

潮流前线

东莞市搜于特服装股份有限公司2014年公司债券(第一期)上市公告书

第一章节

重要提示

东莞市搜于特服装股份有限公司(以下简称“搜于特”、“发行人”、“公司”或“本公司”)董事会成员已批准该上市公告书,确信其中不存在任何虚假、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性、完整性负全部的法律责任。

深圳证券交易所(以下简称“深交所”)对东莞市搜于特服装股份有限公司2014年公司债券(第一期)(以下简称“本期债券”)上市申请及相关事项的审查,均不构成对本期债券价值的判断、收益及兑付能力的实质性判断或任何保证。

本期债券信用等级为AA,发行人主体长期信用等级为AA。本期债券上市前,发行人最近一期(2014年3月31日)合并报表口径的净资产为214,321,228.00万元,合并报表口径的资产负债率为61.63%,母公司2013年的资产负债率为61.77%;最近三个会计年度实现的年均扣除非经常性损益后的净利润为202,027.22万元(2011年、2012年和2013年合并报表中归属于母公司所有的净利润分别为201,027.22万元、2011年、2012年和2013年合并报表中归属于母公司所有的净利润分别为201,027.22万元),不少于本期债券一年利息的1.5倍。

本期债券上市前,若公司财务状况、经营业绩、现金流和信用评级等情况出现重大变化,将影响本期债券双边挂牌交易。公司承诺,若届时本期债券无法进行双边挂牌上市,债券持有人有权选择将本次债券回售予本公司。本期债券上市后的流动性风险将由投资者关注。

发行人与上市推荐人就债券终止上市后的安排签署了协议,约定如果债券终止上市,发行人将委托上市推荐人提供终止上市后债券的托管、登记等相关事宜。

第二节 发行人简介

一、发行人法定名称

法定名称:东莞市搜于特服装股份有限公司

英文名称:DONGGUAN SOUYUTE FASHION CO.,LTD.

二、发行人注册地及办公地址

注册地及办公地址:广东省东莞市道滘镇昌平第二工业区第一栋

三、发行人注册资本

注册资本:51,840万元

四、发行人法定代表人

法定代表人:马鸿

五、发行人基本情况

公司的经营范围为:服装、鞋帽、针纺织品、皮革制品、羽绒制品、纺织布料、箱包、玩具、装饰品、工艺品、电子设备、纸制品、日用百货、钟表眼镜、化妆品电子产品、家用电器、文具体育用品、衣架、陈列架、模特儿道具、灯具、音响设备的销售。

发行人主要从事“潮流前线”青春休闲服饰的设计与销售。“潮流前线”品牌服饰以“大众时尚”为品牌定位,以国内三四类市场为销售重点,以15-29岁的年轻人群为主要消费对象,公司致力于将时尚潮流款式多样、质优价廉的青春休闲服饰投放到国内三四类市场,让普通消费者享受到“大众时尚”衣着。公司通过自主抓品牌推广、设计研发、销售渠

道等产业链环节,将产品全部外包,以易于复制的特许加盟模式在全国建立销售渠道,获得持续较快发展。在国内三四类市场建立了领先的竞争优势。

发行人产品分为“优雅淑女”、“时尚商务”、“校园休闲”3大系列,产品覆盖男装、女装及配饰品,具体有T恤、衬衣、毛衣、便装、羽绒服、棉衣、针织外套、裤子(水洗裤、牛仔裤)、裙装及其他大类上百个品种,系列多样的产品可以基本满足目标市场不同消费需求,对于日常穿着的需求,“优雅淑女”、“时尚商务”、“校园休闲”三大系列产品的销售比

重,市场定位和设计风格如下:

产品系列	休闲男装	时尚商务	校园休闲
销售收入占比重	24.9%	37.5%	37.5%
市场定位	18-29岁追求时尚潮流、追逐潮流、有个性的年轻女性	15-25岁喜欢青春、活力、时尚、休闲的女性	自由的校园女生
设计风格	典雅淑女、清新亮丽、甜美公主	时尚、休闲、个性	轻松活力、简约休闲、色彩丰富
股份数量	518,400,000	100	

注:上表中“销售收入占比重”系根据公司2013年经营数据统计。

发行人产品的销售是“潮流前线”青春休闲服饰。公司通过强化品牌建设与推广、产品自主设计与开发、营销网络的建设和供应链管理,以生产加工及物流配送完全外包、直营和加盟相结合的经营模式,组织“潮流前线”品牌青春休闲服饰产品的设计、生产与销售。

发行人主要业务“潮流前线”青春休闲服饰的设计与销售。“潮流前线”品牌服饰以

“大众时尚”为品牌定位,以国内三四类市场为销售重点,以15-29岁的年轻人群为主要消

费对象,公司致力于将时尚潮流款式多样、质优价廉的青春休闲服饰投放到国内三四类市

场,让普通消费者享受到“大众时尚”衣着。公司通过自主抓品牌推广、设计研发、销售渠

道等产业链环节,将产品全部外包,以易于复制的特许加盟模式在全国建立

销售渠道,获得持续较快发展。在国内三四类市场建立了领先的竞争优势。

发行人产品分为“优雅淑女”、“时尚商务”、“校园休闲”3大系列,产品覆盖男装、女

装及配饰品,具体有T恤、衬衣、毛衣、便装、羽绒服、棉衣、针织外套、裤子(水洗裤、牛仔

裤)、裙装及其他大类上百个品种,系列多样的产品可以基本满足目标市场不同消

费者对于日常穿着的需求,“优雅淑女”、“时尚商务”、“校园休闲”三大系列产品的销售比

重,市场定位和设计风格如下:

产品系列	休闲男装	时尚商务	校园休闲
销售收入占比重	24.9%	37.5%	37.5%
市场定位	18-29岁追求时尚潮流、追逐潮流、有个性的年轻女性	15-25岁喜欢青春、活力、时尚、休闲的女性	自由的校园女生
设计风格	典雅淑女、清新亮丽、甜美公主	时尚、休闲、个性	轻松活力、简约休闲、色彩丰富
股份数量	518,400,000	100	

注:上表中“销售收入占比重”系根据公司2013年经营数据统计。

发行人产品的销售是“潮流前线”青春休闲服饰。公司通过强化品牌建设与推广、产品自主设计与开发、营销网络的建设和供应链管理,以生产加工及物流配送完全外包、直营和加盟相结合的经营模式,组织“潮流前线”品牌青春休闲服饰产品的设计、生产与销售。

发行人主要业务“潮流前线”青春休闲服饰的设计与销售。“潮流前线”品牌服饰以

“大众时尚”为品牌定位,以国内三四类市场为销售重点,以15-29岁的年轻人群为主要消

费对象,公司致力于将时尚潮流款式多样、质优价廉的青春休闲服饰投放到国内三四类市

场,让普通消费者享受到“大众时尚”衣着。公司通过自主抓品牌推广、设计研发、销售渠

道等产业链环节,将产品全部外包,以易于复制的特许加盟模式在全国建立

销售渠道,获得持续较快发展。在国内三四类市场建立了领先的竞争优势。

发行人产品分为“优雅淑女”、“时尚商务”、“校园休闲”3大系列,产品覆盖男装、女

装及配饰品,具体有T恤、衬衣、毛衣、便装、羽绒服、棉衣、针织外套、裤子(水洗裤、牛仔

裤)、裙装及其他大类上百个品种,系列多样的产品可以基本满足目标市场不同消

费者对于日常穿着的需求,“优雅淑女”、“时尚商务”、“校园休闲”三大系列产品的销售比

重,市场定位和设计风格如下:

产品系列	休闲男装	时尚商务	校园休闲
销售收入占比重	24.9%	37.5%	37.5%
市场定位	18-29岁追求时尚潮流、追逐潮流、有个性的年轻女性	15-25岁喜欢青春、活力、时尚、休闲的女性	自由的校园女生
设计风格	典雅淑女、清新亮丽、甜美公主	时尚、休闲、个性	轻松活力、简约休闲、色彩丰富
股份数量	518,400,000	100	

注:上表中“销售收入占比重”系根据公司2013年经营数据统计。

发行人产品的销售是“潮流前线”青春休闲服饰。公司通过强化品牌建设与推广、产品自主设计与开发、营销网络的建设和供应链管理,以生产加工及物流配送完全外包、直营和加盟相结合的经营模式,组织“潮流前线”品牌青春休闲服饰产品的设计、生产与销售。

发行人主要业务“潮流前线”青春休闲服饰的设计与销售。“潮流前线”品牌服饰以

“大众时尚”为品牌定位,以国内三四类市场为销售重点,以15-29岁的年轻人群为主要消

费对象,公司致力于将时尚潮流款式多样、质优价廉的青春休闲服饰投放到国内三四类市

场,让普通消费者享受到“大众时尚”衣着。公司通过自主抓品牌推广、设计研发、销售渠

道等产业链环节,将产品全部外包,以易于复制的特许加盟模式在全国建立

销售渠道,获得持续较快发展。在国内三四类市场建立了领先的竞争优势。

发行人产品分为“优雅淑女”、“时尚商务”、“校园休闲”3大系列,产品覆盖男装、女

装及配饰品,具体有T恤、衬衣、毛衣、便装、羽绒服、棉衣、针织外套、裤子(水洗裤、牛仔

裤)、裙装及其他大类上百个品种,系列多样的产品可以基本满足目标市场不同消

费者对于日常穿着的需求,“优雅淑女”、“时尚商务”、“校园休闲”三大系列产品的销售比

重,市场定位和设计风格如下:

产品系列	休闲男装	时尚商务	校园休闲
销售收入占比重	24.9%	37.5%	37.5%
市场定位	18-29岁追求时尚潮流、追逐潮流、有个性的年轻女性	15-25岁喜欢青春、活力、时尚、休闲的女性	自由的校园女生
设计风格	典雅淑女、清新亮丽、甜美公主	时尚、休闲、个性	轻松活力、简约休闲、色彩丰富
股份数量	518,400,000	100	

注:上表中“销售收入占比重”系根据公司2013年经营数据统计。

发行人产品的销售是“潮流前线”青春休闲服饰。公司通过强化品牌建设与推广、产品自主设计与开发、营销网络的建设和供应链管理,以生产加工及物流配送完全外包、直营和加盟相结合的经营模式,组织“潮流前线”品牌青春休闲服饰产品的设计、生产与销售。

发行人主要业务“潮流前线”青春休闲服饰的设计与销售。“潮流前线”品牌服饰以

“大众时尚”为品牌定位,以国内三四类市场为销售重点,以15-29岁的年轻人群为主要消

费对象,公司致力于将时尚潮流款式多样、质优价廉的青春休闲服饰投放到国内三四类市

场,让普通消费者享受到“大众时尚”衣着。公司通过自主抓品牌推广、设计研发、销售渠

道等产业链环节,将产品全部外包,以易于复制的特许加盟模式在全国建立

销售渠道,获得持续较快发展。在国内三四类市场建立了领先的竞争优势。

发行人产品分为“优雅淑女”、“时尚商务”、“校园休闲”3大系列,产品覆盖男装、女

装及配饰品,具体有T恤、衬衣、毛衣、便装、羽绒服、棉衣、针织外套、裤子(水洗裤、牛仔

裤)、裙装及其他大类上百个品种,系列多样的产品可以基本满足目标市场不同消

费者对于日常穿着的需求,“优雅淑女”、“时尚商务”、“校园休闲”三大系列产品的销售比

重,市场定位和设计风格如下:

产品系列	休闲男装	时尚商务	校园休闲
销售收入占比重	24.9%	37.5%	37.5%
市场定位	18-29岁追求时尚潮流、追逐潮流、有个性的年轻女性	15-25岁喜欢青春、活力、时尚、休闲的女性	自由的校园女生
设计风格	典雅淑女、清新亮丽、甜美公主	时尚、休闲、个性	轻松活力、简约休闲、色彩丰富
股份数量	518,400,000	100	

注:上表中“销售收入占比重”系根据公司2013年经营数据统计。

发行人产品的销售是“潮流前线”青春休闲服饰。公司通过强化品牌建设与推广、产品自主设计与开发、营销网络的建设和供应链管理,以生产加工及物流配送完全外包、直营和加盟相结合的经营模式,组织“潮流前线”品牌青春休闲服饰产品的设计、生产与销售。

发行人主要业务“潮流前线”青春休闲服饰的设计与销售。“潮流前线”品牌服饰以

“大众时尚”为品牌定位,以国内三四类市场为销售重点,以15-29岁的年轻人群为主要消

费对象,公司致力于将时尚潮流款式多样、质优价廉的青春休闲服饰投放到国内三四类市

场,让普通消费者享受到“大众时尚”衣着。公司通过自主抓品牌推广、设计研发、销售渠

道等产业链环节,将产品全部外包,以易于复制的特许加盟模式在全国建立

销售渠道,获得持续较快发展。在国内三四类市场建立了领先的竞争优势。

发行人产品分为“优雅淑女”、“时尚商务”