股票简称:雅戈尔　股票代码:600177　编号:临2015-076

雅戈尔集团股份有限公司2015年非公开发行A股股票预案（修订稿）

（注册地址:浙江省宁波市鄞州区鄞县大道西段2号）
2015年11月

公司声明

公司及董事会全体成员保证预案内容真实、准确、完整，并确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

本次非公开发行股票完成后，公司经营与收益的变化，由公司自行负责；因本次非公开发行股票引致的投资风险，由投资者自行负责。

本预案是公司董事会对本次非公开发行股票的说明，任何与之相反的声明均属不实陈述。

投资者如有任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、专业会计师或其他专业顾问。

本预案所述事项并不代表审批机关对于本次非公开发行A股股票相关事项的实质性判断、确认或批准，本预案所述本次非公开发行A股股票相关事项的生效和完成需经审批机关审核。

特别提示

一、本次发行方案已经公司第八届董事会第二十次会议审议通过，尚需公司股东大会批准和中国证监会的核准。

二、本次发行为面向特定对象的非公开发行，最终发行对象不超过10名特定投资者，包括境内注册的证券投资基金管理公司、证券公司、信托投资公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者等机构投资者和自然人。最终发行对象将在本次非公开发行获得中国证监会核准批文后，由董事会在股东大会授权范围内根据发行对象申购报价的情况确定。

三、本次发行价格不低于15.08元/股，发行的定价基准日为公司第八届董事会第二十次会议决议公告日2015年11月21日，定价原则是：该发行底价不低于定价基准日前20个交易日股票交易均价（定价基准日前20个交易日股票交易均价=定价基准日前20个交易日股票交易总额/定价基准日前20个交易日股票交易总量）的百分之九十。具体发行价格由股东大会授权董事会在取得中国证监会关于本次非公开发行核准批文后，由董事会和保荐机构（主承销商）按照相关法律法规的规定和监管部门的要求，根据发行对象申购报价情况，遵循价格优先的原则确定。

四、本次发行对象为不超过10名的特定投资者，其中，证券投资基金管理公司、证券公司、信托投资公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者等机构投资者以现金认购的股份数量不超过发行总数量的40%；证券投资基金管理公司、证券公司、信托投资公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者等机构投资者和自然人以现金认购的股份数量不超过发行总数量的60%。

五、本次发行股票数量不超过33,157万股（含33,157万股），募集资金总额不超过人民币500,000万元，扣除发行费用后拟投资于以下项目：

序号	项目名称	项目投资额（万元）	使用募集资金金额（万元）
1	服装	O2O营销平台项目	303,863	300,000
2		雅戈尔库存服装生产基地项目	53,683	50,000
3	地产	苏州雅戈尔项目	114,052	45,000
4		明洲水乡邻里二期项目	91,960	40,000
5	补充流动资金		65,000	65,000
	合计		629,158	500,000

若本次非公开发行募集资金总额不超过500,000万元，募集资金扣除发行相关费用后拟投资于以下项目：

序号	项目名称	项目投资额（万元）	使用募集资金金额（万元）
1	服装	O2O营销平台项目	303,863	303,863
2		雅戈尔库存服装生产基地项目	53,683	53,683
3	地产	苏州雅戈尔项目	114,052	114,052
4		明洲水乡邻里二期项目	91,960	91,960
5	补充流动资金		65,000	65,000
	合计		629,158	629,158

若募集资金扣除发行相关费用后的实际募集资金少于上述项目募集资金总额，公司将根据实际募集资金净额，按照项目的轻重缓急等情况，调整并最终决定募集资金投入的优先顺序及各项目的具体募集资金投资额等使用安排，募集资金不足部分由公司自筹解决。本次非公开发行募集资金到位之前，公司将根据项目进度的实际情况以银行贷款、自有资金或其他方式自筹资金先行投入，本次非公开发行募集资金到位后将以募集资金予以置换。

二、本次募集资金投资项目可行性分析

（一）O2O营销平台项目

1. 项目基本情况

在各务必为客户实现空间巨大、O2O模式成为服装行业发展方向的背景下，公司制定了升级营销平台，使线上线下相融合的O2O全渠道运营发展战略，提出了“一个平台、一个中心”的发展规划，即以融合线上线下的O2O营销平台为载体，打造雅戈尔会员专属的增值服务中心、产品体验中心以及文化引领中心。目前，公司已初步实现了从传统生产经营型企业向品牌运营型企业的转型，确立了“一个平台、三个中心”，公司将全面从“以生产为导向”向“以顾客为导向”转型，致力于成为集高端品牌设计、多元化服务体验于一身的时尚生活方式提供商。

本项目是公司战略转型实现的关键步骤，公司拟在酒窖这块极具有营销价值的基础上，通过O2O信息化系统的建设，优化营销网络的布局，积极拓展线上渠道，融合线下门店营销，建设以大会员制为核心的O2O营销平台，提升企业竞争力。

2. 项目实施的背景及必要性

（1）是公司推进发展战略、打造中国时尚时装品牌的需要

在36年的发展历程中，雅戈尔品牌凭借坚持质优价廉、不断开拓与稳健并举的经营思路，以“创国际品牌、铸百年企业”为发展愿景，坚持把握核心竞争力，提升品牌价值，以期实现品牌的发展战略目标。目前，公司已成功实现了从单纯的生产型企业向品牌运营型企业的转型，并以“以生产为导向”向“以顾客为导向”转型，不断为实现转行业领头羊的地位。

未来，雅戈尔将继续坚持以品牌运营为核心的战略，通过实施O2O营销平台的建设，实现传统经营模式的变革，把握互联网渗透给传统服装行业带来的机遇，争取实现“4个1000”的战略目标：

①　打造1,000个销售额1,000万元以上的营销平台

营销平台不仅是雅戈尔的产品销售中心、形象展示中心，更是雅戈尔会员增值服务中心、O2O线下体验中心、服装文化引领中心。公司通过营销平台的建设，把握和提升品牌形象、满足现代时尚人群的需求，公司目前已经形成了品牌文化（NINGOR,Hart Schaffner Marx,GY,HANP,MAYOR为代表的多元化品牌发展战略，搭建了横跨中高端、高端定制及双高类的多品种、多档次、系列化的产品结构体系。为进一步提升营销服务，有效利用资源，充分发挥不同品牌的市场协同效应，在一线重点城市开设品牌集合店，更能够增强顾客对品牌的关注度、认知度和参与感，从而在进一步深化品牌形象、传播展示实践的过程中，实现公司品牌价值的提升。

本项目将以旗舰店、品牌集合店的建设，在直辖市、省会城市与部分经济发达城市购置直营店，对400家具备销售控制力门店进行改造升级，有利于提升购物环境，适应公司产品系列化、品牌多元化的市场，提高雅戈尔品牌的影响力。

（3）是公司提升直营渠道、加强终端控制力和影响力的需要

近年来，我国服装市场竞争更加激烈，服装品牌营销网络的扩张由快转慢。从行业规律来看，加盟店由于影响力弱、利益天然较少、受到的约束较大、公司对加盟店的管理由直营店的主导地位模式，对公司稳定发展战略、起到了至关重要的作用。公司不断整合、优化、提升直营渠道、集中优势资源，在产品落列、实场布局、人员培训等方面进行规范化、制度化管理，销售终端的质量有了显著提高。2014年，公司品牌服装销售毛利率达到56.11%，同期申一、太平洋等上市公司品牌服装毛利率分别为53.61%、51.90%、51.90%。

本项目购置及改造升级店面均为直营店，虽然占用资金较多，但在渠道控制、品牌展示方面优势较大，并维修通过其全面的展示、销售、体验和服务功能来提升终端影响力，强化公司的品牌形象。

（4）是公司固定优质店铺、抢占优势资源的需要

目前，公司服装直营店分为购置与租赁两类，租赁店铺如期续租时较长，有利于公司在迅速走具有战略意义的重点城市和商圈建设大型直营店。从长期来看，店铺的租赁价格呈持续上涨趋势，特别是核心商圈的店铺资源争夺日趋激烈，往往存在续租困难的问题，而通过购置方式取得店铺可以获得长期稳定的店铺资源，且在长期内锁定成本，能够充分发挥品牌宣传和形象展示功能。

本项目在重点城市购买核心商圈的优质店铺，能够长期对这地顾客开展品牌宣传，具有重大的战略意义，对公司其他直营店及加盟店将产生较大的人气提升作用。

（5）是公司整合营销渠道、迎接移动互联网时代的需要

移动互联网的飞速发展给零售行业带来了机遇，但对采用传统门店营销模式的服装企业，在营销管理、组织管理、客户关系管理等方面也带来了挑战。对企业而言，只有顺应传统、转型创新，才能实现新格局。这一场变革中，O2O商业模式的深化将成为重大转折点，而其中最为关键的因素就在于运用互联网思维，通过大数据推动的资源利用最大化，全面贯彻以顾客为主导的产品开发、市场营销模式，实现线上线下全渠道的深度融合和立体发展。

本项目解决方案以顾客为导向，将作为公司适应O2O商业模式的示范平台，与顾客展开良好的双向互动，为其提供个性化服务，改善其用户体验，推动传统店铺功能由销售型向综合型转型，并以此提升公司品牌的市场竞争力。

（6）是公司提升会员服务和体验的需要

随着产业的发展，以消费需求为导向，以顾客为中心，已成为行业的共识。能否为顾客提供个性化服务的能力，则成为企业核心竞争力的关键所在。

公司以大会员体系为切入点，通过遍布全国的营销网点，为全国各地的会员提供洗衣熨烫、着装顾问、时尚介绍等各种形式全方位、个性化的增值服务，同时利用微信等社交媒体以及微商城、电商平台、移动端等平台与线下雅戈尔门店实现多渠道入场、倒闭步联动，通过跨平台、跨渠道、跨区域实现线上线下粉丝、会员、导购全民互动，完成营销模式的无缝链接，形成以大会员为核心的营销体系闭环。与此同时，以精准营销、差异化营销和深化联盟为手段，为会员提供全方位个性化增值服务，提升会员品牌满意度与忠诚度。

借助O2O营销平台项目，公司将大力整合客户资源，通过大数据挖掘客户的兴趣消费能力，同时增加客户的粘性和忠诚度，持续延伸客户生命周期并拓展终身消费价值，通过会员转介绍机制，将每个会员的价值实现最大化。公司以大会员为核心，以顾客为导向，将充分提升着装方面的品牌影响力和线上引流的客户渠接力，为公司O2O商业模式的转型升级打下坚实基础。

为了具体落实O2O商业模式的转型升级，公司提出了“4个1000”的战略发展规划，即在未来发展1000万名年消费额在1000元以上的活跃会员、1000家年销售额在1000万元以上的营销平台，以实现经营规模、盈利能力以及品牌价值的可持续发展。

2. 建立O2O营销平台，打通会员体系，为业务板块的联动、协同发展奠定基础

公司已成立宁波雅戈尔健康科技产业投资基金合伙企业（有限合伙），进军大健康产业，探索大健康产业的投资机遇，在开拓盈利增长点的同时，挖掘公司未来产业转型的方向和机会。O2O营销平台的建设，不仅有利于提升服装业务的竞争力，而且，通过开展会员体系、挖掘客户的后续消费能力，增加客户的粘性和忠诚度等措施，将来还可以为业务板块的联动、协同发展奠定基础。

综上所述，本次非公开发行所募集的资金超过半数将用于公司O2O营销平台的建设，不仅有利于提升服装业务的竞争力，还有利于不同业务板块的联动、协同发展，对公司长期发展具有重大的战略意义。

3. 按照稳健进取的区域发展战略，推进优质项目的建设，提高资产价值，为地产业务的转型升级奠定基础

公司地产业务按照稳健进取的原则，积极储备和开发区域项目，推进优质项目的建设，为公司贡献持续稳定的收入和利润。随着房地产市场宏观调控政策和棚改政策的变化，公司房地产业务经营模式也将随之调整，公司现有地产项目推进速度也将加快。本次非公开发行有助于提升公司地产业务经营规模，为公司储备项目的顺利开工、正常运营提供资金保障，进一步提高经营效率，为公司的可持续发展奠定基础。

（3）模式变革:商务电子化发展空间巨大、O2O模式是服装行业发展的方向，满足消费者需求、提升产品品质为O2O模式的核心

① 商务电子化发展空间巨大

伴随互联网电子商务的不断普及，线上消费展现出了强大的生命力和巨大的发展潜能。借助淘宝、天猫、唯品会等第三方及自建电商平台，传统服装企业早受到了互联网电子商务带来的产业红利，客户的消费体验和企业的供应链管理均受了商的提升，加速了服装行业向互联网的融合与转型。但截至目前，仍有约95%的市场没有电子商务化，依旧在线下完成交易，转换及提升的空间巨大。

② 移动电子商务成为主流、O2O模式是服装行业发展的方向

随着移动社交媒体及移动智能终端行业的发展，移动电子商务成为主流。2013年，移动端的电子商务的流量、销量增速已超过PC端，而且移动端的发展速度会越来越快，移动电子商务将成为主流。

在此背景下，O2O模式是服装行业发展的方向。对于服装行业而言，线上渠道在数据挖掘、精准营销、提升客户体验、拓展陈列空间以及吸引客户流量等方面拥有其天然优势，而线下实体渠道的服务以及通过观、听、嗅、触觉给消费者带来全面体验的功能更是无法替代。O2O模式可以实现线上线下的资源、整合线上线下的资源，是未来行业发展的方向。在O2O模式中，线下店铺是重要单元，是其智能化、数字化、互动化的关键要素，可以解决移动支付、消费者互动、商品打通、在线营销、增加流量等问题，提高O2O模式的经营效率。

③ 满足消费者需求、提升产品品质为O2O模式的核心

模式的变革是为了更好地对接消费者，而产品则是适应、满足消费者需求的核心环节。在O2O模式下，产品的核心功能转变加显现，在品牌内涵、研发设计、技术实力、渠道管理、供应链管理等方面具有核心竞争力的龙头企业将获得更多发展空间。

2. 房地产行业

房地产在国民经济中具有重要的地位。近10年来，随着我国城市化进程不断加速，城镇居民的收入水平不断提升，房地产行业得到飞速发展。2008年后，针对房地产市场结冻过热情况，国家通过出台一系列信贷、购房及限购政策，有效抑制了投机性需求，合理引导住房消费。2013年以来，国家对房地产行业的调控政策由抑制房价快速上涨、降低经济整体运行风险转为有保有压，注重保持房地产市场平稳健康发展。

2015年3月，央行、住建部、银监会联合发布了《关于个人住房贷款政策有关问题的通知》，财政部发布了《关于调整个人住房转让营业税政策的通知》，标志着房地产市场行政调控政策松绑放松或退出，改善型购房需求将得以释放。从中长期来看，我国的城市化进程还远未结束，而经济转型、消费升级将逐步深化，由此产生的大量置业需求将支撑行业的发展。

除传统住宅市场外，养老地产也存在较大需求。根据联合国人口署数据，中国已进入老龄化人口快速增长阶段，65岁及以上人口数量将于2025年达到2亿，2050年将翻2倍。2015年2月，民政部、发改委等十部委出台《关于鼓励社会资本参与养老服务业发展的实施意见》，鼓励民间资本参与老年公寓和居住区养老服务设施建设以及医疗住宅运营化改造，未来养老地产将会是地产行业的重要增长点之一。

（二）本次非公开发行的企业背景

1. 服装业务

（1）公司是男装行业的龙头企业

公司是国内男装行业的龙头企业，截至2014年，公司主打产品雅戈尔衬衫、雅戈尔西服国内市场占有率已经分别连续二十年和十六年位列第一、T恤、商务休闲装也名列行业前茅，形成有效补充。2014年，面对复杂多变的宏观经济形势，公司品牌服装实现营业收入413,272.43万元。

（2）公司坚持以品质为核心，掌握了完整的产业链，建立了“自产+代工”的供应体系

公司坚持以产品品质为核心，注重与国际时尚的接轨，在生产技术及工艺流程方面，产品设计等方面持续进行资源投入，建立了完整的产品研发和技术创新体系。公司通过小型垂直产业链的运作模式，积极应用新材料、新技术和新理念，不断强化以DP、抗皱、双麻、水洗等功能性产品为核心的系列化开发和技术升级，在产品品质、进一步巩固了公司的行业龙头地位。

此外，公司掌握了完整的产业链，上游已延伸至棉纱种植及研发领域，有针对性地强化了在纺织原料、服装面料和辅料等产业链上游的掌控能力。在供应体系方面，公司已形成了“自产+代工”的供应体系，与代工厂在设计、生产方面形成了深度合作，确保了公司的强时供货能力。

（3）公司拥有丰富的产品结构，已形成多产品、多品牌战略协同的业务格局

公司目前已经形成了涵盖YOUNGOR、Hart Schaffner Marx、GY、HANP、MAYOR为代表的多元化品牌发展战略，搭建了横跨中高端、高端定制及双麻类的多品种、多档次、系列化的产品结构体系。公司不同品牌的具体定位如下：

	品牌	品牌定位
YOUNGOR	YOUNGOR,系雅戈尔旗下核心品牌,创立于1991年。品牌名衍变自英文“younger”；寓意青春、活力，是中国男装代表品牌。品牌表承百年红帮技艺和匠心，将优雅、稳重、内涵等东方审美哲学融于现代服饰设计中，旨在为30-50岁的城市中坚人群打造商务着装典范
Hart Schaffner Marx	Hart?Schaffner?Marx（哈特马克斯）创建于1887年,系拥有120多年历史的美国男装服品牌,深受历届美国总统青睐。2007年,雅戈尔将其纳入品牌阵营,并于2014年完成了对其品牌在中国地区商标权的收购,在品牌国有的美式休闲风格中融入了更多东方设计元素,中西合璧让这个百年男装品牌焕发出新的魅力
GY	GY,源自“GREENYOUNG”,系雅戈尔旗下的轻时尚男装品牌,风格摩登、时尚、阳光。品牌创建于2009年,专为25-35岁的都市新锐男士度身打造,以“环球旅行,邂逅不同地域的时尚风貌”为设计灵感,传递品质及受众追求潮流、活泼乐观的生活态度
HANP	HANP（汉麻世家）品牌系雅戈尔旗下以纯天然汉麻纤维为原材料的时尚新创品牌,产品涵盖色、纱、面料及成衣,以纯天然、健康、个性的设计风格和“自然健康、艺术品质”的品牌理念,倡导真我个性、倡导低碳生活新主张。品牌涵盖服装服饰、家具卫浴用大系列产品，专为30-50岁的品质生活家提供品质商品
MAYOR	MAYOR,雅戈尔旗下高级时尚,全品类定制品牌,采传统裁剪工艺及精湛制作,致创经典时尚的三维立体化服装,采用丰富多彩的全球面料,打造专属顾客身份、休闲、派对等形象的“个性化模板”,轻奢有形,使明优雅

此外，随着公司大型服装品牌运营商、公司计划通过引进或外购的方式拓展女装、童装市场，给客户提供更全面的产品组合及体验。

（4）直营渠道优势明显，亦为互联网时代的O2O转型奠定坚实的基础

凭借在服装行业一十余载的深耕，公司构建了覆盖全国且规模庞大的营销网络体系。截止2015年9月末，公司网点合计2,624家，营业面积842,014平方米，其中直营网点2,162家（包括日营专卖店634家，商场网点1,528家），特许网点462家。此外，公司还以参股电商业务，线上渠道不仅直接为公司销售带收入，还起到了品牌宣传与引流的作用。

公司直营渠道的销售收入占比90%以上，具备良好的O2O基础。公司将借助本次非公开发行升级营销渠道，推进O2O全渠道运营发展战略。

……

3. 投资业务

公司历来重视投资业务，秉承稳健、谨慎、高效的原则，进行股权投资方面的探索，2015年3月，公司及下属公司决定出资10亿元成立雅戈尔健康产业基金，进军大健康产业，进一步深化从金融投资向产业投资转型。此外，未来公司将着力打造金融控股平台，为公司提供长期稳定收益，并不断完善公司的战略布局。

调整后:

本次非公开发行的企业背景

（4）直营渠道优势明显，亦为互联网时代的O2O转型奠定坚实的基础

凭借在服装行业三十余载的深耕，公司构建了覆盖全国且规模庞大的营销网络体系。截止2015年9月末，公司网点合计2,624家，营业面积842,014平方米，其中直营网点2,162家（包括日营专卖店634家，商场网点1,528家），特许网点462家。此外，公司还以参股电商业务，线上渠道不仅直接为公司销售带收入，还起到了品牌宣传与引流的作用。

公司直营渠道的销售收入占比90%以上，具备良好的O2O基础。公司将借助本次非公开发行升级营销渠道，推进O2O全渠道运营发展战略。

……

3. 投资业务

公司历来重视投资业务，秉承稳健、谨慎、高效的原则，进行股权投资方面的探索，2015年3月，公司及下属公司决定出资10亿元成立雅戈尔健康产业基金，进军大健康产业，进一步深化从金融投资向产业投资转型。此外，未来公司将着力打造金融控股平台，为公司提供长期稳定收益，并不断完善公司的战略布局。

……

4. 资格文件取得情况

本项目不涉及新增土地。根据《宁波市环境保护局关于宁波雅戈尔服饰有限公司O2O营销平台项目环评报批有关事宜的复函》，本项目不涉及土建及生产加工，不属于环评审批范围，无需办理环评报批手续。

本项目已取得宁波市经济与信息化委员会的立项备案（甬经信投资备[2015]009号）。

5. 项目投资估算

本项目计划总投资人民币303,863万元，主要投资构成如下：

序号	项目类别		投资金额（万元）
1	工程费用	建安工程	门店购置	225,520
			新购门店装修	9,867
			原有门店升级改造	29,637
		信息化工程	门店数字化建设	8,313
			总部系统建设	5,430
2	工程建设其他支出			6,032
3	预备费			5,696
4	流动资金			13,368
	合计			303,863

6. 项目目前进展情况与资金筹措

本项目目前已通过前期论证，计划未来三年内逐步实施，拟投入募集资金300,000万元，其余资金公司将通过自筹资金等途径解决。

7. 项目经济评价

本项目预计年均收入116,103万元，年均净利润34,754万元，平均销售净利润率29.93%，总投资收益率（ROI）15.26%，投资回收期（税后/静态）6.65年，项目各项经济指标良好，项目可行。

（二）雅戈尔服装装生产基地项目

1. 项目基本情况

项目名称:雅戈尔库春服装生产基地项目

项目性质:新建项目

项目规模:生产9,625万件/条/套中高档华服装

项目地址:吉林库春国际合作示范区

2. 项目实施的背景及必要性

（1）是公司整合资源、打造服装核心产业链的需要

我国服装行业面临全球化的竞争，而全球化竞争比拼的就是产业链的综合实力，这就要求公司对各种要素进行有效整合和重组，掌握市场主动权。本项目的实施有利于公司发挥东北地区人力资源优势，降低劳动用工成本，是公司实现服装生产基地从东部沿海地区向东北地区拓展，推进企业产业结构升级，进一步打造核心产业链的需要，是公司提升服装业务自主高端供应链，提高产品定价话语权的关键。

（2）是公司提高北方市场竞争力的需要

目前，公司北方市场的业绩与宁波、杭州等南方区域相比还有一定差距，有较大的成长潜力。本项目的建设和投产，对公司品牌在北方市场的影响力和国内竞争格局将起到提升作用，有利于公司进一步提升在北方市场的竞争力和业绩。同时，本项目的建设和投产，也有利于公司产品开发和生产部队深刻了解北方地区的穿着习惯和服装流行趋势，更好地为北方区域提供适合北方市场的产品，满足北方市场的消费需求，特别是秋冬季寒冷地区的服装要求，从而生产出在北方市场更有竞争力的产品。

（3）是公司推进国际化进程的需要

公司作为国内男装龙头企业，目前已实现了国内业务链的纵向一体化和国际化的初步运作。本项目选址在吉林省中西部地区中部，朝鲜、俄罗斯三国交界的地带，是我国面向东北亚的新门户。借助“长吉图开发开放先导区”和“国际合作示范区”等多项国家政策，本项目的实施有助于公司与朝鲜、俄罗斯、日本、韩国等国家开展国际化合作，进一步实现全球业务链的横向延伸，包括原材料的全球采购、海外生产基地、国际化的物流体系和营销网络等。本项目的实施将对公司加速国际化进程将起到重要的作用，有助于实现公司“创国际品牌、铸百年企业”的战略目标。

3. 资格文件取得情况

资格文件	文件编号
土地使用权证	库国用（2015）第204001452号 库国用（2015）第204001453号
库春边境经济合作区经济发展立项备案	库合经发[2015]11号 库合经发[2015]35号
环评批复	库合环建字[2015]15号（生产基地项目） 建设项目环境影响登记表（配套项目）

注:因生产基地项目与其配套宿舍项目分别取建在不同的地块之上，故本项目涉及两块土地，并分别办理了生产基地项目、生产基地配套项目的立项备案、环评批复。

……

（五）补充流动资金

截至2015年9月30日，公司资产负债率为65.57%，短期借款为2,695,011.09万元，一年内到期的非流动负债为54,916.82万元，合计2,749,927.91万元，公司短期面临一定的偿债压力。

公司本次非公开发行拟使用募集资金65,000万元用于补充流动资金，将有利于公司降低资产负债率，缓解偿债压力，提升公司的财务稳健性。

调整后:

本次募集资金投资项目可行性分析

……

（二）O2O线上、线下相融发展

本次O2O信息化系统实施的范围为拟购置的47家新设直营店和拟改造升级为两块王地，开设旗舰店的400家现有自营专卖店及总部信息系统建设，项目建设主要内容如下：

① 网络营销系统

通过智能终端系统将二维码、产品动态信息等线上入口生动展示在顾客眼前，代替原先枯燥单一的海报宣传模式，使线上线下形成闭环，拉近企业与顾客的距离。同时通过超级导购系统使企业的最新商品介绍、出样方式、导购技巧等内容快速推送给导购，帮助导购不断提高营销能力，提高公司业绩，有效助力公司构建O2O自媒体生态圈。

② 仓储物流系统

通过建设仓库自动分拣系统和WSM系统，实现线上线下统一库存管理，加强进、退货管理，提高物流效率，降低库存成本。根据顾客的不同选择，实现门店自提、门店配送、电商仓储和总部配送等多种配送模式。

③ 大数据分析平台

主要包括建设顾客路线及停留热点、商品关注系统和客流统计系统。通过设置顾客路线及停留热点，分析顾客在门店中的行走路线和停留热点，可协助门店进行商品出样；商品关注系统通过在货架和商品上安装RFID设备，自动计数顾客从货架上取出商品的次数，帮助企业了解商品的关注度，有助于企业销售分析和决策。

4. 资格文件取得情况

本项目不涉及新增土地。根据《宁波市环境保护局关于宁波雅戈尔服饰有限公司O2O营销平台项目环评报批有关事宜的复函》，本项目不涉及土建及生产加工，不属于环评审批范围，无需办理环评报批手续。

本项目已取得宁波市经济与信息化委员会的立项备案（甬经信投资备[2015]009号）。

5. 项目投资估算

本项目计划总投资人民币303,863万元，主要投资构成如下：

序号	项目类别		投资金额（万元）
1	工程费用	建安工程	门店购置	225,520
			新购门店装修	9,867
			原有门店升级改造	29,637
		信息化工程	门店数字化建设	8,313
			总部系统建设	5,430
2	工程建设其他支出			6,032
3	预备费			5,696
4	流动资金			13,368
	合计			303,863

6. 项目目前进展情况与资金筹措

本项目目前已通过前期论证，计划未来三年内逐步实施，拟投入募集资金300,000万元，其余资金公司将通过自筹资金等途径解决。

7. 项目经济评价

本项目预计年均收入131,280万元，年均净利润18,083万元，平均销售净利润率13.77%，总投资收益率（ROI）36.38%，投资回收期（税后/静态）5.9年，项目各项经济指标良好，项目可行。

（三）苏州雅戈尔项目

1. 项目基本情况

项目名称:苏州雅戈尔项目

项目总投资:114,652万元

项目开发期间:2015年1月至2017年6月

规划占地面积:62,650平方米

总建筑面积:129,140平方米

预计销售额:138,691万元

2. 项目实施的背景及必要性

苏州雅戈尔项目位于苏州相城区，相城区地处苏州主城区，东依阳澄湖和湖山，西临太湖，北接无锡和常熟，南临苏州市区，苏州工业园区和高新区，经济发达、交通便利。苏州历地产市场发展趋势来看，房价近年来呈稳步上涨态势，而相城区毗邻的苏州工业园区和高新区是苏州近年来房价涨幅最快的区域，随着苏州工业园区和高新区住宅用地的日趋稀缺，相城区已经成为不可多得的价值洼地。

本项目用地高层住宅项目，商业环境良好，项目本身地价低于周边同类竞争楼盘，具备良好的盈利空间。公司在苏州工业园区已经连续开发多个项目，具备良好的品牌基础和业内开发能力，项目的开发建设将有利于公司完善在苏州的战略布局，提升品牌影响力，创造更高的品牌溢价，未来发展前景良好。

3. 资格文件取得情况

资格文件	文件编号
土地使用权证	相国用（2014）第07222697号 相国用（2014）第07222868号
发改委立项备案	相发改投根[2014]39号
用地规划许可证	地字第320507201400081号
环评批复	苏环建[2014]220号
建设工程规划许可证	建字第320507201400157号
建筑工程施工许可证	320507201501210201

4. 投资估算

序号	项目	金额（万元）
1	土地成本	43,166
2	建安及其他成本	56,457
3	期间费用	3,287
4	税金及其他	11,762
	合计	114,652

5. 项目目前进展情况与资金筹措

本项目目前正在施工过程中，拟投入募集资金45,000万元，其余资金公司将通过自有资金等途径解决。

6. 项目经济评价

本项目预计实现销售额138,691万元，预计实现税后利润18,029万元，销售净利润率13.00%，投资净利率15.72%，项目各项经济指标良好，项目可行。

（四）明洲水乡邻里二期项目

1. 项目基本情况

项目名称:明洲水乡邻里二期项目

项目总投资:91,960万元

项目开发期间:2014年5月至2017年12月

规划占地面积:27,521平方米

总建筑面积:114,077万元

预计销售额:114,077万元

水乡邻里项目位于宁波东部新城核心区域，东部新城处于宁波未来城市构架的几何中心，与以三江口为核心的老城区一“城二心”的空间格局相对，是一个新兴的城市中心。到2020年，东部新城基本建成，总投资规模将达2,000亿元，届时东部新城将成为宁波城市发展的重要增长极。

本项目东临海曙路，西靠甬新河，南临沿湖路，是东部新城为数不多的中高端滨水社区，属于宁波市场较为稀缺的具备独栋别墅、联排别墅、平层洋房、叠式洋房、小高层等多种产品形态的高品质社区，符合市场需求。雅戈尔在宁波以“品质地产先行者”为形象，具有区域第一的品牌效应，有较强的品牌溢价能力。随着新城建设的不断发展，区域环境和配套设施正逐步成熟，本项目未来发展前景良好。

3. 资格文件取得情况

资格文件	文件编号
土地使用权证	甬国用2013第0101685号 甬国用2013第0101686号
发改委立项备案	东发改[2013]72号
用地规划许可证	2013非规地字第0200015号
环评批复	甬东环建书[2013]161号
建设工程规划许可证	2014非规建字第0200007号
建筑工程施工许可证	330203201406060301

4. 投资估算

序号	项目	金额（万元）
1	土地成本	40,323
2	建安及其他成本	40,166
3	期间费用	4,284
4	税金及其他	7,187
	合计	91,960

5. 项目目前进展情况与资金筹措

本项目目前正在施工过程中，拟投入募集资金40,000万元，其余资金公司将通过自有资金等途径解决。

6. 项目经济评价

本项目预计实现销售额114,077万元，预计实现税后利润16,587万元，销售净利润率14.54%，投资净利率18.04%，项目各项经济指标良好，项目可行。

（五）补充流动资金

截至2015年9月30日，公司资产负债率为65.57%，短期借款为2,695,011.09万元，一年内到期的非流动负债为54,916.82万元，合计2,749,927.91万元，公司短期面临一定的偿债压力。

公司本次非公开发行拟使用募集资金65,000万元用于补充流动资金，将有利于公司降低资产负债率，缓解偿债压力，提升公司的财务稳健性。

调整后:

本次募集资金投资项目可行性分析

……

（二）O2O线上、线下相融发展

本次O2O信息化系统实施的范围为拟购置的47家新设直营店和拟改造升级为两块王地，开设旗舰店的400家现有自营专卖店及总部信息系统建设，项目建设主要内容如下：

① 网络营销系统

通过智能终端系统将二维码、产品动态信息等线上入口生动展示在顾客眼前，代替原先枯燥单一的海报宣传模式，使线上线下形成闭环，拉近企业与顾客的距离。同时通过超级导购系统使企业的最新商品介绍、出样方式、导购技巧等内容快速推送给导购，帮助导购不断提高营销能力，提高公司业绩，有效助力公司构建O2O自媒体生态圈。

② 仓储物流系统

通过建设仓库自动分拣系统和WSM系统，实现线上线下统一库存管理，加强进、退货管理，提高物流效率，降低库存成本。根据顾客的不同选择，实现门店自提、门店配送、电商仓储和总部配送等多种配送模式。

③ 大数据分析平台

主要包括建设顾客路线及停留热点、商品关注系统和客流统计系统。通过设置顾客路线及停留热点，分析顾客在门店中的行走路线和停留热点，可协助门店进行商品出样；商品关注系统通过在货架和商品上安装RFID设备，自动计数顾客从货架上取出商品的次数，帮助企业了解商品的关注度，有助于企业销售分析和决策。

4. 资格文件取得情况

本项目不涉及新增土地。根据《宁波市环境保护局关于宁波雅戈尔服饰有限公司O2O营销平台项目环评报批有关事宜的复函》，本项目不涉及土建及生产加工，不属于环评审批范围，无需办理环评报批手续。

本项目已取得宁波市经济与信息化委员会的立项备案（甬经信投资备[2015]009号）。

5. 项目投资估算

本项目计划总投资人民币303,863万元，主要投资构成如下：

序号	项目类别		投资金额（万元）
1	工程费用	建安工程	门店购置	225,520
			新购门店装修	9,867
			原有门店升级改造	29,637
		信息化工程	门店数字化建设	8,313
			总部系统建设	5,430
2	工程建设其他支出			6,032
3	预备费			5,696
4	流动资金			13,368
	合计			303,863

6. 项目目前进展情况与资金筹措

本项目目前已通过前期论证，计划未来三年内逐步实施，拟投入募集资金300,000万元，其余资金公司将通过自有资金等途径解决。

7. 项目经济评价

本项目预计年均收入116,103万元，年均净利润34,754万元，平均销售净利润率29.93%，总投资收益率（ROI）15.26%，投资回收期（税后/静态）6.65年，项目各项经济指标良好，项目可行。

（二）雅戈尔库春服装生产基地项目

1. 项目基本情况

项目名称:雅戈尔库春服装生产基地项目

项目性质:新建项目

项目规模:生产9,625万件/条/套中高档华服装

项目地址:吉林库春国际合作示范区

2. 项目实施的背景及必要性

（1）是公司整合资源、打造服装核心产业链的需要

我国服装行业面临全球化的竞争，而全球化竞争比拼的就是产业链的综合实力，这就要求公司对各种要素进行有效整合和重组，掌握市场主动权。本项目的实施有利于公司发挥东北地区人力资源优势，降低劳动用工成本，是公司实现服装生产基地从东部沿海地区向东北地区拓展，推进企业产业结构升级，进一步打造核心产业链的需要，是公司提升服装业务自主高端供应链，提高产品定价话语权的关键。

（2）是公司提高北方市场竞争力的需要

目前，公司北方市场的业绩与宁波、杭州等南方区域相比还有一定差距，有较大的成长潜力。本项目的建设和投产，对公司品牌在北方市场的影响力和国内竞争格局将起到提升作用，有利于公司进一步提升在北方市场的竞争力和业绩。同时，本项目的建设和投产，也有利于公司产品开发和生产部队深刻了解北方地区的穿着习惯和服装流行趋势，更好地为北方区域提供适合北方市场的产品，满足北方市场的消费需求，特别是秋冬季寒冷地区的服装要求，从而生产出在北方市场更有竞争力的产品。

（3）是公司推进国际化进程的需要

公司作为国内男装龙头企业，目前已实现了国内业务链的纵向一体化和国际化的初步运作。本项目选址在吉林省中西部地区中部，朝鲜、俄罗斯三国交界的地带，是我国面向东北亚