方法确认

公司在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入，并按已完工作的比例测量完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿，按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；若

已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

4、让渡资产使用权收入，在下列条件均能满足时予以确认

(1) 相关的经济利益很可能流入企业；

(2) 收入的金额能够可靠地计量。

5、收入金额确定

除已收或应收的合同或协议价款不公允外，公司按照从购买方已收或应收的合同协议款，确定收入金额。如合同或协议价款的收取采用递延方式，且金额较大的，按照应收的合同或协议价款的公允价值确定收入金额。应收的合同或协议价款与其公允价值之间的差额，在合同或协议期间内采用实际利率法进行摊销，计入当期损益。

6、会计师关于公司收入确认政策的专项核查情况

(1) 与存货相关的风险与报酬转移情况的说明

① 公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方。

A、直营专卖店销售模式下，现款现货，随着产品的交付、价款的收取，与商品所有权有关的损失已不由公司承担，与商品所有权有关的经济利益也不归公司享有。

B、商场专柜销售模式下，公司将产品委托商场以商场的名义进行销售，商场在销售商品后按合同约定的期间、价格及计算方法，出具销售结算单，公司根据商场销售结算单审核无误后，开具增值税专用发票确认销售收入的实现，商场在收到发票的约定期限（一般为 10 个工作日）内将扣除商场费用后的销售款项打入公司指定的银行帐户，并提供商场费用发票。销售实现时，商场已将商品交付给消费者，并收取了销售款项，与商品所有权有关的损失已不由公司承担，与商品所有权有关的经济利益也不归公司享有。

C、加盟销售模式下，根据公司与加盟商签订《特约经销合同》：加盟商承担从发货开始到收到货物的所有运输费用与运输保险费用或者保价费用；货物从公司仓库发出后，货物出现的一切问题和风险（因生产原因导致的产品质量问题

除外)由加盟商承担。从条款可以判断,与商品所有权有关的损失已不由公司承担,与商品所有权有关的经济利益也不归公司享有。

此外,根据对报告期内发生退换货情况的统计,退换货的金额和比例都控制在一个偏低的水平,对收入确认的真实性不构成重大影响。

D、网络销售模式下,顾客已确认收货并已付款,商品所有权上的主要风险和报酬已转移。

② 公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权,也没有对已售出的商品实施有效控制。

A、直营店销售模式下,产品交付给消费者并收取价款后,公司不享有与售出商品所有权相联系的管理权及控制权。

B、商场专柜销售模式下,产品交付给消费者并收取价款后,公司不享有与售出商品所有权相联系的管理权及控制权。

C、加盟销售模式下,根据合同的约定,产品发出后,公司不享有与售出商品所有权相联系的管理权及控制权。

D、网络销售模式下,收入确认时,公司不享有与售出商品所有权相联系的管理权及控制权。

③ 收入的金额能够可靠地计量。

A、直营店销售模式下,现款现货,收入的金额能够可靠计量。

B、商场专柜销售模式下,商场能提供完整的结算单据,收入的金额能够可靠计量。

C、加盟销售模式下,公司与加盟商签订的《特约经销合同》约定了区域范围、价格、供货与结算方式等,并且能够可靠估计退货的可能性,其收入的金额能够可靠地计量。

D、网络销售模式下,顾客按既定的价格下订单,收入金额能够可靠计量。

④ 相关的经济利益很可能流入企业。

A、直营店销售模式下,现款现货,经济利益可以流入企业。

B、商场专柜销售模式下，公司与商场已约定收款方式，另公司在设立专柜时，选择的均为信誉度较高、经济实力较强的商场，款项的收回不存在重大不确定因素。

C、在特许经营（加盟）销售下，一般采取款到发货方式，相关经济利益可以流入企业；另对于少数信用良好、无违规经营记录的加盟商，按照公司规定在一定期间内可给予一定金额的信用额度，报告期各期加盟商应收账款余额占加盟收入的比例较小，且各期末余额账龄主要为1年以内，相关的经济利益很可能流入企业。

D、网络销售模式下，公司已收款，相关经济利益已流入企业。

⑤ 相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量

上述四种销售模式下，成本均能够可靠计量。

（2）会计师关于公司收入政策合规性的专项核查意见

公司本次发行的会计师经上述核查后认为：公司收入确认方法符合《企业会计准则》规定。

（二）金融工具

1、金融资产、金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（包括交易性金融资产和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）、持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下两类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债（包括交易性金融负债和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债）、其他金融负债。

2、金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

公司按照公允价值对金融资产进行后续计量，且不扣除将来处置该金融资产时可能发生的交易费用，但下列情况除外：（1）持有至到期投资以及贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本计量；（2）在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

公司采用实际利率法，按摊余成本对金融负债进行后续计量，但下列情况除外：（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值计量，且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用；（2）与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本计量；（3）不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，或没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益并将以低于市场利率贷款的贷款承诺，在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：①按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》确定的金额；②初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号——收入》的原则确定的累积摊销额后的余额。

金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，除与套期保值有关外，按照如下方法处理：（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，计入公允价值变动损益；在资产持有期间所取得的利息或现金股利，确认为投资收益；处置时，将实际收到的金额与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。（2）可供出售金融资产的公允价值变动计入其他综合收益；持有期间按实际利率法计算的利息，计入投资收益；可供出售权益工具投资的现金股利，于被投资单位宣告发放股利时计入投资收益；处置时，将实际收到的金额与账面价值扣除原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额之后的差额确认为投资收益。

当收取某项金融资产现金流量的合同权利已终止或该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬已转移时，终止确认该金融资产；当金融负债的现时义务全部或部分解除时，相应终止确认该金融负债或其一部分。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产，并将收到的对价确认为一项金融负债。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：（1）放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产；（2）未放弃对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：（1）所转移金融资产的账面价值；（2）因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额之和。金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：（1）终止确认部分的账面价值；（2）终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额之和。

4、主要金融资产和金融负债的公允价值确定方法

存在活跃市场的金融资产或金融负债，以活跃市场的报价确定其公允价值；不存在活跃市场的金融资产或金融负债，采用估值技术（包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等）确定其公允价值；初始取得或源生的金融资产或承担的金融负债，以市场交易价格作为确定其公允价值的基础。

5、金融资产的减值测试和减值准备计提方法

资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，可以单独进行减值测试，或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试；单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。

主要金融资产计提减值准备的具体方法分别如下：

(1) 按摊余成本计量的金融资产，期末有客观证据表明其发生了减值的，根据其账面价值与预计未来现金流量现值之间的差额确认减值损失。在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产发生减值时，将该权益工具投资或衍生金融资产的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失。

(2) 可供出售金融资产的公允价值发生较大幅度下降，或在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，确认其减值损失，并将原直接计入所有者权益的公允价值累计损失一并转出计入减值损失。

(3) 应收款项减值损失的计量

应收款项包括应收账款、其他应收款等。本公司对外销售商品或提供劳务形成的应收账款，按从购货方应收的合同或协议价款的公允价值作为初始确认金额。应收款项采用实际利率法，以摊余成本减去坏账准备后的净额列示。

对有确凿证据表明确实无法收回的应收款项，如债务单位已撤销、破产、资不抵债、现金流量严重不足、发生严重的自然灾害等，根据本公司的管理权限，经股东大会或董事会批准确认为坏账，冲销提取坏账准备。

对公司的坏账损失，采用备抵法核算。

① 单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的标准为期末金额 100 万元以上（含 100 万元）的应收款项。

对单项金额重大的应收款项，单独进行减值测试。有客观证据表明其发生了减值的，按照其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，计提坏账准备。

② 按组合计提坏账准备应收款项

对单项金额不重大的应收款项，与经单独测试后未减值的应收款项一起按账龄特征划分为若干组合，根据以前年度与之相同或相类似的、具有类似信用风险特征的应收账款组合的实际损失率为基础，结合现时情况确定本期各项组合计提

坏账准备的比例，据此计算本期应计提的坏账准备。按组合计提坏账准备应收款项采用账龄分析法计提。

本公司采用账龄分析法计提坏账准备时，账龄按以下标准计提：

账 龄	计提比率
1 年以内	5%
1-2 年	10%
2-3 年	15%
3-4 年	50%
4-5 年	80%
5 年以上	100%

③ 单项金额虽不重大但单项计提减值准备的应收款项

如果某项单项金额不重大应收款项的可收回性与其他应收款项存在明显的差别，导致该项应收款项按照与其他应收款项同样的方法计提坏账准备，将无法真实反映其可收回金额的，该应收款项采取个别认定法计提坏账准备。

6、金融资产转移

金融资产转移，是指本公司将金融资产让与或交付给该金融资产发行方以外的另一方（转入方）。本公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方，终止确认该项金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不终止确认该项金融资产。

本公司既没有转移也没保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，分别下列情况处理：放弃了对该金融资产控制的，终止确认该项金融资产并确认产生的资产和负债；未放弃对该金融资产控制的，按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

（三）存货的核算方法

1、存货的分类

存货包括在生产经营过程中为销售或耗用而储备的原材料、库存商品、委托加工物资、周转材料等。

2、存货取得和发出的计价方法

存货按实际成本计价。购入并已验收入库的原材料按实际成本计价，领用发

出时采用加权平均法核算；产成品发出按加权平均计价；低值易耗品领用时按一次转销法摊销。

3、资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量

存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备，计入当期损益。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。

4、存货的盘存制度

存货采用永续盘存制，平时不定期对存货进行清查，年末对存货进行全面清查，对清查中发现的账实差异及时进行处理。

（四）长期股权投资的核算方法

1、长期股权投资的投资成本确定

（1）同一控制下的企业合并形成的，合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为其初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的合并对价的账面价值或发行股份的面值总额之间的差额调整资本公积(资本溢价或股本溢价)；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

分步实现同一控制下企业合并的，应当以持股比例计算的合并日应享有被合并方账面所有者权益份额作为该项投资的初始投资成本。初始投资成本与其原长期股权投资账面价值加上合并日取得进一步股份新支付对价的公允价值之和的差额，调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积不足冲减的，冲减留存收益。

（2）非同一控制下的企业合并形成的，在购买日按照支付的合并对价的公允价值作为其初始投资成本。

（3）除企业合并形成以外的：以支付现金取得的，按照实际支付的购买价款作为其初始投资成本；以发行权益性证券取得的，按照发行权益性证券的公允价值作为其初始投资成本；投资者投入的，按照投资合同或协议约定的价值作为其初始投资成本（合同或协议约定价值不公允的除外）。

2、长期股权投资后续计量

本公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资,在本公司个别财务报表中采用成本法核算;对具有共同控制或重大影响的长期股权投资,采用权益法核算。

采用成本法时,长期股权投资按初始投资成本计价,除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外,按享有被投资单位宣告分派的现金股利或利润,确认为当期投资收益,并同时根据有关资产减值政策考虑长期投资是否减值。

采用权益法时,长期股权投资的初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的,归入长期股权投资的初始投资成本;长期股权投资的初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的,其差额计入当期损益,同时调整长期股权投资的成本。

采用权益法时,取得长期股权投资后,按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益的份额,确认投资损益并调整长期股权投资的账面价值。在确认应享有被投资单位净损益的份额时,以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础,按照本公司的会计政策及会计期间,并抵销与联营企业及合营企业之间发生的内部交易损益按照持股比例计算归属于投资企业的部分(但内部交易损失属于资产减值损失的,应全额确认),对被投资单位的净利润进行调整后确认。按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应分得的部分,相应减少长期股权投资的账面价值。本公司确认被投资单位发生的净亏损,以长期股权投资的账面价值以及其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限,本公司负有承担额外损失义务的除外。对于被投资单位除净损益以外所有者权益的其他变动,调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

3、确定对被投资单位具有控制、重大影响的依据

控制,是指拥有对被投资方的权力,通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报,并且有能力运用对被投资方的权力影响回报金额;重大影响,是指投资方对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力,但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。

4、长期股权投资处置

(1) 部分处置对子公司的长期股权投资，但不丧失控制权的情形

部分处置对子公司的长期股权投资，但不丧失控制权时，应当将处置价款与处置投资对应的账面价值的差额确认为当期投资收益。

(2) 部分处置股权投资或其他原因丧失了对子公司控制权的情形

部分处置股权投资或其他原因丧失了对子公司控制权的，对于处置的股权，应结转与所售股权相对应的长期股权投资的账面价值，出售所得价款与处置长期股权投资账面价值之间差额，确认为投资收益（损失）；同时，对于剩余股权，应当按其账面价值确认为长期股权投资或其它相关金融资产。处置后的剩余股权能够对子公司实施共同控制或重大影响的，应按有关成本法转为权益法的相关规定进行会计处理。

5、减值测试方法及减值准备计提方法

对子公司、联营企业及合营企业的投资，在资产负债表日有客观证据表明其发生减值的，按照账面价值与可收回金额的差额计提相应的减值准备。

(五) 固定资产的核算方法

1、固定资产分类

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一个会计年度的有形资产。包括房屋、建筑物、机器设备、运输工具、电子设备及其他等。

2、固定资产的计价和折旧方法：

固定资产以取得时的成本作为入账价值。

固定资产折旧采用年限平均法，从其达到预定可使用状态的次月起提取折旧。除已提足折旧仍继续使用的固定资产，对所有固定资产计提折旧。折旧按预计的使用年限，以分类或单项折旧率按月计算，并根据用途分别计入相关资产的成本或当期费用。已计提减值准备的固定资产以扣除已计提的固定资产减值准备累计金额后的金额作为应计折旧额。对持有待售的固定资产，停止计提折旧并对其预计净残值进行调整。

固定资产后续支出的处理：固定资产的修理与维护支出于发生时计入当期损益。固定资产的重大改建、扩建、改良及装修等发生的后续支出，在使该固定资产可能流入企业的经济利益超过了原先的估计时，予以资本化；重大改建、扩建及改良等发生的后续支出按直线法在固定资产尚可使用年限期间内计提折旧；装修支出按直线法在预计受益期间内计提折旧。

各类固定资产的预计残值率、预计使用年限和年折旧率如下：

项 目	折旧年限	残值率	年折旧率
房屋建筑物	20	5%	4.75%
机器设备	5-10	5%	9.5%-19.00%
运输工具	5	5%	19.00%
电子设备及其他	5	5%	19.00%

3、固定资产减值准备的计提方法

年末如果出现了市价持续下跌，或技术陈旧、损坏、长期闲置等减值迹象，导致固定资产可收回金额低于账面价值的，按单项固定资产可收回金额低于年末账面价值的差额计提固定资产减值准备。可收回金额根据固定资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值之间较高者确定。

（六）在建工程的核算方法

在建工程分为自营建造工程和出包建造工程两类。

1、在建工程的计价

按实际发生的支出确定工程成本。自营工程按直接材料、直接工资、直接施工费等计量；出包工程按应支付的工程价款等计量；设备安装工程按所安装设备的价值、安装费用、工程试运转等所发生的支出确定工程成本。在建工程成本还包括应当资本化的借款费用和汇兑损益。

2、在建工程结转固定资产的标准和时点

建造的固定资产从达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或工程实际成本等，按估计的价值结转固定资产，次月起开始计提折旧。待办理了竣工决算手续后再按实际成本调整原来的暂估价值，但原按暂估价值计提的折旧额不再追溯调整。

3、在建工程减值准备的确认标准和计提方法

会计年末，对在建工程进行全面检查，当存在减值迹象时，估计其可收回金额，按该项工程可收回金额低于账面价值的差额计提减值准备。

（七）无形资产的核算方法

1、无形资产计价方法

公司无形资产主要包括土地使用权、软件、专利权等，取得时按成本计价，年末按照账面价值与可收回金额孰低计价。无形资产取得时按成本计价，年末按照账面价值与可收回金额孰低计价。

2、无形资产摊销方法

使用寿命有限的无形资产自可供使用时起在使用寿命内系统合理摊销计入损益，摊销方法以反映该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式确定。无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法进行摊销。使用寿命不确定的无形资产不进行摊销，在每个会计期间均对该无形资产的使用寿命进行复核。本公司尚不存在使用寿命不确定的无形资产。

3、划分研究开发项目研究阶段支出和开发阶段支出的具体标准

（1）首先，本公司将内部研究开发项目区分为研究阶段和开发阶段：

研究阶段是指为获取并理解新的科学或技术知识而进行的独创性的有计划调查阶段。

开发阶段是指已完成研究阶段，在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等阶段。

（2）其次，本公司根据上述划分研究阶段、开发阶段的标准，归集相应阶段的支出。研究阶段发生的支出于发生时计入当期损益；开发阶段的支出，在同时满足下列条件时，确认为无形资产：

- ①完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；
- ②具有完成该无形资产并使用或出售的意图；
- ③无形资产产生经济利益的方式；

④有足够的技术、服务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

⑤归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（八）借款费用的核算方法

借款费用包括因借款而发生的借款利息、折价或者溢价的摊销、辅助费用以及因外币借款而发生的汇兑差额等。

1、借款费用资本化金额

购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款，当期资本化金额以借入专门借款当期发生的利息、折价或溢价的摊销和汇兑差额及其他辅助费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额确定；为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用的一般借款，当期资本化金额根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率确定，资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定，每一会计期间的利息资本化金额不超过当期相关借款实际发生的利息金额。

借款存在折价或者溢价，本公司按照实际利率法确定每一会计期间应摊销的折价或者溢价金额，对每期资本化的利息金额进行调整。

2、借款费用资本化期间

（1）开始资本化：当以下三个条件同时具备时，因借款而发生的利息、折价或溢价的摊销和汇兑差额开始资本化：a、资产支出已经发生；b、借款费用已经发生；c、为使资产达到预定可使用状态所必要的购建活动已经开始。

（2）暂停资本化：若固定资产的购建活动发生非正常中断，并且中断时间连续超过3个月，暂停借款费用的资本化，将其确认为当期费用，直至资产的购建活动重新开始。

（3）停止资本化：当所购建或生产的资产达到预定可使用或者可销售状态时，停止其借款费用的资本化。

（九）长期待摊费用

长期待摊费用是指公司已经发生但应由本期和以后各期分担的分摊期限在一年以上(不含一年)的各项费用。包括以经营租赁方式租入的固定资产改良支出(门店装修费等)、直营店器架摊销、摊销期间超过一年的租金等,长期待摊费用按实际支出入账,在项目预计受益期内平均摊销。如果长期待摊费用项目不能使以后会计期间受益的,则将其尚未摊销的摊余价值全部转入当期损益。

(十) 预计负债的核算方法

本公司的预计负债包括对外提供担保、商业承兑票据贴现、未决诉讼、产品质量保证、亏损合同以及重组义务等很可能产生的负债。

如发生与或有事项相关的义务并同时符合以下条件时,本公司在资产负债表中反映为负债:该义务是本公司承担的现时义务,该义务的履行很可能导致经济利益流出企业,该义务的金额能够可靠地计量。

(十一) 职工薪酬的核算方法

职工薪酬,是指本公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的除股份支付以外各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。本公司提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等的福利,也属于职工薪酬。

1、短期薪酬

本公司在职工提供服务的会计期间,将实际发生的短期薪酬确认为负债,并计入当期损益或相关资产成本。其中,非货币性福利按照公允价值计量。

2、辞退福利

本公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系、或者为鼓励职工自愿接受裁减而提出给予补偿,在本公司不能单方面撤回解除劳动关系计划或裁减建议时和确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本费用时两者孰早日,确认因解除与职工的劳动关系给予补偿而产生的负债,同时计入当期损益。

3、设定提存计划

本公司职工参加了由当地劳动和社会保障部门组织实施的社会基本养老保险。本公司以当地规定的社会基本养老保险缴纳基数和比例,按月向当地社会基

本养老保险经办机构缴纳养老保险费。职工退休后，当地劳动及社会保障部门有责任向已退休员工支付社会基本养老金。本公司在职工提供服务的会计期间，将根据上述社保规定计算应缴纳的金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

（十二）政府补助的核算

1、区分与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助的标准

政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。与资产相关的政府补助，是指公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助；与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

2、与政府补助相关的递延收益的摊销方法以及摊销期限的确认方法

与收益相关的政府补助，用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间，计入当期损益。

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。自长期资产可供使用时起，按照长期资产的预计使用期限，将递延收益平均分摊转入当期损益。（1）递延收益分配的起点是“相关资产可供使用时”，对于应计提折旧或摊销的长期资产，即为资产开始折旧或摊销的时点。

（2）递延收益分配的终点是“资产使用寿命结束或资产被处置时(孰早)”。相关资产在使用寿命结束时或结束前被处置(出售、转让、报废等)，尚未分摊的递延收益余额应当一次性转入资产处置当期的收益，不再予以递延。

3、政府补助的确认时点

政府补助在公司能够收到，且能够满足政府补助所附条件时予以确认。

4、政府补助的核算方法

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

与收益相关的政府补助，除上述确认为递延收益的情况外，用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

与资产相关的政府补助,公司在实际收到款项时,按照到账的实际金额计量,确认资产(银行存款)和递延收益;公司将政府补助用于购建长期资产时,该长期资产的购建与公司正常的资产购建或研发处理一致,通过“在建工程”、“研发支出”等科目归集,完成后转为固定资产或无形资产;该长期资产交付使用时,按照长期资产的预计使用期限,将递延收益平均分摊转入当期损益。

已确认的政府补助需要返还的,分别下列情况处理:

(1) 存在相关递延收益的,冲减相关递延收益账面余额,超出部分计入当期损益。

(2) 不存在相关递延收益的,直接计入当期损益。

(十三) 递延所得税资产和递延所得税负债

1、根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额(未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的,该计税基础与其账面数之间的差额),按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

2、确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日,有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的,确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

3、资产负债表日,对递延所得税资产的账面价值进行复核,如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益,则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时,转回减记的金额。

4、本公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益,但不包括下列情况产生的所得税:(1)企业合并;(2)直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

(十四) 会计政策和会计估计变更

1、会计政策变更

公司自 2014 年 7 月 1 日起施行财政部最新颁布的《企业会计准则第 2 号-长期股权投资》、《企业会计准则第 9 号-职工薪酬》、《企业会计准则第 30 号-财务报表列报》、《企业会计准则第 33 号-合并财务报表》、《企业会计准则第 39 号-公允价值计量》、《企业会计准则第 40 号-合营安排》、《企业会计准则第 41 号-在其他主体中权益的披露》，上述新准则的执行，对公司报告期财务报表无重大影响。

2、会计估计变更

报告期内未发生会计估计变更。

3、前期会计差错更正

本公司报告期内无前期会计差错更正情况。

五、分部信息

由于公司的收入和资产主要与床上用品相关，床上用品中不同系列产品具有相似的经济特征，故无须列报更详细的经营分部信息。

六、税项

1、所得税

公司按应纳税所得额和当期适用之税率计缴所得税。

本公司 2012 年度和 2013 年度为高新技术企业，适用 15%的企业所得税优惠税率；2014 年度适用 25%的企业所得税税率。

本公司子公司深圳多喜爱信息技术有限公司核定征收企业所得税，征收率为 6%；子公司多喜爱信息技术有限公司注册地在西藏拉萨，根据《西藏自治区企业所得税政策实施办法》第三条规定，西藏自治区的企业统一执行西部大开发战略中企业所得税 15%的税率，故该子公司适用 15%的企业所得税税率；本公司其他子公司均适用 25%企业所得税率。

2、增值税

本公司子公司深圳多喜爱信息技术有限公司为增值税小规模纳税人，增值税税率为 3%；本公司及其他子公司按销售商品的增值额计缴增值税，主要商品和

劳务的增值税税率为 17%。

3、城市维护建设税

本公司除湖北荆州公安荆江大道店、子公司上海多喜爱信息科技有限公司按应纳流转税的 5%缴纳城市维护建设税外，总部、其他直营店及子公司均按应纳流转税的 7%缴纳城市维护建设税。

4、教育费附加

本公司、子公司及下属分公司报告期内均按应纳流转税的 5%缴纳教育费附加。

5、房产税

本公司按房产原值一次减除 10-30%后的余额的 1.2%计算缴纳房产税。

6、其他税项

按税法规定执行。

七、最近一年的收购兼并情况

发行人最近一年无收购兼并情况。

八、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

依据经天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)核验的非经常性损益明细表，本公司报告期内非经常性损益的情况如下表所示：

单位：万元

非经常性损益明细	2014 年度	2013 年度	2012 年度
非流动性资产处置损益,包括已计提资产减值准备的冲销部分	32.72	-4.59	-5.58
计入当期损益的政府补助,但与公司正常经营业务密切相关,符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	760.82	403.72	1,236.07
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	142.64	109.66	67.04
非经常性损益合计	936.18	508.79	1,297.53
减: 所得税影响金额	217.28	75.58	187.15
扣除所得税影响后的非经常性损益	718.90	433.20	1,110.38
其中: 归属于母公司所有者的非经常性损益	718.90	433.20	1,110.38

非经常性损益明细	2014 年度	2013 年度	2012 年度
归属于少数股东的非经常性损益	-	-	-

九、主要资产情况

(一) 固定资产

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司的固定资产净值占总资产的 4.21%，本公司各类固定资产的原值、累计折旧、净值等情况如下：

单位：万元

资产类别	资产原值	折旧年限	累计折旧	资产净值	成新率(%)
房屋、建筑物	1,633.90	20	310.27	1,323.63	81.01
运输工具	2,104.67	5	1,094.23	1,010.44	48.01
电子设备及其他	1,157.33	5	662.20	495.14	42.78
机器设备	53.98	5-10	18.22	35.76	66.25
合 计	4,949.88	-	2,084.91	2,864.97	57.88

公司各类固定资产维护和运行状况良好，综合成新率为 57.88%，不存在减值情形，未计提固定资产减值准备。

(二) 无形资产

截至 2014 年 12 月 31 日，公司无形资产情况如下：

单位：万元

项 目	取得方式	初始金额	摊销年限	摊余价值
土地使用权	购买	4,078.84	50	3,767.55
软件系统	购买	505.71	10	368.86
专利权	购买	14.89	10	10.00
合 计	-	4,599.43	-	4,146.41

公司无形资产主要由土地使用权构成。

本期未发现无形资产存在发生减值的迹象。

(三) 在建工程

截至 2014 年 12 月 31 日，公司在建工程情况如下：

单位：万元

项 目	期初余额	本期增加	本期转入固定资产额	其他减少	期末余额
-----	------	------	-----------	------	------

多喜爱产业园建设项目	45.56	7,719.07	-	-	7,764.64
在安装设备	-	845.54	-	-	845.54
合计	45.56	8,564.61	-	-	8,610.17

本期未发现在建工程存在发生减值的迹象。

十、主要债项情况

（一）短期借款

截至2014年12月31日，公司短期借款余额为零。

（二）应付票据

截至2014年12月31日，公司应付票据情况如下：

单位：万元

项目	2014年12月31日
应付票据	8,253.00
合计	8,253.00

（三）应付账款

截至2014年12月31日，公司应付账款情况如下：

单位：万元

账龄	2014年12月31日	
	金额	比例
1年以内	6,269.81	99.29%
1-2年	39.82	0.63%
2-3年	4.59	0.07%
3年以上	0.74	0.01%
合计	6,314.96	100.00%

本报告期应付账款中无应付持有本公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位及其他关联方的款项。

（四）预收款项

截至2014年12月31日，公司预收款项情况如下：

单位：万元

项目	2014年12月31日
----	-------------

预收款项	749.35
合 计	749.35

(五) 应付职工薪酬

单位：万元

项 目	2013年 12月31日	本年 增加	本年 减少	2014年 12月31日
一、短期薪酬				
1、工资、奖金、津贴和补贴	1,401.20	7,284.41	7,635.05	1,050.57
2、职工福利费	0.00	135.91	135.91	0.00
3、社会保险费	1.73	367.17	367.99	0.91
其中：（1）医疗保险费	1.36	310.53	311.17	0.72
（2）工伤保险费	0.18	30.73	30.85	0.07
（3）生育保险费	0.19	25.92	25.98	0.13
4、住房公积金	2.57	151.91	152.63	1.84
5、工会经费和职工教育经费	0.41	35.49	35.70	0.20
短期薪酬小计	1,405.91	7,974.89	8,327.28	1,053.53
二、离职后福利中的设定提存计划负债				
1、基本养老保险费	6.41	781.12	783.23	4.31
2、失业保险费	0.44	63.64	63.83	0.26
离职后福利中的设定提存计划负债小计	6.85	844.76	847.05	4.56
合 计	1,412.77	8,819.66	9,174.33	1,058.09

(六) 应缴税费

截至2014年12月31日，公司应缴税费情况如下：

单位：万元

项 目	2014年12月31日
企业所得税	867.50
增值税	250.75
城市维护建设税	17.71
教育费附加	12.90
代扣代缴个人所得税	17.65
印花税	11.35
其他税金	0.65
合 计	1,178.51

(七) 其他应付款

截至2014年12月31日，公司其他应付款账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2014年12月31日	
	金额	比例
1年以内	1,007.22	41.16%
1至2年	297.03	12.14%
2至3年	447.11	18.27%
3年以上	695.68	28.43%
合计	2,447.04	100.00%

本期其他应付款中无应付持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位及其他关联方的款项。

（八）长期借款

截至 2014 年 12 月 31 日，公司长期借款情况如下：

单位：万元

借款条件类别	2014年12月31日	利率区间
保证、抵押借款	7,000.00	浮动利率
合计	7,000.00	

十一、股东权益情况

（一）股本

单位：万元

股东名称	2014年12月31日		2013年12月31日		2012年12月31日	
	股本金额	比例	股本金额	比例	股本金额	比例
陈军	3,421.30	38.01%	3,421.30	38.01%	3,421.30	38.01%
黄娅妮	2,680.50	29.78%	2,680.50	29.78%	2,680.50	29.78%
深圳市达晨财信创业投资管理有限公司	1,091.70	12.13%	1,091.70	12.13%	1,091.70	12.13%
深圳市达晨创业投资有限公司	409.38	4.55%	409.38	4.55%	409.38	4.55%
北京华清博远创业投资有限公司	363.90	4.04%	363.90	4.04%	363.90	4.04%
湖南金科投资担保有限公司	227.44	2.53%	227.44	2.53%	227.44	2.53%
张海鹰	148.64	1.65%	148.64	1.65%	148.64	1.65%
陈周盛	121.83	1.35%	121.83	1.35%	121.83	1.35%
王玲	90.97	1.01%	90.97	1.01%	90.97	1.01%

股东名称	2014年12月31日		2013年12月31日		2012年12月31日	
	股本金额	比例	股本金额	比例	股本金额	比例
黎毅	90.97	1.01%	90.97	1.01%	90.97	1.01%
张文	73.10	0.81%	73.10	0.81%	73.10	0.81%
周志文	48.74	0.54%	48.74	0.54%	48.74	0.54%
赵传淼	24.37	0.27%	24.37	0.27%	24.37	0.27%
文新	19.49	0.22%	19.49	0.22%	19.49	0.22%
朱旭鹏	12.19	0.14%	12.19	0.14%	12.19	0.14%
杨晓煜	12.19	0.14%	12.19	0.14%	12.19	0.14%
吴改	12.19	0.14%	12.19	0.14%	12.19	0.14%
李希	12.19	0.14%	12.19	0.14%	12.19	0.14%
谭美芳	12.19	0.14%	12.19	0.14%	12.19	0.14%
吴莹	12.19	0.14%	12.19	0.14%	12.19	0.14%
刘娟	12.19	0.14%	12.19	0.14%	12.19	0.14%
杨慧	12.19	0.14%	12.19	0.14%	12.19	0.14%
宋丽嫔	12.19	0.14%	12.19	0.14%	12.19	0.14%
刘燕	9.75	0.11%	9.75	0.11%	9.75	0.11%
赵计亮	7.31	0.08%	7.31	0.08%	7.31	0.08%
陈国娥	7.31	0.08%	7.31	0.08%	7.31	0.08%
胡春来	7.31	0.08%	7.31	0.08%	7.31	0.08%
陈风	7.31	0.08%	7.31	0.08%	7.31	0.08%
周琴	7.31	0.08%	7.31	0.08%	7.31	0.08%
苏福平	4.88	0.05%	4.88	0.05%	4.88	0.05%
王昕	4.88	0.05%	4.88	0.05%	4.88	0.05%
郭亮	4.88	0.05%	4.88	0.05%	4.88	0.05%
王戈	4.88	0.05%	4.88	0.05%	4.88	0.05%
张应轩	4.88	0.05%	4.88	0.05%	4.88	0.05%
胡群	2.44	0.03%	2.44	0.03%	2.44	0.03%
范长录	2.44	0.03%	2.44	0.03%	2.44	0.03%
杨晓梅	2.44	0.03%	2.44	0.03%	2.44	0.03%
合计	9,000.00	100.00%	9,000.00	100.00%	9,000.00	100.00%

(二) 资本公积

单位：万元

项目	股本溢价	其他资本公积	金额
2012年1月1日	8,478.33	-	8,478.33
本期增加	-	-	-
本期减少	-	-	-
2012年12月31日	8,478.33	-	8,478.33
本期增加	-	-	-
本期减少	-	-	-

项 目	股本溢价	其他资本公积	金额
2013年12月31日	8,478.33	-	8,478.33
本期增加	-	-	-
本期减少	-	-	-
2014年12月31日	8,478.33	-	8,478.33

(三) 盈余公积

单位：万元

项 目	法定盈余公积	任意盈余公积	金额
2012年1月1日	524.99	-	524.99
本期增加	974.41	-	974.41
本期减少	-	-	-
2012年12月31日	1,499.40	-	1,499.40
本期增加	645.89	-	645.89
本期减少	-	-	-
2013年12月31日	2,145.29	-	2,145.29
本期增加	457.27	-	457.27
本期减少	-	-	-
2014年12月31日	2,602.56	-	2,602.56

(四) 未分配利润

单位：万元

项 目	2014年度	2013年度	2012年度
年初未分配利润	16,840.46	11,445.06	4,351.79
加：归属于母公司所有者的净利润	4,520.49	6,041.29	8,067.67
减：提取盈余公积	457.27	645.89	974.41
对股东的分配	-	-	-
净资产折股	-	-	-
年末未分配利润	20,903.67	16,840.46	11,445.06

(五) 少数股东权益

单位：万元

项 目	2014年 12月31日	2013年 12月31日	2012年 12月31日
少数股东权益	-	-	-
合 计	-	-	-

十二、现金流量情况

单位：万元

项 目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
经营活动产生的现金流量净额	9,684.34	5,080.06	6,739.96
投资活动产生的现金流量净额	-14,064.29	-2,351.14	-4,787.13
筹资活动产生的现金流量净额	6,922.49	-11.45	-3,461.36
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-0.13	-0.28	-
现金及现金等价物净增加额	2,542.41	2,717.19	-1,508.52

十三、或有事项、资产负债表日后事项及其他重要事项

（一）或有事项

截至公司财务报表批准报出日，本公司无需要披露的或有事项。

（二）资产负债表日后事项

截至公司财务报表批准报出日，本公司无应披露的资产负债表日后非调整事项。

（三）承诺事项

2014 年，公司与湖南省华龙建筑工程有限公司签订了多喜爱产业园建设项目工程施工合同，工程内容为多喜爱产业园厂房、宿舍楼、办公楼及门楼等配套工程施工，合同价款为 10,969.51 万元，截至 2014 年 12 月 31 日，已预付工程款 7,121.02 万元；公司与湖南岳麓山建设集团有限公司签订了多喜爱产业园建设工程工程施工合同，工程内容主要为主体工程中的基础工程与砌体工程、室外附属工程及配套工程等，合同总价暂定 3,000.00 万元，截至 2014 年 12 月 31 日，已预付工程款 360.86 万元。

十四、最近三年主要财务指标

（一）基本财务指标

项 目	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	2.31	2.56	1.79
速动比率（倍）	1.30	1.28	0.72
资产负债率（母公司）	37.31%	28.97%	45.02%
资产负债率（合并）	39.72%	31.83%	46.46%
无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例	0.92%	0.73%	0.38%

项 目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
存货周转率（次）	1.80	1.92	2.02
应收账款周转率（次）	18.93	40.15	58.88
息税折旧摊销前利润（万元）	7,886.93	9,166.98	11,558.02
利息保障倍数（倍）	78.06	648.78	61.08
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	1.08	0.56	0.75
每股净现金流量（元/股）	0.28	0.30	-0.17

上述指标的计算公式如下：

- 1、流动比率=流动资产÷流动负债
- 2、速动比率=（流动资产－存货）÷ 流动负债
- 3、资产负债率=（负债总额÷资产总额）×100%
- 4、无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例=无形资产（土地使用权除外）/净资产
- 5、存货周转率=营业成本÷存货平均余额
- 6、应收账款周转率=营业收入÷应收账款平均余额
- 7、息税折旧摊销前利润=税前利润+利息支出+折旧支出+摊销
- 8、利息保障倍数=（税前利润+利息支出）÷利息支出
- 9、每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动的现金流量净额÷期末普通股份总数
- 10、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额÷期末普通股份总数

（二）净资产收益率和每股收益

按《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号—净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订）的规定，公司报告期内净资产收益率和每股收益如下：

1、净资产收益率

报告期利润	加权平均资产收益率		
	2014 年度	2013 年度	2012 年度
归属于公司普通股股东的净利润	11.67%	18.06%	30.57%

扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	9.82%	16.77%	26.36%
-------------------------	-------	--------	--------

加权平均净资产收益率计算公式

$$\text{加权平均净资产收益率} = P / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$$

其中：P 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E₀ 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M₀ 为报告期月份数；M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

2、每股收益(元/股)

报告期利润	基本每股收益		
	2014 年度	2013 年度	2012 年度
归属于公司普通股股东的净利润	0.50	0.67	0.90
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	0.42	0.62	0.77
报告期利润	稀释每股收益		
	2014 年度	2013 年度	2012 年度
归属于公司普通股股东的净利润	0.50	0.67	0.90
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	0.42	0.62	0.77

1、基本每股收益公式计算：

$$\text{基本每股收益} = P \div S; S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$$

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S₀ 为期初股份总数；S₁ 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j 为报告期因回购等减少股份数；S_k 为报告期缩股数；M₀ 报告期月份数；M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

2、稀释每股收益公式计算

$$\text{稀释每股收益} = P_1 / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、}$$

可转换债券等增加的普通股加权平均数)

其中, P_1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润, 并考虑稀释性潜在普通股对其影响, 按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时, 应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响, 按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益, 直至稀释每股收益达到最小值。

十五、资产评估情况

2011 年 8 月, 根据《公司注册资本登记管理规定》的要求, 公司在整体变更为股份有限公司时, 聘请了具有评估资格的沃克森(北京)国际资产评估有限公司进行了评估, 并于 2011 年 8 月 23 日出具“沃克森评报字(2011)第 0192 号”《湖南多喜爱纺织科技有限公司拟变更设立股份有限公司涉及其股东全部权益价值资产评估报告书》。

此次评估基准日为 2011 年 7 月 31 日, 采用资产基础法, 评估结果如下表:

单位: 万元

项目	评估前账面净值	评估值	增减值	评估增值率
总资产	41,843.44	44,105.02	2,261.58	5.40%
总负债	24,112.34	24,112.34	-	-
净资产	17,731.10	19,992.68	2,261.58	12.75%

本次资产评估仅作为折股参考, 公司未根据评估结果进行账务处理。

十六、历次验资报告

请参见本招股书“第五节发行人基本情况”之“四、股东出资、股本变化的验资情况及发起人投入资产的计量属性”之“(一) 发行人改制以前的验资情况”。

第十一节 管理层讨论与分析

本公司提醒投资者注意，以下讨论分析应结合本公司经审计的财务报表及附注和本招股书提示的其他财务信息一并阅读。非经特别说明，以下数据均为经审计的合并会计报表口径。

一、财务状况分析

(一) 资产分析

1、资产构成情况分析

报告期公司资产结构如下表所示：

单位：万元

项 目	2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日		2012 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	46,294.60	68.09%	43,558.37	81.44%	47,383.59	83.38%
非流动资产	21,690.92	31.91%	9,928.05	18.56%	9,443.94	16.62%
资产总计	67,985.52	100.00%	53,486.41	100.00%	56,827.53	100.00%

截至 2012 年末、2013 年末和 2014 年末，公司总资产规模为 56,827.53 万元、53,486.41 万元和 67,985.52 万元。公司资产规模总体呈增长态势，主要原因有：①随着品牌知名度不断提高，公司盈利能力不断增强，资产积累逐年增加；②公司营销网络和业务规模不断扩展，导致营运资金总体规模加大；③公司在 2014 年推进产业园区建设，在建工程等非流动资产规模大幅增长。

从资产结构看，2012 年末和 2013 年末和 2014 年末，流动资产保持较高占比，流动资产占比依次为 83.38%、81.44%和 68.09%。公司流动资产以存货、货币资金等为主，具有较强的流动性。

2012 年末及 2013 年末，公司非流动资产平均占比相对较小的主要原因是在公司目前运营模式下，生产服务外包，较少生产线、机器设备等非流动资产。2014 年末，流动资产占比有所下降，非流动资产占比大幅上升。引起这种趋势变化主要原因在于 2014 年公司启动产业园区建设，在建工程等非流动资产规模大幅增长，提高了非流动资产占比。

2、流动资产质量分析

报告期公司流动资产结构及变化情况如下表所示：

单位：万元

资 产	2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日		2012 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
存货	20,272.93	43.79%	21,762.17	49.96%	28,347.43	59.83%
货币资金	18,956.46	40.95%	14,897.19	34.20%	13,675.20	28.86%
应收账款	4,056.63	8.76%	2,664.56	6.12%	1,169.87	2.47%
预付款项	1,775.20	3.83%	2,713.05	6.23%	2,881.70	6.08%
其他应收款	948.69	2.05%	1,027.12	2.36%	1,154.13	2.44%
应收票据	16.51	0.04%	389.06	0.89%	-	-
一年内到期的非流动资产	44.52	0.10%	31.54	0.07%	123.95	0.26%
其他流动资产	223.67	0.48%	73.67	0.17%	31.31	0.07%
合 计	46,294.60	100.00%	43,558.37	100.00%	47,383.59	100.00%

报告期，公司流动资产总体呈上涨趋势，主要系公司销售规模不断扩大，运营资金增加所致。2013 年末流动资产规模有所下降主要因为公司结合市场和公司库存情况，合理调整采购策略，减少存货资金占用。

公司流动资产主要由存货和货币资金构成，2012 年末、2013 年末和 2014 年末二者合计占流动资产比重分别为 88.69%、84.16%和 84.74%。

(1) 存货

① 存货变动情况分析

报告期内公司存货占流动资产比例分析表如下：

单位：万元

项 目	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
存货账面价值	20,272.93	21,762.17	28,347.43
流动资产	46,294.60	43,558.37	47,383.59
存货占流动资产比例	43.79%	49.96%	59.83%

报告期内，公司存货规模较大，占流动资产的比例较高，这主要与公司生产运营的模式特征和近年来公司销售规模变化有关。2013 年末和 2014 年末，存货及占流动资产比例较年初均有所下降主要原因在于公司结合市场变化情况合理减少库存，导致存货规模持续下降。

②存货构成及其变动情况分析

报告期内，公司存货的构成及变动情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日		2012 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
库存商品	13,450.78	66.35%	14,316.71	65.79%	17,059.56	60.18%
原材料	3,835.90	18.92%	4,141.39	19.03%	5,327.99	18.80%
委托加工物资	2,750.25	13.57%	3,060.09	14.06%	5,710.34	20.14%
周转材料	236.00	1.16%	243.97	1.12%	249.54	0.88%
合 计	20,272.93	100.00%	21,762.17	100.00%	28,347.43	100.00%

公司存货主要由库存商品、委托加工物资和原材料组成，报告期三者合计平均占比为 98.94%。公司存货结构保持相对稳定，库存商品占比最大，平均为 64.11%；原材料和委托加工物资合计占比略小，平均为 34.83%。

形成上述存货结构与公司采用委托加工的生产模式相匹配：公司生产环节主要自主采购各种原材料；随后由外协加工商领取后并加工，外协加工商领料后原材料将转入委托加工材料，公司支付外协加工商加工费也计入委托加工材料科目；最终产品完工后再由委托加工材料转入库存商品。公司没有在产品是因为将生产环节完全外包所致。

2013 年末，公司存货结构总体保持稳定，库存商品、原材料及委托加工物资余额较上年末均有所下降，主要由于 2013 年度国内经济增长速度放缓，公司收入增长速度也因此受到影响，公司结合市场变化和产品库存情况，及时调整采购策略，压缩存货，减少流动资金占用。

2014 年末，公司进一步控制存货规模，存货结构保持总体稳定，总体规模略低于上年末水平。

③期末存货金额较大的原因分析

A.各种销售渠道要求有充足的存货储备作支撑

公司销售渠道可以划分为自营渠道、加盟渠道及出口销售三大类。其中，自营渠道为公司控制并直接经营的销售渠道，服务最终客户能力最强，其又主要分为直营店铺（即实体店铺）、网络销售（即虚拟店铺）、团购及内购等形式。报告期内，公司专门成立子公司负责运营网络渠道，公司网络渠道销售快速增长。

随着公司营销渠道宽度及广度的提高，需要充足的产品用于陈列、铺货和备货，以保障市场需求和销售收入的实现。

B.销售旺季之前的备货需求较大

公司产品销售具有明显的季节性特点，秋冬季天气转凉，产品需求量随之增加，即在每年8月至来年2月左右的期间内，公司产品销售进入旺季，导致所需的备货库存增加。另外，我国重要节日，如春节前是公司的销售旺季，在销售旺季之前，公司也需提前进行备货工作，此时库存商品占比较大。

C.行业经营模式的周期性特点决定存货金额较大

行业经营模式决定了产品从原材料到产成品实现销售需要经过四个不同的阶段，分别为采购期、加工期、物流运输期以及销售期。公司产品生产销售周期较长，这是库存商品金额较大的直接原因。公司产品平均生产销售周期为五个月左右，其中采购及物流期平均为一个月以上，委托加工期平均为一个月左右，销售周期平均为两个月以上。

D.产品种类不断丰富增加铺货、备货需要

公司专注于产品设计，突破传统，引领潮流，公司将产品分为套件、枕芯和被芯等六大类，每年推出200余款新款式、新图案、新材质、新功能的新产品。产品种类越多，用于陈列、铺货的产品越多，且不同产品种类需耗用不同的原材料。因此，产品种类的增加导致公司库存商品及原材料、委托加工物资金额越大。

E.生产排期对存货余额的影响

2012年及2013年，公司每年召开春夏、秋冬两次订货会，销售部门和加盟商、自营渠道部门通过订货会提交未来6个月采购产品的详细信息。公司自2014年开始每年召开三次订货会，销售部门和加盟商、自营渠道部门通过订货会提交未来4个月采购产品的详细信息。公司依据订单信息组织采购生产，为保障订单实现，公司一般提前2个月采购原材料组织生产。1、2月份通常为春季假期，委托加工商放假停产，公司会将部分1、2月份的订单生产量提前到12月份来完成，由此导致了公司存货往往在年底数额较大。

④存货跌价准备计提情况

2013年末及2014年末公司存货跌价准备计提金额分别为123.35万元及212.30

万元，计提比例分别为0.56%及1.04%。具体如下表所示：

单位：万元

项 目	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
存货余额	20,485.22	21,885.52	28,347.43
跌价准备	212.30	123.35	-
存货账面价值	20,272.93	21,762.17	28,347.43

报告期内公司存货较少出现需要计提跌价准备的情形，原因如下：

A.报告期公司主要产品产销率较高，产成品周转情况良好，未形成大量产成品积压。

B.相对于服装而言，床上用品受潮流、款式等变化影响相对较小，不会因此出现严重滞销的情况。对于部分库龄相对较长的产品，公司能通过跨区域调度、买新货搭旧货、折扣促销等措施实现销售。

C.公司产品毛利率高，可变现净值处于较高水平，即使以较低折扣销售仍高于成本价，存货基本不存在减值迹象。

⑤存货周转率分析

报告期内公司与同行业上市公司存货周转率的对比情况如下表：

公 司	2014 年度	2013 年度	2012 年度
罗莱家纺（002293）	2.27	2.13	2.72
富安娜（002327）	1.70	1.77	1.92
梦洁家纺（002397）	1.68	1.53	1.56
行业平均值	1.88	1.81	2.07
本公司	1.80	1.92	2.02

注：数据来自同行业上市公司年报。

公司 2012 年至 2014 年存货周转率分别为 2.02、1.92 和 1.80，出现小幅下降，但仍与行业基本持平。公司存货周转较快，具有较强的存货周转能力，主要得益于高效、独特的生产经营模式。公司以“订单”+“预测”模式确定充足而适度的原材料采购；以委托加工生产模式加强资源整合，避免在产品对资金的占用；以丽晶系统存货管理模式优化存货管理及配置，减少库存积压，提高存货周转。

⑥库存商品与自营、加盟订货量匹配分析

报告期内，公司实行订货会制度，每年两次订货会（自 2014 年开始，每年三次订货会）公司自营和加盟商均通过订货会提交订货量，公司据此安排采购、生产、物流等环节。为充分利用外协厂产能，缩短生产和物流时间损耗，公司提前安排生产，将报告期各期末库存商品与自营、加盟渠道未来 3 个月按订货会确定的订货量匹配情况统计如下：

单位：万元

项 目	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
期末库存商品金额	13,663.08	14,440.06	17,059.56
未来 3 个月订货量	2015 年 1-3 月	2014 年 1-3 月	2013 年 1-3 月
其中：自营渠道-直营店铺订货	1,808.11	3,159.73	4,221.00
自营渠道-网络等其他订货	3,529.42	2,849.55	2,562.81
加盟渠道	6,121.23	7,693.56	12,879.00
订货量合计	11,458.76	13,702.84	19,662.81
库存商品/订货量	119.24%	105.38%	86.76%

从上表可以看出，报告期内公司库存商品与订货量具有良好的匹配关系，公司库存备货在未来较短时间内能得到有效消化。2014 年末，库存商品/订货量的比例有所上涨，主要系 2014 年公司削减了部分经营不理想的直营店铺及加盟店铺，导致订货量出现一定幅度下降。

报告期内，公司直营店铺渠道订货量占未来 3 个月订货总量的比重依次为 21.47%、23.06%和 15.78%，平均为 20.10%；网络销售为主的其他渠道订货量占未来 3 个月订货总量的比重依次为 13.03%、20.80%和 30.80%，平均为 21.54%；加盟渠道订货量占未来 3 个月订货总量的比重依次为 65.50%、56.15%和 53.42%，平均值为 58.35%。由此可见，公司不同销售渠道订货情况与各销售渠道销售收入在公司营业收入中的占比相匹配。

网络等其他订货主要是上海子公司依据自己计划安排，单独向公司计划部下单订购网络销售的货品。随着网络等其他渠道销售收入的不断上涨，其订货量和订货占比也呈增长趋势。

⑦库存商品库龄分析

报告期内，发行人库存商品库龄情况如下所示：

2014年12月31日							
类别	库龄1年以内		库龄1-2年		库龄2-3年及以上		合计
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)
套件类	7,323.20	87.72	555.29	6.65	469.41	5.62	8,347.90
被芯类	2,310.91	96.24	45.16	1.88	45.13	1.88	2,401.20
枕芯类	402.31	96.78	8.40	2.02	4.98	1.20	415.70
夏凉类	349.79	80.92	76.72	17.75	5.74	1.33	432.25
家饰类	1,196.17	64.76	538.43	29.15	112.41	6.09	1,847.02
其他	218.59	99.81	0.41	0.19	-	-	219.01
合计	11,800.97	86.37	1,224.43	8.96	637.68	4.67	13,663.08
2013年12月31日							
类别	库龄1年以内		库龄1-2年		库龄2-3年及以上		合计
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)
套件类	8,172.81	85.82	1,119.80	11.76	231.55	2.43	9,524.17
被芯类	1,673.23	95.40	68.07	3.88	12.68	0.72	1,753.98
枕芯类	409.72	97.77	4.36	1.04	4.99	1.19	419.07
夏凉类	481.01	95.03	21.03	4.16	4.12	0.81	506.16
家饰类	1,779.37	80.51	376.78	17.05	54.05	2.44	2,210.20
其他	16.77	63.34	9.71	36.66	-	-	26.48
合计	12,532.92	86.79	1,599.75	11.08	307.39	2.13	14,440.06
2012年12月31日							
类别	库龄1年以内		库龄1-2年		库龄2-3年及以上		合计
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)
套件类	11,714.88	95.13	550.09	4.47	49.55	0.40	12,314.53
被芯类	2,125.03	96.45	76.39	3.47	1.71	0.08	2,203.14
枕芯类	372.97	97.76	8.52	2.23	0.02	0.01	381.52
夏凉类	217.70	84.21	35.93	13.90	4.87	1.89	258.51
家饰类	1,486.67	87.53	197.09	11.60	14.72	0.87	1,698.47
其他	203.40	100.00	-	-	-	-	203.40
合计	16,120.66	94.50	868.02	5.09	70.88	0.42	17,059.56

从上表可以看出，报告期内公司库存商品库龄绝大部分在1年以内，少量库存商品库龄在1-2年内，2年及以上的库存商品较少，说明公司库存商品库龄短，周转快，能在较短时间内实现销售。

发行人库存商品库龄较短主要由以下因素决定：1.相对于服装而言，床上用品受潮流、款式等变化影响相对较小，不会因此出现严重滞销的情况。2.对于部

分库龄相对较长的产品，发行人能通过跨区域调度、买新货搭旧货、折扣促销等措施实现销售。3. 发行人每年两次订货会，确定未来 6 个月的销售订单（自 2014 年开始，发行人每年三次订货会，确定未来 4 个月的销售订单），“订单+预测”的模式能较大程度保障公司库存商品都有销售订单与之对应。

2013 年末，公司一年以上产品占比有所上升主要与公司本年调整产品销售策略相关。由于年初公司存货余额较大，为减少存货资金占用加快资金周转，一方面公司结合本年市场需求和库存产品余额等情况，合理调减采购规模，消化库存，大幅减少库存商品余额；另一方面公司根据市场需求及时公司推出适销对路的新产品，由于新产品推销力度较大，本年该部分新产品市场反应良好，采销率高，由此导致部分期初库存商品销售放缓，延长了产品库龄。由于公司一年以上产品金额相对较小，未来公司将在保证合理毛利率水平情况下通过买新货搭旧货、折价促销等方式加强长库龄产品的销售，尽快实现资金回笼。

2014 年末，公司库存商品余额较期初减少 776.98 万元，主要得益于公司本期继续加强存货管理，合理调减采购规模，消化库存，并推出适销对路的新产品。基于谨慎原则，公司对库龄相对较长的库存商品计提了相应的跌价准备 212.30 万元。

（2）货币资金

单位：万元

项 目	2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日		2012 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
现金	8.99	0.05%	5.81	0.04%	2.25	0.02%
银行存款	15,480.26	81.66%	13,105.54	87.97%	10,462.11	76.50%
其他货币资金	3,467.22	18.29%	1,785.85	11.99%	3,210.83	23.48%
合 计	18,956.46	100.00%	14,897.19	100.00%	13,675.20	100.00%

报告期内公司货币资金余额分别为 13,675.20 万元、14,897.19 万元和 18,956.46 万元，占流动资产比重分别为 28.86%、34.20%和 40.95%。

公司货币资金金额较大，主要有以下几方面的原因：①报告期内公司营销渠道扩展，销售业绩增长，公司营业收入保持较高水平。②公司对加盟商采取先款后货，直营专卖店现款现货，直营专柜与商场次月现款结算，导致公司每月都有大量现金收入。③公司采用票据结算货款和加工费用，要求公司在银行存有足量

的承兑汇票保证金。④短期债务的偿还要求公司有充足的资金准备，以保障公司的财务安全。

2013 年末，公司货币资金余额 14,897.19 万元，规模基本稳定，较上年末小幅增长 1,222.00 万元。2013 年末公司其他货币资金较年初减少 1,424.98 万元，主要原因系公司本年度收回票据保证金。2014 年末，公司货币资金余额 18,956.46 万元，较上年末增长 4,059.27 万元，余额增长主要由于本年度公司加大了对采购、费用支出等资金控制力度以及为产业园区建设筹集了长期银行借款。

(3) 预付款项

公司预付款主要为公司预付的一年以内的直营门店租金，和公司向供应商预付的原材料采购款等。报告期内，公司预付款金额为 2,881.70 万元、2,713.05 万元和 1,775.20 万元，占流动资产比例较小。2014 年末，预付款项规模有所下降，主要与本期公司削减了直营店铺数量有关，预付门店租金相应下降。报告期内，公司的预付款项账龄基本为一年以内，预付款项形成坏账的风险较小。

(4) 应收账款

①应收账款变动情况分析

单位：万元

项 目	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
应收账款	4,056.63	2,664.56	1,169.87
应收账款增长率	52.24%	127.77%	-16.45%
营业收入增长率	-17.28%	1.76%	23.92%
应收账款占营业收入比重	6.04%	3.28%	1.47%

公司应收账款主要为应收国内加盟商、电子商务公司、团购客户以及商场直营专柜的少量销售货款。截至 2012 年末、2013 年末和 2014 年末，公司应收账款分别为 1,169.87 万元、2,664.56 万元和 4,056.63 万元。公司应收账款较小且占营业收入比重较低，主要原因是：依据公司销售政策，公司仅对信誉好、资质强的少量优质加盟商会给予一定的授信额度，存在部分应收账款；同时，公司直营专柜，由商场统一收款后于销售次月与公司进行统一结算，会形成一定的应收账款。

2013 年末，应收账款增长主要系本期内江西丽箭国际贸易有限公司等实力

较强的加盟商客户不断扩大营销网络,新开加盟店,采购增加带动应收款项上升,期末时部分货款尚在结算期内未结算所致。公司应收账款对比营业收入规模相对较低,同时公司仅会对信誉好、资质强的少量优质加盟商给予一定的授信额度,因此,公司应收账款质量好,风险相对较小。

2014 年末,公司应收账款金额和占比较期初均有所上升,主要原因一方面是本年度国内经济增速放缓的情况尚未缓解,下游加盟商经营压力较大,公司对少量优质加盟商给予一定授信额度,导致应收账款规模增大;另一方面是公司积极开拓网络销售及团购客户等新的销售渠道,报告期内上述渠道的销售额从期初的 7,704.83 万元,增长至 16,690.63 万元,销售规模的快速增长也导致公司与网络销售平台公司、大型团购客户的未结算金额增加,应收账款构成出现变化,也导致期末应收账款规模进一步扩大。

报告期内,应收账款相对营业收入而言,其规模及占比均相对较小,显示了公司较好的营运能力。

②可比上市公司对比分析

发行人与同行业上市公司应收账款占营业收入比重比较分析表如下:

公 司	2014 年度	2013 年度	2012 年度
罗莱家纺 (002293)	5.67%	5.23%	5.85%
富安娜 (002327)	3.86%	3.70%	3.64%
梦洁家纺 (002397)	15.57%	10.49%	8.22%
行业平均值	8.37%	6.47%	5.90%
本公司	6.04%	3.28%	1.47%

注 1: 应收账款占营业收入比重=期末应收账款账面净额 / 同期营业收入

注 2: 数据来自同行业上市公司年报。

尽管报告期内公司应收账款占营业收入的比重逐年上升,但报告期内该指标仍低于同期同行业上市公司的平均水平,说明公司对应收账款具有良好的控制能力。

③应收账款账龄结构分析

单位: 万元

账 龄	2014 年 12 月 31 日			
	金额	比例	坏账准备	净额
1 年以内	4,119.79	96.04%	205.99	3,913.80

1-2 年	135.22	3.15%	13.52	121.70
2 以上 (含 2 年)	34.62	0.81%	13.48	21.13
按账龄计提小计	4,289.62	100.00%	232.99	4,056.63
按单项计提小计	-	-	-	-
合计	4,289.62	100.00%	232.99	4,056.63
账 龄	2013 年 12 月 31 日			
	金额	比例	坏账准备	净额
1 年以内	2,724.54	96.85%	136.23	2,588.31
1-2 年	56.39	2.00%	5.64	50.75
2 以上 (含 2 年)	32.26	1.15%	6.75	25.50
按账龄计提小计	2,813.18	100.00%	148.62	2,664.56
按单项计提小计	-	-	-	-
合计	2,813.18	100.00%	148.62	2,664.56
账 龄	2012 年 12 月 31 日			
	金额	比例	坏账准备	净额
1 年以内	1,200.73	97.31%	60.04	1,140.69
1-2 年	28.76	2.33%	2.88	25.88
2 以上 (含 2 年)	4.41	0.36%	1.11	3.30
按账龄计提小计	1,233.90	100.00%	64.02	1,169.87
按单项计提小计	-	-	-	-
合计	1,233.90	100.00%	64.02	1,169.87

报告期内，公司应收账款周转率高，货款回笼期限短，96%以上应收账款账龄在 1 年以内，应收账款风险小，质量高。

④应收账款坏账准备分析

公司应收账款客户多为一些信誉良好、长期合作的优质加盟商和大型商场，具有较高的资信水平和偿债能力，公司应收账款回收有保证，发生坏账的可能性较小。

发行人与同行业上市公司坏账准备提取政策比较分析表如下：

公 司	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
罗莱家纺 (002293)	5%	10%	30%	50%	80%	100%
富安娜 (002327)	5%	10%	30%	100%	100%	100%
梦洁家纺 (002397)	5%	10%	15%	50%	80%	100%
行业计提比例范围	5%	10%	15%-30%	50%-100%	80%-100%	100%
发行人	5%	10%	15%	50%	80%	100%

数据来源：同行业上市公司年报。

从上表中可以看出，发行人按账龄划分档次提取坏账准备政策中各档次的计

提比例均处于同行业计提比例范围的平均水平，坏账计提比例与行业保持一致，符合谨慎性原则。

报告期内，公司应收账款坏账计提情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
坏账准备金额	232.99	148.62	64.02
坏账计提比例	5.43%	5.28%	5.19%

⑤应收账款周转率分析

报告期，公司应收账款周转率与同行业上市公司的比较如下表：

公 司	2014 年度	2013 年度	2012 年度
罗莱家纺（002293）	18.09	16.36	16.52
富安娜（002327）	25.72	26.48	27.42
梦洁家纺（002397）	7.23	10.15	10.16
行业平均值	17.01	17.66	18.03
本公司	18.93	40.15	58.88

注：数据来自同行业上市公司年报。

从上表中可以看出，报告期内公司应收账款周转能力较强，处于同行业的较好水平，主要原因：一方面公司凭借良好的品牌效应和较强的议价能力实行了较为严格的信用政策，严格控制了赊销比例；另一方面，公司年末加强应收款项的催收力度，加快资金回笼，从而提高应收账款周转率，增强应收账款周转能力。

报告期内，公司应收账款周转率出现下降趋势，主要系报告期内国内经济增速持续放缓，下游加盟商经营压力较大，为支持下游加盟商发展，公司对部分长期合作的优质加盟商给予了一定授信额度，导致应收账款规模增大。

⑥应收账款客户分析

A、2014 年末公司应收账款情况

截至 2014 年 12 月 31 日，应收账款金额最大的前五名单位情况如下：

单位：万元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占应收账款总额的比例
------	--------	----	----	------------

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占应收账款总额的比例
江西丽箭国际贸易有限公司	非关联方	2,457.81	1年以内	57.30%
北京京东世纪贸易有限公司	非关联方	207.92	1年以内	4.85%
佛山市第一人民医院	非关联方	143.34	1年以内	3.34%
北京大学人民医院	非关联方	107.29	1年以内	2.50%
浙江省荣军医院	非关联方	104.80	1年以内	2.44%
合计	-	3,021.15	-	70.43%

公司前五名欠款单位应收账款的账龄都在1年以内，且欠款客户信誉好，资产质量高，偿债能力较强，公司应收账款回收风险小。公司目前不存在账龄较长的大额应收款项，大额应收款项回收风险较低。

B、报告期内，公司对江西丽箭应收账款情况

报告期内，公司对江西丽箭的应收账款如下：

项目	2014年度	2013年度	2012年度
应收账款金额（万元）	2,457.81	1,347.66	-

依据公司销售政策，公司仅对信誉好、资质强的少量优质加盟商会给予一定的授信额度，存在部分应收账款；江西丽箭作为公司第一大加盟商客户，综合实力较强，信用良好，未发生坏账情况。2013年度，由于江西丽箭净新开14家门店，资金投入较大，为帮助优质加盟商扩张渠道，公司给予了一定信用支持。2014年度，公司应收江西丽箭金额较2013年度有所增长，主要有以下几方面原因：

（1）本年度国内经济增速放缓的情况尚未缓解，下游加盟商经营压力进一步增大；（2）江西丽箭本期偿还了2,000多万元银行借款，存在一定的资金周转压力，公司为保持良好商业合作关系，助其度过难关而给予了一定信用支持；（3）公司以前年度对加盟商信用支持力度较小，对优质加盟商均执行较严格的信用政策，低于同行业平均水平，报告期内同行业加大了对于优质加盟商资源争夺力度，公司为保留核心加盟商，也需要给予一定支持。

公司加大支持力度后的加盟商信用支持水平仍处于行业平均水平，从应收账款占营业收入比重和应收账款周转率可以得到印证。

（5）应收票据

单位：万元

项目	2014年	2013年	2012年
----	-------	-------	-------

	12月31日	12月31日	12月31日
银行承兑汇票	16.51	371.89	-
商业承兑汇票	-	17.17	-
合计	16.51	389.06	-

为进一步加强与优质客户的合作关系,公司于报告期初初采用票据方式与加盟商结算销售货款,报告期应收票据主要为加盟商江西丽箭国际贸易有限公司开具的银行承兑汇票。公司将收到的应收票据以背书方式与供货商和外协厂结算原材料采购款及委托加工费,不仅有利于加速公司资金周转也能减轻公司债务偿还压力。

报告期内应收票据余额均较小,主要原因为公司为加速资金周转,减轻债务偿还压力更多采用票据背书方式与供应商和外协厂结算货款,截至2014年12月31日公司已背书但尚未到期的应收票据总金额为50.00万元。

(6) 其他应收款

报告期内,公司的其他应收款占流动资产比例较低,主要由门面、商场等押金,房租(暂未收到发票)等构成,具体明细如下表所示:

单位:万元

项目	2014年12月31日		2013年12月31日		2012年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
门面、商场等押金	949.40	87.46%	918.07	80.56%	905.55	70.89%
个人借支	9.83	0.91%	19.27	1.69%	18.78	1.47%
房租(暂未收到发票)	-	-	-	-	164.39	12.87%
其他	126.26	11.63%	202.26	17.75%	188.62	14.77%
其他应收款合计	1,085.49	100.00%	1,139.60	100.00%	1,277.33	100.00%

近三年,公司其他应收款规模保持相对稳定,持续小幅下滑。2013年末,公司其他应收款较上年末减少,主要系公司加强了租赁发票的及时索取,房租(暂未收到发票)余额较期初大幅减少。

3、非流动资产质量分析

2012年末及2013年末,公司非流动资产占总资产比例较小。非流动资产总规模保持稳定,主要由固定资产、无形资产等组成。2014年度公司逐步推进产业园区建设,在建工程等非流动资产规模不断增长,非流动资产占比大幅提高。

报告期内公司非流动资产情况如下:

单位：万元

项 目	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
无形资产	4,146.41	4,116.57	4,045.14
固定资产	2,864.97	2,983.40	2,760.53
长期待摊费用	2,115.81	2,583.46	2,344.64
递延所得税资产	262.87	199.05	293.63
在建工程	8,610.17	45.56	-
其他非流动资产	3,690.67	-	-
合 计	21,690.92	9,928.05	9,443.94

(1) 固定资产

① 固定资产明细情况

报告期内，公司固定资产明细情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日		2012 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
房屋建筑物	1,323.63	46.20%	1,400.99	46.96%	1,478.34	53.55%
运输工具	1,010.44	35.27%	1,016.94	34.09%	686.10	24.85%
电子设备及其他	495.14	17.28%	542.11	18.17%	578.58	20.96%
机器设备	35.76	1.25%	23.36	0.78%	17.50	0.63%
合 计	2,864.97	100.00%	2,983.40	100.00%	2,760.53	100.00%

报告期内，公司固定资产账面净值分别为 2,760.53 万元、2,983.40 万元和 2,864.97 万元；占总资产比例为 4.86%、5.58%和 4.21%。公司固定资产规模和占比均较小，主要原因是公司目前将生产环节外包，生产线和大型机器设备投资金额相对较小。随着公司产业园区建设项目的推进，未来公司固定资产规模将进一步增长。

②公司元盛大厦停车场车位情况

公司现持有元盛大厦地下停车场 35 个车位使用权的权属证书，该等车位取得了产权证书。该等车位存在的诉讼纠纷情况如下：

A、涉诉资产来源

a、徐海军通过司法拍卖取得涉诉资产

徐海军通过司法拍卖取得涉诉资产过程	<p>1、2004年6月29日，湖南元盛实业有限公司与中国建设银行长沙河西支行签订《人民币资金借款合同》；同日中国建设银行长沙河西支行与湖南省金环房地产公司签订编号为00098302号的《长沙房地产抵押合同》，合同约定：金环房地产以所有位于长沙市戩子桥25号长房权证开福字第00301652号房屋产权下的房屋为湖南元盛实业有限公司与中国建设银行长沙河西支行签订《人民币资金借款合同》提供抵押担保。</p> <p>2、2005年12月16日，长沙市中级人民法院做出判决，裁决湖南元盛实业有限公司偿还中国建设银行长沙河西支行借款及利息违约金，如不能偿还，中国建设银行股份有限公司长沙河西支行有权以被告湖南省金环房地产公司的抵押物折价、或拍卖、变卖该抵押物的价款优先受让。</p> <p>3、2008年1月9日，湖南省长沙市中级人民法院作出（2006）长中民执恢复字第0182号《民事裁定书》。裁定中国建设银行股份有限公司长沙河西支行与湖南元盛实业有限公司、湖南省金环国际房地产公司借款担保合同纠纷一案指定由望城县人民法院执行。</p> <p>4、2008年8月6日，望城县人民法院向长沙飞龙拍卖有限公司出具《委托书》。该委托书记载，兹有中国建设银行股份有限公司长沙河西支行与湖南元盛实业有限公司、湖南省金环国际房地产公司借款担保合同纠纷一案，需委托该公司对长沙市开福区元盛大厦负一楼房屋进行拍卖。</p> <p>5、2008年8月15日，湖南省望城县人民法院发布公，本院执行的申请执行人中国建设银行股份有限公司长沙河西支行与被执行人湖南元盛实业有限公司、湖南省金环国际房地产公司借款担保合同纠纷一案，已委托长沙飞龙拍卖有限公司于2008年8月30对长沙市开福区元盛大厦负一楼房屋进行公开拍卖，元盛大厦业主对拍卖标的在同等条件下享有优先购买权。</p> <p>6、2008年8月30日，长沙飞龙拍卖有限公司与徐海军签署《拍卖成交确认书》，买受人徐海军于2008年8月30日，通过现场公开竞价成功竞得长沙市开福区元盛大厦车位43个。</p> <p>7、2008年10月28日，湖南省望城县人民法院作出民事裁定书，裁定长沙市开福区元盛大厦负一楼43个车位使用权为徐海军所有（分别为-101至-106、-108至-117、-119至-121、-124至-143号、-146至-149号）。</p>
-------------------	--

b、公司购买徐海军拍卖所得的涉诉资产

公司购买徐海军拍卖所得的涉诉资产过程	<p>1、2008年11月1日，徐海军与湖南多喜爱纺织科技有限公司签署《买卖合同》。徐海军同意将其持有元盛大厦负一楼4个车位使用权（-115、-116、-117、-119）转让给湖南多喜爱纺织科技有限公司。</p> <p>2、2008年11月12日，湖南省金环国际房地产公司与湖南多喜爱纺织科技有限公司签署《房地产买卖合同》，约定，将戩子桥025号-115、-116、-117、-118、-119号共5个车位转让给湖南多喜爱纺织科技有限公司。</p> <p>3、2009年7月20日，徐海军与湖南多喜爱纺织科技有限公司签署《车库使用权转让合同》。徐海军同意将其持有元盛大厦负一楼25个（-101至-104、-106、-108、-110至-113、-120至-121、-133至-140、-142、-143、-146至-148号）车位使用权转让给湖南多喜爱纺织科技有限公司。</p> <p>4、2009年7月20日，徐海军与刘金英签署《车库使用权转让合同》。徐海军同意将其持有元盛大厦负一楼6个车位（-124、-125、-130至-132、</p>
--------------------	---

	<p>-149号)使用权转让给刘金英。</p> <p>5、2009年8月,湖南省金环国际房地产公司与多喜爱签署《商品房买卖合同》,约定,将戛子桥025号-101至-104、-106至-108、-110至-113、-120至-123、-133至-140、-142至-148号共30个车位转让给多喜爱。</p> <p>根据湖南省望城县人民法院作出民事裁定书,徐海军通过拍卖取得的车位共43个(分别为-101至-106、-108至-117、-119至-121、-124至-143号、-146至-149号)。多喜爱现持有产权证的车位共35个,根据车库使用权转让合同,多喜爱分别于2008年、2009年向徐海军购买29个车位,另外6个(-118、-107、-122、-123、-144、-145)系向湖南省金环国际房地产公司购买取得。</p>
--	--

根据湖南省望城县人民法院作出民事裁定书,徐海军通过拍卖取得的车位共43个(分别为-101至-106、-108至-117、-119至-121、-124至-143号、-146至-149号)。多喜爱现持有产权证的车位共35个,根据车库使用权转让合同,多喜爱分别于2008年、2009年向徐海军购买29个车位,另外6个(-118、-107、-122、-123、-144、-145)系向湖南省金环国际房地产公司购买取得。

B、长沙市开福区人民法院(2010)开民一初字第1745号《民事判决书》执行情况

<p>长沙市开福区人民法院(2010)开民一初字第1745号《民事判决书》执行情况</p>	<p>1、2011年1月26日,李凤祥等9名自然人向湖南省长沙市开福区人民法院提交民事起诉状,称元盛大厦地下52个车位40多个被徐海军购买,且负一层车位全部被徐海军、多喜爱安装锁具导致业主无法停车,要求法院判决徐海军、多喜爱、刘金英与湖南省金环国际房地产公司签署的买卖合同无效,并撤除车位上的锁具。</p> <p>2、2011年1月26日,长沙市开福区人民法院作出裁决,判决多喜爱有限、徐海军、刘金英与湖南省金环国际房地产公司签署的《房地产买卖合同》无效,并要求多喜爱有限、徐海军拆除车位上的锁具,恢复车位原状。</p> <p>3、2013年10月,刘金英、多喜爱向长沙市开福区法院对已生效的(2010)开民一初字第1745号《民事判决书》申请再审。</p> <p>4、2013年10月18日,长沙市开福区人民法院作出(2013)开民监字第00019号民事裁定书,再审本案。</p> <p>5、2014年10月15日,湖南省长沙市开福区人民法院作出(2013)开民再初字第00030号《民事判决书》。该判决书称:多喜爱向徐海军签订的《买卖合同》及《车库使用权转让合同》购买的29个车库使用权合法有效,合法取得该29个车库的使用权,刘金英向徐海军购买6个车位的合同合法有效,其合法取得该6个车位的使用权。多喜爱、刘金英与湖南金环国际房地产公司签署的《房地产买卖合同》无效。</p> <p>6、2014年10月22日,刘金英就湖南省长沙市开福区人民法院作出(2013)开民再初字第00030号《民事判决书》向长沙市中级人民法院提交民事上诉状,上诉请求为(2013)开民再初字第00030号《民事判</p>
---	--

	判决书》关于原审被告湖南多喜爱纺织科技有限公司、刘金英、徐海军与湖南金环国际房地产公司签署的《房地产买卖合同》无效的判决是错误的，请予以撤销。
--	---

经核查，

1、发行人一直使用上述车位，并且在物业公司每年定期缴纳车位管理费，发行人申请再审程序时已经履行了(2010)开民一初字第 1745 号《民事判决书》规定的义务拆除了车位上的锁具。鉴于刘金英单独向长沙市中级人民法院提起了上诉，发行人与刘金英在本案中为共同诉讼人。因此，根据最高人民法院关于适用《民事诉讼法》的解释三百一十九条，发行人在本案二审程序中将作为原审被告参加二审诉讼。

2、根据《中华人民共和国民事诉讼法》及司法解释，人民法院按照审判监督程序再审的案件，发生法律效力判决是由第一审法院作出的，按照第一审程序审理，所作的判决当事人可以上诉。第二审人民法院对上诉案件，经审查一审判决若存在基本事实认定不清情况可发回原审法院重新审理，也可查清事实后改判，二审法院自行审理的上诉案件，应当组成合议庭开庭审理，鉴于，刘金英已向长沙市中级人民法院提起上诉，该案将会按照上诉程序由长沙市中级人民法院将会组成合议庭开庭审理或发回原审法院重新审理。若发回原审法院（长沙市开福区人民法院）重新审理，开福区人民法院审判后，当事人仍可在法定期限内向长沙市中级人民法院提起上诉，上诉后由长沙市中级人民法院作出终审判决。

C、涉诉资产的处置及其帐务处理情况

公司目前仍拥有元盛大厦停车场车位的使用权，未进行处置；公司对其按固定资产进行账务处理，并进行折旧摊销。由于诉讼尚未结束，因此公司在财务报表附注中将该项资产列入“所有权受到限制的资产”。截止 2014 年 12 月 31 日，该等车位账面价值为 274.00 万元，仅占发行人总资产 0.40%。

D、实际控制人是否根据承诺予以补偿及其原因

2012 年 3 月 12 日，发行人实际控制人陈军、黄娅妮出具《承诺函》，称：“如多喜爱股份所拥有的元盛大厦地下车位，被他人主张权利或被相关部门收回权属证书，而致使多喜爱股份不能使用该等车位，我们作为多喜爱股份实际控制人将足额补偿多喜爱股份因此发生的支出及所受损失”。

如上所述，（1）发行人已经长沙市开福区人民法院确定其对元盛大厦负一楼的29个车位拥有合法使用权；（2）根据长沙市房产局登记信息，35个车位目前均登记在发行人名下；（3）发行人仍在使用该等车位，法院依据审判监督程序的受理的二审程序并未审判终结，因此，实际控制人暂无需要履行其2012年3月12日作出的承诺。未来地下车位如被他人主张权利或被相关部门收回权属证书，而致使多喜爱不能使用该等车位，实际控制人将履行承诺，足额补偿发行人因此发生的支出及所受损失。

E、中介机构的专项意见

保荐机构及发行人律师认为：鉴于长沙市开福区人民法院作出（2010）开民一初字第1745号《民事判决书》已发生法律效力，徐海军、多喜爱有限与湖南省金环国际房地产公司签署的《房地产买卖合同》应确定为无效合同。但该车位为非经营性资产，且资产价值占发行人总资产的比例较低，且发行人实际控制人已作出相关承诺，因此该等车位使用权权属瑕疵对发行人生产经营不会造成重大影响，不构成本次发行及上市的法律障碍。

报告期内，公司固定资产未发生需提取减值准备的情形，故未计提资产减值准备。

（2）长期待摊费用

①报告期内公司长期待摊费用情况

单位：万元

项 目	2014年 12月31日	2013年 12月31日	2012年 12月31日
装修费	1,019.51	1,443.50	1,392.48
器架摊销	1,011.47	960.71	725.58
房租费	84.82	179.25	226.58
合 计	2,115.81	2,583.46	2,344.64
长期待摊费用占总资产比例	3.11%	4.83%	4.13%

报告期内，公司长期待摊费用占总资产比例较小，分别为4.13%、4.83%和3.11%。公司长期待摊费用主要由办公场所及直营店装修费、器架摊销和房租费构成。随着公司营销网络的增加，2013年末公司长期待摊费用中的装修和器架摊销费用有所上升。2014年度公司新开直营店铺相对较少，新增装修费支出相

应下降；加之前年度装修费逐步摊销，导致本年末公司长期待摊费用较期初略有减少。

②租赁合同期限在3年以内的直营店面数量、对应装修费金额情况

发行人直营门店主要设立在经济较为发达的二三线城市中商业气氛较为浓厚的地段，门店具有一定的稀缺性，房东基于盼望房租上涨的心理，一般情况下不愿签订5年以上的长期租约。事实上，发行人除关店外，基本上行使了房屋租赁合同中约定的同等条件下的优先续租权。报告期内，公司租赁合同期限在3年以内的直营店面数量、对应装修费金额情况如下：

项目	门店		装修费余额	
	数量(家)	数量占比	余额(万元)	占余额比
直营专卖店	9	9.38%	51.05	9.26%
直营专柜	14	14.58%	47.83	8.67%
合计	23	23.96%	98.88	17.93%

从上表可以看出，截至2014年末，租赁合同在3年以内的直营专卖店和直营专柜占比分别为9.38%和14.58%，其对应的装修费余额占比分别为9.26%和8.67%，数量和装修费余额占比都相对较小。

(3) 无形资产

①无形资产明细情况

单位：万元

项目	2014年 12月31日	2013年 12月31日	2012年 12月31日
土地使用权	3,767.55	3,849.13	3,930.71
软件系统	368.86	261.04	110.48
专利权	10.00	6.41	3.96
合计	4,146.41	4,116.57	4,045.14
无形资产占总资产比例	6.10%	7.70%	7.12%

公司无形资产主要为土地使用权、软件及专利权，无形资产的具体情况参见本招股说明书“第六节业务和技术”之“七、发行人主要固定资产及无形资产”之“（二）无形资产情况”。

报告期内公司无形资产规模基本稳定，主要由土地使用权构成。

②公司与长沙高新技术产业开发总公司进行土地使用权置换，具体情况如下：

公司土地置换的土地位置差异情况、置换土地的面积差异情况如下所示：

项目	置换前 土地使用权	置换后 土地使用权	差异情况
土地使用权证	长国用（2008）第061021号	长国用（2012）第003000号	-
位置	长沙大河西先导区高新区麓谷工业园长川路以南	长沙大河西先导区高新区规划路（瓦水路）以北地块	两块土地均位于长沙市高新区内，直线距离相差约3公里
使用权面积	27,591.71平方米	27,591.71平方米	置换土地的面积没有差异
评估报告	湘恒业土估字（2011）第176号	湘恒业土估字（2011）第177号	-

A、土地使用权置换的具体情况

2011年9月14日，多喜爱股份召开第一届董事会第三次会议，审议通过发行人以其持有的长国用（2008）第061021号《国有土地使用权》与长沙高新技术产业开发总公司持有的同等价值的长国用（2010）第093327号《国有土地使用权》进行置换，并对置换土地进行评估。

2011年12月30日，湖南恒业土地评估有限责任公司（省级B1级土地评估资质）分别对上述置换的土地使用权出具了湘恒业土估字（2011）176号、177号《土地评估报告》。该两宗置换的土地评估价值均为1,485万元。

2012年1月5日，公司与长沙高新技术产业开发总公司签署《土地置换协议》。该协议约定，公司以其持有的长国用（2008）第061021号《国有土地使用权》与长沙高新技术产业开发总公司持有的长国用（2010）第093327号《国有土地使用权》进行置换。

置换完成后公司于2012年1月获得长沙市国土资源局核发的长国用（2012）第003000号《国有土地使用权证书》。

B、置换原因

该次土地置换原因为：公司原有“长国用（2008）第061021号”土地使用权，

该宗土地使用面积为 27,591.71 平方米。公司本拟用该土地新建办公楼、物流中心及产业园，但由于面积不够，其相邻土地亦无法取得，因此与长沙高新技术产业开发总公司达成协议，以该宗土地置换对方相同面积土地使用权，取得“长国用（2012）第 003000 号”《国有土地使用权证书》，并计划购买相邻土地，从而增加公司所有的土地使用权总面积，利于公司按照计划建设办公楼、物流中心及产业园。

截至 2012 年 8 月，公司已按计划购买取得“长国用（2012）第 003000 号”土地的相邻土地使用权，并获得长沙市国土资源局换发的“长国用（2012）第 045468 号”《国有土地使用权证书》，总计面积为 44,678.89 平方米。

C、原土地取得方式、合法性和实际用途

公司原有“长国用（2008）第 061021 号”土地使用权，系公司于 2008 年根据国有土地使用权出让招拍挂程序取得，符合相关法律法规的要求。公司原计划利用该宗土地建设办公楼及物流中心，在开始建设后因公司规划扩张，土地面积不足而暂停实施，因此，该宗土地自取得至置换期间，尚未投入实际使用。

D、两块土地的面积、位置和评估作价依据

公司置换前所有的“长国用（2008）第 061021 号”和置换后所有的“长国用（2012）第 003000 号”土地使用权面积相同，均为 27,591.71 平方米。上述两块土地均位于长沙市岳麓区。

根据湖南恒业土地评估有限责任公司出具的湘恒业土估字（2011）176 号、177 号《土地评估报告》，上述两块土地评估作价时采取基准地价系数修正法与成本逼近法的简单算术平均值作为最终地价结果，两块土地评估价格均为 1,485 万元。

报告期内，公司无形资产未发生需提取减值准备的情形，故未计提资产减值准备。

（4）在建工程

①报告期内公司在建工程情况

单位：万元

项 目	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
多喜爱产业园建设项目	7,764.64	45.56	-
在安装设备	845.54	-	-
合 计	8,610.17	45.56	-

为应对市场需求快速变化、建立快速供应体系、提高公司线上和线下物流配送效率，2014 年度公司逐步推进产业园区建设。包括在安装设备支付在内，公司产业园建设项目累计支出不断增长，截至 2014 年末，累计工程支出达到 8,610.17 万元。

②2014 年末在建工程情况

A、在建工程构成

2014 年末，公司在建工程余额为 8,610.17 万元，主要为多喜爱产业园工程建设项目和在安装设备两部分构成，具体如下：

项 目		期末余额
多喜爱产业园建设项目	在建工程-安装调试费	16.16
	在建工程-待摊支出	266.59
	在建工程-工程款	7,481.88
	小计	7,764.64
在安装设备		845.54
合 计		8,610.17

B、在建工程明细

序号	在建工程 项目名称	预算金额 (万元)	截止 2014 年 末完工进度	预计完工 时间	预计产能
1	多喜爱产业园建设 项目	17,515.21	44.33%	2015 年底	套件类 108 万套； 被芯类 51.84 万 套；枕芯类 34.56 万套
2	在安装设备	7,067.95	11.96%	2016 年上半年	

注：完工进度按照工程累计投入占预算的比例计算。

③在建工程完工后对公司经营模式的影响

在建工程完工投产后，公司经营模式不会发生重大变化。

A、除生产厂房设备外，产业园项目还包括办公基地及物流中心

依据《多喜爱产业园项目可行性研究报告》，公司建设通过建设产业园，整

合公司分散运营的公司资源包括多喜爱集团总部、深圳市多喜爱纺织科技有限公司和上海多喜爱信息科技有限公司，统一规划和建设总部基地，以降低业务运营成本、提高业务协同效率，支撑业务流程的优化与管理创新，提高公司组织协调一体化的管理水平，促进公司发展战略实现。同时，通过建设产业园，以优良的环境吸引国内外高精尖人才来长沙发展，进而形成规模化的总部经济。

B、产业园项目主要应对新增网络销售产品，系对原有外协加工生产模式的补充

该产业园区投入后，仅对成品生产环节的外协加工方式进行了补充，其他经营环节并没有改变。

产业园项目新增产能主要与公司推出线上中高端产品相关，未来公司将加大中高端产品和高清印染的投入力度，开拓新的市场。公司外协加工商目前尚不具备加工此类产品的工艺和技术水平，作为对现有模式的补充，保障未来中高端产品推出的战略实施，公司自建生产基地进行自主生产。公司原有产品将会继续沿用原有的外协生产模式，本次新增产业园项目建成后不会导致公司经营模式发生重大变化。

(5) 其他非流动资产

截至 2014 年末，公司新增其他非流动资产 3,690.67 万元，主要为公司产业园区建设而预付的部分设备采购款。

(二) 负债分析

1、负债构成情况分析

报告期内公司负债情况如下：

单位：万元

负 债	2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日		2012 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债合计	20,000.95	74.07%	17,022.33	100.00%	26,404.74	100.00%
非流动负债合计	7,000.00	25.93%	-	-	-	-
合 计	27,000.95	100.00%	17,022.33	100.00%	26,404.74	100.00%

报告期内，公司负债合计额分别为 26,404.74 万元、17,022.33 万元和 27,000.95

万元。2013年末，公司负债总额17,022.33万元，较年初大幅减少9,382.41万元，一方面原因为公司调整采购策略，合理减少存货采购，在本期支付了大量到期的采购货款及外协加工费后，应付票据及应付账款规模下降；另一方面原因是公司期初大部分预收款项随收入确认结转后余额减少。2014年末公司负债总额较期初大幅增长，主要系公司为推动产业园区建设，获取7,000万元长期银行借款所致。

与流动资产结构相匹配，公司2012年及2013年负债全部为流动负债，主要原因在于：①委托加工的生产经营模式把生产环节外包，公司生产基地和设备投资金额少，长期资金需求压力小；②由于公司没有大型机器设备、房产等作抵押，公司主要通过担保方式从银行获得短期借款。2014年，随着公司产业园区建设项目推进，公司负债结构发生变化，长期负债相应增长。

2、流动负债情况分析

单位：万元

负 债	2014年12月31日		2013年12月31日		2012年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应付票据	8,253.00	41.26%	4,327.16	25.42%	7,839.00	29.69%
应付账款	6,314.96	31.57%	6,388.70	37.53%	11,349.48	42.98%
其他应付款	2,447.04	12.23%	2,415.64	14.19%	2,457.12	9.31%
应交税费	1,178.51	5.89%	1,426.07	8.38%	1,156.99	4.38%
应付职工薪酬	1,058.09	5.29%	1,412.77	8.30%	1,429.45	5.41%
预收款项	749.35	3.75%	1,051.99	6.18%	2,172.69	8.23%
短期借款	-	-	-	-	-	-
合 计	20,000.95	100.00%	17,022.33	100.00%	26,404.74	100.00%

流动负债结构中，主要为应付票据和应付账款，二者合计平均占比为69.49%，主要为公司尚未支付的原材料供货商货款和外协加工商加工费。

2013年末，公司应付账款、应付票据和预收账款余额有所下降，但流动负债结构与年初相比无重大变化。2014年末，公司流动负债总体规模较期初有所增长，主要系公司应付票据尚未到期结算，导致本期末流动负债结构中应付票据余额和占比较大提高。

(1) 应付票据

单位：万元

项 目	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
应付票据	8,253.00	4,327.16	7,839.00
占流动负债比重	41.26%	25.42%	29.69%

公司应付票据全部为银行承兑汇票，主要为公司应付原材料供应商货款和外协加工商加工费。公司较多采用银行承兑汇票进行结算，可以延迟资金支付，提高资金使用效率，也表明公司目前具有良好的信用水平和较强的议价能力。

2013 年末，应付票据规模下降，主要与公司结合市场变化和产品库存情况，及时调整采购策略，合理减少存货采购所致。2014 年末，应付票据余额和占流动负债比重均有所上升，主要系公司用票据结算的材料采购款及加工费尚未到期偿付所致。报告期内，公司与原材料供应商和外协加工商款项结算方式无重大变化。

(2) 应付账款

单位：万元

项 目	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
应付账款	6,314.96	6,388.70	11,349.48
占流动负债比重	31.57%	37.53%	42.98%

公司应付账款主要为公司正常生产经营过程中应付供货商材料采购款和外协加工商委托加工费用。

2013 年末公司应付账款余额较年初减少 4,960.78 万元，一方面原因系公司结合市场变化和产品库存情况，及时调整采购策略，合理减少存货采购导致的本期新增应付账款金额减少；另一方面原因系公司支付了年末到期的采购货款和外协加工费用，期末余额相应减少。

2014 年末，公司应付账款规模与 2013 年末规模基本持平，无重大变化。

(3) 其他应付款

公司其他应付款主要为公司收取加盟商缴纳的保证金。报告期内，其他应付款余额分别为 2,457.12 万元、2,415.64 万元和 2,447.04 万元，总体保持在较高的水平，主要原因是凭借多喜爱良好的市场美誉度和知名度，报告期内始终保持着大量优质的加盟商客户，因此加盟商保证金的规模保持基本稳定。

(4) 预收款项

公司预收款主要为公司预收加盟商的货款。报告期内，预收款项余额分别为 2,172.69 万元、1,051.99 万元和 749.35 万元。2013 年末余额较期初减少了 1,120.70 万元，主要原因系期初大部分预收款项随着收入确认而结转。2014 年末预收账款较期初进一步减少，一方面是期初部分预收货款随着本期销售实现结转而减少，另一方面是加盟商采购预付货款规模有所下降。公司预收款项账龄绝大部分在一年以内，截至 2014 年 12 月 31 日，公司一年内预收款项占比 99.97%。

(三) 偿债能力分析

1、偿债能力指标分析

报告期内公司主要偿债能力指标均不断提高，主要偿债能力指标如下：

项 目	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	2.31	2.56	1.79
速动比率（倍）	1.30	1.28	0.72
资产负债率（母公司）	37.31%	28.97%	45.02%
资产负债率（合并）	39.72%	31.83%	46.46%
项 目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
息税折旧摊销前利润（万元）	7,886.93	9,166.98	11,558.02
利息保障倍数（倍）	78.06	648.78	61.08

注：公司 2014 年度资本化的利息支出金额为 775,083.33 元

报告期内，公司流动比率基本呈现持续上升的趋势，说明公司短期偿债能力在不断提高；速动比率相对较低，主要是因为家纺行业的经营特点决定了期末存货余额较大。

报告期内公司资产负债率保持了合理水平，表明公司在业务规模扩大的基础上有效地控制了资产负债率上升，公司资产负债管理能力较强。其中，2013 年末资产负债率下降则主要系结算原因，公司偿还了大量经营性负债；2014 年末公司资产负债率上升主要系公司为产业园区建设筹集了长期银行借款。公司息税折旧摊销前利润及利息保障倍数均较高，表明公司盈利能力和长期偿债能力增强，可以足额偿还借款利息。本公司在各金融机构拥有良好的资信，近年来未发生贷款逾期不还的情况，在各贷款银行中信誉度较高。

综上所述，公司负债水平合理，资产流动性高，银行资信状况良好，具有较

强的抗风险能力和偿债能力。

2、同行业上市公司比较

指标	公 司	2014年 12月31日	2013年 12月31日	2012年 12月31日
流动 比率 (倍)	罗莱家纺(002293)	3.68	3.90	4.08
	富安娜(002327)	3.27	2.98	2.68
	梦洁家纺(002397)	2.06	1.98	2.12
	行业平均值	3.00	2.95	2.96
	本公司	2.31	2.56	1.79
速动 比率 (倍)	罗莱家纺(002293)	2.23	2.57	2.70
	富安娜(002327)	2.39	1.97	1.87
	梦洁家纺(002397)	1.25	1.03	1.11
	行业平均值	1.96	1.86	1.89
	本公司	1.30	1.28	0.72
资产 负债率 (合并)	罗莱家纺(002293)	20.15%	19.66%	19.13%
	富安娜(002327)	22.40%	24.37%	27.10%
	梦洁家纺(002397)	32.15%	32.94%	30.71%
	行业平均值	24.90%	25.66%	25.65%
	本公司	39.72%	31.83%	46.46%

注：数据来自同行业上市公司年报。

从报告期偿债能力指标比较来看，本公司流动比率和速动比率两项指标均低于行业平均值，主要原因系公司负债结构中以流动负债为主，负债基数较大，流动比率较低；同时，本公司存货占流动资产比例较高导致流动资产在扣除存货后的速动金额较小，速动比率较低。同行业公司比率较高主要是因为2009年和2010年三家公司均已实现上市，所有者权益大幅提高，流动负债占总资产比例很小，由此导致流动比率和速动比率较高。

报告期内公司资产负债率均高于行业平均值，主要原因系上述三家可比公司已经在深圳证券交易所实现上市，并获得股权融资，优化了资本结构，从而降低了资产负债率。公司资产负债率较高，公司处于高速成长阶段，对资金需求大，近几年主要通过负债融资进行业务拓展，相信本次资金募集到位后，将显著改善公司资本结构，降低资产负债率，提高抗风险能力。

(四) 现金流量分析

报告期内公司现金流量基本情况如下：

单位：万元

项 目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
经营活动产生的现金流量净额	9,684.34	5,080.06	6,739.96
投资活动产生的现金流量净额	-14,064.29	-2,351.14	-4,787.13
筹资活动产生的现金流量净额	6,922.49	-11.45	-3,461.36
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-0.13	-0.28	-
现金及现金等价物净增加额	2,542.41	2,717.19	-1,508.52

报告期内，公司现金及现金等价物净增加额分别为-1,508.52万元、2,717.19万元和2,542.41万元。下文分别从经营活动、投资活动、筹资活动三个方面对公司的现金流状况进行分析：

1、经营活动产生的现金流量分析

近三年公司经营活动产生的现金流量净额均为正数，经营活动现金回收情况不断改善，资金管理能力和不断提高，这主要得益于公司业务收入的不断增长、较强的销售货款回收能力、相对较长的原材料采购和外协加工费结算期。

2013年，公司经营活动产生的现金流量净额为5,080.06万元，较上一年度略有下降主要原因为：2013年度国内经济增长放缓，受市场环境变化影响，公司当期经营活动现金流入规模下降，较上年度减少了5,065.72万元；公司为应对市场变化有计划的对采购规模进行控制，适当减少了购买商品的现金支出，但由于当期人员工资、店面租金、税金等费用支出仍较上年度有所增长，最终经营活动现金流出规模仅较上年度压缩了3,405.81万元，压缩幅度仍小于经营活动现金流入减少幅度，导致当期经营性活动现金流量净额下降了1,659.90万元。

2014年，经营活动产生的现金流量净额为9,684.34万元，较上一年度有所增长，主要原因为：公司本期加盟渠道收入规模下降，当期经营活动现金流入规模也随之下降，较上年度减少了15,695.80万元；为应对经营活动现金流入规模的减少，公司一方面适当调减采购规模，同时充分运用银行信用，采用票据结算模式，减缓本期现金支出，减少了本期购买商品、接受劳务支付的现金支付，另一方面也加大了对期间费用的控制，为职工支付现金、各项税费以及其他与经营活动相关的现金支出均得到有效控制，最终经营活动现金流出规模下降了20,300.07万元。由于经营性现金流出规模下降幅度大于流入，导致本期经营活动产生的现金流量净额较上一年度增长了4,604.28万元，保持了良好的现金回收能力。

报告期，公司经营活动现金流与营业收入、净利润比率如下表：

单位：万元

项 目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
一、经营活动现金流量与收入的比较			
营业收入	67,211.10	81,253.09	79,848.37
销售商品、提供劳务收到的现金	77,226.48	91,972.81	96,117.44
销售商品、提供劳务收到的现金/营业收入	1.15	1.13	1.20
二、经营活动现金流量与利润的比较			
净利润	4,520.49	6,041.29	8,067.67
经营活动现金流量净额	9,684.34	5,080.06	6,739.96
经营活动现金流量净额/净利润	2.14	0.84	0.84

报告期内，本公司销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入的比率平均为 1.16，表明本公司的货款回收能力较强，考虑增值税影响因素，二者较为匹配，营业收入基本都能及时转化为现金流入，主要原因有：①公司对加盟商一般先收款后发货，仅对少量优质客户实行较为严格的信用政策，应收账款保持较低水平；②直营店产品销售以现款现货为主，仅有直营专柜与商场因结算时间差产生少量应收款。

公司近三年经营活动现金流量与净利润的比率平均为 1.27。综上表明，公司经营活动现金流量质量较高，公司经营活动产生现金流的能力较强。

2、投资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量均为负数，2012 年度至 2014 年度投资活动产生的现金净流量为-4,787.13 万元、-2,228.68 万元和-14,064.29 万元，表明公司报告期内投资力度较大。

2013 年度，投资活动支出主要为公司直营店铺租赁、器架、装修投入等终端建设费用。2014 年度投资活动支出则主要是公司产业园区建设及采购先进自动化设备的相关支出。

3、筹资活动产生的现金流量分析

报告期内筹资活动产生的现金流量净额分别为-3,461.36 万元、-11.45 万元和 6,922.49 万元。公司近几年业务规模保持合理和良性的扩张，对资金的需求相应增加，除依靠公司经营活动产生的净现金流入外，公司也通过银行借款规模为生产经营筹集资金。

2013 年度，因周转需要而向银行短期借款 1,187.31 万元用于支付货款，并产生利息 11.45 万元，该笔借款本息年内已向银行归还，除此，公司无其他筹资活动产生现金流量。2014 年度，公司为产业园区建设开展筹资活动，获得了 7,000 万元长期借款，筹资活动现金流量净额大增。

综上所述，公司现金流量正常，与经营状况匹配，偿债能力较强，加之公司信誉良好，同银行保持着良好的合作关系，无法偿还到期债务的风险较小。

（五）资产周转能力分析

1、应收账款周转率分析

公司应收账款周转率情况请参见本节之“一、财务状况分析”之“（一）资产分析”之“2、流动资产质量分析”之“（4）应收账款”中的分析。

2、存货周转率分析

公司存货周转率情况请参见本节之“一、财务状况分析”之“（一）资产分析”之“2、流动资产质量分析”之“（1）存货”中的分析。

二、盈利能力分析

（一）营业收入构成及变化分析

1、营业收入构成

报告期内公司营业收入构成情况如下：

单位：万元

项 目	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	66,924.03	99.57%	81,193.05	99.93%	79,765.21	99.90%
其他业务收入	287.07	0.43%	60.04	0.07%	83.16	0.10%
营业收入	67,211.10	100.00%	81,253.09	100.00%	79,848.37	100.00%

报告期内公司营业收入绝大部分来源于以套件、枕芯及被芯为主的各类家纺产品的销售。公司主营业务突出，报告期内公司主营业务收入占营业收入的比重分别为 99.90%、99.93%和 99.57%。公司的其他业务收入主要为代销凉席、余料、边角料、包装物销售等零星收入，对公司生产经营影响很小，以下主要通过主营业务收入相关信息分析公司盈利能力。

在国内经济增长速度放缓、行业竞争日趋激烈的情况下，公司报告期内公司营业收入规模出现了波动。2013年度，公司营业收入规模较2012年度基本持平，小幅增长了1.76%，这主要得益于公司自营渠道中网络销售渠道的快速发展，网络销售规模由2012年度的7,306.23万元增长到2013年度的11,272.69万元。2014年度，公司营业收入较2013年度出现下降，主要原因是在国内经济发展持续不景气的背景下，为压缩运营成本，维持总体盈利能力，公司主动削减了部分经营情况未达到预期目标的店铺，直营及加盟渠道店铺数量减少，导致营业收入总体规模出现下降。

2、主营业务收入分类分析

(1) 按销售渠道分析

①按销售渠道划分主营业务收入情况

报告期内公司主营业务收入按销售渠道划分如下：

单位：万元

项目	2014年度		2013年度		2012年度		
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	
自营渠道	直营店铺	18,920.97	28.27%	23,936.01	29.48%	24,227.58	30.37%
	网络销售	14,141.46	21.13%	11,272.69	13.88%	7,306.23	9.16%
	团购、内购等	2,549.18	3.81%	1,157.01	1.43%	401.09	0.50%
	小计	35,611.61	53.21%	36,365.70	44.79%	31,934.90	40.03%
加盟渠道	31,289.03	46.75%	44,802.31	55.18%	47,706.16	59.81%	
出口销售	23.40	0.03%	25.04	0.03%	124.16	0.16%	
主营业务收入合计	66,924.03	100.00%	81,193.05	100.00%	79,765.21	100.00%	

根据销售渠道控制力强弱、服务最终客户能力差异，公司销售渠道可以划分为自营渠道、加盟渠道及出口销售三大类。其中，自营渠道为公司控制并直接经营的销售渠道，服务最终客户能力最强，其又主要分为直营店铺（即实体店铺）、网络销售（即虚拟店铺）、团购及内购等形式。若根据是否拥有实体店铺区分，公司销售渠道中的直营店铺和加盟店铺渠道为实体店铺销售渠道，其形式为专卖店及商场专柜，其余渠道不需要实体店铺。

公司品牌效应不断增强，营销网络持续扩张，是促进公司销售收入增长的重要原因。公司自营渠道销售额在报告期内均保持了总体增长，由2012年度的

31,934.90 万元，增长至 2014 年度的 35,611.61 万元；自营渠道销售额占比也由报告期初的 40.03% 增长到 53.21%，公司对于销售渠道的控制力不断增强。

与此同时，为应对消费者网络消费习惯的发展，公司也不断加大网络销售渠道的投入及建设，2012 至 2014 年度网络销售金额分别为 7,306.23 万元、11,272.69 万元和 14,141.46 万元，网络销售规模快速增长。

报告期内，在国内经济增长速度放缓的背景下，实体店铺租金和人员工资等运营成本却仍居高不下，加之网络消费习惯的发展，公司实体店铺销售渠道的直营店铺及加盟渠道销售额及盈利能力受到一定程度的影响。为压缩运营成本，维持总体盈利能力，公司主动削减了部分经营情况未达到预期目标的店铺，店铺数量有所减少，因此报告期内作为实体店铺销售渠道的直营店铺及加盟渠道销售规模总体均出现下降。

② 实体店铺销售渠道发展情况分析

报告期内公司实体店铺销售渠道的直营和加盟专卖店、专柜数量变化情况如下：

单位：家

项 目	2014 年末		2013 年末		2012 年末	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比
直营专卖店及专柜	117	13.16%	166	14.14%	162	13.98%
加盟专卖店及专柜	772	86.84%	1,008	85.86%	997	86.02%
店铺合计	889	100.00%	1,174	100.00%	1,159	100.00%

由于直营模式对资金的需求量大，而特许加盟模式对资金的需求量较少。在公司自有资金不足的限制下，公司优先将有限的运营资金投入品牌到品牌推广、新产品设计研发及营销团队建设中，为增加公司销售网络的覆盖率及产品市场占有率，公司对于实体店铺营销网络的建设也侧重于吸纳加盟商。

2014 年末，作为实体店铺销售渠道的直营及加盟专卖店、专柜数量均出现下降，主要系公司主动削减了部分经营情况未达到预期目标的店铺，一方面可以压缩运营成本，维持总体盈利能力；另一方面也可以随之削减实体店铺货的资金占用，提高资金使用效率，为建设自有生产基地筹集资金。

③ 实体店铺销售渠道销售能力分析

A、实体店铺销售渠道店均销售情况

报告期内公司实体店铺销售渠道中的直营和加盟店均销售额变化情况如下：

单位：万元

年 度	2014 年度	2013 年度	2012 年度
直营渠道店均销售额	161.72	144.19	149.55
加盟渠道店均销售额	40.53	44.45	47.85

2012 年度至 2014 年度公司直营与加盟渠道店均销售额平均值分别为 151.82 万元及 44.28 万元。报告期内公司实体店铺销售渠道的直营和加盟渠道店均销售额均基本保持了稳定，波动不大，这主要得益于公司日益提高的品牌竞争力及强大的渠道运营能力。

B、直营渠道店均销售分析

直营渠道店均销售额较高的主要原因为：（1）直营店销售价格为零售价，而加盟店销售价格为公司对加盟商的批发价；（2）直营店的位置均位于各大城市的商业聚集区，普遍比加盟店所处的位置优越，人流量大、需求旺盛。上述特征也与同行业上市公司一致。

由于报告期内公司将主要资源投入在品牌推广、新产品设计研发及营销团队建设中，直营专卖店及专柜数量增长幅度不大。2014 年度，为应对国内经济不景气，压缩运营成本，维持总体盈利能力，公司主动削减了部分经营情况未达到预期目标的店铺，也使得直营店铺的单店盈利能力提高。

C、加盟渠道店均销售分析

2012 年度至 2014 年度，公司加盟渠道店均收入分别为 47.85 万元、44.45 万元和 40.53 万元，呈持续小幅下滑趋势，下滑原因主要有以下几方面：

a、宏观经营环境不利影响

受经济结构调整和外需疲弱的影响，中国经济呈低速增长的态势，居民收入增长缓慢，消费意愿普遍不强，国内零售环境低迷，市场消费增长动力不足。

b、电子商务对加盟商目标客户冲击更大

公司直营渠道门店主要分布于二线城市的核心商圈，而加盟商主要为三四线城市的企业或个体户，其门店渠道下沉程度更大，消费者的价格敏感度相对于直

营门店客户而言更大，因此加盟商门店销售更易受到电商冲击。

c、行业竞争加剧带来的不利影响

同行业上市公司近年来加大网络销售的力度，推出高性价比产品，市场竞争加剧，对公司原有的高性价比产品形成了冲击，其部分客户转为网络平台，客源有所流失。

尽管受到国内经济增长速度放缓、同行业激烈竞争的影响，报告期内发行人加盟渠道店均销售额持续小幅下降，但仍然保持了合理的单店盈利能力。未来公司将加大对于加盟商各方面的支持力度，提升加盟商的盈利能力。

D、加盟店销售均小于直营店均销售原因分析

a、直营门店以零售价统计销售额，而加盟门店以批发价统计销售额

直营店销售价格为零售价，而对加盟商销售价格为公司对加盟商的批发价。直营渠道销售店均销售额系以直接对终端客户的零售价格计算的店均销售额，而加盟渠道店均销售额系以所有加盟商整体采购金额除以加盟店数量所得，不是直接以加盟店对终端客户的零售价格计算的店均销售额。批发价格比零售价格低，统计口径上的差异，导致两类门店单店销售额差异较大。

b、门店分布和盈利能力的差异较大

公司直营门店的位置均位于各大城市的商业聚集区，普遍比加盟店所处的位置优越，人流量大、需求旺盛，单店的盈利能力相对较高；基于加盟商资金实力等各方面因素，其选址上通常难以拿到核心商圈，相应的人流量小，需求较低，单店盈利能力较弱。

c、小型加盟商采购偏低端产品比例较多

公司产品主要定位于二三线城市，公司加盟商主要为三四线城市的企业或个体户，其综合资金实力和管理水平相对较低。在面对市场环境变弱时，其转型能力和意愿较弱，为保持盈利平衡往往选择降低采购高端产品，多采购价位较低、客户需求大的低端产品，以减少库存资金积压。

E、加盟门店店均销售额与直营门店店均销售额变化趋势不一致原因

a、加盟渠道店均销售变化趋势

项目	2014 年度		2013 年度		2012 年度
	数据	变化率	数据	变化率	数据
加盟渠道销售额(万元)	31,289.03	-30.16%	44,802.31	-6.09%	47,706.16
加盟门店数量(家)	772	-23.41%	1,008	1.10%	997
加盟店均销售额(万元/家)	40.53	-8.81%	44.45	-7.11%	47.85

b、直营渠道店均销售变化趋势

项目	2014 年度		2013 年度		2012 年度
	数据	变化率	数据	变化率	数据
直营渠道销售额(万元)	18,920.97	-20.95%	23,936.01	-1.20%	24,227.58
直营门店数量(家)	117	-29.52%	166	2.47%	162
直营店均销售额(万元/家)	161.72	12.15%	144.19	-3.58%	149.55

c、变化趋势分析

报告期内，受整体经济形势以及互联网销售冲击等因素影响，实体渠道的加盟渠道和直营渠道销售额在报告期内均呈现不同程度的下滑趋势。

2013 年度，在实体加盟门店和直营门店数量较上年均有小幅增长情况下，加盟渠道和直营渠道销售额均有所下滑，导致加盟渠道和直营渠道店均销售额均小幅下滑，保持一致变化趋势。

2014 年度，实体渠道销售仍持续小幅下滑情况下，公司主动关闭盈利情况不理想的直营门店，调整了门店结构，保留下来的直营门店均具有较强的盈利能力。在直营门店在关店数量较多的情况下，且关闭直营门店均为经营不理想的店铺，因此直营渠道销售收入并非同比例下滑，而是小于门店的关店速度，导致以年末在营直营门店数量为基础，计算店均销售额时，单店销售额反而有所上涨。受累于宏观环境以及同行业电商冲击，公司主要加盟商本年度销售均呈现不同程度下滑，全年对加盟商销售下滑 30.16%，大于了本年度加盟渠道的门店关店速度 23.41%，使得加盟渠道店均呈现进一步下滑趋势。

(2) 按产品类型分析

报告期内公司主营业务收入按产品类型划分如下：

单位：万元

项目	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
套件类	38,173.41	57.04%	47,741.43	58.80%	47,674.84	59.77%
被芯类	14,939.27	22.32%	17,268.61	21.27%	16,929.11	21.22%

枕芯类	4,404.74	6.58%	5,389.78	6.64%	4,888.60	6.13%
夏凉类	4,355.28	6.51%	5,660.59	6.97%	5,326.08	6.68%
家饰类	4,282.67	6.40%	3,775.21	4.65%	3,600.47	4.51%
其他	768.65	1.15%	1,357.42	1.67%	1,346.11	1.69%
主营业务收入合计	66,924.03	100.00%	81,193.05	100.00%	79,765.21	100.00%

报告期内，公司产品销售良好，产品结构保持稳定。作为床上用品重要组成部分也是公司核心产品的套件、被芯及枕芯类的三大类产品销售在报告期内平均占比分别为 58.54%、21.60%及 6.45%，合计销售占比基本稳定在 87%左右。为提高产品系列丰富度，进一步促进核心产品的销售，公司在报告期内还适度加大了夏凉类及家饰类产品的产品开发力度，产品开发款数大幅提高，促使了报告期内夏凉类及家饰类产品销售额的增长。

其他类产品销售主要是外销产品、展示用品和宣传用品的销售收入，报告期内，其他类产品销售金额和占比逐年降低。

(3) 按销售地域分析

报告期内公司主营业务收入按销售地域划分如下：

单位：万元

项 目	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
国内销售小计	66,900.64	99.97%	81,168.01	99.97%	79,641.05	99.84%
其中：华中地区	37,664.04	56.28%	44,220.03	54.46%	44,388.96	55.65%
华东地区	13,135.88	19.63%	17,247.90	21.24%	17,396.82	21.81%
西南地区	5,528.43	8.26%	7,043.39	8.67%	6,513.86	8.17%
华北地区	3,351.63	5.01%	4,942.15	6.09%	4,586.17	5.75%
华南地区	5,130.41	7.67%	5,168.26	6.37%	4,289.32	5.38%
东北地区	1,052.13	1.57%	1,324.82	1.63%	1,595.89	2.00%
西北地区	1,038.13	1.55%	1,221.46	1.50%	870.02	1.09%
国外销售小计	23.40	0.03%	25.04	0.03%	124.16	0.16%
主营业务收入合计	66,924.03	100.00%	81,193.05	100.00%	79,765.21	100.00%

报告期内公司产品主要销往国内市场，国内市场销售占公司产品销售收入的 99%以上。国外市场销售则由于近年来人民币升值及国外宏观经济环境不景气的影响，销售收入的比重较低。

就国内销售地域划分来看，华中地区是公司销售核心的区域市场，报告期内

该区域收入在公司主营业务收入的占比平均值为 55%左右,是公司收入和利润的最重要来源。这主要由于公司总部地处华中地区的湖南省,在上述区域运营时间较久,公司品牌深入广大消费者,具有明显的区位优势。

华南、西南地区近年来经济发展迅速,居民生活水平逐步提高,是公司未来收入增长的一个重要区域。公司报告期内持续加大在该区域的营销力度,该地区销售收入占比总体不断上升。

总体而言,报告期内公司在全国各大区域的销售网络不断发展,已经初步建立起一个以华中地区为核心,辐射全国的销售网络。

(4) 按季节性分析

报告期内公司主营业务收入按季度划分如下:

单位:万元

项 目	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	16,175.61	24.17%	19,626.86	24.17%	16,972.44	21.28%
第二季度	13,722.77	20.50%	16,748.14	20.63%	15,598.12	19.56%
第三季度	14,453.64	21.60%	19,275.66	23.74%	20,423.12	25.60%
第四季度	22,572.01	33.73%	25,542.38	31.46%	26,771.53	33.56%
主营业务收入合计	66,924.03	100.00%	81,193.05	100.00%	79,765.21	100.00%

床上用品消费每年随季节更替出现一定的季节性特征,一般情况下,床上用品企业在夏季销售形势看淡,在春、秋、冬季市场需求相对旺盛,相应导致公司产品销售也存在一定的季节性波动特点。从公司各季度销售收入情况可见,公司产品在第四季度销售处于全年高点,第四季度销售收入占全年销售收入比重的大约 1/3;而第二季度则是全年销售的低点,其销售收入占全年销售收入比重的大约 1/5。

3、主营业务收入波动趋势与同行业对比分析

报告期内,公司主营业务收入呈现下滑趋势,与同行业三家上市公司变化趋势不完全一致,主要原因如下:

(1) 三家上市公司仅代表了家纺行业高端消费市场的一部分

近两年受国家宏观经济发展趋势放缓,电子商务冲击等诸多不利因素影响,

整体家纺行业受到冲击。虽然罗莱家纺、梦洁家纺和富安娜三家上市公司利用其资金、先发优势等有利条件率先转型并恢复小幅增长。根据国家统计局统计,2013年,我国家用纺织品行业1,810家规模以上企业实现主营业务收入2,611.90亿元。根据上述数据测算,上述三家上市公司2013年主营业务收入合计仅为58亿元,占比仅为2%左右。国家宏观经济发展趋势放缓、电子商务冲击,对行业内不同定位和经营策略的企业影响差异较大,上述三家上市公司的经营业绩仅代表整个家纺行业定位高端消费者的其中一部分。

除该三家上市公司外,其他家纺企业由于资金实力不足或产品定位差异等原因,在本次行业发展过程中转型相对较慢,呈现不同的下滑态势。如与公司定位相对接近,在香港联交所上市的卡撒天娇集团有限公司(证券代码:HK02223)在2013年度营业收入较2012年度轻微上涨4.30%,但净利润反而大幅下滑65.45%,2014年度营业收入同比下滑6.19%,净利润增长15.28%;中国泰丰床品控股有限公司(证券代码:HK00873)在2013年度,其营业收入中床品品牌产品收入较2012年度下滑16.44%,而2014年度更是发出盈利预警。

卡撒天娇报告期经营业绩情况如下:

单位:港币万元

项目	2014年度		2013年度		2012年度
	金额	变化率	金额	变化率	金额
营业总收入	46,281	-6.19%	49,334	4.30%	47,299
净利润	1,275	15.28%	1,106	-65.46%	3,202

此外,根据中国纺织工业联合会、中国家用纺织品行业协会等单位共同参与编制的《2014年中国纺织行业品牌发展报告》,通过对85家家纺自主品牌样本企业调查,样本家纺企业2013年度平均主营业务收入为4.8亿元,低于2011年样本企业5.2亿元;平均利润由2011年的3,410万元下降至2013年度的3,178万元,规模持续下滑。

(2) 电子商务冲击对主要服务于价格敏感性消费者的公司影响程度较大

同行业三家上市公司产品主要定位于高端客户,其销售区域为一线城市主流商圈,平均成交客单价较高。该类人群偏好风格趋向于华贵、具备仪式感的产品,属于品质敏感型客户,价格敏感程度不高,注重对产品的实际体验,对该类客户的销售不易受电商冲击。

公司主要定位于二、三线城市的年轻消费群体，销售区域为二、三线城市，平均成交单价较低。该类人群普遍重视产品性价比，产品体验要求不高，属于价格敏感型客户，该类客户更乐于电商消费。

(3) 三家已上市公司具有先发优势，短期转型效果明显

我国家用纺织品行业目前仍处于成长阶段，家纺企业正在逐步从产品价格的单一竞争时期进入到以品牌、设计、渠道建设和运营能力等多方面的综合水平竞争的时期，划分明晰、占据绝对优势的品牌格局尚未形成。罗莱家纺、梦洁家纺和富安娜，上述三家企业均已在资本市场实现上市，在业内具有较高的知名度和较强的竞争实力，占据有利的竞争地位，具有明显的先发优势，在应对行业转型时，可以动用的资源较多。

尽管三家上市公司报告期内逐步恢复增长，但其实体经营渠道也是受到不同程度冲击。罗莱家纺 2013 年度门店净增长 112 家，较 2012 年净增长 366 家而言增长速度明显放缓，其 2013 年度罗莱主品牌销售收入更是下降了 19.49%；梦洁家纺 2013 年度门店净增长 170 家，较 2012 年净增长 302 家而言增长速度也是明显放缓；富安娜 2013 年门店数量更是净减少 63 家，2014 年度净关店 195 家。

为应对互联网经济带来的对传统行业的冲击及机遇，家纺行业内企业对自身渠道做出了调整。对于行业内三家上市公司，因其产品定位高端的因素，其实体店铺渠道受电商冲击较小，渠道萎缩程度相对较小。与此同时，上述企业增加互联网低端品牌的投放，带来一定程度销量的增加。因高端品牌在低端价位更易被消费者接受，因而该部分增量能够完全抵消实体渠道萎缩的影响。以罗莱家纺为例，2013 年度其罗莱品牌销售收入下降了 19.49%，其营业收入增长主要依靠其他新开发品牌，特别是定位网络销售的相对低端品牌增长带动。

(4) 发行人收缩实体渠道对业绩影响较大，网络销售渠道增长短期未能抵消实体渠道的萎缩

为压缩运营成本，优化线下店铺，维持总体盈利能力，公司主动削减了部分经营情况未达到预期目标的店铺，直营及加盟渠道店铺数量减少。报告期内，公司销售终端数量由 2012 年度的 1,159 家，下降到 2014 年末的 889 家，导致报告期内实体渠道销售收入降幅较大。

公司在电商对传统行业冲击的形势下迅速对自身销售渠道做出调整，增加了

网络销售渠道的运营，报告期内也取得了良好的经营效果。网络消费渠道销售收入由 2012 年度的 7,306.23 万元，增长至 2014 年度的 14,141.46 万元，毛利率水平维持在平均 45% 的较高水平；自营渠道销售额占比也由报告期初的 40.03% 增长到 53.21%，公司对于销售渠道的控制力不断增强。公司报告期内并未选择大幅降价促销，降低毛利率打价格战，而是优化产品结构和门店结构；公司报告期内速动比率、流动比率、存货及应收账款周转率等财务指标均维持行业水平，为未来年度可持续发展保留了良好的发展基础。因公司本身定位于价格相对低、性价比高的产品，调整的短期效果不足以完全抵消线下实体渠道的萎缩。

(5) 发行人所得税税率变化也进一步造成业绩下滑

2014 年度公司未能通过高新技术企业认证，所得税税率由 2012 年度和 2013 年度的 15% 上升到 25%，增加当期所得税费用 605.95 万元，也是导致公司净利润下滑的一个重要因素。

综上所述，公司因目前尚未上市，自有资金不充裕，在市场环境整体疲软和受同行业电商产品等不利因素影响下，转型升级效果较同行业上市公司短期效果不明显，因此公司业绩仍在小幅下滑。但随着公司 2014 年度门店结构调整完成，逐步推出中高端产品并建成自有互联网销售平台，公司将打通线上线下两个市场，增加中高端产品的市场供应，拓宽市场需求，未来将逐步恢复增长态势。

(二) 营业成本构成及变化分析

报告期内公司营业成本构成情况如下：

单位：万元

项 目	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	38,066.61	99.75%	47,983.06	99.97%	48,479.53	99.91%
其他业务成本	96.58	0.25%	16.12	0.03%	41.31	0.09%
营业成本合计	38,163.19	100.00%	47,999.18	100.00%	48,520.84	100.00%

与公司营业收入构成相匹配，报告期内公司主营业务成本占营业成本比重也维持在 99% 以上。

报告期内公司主营业务成本分类列表如下：

单位：万元

项 目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
-----	---------	---------	---------

	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主料	29,497.87	77.49%	37,428.14	78.00%	37,787.05	77.95%
辅料	965.62	2.54%	939.32	1.96%	844.15	1.74%
外协加工费	4,764.20	12.52%	6,049.77	12.61%	6,991.01	14.42%
包装料等	2,838.92	7.46%	3,565.84	7.43%	2,857.32	5.89%
主营业务成本合计	38,066.61	100.00%	47,983.06	100.00%	48,479.53	100.00%

在公司主营业务成本构成中，主料成本系公司采购坯布、成品布及填充料等的成本；辅料成本主要系唛头、花边、棉绳等的成本；包装料成本主要系纸板、胶袋、纸箱、彩盒等用于产品外观包装的材料成本；外协加工费则是公司支付给外协加工商的加工费用。报告期内，公司主营业务成本构成稳定，其中主料成本及外协加工费为主要组成部分，两者合计占比在 90%左右。

公司主营业务成本构成与公司经营管理模式相符。首先，由于公司产品采用外协加工的生产模式，因此主营业务成本主要由主料、辅料、包装材料成本及外协加工费构成。其次，公司绝大部分产品采用直接采购的方式进行，即由公司负责采购主料、辅料及包装材料，再交由外协加工商生产，公司最终向外协加工商支付一定金额的加工费，因此公司主营业务成本中，主料、辅料及包装材料等的材料费用占比较高，报告期内平均在 90%左右。

（三）毛利率及其主要影响因素分析

1、不同销售渠道对主营业务毛利率影响分析

（1）不同销售渠道毛利率变化分析

报告期内，公司不同销售渠道的毛利率及销售占比情况如下：

渠道分类		毛利率		
		2014 年度	2013 年度	2012 年度
(1)自营渠道	直营店铺	55.48%	52.25%	50.40%
	网络销售	43.69%	46.12%	46.20%
	团购、内购等	39.45%	32.80%	27.07%
	自营渠道毛利率	49.65%	49.73%	49.14%
(2)加盟渠道		35.69%	33.73%	32.60%
(3)出口销售		46.34%	45.20%	30.85%
主营业务毛利率		43.12%	40.90%	39.22%
渠道分类		销售占比		
		2014 年度	2013 年度	2012 年度
(1)自营渠道	直营店铺	28.27%	29.48%	30.37%
	网络销售	21.13%	13.88%	9.16%

	团购、内购等	3.81%	1.43%	0.50%
	收入占比小计	53.21%	44.79%	40.03%
(2)加盟渠道		46.75%	55.18%	59.81%
(3)出口销售		0.03%	0.03%	0.16%
主营业务收入占比合计		100.00%	100.00%	100.00%

公司自营渠道中,销售占比较大的直营店铺渠道及网络销售渠道主要系按照零售价与客户结算并确认销售收入,而加盟渠道销售系按照批发价格与加盟商结算并确认收入,由于零售价高于批发价,因此,公司报告期内自营渠道的毛利率平均为 50%左右,远高于加盟渠道平均 34%左右的毛利率。在公司自营渠道中,主要基于销售价格的差异,直营店铺销售渠道毛利率水平最高,平均值在 53%左右;网络销售渠道毛利率相对略低,平均值在 45%左右;而团购、内购等其他自营渠道的毛利率水平最低,平均为 33%,与加盟渠道批发销售毛利率水平基本一致。

就销售价格而言,直营店铺由于需要承担实体店铺租金及较多的销售人员成本,其销售价格最高;网络销售由于节约了实体店铺租金及销售人员成本,公司可以适度让利消费者,其销售价格相对实体店面低;而团购、内购由于销售较为零星,单笔订单金额相对较大,其销售折扣相对较大,导致团购及内购等销售价格最低。

A.直营店铺渠道毛利率变化分析

报告期内,受益于公司品牌美誉度的不断增强、产品结构的不断优化,公司直营店铺渠道销售毛利率基本保持了良好的发展趋势,一直保持在 50%以上的高水平,且持续增长。2012 年度公司直营渠道销售毛利率相对较低,主要原因系公司在 2012 年度实施更为灵活的营销政策,一方面适度调低售价,让利给最终客户;另一方面公司举行以直营店铺渠道为主的促销活动,由于促销活动产品毛利率相对较低,拉低了直营渠道整体毛利率。2013 年度及 2014 年度,公司直营店铺渠道毛利率持续提升,主要得益于公司实施有效的成本控制计划的同时合理调整销售价格,使得各主要的产品毛利率全面提升。

B.网络销售渠道毛利率变化分析

公司自营渠道中网络销售渠道的发展迅速,网络销售规模由 2012 年度的 7,306.23 万元快速增长到 2014 年度的 14,141.46 万元。2012 年度及 2013 年度,

网络销售毛利率水平较为稳定，维持在 46%左右；2014 年度，网络销售渠道毛利率水平下降至 43.69%，主要系本期公司加大了网络销售的推广力度，为配合市场推广，公司下调了销售价格。

C. 加盟销售渠道毛利率变化分析

就加盟渠道销售而言，公司报告期内加盟渠道销售毛利率呈逐年小幅上升趋势。2013 年度及 2014 年度，同样得益于公司实施有效的成本控制及合理调整销售价格，公司加盟渠道毛利率也持续有所提高。

D. 团购、内购及出口等销售渠道毛利率变化分析

报告期，公司团购、内购产品销售金额、销售占比和毛利率情况如下：

项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
团购销售	2,346.77	1,103.12	338.58
内购等销售	202.41	53.89	62.50
合计销售金额	2,549.18	1,157.01	401.09
合计销售占比	3.81%	1.43%	0.50%
综合毛利率	39.45%	32.80%	27.07%

报告期内，公司团购、内购产品销售占比和毛利率均呈现逐年增长趋势，毛利率从 2012 年度的 27.07%增长至 2014 年的 39.45%。其中，公司团购销售的主要是深圳子公司经营的主要产品：手术室纺织产品和病房纺织产品等。目前高端医护纺织是公司的强项和主打产品，市场竞争少，毛利率较高。随着公司快速抢占市场份额，目前公司已经与香港大学深圳医院、北京大学人民医院等多家知名医院进行了合作，取得了良好的市场口碑，未来公司将进一步加大资金投入和市场开拓力度，这部分产品将持续为公司带来新的、可持续的利润增长点。

公司内购销售的产品主要是公司内部处理部分存在瑕疵或库龄较长的产品，相应的毛利率水平较低；公司报告期内购产品总体销售金额较小，未来也不具有可持续性，公司整体销售不具有重大影响。

公司出口销售的产品金额和占比均较小，对公司整体销售毛利率影响很小。

(2) 不同销售渠道对于公司主营业务毛利率变动影响的综合分析

不同销售渠道对于公司主营业务毛利率变动影响的综合分析如下表：

渠道分类	2014 年度较 2013 年度变动
------	--------------------

		各渠道毛利率 变动影响	各渠道销售比 变动影响	合计
(1)自营渠道	直营店铺	0.91%	-0.63%	0.28%
	网络销售	-0.51%	3.34%	2.83%
	团购、内购等	0.25%	0.78%	1.04%
(2)加盟渠道		0.92%	-2.84%	-1.93%
(3)出口销售		0.00%	0.00%	0.01%
合计		1.57%	0.65%	2.22%
渠道分类		2013 年度较 2012 年度变动		
		各渠道毛利率 变动影响	各渠道销售比 变动影响	合计
(1)自营渠道	直营店铺	0.55%	-0.45%	0.10%
	网络销售	-0.01%	2.18%	2.17%
	团购、内购等	0.08%	0.25%	0.33%
(2)加盟渠道		0.63%	-1.51%	-0.88%
(3)出口销售		0.00%	-0.04%	-0.04%
合计		1.25%	0.43%	1.68%

注 1：各渠道毛利率变动影响，是指各渠道本年毛利率较上年毛利率的变动额×各渠道本年销售收入占本年主营业务收入的比。

注 2：各渠道销售比变动影响，是指各渠道本年销售收入占本年主营业务收入比较上年主营业务收入比的变动额×各渠道销售上年的毛利率。

2013 年度，得益于公司产品毛利率的全面提升，自营渠道的直营店铺渠道和加盟渠道销售毛利率较 2012 年度均有所提升，在其他渠道毛利率基本持平的情况下，提升公司主营业务毛利率上升 1.25 个百分点；自营渠道的网络渠道销售规模在 2013 年实现较大发展，销售金额增长的同时，销售占比的提升拉升公司主营业务毛利率 0.43 个百分点。在公司渠道毛利率及结构变化两方面因素共同作用下，公司 2013 年度主营业务毛利率总体上涨 1.68 个百分点，提升至 40.90%。

2014 年度，受益于公司原材料采购单价降低和公司加强成本控制的有利因素影响，公司产品毛利率本期得到全面提升，公司各销售渠道毛利率基本都在升高，相应提升公司主营业务毛利率上升 1.57 个百分点；毛利率水平较高的网络销售渠道在本期销售占比持续上升，提高公司主营业务毛利率 0.65 个百分点。在公司各渠道毛利率及结构变化两方面因素共同作用下，公司 2014 年度主营业务毛利率总体上涨 2.22 个百分点，提升至 43.12%。

2、不同产品类型对主营业务毛利率影响分析

(1) 不同产品类型毛利率变化分析

报告期内，公司不同产品类型的毛利率及销售占比情况如下：

产品分类	毛利率		
	2014 年度	2013 年度	2012 年度
套件类	45.24%	42.60%	40.94%
被芯类	42.33%	40.78%	39.81%
枕芯类	46.91%	45.94%	44.12%
夏凉类	37.08%	34.79%	33.18%
家饰类	32.35%	31.46%	23.71%
其他	25.57%	14.56%	18.72%
合 计	43.12%	40.90%	39.22%
产品分类	销售占比		
	2014 年度	2013 年度	2012 年度
套件类	57.04%	58.80%	59.77%
被芯类	22.32%	21.27%	21.22%
枕芯类	6.58%	6.64%	6.13%
夏凉类	6.51%	6.97%	6.68%
家饰类	6.40%	4.65%	4.51%
其他	1.15%	1.67%	1.69%
合 计	100.00%	100.00%	100.00%

按照不同产品类型划分，报告期内公司套件、被芯及枕芯这三类核心产品的毛利率较高，而作为核心床上用品的配套使用的夏凉、家饰及其他产品的毛利率则相对较低。

2013 年度，公司各类主要产品毛利率较上年度均有所提高，一方面得益于公司在升级产品结构的同时，加强对成本的有效控制，原材料采购成本及单位外协加工费有所下降；另一方面得益于销售毛利率水平较高的网络销售渠道销售占比上升。

2014 年度，主要受益于原材料采购单价下降、加强成本控制和自营渠道中毛利率水平相对较高的网络销售、团购等渠道销售占比提升等因素的共同影响，公司各类主要产品毛利率较上年度均有所提高，综合毛利率从 2013 年度的 40.90%增长至 2014 年度的 43.12%，增长了 2.22 个百分点。

家饰类产品系为促进核心产品销售而设计的各种产品，主要包括根据睡眠需求选择搭配使用的软垫、毯类、单独使用的被袋、床单、枕袋等，以及装饰家居环境或特殊使用需求所使用的抱枕、配饰、礼袋等产品。其他类产品销售主要是

外销产品、展示用品和宣传用品的销售收入。由于家饰类与其他类产品的构成复杂、一致性较低，且销售相对零星、定价不具规律性，因而毛利率波动较大。

(2) 不同产品类型对于公司主营业务毛利率变动影响的综合分析

不同产品类型对于公司主营业务毛利率变动影响的综合分析如下表：

项 目	2014 年度较 2013 年度变动		
	各产品毛利率变动影响	各产品销售比变动影响	合计
套件类	1.51%	-0.75%	0.76%
被芯类	0.35%	0.43%	0.78%
枕芯类	0.06%	-0.03%	0.03%
夏凉类	0.15%	-0.16%	-0.01%
家饰类	0.06%	0.55%	0.61%
其他	0.13%	-0.08%	0.05%
合 计	2.25%	-0.03%	2.22%
项 目	2013 年度较 2012 年度变动		
	各产品毛利率变动影响	各产品销售比变动影响	合计
套件类	0.98%	-0.40%	0.58%
被芯类	0.21%	0.02%	0.23%
枕芯类	0.12%	0.22%	0.34%
夏凉类	0.11%	0.10%	0.21%
家饰类	0.36%	0.03%	0.39%
其他	-0.07%	0.00%	-0.07%
合 计	1.71%	-0.03%	1.68%

注 1：各产品毛利率变动影响，是指各产品本年毛利率较上年毛利率的变动额×各产品本年销售收入占本年主营业务收入的比。

注 2：各产品销售比变动影响，是指各产品本年销售收入占本年主营业务收入比较上年主营业务收入比的变动额×各产品上年的毛利率。

根据上表分析，报告期内公司产品结构相对稳定，因此相对于产品结构的变化而言，各类产品毛利率的变动对公司主营业务毛利率的影响更大。2013 年，在公司各类产品毛利率水平总体上涨的情况下，拉升主营业务毛利率上涨 1.71 个百分点，在抵消当期各产品销售占比变动负的 0.03 个百分点的影响后，当期主营业务毛利率上涨 1.68 个百分点。2014 年度，公司主营业务毛利率进一步提升，主要得益于公司各产品毛利率的上涨带动主营业务毛利率上涨 2.25 个百分点，抵减当前各产品销售占比变动负的 0.03 个百分点影响后，主营业务毛利率增长了 2.22 个百分点。

(3) 核心产品类型单位售价及成本变化分析

报告期内公司核心产品单位价格及成本变化情况如下表：

单位：元/套、元/件

产品分类	项目	2014 年度		2013 年度		2012 年度
		金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
套件类	单位售价	252.53	-6.21%	269.25	0.94%	266.75
	单位成本	138.28	-10.53%	154.55	-1.90%	157.55
被芯类	单位售价	223.42	3.20%	216.49	-8.15%	235.71
	单位成本	128.85	0.50%	128.21	-9.64%	141.89
枕芯类	单位售价	42.56	2.41%	41.56	2.34%	40.61
	单位成本	22.59	0.53%	22.47	-0.97%	22.69

由上表可见，得益于公司对产品成本的有效控制，2013 年公司套件类和枕芯类产品单位成本均呈下降趋势，但其单位售价的小幅上涨，提高了产品毛利率。其中，套件类产品单位售价上涨主要得益于公司 2013 年加大了高价位段产品的开发和上市推广力度；枕芯类产品的单位售价上升，则主要是因为公司调整了枕芯产品销售结构，控制低价位产品的销售的同时加大了中高价位段产品的销售比重。2013 年度，被芯类产品的售价和成本下降幅度较大，除受产品采购成本下降因素影响外，单位售价和单位成本均较低的促销类产品销售比重有所提高，进而进一步拉低了整体的单位售价和成本。在成本下降的同时，公司合理调整被芯类产品销售价格，从而保证了该产品合理的毛利率水平。

受原材料坯布、成品布采购单价下降以及公司加强成本控制等有利因素影响，2014 年度公司的产品单位成本持续得到了有效控制。其中，耗用布料较多的套件类产品成本由于原材料坯布及成品布采购单价下降幅度较大，其单位成本下降了 10.53 个百分点，公司适当下调了套件类产品的销售价格，从而保证了套件产品合理的毛利率。而被芯和枕芯类产品在成本小幅上涨的情况下，单位售价有所上涨主要系高毛利产品本期销售占比的提高，从而拉高了整体的被芯和枕芯类产品毛利率。

3、毛利率敏感性分析

影响公司产品毛利率的因素众多，现以产品单位售价和单位成本两个影响因素的变动对毛利率的变动作敏感性分析如下：

假定单位成本不变，则公司产品单位售价上涨 1%对公司综合毛利率的敏感

性影响如下表所示:

项 目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
主营业务收入 (万元)	66,924.03	81,193.05	79,765.21
加权平均单价 (元/件、套)	207.29	216.51	219.00
加权平均单价变动 1%对综合毛利率的影响	0.56%	0.59%	0.60%

假定单位售价不变,则公司产品原材料中的坯布、成品布及填充料等主料采购成本上涨 1%对公司综合毛利率的敏感性影响如下表所示:

项 目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
主料成本 (万元)	29,497.87	37,428.14	37,787.05
主营业成本 (万元)	38,066.61	47,983.06	48,479.53
主料成本占主营业务成本比例	77.49%	78.11%	77.94%
主料成本变动 1%对主营业务成本的影响	0.77%	0.77%	0.78%
主料成本变动 1%对综合毛利率的影响程度	-0.44%	-0.46%	-0.47%

根据上表,公司产品售价对毛利率的敏感系数稍大于原材料价格对毛利率的敏感系数。未来,公司将通过积极研发设计新花型、新款式、新材质、新功能的产品,不断拓展高毛利率的直营渠道,加强实行成本控制、节约开支等方式不断提高产品毛利率。

4、销售单价、毛利率与同行业上市公司对比分析

(1) 销售单价与同行业上市公司对比分析

根据同行业上市公司以前年度披露的招股书及年报信息,公司产品的平均零售价格较同行业三家上市公司略低。公司的销售区域侧重于国内二、三线城市,产品定位于该区域的中高端市场,避免在京沪广深等一线城市与三家上市公司展开高端市场的竞争,将消费群体主要锁定为二、三线城市市场的年轻人群体。与同行业三家上市公司相比,公司产品的消费群体年龄层次较低,对商品的价格敏感性较强,对产品性价比的要求较高,因此,公司在产品定价上充分考虑目标消费群体的消费能力和消费偏好,将公司产品的零售价格设置在相对较低的范围内。

(2) 毛利率与同行业上市公司对比分析

报告期内,公司与行业内其他公司的主营业务毛利率比较情况如下:

公司名称	2014 年度	2013 年度	2012 年度
------	---------	---------	---------

富安娜	51.21%	51.62%	48.85%
罗莱家纺	45.09%	44.32%	42.80%
梦洁家纺	45.50%	44.13%	43.45%
平均值	47.27%	46.69%	45.03%
本公司	43.12%	40.90%	39.22%

注：数据来自同行业上市公司年报。

公司毛利率处于合理水平，略低于同行业上市公司平均水平，主要原因如下：

①市场定位差异的影响。产品的市场定位差异是影响毛利率水平的主要因素。公司与同行业上市公司相比，主要消费群体定位于二、三线城市的年轻消费者，由于该消费群体对产品价格较为敏感，注重产品的性价比，因此公司产品单价较低，导致公司的产品毛利率较低；而同行业上市公司在产品单价上均略高于本公司，如梦洁家纺，由于其产品工艺复杂、销售单价较高，因此毛利率也高于公司。

②渠道结构差异的影响。销售渠道对公司的毛利率水平具有一定影响。通常情况下，自营渠道的毛利率水平高于加盟渠道的毛利率水平。报告期内，公司为充分利用自身资源迅速拓展市场，较多地采用了加盟模式进行渠道建设，因此，在公司加盟渠道占比相对较高的情况下，导致公司的毛利率水平相对较低。

（四）公司利润来源及相关因素变化分析

1、利润构成分析

报告期内公司利润构成情况如下：

单位：万元

项 目	2014 年度		2013 年度		2012 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业利润	5,036.70	-27.10%	6,908.93	-17.72%	8,397.17
利润总额	5,972.89	-19.48%	7,417.72	-23.49%	9,694.69
净利润	4,520.49	-25.17%	6,041.29	-25.11%	8,067.17
营业利润占利润总额比	84.33%		93.14%		86.62%

报告期内主营业务突出，报告期内利润总额主要来源于营业利润，2012 年度至 2014 年度公司营业利润占利润总额的比例分别为 86.62%、93.14%和 84.33%；公司营业利润与利润总额两者差异较小，说明公司非经常性损益占比不大，对公司的利润水平基本没有太大影响。2012 年度及 2014 年度公司营业利润

占利润总额比分别为 86.62%和 84.33%，较其他年度占比相对较低，主要原因为公司 2012 年度及 2014 年度分别获得了共计 1,236.06 万元及 760.82 万元的政府补助款项。

2013 年度，在国内经济增长放缓的情况下，由于人工成本、店面租金以及研发支出增长等因素导致的费用支出增长较快，使得营业利润较上年度有所下滑。2014 年度，公司主动削减了部分经营情况未达到预期目标的店铺，控制了期间费用总额增长，但由于 2014 年度营业收入总体规模出现下降，导致本期营业利润仍出现下降。

2014 年度，公司净利润水平出现较大幅度下降，除因 2014 年度营业收入总体规模出现下降，导致净利润下降以外，本期公司适用企业所得税税率由 2012 年度和 2013 年度 15%的企业所得税优惠税率上升到 25%，也进一步拉低了本期的税后净利润。

2、利润来源分析

报告期，公司主要产品的毛利和毛利贡献率如下表所示：

单位：万元

产品分类	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	毛利	毛利贡献率	毛利	毛利贡献率	毛利	毛利贡献率
套件类	17,270.37	59.85%	20,338.11	61.24%	19,517.19	62.38%
被芯类	6,323.70	21.91%	7,041.66	21.20%	6,738.80	21.54%
枕芯类	2,066.47	7.16%	2,475.95	7.46%	2,156.64	6.89%
夏凉类	1,614.88	5.60%	1,969.13	5.93%	1,767.41	5.65%
家饰类	1,385.46	4.80%	1,187.51	3.58%	853.60	2.73%
其他产品	196.53	0.68%	197.63	0.60%	252.05	0.81%
合计	28,857.43	100.00%	33,209.99	100.00%	31,285.68	100.00%

报告期内，公司主营业务毛利规模总体保持了稳定。2013 年度公司主营业务毛利规模较 2012 年度有所增长，主要得益于公司销售业务规模的不断扩大。2014 年度，公司主营业务毛利规模出现下降，主要原因是在国内经济发展持续不景气的背景下，为压缩运营成本，维持总体盈利能力，公司主动削减了部分经营情况未达到预期目标的店铺，店铺数量有所减少，导致 2014 年度营业收入总体规模出现下降。

在公司五大类产品中，利润主要来源于套件类、被芯类和枕芯类产品，三者

合计毛利贡献率 2012 至 2014 年度分别为 90.81%、89.90%和 88.92%，其中又以套件类毛利贡献率最大，平均贡献率在 61%左右。

3、期间费用变化分析

(1) 各项主要费用占营业收入分析

报告期内公司期间费用及占营业收入的比重情况如下表：

单位：万元

项 目	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重
销售费用	15,877.85	23.62%	18,998.46	23.38%	17,203.14	21.54%
管理费用	7,460.08	11.10%	6,478.87	7.97%	5,049.87	6.32%
财务费用	-64.65	-0.10%	-15.62	-0.02%	163.73	0.21%
合 计	23,273.29	34.63%	25,461.70	31.34%	22,416.75	28.07%

2012 年度至 2014 年度，公司期间费用合计分别为 22,416.75 万元、25,461.70 万元和 23,273.29 万元，总体呈增长趋势；三项期间费用占营业收入的比重分别为 28.07%、31.34%和 34.63%。其中以销售费用为主，平均占营业收入比重为 22.85%。

2013 年度公司销售费用、管理费用及销售费用率、管理费用率较上年度均有所增长，一方面原因是因为公司平均人员薪酬水平上涨以及本年前三季度销售人员数量增长导致的人工成本上升；另一方面原因是随着公司业务规模的扩展而导致的技术开发费、门店租赁费、折旧费、办公及差旅等费用上涨。

2014 年度，虽然公司主动削减了部分经营情况未达到预期目标的店铺，控制了期间费用总体规模的增长，但公司销售费用率、管理费用率仍较上年度有所增长，原因一方面为公司广告宣传费、技术研发等费用持续增长；另一方面则是公司营业收入规模相对缩小。

(2) 销售费用变动分析

①销售费用率变动分析

报告期内公司销售费用及销售费用率变动情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
销售费用	15,877.85	18,998.46	17,203.14
营业总收入	67,211.10	81,253.09	79,848.37
销售费用率	23.62%	23.38%	21.54%

公司销售费用规模存在一定幅度波动，主要随着公司销售规模而同比变化。公司销售费用金额较高，占期间费用比重较大是由公司的发展战略和营销策略所决定的。作为传统的家纺行业，产品设计和渠道建设已经成为公司核心竞争力和市场争夺的关键，想要建立优秀的品牌形象和赢得持续发展的能力，就需要在营销渠道建设方面投入较高人力成本和资金成本。

2013 年度，公司销售费用率由 21.54% 上涨到 23.38%，主要系销售人员工资及门店租金水平增长过快导致。2014 年度，公司通过削减经营不理想店铺方式，压缩运营成本，有效控制 2014 年度的销售费用率增长幅度，维持了公司总体盈利能力。

②销售费用明细变动情况分析

报告期内公司主要销售费用明细变动情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2014 年度		2013 年度		2012 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
人工成本	4,883.68	-23.09%	6,349.97	7.55%	5,904.09
租赁费	3,766.92	-22.11%	4,836.48	20.90%	4,000.44
广告及业务宣传费	1,426.93	-0.16%	1,429.28	-6.69%	1,531.83
运输费	1,372.38	2.74%	1,335.74	28.98%	1,035.61
装修费及器架费摊销	984.27	3.08%	954.87	32.87%	718.66
终端拓展建设费	1,035.84	-6.60%	1,109.06	-9.24%	1,221.93
商场费用	913.80	1.63%	899.15	8.61%	827.83
办公费及差旅费	383.57	-39.77%	636.83	13.53%	560.92
水电费	302.75	-29.90%	431.88	-1.00%	436.22
修理费	190.64	-30.29%	273.46	15.57%	236.61
折旧费	127.27	-18.66%	156.46	5.25%	148.65
通讯费	79.28	-18.64%	97.44	14.44%	85.15
其他	410.53	-15.85%	487.86	-1.48%	495.19
合 计	15,877.85	-16.43%	18,998.46	10.44%	17,203.14

从上述表格中可以看出，报告期内公司销售费用主要为人工成本和租赁费用，平均占比分别 57.57%、58.88% 和 54.48%，合计已超过半数；公司销售费用

大部分项目在 2013 年度均出现了一定幅度的增长，主要原因系随着公司销售规模不断扩大而增长。

报告期内，公司销售费用总规模及各明细科目金额变动，主要跟随公司营业收入的波动而变化。2013 年度，公司销售费用增长了 10.44%，除随着营业收入规模增长而增加之外，不断上涨的人力成本及店铺租金也进一步推高了当期销售费用的增长幅度。2014 年度，在国内经济发展持续不景气的背景下，为压缩运营成本，维持总体盈利能力，公司主动削减了部分经营情况未达到预期目标的店铺，店铺数量有所减少，导致营业收入总体规模出现下降。因此，公司 2014 年度人力成本、租赁费等各种销售费用也随之压缩。

(3) 管理费用变动分析

报告期内公司管理费用及管理费用率变动情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
管理费用	7,460.08	6,478.87	5,049.87
营业收入	67,211.10	81,253.09	79,848.37
管理费用率	11.10%	7.97%	6.32%

2011 至 2014 年度，公司管理费用分别为 5,049.87 万元、6,478.87 万元和 7,460.08 万元，总体呈逐年增加趋势。管理费用占营业收入比重分别为 6.32%、7.97%和 11.10%，呈逐年上涨趋势。

2013 年度，公司管理费用率水平上涨则主要受人员薪酬水平上涨，办公场所租金增长等多重因素共同影响。2014 年度，公司持续加强费用控制，管理人员人工成本得到有效控制，但在本期技术开发费用投入增加以及营业收入规模缩小等因素影响下，本期管理费用率仍出现上涨。

报告期公司管理费用主要明细如下表所示：

单位：万元

项 目	2014 年度		2013 年度		2012 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
人工成本	2,620.67	-0.27%	2,627.85	28.46%	2,045.66
技术开发费用	2,309.82	33.32%	1,732.56	42.71%	1,214.03
租赁费	719.21	50.67%	477.34	135.78%	202.45
折旧费	344.76	29.89%	265.42	-5.89%	282.04

项 目	2014 年度		2013 年度		2012 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
办公及差旅费	294.45	6.52%	276.42	-22.20%	355.31
中介费用	180.20	178.74%	64.65	34.44%	48.09
交通费及汽车费	134.95	28.99%	105.76	4.26%	101.44
长期待摊费用摊销	164.93	55.95%	104.62	106.43%	50.68
无形资产摊销	85.74	3.23%	83.05	21.70%	68.24
业务招待费	75.22	82.13%	41.30	-58.08%	98.52
其他	530.14	-24.25%	699.89	19.97%	583.4
合 计	7,460.08	15.14%	6,478.87	28.30%	5,049.87

公司管理费用主要由管理人员人工成本、租赁费和技术开发费用构成，报告期内三者合计金额分别为 3,462.12 万元、4,837.75 万元和 5,649.70 万元，占管理费用总金额比例为 68.56%、74.67%和 75.73%。

2013 年公司管理人员人工成本出现较大幅度的增长，主要原因是随公司业务规模不断扩大以及上海和深圳子公司的成立，公司管理人员人数有所增加，人员工资水平及绩效考核奖金有较大幅度的提高。2014 年度，随着公司压缩运营成本，加强成本费用控制的力度持续加大，管理人员人工成本也得到了有效控制，其费用规模出现轻微下降。报告期折旧费用主要是公司车辆、房屋、后勤管理部门人员配置的办公设备的折旧费。公司技术开发费用报告期内呈增长趋势，这主要与公司逐年不断加强的产品研发投入相关，也是导致报告期内公司管理费用规模持续增长的主要原因之一。

(4) 财务费用分析

报告期公司财务费用明细如下表所示：

单位：万元

项 目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
利息支出	-	11.45	161.36
减：利息收入	179.74	156.36	139.08
汇兑损失	0.13	0.28	0.35
其他	114.96	129.01	141.11
合 计	-64.65	-15.62	163.73

公司财务费用主要为利息支出、汇兑损失和手续费。2013 年公司因临时周转而短期借款 1,187.31 万元由此产生利息支出 11.45 万元，除此外无其他利息支出情况，因此利息支出大幅下降，在扣除本期收到的利息收入后，公司本年财务

费用为-15.62 万元。2014 年度，公司为支持产业园区建设取得的长期银行借款，其借款利息支出全部资本化。

(5) 期间费用与同行业上市公司比较分析

我们选取了罗莱家纺（002293）、富安娜（002327）和梦洁家纺（002397）三家同行业上市公司的数据来进行对比分析，具体情况如下表所示：

公司名称	项 目	2014 年	2013 年	2012 年
罗莱家纺（002293）	销售费用率	21.83%	21.99%	20.79%
	管理费用率	7.22%	6.85%	5.71%
	财务费用率	-0.78%	-0.81%	-0.76%
	期间费用率	28.26%	28.03%	25.75%
富安娜（002327）	销售费用率	22.47%	23.57%	23.29%
	管理费用率	4.05%	5.51%	4.64%
	财务费用率	-0.42%	-0.42%	-0.41%
	期间费用率	26.11%	28.65%	27.51%
梦洁家纺（002397）	销售费用率	26.71%	28.05%	31.88%
	管理费用率	6.44%	6.34%	4.65%
	财务费用率	-0.09%	0.26%	0.39%
	期间费用率	33.07%	34.65%	36.92%
行业平均值	销售费用率	23.67%	24.53%	25.32%
	管理费用率	5.90%	6.23%	5.00%
	财务费用率	-0.43%	-0.32%	-0.26%
	期间费用率	29.15%	30.44%	30.06%
本公司	销售费用率	23.62%	23.38%	21.54%
	管理费用率	11.10%	7.97%	6.32%
	财务费用率	-0.10%	-0.02%	0.21%
	期间费用率	34.63%	31.34%	28.07%

注：数据来自同行业上市公司年报。

2012 年公司期间费用率略低于行业平均水平，主要原因在于随着公司市场的逐步拓展，各渠道收入增加，营业收入的增长率大于销售费用的增长率从而导致销售费用率下降拉低了整个期间费用率水平。2013 年和 2014 年公司的期间费用率水平高于行业平均水平，主要原因一方面原因系公司营业收入增长有所放缓，另一方面原因受人工成本、店铺租金增长等原因导致的销售费用率、管理费用率有所上升。

三、重大资本性支出分析

（一）报告期内重大资本性支出情况

2012 年度至 2014 年度，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金分别为 4,796.29 万元、2,358.56 万元和 14,045.38 万元。公司报告期内的资本性支出较为有效地提高公司的生产经营需要，适应了公司快速发展的需要。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划

首先，为消除近年来劳动力资源成本上升对公司造成的不利影响，控制公司经营中的人工成本，进一步加强公司的成本优势；其次，为帮助公司应对当前网络销售中市场需求变化快、产品款式多批量小的新特点，有利于公司缩短生产周期，建立针对网络销售特点的快速供应体系，加强公司在电子商务蓬勃发展这一新形势下的综合竞争力；再次，为有效提升公司产品品质的稳定性和可控性，有力保障公司未来不断增长的产能需求，发行人计划在 2014 年推进产业园区的建设计划，引进国际先进的自动化设备，产业园区的建设达成后公司将具备较强的自行生产能力，同时该产业园作为公司最大的物流中心，将增强公司线上线下的物流配送能力。

2014 年 4 月 11 日公司召开第一届董事会第 19 次会议、2014 年 4 月 28 日召开第二次临时股东大会，审议通过了《关于拟投资设立多喜爱产业园建设项目的议案》。公司产业园区建设预算总额为 3.5 亿元，截止 2014 年末，公司累计投入金额 12,300.84 万元，其中在建工程投入 8,610.17 万元、预付设备采购款及工程款 3,690.67 万元。

除上述重大资本性支出计划及本次发行募集资金项目有关投资外，公司无其他可预见的其他重大资本性支出计划。

四、重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项

（一）资产负债表日后事项

公司资产负债表日后事项情况请参见第十节之“十三、或有事项、资产负债表日后事项及其他重要事项”之“（二）资产负债表日后事项”中的分析。

（二）重大担保、诉讼、其他或有事项

截至资产负债表日，本公司无需要披露的重大担保、诉讼、其他或有事项。

五、财务状况和盈利能力的未来趋势分析

报告期内公司财务状况稳定，资产结构合理、质量优良；净利润增长势头良好，盈利能力较强。未来几年公司盈利能力趋势受以下主要因素的影响：

（一）行业发展前景的影响

家用纺织品行业是我国的传统支柱产业，是国家产业政策重点支持的行业。《纺织工业调整和振兴规划》（2009）、《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》（2009）与《纺织工业十二五规划》（2012）等现有的产业政策均体现了国家鼓励、支持发展家用纺织品行业的战略思路。

我国家用纺织品的发展与发达国家相比仍处于起步阶段。根据中国家用纺织品行业协会的调查，在欧美发达市场，家用纺织品、服装用纺织品和产业用纺织品的消费量约各占三分之一左右，全球家纺市场的容量约为数千亿美元。我国目前的家用纺织品消费明显低于这一标准，从国内外家纺用品消费的现实差距以及未来发展趋势来看，我国家用纺织品行业有着巨大的市场发展空间。近几年来，随着纺织产品结构的调整，床上用品业已呈现出产销两旺的势头，在未来 5-10 年我国家用纺织品行业仍将处于快速成长阶段。

（二）募集资金的影响

1、提升直营终端市场形象，提高直营市场销售规模及公司的盈利能力

本次募集资金投入后，将直接提升直营终端的市场销售，发挥直营市场的样板带动和辐射作用，促进周边市场的开拓，并以直营市场为据点，加强对加盟市场的规范、培训和指导，提高加盟市场的专业运作水平。

2、改善资产状况，增强抗风险能力

本次公开发行募集资金到位后，本公司资产规模将有较大幅度增加，资产负债率会有较大幅度的下降；将提高公司的综合实力和抵御市场风险的能力；同时能够提高公司杠杆经营的能力，降低公司财务风险。

3、强化资源配置，提高资产管理能力

本次募集资金到位后，投入的信息系统建设，将更有效率的整合公司目前的

各种资源，加强对公司采购、生产、运输和销售等环节的掌控能力，从而进一步提高公司对各项资产管理决策能力，加速应收账款和存货的周转，降低坏账比例和存货的积压。

4、提高盈利能力

本次募集资金到位及募投项目实施后，公司的销售收入和利润总额将以较快速度增长，将会对公司的盈利能力产生积极的促进作用，使公司的主营业务规模快速发展，增强公司对市场的掌控能力，能针对快速变化的市场需求做出迅速的反应，扩大公司的盈利空间，增强公司的盈利能力。

（三）“多喜爱”品牌影响力

品牌是家纺企业提升产品附加价值的关键要素。经过长期稳定发展，公司品牌的市场知名度不断提升。

公司以目标客户群的需要为导向，在产品风格上，通过色彩、主题、花型等方式突出时尚、新潮的品牌内涵，在产品价格上，始终坚持平价策略，形成了特有的品牌优势，对追求时尚、高性价比的细分市场受众具有较强的品牌粘性。“多喜爱”品牌被国家工商行政管理总局认定为“中国驰名商标”，公司曾荣获中国纺织工业协会 2011 年度产品开发贡献奖、瑞士纺织信心认证、湖南省科技进步二等奖、清科-2011 年度中国最具投资价值企业 50 强、湖南省名牌产品、湖南省企业质量信用 AAA 级企业等国内外多项荣誉和资质认证。公司目前还担任全国卫生产业企业管理协会抗菌产业分会理事单位，负责主持制订《含银抗菌溶液》行业标准。为进一步提升公司的品牌知名度、美誉度，提高消费者对公司产品的信任度，公司将着力加大品牌产品创新力度，充分发挥品牌优势，增强名牌产品的规模效益，提高品牌的市场竞争力。

六、股东分红回报规划及合理性分析

（一）股东分红回报总体原则

公司将着眼于长远和可持续发展，综合考虑企业实际情况、发展目标，建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，从而对股利分配作出制度性安排，以保证股利分配政策的连续性和稳定性。公司股东回报规划将充分考虑和听取股东特别是中小股东的要求和意愿，在保证公司正常经营业务发展的前提下，坚持

现金分红的基本原则。公司将为股东提供稳定投资回报安排。

（二）股东分红回报规划

在保证公司业务正常发展的前提下，并充分考虑股东特别是中小股东的要求和意愿进行股利分配，以现金分红为主要方式。公司将在每年向股东分配的现金股利不低于当年实现的可供分配利润的 15%的基础上，确定年度现金股利及股票股利分配的具体方案。

根据公司目前经营状况及未来发展趋势，公司本次公开发行并上市后三年内，每年向股东以现金方式分配的股利不低于当年实现的可供分配利润的 15%。在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以根据实际情况另行增加股票股利分配。

公司在每个会计年度结束后，由公司董事会提出股利分配议案，并提请股东大会审议批准。公司广泛听取股东对公司分红的意见与建议，并接受股东的监督。

（三）公司制定股利分配政策和分红回报规划的主要考虑因素

1、公司经营发展的实际情况

公司主要从事以套件类、芯类产品为主的床上用品的研发设计、委托加工的组织、品牌推广、渠道建设、销售以及新材料在床上用品中的应用研发等业务，在家用纺织品行业积累了丰富的运营销售和经营管理经验。公司依托国家产业扶持政策，结合自身条件，经过多年经营和发展，公司在全国二三线城市市场已建立了深入、广泛的销售渠道网络，形成了差异化的竞争优势。报告期内公司业务规模不断增长；公司经营活动产生的现金流量净额充足，近三年合计为 21,504.36 万元。公司经营状况良好，为实施持续、稳定的股利分配政策打下坚实基础。

2、公司盈利趋势及未来发展

报告期内，公司显示出良好的盈利能力。2014 年、2013 年、2012 年公司分别实现净利润 4,520.49 万元、6,041.29 万元、8,067.67 万元。本次发行后，通过募投项目的实施，公司业务规模进一步扩大，市场份额进一步增加，公司的经营业绩和盈利能力也将随之提升。公司长足发展是投资者获得投资回报的保障，为了使全体股东分享公司成长的成果，公司决定在未来三年实施持续、稳定的股利回报规划。

3、股东的要求和意愿

本次发行后，公司将成为公众公司，有责任树立良好的公司形象，充分关注全体投资者的利益。因而，公司在制定股利分配政策和分红回报规划时，不仅关注公司业务发展的需要，还要充分考虑股东的要求和意愿，给股东以现金回报。公司在未来三年内实施持续、稳定的股利分配政策和分红回报规划，既是对投资的要求和意愿的充分呵护，也是彰显公司经营发展良好形象的得当举措。

4、社会资金成本和外部融资环境

公司坚持规模化扩张的发展战略，凭借研发、设计、渠道等方面的优势，公司自成立至今不断扩大业务规模。但是，目前我国家用纺织品行业正处于快速成长阶段，家用纺织品行业还没有出现占绝对优势的领导企业，销售渠道网络的竞争是行业未来竞争的核心要素之一。对于公司而言，制定适合自身的渠道发展战略并高效实施，是把握行业机会、迅速壮大自身的关键。家用纺织品行业的经营特点要求需要较多资金进行销售渠道网络建设投资，而公司轻资产模式决定其可用作抵押获得银行贷款的资产较少，银行贷款规模有限，资金成为公司在发展中面临的主要压力。因此，将大部分未分配利润作为企业积累，满足经营发展的需要，符合公司长远发展及全体股东的根本利益。同时，公司兼顾投资者对投资回报的要求，注重与投资者分享公司发展的成果，实施持续、稳定的股利分配政策和分红回报规划。

（四）董事会关于股东回报事宜的专项研究论证情况以及相应的规划安排理由

公司董事会对股东回报事宜进行了专项研究论证，公司分红回报规划着眼于公司的长远和可持续发展，在综合分析公司经营发展实际、股东要求和意愿、社会资金成本、外部融资环境等因素的基础上，充分考虑公司目前及未来盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段、项目投资资金需求、本次发行融资、银行信贷及债权融资环境等情况基础上，建立了对投资者持续、稳定、科学的回报机制。

公司独立董事认为“公司股东分红回报规划符合相关法律规定，符合公司实际情况，该分红规划注重给予投资者合理回报，有利于保护投资者的合法权益。”

（五）股东分红回报制定周期

公司至少每三年对公司的分红回报规划进行重新审阅,依据公司的股利分配政策,并充分考虑公司目前盈利规模、现金流量状况、所处发展阶段,对公司的分红回报规划进行适当且必要的修改,确定公司该时期的股东回报规划。

（六）未分配利润用途

公司未来实现的净利润在提取盈余公积金及分配股利后的未分配利润将服务于公司的战略,满足公司主营业务的发展,主要用于业务增长所需资产购买支出及配套流动资金、兼并与重组需要的资金、以及提高科研实力、增强主营业务竞争力所需资金。

（七）公司已履行的决策程序

1、现行股利分配政策制定时履行的决策程序

2012年2月23日,公司召开第一届董事会第七次会议,审议通过了《公司首次公开发行股票前滚存利润分配方案的议案》和《关于〈湖南多喜爱家纺股份有限公司章程(草案)〉的议案》。

2012年3月12日,公司召开2012年第二次临时股东大会,审议通过了《公司首次公开发行股票前滚存利润分配方案的议案》和《关于〈湖南多喜爱家纺股份有限公司章程(草案)〉的议案》。

2、制定发行后的股利分配政策时已经履行的决策程序

2012年5月10日,公司召开第一届董事会第十次会议,审议通过了《公司上市后未来三年股利分配规划》和《关于〈湖南多喜爱家纺股份有限公司章程(修正案)〉的议案》。

2012年5月28日,公司召开2012年第四次临时股东大会,审议通过了《公司上市后未来三年股利分配规划》和《关于〈湖南多喜爱家纺股份有限公司章程(修正案)〉的议案》。

2014年3月3日,公司召开第一届董事会第十八次会议,审议通过了《关于公司上市后未来三年股利分配规划的议案》和《关于修改〈公司章程〉(草案)的议案》。

2014年3月20日，公司召开2014年第一次临时股东大会，审议通过了《关于公司上市后未来三年股利分配规划的议案》和《关于修改〈公司章程〉（草案）的议案》。

七、财务报表审计截止日后主要财务信息及经营状况

（一）公司2015年1-3月主要财务信息

公司已聘请天职国际会计师事务所按照《中国注册会计师审阅准则第2101号——财务报表审阅》，对公司2015年3月31日的合并及母公司资产负债表，2015年1-3月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表以及财务报表附注进行了审阅，并出具了天职业字【2015】9596号《审阅报告》。天职国际会计师事务所认为，没有注意到任何事项使我们相信财务报表没有按照企业会计准则的规定编制，未能在所有重大方面公允反映多喜爱家纺2015年3月31日的合并财务状况及财务状况，2015年1-3月的合并经营成果和合并现金流量及经营成果和现金流量。

公司董事会、监事会及其董事、监事、高级管理人员声明，保证该等财务报表所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担个别及连带责任。公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人声明，保证该等财务报表的真实、准确、完整。

公司截至2015年3月31日和2014年12月31日、2015年1-3月和2014年1-3月的简要财务信息列表如下：

1、合并资产负债表主要财务数据

单位：万元

项 目	2015年3月31日	2014年12月31日	变动幅度
流动资产	39,812.44	46,294.60	-14.00%
非流动资产	24,584.16	21,690.92	13.34%
资产合计	64,396.60	67,985.52	-5.28%
流动负债	14,642.45	20,000.95	-26.79%
非流动负债	8,000.00	7,000.00	14.29%
负债合计	22,642.45	27,000.95	-16.14%
所有者权益	41,754.16	40,984.57	1.88%

2015年3月末的资产规模较2014年末变化较小，保持相对稳定，财务状况

相对稳健。

公司资产结构中，流动资产较期初减少了 6,482.16 万元，一方面是偿还到期经营性负债项目，投入产业园项目建设等导致货币资金减少 4,954.79 万元；另一方面是公司加大去库存力度，存货较年初减少了 2,121.74 万元。非流动资产增长主要是公司产业园项目逐步推进导致在建工程项目增长了 2,709.31 万元。

公司负债结构中，流动负债较期初减少了 5,358.51 万元，主要是偿还了本期到期的应付账款和应付票据共计 4,583.77 万元；非流动负债项目增长 1,000.00 万元系公司为产业园建设向银行新增的专项借款。

公司所有者权益较上年末小幅增长 1.88%，主要是本期未分配利润增长 769.59 万元所致。

2、合并利润表主要财务数据

单位：万元

项 目	2015 年 1-3 月	2014 年 1-3 月	变动幅度
营业收入	13,798.59	15,847.44	-12.93%
营业利润	1,005.85	1,270.11	-20.81%
利润总额	1,033.89	1,418.38	-27.11%
净利润	769.59	1,032.24	-25.44%
属于母公司股东所有的净利润	769.59	1,032.24	-25.44%

受国内经济增速放缓和同行业电商冲击等不利因素影响，2015 年 1-3 月营业收入较去年同期下滑了 12.93%。一方面，公司为有效应对上述不利因素影响，本期内加大了对中高端产品的推出力度，提高了主要产品材质要求，产品单位成本有所上升，在销售单价较为稳定的情况下，毛利率较上年同期小幅下滑；另一方面，随着人工成本和租赁成本等上涨导致管理费用较去年同期也上涨，两方面因素的共同影响使得本期的营业利润下滑幅度大于营业收入下滑幅度，较上年同期下滑了 20.81%。

随着公司产品结构和门店结构逐渐调整完毕，2015 年推出新产品和自建网络平台，公司有望在 2015 年上半年延缓下降趋势，并逐步实现调整转型。

3、合并现金流量表财务数据

单位：万元

项 目	2015年1-3月	2014年1-3月
经营活动产生的现金流量净额	-2,231.95	936.51
投资活动产生的现金流量净额	-3,167.17	-1,219.15
筹资活动产生的现金流量净额	891.52	-
现金及现金等价物净增加额	-4,507.39	-282.75

2015年1-3月，公司经营活动产生的现金流量净额较去年同期减少3,168.46万元，一方面是公司本期内营业收入较去年同期下滑导致的销售商品收到的现金减少了1,748.11万元；另一方面，公司为即将到来的订货会和新产品推出加大了采购和原材料储备，公司购买商品支付的现金较去年同期增长了4,207.88万元。

公司本期投资活动产生的现金流量净额较去年同期大幅减少，主要是公司产业园项目的逐步推进，相应的投入增加导致购建固定资产的现金支出本期增长1,919.00万元所致。

公司本期筹资活动产生的现金流量主要是为产业园建设而取得的银行专项借款资金。

4、非经常性损益财务数据

单位：万元

非经常性损益明细	2015年 1-3月	2014年 1-3月	变动幅度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-2.50	-4.00	-37.46%
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	-	130.72	-100.00%
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	30.53	21.54	41.76%
非经常性损益合计	28.03	148.26	-81.09%
减：所得税影响金额	6.84	35.62	-80.78%
扣除所得税影响后的非经常性损益	21.19	112.65	-81.19%
其中：归属于母公司所有者的非经常性损益	21.19	112.65	-81.19%
归属于少数股东的非经常性损益	-	-	-

公司2015年1-3月非经常性损益较去年同期大幅减少，主要是本期内收到的政府补助减少所致。

(二) 公司2015年1-3月经营状况

1、经营模式

财务报告审计截止日至本招股说明书签署之日，公司经营模式未发生重大变化。

2、主要原材料的采购规模和采购价格

财务报告审计截止日至本招股说明书签署之日，公司主要原材料的采购规模和采购价格未发生重大变化，具体如下：

采购单价：元/米

项目	2015年1-3月			2014年1-3月		
	采购数量 (万米)	采购金额 (万元)	采购 单价	采购数量 (万米)	采购金额 (万元)	采购 单价
坯布	156.43	1,619.41	10.35	64.12	723.29	11.28
成品布	69.96	722.92	10.33	135.68	1,526.79	11.25
合计	226.39	2,342.32	10.35	199.80	2,250.08	11.26

本期公司采购的坯布、成品布单位成本略有下降，主要是2014年受国家储备棉政策调整及纺织工业市场需求变化影响，从2014年3月开始，棉花价格指数呈现下降趋势，截至2014年12月底，3128B棉花价格下降至13,700元/吨左右。

3、主要产品的生产、销售规模及销售价格

财务报告审计截止日至本招股说明书签署之日，公司进一步加大了去库存力度，主要产品的采销率水平均较高具体如下：

单位：万套/件

项目	2015年1-3月			2014年1-3月		
	采购量	销售量	采销率	采购量	销售量	采销率
套件	17.95	29.68	165.37%	32.45	35.96	110.81%
被芯	11.11	14.90	134.11%	13.00	14.83	114.09%
枕芯	18.31	24.11	131.68%	27.48	26.79	97.46%

财务报告审计截止日至本招股说明书签署之日，公司主要产品的销售单价保持基本稳定，具体如下：

单位：元/套、件

项目	2015年1-3月	2014年1-3月	变动幅度
套件	265.61	266.31	-0.26%

被芯	246.34	241.94	1.82%
枕芯	42.51	43.03	-1.21%

4、主要客户和供应商构成

公司与主要客户保持长期良好的合作，合作关系较为稳定，财务报告审计截止日至招股书签署日，主要客户构成未发生重大变化。

公司与主要供应商保持长期良好的合作，合作关系较为稳定，财务报告审计截止日至招股书签署日，主要供应商构成未发生重大变化。

5、税收政策

财务报告审计截止日至招股书签署日，公司适用的税收政策未发生重大变化。

(三) 2015 年上半年经营业绩预计

公司预计 2015 年上半年业绩下滑幅度将有所减小，经营业绩下滑势头得到控制，营业收入同比变化-15%至 5%，净利润同比变化-15%至 0%，主要基于以下几方面原因：

(1) 公司 2014 年度关闭了盈利能力较弱的店铺，进行了战略调整，2015 年度将加大对现有实体店铺的支持力度，强化与线上的互动。

(2) 公司报告期内主营业务毛利率水平一直小幅增长，说明公司在面临市场环境较弱，市场竞争激烈时并未选择提供降价，降低毛利率来打价格战，而是优化产品结构和门店结构，为 2015 年的可持续发展保留了良好的发展基础。

(3) 随着公司中高端产品逐渐推出市场，结合公司自建的互联网平台和线下体验店的配合，公司在 2014 年 8 月和 2015 年 1 月进行了两次尝试，取得了良好效果，为未来公司线上线下互动，提升盈利增长储备了丰富的经验和技能。

第十二节 业务发展目标

一、发行人发行当年和未来两年的发展战略和目标

（一）总体发展战略

通过坚持时尚床品定位，坚持高性价比产品，坚持二三线城市发展优先的核心战略，结合本次募投项目的实施，在继续加快面对中高端市场的多喜爱时尚品牌定位发展的同时，进一步加强电子商务渠道的建设与拓展，并适时推进公司产业园区的建设计划，通过引进自动化程度较高的生产设备有效控制生产成本，消除劳动力资源成本上升造成的不利影响，进一步提升公司产品的成本优势；通过加强产品设计和功能性面料的不断开发，强化多喜爱品牌的时尚定位并提升品牌含金量，继续巩固和扩大多喜爱品牌的品牌优势，争取更多的市场份额，通过直营和加盟相结合的分销渠道模式，加快网点的拓展，从而将公司建设成为家纺行业具有领导地位的企业。

（二）发展目标

随着因城市化和存量消费升级带来的家纺市场的高速增长，发行人根据公司现有资源和市场发展状况，在发行当年及未来两年仍将继续坚持和强化现有的经营思路：坚持时尚床品的品牌定位和高性价比产品定位，在销售方面，结合募投项目的快速实施，二三线城市加盟和直营大店的拓展，以及信息化建设项目的充分实施，内部管理系统的逐步完善，逐步提升电子商务平台的销售份额，从而实现销售收入和盈利的大幅提高；在生产方面，公司将在近期逐步推进产业园区的建设计划，保持并巩固公司产品的成本优势。

二、发行人发展计划

（一）品牌价值提升计划

发行人将在发行当年和未来两年着重品牌打造和品牌价值提升，一方面利用新兴媒体如微博、微信、社区论坛、博客及手机短信等大力推广多喜爱品牌的时尚定位，另外一方面推出面对中高端消费者的多喜爱经典产品，从而丰富和完善多喜爱的品牌内涵。与此同时，结合季节性的产品主题和推广，利用所有的店铺做季度和年度地面宣传，结合品牌分销策略，对部分重点市场投放空中宣传，一

方面进一步提高品牌知名度，另外一方面推广时尚家纺的生活方式，争取将多喜爱打造成一个全国性的知名品牌。

（二）产品开发计划

发行人将开发各种类型的产品来给消费者提供全方位的家纺消费选择，逐步扩大多喜爱品牌在中高端价位产品的市场份额，持续不断的推出具有创新性的功能性产品，通过提高产品的更新率和提升产品花型的设计感来强化多喜爱品牌的时尚定位；通过持续不断的婚庆主题推广来推动时尚婚庆的概念和产品发展；通过面料和填充料的研发不断推出更多的既具备不错的功能同时又有很高性价比的芯类产品，从而提升芯类的整体销售。

发行人在发行当年和未来两年的产品的创新计划主要体现花型设计上和功能性面料的开发上，通过不断提升技术含量来提升产品的竞争力。公司的产品在行业中保持较快的更新速度，2015年预计开发300多款产品，每年将以更快的速度推出新品，尤其是针对北方市场的需求会推出更多适合市场特点的新品，力争在发行当年和未来两年达到不同市场有不同的产品结构来满足不同消费者的需求。

发行人将通过继续积极参加各种国际家纺博览会及发布会，同时密切关注国际最新设计理念，跟踪家纺的流行趋势，从而使产品设计符合潮流趋势，保持产品的时尚性和创新性。

（三）营销渠道发展计划

发行人未来几年的营销计划分为两个方面。一方面，利用加盟渠道和直营渠道重点发展中西部地区省份二三线城市的大店，争取提升现有的直营网点质量和数量，力争直营和加盟渠道覆盖的市、镇在2015年年底增加至1,200个左右。另一方面，结合电子商务的发展逐步建立自有电商平台并且拓展更多的电商销售渠道，大力提升电商销售份额。

发行人在发行当年和未来两年的渠道拓展计划是在继续开拓专卖店渠道的同时，通过与全国性连锁百货的合作大规模发展商场渠道，提升多喜爱品牌在商场渠道的竞争力，争取商场渠道更多的市场份额。与此同时，发行人计划通过加强加盟商营运指导团队的建设和加盟营运管理标准的逐步细化来促使加盟商管理“直营化”，从而快速提升加盟商的零售管理能力，这样既提升了加盟商的盈利

能力，又能提高加盟店铺的存活率。

发行人在发行当年和未来两年计划推出更加时尚，更有层次感，结构更加合理，平均成本更低的新一代店铺形象和更加科学和标准化的店铺装修标准来配合公司品牌价值的提升和店铺数量的快速增加。

（四）人才建设计划

人才是公司最重要的资产，公司的发展很大程度是人员效率的提升和人员数量的增加，如果没有持续不断的人才供应来满足发行人业务的快速发展，发行人将会面临很大的风险，因此，在未来的两年，发行人将采取如下人才建设计划：

1、通过建立和完善各个核心岗位的能力需求模块来提升现有人员的能力，争取完成所有核心岗位的能力需求模块的建设。

2、结合公司能力需求模块完善公司的内训和外训体系，一方面通过内部培训师完善公司中低层管理人员的技能，另外一方面通过外部高级培训课程的引进来加强中高层管理人员能力的提升。

3、通过管理生培训计划源源不断的提供人才培养资源，持续不断的充实公司中低层管理岗位，同时通过大规模招聘计划不断吸引中高级人才来提升中高层的管理力量。

4、通过内部导师制度的建立提升现有管理人员的管理能力。

5、通过与各大地方职业学校建立战略合作关系来提供源源不断的直营店铺店员、店长的人才供应。

（五）管理效率提升计划

1、发行人在未来的两年内一方面计划通过信息化建设项目的实施重新塑造内部的管理体系，完善管理流程和管理制度，另外一方面利用电子管理工具比如电子化办公提升内部的管理效率并且节约成本。

2、发行人计划在未来的两年内结合业务发展状态和阶段，以业务发展目标为导向，以过程监督管理为辅助，不断完善公司的绩效管理体系，充分发挥员工的主观能动性，提升公司的管理效率。

（六）技术开发计划

发行人计划在发行当年及未来两年内通过加强科研队伍的建设来不断增加技术研发力量,争取在完善现有技术的基础上再次推出更多有利于行业发展和消费者的新技术和新发明,从而提升公司品牌的科技含量。

(七) 产业园区建设计划

发行人在 2014 年推进产业园区的建设计划。通过产业园区的建设,公司将具备较强的自行生产能力及物流统筹能力,首先,产业园区将引进国际先进的自动化设备,有利于消除近年来劳动力资源成本上升对公司造成的不利影响,控制公司经营中的人工成本,进一步加强公司的成本优势;其次,产业园区的建设也有助于公司应对当前网络销售中市场需求变化快、产品款式多批量小的新特点,有利于公司缩短生产周期,建立针对网络销售特点的快速供应体系,提高公司线上和线下的物流配送效率,加强公司在电子商务蓬勃发展这一新形势下的综合竞争力;再次,产业园区的建设、自动化设备的投产有利于提升公司产品品质的稳定性和一致性;最后,产业园区的建设还能够有力保障公司未来不断增长的产能需求。

三、拟定发展规划的基本假设

1、国家宏观政治、经济以及社会环境处于正常发展状态,无对公司生产经营产生重大影响的不可抗力因素。

2、国家进一步扩大内需促进经济平稳较快增长的措施和十大产业振兴政策产生积极效果。

3、家纺行业产业政策无重大不利变化,市场处于正常状态,无重大市场突变情形。

4、公司本次股票发行能够顺利完成,募集资金及时到位。

5、无其他不可预见因素造成的重大不利影响。

四、实现上述计划可能面临的主要困难

实施上述计划将需要大量的资金支持,随着募集资金到位,大规模资金的合理运用、企业经营规模大幅扩展,将使公司在机制建立、战略规划、组织设计、运营管理、资金管理和内部控制方面都面临挑战,特别是在高级管理人才、营销

人才、研发人才和专业人才的引进和培养上对公司管理层提出了更高的要求。

五、本次募集资金对实现上述业务目标的作用

本次募集资金的运用对于实现上述业务目标具有关键性作用。主要体现在以下几个方面：

1、通过募投资金建立的营销网络拓展项目能直接帮助直营渠道网点数量在发行当年及未来两年提高，既提高了品牌知名度，又增加了销量；

2、通过募投资金建立的信息化建设项目能够提升内部效率，加快对市场的反应速度，提升公司的整体管理水平。

3、公司成为上市公司后多喜爱品牌的知名度将会大大提升，这有助于加盟拓展速度的加快，直营店铺进店客流的增加，最终对加盟和直营的销售有直接提升的作用。

4、公司成为上市公司后能够大幅度提升对中高级人才的吸引力，帮助公司加大社会影响力，增加公司的人才竞争优势。

5、公司成为上市公司以后能迅速扩大规模，但固定成本相对不会因为规模扩大而同比上升，因此纯利润率会大幅度提升。

六、发展规划与现有业务的关系

上述业务发展计划是在公司现有主营业务的基础上，顺应宏观经济的新形势，结合国家政策和家用纺织品行业发展特点，以现有自主创新的产品为依托做出的，是对现有业务的丰富、完善和提高。

发展计划是现有业务的延伸和扩展。一方面，业务发展计划将增加公司的产品品种，丰富产品结构，促进公司产品结构的提升；另一方面，也将提高公司现有业务的规模效应，以确保公司在行业的领先地位。

现有业务将极大地推动发展计划的实现。公司发展计划是建立在现有核心技术和业务基础之上，按照规模化、产业化发展战略和产品结构调整要求设计的，充分利用了现有的设备、技术、人员、管理经验、客户基础和销售网络，两者具有一致性。本公司将充分依托现有的市场基础，利用各项优势，进一步提高产品

档次，完善产品体系，增强核心竞争力，实现可持续发展。

第十三节 募集资金运用

一、募集资金运用概况

本公司于 2012 年 3 月 12 日召开的 2012 年度第二次临时股东大会批准了公司本次申请公开发行股票并上市的议案，同意公司申请公开发行人民币普通股（A 股）不超过 3,000 万股，并授权公司董事会决定具体的发行数量，同时授权公司董事会根据中国证监会的有关规定和询价结果与保荐机构（主承销商）共同确定每股发行价格。2013 年 7 月 23 日，发行人召开了 2013 年第二次临时股东大会，审议通过了关于延长公司申请首次公开发行 A 股并上市决议有效期及继续授权董事会全权处理公司公开发行股票并上市事宜的议案。2014 年 3 月 20 日，发行人召开了 2014 年第一次临时股东大会，审议通过了《关于调整公司首次公开发行股票并上市方案的议案》及《关于增加公司募集资金投资项目的议案》。

根据公司 2012 年 3 月 12 日召开的 2012 年度第二次临时股东大会及 2014 年 3 月 20 日召开的 2014 年度第一次临时股东大会审议通过，本次发行募集资金将根据轻重缓急用于以下项目：

序号	投资项目	预计投资额 (万元)	募集资金使用额 (万元)	建设期	项目备案情况
1	营销网络拓展项目	17,067.90	8,067.90	2 年	长沙市发展和改革委员会备案编号：2015066
2	信息化建设项目	2,988.50	2,488.50	2 年	长沙市发展和改革委员会备案编号：2015067
3	补充营运资金	8,000.00	7,950.50	-	-
	合计	28,056.40	18,506.90	-	-

若公司所募集资金不能满足拟投资项目的资金需求，公司将通过自筹资金解决。

二、募集资金投资项目分析

“营销网络拓展项目”的目的在于拓展公司销售渠道的广度和深度，增强公司对销售渠道的控制力，提升公司的品牌形象和综合竞争力。公司将在巩固原有销售渠道的基础上，在尚未涉足的地理片区有规划地组建销售网络以拓宽广度，在

已布局的销售区域通过对特定商圈投放互补的直营门店以强化深度，从而完善公司的销售渠道网络并优化营销网络的区域布局，不断提升公司品牌形象和市场地位。

“信息化建设项目”的目的在于构建具有行业内先进水平的信息化管理平台，通过对业务数据的集成管理来整合业务体系、优化业务流程，从而降低运营成本、提高运营效率，提高公司供应链快速反应的能力，为公司业务的长期、快速发展提供可靠支撑。

“补充营运资金”的目的在于结合公司生产经营的实际情况，以保证公司未来经营规模扩大后的运营所需资金，进一步确保公司财务稳定，提高市场竞争能力。

本次募集资金投资项目符合本公司未来的发展战略，能够进一步增强公司的核心竞争力。

（一）营销网络拓展项目

1、项目概况

根据公司营销网络的现有基础条件和未来发展目标，本公司计划在未来 24 个月内在全国新建营销网点 152 家，具体情况如下：

取得方式	数量（家）	面积（m ² ）
购置	2	800
租赁	150	21,300
合计	152	22,100

2、项目实施的必要性分析

（1）有利于抓住市场机会，促进公司发展、壮大

目前，我国家用纺织品行业正处于快速成长阶段，家用纺织品行业还没有出现占绝对优势的领导企业，销售渠道网络的竞争是行业未来竞争的核心要素之一。对于家纺企业而言，制定适合自身的渠道发展战略并高效实施，是把握行业机会、迅速壮大自身的关键。发行人一直坚持“渠道下沉”、不断加大对二、三线城市市场覆盖面的渠道发展战略，并在多年的经营实践中取得了良好的收效。公司计划通过本次募集资金投资项目，迅速扩大自身销售渠道网络的覆盖面，加快对二、三线城市市场真空区域的渗透和占领，不断提高公司的综合竞争力。该项目的实施，是公司取得进一步发展、壮大的必然选择。

(2) 有利于提升市场占有率，提高盈利能力

截至 2014 年底，公司拥有营销网点 880 多家，已经覆盖我国大部分省、直辖市和自治区。目前，公司在华中和华东地区的二、三线城市店铺数量较多、网点密集度较高，但是，在其他区域，公司的网点密度和市场辐射能力有待进一步提升。公司计划使用本次募集资金以直营方式建设销售网点，并投入足够的管理力量，对公司销售薄弱的地区进行布局，逐步掌握当地商圈的优秀店铺资源；同时，在公司销售能力较强的地区继续扩张，巩固和强化公司强势市场的销售力量，从而进一步提高公司产品的市场占有率、开拓新的利润增长点，增加公司盈利。

(3) 有利于完善渠道结构，提高对销售终端的控制力

公司计划本次募集资金投资项目中的门店建设全部采用直营方式进行，直营店由公司自主建设，属于公司自有机构，其人员和经营均由公司直接管理。相对于加盟店，直营店具有稳定性更强、更便于管理等优势，能在局部区域发挥以点带面的作用，在直接扩大公司销售收入的同时，更具有带动区域内加盟店发展的重要职能。本项目的实施，能够在较大程度上提高公司直营店的占比，完善公司的渠道结构，增强公司对销售终端的控制力，为公司下一步的发展奠定坚实的基础。

(4) 有利于提高品牌知名度，塑造品牌形象

随着家纺行业的竞争日趋激烈，品牌形象是公司在市场中取得竞争优势的重要因素。直营店有利于加强公司对消费者心理的了解与把握，更有利于提高销售渠道的专业化运作水平，能够有效的整合公司资源，充分执行公司的整体品牌策略和竞争战略，不断挖掘市场潜力、提升公司品牌形象。相较于直营渠道，由于加盟商的管理能力和资金实力有限，加盟渠道使得公司的品牌形象策划难以得到充分的执行，使得公司品牌宣传的手段和力度受到一定程度的影响。因此，公司必须加强直营渠道的建设，充分发挥直营网点的辐射作用和示范效应，达到以点带面的效果，这样才更加有利于公司品牌的策划和推广，使得渠道对品牌的支持和提升作用进一步得到加强。

(5) 有利于公司获得优质店铺资源

国内城市一般都存在一个或若干个面积较大、知名度较高的中心商业区，其规模优势对于购物环境营造、聚集人气等方面形成具有至关重要的影响，因此，

中心商业区的店铺往往是零售企业的必争之地。随着我国商业零售行业的不断发展，我国城市中心商业区的店铺资源争夺正日趋激烈，抢占优质店铺这一稀缺资源已经成为具有重大战略意义的经营活动。优质店铺资源是公司未来发展的立足点，只有及时获取这些稀有店铺资源，才能在激烈的行业竞争中保持领先优势。公司通过多年谨慎稳健、精耕细作的经营运作已经获得了一定的市场占有率和品牌认可度，但是在目前的行业阶段，公司需要采取更加积极、主动的策略来取得更快的发展。公司计划通过本次募集资金投资项目，加快直营销售渠道的布局，不断丰富和完善营销网络，占据家用纺织品行业的制高点。

3、项目实施的可行性分析

报告期在国内经济发展持续不景气和家纺电商冲击的背景下，为压缩运营成本，维持总体盈利能力，公司主动削减了部分经营情况未达到预期目标的店铺。在完成现有门店结构调整的同时，也为未来公司新开直营门店提供了基础，公司本次募投项目（新增 152 家直营门店）仍具有较强的可行性，主要基于以下几方面原因：

（1）网络销售无法完全替代实体零售，实体店有助于增强用户体验

良好的消费体验是包含购物环境、商品组合以及售前、售中和售后服务等一系列要素在内的顾客“消费体验”，其需求具有多样性、选择性、发展性、可诱导性等特征，而网络销售在营造用户体验方面无法完全替代实体店的功能。

公司加强线下实体店的投入有助于在两个层面增强用户体验，第一个层面是达到“线下体验线上消费”的效果，即用户在线下实体店以实际体验与产品质量、质感产生共鸣，通过网络下单的方式实现线上销售。第二个层面是达到“线上引流线下消费”的效果，即通过互联网上与客户即时互动的引流措施，摆脱实体店客流量被动依赖门店位置、地段等因素的影响，通过线上策略引导客户寻找线下店铺实现销售。

（2）我国家用纺织品消费仍市场前景广阔，募投新开店面主要针对于公司销售渠道空白地区，有利于进一步扩大品牌影响力

根据中国家用纺织品行业协会的调查，按发达国家的消费习惯，服装、家用纺织品、产业用纺织品三类消费应各占市场消费总量的三分之一。我国目前的家用纺织品消费仍然远远低于这一标准，从国内外家纺用品消费的现实差距以及未

来发展趋势来看，我国家用纺织品行业有着巨大的发展空间。全国尚有许多区域对于公司是空白或弱势的市场，而公司募投即将进入该类区域，通过开设质量更高、功能性更强的线下实体店，增强顾客的体验感和粘性。公司通过拓展线下营销网络，新增直营门店的方式，以最直接的方式辐射更多空白区域，将全面提高品牌影响力。

（3）未来新开直营门店功能更丰富、更完善

相较于公司现有门店，未来新增门店将着重新增两大功能，分别是展示体验和互动功能，而这两大功能与公司未来的战略发展相匹配，具体而言：

① 门店新增展示体验功能

A、产品品质体验：未来公司将推出更多中高端产品，如婚庆系列等，这类产品对原料、工艺、质量等各方面要求均较高，而此类中高端产品将是建立在客户对产品切身体验的基础上，只有在客户第一次亲身体会后，才会进行后续的购买活动，因此门店新增展示和体验功能将必不可少。

B、产品功能体验：未来公司将推出多种功能性产品，如能够测量心跳、血压的智能化家纺产品，该类产品功能需要客户在门店进行现场体验。

② 门店新增产品互动功能

在公司自建互联网平台上线后，公司将打通线上线下客户通道，顾客将能在实体店铺中实际体验高质量产品的同时，在店员的协助下，对自己喜欢图案、或公司预设各种设计主题及元素进行个性化 DIY 设计，提交公司后，将按照设计的图案生产产品，满足顾客的私人化，个性化需求。

（4）实体店铺结构调整基本到位，相关经验有助于保障新开门店运营质量

为打通线上线下两个市场做好铺垫，公司全面优化线下店铺，通过主动淘汰部分经营业绩不好、运营质量较低的店铺，实现去芜存菁，维持了较好的盈利能力。经过调整，直营门店盈利能力总体水平有所提高，单店年度销售额提高到 161.72 万元。募集资金到账后，公司将充分利用本次实体渠道调整所积累的经验，新开质量更高的店铺，直营实体渠道结构调整将更为合理，将使线上线下两个市场的运行更为良性，提升整体零售水平。

（5）新开发产品需要自有销售渠道进行测试

为配合打通线下线上市场的策略，公司未来将推出大量新型产品，并不断强化线上线下互动，加盟商因缺乏对新型产品和运营模式的深度理解，该类产品及模式必须首先在自有渠道进行试运营，待未来成功后，再将成功经验在加盟商渠道进行复制。

(6) 公司具有丰富的销售管理经验

自公司成立以来，在激烈的市场竞争中，公司积累了丰富的销售管理经验，构建起完整的销售架构，建立了高效的销售渠道开发及维护模式，并且在销售终端控制、物流管理等方面都制定了一系列完善的管理流程。同时，针对不同区域的消费特点，公司都确立了不同的销售策略和品牌推广方式，因地制宜地推出特色产品和促销活动，建立了比较忠实的客户基础。同时，公司对于销售人员的招募和培训也十分严格，并制定了科学的激励和晋升体系，从而逐渐培养起一支强大的营销管理队伍，为未来新设直营店的成功运营夯实了基础。

(7) 良好的品牌知名度有助于公司开拓新的销售网络

“多喜爱”品牌系国家工商行政管理总局认定的“中国驰名商标”，公司曾荣获中国纺织工业协会 2011 年度产品开发贡献奖、瑞士纺织信心认证、湖南省科技进步二等奖、清科-2011 年度中国最具投资价值企业 50 强、湖南省名牌产品、湖南省企业质量信用 AAA 级企业等国内外多项荣誉和资质认证，具有较高的市场知名度。公司通过色彩、主题、花型等方式突出时尚、新潮的品牌内涵，在产品价格上，始终坚持平价策略，形成了特有的品牌优势，对追求时尚、个性、高性价比的细分市场受众具有较强的品牌粘性。良好的品牌知名度不仅强化了“多喜爱”品牌原有客户的忠诚度，而且吸引了许多新的消费群体，有利于公司实施更广泛的战略布局，充分挖掘市场潜力，激发未来新的利润增长点。

4、公司销售区域性特点及其对本募投资项目可行性的影响

(1) 公司产品特点及其对销售区域的影响

“多喜爱”定位于中高端品牌，主要满足城乡中青年群体及适婚人群的需求。结合公司产品时尚、活力、色彩活泼、高性价比的主要特点，公司销售区域侧重于国内二、三线城市，定位于该区域的中高端市场，将消费群体主要锁定为该区域市场的年轻人群体。

(2) 公司销售区域性特点介绍

公司在注册地附近区域的销售占比较高，如 2014 年度，华中地区在公司主营业务收入中占比为 56.28%。该情况为家用纺织品行业之共性特点，如行业内三家上市公司，罗莱家纺在其注册地华东地区 2014 年的销售收入占公司主营业务收入比例为 51.71%，富安娜在其注册地华南地区 2014 年的销售收入占公司主营业务收入比例为 36.94%，梦洁家纺在其注册地华中地区 2014 年的销售收入占公司主营业务收入比例为 52.05%¹²。

结合公司产品的定位，公司坚持“渠道下沉”的策略，避开在一线城市与其他家纺品牌展开直接竞争，而是在二、三及四线城市建设了较多网点，具体主营业务收入情况如下：

单位：万元

市场区域	2014 年度	2013 年度	2012 年度
一线城市	3,359.48	3,997.78	2,257.51
二线城市	21,160.67	28,395.41	27,070.33
三线城市	25,871.76	28,822.63	28,747.05
四线城市	16,508.74	19,952.20	21,566.16
其他	23.40	25.04	124.16
总计	66,924.03	81,193.05	79,765.21

注：上表中“其他”项指出口销售

(3) 公司销售区域性形成的原因及其风险

目前，我国家用纺织品行业的行业集中度较低，优势企业占家用纺织品市场总量的份额有限，低端产品及无品牌产品仍然占据着广泛的市场空间及较大的市场份额。我国家用纺织品企业普遍具有较强的地域性，全国性的绝对优势企业尚未出现。家用纺织品企业普遍具有一定的销售区域性，且其销售收入多集中于企业注册地附近区域。如罗莱家纺的销售收入集中于华东地区，富安娜的销售收入集中于华南地区，梦洁家纺的销售收入则集中于华中地区。

就公司自身而言，公司在创始之初，立足于华中区域市场，随着销售规模的扩大及品牌知名度的提升，逐渐将销售范围扩大至全国范围，但由于公司长期的经营历程和历史积累，华中地区的销售收入仍然占比较高。此外，在报告期内，

¹²数据来自同行业上市公司 2014 年年报。

华中地区在销售金额不断扩大的情况下，其销售占比呈现了逐年下降的趋势，显示了公司在销售区域上的拓展。

产品销售的区域性作为行业发展到特定阶段的必然产物，虽然具有其合理性，但也具有一定的风险。过于集中的销售区域将会降低公司抗风险的能力，不利于公司长远的发展。因此，公司计划以此次募集资金来拓展销售网络，在夯实公司现有重点销售区域的同时，着力发展其他销售区域，特别是在家纺品牌产品覆盖率较低西南地区和西北地区建设销售网络，使公司进一步发展成具备全国竞争力的家用纺织品企业。

(4) 对本募投项目可行性的影响

本次营销网络建设项目将根据公司现有直营渠道的分布状况，结合公司未来发展的战略规划进行布局，投入足够的管理力量，对公司销售薄弱的市场空白地区进行拓展，逐步掌握当地商圈的优秀店铺资源；同时，在公司销售能力较强的地区继续扩张，巩固和强化公司强势市场的销售力量，从而进一步提高公司产品的市场占有率、开拓新的利润增长点，增加公司盈利。

首先，华中和华东区域为公司目前的重点销售区域。在上述区域，公司产品具有较高的品牌知名度和美誉度，公司较竞争对手具有较为明显的优势。因此，为巩固和加强在此区域的优势，公司继续实施“渠道下沉”的策略，在多个地级市区域设立直营店，对该区域的市场进行充分渗透；

其次，如前所述，西南区域和西北区域作为整个家纺市场中，品牌产品覆盖率较低的区域，目前基本还属于市场空白地区，具备极强的市场潜力，业内企业在此区域正处于跑马圈地、抢占市场的竞争阶段，公司借此次募集资金加大在该区域的投入，将在可预见的未来取得良好的收益。此外，由于我国东西部经济发展不均衡，广大西部地区的经济发展水平较中、东部地区落后，消费水平亦低于中、东部地区，公司产品高性价比的特点正好契合了该区域消费者的消费偏好。因此，在上述区域进行大力扩张，是公司发展壮大良好契机；

再次，本次募投项目的建设地点仍然遵循公司一贯的战略布局，集中在二、三线城市，避免在京沪广深等一线城市与其他品牌进行竞争，充分发挥公司的定位优势，利用公司多年来在二、三线城市市场的经营经验积累，稳步有序地拓展公司的市场占有率，在较大程度上保障了本次募投项目的成功实施。

5、项目市场前景分析

当前，家纺用品已开始从功能单一的日常生活必需品，逐渐成为了人们改善生活质量、美化家居环境的重要手段，消费者对家纺用品的品牌、设计等产品附加价值给予了更多的关注，也更加重视产品所带来的时尚潮流、感官体验等心理性要素。家纺用品的平均使用年限开始缩短，消费者逐渐习惯根据季节、气候、家饰搭配、家居风格等方面的因素对家纺用品进行定期的更新换代，结合住房条件的改善、婚庆市场的发展、旅游行业的兴盛等多因素的作用，家纺用品市场容量迅速扩容，行业发展前景广阔。

从 2003 年至 2012 年底，我国家用纺织品行业总产值不断扩大，一直维持增长态势。2013 年，受我国经济增长减速的影响，行业生产指标增速放缓，但行业总体运作比较平稳。据国家统计局统计，2013 年我国家用纺织品行业 1,810 家规模以上企业实现主营业务收入 2,611.90 亿元，比 2012 年增长 8.1%。根据中国纺织工业联合会预测，在未来 10 年中，国内家用纺织品消费市场将持续保持快速增长。在国内宏观经济持续向好、居民收入持续增长及其所带动的消费升级等相关因素的驱动下，家用纺织品行业已经成为纺织行业中潜在市场空间最大、市场规模增长最快的子行业。家纺企业规模的扩大、研发水平的提高以及企业间的良性竞争，将成为家用纺织品行业发展的内生性推动力，结合国家政策的支持、房地产需求、婚庆需求以及旅游需求等多重外部推动力的共同作用，将为家用纺织品行业的进一步发展创造有利条件。其他有关行业发展的资料请参见本招股书“第六节业务与技术”之“二、发行人所处行业基本情况”之“（三）行业发展的有利因素及不利因素”的相关内容。

6、项目建设方案

（1）项目总体方案

根据市场需求，结合公司的品牌发展战略，本项目的建设规模为：对公司营销网络的结构进行升级建设，采用直营的方式，在华中、西南及西北等地区建立 152 家直营店（柜），项目建设完成后，全国直营门店（柜）将近 300 家，形成一个层次鲜明、分工有序、布局合理的渠道营销网络。

本项目新增直营门店是以公司现有的营销网络体系为基础并结合公司过去各地区销售情况进行建设，拟在国内二、三线城市增设直营门店共计 152 家，其

中，形象展示店 2 家，标准店（柜）150 家。

按照门店类型总体情况如下：

门店类型	购置门店数(家)	租赁门店数(家)	单店平均面积(m ²)	总面积(m ²)
形象展示店	2	-	400	800
标准店	-	110	150	16,500
标准柜	-	40	120	4,800
合计	2	150	-	22,100

按照门店分布区域总体情况如下：

区域	购置门店数(家)	租赁门店数(家)	小计	备注
华中	2	50	52	武汉 15 家、长沙 12 家、宜昌 5 家、黄石 5 家、衡阳 4 家、荆州 3 家、湘潭 2 家、怀化 2 家、郴州 2 家、常德 2 家
华东	-	20	20	合肥 15 家，九江 5 家
西南	-	31	31	成都 25 家、乐山 2 家、宜宾 2 家、遂宁 2 家
西北	-	21	21	西安 21 家
华南	-	9	9	南宁 4 家，湛江 5 家
华北	-	10	10	石家庄 10 家
东北	-	9	9	哈尔滨 9 家
合计	2	150	152	-

(2) 建设方案

① 选址原则

销售网点的选址在家纺企业经营过程中起着非常重要的作用。首先，在产品销售方面，它决定着产品的销售渠道、总体和局部销售网点的规划等，这直接影响着产品的销售额；其次，在产品的设计方面，由于销售网点选址的不同又往往影响着产品的设计导向和设计风格；此外，选址还会影响着产品的售后服务等。

因此，销售网点选址的好坏在很大程度上决定着企业和公司的经营状况和未来发展前途。商业选址需要充分的市场调查信息作为基础。这些市场信息通常包括消费者的信息，例如消费者的分布、消费者需求以及购买力状况等；同时还包括竞争对手及其产品的信息，如其他公司销售网的分布，其产品的价格、种类、类型等信息；此外，对于未来市场的发展预测也是销售网点选址的关键。本项目建设的原则主要考虑在不改变现有模式之下，充分利用公司的品牌优势、管理优

势、资金优势，加强营销网络中关键节点的支撑性，支持公司的可持续发展。本项目建设主要遵循以下原则：

- A. 坚持以巩固现有市场区域并稳步开发空白市场为原则；
- B. 坚持以优势商圈强化直营比重为原则；
- C. 坚持以直营网点不可挤压加盟网点为原则；
- D. 坚持以提升网点的形象展示和全面营销功能为原则。

②选址策略与要求

首先，公司在城市选择层面的选择策略与要求主要如下：

- A. 经济较为发达的二、三线城市；
- B. 周边有一定规模的中、高等收入人群；
- C. 周边居民有较强的消费意识和追赶时尚潮流的氛围。

其次，在具体网点层面的选择策略与要求主要如下：

- A. 商业气氛浓厚、客流量大、人气旺的高档综合性商场及附近；
- B. 知名度及客流量最佳的商业街（客流量需满足目标顾客群特征）；
- C. 大规模住宅区附近；
- D. 同类产品云集的商业中心；
- E. 具备便利交通条件；
- F. 商店可见度强，位置醒目，面向街道，展示面宽；
- G. 近期无城建规划。

③项目人员配置

本项目 152 家直营门店每店各设店长 1 名，其他人员如财务会计、销售员等人员配备根据专卖店所需人员营业面积和营业额大小以及所在市场对公司经营的重要程度，并参考现有专卖店的配置情况进行估算。

人员配置中，部分管理人员由公司指派，其余人员在各区域进行招聘。所有

人员均需接受上岗培训，包括熟悉该区域的市场情况。根据估算，项目共需新增劳动定员 785 人，其中管理人员 25 人。

④店铺装修

在本次募集资金投资项目中，公司将延续一贯的店铺装修风格、产品陈列以及器架布置，通过塑造门店形象的方式来宣传公司品牌、提高品牌美誉度。公司计划采用统一的设计方案，用色彩明亮、材质现代的装饰材料来体现公司品牌内涵和特色风格，以吸引潜在的顾客群体，强化公司品牌在消费者心目中的地位。

⑤消防工程

各专卖店按《建筑灭火器配置设计规范》的要求，均配置适量手提式磷酸铵盐干粉灭火器及防毒面具。在进行店面装修和商品陈列设计时，注意门店入口和出口的设置，妥善做好紧急疏散路线的安排和规划，并对店面员工进行必要的消防安全培训和教育。

⑥环保问题

本项目主要为商业流通环节建设，募集资金投向不造成现实和潜在的环境影响。长沙市环境保护局对本项目环保情况进行了核查，出具了《关于湖南多喜爱家纺股份有限公司申请上市环境保护情况的证明函》。

7、项目建设进度安排

本项目计划建设周期为二年，以项目正式开始启动实施的当年为 T 年，具体实施进度见下表：

序号	内容	T 年上半年	T 年下半年	T+1 年上半年	T+1 年下半年
1	店铺选址市场调研	▲	▲	▲	
2	购买及租赁店铺	▲	▲	▲	▲
3	设备采购		▲	▲	▲
4	店铺装修		▲	▲	▲
5	人员培训		▲	▲	▲
6	装修验收、营业		▲	▲	▲

8、项目投资概算

本项目预计总投资为 17,067.90 万元，其中，建设投资 12,836.90 万元，流动

资金 4,231.00 万元，预计全部使用募集资金。项目总投资构成情况如下：

序号	内容	投资额（万元）	占比(%)
1	建设投资	12,836.90	75.21
2	流动资金	4,231.00	24.79
合计		17,067.90	100.00

具体投资明细如下：

序号	费用名称	金额（万元）	所占比例(%)
一	工程费用		
1.1	店铺购置费用	4,000.00	23.44
1.2	店铺装修费用	2,795.00	16.38
1.3	监控设备费用	495.00	2.90
1.4	消防设备费用	30.00	0.18
1.5	经营设备费用	3,962.02	23.21
1.6	办公设备费用	277.58	1.63
	工程费用合计	11,559.60	67.73
二	工程建设其他费用	703.30	4.12
三	预备费用	574.00	3.36
四	建设投资合计 (一)+(二)+(三)	12,836.90	75.21
五	流动资金	4,231.00	24.79
六	投资总计 (四)+(五)	17,067.90	100.00

9、项目效益分析

(1) 项目测算的主要依据及假设

根据项目实施计划及主要设备的折旧年限等方面考虑，本项目财务评价计算期定为 12 年，其中建设期 2 年，投产期 2 年，达产期 8 年。投产当年（计算期第三年）生产负荷率可以达到 60%，投产第二年（计算期第四年）生产负荷率可以达到 80%。投产第三年（计算期第五年）起生产负荷率达到 100%。产品销售应交增值税税率为 17%，城建及教育附加税分别为增值税的 7%、5%。

(2) 项目预期销售收入测算

参照公司 2009 年—2011 年销售数据，以 2011 年坪销为基数做预测，达产后年销售收入为 30,833.66 万元。

公司 2009 年—2011 年店面坪销（含税）对比表

单位：元

年度坪销	2009 年度	2010 年度	2011 年度
专卖店	14,693	15,151	16,162
专柜	12,676	15,327	16,376

募投项目新增门店销售收入（含税）测算

单位：万元

门店形式	面积m ² (1)	数量 (2)	现有店铺 2011 年坪销 (3)	年度销售预估 (4) = (1) * (2) * (3)
形象展示店	400	2	1.94	1,547.60
标准店	150	110	1.62	26,667.30
标准柜	120	40	1.64	7,860.48
总计				36,075.38

注：考虑到形象展示店的特殊性，其预估数据以公司较大门店 2011 年度坪销数据为基准，并基于谨慎性原则，将上述数据下调 50% 计算

据上表，本次募投项目新增门店在达产期的含税年销售收入为 36,075.38 万元，不含税年销售收入为 30,833.66 万元。

由于公司的成熟门店在一定时期内的销售额具有较强的稳定性，因此，利用现有门店的销售收入来测算募投项目新增门店的销售收入，具备较强的可操作性和合理性。上述测算充分结合了公司现有经营状况，以目前门店的销售情况为测算依据，并依照谨慎性原值适当调低指标，具有较强的合理性。

(3) 项目总成本测算

项目年经营成本估算表如下：

项目年经营成本估算表

单位：万元

序号	项目	第 3 年	第 4 年	第 11 年	第 12 年	合计
	产出负荷%	60.00	80.00		100.00	100.00	
1	外购货品	8,510.10	11,346.80		14,183.50	14,183.50	133,324.90
2	外购燃料及动力	256.03	341.38		426.72	426.72	4,011.17
3	工资及福利	1,587.30	2,116.40		2,645.50	2,645.50	24,867.70
4	店面租金	3,613.50	4,818.00		6,022.50	6,022.50	56,611.50
5	修理费	180.00	240.00		300.00	300.00	2,820.00
6	折旧费	1,095.27	1,095.27		190.00	190.00	6,426.37
7	摊销费用	1,836.30	559.00				4,072.30
8	利息支出						0.00

9	其他费用	370.02	493.36		616.70	616.70	5,796.98
10	总成本费用	17,448.53	21,010.21		24,384.92	24,384.92	237,930.92
	其中：固定成本	8,938.43	9,663.41		10,201.42	10,201.42	104,606.02
	可变成本	8,510.10	11,346.80		14,183.50	14,183.50	133,324.90
11	经营成本	14,516.95	19,355.94		24,194.92	24,194.92	227,432.25

(4) 项目主要经济技术指标

序号	指标类别	单位	指标值	备注
1	建设规模	间	152.00	
1.1	形象展示店	间	2.00	
1.2	标准专卖店	间	110.00	
1.3	标准专柜	间	40.00	
2	建设面积	M ²	22,100.00	
2.1	形象展示店	M ²	800.00	购置
2.2	标准专卖店	M ²	16,500.00	租赁
2.3	标准专柜	M ²	4,800.00	租赁
3	动力年耗量			
3.1	年用水量	万吨	1.87	
3.2	年用电量	万度电	420.00	
4	定员	人	785.00	
5	总投资	万元	17,067.90	
5.1	建设投资	万元	12,836.90	
5.2	流动资金	万元	4,231.00	
6	年营业收入（不含税）	万元	28,983.64	
7	年总成本	万元	23,793.09	
8	年营业税金（地方及附加税）	万元	319.28	
9	年利润总额	万元	4,871.27	
10	年所得税	万元	730.69	
11	年税后利润（净利）	万元	4,140.58	

上表中主要数据的确定依据如下：

A、建设面积。本次营销网络建设项目拟新建门店 152 家，考虑到公司现有直营门店平均面积约为 120 m²左右，再结合未来扩大经营的需要，将形象展示店定为 400 m²，专卖店定为 150 m²，专柜确定为 120 m²；

B、能源消耗。各专卖店用水主要为商业办公用水，专柜水费则主要由所在商场负担。112 个专卖店按照每个店每月 12—14 吨计算，年最高用水量 1.87 万吨/年；该项目用电负荷估算采用单位指标法，开设专卖店总面积为 22,100 平方米，参考相关专卖店的用电指标，拟按建筑 100w/m² 计算，则开设专卖店总用

电负荷为 2,210kw，按照平均经营时间计算，年最高用电量为 420 万千瓦时；

C、劳动定员。根据公司目前经营情况，并结合本次建设项目的门店规模，本项目计划每店各设店长一名，其他人员如财务会计、导购、销售等人员配备根据专卖店营业面积和营业额大小以及所在市场对公司经营的重要程度，并参考现有专卖店的配置情况进行配置，合计增员 785 人；

D、营业收入。参考本招股说明书“第十三节募集资金运用”之“二、募集资金投资项目分析”之“（一）营销网络拓展项目”之“9、项目效益分析”。

E、营业成本。参考现有采购成本及各项期间费用，结合新增门店销售量估算，再综合考虑能源消耗、人力成本、店面租金等因素予以测算。

（5）项目的盈利能力分析

根据项目可行性研究报告，预计年均实现销售收入 28,983.64 万元，利润总额 4,871.27 万元，净利润 4,140.58 万元。

该投资项目的投资收益指标分析如下：

指标	税前指标	税后指标
内部收益率（%）	29.31	26.11
净现值（万元）	16,630.70	13,222.36
总投资收益率（%）	28.65	24.36
盈亏平衡点（%）	62.55	
投资回收期（年）	5.30	5.57

综上所述，该项目具备较好的经济效益，能够较大程度提高公司的盈利能力，帮助公司稳步提高市场占有率。

10、公司实际控制人关于募投建设的相关承诺

根据公司实际控制人陈军、黄娅妮出具的《承诺函》，承诺在公司上市后不会取消募集资金投资项目“营销网络拓展项目”，仍将继续通过购置或租赁方式进行直营销售渠道销售网点建设。

（二）信息化建设项目

1、项目概况

本项目的建设目的旨在通过优质、高效的信息化管理系统建设，打造具有行

业领先水平、高度集成的信息化管理平台，以降低业务运营成本、提高业务协同效率，支撑业务流程的优化与管理创新，提高公司业务纵向一体化的管理水平，促进公司发展战略实现。本项目建设主要涵盖财务管理、设计研发、商品计划、营销管理、物流仓储、数据分析、办公协作等方面软件系统、相关硬件设备及配套工程。

本项目预计总投资 2,988.50 万元，全部使用募集资金完成，建设期为 2 年。

2、项目实施的必要性分析

经过多年的信息化建设，公司已初步完成了零售终端管理系统、企业邮件系统和财务管理信息化等项目，在信息化建设方面取得了一定的成绩，缩短了产品开发周期，提高了企业管理和资金使用水平，解决了部分手工管理问题，但在诸多管理（财务、电子图档管理、电脑模拟、生产、人力资源、物流和设备、专卖店等管理上）方面还存在不少问题，现拟利用此次募集资金投资项目大力推进信息化进程。

（1）有利于提升产品开发全过程管理能力

目前，产品设计越来越复杂、潮流变化越来越快，对于企业设计研发能力也提出越来越高的要求。建立及时、高效的市场信息数据收集、商品企划、商品数据管理系统，通过一站式分析管理平台支撑，快速整合相关业务信息，进一步提升公司设计研发团队把握潮流脉搏，掌握并准确预测市场走向的能力。国内外知名家纺品牌也纷纷通过信息系统升级使得其产品研发能力得到了进一步提升。公司通过产品生命周期信息管理系统的建设，实现从商品企划、产品研发、商品数据管理的全过程数据化管理与产品信息共享，规范与完善商品基础信息管理体系，提高商品开发过程的协同效益与效率，实现从商品企划到成品下单信息管理的高效集成，驱动供应链快速反应。

（2）有利于提高公司供应链管理水平

国内家纺企业越来越重视供应链的管理能力的提升，通过提高供应链管理水平达到节约成本、提高营业收入，增强自身抗击市场风险能力的目的。公司通过供应链信息管理系统的建设，可实现其在销售计划、订单、采购、生产及仓储各环节快速、准确、透明的高效协同，降低供应链运营管理成本，优化库存结构，增强公司供应链快速反应的能力。

（3）有利于提高公司物流配送水平

高效的物流配送水平是企业提高其竞争力的有效手段。在家纺产品的生产销售过程中，储存、装卸、等待加工和运输耗费公司大量的人力、物力，增加了公司物流成本。此外，家用纺织品行业具有一定的流行性和季节性的特点，物流配送需要管理的品类繁多并处于不断变化之中。为了适应家纺业的特点和市场竞争的需要，公司构建与物流配送体系相适应的物流仓储管理系统，形成“小批量、多批次、多品种、快交货”的家用纺织品业现代物流管理模式。公司通过智能仓储快速物流系统建设可使得公司的物流体系做到“库存管理优化、信息反馈高效、市场反应灵敏”，进一步缩短企业对于市场变化的响应时间，提高了公司的物流配送水平。

（4）有利于提高公司销售渠道与终端管理水平

分布于全国各省、市、自治区的销售终端，业务覆盖面较广，面对如此庞大的营销终端网络，公司传统的分销及零售管理系统已经无法满足快速扩张及对数据深层挖掘的需要，公司亟需一套行之有效且具有强大适应性的销售渠道与终端信息管理系统。公司通过对销售渠道与终端信息管理系统进行升级与推广，将有助于营销管理团队运用系统化、结构化、科学有效的工具建立市场销售信息数据库，提高公司顾客关系及终端运营管理能力，洞察商品销售动态，有效进行商品销售周期管理，并将市场信息及时、完整地汇集到总部数据库，掌握市场整体运营情况，建立快速灵活的市场应对机制，提高消费者满意度及品牌忠诚度，促进销售目标的实现及店铺销售收入的提升。

（5）有利于建立科学的决策体系

在企业现代化管理中信息管理系统的价值不仅体现在业务操作与管理层面，而且在企业决策制定中同样发挥重要作用。企业通过建设商务智能信息管理平台将有助于提高企业决策的快速与准确性，主要体现在发展规划、品牌经营等战略层面，产品规划、流行趋势预测等战术层面以及生产批次调整、空间陈列设计等操作层面。公司通过数据仓库与商务智能信息管理平台的建设，利用其强大的信息处理能力深度整合与挖掘各信息系统的价值，并在其平台上建立科学系统的分析模型，以直观、透明的方式获取决策依据与决策过程所需的信息，使公司决策者、管理者更全面、快速、准确地了解其内部运营信息与市场信息，及时进行策

略调整与流程优化，保证公司决策的科学性与可行性，有效规避决策风险。

3、项目实施的可行性分析

(1) 国家政策大力支持企业的信息化建设

我国政府一直以来都高度重视企业信息化工作。2006年5月，中国中央办公厅、国务院办公厅印发了《2006-2020年国家信息化发展战略》，明确指出在全球信息化发展的大趋势下，要大力推进企业的全面信息化建设，改造和提升传统产业，发展信息服务，推动经济结构战略性调整。2009年2月，国务院常务会议通过的《纺织工业调整和振兴规划（2009-2011）》中也提到，我国应大力推动企业信息化建设，开发符合纺织行业企业特征的企业资源计划系统（ERP）、电子商务系统等。随着国家“信息化带动工业化”的战略部署逐步落实，各级地方政府也陆续出台了一系列的针对纺织行业的信息化建设指导政策，极大地鼓舞了纺织行业企业信息化建设的热情，为纺织行业企业进行新一轮的信息化项目建设注入了新的活力。

(2) 国家信息化基础平台日臻完善，相应配套服务体系已趋成熟

得益于近些年我国信息化基础设施的迅猛发展，目前我国的信息化平台在运作模式上已经较为完善，针对各行业的信息化配套服务也已趋成熟。信息技术在纺织行业的应用已经广泛分布于战略决策、设计研发、生产制造、渠道管理和终端控制，逐步实现了从单一的数据采集统计服务向企业综合运营管理服务的转变。与此同时，一大批优秀的技术咨询服务机构也如雨后春笋般出现，通过引进国际先进的信息化设计理念为各行各业的特定企业量身打造出高效实用的信息化企业管理体系，指导企业进行信息化管理、培养信息化人才，现已卓见成效。而家用纺织行业也与时俱进，通过与信息化服务机构的合作，逐步开发出符合自身行业特点的信息化企业管理体系，为企业未来更快更好的发展奠定了基础。

(3) 公司已积累了一定的信息化管理经验和信息化技术人才

公司作为家用纺织行业的知名企业，面对激烈的市场竞争，很早就开始有针对性地组建自己的信息化技术团队，有计划地建设符合公司实际情况的信息管理平台，在市场响应、研发设计、物流配送、销售管理方面都迈出了信息化建设的步伐。公司在进行早期信息化建设时，有意识地培养了专门的信息化人才，逐渐将信息化管理模式由完全依赖外部技术服务机构转变成外部提供咨询、内部自主

管理的模式。因而，在具备现有的信息化管理经验和信息化管理队伍的基础上，公司已经做好充分准备，迎接即将到来的全面的信息化建设项目。

4、项目建设方案

(1) 建设总体方案

本项目建设主要涵盖财务管理、设计研发、商品计划、营销管理、物流仓储、数据分析、办公协作等方面软件系统、相关硬件设备及配套工程。本项目信息系统建设划分为两个主要的功能区：主业务系统和主支持系统，其中主业务系统包括6个主要功能模块，主支持系统包括3个主要功能模块，每个功能模块相对独立，各模块间通过中间件实现高速连接，并具备较好的互联互通性。

具体情况如下图所示：



(2) 主业务系统

本项目信息系统中主业务系统由供应链管理系统、分销管理系统、零售管理系统、OA办公自动化系统、多喜爱管理平台系统和客户关系管理系统等6个主要功能模块组成。

① 供应链管理系统 (SCM)

供应链管理系统主要由销售计划、订货会系统、供应商管理、销售订单管理、成品采购计划、生产计划、物料计划、面辅料采购计划、商品配送计划等系统组成。供应链管理系统，通过销售计划指导订货会订单生成，并完成从销售计划到成品采购计划、生产计划、面辅料采购计划的跟踪与核算，从而指导分销模块中销售与采购订单的执行，具体功能如下表：

子模块名称	功能说明
销售计划	通过历史数据分析，结合商品计划，财务计划数据完成年度销售计划的制定；
订货会系统	订货会订单的获取；
供应商管理	供应商的档案管理、供应商分级管理等以指导采购计划的生成；
销售订单管理	接收订货会订单及季中补货订单，并对订单进行调整与确认形成正式销售订单；
成品采购计划	根据销售需求与库存计算成品需求，结合供应商产能生成成品采购计划及采购订单；
生产计划	根据成品采购计划，安排工厂生产计划；
物料计划	根据生产计划，结合 BOM 表和物料库存计算物料需求，形成物料需求计划；
面辅料采购计划	根据物料需求计划生成面辅料采购计划与采购订单；
商品配送计划	根据产品到货数据，安排成品出库计划，以指导销售订单执行。

②分销管理系统（DRP）

分销管理系统是主要针对信息化系统中供应链管理系统的实施与执行提供支持。其子模块主要包括：商品基础档案管理、销售订单执行、采购订单执行、库存管理、价格管理、促销管理等多项，具体功能如下表：

子模块功能	功能说明
商品基础档案管理	生产管理系统形成的正式商品及面辅料资料，支持销售订单及采购订单的管理；
销售订单执行	根据商品库存数量及销售订单，生成出货通知单，及销售退货处理；
采购订单执行	接收供应商发货信息，按采购订单生成进货通知单，及采购退货处理；
库存管理	库存调整及调拨处理；
价格管理	商品价格制定及调整；
促销管理	促销方案制定、促销事件管理、促销结果分析等。

③零售管理系统（POS）

零售管理系统主要对公司营销渠道中店铺销售管理业务提供支持。其子模块

主要包括：门店销售、门店 VIP 管理、门店库存管理、促销执行，主要功能如下表：

子模块功能	功能说明
门店销售	POS 机收银；
门店 VIP 管理	VIP 客户建档及管理、VIP 客户折扣处理；
门店库存管理	门店收货与退货处理，门店库存盘点与调整，门店库存调拨处理；
促销执行	接收总部促销方案，调整收银价格。

④OA 办公自动化系统

OA 办公自动化作为公司各部门日常行政办公应用的重要工具，主要支持行政办公、 workflow 管理、文件流管理、知识管理等多项，主要功能如下：

子模块功能	功能说明
行政办公	针对日常工作表单的审批。
workflow 管理	日常事务处理的审批及信息共享。
文件流管理	对公司内部文件的批阅、发放。
知识管理	针对公司内部的工作经验及专业知识的积累管理。

⑤多喜爱管理平台

多喜爱管理平台主要是对公司内部应用的诸多软件起到运营支撑的功用，它将是公司数据的集合中心，具备数据挖掘及 BI 的功能，并具备管理“驾驶舱”的作用，起到信息化数据集成、分析及处理功能，各个信息化系统的数据都将经过该数据中心的运算后传递到其他应用软件中，把公司的应用软件集成一套完整的系统辅助公司的经营发展。

⑥客户关系管理系统（CRM）

客户关系管理系统作为公司主营业务部门对各级分销商与终端客户的信息管理的重要工具，主要支持分销商及终端客户档案管理、销售数据分析等。其子模块主要包括：渠道管理、市场营销、订单管理、销售管理、客户档案管理、服务管理、VIP 管理，主要功能如下表：

子模块功能	功能说明
渠道管理	支持渠道销售分析、终端配置管理；
市场管理	支持市场信息收集与分析、支持营销策略制定；
订单管理	支持分销商订单分析、销售计划分解、订单执行结果跟踪；
销售管理	支持市场销售分析、区域销售策略制定、终端陈列方案分发；
客户档案管理	分销商档案管理、门店档案管理；

服务管理	客户投诉与处理结果记录与分析；
VIP 管理	VIP 卡档案管理、VIP 客户消费分析。

(3) 主支持系统

主支持系统作为本项目信息化建设中辅助性功能部分，其内部子系统相对独立，为主业务系统分别提供不同方面的支持与服务。主要包括人力资源管理系统、电子商务系统、财务管理系统。

①人力资源管理系统

人力资源管理系统是协助人力资源部门对公司员工实现智能管理的重要工具，其子模块主要包括：人员管理、岗位管理、考勤管理、薪资管理、招聘管理等项，主要功能如下：

子模块功能	功能说明
人员管理	建立人员信息档案，管理各类人员基本信息和变动信息，实现人员信息方便快捷的统计和查询，生成各类人员管理台帐。
岗位管理	岗位规划的目的是完善组织机构与岗位信息，企业可根据自身实际需求，建立规范有效的组织机构与岗位解决方案。
考勤管理	管理系统考勤信息，根据考勤班次与打卡时间、请假、加班、出差记录，生成员工出勤报表，并为薪资计算提供相关数据，使考勤数据与薪资计算直接挂钩。
薪资管理	管理薪资信息，实现对员工进行薪资帐套划分、工资计算及审核发放，生成银行报盘及相关工资统计报表。
招聘管理	管理企业人员招聘从需求计划至面试录用的全过程，建立企业人才库，优化人才资源配置。

②电子商务平台（EC）

电子商务平台是支撑公司电子商务业务运作的重要基础，为电子商务业务开展提供重要的服务工作。其子模块主要包括：商品管理、库存管理、会员管理、促销管理、第三方商城、渠道管理、订单管理、支付与结算管理、物流配送管理等项，主要功能如下表：

子模块功能	功能说明
商品管理	接收 PLM 系统形成的正式商品资料，网站商品上架与下架；
库存管理	收货管理、发货管理、库存调整；
会员管理	电子商务客户档案管理；
促销管理	网上促销方案制定与执行；
第三方商城	第三方商城业务支持；
渠道管理	分销商档案管理、销售策略执行；

订单管理	网上订单生成、修改，形成发货与结算依据；
支付与结算管理	网络客户及第三方商城等支付与结算处理，与银行业务的往来管理；
物流配送管理	记录即时物流配送信息，方便客户了解商品状态。

③财务管理系统

财务管理系统为公司财务部门提供财务成本、应收、应付、总账等的核算管理支持，其子模块包括：成本管理、应付模块、应收模块、固定资产管理、预算管理、总账模块，主要功能如下表：

子模块名称	功能说明
成本管理	进行产品各种成本的计算与分析；
应付模块	应付款管理及付款业务，支持集团内部采购业务以及内部应付款业务的处理，全面满足企业进行供应商及各种外部往来应付款项和付款的处理、核销及相关的查询、统计需要；
应收模块	应收款管理以及收款业务，为企业提供其客户及各种外部往来应收款项的处理、核销及相关查询、统计的功能。支持集团内部销售业务以及内部应收款业务的处理；
固定资产管理	卡片管理、折旧处理、盘点业务处理等；
预算管理	支持各基层单位预算的编制和执行控制，做到预算执行的事前控制、事中管理和事后分析；
总账模块	凭证管理、出纳管理、账簿管理和期末处理等账务处理等。

(4) 环保问题

本项目为信息化建设，募集资金投向不造成现实和潜在的环境影响。长沙市环境保护局对本项目环保情况进行了核查，出具了《关于湖南多喜爱家纺股份有限公司申请上市环境保护情况的证明函》。

5、项目建设进度安排

本项目建设周期共 2 年，以项目正式开始启动实施的当年为 T 年，具体进度如下图所示：

序号	内容	T 年上半年	T 年下半年	T+1 年上半年	T+1 年下半年
1	管理平台	▲	▲	▲	
2	供应链管理系统	▲	▲	▲	▲
3	分销管理系统		▲	▲	
4	零售管理系统		▲	▲	
5	客户关系管理系统		▲	▲	

6	办公自动化	▲	▲		
7	人力资源管理系统	▲	▲		
8	电子商务平台	▲	▲		
9	财务管理系统	▲	▲	▲	▲

6、项目投资概算

(1) 总投资概算

项目预计总投资 2,988.50 万元，主要构成如下：

序号	项目类别	金额（万元）	占比
1	工程费用	2,758.50	92.31%
1.1	机房投资费用	459.00	15.36%
1.2	硬件投资费用	854.00	28.58%
1.3	软件投资费用	1,445.50	48.37%
2	工程建设其他费用	42.00	1.41%
2.1	建设单位管理费用	42.00	1.41%
3	基本预备费用	188.00	6.29%
-	建设总投资	2,988.50	100.00%

(2) 中心机房建设投资

序号	项目	设备购置费（万元）	安装工程费（万元）	合计（万元）
1	中心机房装修及基础设施费用	110.00	33.00	143.00
1.1	机房装修工程	20.00	10.00	30.00
1.2	机房电气	10.00	4.00	14.00
1.3	机房设备工程	14.00	4.00	18.00
1.4	机房防雷接地系统工程	12.00	5.00	17.00
1.5	机房 FM200 消防工程	10.00	5.00	15.00
1.6	光纤布线	10.00	1.50	11.50
1.7	UTP 不限	20.00	1.50	21.50
1.8	机房安全防御	14.00	2.00	16.00
2	网络接入费用	150.00	50.00	200.00
3	远程监控费用	100.00	16.00	116.00
-	建设总投资	-	-	459.00

(3) 项目硬件投资

序号	硬件设备名称	拟选品牌及型号	数量（个）	单价（万元）	合计（万元）
1	中心机房服务器设备		-	-	228.00
1.1	服务器	DELL R710	18	3.00	54.00
1.2	服务器	DELL MD3200	4	6.00	24.00

序号	硬件设备名称	拟选品牌及型号	数量(个)	单价(万元)	合计(万元)
1.3	服务器	IBM X3850	2	22.00	44.00
1.4	存储设备	DS5020	1	26.00	26.00
1.5	存储设备	DEL Equallogic	4	20.00	80.00
2	其他硬件设备		-	-	626.00
2.1	交换机	NETGAER GS748TS	8	2.00	16.00
2.2	交换机	Netgear FS750T2	20	0.30	6.00
2.3	流量控制设备	Packteer	3	50.00	150.00
2.4	负载均衡设备	BIG F5	3	46.00	138.00
2.5	网络机柜及配件	APC	10	0.50	5.00
2.6	防火墙	Fortigate 1240B	4	20.00	80.00
2.7	路由器	Cisco 3900	8	4.00	32.00
2.8	UPS	APC	1	120.00	120.00
2.9	UPS	APC	1	30.00	30.00
2.10	机房空调	APC	2	20.00	40.00
2.11	无线路由器	Cisco SRP532W-CN	20	0.45	9.00
-	建设总投资	-	-	-	854.00

(4) 项目软件投资

序号	软件名称	拟选品牌	软件费与授权许可费(万元)	实施与培训费(万元)	总价(万元)
1	OA 办公系统	泛微	47.60	20.40	68.00
2	HR(人力资源管理系统)	泛微	24.50	10.50	35.00
3	CRM(客户关系管理系统)	百胜	38.50	16.50	55.00
4	SCM(供应链管理系统)	百胜	145.60	62.40	208.00
5	DRP(分销管理系统)	丽晶/百盛	147.00	63.00	210.00
6	POS(零售管理)	丽晶/百盛	163.10	69.90	233.00
7	EC(电子商务)	商派	75.60	32.40	108.00
8	财务管理系统	金蝶	129.50	55.50	185.00
9	多喜爱管理平台	开发	-	-	233.50
10	杀毒软件	Macfee	50.00	-	50.00
11	操作系统、工具及办公软件		60.00	-	60.00
-	合计	-	-	-	1,445.50

(5) 其他费用投资

序号	费用名称	费率或标准	费用(万元)
----	------	-------	--------

1	建设单位管理费	工程费用 1.41%	42
-	合 计	-	42

本项目的各项设备投资均按照市场价格采购。

7、项目效益分析

在信息社会的今天，传统的管理方式无法适应当今世界的发展步伐，应用计算机掌握信息已经成为国内外越来越多企业作为提高劳动生产率、增加效益、掌握市场主动权的关键因素，信息化建设为企业提供了彻底改变传统管理方式的保证。公司通过本次募集资金投资项目，将使各种信息得到共享和交换，将设计处理中心、订单、物流、专卖店、数据中心、管理总部等数据源互通互联，创造性的发挥信息化带来的便捷，打破传统企业信息隔离和不流畅的状态，使得运营模式变得更加动态，管理流程变得更加清晰，从而提高了工作效率，实现了科学决策，实现了企业整体效益的提高。信息共享、计划传递、成本核算、库存控制、销售反馈等企业运作关键性环节，都会在信息化升级时得到质的提升，从而使企业管理体系焕然一新。

本项目投入运行后不直接产生经济效益，但本项目实施后产生的间接效益将在公司的利润中体现。实施信息化建设是进行现代化管理的必要手段，更是增强核心竞争力的重大举措。

（三）补充营运资金

本公司拟投入 8,000 万元用于补充公司日常营运资金，以保证公司未来经营规模扩大后的运营所需资金，进一步确保公司财务稳定，提高市场竞争能力。

1、补充营运资金的必要性

（1）公司经营模式的需要

首先，公司产品生产销售周期较长，公司产品平均生产销售周期为五个月左右，其中采购及物流期平均为一个月以上，委托加工期平均为一个月左右，销售周期平均为两个月以上。因此，公司在生产经营过程中需要占用的营运资金时间较长，对营运资金具有较大需求。

其次，近年来，随着公司销售渠道的建设，公司销售网点数量逐年上升，在各门店铺货、备货的数量也呈上升趋势，因此，对公司营运资金提出了更高的要

求。

再次，近年来，随着电子商务的蓬勃发展，公司结合自身产品情况与目标客户需求，逐渐摸索出了一套行之有效的网络营销方式，在网络销售渠道的建设上也取得了长足的进步。目前，公司正处于网络销售渠道建设的重要阶段，持续、稳定的资源投入对于公司在电子商务领域的发展至关重要；此外，公司计划在近期推进产业园区的建设，产业园区达产后，公司将具备较强的生产能力；综合上述因素考虑，适当补充营运资金成为公司发展过程中的现实需求。

(2) 改善公司财务状况的需要

发行人在报告期内一直采用外协生产的经营模式，目前的财务状况具有资产流动性较高、存货占比较大，且银行贷款等间接融资空间较小的特点，因此公司对营运资金的需求较高，补充流动资金有助于改善公司财务状况，促进公司的良性发展。

① 资产的高度流动性

公司流动资产比例较高，固定资产等非流动资产比例较低，具体如下表所示：

单位：万元

项 目	2014年12月31日		2013年12月31日		2012年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	46,294.60	68.09%	43,558.37	81.44%	47,383.59	83.38%
非流动资产	21,690.92	31.91%	9,928.05	18.56%	9,443.94	16.62%
其中：固定资产	2,864.97	4.21%	2,983.40	5.58%	2,760.53	4.86%
资产总计	67,985.52	100.00%	53,486.41	100.00%	56,827.53	100.00%

公司营业收入增长一般需要配备较高的流动资产，报告期内，期末流动资产占当期营业收入的比重很高，分别达到 59.34%、53.61%和 68.88%，具体如下表所示：

单位：万元

项 目	2014年	2013年	2012年
营业收入	67,211.10	81,253.09	79,848.37
项目	2014年12月31日	2013年12月31日	2012年12月31日
流动资产	46,294.60	43,558.37	47,383.59
占比	68.88%	53.61%	59.34%

②存货占净资产比重较大

报告期内公司存货情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2014年12月31日	2013年12月31日	2012年12月31日
存货净额	20,272.93	21,762.17	28,347.43
净资产	40,984.57	36,464.08	30,422.79
占比	49.46%	59.68%	93.18%

报告期内，公司存货占净资产的比例较大。存货余额较大，意味着将占用公司较多流动资金，从而给公司带来较大资金压力，影响了公司销售规模的进一步提高。

③银行贷款等间接融资空间较小

公司非流动资产规模小，占比较低，特别是可供抵押资产较少，这导致报告期内公司融资渠道较为单一，间接融资能力有限。报告期内公司银行借款主要为担保融资为主，融资规模有限，且借款期限相对较短，对公司营运资金提出较高要求，短期偿债压力大；报告期内公司通过开具票据，延缓资金支付等方式弥补资金缺口，但仅通过银行融资难以满足公司未来固定资产投资和快速发展需要，因此为有效缓解公司偿债压力，降低公司财务风险，需要补充营运资金。

(3) 公司经营规模扩张需要合理规模的流动资金支持

随着公司产能的进一步扩大，主营业务规模将快速发展，公司需要较大的营运资金支持生产周转与营销服务。为测算所需营运资金金额，在历史财务数据的基础上，结合公司实际情况，我们作出以下假设：

① 营运资金结余金额及营运资金周转率假设

按照流动资产减去流动负债等于营运资金的公式计算，公司合并口径下2012、2013和2014年平均营运资金 $[(年初营运资金+年末营运资金)/2]$ 分别为18,480.89万元、23,757.44万元和26,414.84万元，当年合并口径的营业收入分别为79,848.37万元、81,253.09万元和67,211.10万元，三年营运资金周转率平均为3.43（等于每年营运资金周转率的均值），因此假设在公司经营模式没有重大变化、没有股东注资或新增银行借款等新资金注入的情况下平均营运资金周转率为3.43次/年。

② 营运资金需求测算

A、募投项目增加收入部分的测算

根据多喜爱家纺营销网络拓展项目的可行性研究报告，在募集资金到位的情况下，该项目需第 5 年达到达产期，预计在达产后每年产生的不含税收入为 30,833.66 万元。

B、原有业务增加收入部分的测算

报告期内，公司网络销售渠道发展迅速，规模持续增长，且未来随着公司产业园项目投入使用，公司自行生产能力、物流统筹能力将得到有效提升，竞争优势及市场应对能力也将进一步强化，公司管理层认为虽然报告期内公司营业收入规模出现一定幅度的波动，但未来年度公司营业收入将保持良好的增长势头。现假设公司原有业务未来将保持每年 12% 的收入增长率，则第 5 年（即募投项目进入达产期）营业收入为 105,757.97 万元。

C、营运资金需求

根据上述假设，预计项目开始建设后第 5 年（即进入达产期）收入合计约为 136,591.63 万元，按照营运资金周转率 3.43 次/年测算，则公司届时平均营运资金余额需求为 39,841.42 万元，以公司 2014 年营运资金余额平均数约为 26,414.84 万元计算，届时公司尚存 13,426.58 万元的资金缺口，其中 8,000 万元拟由公司通过本次募集资金补充，其余部分则通过公司自身累积资金、银行贷款等方式进行补充。

从上述营运资金需求量的测算过程看，发行人未来营运资金的需求与发行人营业收入的增长速度密切相关，营业收入增长速度越快，公司对营运资金的需求量越大。

2、补充营运资金的管理

为加强对于本次补充公司营运资金的管理，公司将采取以下措施：

（1）设立专户管理：公司将严格按照深交所有关募集资金管理的相关规定，将该部分资金存储在董事会决定的专门账户。

（2）严格用于公司主营业务：公司将紧紧围绕主营业务进行资金安排，对

于签订的大额销售合同，提前做好资金计划，提高资金使用效率，实现效益最大化。

(3) 建立科学的预算体系：建立包括销售预算、采购预算、投资预算、人工预算、费用预算等体系，针对资金链条反应的各种异常信息，及时采取措施，防范风险，提高应对能力。

(4) 加强应收及预付款管理：完善相应的应收账款、预付货款控制制度，加强对应收账款的收款力度，建立收款预警和报警机制，提高企业资金使用效率。

3、资金使用计划

本募集资金项目将主要用于补充公司营运资金。

4、经济效益分析

公司面临较大的流动资金压力，通过本次募集资金补充营运资金缺口，一方面将有利于增强公司的营运能力和市场竞争能力，有利于公司正在履行项目和即将履行项目的顺利实施，有利于提高公司营业收入和利润水平，维持公司快速发展的良好趋势，另一方面还将显著改善公司流动性指标，提高公司短期偿债能力，降低公司财务风险，使公司财务结构更为稳健。

三、募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响

本次募集资金到位后，对公司未来整体经营业绩的影响情况如下：

财务指标	发行前	发行后
股本（万元）	9,000	12,000
净资产（万元）	40,984.57	69,040.97
每股净资产（元/股）	4.55	5.75
资产负债率（合并）	39.72%	28.11%

注：发行前数据取 2014 年 12 月 31 日审计数据；发行后数据系假设本次公开发行全部为公开发行新股，且新股发行达到上限 3,000 万股。

从上表可知：本次募集资金到位后，预计公司净资产总额将大幅提高，公司的综合实力以及经营规模将大幅提高，并能够有效增强公司的抗风险能力。同时，公司的资产负债率将有较大幅度的下降，资产负债结构得到改善，有利于公司的稳健经营。由于自有资金实力和银行负债能力的增强，公司的市场竞争力将得到

进一步提高，有利于公司在家用纺织品行业的竞争中取得优势地位。

综合以上分析，募集资金运用后，公司的综合实力将得到进一步提高，公司的主营业务收入、资产负债率、盈利能力、净资产、每股净资产和资本结构等都将有较为明显的有利影响。

第十四节 股利分配政策

一、公司现行的股利分配政策

本公司缴纳所得税后的利润，按下列顺序分配：

- 1、弥补以前年度亏损。
- 2、按弥补以前年度亏损后净利润的 10%提取公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。
- 3、公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。
- 4、经股东大会决议，可以从税后利润中提取任意公积金。
- 5、公司弥补亏损和提取公积金后所余利润，按照股东持有的股份比例进行分配。但公司章程规定不按持股比例分配的除外。

公司不得在弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润。股东大会违反规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

公司的公积金用于弥补亏损、扩大生产经营或者转为增加资本。但是，资本公积金不得用于弥补公司的亏损。法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不得少于转增前公司注册资本的 25%。

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。

二、报告期内股利分配情况

报告期内，考虑到公司经营的资金需求较大，为进一步壮大公司实力，促进公司发展，公司报告期内未进行分红派息。

三、发行完成前滚存利润分配安排

2012年2月23日，公司召开第一届董事会第七次会议，审议通过了《关于公司本次发行A股前滚存利润分配方法的议案》；2012年3月12日，多喜爱股份召开2012年第二次临时股东大会，审议批准了上述议案。具体分配方案为：

本次发行前的滚存利润由本次发行后的公司新老股东共同享有。

四、发行后股利分配政策

（一）发行后股利分配政策

公司发行后，除保留发行前的股利分配政策条款外，还在股利分配政策中增加以下条款：

1、利润分配原则

公司的利润分配政策应重视对投资者的合理投资回报，利润分配政策应保持连续性和稳定性。

2、利润分配形式及周期

公司每年度可以采取现金或者股票等法律法规允许的方式分配股利，但在具备现金分红条件下，应当优先采用现金分红进行利润分配；在有条件的情况下，公司可以进行中期现金分红。

3、现金分红比例

若无重大投资计划或重大资金支出发生，在足额提取盈余公积金以后，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的15%；进行利润分配时，具体比例由董事会根据公司实际情况制定后提交股东大会审议通过。

公司在确定以现金分配利润的具体金额时，应充分考虑未来经营活动和投资活动的影响以及公司现金存量情况，并充分关注社会资金成本、银行信贷和债权融资环境，以确保分配方案符合全体股东的整体利益；

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

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

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

重大投资计划或重大资金支出发生指以下情形之一：

(1) 公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过 5,000.00 万元。

(2) 公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

4、发放股票股利条件

如果公司预计未来利润增长速度可以超过股本规模扩张速度，从而抵消因股票股利分配对公司每股收益的稀释效应，则公司可以实施股票股利分配预案。

5、利润分配决策程序和机制

公司每年度利润分配方案由董事会根据公司经营情况和有关规定拟定，提交股东大会以普通决议审议决定。股东大会审议利润分配方案时，除现场会议投票外，公司应当提供网络投票等方式以方便股东参与股东大会表决。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会。

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

公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定；有关调整后的利润分配政策的议案，全体董事过半数通过并经二分之一以上独立董事通过后，由董事会提交股东大会审议，股东大会审议（以出席会议股东）需所持表决权的三分之二以上通过。公司应当提供网络投票等方式以方便股东参与股东大会表决。

6、公司年度盈利但未提出现金利润分配预案的，董事会应说明未进行现金分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途，独立董事对此发表独立意见。

7、存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

五、未来三年股利分配规划

（一）公司未来三年股利分配规划

根据公司目前经营状况及未来发展趋势，公司本次公开发行并上市后三年内，坚持现金分红为主，在足额提取盈余公积金以后，每年向股东以现金方式分配的股利不低于当年实现的可供分配利润的15%；进行利润分配时，具体比例由董事会根据公司实际情况制定后提交股东大会审议通过。

公司在确定以现金分配利润的具体金额时，应充分考虑未来经营活动和投资活动的影响以及公司现金存量情况，并充分关注社会资金成本、银行信贷和债权融资环境，以确保分配方案符合全体股东的整体利益；

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

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

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以根据实际情况另行增加股票股利分配。

（二）公司制度未来三年股利分配规划的依据和可行性

1、截至2014年12月31日，公司经审计的未分配利润为20,903.68万元，公司经营活动产生的现金流量净额充足，近三年合计为21,504.36万元。公司具备较高的持续盈利能力和较强的偿债能力。因此，公司未来具备现金分红的能力。

2、本次发行后，公司总股本不超过12,000万股，股本总额较小，每股净资产较高，具备股票股利发放条件。

3、在保证公司业务正常发展的前提下，并充分考虑股东特别是中小股东的要求和意愿进行股利分配，给予投资者合理的回报。

综上，公司管理层认为，公司未来三年的具体股利分配计划是可行的。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露与投资者服务

为规范公司信息披露工作，保护投资者的合法权益，发行人根据《公司法》、《证券法》等法律、法规及部门规章，制定了《多喜爱家纺股份有限公司信息披露管理办法》。本公司上市后，将按照公正、公开、公平的原则履行信息披露义务，真实、准确、完整、及时地报送和披露信息。

本公司证券部负责公司信息披露和投资者服务工作。

董事会秘书：赵金

证券事务部电话：0731-88226816

证券事务部传真：0731-88226816

二、重大合同

本公司的重大合同是指本公司及其控股子公司正在履行或将要履行的、金额在 500 万元以上，或者虽未达到前述标准但对生产经营、未来发展或财务状况有重要影响的合同。

截至招股说明书签署日，发行人及其子公司正在履行或即将履行的重要合同如下：

（一）借款合同、保证金合同、授信合同及承兑汇票协议书

1、中信银行股份有限公司长沙分行

序号	合同类型	汇票金额（万元）	出票日
1	银行承兑汇票承兑协议	2,154.20	2015 年 1 月 26 日
2	银行承兑汇票承兑协议	664.10	2015 年 3 月 23 日

2、招商银行股份有限公司长沙分行

序号	合同类型	授信额度（万元）	合同签订日
1	授信协议	8,000.00	2014 年 6 月 23 日

3、中国民生银行股份有限公司长沙分行

序号	合同类型	授信额度 (万元)	合同签订日
1	综合授信合同	2,500.00	2014年4月30日

4、上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行

序号	合同类型	担保金额 (万元)	合同签订日
1	抵押合同	2,145.00	2014年7月22日
2	抵押合同	1,485.00	
序号	合同类型	贷款金额 (万元)	
1	固定资产贷款合同	14,750.00	

(二) 特约经销合同

报告期内，公司通过签订《特约经销合同》的方式在全国建立了 772 个加盟专卖店（柜）。《特约经销合同》对包括但不限于经销商的授权期限、特许区域、经营商品、特许专卖网点的选址和装修、货物运输、管理培训、知识产权等特许专卖的核心内容作了具体约定。

2014 年度前五大加盟商所签订正在执行的特约经销合同

序号	加盟商名称	经销区域	经销期间	签订日期
1	江西丽箭国际贸易有限公司	江西	2015 年	2013 年 12 月 22 日
2	河南省尚龙商贸有限公司	河南	2015 年	2013 年 9 月 27 日
3	李红宇	湖南	2015 年	2013 年 9 月 17 日
4	刘春秋	湖南	2015 年	2013 年 9 月 17 日
5	林长永	四川	2015 年	2014 年 4 月 17 日

(三) 加工承揽及采购合同

1、加工承揽合同

发行人重大加工承揽合同的情况说明如下：

序号	合同对方	合同内容	签订日期	合同期限	备注 (合同号)
1	东莞市七里香纺织品有限公司	成品加工	2014年5月6日	2014年5月6日至2015年5月5日	1120140207002
2	东莞市长欣家饰用品有限公司	成品加工	2014年5月6日	2014年5月6日至2015年5月5日	1120140907013
3	桐乡中得家纺有限公司	成品加工	2014年4月20日	2014年4月20日至2015年5月5日	1120140907010
4	深圳市燊旺源科技有限公司	成品加工	2014年5月6日	2014年5月6日至2015年5月5日	1120140907012

序号	合同对方	合同内容	签订日期	合同期限	备注 (合同号)
5	武汉第五季印染有限公司	印染合同	2015年3月13日	2015年3月1日至2016年2月28日	120150105003

2、采购合同

序号	合同对方	产品种类	金额 (万元)	签订日期	合同编号
1	MAGETRON SRL	机器设备	150.00 万欧元	2014年3月25日	MAG-140301/CGZ
2	MASIAS MAQUINARIA SL	机器设备	73.50 万欧元	2014年1月20日	CCM-14-0004/1
3	湖北雪美实业股份有限公司	坯布	693.74	2015年3月30日	200-100001503300001
4	湖南云锦集团有限公司高新分公司	坯布	645.60	2015年3月4日	200-100001503040001

(四) 房屋租赁合同

序号	合同对方	签订日期	合同期限	合同租金 (万元)
1	钦卫 (长沙侯家塘店)	2008年3月10日	2008年4月1日至2017年3月31日	580.60
2	陈军	2013年1月1日	2013年1月4日至2018年1月3日	720.00

(五) 工程施工合同

序号	合同对方	签订日期	合同期限	合同金额 (万元)
1	湖南省华龙建筑工程有限公司	2014年8月12日	2014年8月13日至2015年10月10日	10,968.51
2	湖南岳麓山建设集团有限公司	2014年10月8日	2014年10月20日至2015年11月10日	3,000.00

三、发行人对外担保的有关情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在对外担保的有关情况。

四、重大诉讼或仲裁事项

(一) 截至本招股说明书签署日，发行人不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

(二) 截至本招股说明书签署日, 发行人控股股东、实际控制人、发行人控股子公司, 发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员没有作为一方当事人的重大未决诉讼或仲裁事项。

(三) 截至本招股说明书签署日, 发行人董事、监事及高级管理人员及核心技术人员均未涉及刑事诉讼事项。

(四) 金武军盗取公司款项案件的相关情况

1、案发当时的背景情况

金武军, 男, 安徽合肥人, 在 2008 年 3 月前, 为公司在合肥地区的加盟商。其后, 为了拓展合肥市场, 公司于 2008 年 3 月 1 日与金武军签订合作协议, 合资在合肥成立合肥多喜爱保健科技有限公司(以下简称为合肥子公司, 后更名为合肥多喜爱纺织科技有限公司), 注册资本为 100 万元。合肥子公司于 2008 年 3 月 19 日注册成立, 公司持股 85%, 金武军持股 15%。

为了更好的开拓市场, 充分利用金武军在合肥当地的资源, 公司任命金武军为合肥子公司总经理, 因此, 合肥地区所有的房屋租赁合同都是由金武军代表公司与房屋所有权人进行洽谈并签订合同。

2、作案时间、作案手段及款项被盗取的原因

在房租支付的过程中, 实际执行的流程为金武军提出申请, 合肥子公司根据其申请开具现金支票, 并由金武军交付给房东, 金武军凭房东的收条报账。从 2008 年 3 月至 2009 年 12 月, 合肥子公司所有的房租付款均按照上述流程进行支付。从 2008 年 3 月至 2009 年 12 月期间, 金武军通过伪造、变造虚假合同和收条、收到现金支票不给房东占为己有等方式, 共计骗取公司资金 471 万元。涉及款项用途为本公司合肥子公司在当地租赁店铺的租金。

通过调查, 公司了解到金武军沉迷于赌博, 且其正是为了筹集赌资而盗取公司款项。金武军能够成功盗取公司款项, 暴露了公司以前年度在内控制度上存在的一些问题。

3、案件发现和后续处理情况

2009 年, 房东直接催告公司, 要求公司按照合同约定支付房租, 由此, 公司了解到房租一直未按期交付的情况。通过调查, 公司获悉金武军沉迷于赌博,

且为了筹集赌资，通过伪造、变造合同和收条等方式将应付房东的租金据为己有。为了彻底查清此事，公司随后对当时存在的9家门店房东进行了询证，并及时向合肥市公安局庐阳分局经济犯罪侦查大队报案，现已在网上通缉金武军，至今仍未归案。

公司经过详细调查，最终确认相关责任人为时任合肥子公司总经理的金武军本人及时任合肥子公司财务主管。该财务主管在金武军事件的整个过程中，未能尽到相应的审核、监督职责，亦未向公司及时汇报实际情况，导致金武军能够成功盗取公司款项。经过审慎考虑，公司最终决定按照相关管理制度的规定及合同约定，将该财务主管予以辞退。

金武军事件发生后，公司除了通过法律手段对被骗取资金进行追讨外，同时以金武军事件为教训，加强了资金风险的防范和控制；公司一方面对《资金管理制度》、《合同管理制度》进行了重新评估，对其进行了部分的修改和完善，另一方面加强了对分、子公司资金活动的管控。公司改进后的内部控制设计合理，再未发生类似事项，资金管理等内控制度得到有效执行。

4、公司资金管理内控制度的建立和健全

为防范和控制资金风险，保证资金安全，提高资金使用效益，公司在资金管理方面制订并实施了以下措施。

(1) 加强对现金的管理

严格按照《现金管理暂行条例》的规定，加强对公司现金，包括现金支票的管理。主要体现在对所有房屋租赁产生的订金、房租、转让费、押金、装修费等要求全部采取银行转账方式，减少现金支付的风险。

(2) 加强对分、子公司资金活动的管控

①加强资金计划的管理

公司各部门、各分子公司每月提交《月度资金计划表》，由资金管理部汇总资金计划，编制公司总的《月度资金计划表》，经财务总监、总经理审核审批后，下达执行。资金管理部对于每月资金计划的执行情况编制《月度资金计划执行情况表》，并进行分析。

②加强分子公司资金的管理

各分、子公司及门店资金实行“收支两条线”及“资金集中统一划拨”的管理原则。各分、子公司及门店营业款必须在每月指定时间内通过银行转账方式划缴到总部指定银行账户；公司总部采取银行转账方式向各分、子公司拨付备用金。

③改变分、子公司门店租赁相应款项的支付方式

订金、房租、转让费、房屋押金的支付，原则上按合同约定，由分、子公司委托总部通过银行转账付款至合同签订方账户（该账户在房屋租赁合同已指定，若对方为公司，应指定对公账户，若对方为个人，应指定本人存折）。

各分子公司行政专员根据《月度付款计划明细表》、租赁合同等付款依据，编制《委托付款申请单》，经分、子公司会计主管审核、分子公司业务主管审批、营销经理审批、营销中心审批、总经理审批（计划外 2000 元以上）、财务管理部审核、财务总监审批后，由资金管理部付款。

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

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

全体董事签名：

陈军

罗罡

袁雄

黄娅妮

陈铁儒

张文

徐瑛

赵传森

肖星

全体监事签名：

陈周盛

黎毅

吴莹

全体高级管理人员签名：

张文

张海鹰

赵传森

赵金

文新


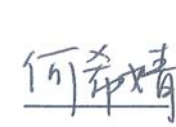
多喜爱家纺股份有限公司
2015年6月1日

保荐人（主承销商）声明

本保荐机构已对招股说明书及其摘要进行了核查、确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目协办人签名：

李海洋

保荐代表人签名：  2015年6月1日

龚思琪

何希婧

保荐机构
法定代表人签名：

王开国

2015年6月1日

2015年6月1日

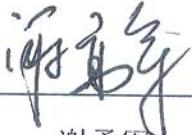
保荐机构（主承销商）：海通证券股份有限公司



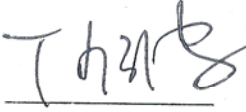
2015年6月1日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要, 确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议, 确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏, 并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办律师: 
谢勇军


郇华斌

律师事务所负责人: 
丁少波



发行人审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

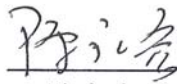
经办注册会计师：


刘智清


李晓阳


曾春卫

会计师事务所负责人：


陈永宏

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）



承担验资业务的机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述及重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

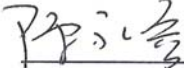
经办注册会计师（签字）：


刘智清


李晓阳


曾春卫

验资机构负责人（签字）：


陈永宏

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）



发行人资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办注册资产评估师：



王盖君

娄魁立

评估机构负责人：



郑文洋

沃克森（北京）国际资产评估有限公司

2015年6月1日

第十七节 备查文件

投资者可以在公司证券部和保荐人处查阅本招股说明书的备查文件，备查文件并会在深圳证券交易所指定披露网站（www.cninfo.com.cn）上披露。

发行人：多喜爱家纺股份有限公司

地址：长沙市岳麓区麓谷大道627号长海创业基地南二层

电话：0731-88226816

传真：0731-88226816

时间：周一至周五，上午9:00-下午5:00

保荐人：海通证券股份有限公司

地址：深圳市红岭中路中深国际大厦16层

电话：0755-25869000

传真：0755-25869832

时间：周一至周五，上午9:00-下午5:00

备查文件目录

- （一）发行保荐书及发行保荐工作报告；
- （二）财务报表及审计报告；
- （三）内部控制鉴证报告；
- （四）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- （五）法律意见书及律师工作报告；
- （六）公司章程；
- （七）中国证监会核准本次发行的文件。