（上接A13版）

（2）负债情况分析

报告期各期末，公司负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	46,793.09	96.61%	40,256.99	80.48%	49,562.26	82.58%
非流动负债	1,642.17	3.39%	9,766.95	19.52%	10,453.62	17.42%
负债总额	48,435.25	100.00%	50,023.94	100.00%	60,015.88	100.00%

公司负债结构以流动负债为主，与公司的经营特征和行业特性相符。报告期内，公司负债结构未发生重大变化。

（3）偿债能力分析

①偿债能力指标分析

报告期内，公司偿债能力指标情况如下：

项目	2020年度/期末	2019年度/年末	2018年度/年末
流动比率（倍）	5.37	5.06	4.18
速动比率（倍）	3.35	2.25	2.35
资产负债率（合并）	12.30%	14.17%	17.27%
资产负债率（母公司）	17.24%	20.14%	24.40%
息税折旧摊销前利润（万元）	67,561.25	56,098.22	67,045.17

报告期内，公司的流动比率和速动比率水平均相对较高，其中流动比率保持在3倍以上，速动比率保持在2倍以上，公司整体具备较好的流动性和较强的短期偿债能力。报告期内，公司资产负债率均低于30%，偿债风险和财务风险较低。

②与同行业上市公司比较

报告期内，公司与同行业上市公司的偿债能力指标比较情况如下：

项目	公司名称	2020年度	2019年度	2018年度
流动比率（倍）	汇洁股份（002763.SZ）	未公告	3.32	3.30
	安莉芳（1388.HK）	未公告	2.34	1.89
	都市丽人（0298.HK）	未公告	1.91	3.21
	同行业平均	-	2.52	2.80
	本公司	5.37	5.06	4.18
速动比率（倍）	汇洁股份（002763.SZ）	未公告	1.92	1.82
	安莉芳（1388.HK）	未公告	0.75	0.57
	都市丽人（0298.HK）	未公告	1.40	2.34
	同行业平均	-	1.36	1.58
	本公司	3.35	2.25	2.35
资产负债率（合并）	汇洁股份（002763.SZ）	未公告	23.26%	23.33%
	安莉芳（1388.HK）	未公告	32.96%	29.13%
	都市丽人（0298.HK）	未公告	41.18%	24.99%
	同行业平均	-	32.47%	25.82%
	本公司	12.30%	14.17%	17.27%

注：信息来源为上市公司年报、上市公司招股说明书等公开信息。

报告期内，公司的流动比率和速动比率均高于同行业平均水平，体现了公司较强的短期偿债能力，优于同行业水平。公司的资产负债率水平均低于同行业平均水平，体现了公司较低的偿债风险和财务风险，优于同行业水平。

（4）资产周转能力分析

①资产周转能力指标分析

报告期内，公司资产周转能力指标情况如下：

项目	2020年度	2019年度	2018年度
应收账款周转率（次）	17.28	15.76	15.82
存货周转率（次）	1.07	0.95	1.05

报告期内，公司的应收账款周转率均相对较高，年周转水平均保持在14次以上，回款质量较高，符合公司经营特征和行业特点。

报告期内，公司存货周转率水平保持稳定，存货周转期维持在12个月左右，与公司以直营为主的渠道特点相符。

②与同行业上市公司比较

报告期内，公司与同行业上市公司的资产周转能力指标比较情况如下：

项目	公司名称	2020年度	2019年度	2018年度
应收账款周转率（次）	汇洁股份（002763.SZ）	未公告	12.89	12.93
	安莉芳（1388.HK）	未公告	29.24	26.16
	都市丽人（0298.HK）	未公告	7.41	7.39
	同行业平均	-	16.51	15.49
	本公司	17.28	15.76	15.82
存货周转率（次）	汇洁股份（002763.SZ）	未公告	1.22	1.20
	安莉芳（1388.HK）	未公告	0.64	0.69
	都市丽人（0298.HK）	未公告	3.43	2.61
	同行业平均	-	1.76	1.50
	本公司	1.07	0.95	1.05

报告期内，公司应收账款周转率处于同行业正常水平。都市丽人的应收账款周转率显著低于同行业水平，主要因为都市丽人以经销模式为主，根据其招股材料，其会对部分信贷记录良好的经销商授予60日至90日的信用期，部分新开门店的经销商的首批货款可获得180日至360日的信用期。相较之下，以直营模式为主的品牌企业通常与百货商场或购物中心按月结算货款。因此，都市丽人的应收账款周转率整体低于以直营模式为主的可比公司周转率。

报告期内，公司存货周转率均介于安莉芳和汇洁股份之间，处于同行业正常水平。其中，都市丽人的存货周转率较高，主要是其以经销模式为主，经销商通常一次性买断产品，因而存货周转水平高于以直营模式为主的同行业公司。

2、盈利能力分析

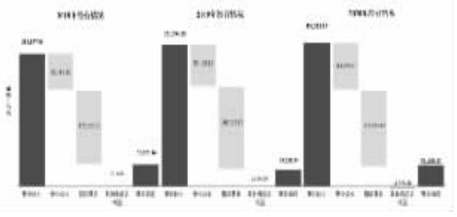
2018年及2019年，我国社会消费品零售总额保持增长态势，但增速逐年放缓，分别为9.0%和8.0%。其中，服装鞋帽、针纺织品零售额的增速分别为8.0%和2.9%，整体低于社会消费品零售总额的增速。消费者在贴身服饰方面的消费相对保守，尤其是在中高端品牌方面的消费，这为贴身服饰行业的整体增长带来了一定压力。2020年限额以上企业实现服装鞋帽、针纺织品零售额同比下降6.6%，主要是新冠肺炎疫情的爆发对我国零售行业景气程度产生了短期影响，但行业整体回暖态势良好。

公司是贴身服饰行业的龙头企业，报告期内，公司的主要盈利情况如下：

单位：万元

项目	2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率
营业收入	336,223.25	1.33%	331,796.18	6.39%	311,857.66	5.83%
营业成本	111,079.67	14.39%	97,103.35	12.24%	86,516.86	12.14%
期间费用	178,561.43	-7.60%	193,252.87	12.12%	172,362.21	16.38%
营业毛利	225,143.58	-4.07%	234,692.83	4.15%	225,340.80	3.59%
营业利润	51,408.61	28.72%	39,938.97	-23.43%	52,159.14	-19.85%
扣非归母净利润	38,203.25	18.58%	32,217.56	-20.61%	40,579.20	-23.29%

2018年至2020年，公司的营业收入规模稳中有进，由2018年的311,857.66万元增长至2020年的336,223.25万元，保持了良好的态势。公司采取多品牌、多品类、全渠道的运营模式，力求充分挖掘不同细分市场的消费需求。对公司营业收入贡献较大的六大主力品牌爱慕、爱慕先生、爱慕儿童、爱美丽、慕澜和兰卡文，其品牌历史较长，在报告期内维持了稳固的市场地位和经营规模。公司重点培育的潜力品牌爱慕运动、乎兮等，在报告期内为公司经营规模的增长亦补充了动力。



2018年、2019年及2020年，公司的营业利润分别为52,159.14万元、39,938.97万元和51,408.61万元；扣非归母净利润分别为40,579.20万元、32,217.56万元和38,203.05万元，呈下降趋势。公司的主力品牌大多定位于中高端或高端市场。与多数中高端品牌企业相似，公司的渠道结构以直营为主，期间费用的占比相对较高。2018年至2019年，公司持续加强了市场推广以巩固品牌知名度、适度扩张了线下零售网络以更好的触达目标消费群体、改善升级了门店形象以提升消费购物体验、持续增加了产品研发投入以求为消费者持续提供卓越的产品体验。因而，公司的期间费用水平于2018年至2019年整体增加，公司的营业利润受到一定影响而下降。2020年，公司持续优化营销网络提升运营效率，在新冠肺炎疫情的背景下顺势关闭了部分低产低效的终端门店，适当缩减了销售导购人员规模，且门店的装修需求减少，多重因素叠加使得2020年公司的期间费用率较2019年同期下降，营业利润较2019年有所回升。

3、利润来源及盈利能力连续性和稳定性分析

报告期内，公司利润主要来源于主营业务。公司是中国知名的品牌企业，秉承着“创造美，传递爱”的企业使命，专注于为消费者创造美好体验，致力于成为融合东方美学和现代设计并具有文化影响力的中国原创贴身服饰品牌。影响公司盈利能力连续性和稳定性的因素如下：

（1）国内经济环境及市场需求的稳定性

公司主营的贴身服饰产品受众涵盖了不同年龄、性别、生活方式的消费者群体，其需求则受到宏观经济波动、零售行业景气度、人均可支配收入、市场潮流趋势变化等多重因素的影响。同时，公司的零售网络覆盖了全国31个省、自治区和直辖市，而区域性爆发疫症等因素会致使线下消费行为低迷，短期内会对公司盈利能力带来影响。因此，国内消费需求的稳定性是影响公司主营业务盈利能力连续性和稳定性的主要因素。

（2）通过品牌建设等方面的有效资金投入应对市场竞争的能力

公司所处的贴身服饰行业面临着激烈的市场竞争，持续投入资金和资源在产品开发、品牌推广、渠道建设等方面并取得成效是影响公司主营业务盈利能力连续性和稳定性的重要因素。一方面，公司面临了来自于汇洁股份、安莉芳等优秀本土品牌企业的竞争；另一方面，公司面临了来自于日本迅销、日本华歌尔、LB、PVH等优秀国外品牌企业的竞争。同时，内衣互联网品牌近年来的崛起亦加剧了贴身服饰行业的竞争压力。通过本次融资，公司将进一步投入优化和扩张零售网络并继续加强品牌建设的投入，长期来看有利于公司进一步巩固贴身服饰行业龙头企业的地位。

（3）通过创新、革新应对快速变化的行业趋势和市场趋势的能力

近年来贴身服饰行业呈现了以下特点，包括：市场需求进一步细分化、消费者对于新品牌或新品类的接受程度提升、90后/00后群体逐步成长为消费新势力、线下购物中心及奥莱业态进一步成熟、线上销售及社交零售生态快速发展等。因此，贴身服饰行业的主要品牌经营者面对近年来行业趋势和市场趋势的变化需主动做出改变、革新，以增强品牌企业的生命力。优秀的品牌企业通过创新、革新应对趋势变化的能力将影响其未来长期盈利能力的连续性和稳定性。

4、现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2020年度	2019年度	2018年度
经营活动产生的现金流量净额	73,822.34	24,405.37	32,841.45
投资活动产生的现金流量净额	-70,145.09	-13,490.42	-6,207.29
筹资活动产生的现金流量净额	-4,162.08	-17,990.00	-21,356.80
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-15.71	71.63	-73.22
现金及现金等价物净增加额	-500.55	-7,003.42	5,204.14
期末现金及现金等价物余额	22,268.16	22,768.71	29,772.13

报告期内，公司现金流周转情况良好，经营活动产生的现金流是公司的主要资金来源。

（1）经营活动产生的现金流量

报告期内，公司经营现金流量情况良好，经营活动产生的现金流量净额分别为32,841.45万元、24,405.37万元和73,822.34万元，具体构成如下：

单位：万元

项目	2020年度	2019年度	2018年度
销售商品、提供劳务收到的现金	387,633.81	387,647.48	369,547.81
收到的税费返还	132.54	304.40	308.53
收到其他与经营活动有关的现金	5,510.26	3,826.70	3,696.22
经营活动现金流入小计	393,276.61	391,778.58	373,552.56
购买商品、接受劳务支付的现金	103,379.51	142,345.05	120,030.95
支付给职工以及为职工支付的现金	93,046.42	104,332.74	98,258.76
支付的各项税费	40,581.12	36,149.59	43,672.22
支付其他与经营活动有关的现金	82,447.22	84,545.83	78,749.18
经营活动现金流出小计	319,454.27	367,373.21	340,711.11
经营活动产生的现金流量净额	73,822.34	24,405.37	32,841.45

报告期各期，公司销售商品、提供劳务收到的现金随销售规模的增加而增加。由于公司销售规模的逐步扩大，公司支付给职工以及为职工支付的现金流出增加；同时，2019年较2018年相比，公司购买商品、接受劳务支付的现金亦增加，与期末存货规模增加的趋势相符合；2020年较2019年相比，公司购买商品、接受劳务支付的现金大幅减少，与期末存货规模减少的趋势相符合。综合上述影响，2019年公司经营活动产生的现金流量净额下降，而2020年则呈现大幅增加。

报告期内，公司收到与其他经营活动相关的现金流量构成如下：

单位：万元

项目	2020年度	2019年度	2018年度
收到其他与经营活动有关的现金	5,510.26	3,826.70	3,696.22
其中：收到单位及个人往来	1,014.69	776.86	589.75
收到的押金保证金	2,600.15	1,874.90	1,366.33
政府补助	1,585.81	992.16	1,625.03
收到其他	309.62	182.78	115.11

公司收到其他与经营活动有关的现金主要是正常业务经营的各类押金、保证金等，以经销商押金保证金为主。

（2）投资活动产生的现金流量

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-6,207.29万元、-13,490.42万元和-70,145.09万元。公司投资活动现金流量的波动主要是当期购买及赎回短期理财产品的规模波动所致。

（3）筹资活动产生的现金流量

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-21,356.80万元、-17,990.00万元和-4,162.08万元。2018年及2019年公司筹资活动产生的现金流量净额各期呈现为净流出，主要是各期稳定现金分红所致。2020年，公司筹资活动产生的现金流量净额净流出较2019年减少，主要是公司2020年尚未实施分红所致。

5、财务状况和盈利能力的未来趋势分析

（1）主要财务优势

公司是贴身服饰行业龙头企业，市场地位稳固，并且公司零售网络以直营为主。因而，公司的经营现金回款情况较为稳定，应收账款周转率较高，是公司的主要财务优势。

（2）主要财务困难

随着市场竞争更为细分化以及公司经营规模的逐步扩大，公司多品牌、多品类、全渠道的管理运营效率面临了一定挑战。公司需持续投入资金和资源在产品研发与创新、品牌与渠道建设、产能提升等方面，以求更好的契合多变的消费需求，向消费者提供卓越的体验。因而，公司未来发展对于公司的资金实力提出了更高的要求。

（3）对公司未来盈利能力趋势的分析

公司实施了多品牌、多品类、全渠道的运营模式，并成功培育了爱慕、爱慕先生、爱慕儿童、爱美丽、兰卡文、慕澜等知名品牌，其在各自的细分市场均占据了较为优势的市场地位。公司未来将继续坚持多品牌、多品类、全渠道的运营模式。同时，公司将继续以数据赋能消费需求的挖掘、持续投入产品研发与创新、推进品牌建设和线上线下全渠道营销网络的建设、适度扩张现有产能，并将通过人才盘点、管理体系优化、信息化系统升级、组织机构完善等方式，加强整体竞争力。因此，公司未来仍有望继续保持贴身服饰行业龙头企业的地位，各主力品牌仍有望持续获得市场的认可，盈利能力持续稳定。

十、股利分配政策

（一）发行人最近三年的股利分配政策

公司依照法律、行政法规、各方面监管要求及自身业务发展需要，制定每年的股利分配政策，在符合有关法律法规规定并经股东大会批准后进行。根据爱慕股份《公司章程》的规定，公司股利分配政策的一般规定如下：

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的10%列入公司法定公积金。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。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，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公司的亏损、扩大公司生产经营或者转增为公司注册资本。但是其中资本公积金不得用于弥补公司亏损。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金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）发行人最近三年的股利分配情况

报告期内，公司的利润分配情况如下：

2018年6月5日，爱慕股份召开2017年年度股东大会，审议通过《关于爱慕股份有限公司2017年度利润分配预案的议案》，同意按照每股0.6元进行2017年度利润分配。该次股利分配方案已实施完毕。

2019年6月25日，爱慕股份召开2018年年度股东大会，审议通过《关于爱慕股份有限公司2018年度利润分配预案的议案》，同意按照每股0.5元进行2018年度利润分配。该次股利分配方案已实施完毕。

2020年6月2日，爱慕股份召开2019年年度股东大会，审议通过《关于爱慕股份有限公司2019年度利润分配预案的议案》，同意按照每股0.1元进行2019年度利润分配。该次股利分配方案已实施完毕。

（三）本次发行后的股利分配政策

根据上市后实施的《公司章程（草案）》和《爱慕股份有限公司首次公开发行股票并上市后未来三年分红回报规划》，公司本次发行后的股利分配政策如下：

1、利润分配原则

公司本着重视对投资者的合理投资回报，同时兼顾公司合理资金需求以及可持续发展的原则，实施持续、稳定的股利分配政策。公司利润分配不得超过累计可分配利润范围。公司股东大会、董事会、监事会对利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事和公众投资者的意见。

2、利润分配形式

公司采取现金、或股票、或现金和股票相结合的方式分配股利。在符合条件的情况下，公司优先采取现金方式分配股利。

3、现金分红比例

在满足现金分红条件的前提下，公司应当优先采取现金方式分配股利，公司以现金方式分配的股利不少于当年实现可分配利润的10%。

4、现金分红政策

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

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

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

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，按照前项规定处理。

5、利润分配的决策机制与程序

1、公司董事会结合具体经营数据，充分考虑公司当时的盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段及日常运营资金需求、可预见的重大资本性支出等情况，制定年度或中期分红方案。公司独立董事应当发表明确意见。公司董事会审议通过利润分配方案后应提交公司股东大会审议批准。

2、独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

3、股东大会对利润分配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。

（四）本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序

公司2020年2月20日召开的2020年第二次临时股东大会审议通过《关于爱慕股份有限公司首次公开发行股票并上市前滚存利润分配方案的议案》，公司本次发行上市前的滚存未分配利润归公司本次发行上市后登记在册的新老股东共享。

十一、发行人控股公司情况

截至2020年12月31日，发行人拥有27家控股公司，其中一级子公司17家，二级子公司10家；其中21家为境内注册公司，6家为境外注册公司。具体情况如下：

单位：万元

序号	公司名称	成立时间	注册资本/股本	住所	子公司层级	股权结构	主营业务	2020.12.31/2020年度		
								总资产	净资产	净利润
1	北京爱慕服饰销售有限公司	2008.03.20	500万元	北京市朝阳区望京开发区利泽中园二区220号楼5层	一级	发行人持股100%	除爱美丽、皇锦、宝迪威德外其他品牌产品的销售	38,284.25	-796.46	-665.55
2	重庆爱慕美丽服饰有限公司	2014.12.04	2,000万元	重庆市渝北区龙兴镇迎龙大道19号	一级	发行人持股100%	爱美丽品牌产品的销售	17,034.11	15,242.48	-11.05
3	爱慕（苏州）投资管理有限公司	2012.04.25	6,000万元	吴江市汾湖镇汾湖大道558号	一级	发行人持股100%	公司产品经销授权	17,367.70	10,367.95	159.58
4	北京爱慕电子商务科技有限公司	2014.06.27	1,000万元	北京市顺义区聚源西路18号院2号楼1至6层101内2层、5层	一级	发行人持股100%	公司产品线上销售	10,980.05	439.43	-956.90
5	苏州爱慕内衣有限公司	2007.08.24	2,500万元	江苏省吴江平望镇美佳路1号	一级	发行人持股100%	产品销售	21,794.43	1,963.10	-1,284.64
6	上海爱慕内衣有限公司	2002.09.26	100万元	上海市黄浦区永嘉路41号601室	一级	发行人持股100%	上海地区产品销售	785.85	-921.01	-579.55
7	北京弘华之锦服饰有限公司	1994.09.16	3,000万元	北京市朝阳区望京开发区利泽中园二区218号楼五层501室	一级	发行人持股100%	皇锦品牌产品的设计、销售	4,024.84	2,543.38	24.89
8	北京纽格芙化妆品有限公司	2015.08.18	2,000万元	北京市顺义区马坡镇聚源西路18号	一级	发行人持股80%，富彩经贸持股20%	纽格美品牌产品的销售	826.92	378.06	146.12
9	AIMER (SINGAPORE) PTELTD.	2009.09.11	30万新加坡元	3Irvin-gRoad, #05-09TaiSen-gCentre, Singapore369522	一级	发行人持股100%	内衣、服装等产品批发及零售；设计服务	7,281.98	1,724.11	47.23
10	爱慕澳门有限公司	2008.10.15	10万澳门元	澳门特别行政区澳门路氹连贵公路金光大道金沙城中心金沙广场2楼2123铺	一级	发行人持股90%，爱慕国际商贸持股10%	内衣、服装等产品批发及零售	1,437.63	164.31	-160.17
11	爱慕香港有限公司	2009.07.10	100,068,908港元	AD2059Room6026/F.David-House,8-20NankingStreet,Jordan,HongKong	一级	发行人持股100%	内衣、服装等产品批发及零售（海外官网及亚马逊面向北美等地区销售）	2,349.18	2,133.21	-0.03
12	苏州美山子制衣有限公司	1993.12.09	666万美元	江苏省吴江平望镇美佳路1号	一级	发行人持股97%，日本横山涂装持股3%	内衣设计、生产、销售	31,201.65	25,656.43	1,078.17
13	北京华美丽服饰有限公司	2005.12.14	100万元	北京市顺义区马坡镇秦武姚村一号	一级	发行人持股70%，爱慕新加坡持股30%	内衣、服装生产、销售	6,867.52	5,908.32	337.76
14	北京爱慕物业管理有限公司	2004.03.19	50万元	北京市朝阳区望京开发区利泽中园二区218室	一级	发行人持股100%	房屋管理及出租、餐厅服务	560.47	511.41	0.07
15	北京爱慕文化发展有限公司	2010.10.13	500万元	北京市朝阳区利泽中园218号楼1至3层、219号楼1至3层、220号楼1至3层	一级	发行人持股100%	文化创意、文化推广	465.25	453.87	6.64
16	北京爱慕在线科技有限公司	2010.04.12	1,000万元	北京市朝阳区利泽中园218号楼五层508室	一级	发行人持股100%	无实际经营活动	2,417.44	2,884.58	240.67
17	北京爱慕国际商贸有限公司	2007.07.11	100万元	北京市朝阳区望京开发区利泽中园二区220楼6层	一级	发行人持股100%	服装、货物进出口等	9,115.43	2,885.51	-137.75
18	重庆爱慕女儿会实业有限公司	2017.08.23	1,000万元	重庆市北部新区财富东路6号18-3	二级	北京爱慕服饰持股90%，黄威持股10%	美容美甲	288.09	-111.38	-319.73
19	苏州爱慕置业有限公司	2014.11.03	5,000万元	苏州市吴江区黎里镇芦萃大道东	二级	爱慕苏投持股100%	无实际经营活动	13,080.24	3,884.68	-725.97
20	苏州爱慕电子商务科技有限公司	2018.08.22	1,000万元	苏州市吴江区平望镇美佳路1号	二级	北京爱慕电商持股100%	爱慕产品线上销售	1,950.51	431.89	-217.34
21	徐州美山子制衣有限公司	2013.01.30	200万元	睢宁经济开发区建宁路西（原苏源南路）8号	二级	苏州爱慕持股100%	内衣生产、销售	949.64	271.51	117.85
22	苏州爱美纤维科技有限公司	2009.02.12	300万元	吴江区平望镇联丰村	二级	苏州爱慕持股100%	无纺纤维生产、销售	1,442.11	1,194.80	256.43
23	西平县爱慕服饰有限公司	2018.07.04	3,000万元	西平县城建设路南段路东	二级	苏州爱慕持股100%	内衣生产、销售	1,686.56	1,533.48	-212.29
24	爱慕（苏州）医疗健康科技有限公司	2020.02.18	1,000万元	苏州市吴江区平望镇联丰村美佳路1号	二级	苏州爱慕持股100%	日用口罩（非医用）和医疗口罩生产、销售	967.70	879.92	79.92
25	AIMER MIDDLE EAST TRADING LLC	2019.02.19	10万迪拉姆	Shop No. 146, E-maarProperty, BurDubai, BurjKhalifa, Dubai, UAE	二级	爱慕新加坡持股49%，CREATIVE ZONE INVESTMENTS LLC持股51%	内衣、服装等产品批发及零售	946.64	816.26	-266.84
26	AIMER NEW YORK LLC	2018.11.13	1万美元	54WEST21STSTREET, SUIT705, NEWYORK,USA	二级	爱慕新加坡持股100%	内衣设计、研发	389.34	389.07	140.47
27	AIMER VIETNAM CO.,LTD	2019.09.30	2,320亿越南盾（约1,000万美元）	越南同奈省仁泽县龙寿乡仁泽6工业区10号路	二级	爱慕新加坡持股100%	尚未开展经营活动	2,036.44	1,899.65	-57.30

注1：以上控股子公司财务数据经立信会计师审计。

注2：根据CREATIVE ZONE INVESTMENTS LLC签署的《贷款协议》，CREATIVE ZONE INVESTMENTS LLC为名义股东，故该公司纳入合并报表范围。

第四节 募集资金运用

一、本次募集资金运用情况

（一）预计募集资金数额及拟投资项目

公司拟发行不超过4,001万股A股股票，占本次发行后公司股本总额的比例不低于10%。本次发行的募集资金扣除发行费用后，将按重要性和紧迫性安排投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	总投资额	拟使用募集资金金额	项目备案情况
1	营销网络建设项目	43,990.15	43,990.15	不适用（注）
2	信息化系统建设项目	15,153.16	15,153.16	京朝阳发改（备）〔2020〕31号
3	在越南投资建设生产基地	35,765.32	16,981.55	京发改（备）〔2019〕433号、境外投资证第N110020200088号
合 计		94,908.63	76,124.86	

注：根据北京市朝阳区发展和改革委员会向公司出具的备案回函（朝发改〔2020〕60号），公司营销网络建设项目无需备案。

若本次发行实际募集资金不能满足上述项目的全部需求，不足部分将由公司利用自有资金或通过银行贷款等方式自筹解决。若因经营需要或市场竞争等因素导致上述募集资金投资项目在本次发行募集资金到位前必须进行先期投入的，公司将根据项目进度的实际需要以自筹资金先行投入，并在募集资金到位之后对预先投入的自筹资金进行置换。

二、募集资金运用对公司财务状况和经营成果的影响

（一）对公司财务状况的影响

本次募集资金到位后，公司的净资产规模和每股净资产预计将显著增加，能够大幅加强公司的资金实力和抗风险的能力。由于募集资金投资项目存在建设期，因而短期内公司的净资产收益率会有所下降。随着募集资金投资项目的建成，公司的营业收入和利润水平将会增长，长期来看，净资产收益率会逐步提高。本次募集资金投资项目的建设将带来新增长期资产，折旧及摊销规模会有一定幅度增加，但随着公司整体盈利水平的提升，新增长期资产导致的折旧及摊销不会对公司财务状况产生不利影响。

（二）对公司经营成果的影响

本次募集资金投资项目建设完成后，营销网络建设项目将进一步加强和维护公司线下零售网络的布局，同时通过对部分现有终端的形象升级而给予消费者最佳的购物体验，增强客户粘性；信息化系统建设项目将全面提升公司内部运营和管理效率，全面数字化管理；在越南投资建设生产基地项目将适度扩大自有产品产能，同时利用越南本地生产优势，缓解公司产能趋于饱和的情况。因此，公司募集资金投资项目的实施能够进一步提高公司的核心竞争力，对公司主营业务规模的持续增长、盈利能力的提升具有重要的积极作用。

第五节 风险因素和其他重要事项

一、风险因素

投资者在评价公司本次发行的股票时，除招股意向书提供的其他各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述各项风险根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，该排序并不表示风险因素依次发生。公司建议投资者阅读本节全文。

（一）未来经营业绩下滑的风险

公司主营业务为高品质贴身服饰及其用品的研发、生产与销售，并采取了多品牌、多品类、全渠道的运营模式。公司是中国知名的品牌企业，专注于主业经营，自爱慕品牌创建以来经营历史至今已接近三十年，并逐步成长为了贴身服饰行业的龙头企业。2018年至2019年，公司营业收入稳步增长，分别为311,857.66万元和331,796.18万元，而扣除非经常性损益归母净利润则出现下滑，分别为40,579.20万元和32,217.56万元。2018年至2019年，公司净利润下滑主要是2018年起公司对旗下品牌进行了逐步变革升级，品牌形象和终端形象全面更新，同时公司在品牌推广、渠道建设、产品研发等方面的投入加大，因而公司的期间费用水平于报告期内呈现上升趋势，使得公司净利润水平逐期下滑。2020年，公司营业收入为336,223.25万元，同比增长1.33%；扣除非经常性损益归母净利润为38,203.25万元，同比增长18.58%。若公司未来营业收入的增长未能抵消期间费用的增长对业绩带来的影响，则公司的经营业绩会出现进一步下滑的风险。

（二）市场竞争加剧的风险

公司是贴身服饰行业的龙头企业，公司所处的贴身服饰行业面临着激烈的市场竞争。一方面，公司面临了来自于汇洁股份、安莉芳等优秀本土品牌企业的竞争；另一方面，公司面临了来自于日本迅销、日本华歌尔、LB、PVH等优秀国外品牌企业的竞争。同时，内衣互联网品牌近年来的崛起亦加剧了贴身服饰行业的竞争压力。若公司的竞争对手未来比公司投入更多的资金和资源在产品开发、品牌推广、渠道建设等方面、公司未来未能维持或进一步提升市场占有率，则公司的业务、经营业绩及财务状况可能会受到不利影响。

（三）宏观经济波动及市场潮流趋势变化的风险

公司的产品受众涵盖了不同年龄、性别、生活方式的消费者群体，其需求则受到宏观经济波动、零售行业景气度、人均可支配收入、市场潮流趋势变化等多重因素的影响。根据国家统计局的数据，2018年至2019年我国社会消费品零售总额中限额以上服装鞋帽针纺织品零售额的增长率分别为8.0%和2.9%。2020年，新冠肺炎疫情的爆发对我国零售行业景气程度产生了短期影响，国家统计局数据显示2020年我国服装鞋帽、针纺织品零售额较去年同期下降6.6%。若宏观经济波动使得消费需求下降或公司未能准确分析和预测市场趋势，则消费者对于公司产品的接受程度将受到不利影响，进而导致公司的库存商品滞销、公司错失商机、品牌声誉度和影响力下降，公司的业务、经营业绩及财务状况会受到不利影响。

（四）爆发新冠病毒疫症或其他疫症的风险

根据国务院新闻办公室发布会实录，我国个别地区于2019年12月30日发现了聚集性病毒性肺炎的疫症，之后确认为新型冠状病毒感染肺炎，纳入法定传染病乙类。根据历史经济数据，疫情的爆发往往会对我国旅游业、零售业等行业造成短期的冲击。公司的零售网络已覆盖了全国31个省、自治区和直辖市。2020年，受新冠肺炎疫情因素影响，公司自营租赁门店的租金费用占相应收入的比例较2019年度增加超过3个百分点，一定程度拖累了公司2020年直营业务的整体经营表现。若新冠肺炎疫情再次反复，或我国爆发其他传染性疫症如禽流感等，尤其是疫症区域是公司业务所覆盖的地区，则会对公司的业务、经营业绩及财务状况构成短期不利影响。

（五）公司电商收入高速增长存在不可持续性的风险

2020年，公司电商渠道主营业务收入为105,666.19万元，较上年同期增加57.64%，主要是受到新冠肺炎疫情因素影响，消费者更倾向于线上购物，消费习惯有所转变，且电商平台营销力度加大，因而公司在天猫、唯品会等主要平台的收入增加。此外，疫情期间公司通过“云客服”等管理工具对线下会员引流至线上，并促成了会员在官方商城微信小程序中的交易，使得公司官方商城的收入及其影响力大幅提升。随着新冠肺炎疫情逐步得到控制并稳定，线下实体零售业逐步回暖，消费者的购物习惯逐步回归线下门店，公司电商渠道收入高速增长存在不可持续的风险。

（六）电商收入倚重第三方平台运营的风险

报告期各期，公司电商收入分别为55,269.77万元、67,031.02万元和105,666.19万元，其中70%上下的收入来自于天猫和唯品会两大平台。公司在天猫开设自营店铺并将产品销售给消费者；公司向唯品会销售特卖产品，由唯品会负责将产品售卖给消费者。若天猫、唯品会出现自身运营风险事件或该类电商平台在数字经济环境下的影响力下降，则公司在电商渠道的收入及业绩情况将受到不利影响。

（七）租赁农村集体用地自建房产的风险

公司之子公司苏州美山子向苏州市平望镇联丰村村民委员会租赁三块农村集体用地用于工厂周边绿化，并在该等租赁土地上自建了1处污水