(上接D5版)

综上,公司2010年9月30日的财务状况和2010年1-9月的经营成果和现金流量无重大不利变化。

第四节 管理层讨论与分析

公司管理层依据2007年度、2008年度及2009年度和2010年1-6月的会计报表,结合公司经营业务的实际情况,对公司报告期内的财务状况、经营成果与现金流量进行了分析,主要情况如下:

一、财务状况分析

(一)资产构成及资产质量分析

报告期内,公司资产结构如下:

项目	2010年6月末		2009年末		2008年末		2007年末	
	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)
流动资产	104,380.04	56.87	61,329.33	42.33	66,515.92	48.21	51,083.60	46.93
非流动资产	79,176.38	43.13	83,562.49	57.67	71,454.10	51.79	57,761.72	53.07
总资产	183,556.42	100.00	144,891.82	100.00	137,970.02	100.00	108,845.32	100.00

随着公司经营规模的不断扩大,公司资产总额逐年递增,2009年末和2008年末分别较上年增长5.02%、26.76%,资产规模的不断增长反映了公司持续、稳健、快速发展的态势。

最近三年年末,流动资产和非流动资产占总资产的比重基本稳定,非流动资产占总资产的比重略高,符合公司作为制造企业的特点。

(二)负债构成及负债情况分析

报告期内,公司负债结构如下:

项目	2010年6月末		2009年末		2008年末		2007年末	
	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)
短期借款	32,946.19	41.50	16,800.00	35.43	12,346.98	32.64	22,150.00	42.33
应付账款	25,217.00	31.76	15,849.16	33.43	11,304.33	29.88	14,625.31	27.95
应付票据	7,908.84	9.96	381.00	0.80	-	-	1,008.00	1.93
应付职工薪酬	4,294.60	5.41	5,341.65	11.27	5,160.13	13.64	5,489.18	10.49
应交税费	4,859.40	6.12	3,923.99	8.28	5,611.03	14.83	5,762.68	11.01
预收款项	2,424.88	3.06	2,729.05	5.76	2,519.64	6.66	2,328.89	4.45
其他应付款	1,547.12	1.95	1,462.07	3.08	852.91	2.26	918.24	1.76
应付股利	158.54	0.20	902.47	1.90	12.48	0.03	-	-
应付利息	35.55	0.04	22.59	0.05	21.21	0.06	41.78	0.08
流动负债合计	79,392.13	100.00	47,411.98	100.00	37,828.71	100.00	52,324.07	100.00

从负债结构来看,发行人负债均为流动负债,且以短期借款、应付账款为主。2007年末、2008年末、2009年末和2010年6月末短期借款占负债的比例分别为42.33%、32.64%、35.43%和41.50%,应付账款占负债的比例分别为27.95%、29.88%、33.43%和31.76%。

2007年末,发行人负债总额为52,324.07万元,负债规模较大,主要是发行人为满足资金需求,银行短期借款较多;随着发行人公开增发募集资金到位,短期借款大幅减少,2008年末负债规模明显下降。

2010年6月末,发行人负债总额为79,392.13万元,较2009年末增加31,980.15万元,主要是发行人于二季度末进入产销旺季,借入大量短期借款补充营运资金;同时为保证及时供货,公司加大原材料采购量,使得应付账款增加。

(三)偿债能力分析

1、发行人主要偿债能力指标如下:

财务指标	2010年6月末	2009年末	2008年末	2007年末
流动比率(倍)	1.31	1.29	1.76	0.98
速动比率(倍)	0.95	0.96	1.37	0.60
资产负债率(母公司)	44.40%	31.74%	27.01%	48.75%
财务指标	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
利息保障倍数(倍)	33.88	21.26	12.01	13.52
经营活动产生的现金流量净额(万元)	2,353.65	32,112.03	23,187.85	7,896.00

注:为方便计算,利息保障倍数采用财务费用代替利息支出。

2、发行人偿债能力分析

①流动比率

2007年、2008年、2009年和2010年6月末,发行人流动比率分别为0.98、1.76、1.29和1.31,基本呈现上升趋势,发行人的短期偿债能力不断增强。

2008年发行人流动比率较高,主要原因是经2008年公开增发募集资金,发行人营运资金较为充足,使得货币资金大幅增加,流动资产较2007年末增长了30.21%,而随着募集资金到位,公司相应减少了短期借款,流动负债较2007年末下降27.70%。

②速动比率

2007年、2008年、2009年和2010年6月末,发行人速动比率分别为0.60、1.37、0.96和0.95。2008年速动比率较高,主要原因是2008年发行人公开增发募集资金到位后,公司营运资金较为充足,且随着募集资金到位,公司相应减少了短期借款。

③资产负债率

2008年末,母公司资产负债率为27.01%,较2007年末有所下降,主要原因:一是2008年发行人公开增发股票募集资金净额2.58亿元,增加了股东权益;二是发行人偿还了部分银行借款,降低了负债规模。

经过2008年、2009年全球金融危机,服装行业直到2009年末才开始企稳复苏。2010年第二季度,发行人业务呈现产销两旺的态势,为满足市场需求的快速增长,发行人相应增加银行借款,为第三季度的产销旺季补充营运资金,使得2010年6月末母公司资产负债率增加至44.40%。

2007年、2008年、2009年和2010年1-6月,发行人的利息保障倍数分别为13.52、12.01、21.26和33.88,呈现上升趋势,发行人有足够的息税前利润保障利息的支付;同时发行人经营活动产生的现金流量净额分别为7,896.00万元、23,187.85万元、32,112.03万元和2,353.65万元,经营活动现金流状况良好,发行人具有较强的长期偿债能力。

总体上,近年来发行人经营状况良好,经营业绩逐年增长,且发行人制定严格的货款回收制度,货款回收及时,为发行人偿付到期债务提供资金保障。同时发行人一直能及时足额偿还到期银行借款的本金及利息,并与多家金融机构建立了良好的合作关系,银行信用记录良好,银行借款渠道畅通。

(四)资产周转能力分析

1、发行人资产周转能力财务指标如下:

财务指标	2010年6月30日	2009年12月31日	2008年12月31日	2007年12月31日
应收账款周转率(次)	3.40	8.87	11.22	13.30
存货周转率(次)	2.10	5.30	5.18	4.68

2、资产周转能力分析

①应收账款周转率

2007年、2008年和2009年,发行人应收账款周转率分别为13.30、11.22、8.87,呈逐年下降趋势,主要原因是近年来,公司适应下游服装行业的发展趋势,不断优化客户结构,销售对象逐步向规模较大的品牌服饰厂商集中。发行人根据客户的资信情况,在确保资金安全的前提下,适当地延长了优质客户的信用期。

2010年1-6月,发行人应收账款周转率为3.40,周转速度较低,但较去年同期提高0.29,主要原因是发行人在第二季度末进入产销旺季,实现较多销售收入,而在6月末尚未到收款期,使得应收账款余额较高。

②存货周转率

2007年、2008年和2009年,发行人存货周转率分别为4.68、5.18和5.30,存货周转速度不断加快,主要原因一是发行人与主要原辅材料供应商建立了长期合作关系,采购渠道比较稳定,在保障及时供货的前提下,公司适当降低了备货规模;二是发行人在多年的经营过程中形成了一系列良好的存货管理制度,对原材料、库存商品等备货种类和数量实时监控,合理控制存货规模。

2010年1-6月,发行人存货周转率为2.10,存货周转速度较低,较去年同期降低0.62,主要系发行人于第二季度进入产销旺季,储备了较多原材料及在产品等,以保证第三季度旺季的供货。从公司多年的实际经营情况看,每年的第二、第三季度为产销最旺的季节。

总体上,报告期内,发行人存货规模控制合理,存货周转率保持稳定;虽然应收账款周转率逐年有所下降,但是报告期内,账龄在1年以内的应收账款占95%以上,应收账款质量较高,发行人将进一步加强对应收账款的跟踪管理,进一步提高货款回收率,提高资产的运营效率。

二、盈利能力分析

(一)主营业务收入结构分析

①按产品构成分析

发行人近三年及一期收入按产品构成情况如下:

产品类别	2010年1-6月		2009年度		2008年度		2007年度	
	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)
钮扣	40,520.41	53.53	70,437.89	51.76	81,804.05	57.29	66,946.97	58.33
拉链	22,897.06	30.25	43,765.86	32.16	40,313.13	28.24	28,153.88	24.53
人造水晶钻	5,176.80	6.84	9,821.54	7.22	9,287.27	6.50	6,173.63	5.38
电镀加工	1,163.10	1.54	3,244.01	2.38	3,691.16	2.59	4,505.25	3.92
光学镜片	2,449.77	3.23	4,163.93	3.06	3,418.40	2.39	3,103.01	2.70
其他服装辅料	3,488.89	4.61	4,655.77	3.42	4,263.64	2.99	5,900.84	5.14
小计	75,696.03	100.00	136,089.00	100.00	142,777.65	100.00	114,783.58	100.00

2008年,发行人主营业务收入为142,777.65万元,较2007年增长24.39%,增长速度较快,主要原因系产销规模的增长及市场的开拓;2009年,发行人主营业务收入为136,089.00万元,较2008年略有下降,主要是因为受国际金融危机的深层次影响,纺织服装行业受到了冲击。2010年1-6月,发行人主营业务收入较去年同期增长37.99%,主要是随着国内"保增长、扩内需、调结构"方针政策效应的逐步显现,内需消费不断增长,且出口形势好转,发行人的产销规模进一步扩大。

报告期内,发行人主导产品钮扣、拉链业务保持着较好的增长速度,贡献了80%以上的主营业务收入,主要是发行人为适应市场需求,利用募集资金扩大产品产能、加大技术改造力度、提高产品附加值,保持了上述两项产品的竞争优势,销售规模不断扩大所致。

为开拓新的业务领域,开发高附加值产品,发行人自2005年开始从事人造水晶钻的生产销售,近几年人造水晶钻业务规模不断扩大,销售收入逐年增加,2009年实现销售收入9,821.54万元,占当期主营业务收入的比例已达7.22%。

2007年发行人收购上海伟星光学有限公司100%股权,增加了各类树脂镜片、光学制品的产销业务,丰富了公司的产品构成,当年光学镜片业务实现销售收入3,103.01万元,2009年达到4,163.93万元。2010年1-6月光学镜片业务实现销售收入2,449.77万元,占当期主营业务收入的3.23%。

另外,电镀加工业务和其他服装辅料产品在发行人主营业务收入中所占比重基本稳定。

②按销售区域分析

地区	2010年1-6月		2009年度		2008年度		2007年度	
	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)
国内	65,229.69	86.17	116,661.47	85.72	119,823.05	83.92	97,148.78	84.64
国外	10,466.34	13.83	19,427.53	14.28	22,954.60	16.08	17,634.80	15.36
合计	75,696.03	100.00	136,089.00	100.00	142,777.65	100.00	114,783.58	100.00

报告期内,发行人产品销售以国内市场为主,内销比例始终保持在80%以上。我国服装行业生产企业主要集中于长三角、珠三角、环渤海湾、福建等地区,具有鲜明的产业集群特征,发行人产品销售区域也多集中于此。

报告期内,发行人产品国外销售收入占主营业务收入的比例保持在15%左右,国外市场成为公司的主要利润来源之一,主要是因为发行人不断开拓国外市场,逐步提升公司品牌在国际市场中的知名度,与韩国、日本、美国、俄罗斯等国家的客户建立了长期合作关系,使得国外市场销售比较稳定。未来公司还将进一步加大对国外市场的开拓,不断提高出口业务的利润贡献。

③产品季节性销售的分析

发行人所处服装辅料行业与下游服装及家用纺织品行业联系较为密切,因此生产销售具有一定的季节性影响。发行人首次公开发行上市前,单个客户经营规模较小,产品销售受服装行业季节性影响较大,发行人多在夏、秋两季生产销售秋装和冬装辅料产品,相对来说上半年为淡季,下半年为旺季。自2004年以来,发行人利用募集资金投入扩大生产规模、提高产品技术含量,同时对客户结构进行优化选择,目前公司客户集中度相对较高,单个客户订单规模大幅提高。因大型服装生产企业销售计划性较强,受季节性影响较小,从而淡化了公司销售的季节性影响;同时,发行人近年来出口业务规模不断增长,出口业务的反季节性生产也在一定程度上淡化了这种季节性影响。但总体而言,每年年初仍为发行人生产销售的淡季,自第二季度开始进入销售旺季直至年底。

针对上述,发行人不断加强对服装行业及其相关市场的研究、预测和开发,积极完善产品结构,挖掘淡季的市场潜力,开发适合淡季销售的产品。同时,发行人充分利用国外市场消费者不同的消费特点以抵消国内市场的季节性波动,大力开拓海外市场,增加淡季销售额。在综合考虑产品结构及销售区域的前提下,公司将采取各种积极有效的方式促进销售市场纵向和横向发展,淡化季节性对销售的影响。

(二)利润来源分析

1、毛利额情况

报告期内,发行人毛利按业务类别列示如下:

产品类别	2010年1-6月		2009年度		2008年度		2007年度	
	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)
钮扣	16,619.77	61.77	29,686.94	60.36	30,713.84	62.85	23,577.54	63.64
拉链	6,570.95	24.42	13,340.89	27.12	12,835.65	26.27	7,138.05	19.27
人造水晶钻	2,090.63	7.77	3,439.07	6.99	2,899.24	5.93	2,897.29	7.82
电镀加工	214.83	0.80	572.38	1.16	699.95	1.43	1,069.06	2.88
光学镜片	801.27	2.98	1,309.39	2.66	977.13	2.00	1,259.69	3.40
其他服装辅料	609.02	2.26	838.06	1.71	743.89	1.52	1,108.31	2.99
小计	26,906.47	100.00	49,186.73	100.00	48,869.70	100.00	37,049.94	100.00

报告期内,发行人毛利总额呈持续增长态势,毛利额的持续增长主要得益于发行人业务规模的扩大及业务结构的优化,迎合市场需求,加大对高档钮扣、拉链的研发力度和市场开发,提高产品附加值。2007年、2008年、2009年和2010年1-6月钮扣、拉链业务合计产生的毛利额占当期毛利总额的比重分别为82.91%、89.12%、87.48%和86.19%,成为发行人毛利的主要来源。

2、毛利率情况

报告期内,发行人毛利率按业务类别列示如下:

	2010年1-6月	2009年	2008年	2007年
钮扣	41.02%	42.15%	37.55%	35.22%
拉链	28.70%	30.48%	31.84%	25.35%
人造水晶钻	40.38%	35.02%	31.22%	46.93%
电镀加工	18.47%	17.64%	18.96%	23.73%
光学镜片	32.71%	31.45%	28.58%	40.60%
其他服装辅料	17.46%	18.00%	17.45%	18.78%
产品综合毛利率	35.55%	36.14%	34.23%	32.28%

报告期内,发行人的产品综合毛利率呈逐年上升趋势,体现了公司良好的盈利能力。

①钮扣产品的毛利率分析

报告期内,发行人主要产品钮扣毛利率均保持在35%以上,高于同行业的毛利率水平。主要原因如下:

①公司是国内钮扣行业的龙头企业,生产规模大,在原材料采购、生产成本和期间费用控制等方面具有一定规模优势。此外公司产品结构主要以中高档钮扣为主,产品档次的提升在销售价格方面具有一定优势;

②公司充分利用品牌、生产技术、技术研发等优势,把握下游行业需求,积极研发新产品,产品差异化较强,附加值较高;

③公司注重营销网络建设,重点深化了大客户保障体系建设,致力于向客户提供"全方位、一站式"经营服务,有效节约客户的采购成本,具有较强的产品议价能力,能向下游转嫁原材料、劳动力等导致成本上升的压力。

2007年、2008年、2009年和2010年1-6月,发行人钮扣产品的毛利率分别为35.22%、37.55%、42.15%和41.02%,毛利率水平逐年上升,钮扣的盈利能力不断提高,2009年钮扣毛利率较2008年提高4.6个百分点,主要原因一是受全球金融危机的影响,钮扣的主要原材料不饱和树脂等的采购价格在2009年大幅下降,使得单位产品成本明显下降;二是发行人通过研发新产品、提高产品附加值等,在成本大幅下降的情况下,销售单价下降幅度较小,提高了产品的盈利空间。

②拉链产品的毛利率分析

2007年、2008年、2009年和2010年1-6月,发行人拉链产品的毛利率分别为25.35%、31.84%、30.48%和28.70%,其中2008年拉链毛利率较2007年上升6.49个百分点,主要原因一是2008年拉链业务收入较2007年增长43.19%,规模效应使得单位产品盈利空间提高;二是发行人通过技术改造、调整产品结构,扩大塑钢拉链、金属拉链等高档产品的产销规模,提高了产品附加值。

③人造水晶钻的毛利率分析

2007年、2008年、2009年和2010年1-6月,发行人人造水晶钻的毛利率分别为46.93%、31.22%、35.02%和40.38%,2008年和2009年水晶钻毛利率大幅下降,主要原因是受国际金融危机的影响,2008年开始人造水晶钻的市场价格大幅下挫,全行业盈利水平也随着下降,另外,境外走私产品的大量涌入也造成了较大的冲击。随着2009年末市场环境的好转和海关打击走私力度的不断加强,公司人造水晶钻的价格和毛利率逐步企稳回升。

九、财务状况和盈利能力的未来趋势分析

(一)财务状况的未来趋势分析

多年来,公司始终密切关注和把握下游服装行业的发展趋势,全力拓展主营业务,通过2004年首次公开发行上市、2006年非公开发行股票和2008年公开增发,公司主营业务产销规模实现了稳定快速增长。主营业务收入从上市前2003年的2.62亿元增长到了2009年的13.61亿元,年复合增长率达31.56%,形成了钮扣、拉链和人造水晶钻等服装辅料的完整业务体系,公司在行业中的竞争地位日益巩固,盈利能力不断增强,即使在受全球金融危机影响最严重的2009年,净利润仍较2008年增长了9.33%。近年来,公司财务状况良好,财务政策稳健,公司经营活动现金流量充足,保证了经营活动的持续正常运行。

管理层认为,随着外部经济环境的好转、下游服装行业的强劲复苏,以及本次配股募集资金投资项目的实施,公司财务状况的未来趋势将持续向好。

(二)盈利能力的未来趋势分析

公司盈利能力的未来趋势主要受内、外环境两方面因素的影响。管理层就此进行分析如下:

1、外部环境

总体来看,公司面临着良好的外部环境,下游服装行业对服装辅料的需求将保持持续稳定。

经过2008年、2009年上半年全球金融危机后,国内纺织服装业正逐步恢复,走向稳步、健康发展,2009年下半年以来产销增速稳步回升的势头将得以延续。2010年是纺织振兴规划实施的第二年,也是未来行业10年计划的开始之年。预计2010年中国服装消费增速将高于2009年,并改变两年来持续下滑的态势。随着城市化进程的推进,以及中西部地区的高速发展,未来10年,中国的服装消费将迎来黄金增长期。另外随着全球经济的进一步好转,欧美消费者的消费需求逐步复苏,有利于纺织品服装的出口。

近年来,我国服装产业升级加快,产业资源进一步向优势企业集中,服装企业的规模化和品牌化进程加快。同时随着居民消费水平的不断提高和城市化进程的推进,品牌服装、中高档类服装的消费增速较快,高于服装行业整体的增速水平。

因此,外部环境的不断向好对公司未来盈利能力的进一步提高提供了可靠保障。

2、内部因素

①未来产品结构的进一步优化

公司服装辅料产品的应用领域定位于中高档品牌服装。近年来,公司通过证券市场融资扩大生产能力的同时,进一步调整和优化产品结构。本次配股募集资金投资项目主要包括激光雕刻钮扣、高档尼龙拉链、高档塑钢拉链、高档金属拉链和高品质金属钮扣等,这些产品具有技术含量高、附加值高的特点。上述募集资金投资项目的实施将有利于未来盈利能力的进一步增强。

②持续创新能力

公司多年来不懈的创新与革新已成为公司发展的巨大推动力,使公司在同行业中的竞争地位不断增强。管理层认为,公司未来的持续创新将对盈利能力的进一步提高发挥着十分关键的作用。

③适应下游行业发展,进一步提高服务品牌服装客户的能力

经过多年的努力,公司和国内外的知名服装品牌建立了合作共赢的战略合作伙伴关系,成为H&M、C&A、ZARA、TCP、G Ⅲ、凌致等跨国服装买家和波司登、报喜鸟、凯撒、七匹狼、雅戈尔、杉杉、利郎、艾莱依、美特斯邦威等国内著名服装品牌的指定供应商。管理层认为,公司进一步扩大品牌服装客户数量是提高公司盈利能力的主要途径,这类客户的产品订单通常批量大且常年稳定,但这类客户对上游服装辅料供应商的产品质量、档次和供货能力均有很高的要求。本次募集资金投资项目实施后,公司为大型品牌服装客户的配套服务能力将进一步增强,从而有利于提升未来的盈利能力。

综上分析,从总体来看,公司未来盈利能力将进一步增强,发展前景良好。

第五节 本次募集资金运用

一、本次募集资金运用概况

本次配股以公司现有总股本207,411,040股为基数,按每10股配2.5股的比例向全体股东配售股份。

2010年8月10日和2010年8月27日,发行人分别召开第四届董事会第三次会议和2010年第二次临时股东大会审议通过了本次配股方案及本次配股募集资金拟投资项目等议案。

本次配股募集资金计划投资以下四个项目:

序号	项目名称	所需资金(万元)	备案情况
1	公司激光雕刻钮扣技改项目	7,915.00	临工经技备案[2010]76号
2	公司高档拉链技改项目	9,451.30	临工经技备案[2010]77号
3	深圳市联星服装辅料有限公司高品质钮扣扩建项目	9,836.00	深发改备案[2010]0120号
4	深圳市联星服装辅料有限公司高档拉链扩建项目	8,850.00	深发改备案[2010]0119号
合计		36,052.30	

本次配股募集资金到位后,如实际募集资金净额少于上述项目拟投入募集资金总额,不足部分由公司自筹解决。如本次发行的实际募集资金净额超过项目拟投入募集资金总额,超过部分将用于补充公司的流动资金。

二、本次募集资金投资项目的必要性及市场分析

(一)实施本次募集资金投资项目的必要性

发行人自首次公开发行上市以来,经营业务实现了稳步快速发展,主营业务收入从上市前2003年的2.62亿元增长到了2009年的13.61亿元,年复合增长率达31.56%,形成了钮扣、拉链和人造水晶钻等服装辅料的完整业务体系,公司在行业中的竞争地位日益巩固。

综合分析下游服装行业未来发展趋势以及公司自身实际情况,管理层认为,公司未来发展的业绩增长点在于产品结构和业务布局的进一步优化,为此,经充分论证研究,公司拟实施激光雕刻钮扣技改项目、高档拉链技改项目、深圳市联星服装辅料有限公司高品质钮扣扩建项目和深圳市联星服装辅料有限公司高档拉链扩建项目。

1、进一步优化产品结构,提升辅料产品档次,适应下游服装行业的发展需要

总体来说,近十几年来由于国内服饰辅料生产企业技术和装备水平不断提升,产品质量优良、比较优势明显,许多国际知名和国内中高端品牌服装、箱包企业逐步加大了向国内服饰辅料生产企业的采购量,国内中高端服饰辅料产品的需求量不断增加;同时随着人们生活水平的提高及消费习惯的改变,对品牌服装、箱包的需求日益增加,服装、箱包企业对提高产品档次、创立自主品牌的意识越来越强,这对中高档钮扣、拉链等辅料的需求越来越旺盛。这种趋势对辅料企业的规模化多品种供应能力也提出了更高的要求,要求辅料生产企业具有较大的生产规模,能提供更高的产品质量和更多的产品种类。

从现阶段来说,国际消费品市场有复苏上行的趋势。国内市场受促进内需措施、消费者可支配收入提高等因素的影响,中高档品牌服饰市场前景看好。

本次四个募集资金投资项目的产品包括激光雕刻钮扣、高档尼龙拉链、高档塑钢拉链、高档金属拉链和高品质钮扣,其应用领域主要定位于品牌服装,同普通产品相比,具有技术含量高、附加值高的特点。

发行人通过实施以上募集资金投资项目,可以扩大高档次辅料产品的产能,提升该类产品的业务比重,从而进一步优化公司的产品结构,形成新的业绩增长点,这也符合辅料行业的发展趋势。

2、有效巩固公司在华东地区的产业基础,夯实公司在珠三角地区的制造基地,进一步完善业务布局

从募集资金投资项目的实施地点看,激光雕刻钮扣技改项目和高档拉链技改项目在临海实施,其它两个项目在深圳实施,这一布局安排充分考虑了我国产业集群发展的特点。

我国服装行业已形成以长江三角洲、珠江三角洲、环渤海地区三大经济圈为辐射中心,在服装主产区广东省、浙江省、江苏省、山东省、福建省等省份,围绕着专业市场、出口优势、龙头企业形成了众多以生产某类产品为主的区域产业集群。2007年-2009年,我国服装产量前五名省份均为广东省、浙江省、江苏省、山东省、福建省,且前五名省份的总产量均占当年全国产量的80%以上。这些服装产业集聚地产业链完善,呈现良好发展势头,已成为当地经济发展的主体,劳动力资源、企业和产业的集聚促进了区域经济迅速发展。

经过十多年的努力,特别是2004年首次公开发行、2006年非公开发行及2008年公开增发,公司业务规模快速增长的同时,形成并逐步完善了以临海为核心的华东地区制造基地。管理层认为,从公司多年发展所积累的内外部资源及公司的总体发展规划来看,公司需要在服装行业相对发达的珠三角地区强化产业基础建设,而公司先期在深圳布局的深圳分公司等分支机构近年来的业务开拓也为区域基地的建设奠定了基础。

深圳市具有良好的推动服装及其辅料集群发展的良好环境与区位优势。改革开放以来,广东地区集聚了中国最大的服装加工企业群。据统计,2008年,广东出口服装253.54亿美元,占全国的21%,名列第一位,服装业总量占全国的30%以上。这种高度发达的服装业为服装辅料产品提供了巨大的空间。此外,广东地区的拉链总销售量在90亿元/年以上,占全国销售量的30%以上;珠三角地区每年对高端钮扣的需求量超过全国总需求量的30%。公司目前在珠三角的钮扣产能明显不足,2009年公司在深圳下属企业钮扣总产量仅为25亿粒左右,其中高品质钮扣产能17亿粒左右,难以满足服装行业对高品质钮扣的需求。另外,广州市拥有全国最大的服装辅料批发市场,每年批发拉链等服装辅料数百亿元人民币,产品除了覆盖整个珠江三角洲以外,还远销欧、美、日及东南亚市场,市场的辐射力极强。

因此,在深圳实施高品质钮扣扩建项目和高档拉链扩建项目,可以最大限度的加快公司对珠三角市场的供货速度、降低运输成本,使公司的产能布局趋于合理,提升公司钮扣、拉链产品的市场竞争力,这对进一步做大做强公司服装辅料产业很有必要。

(二)本次募集资金投资项目的市场前景

服装辅料产品未来的市场需求主要取决于下游纺织服装行业的发展趋势。

中国服装协会的调查表明,经历2008年、2009年上半年全球金融危机后,国内纺织服装业正逐步复苏,2009年下半年以来产销增速稳步回升。2010年是纺织振兴规划实施的第二年,也是未来行业10年计划的开始之年。预计2010年中国服装消费增速将高于2009年,并改变两年来持续下滑的态势。随着城市化进程的推进,以及中西部地区的高速发展,未来10年,中国的服装消费将迎来黄金增长期。另外随着全球经济的进一步好转,欧美消费者的消费需求逐步复苏,有利于纺织品服装的出口。

从服装产品的结构来看,随着居民消费水平的不断提高和城市化进程的推进,品牌服装、中高档服装的消费增速较快,高于服装行业整体的增速水平。

下游服装行业的上述发展趋势必将进一步拉动服装辅料需求的持续增长,特别是与品牌服装相配套的中高档服装辅料的需求将进一步增加。因此,公司此次四个募集资金投资项目的产品具有良好的市场前景。

三、本次募集资金投资项目概况

(一)公司激光雕刻钮扣技改项目

根据国内外钮扣市场要求及公司目前实际生产和销售情况,本项目的产品方案为:

产品名称	产量(亿粒/年)	备注
激光雕刻钮扣	10	从10克到30克各式规格
合 计	10	

本项目实施地位于浙江省临海市尤溪镇花园工业园,利用公司已有的空余厂区新建生产车间20,448平方米。本项目建设周期为18个月,公司已开始进行项目的筹建工作。

本项目计划在浙江省临海市尤溪镇花园工业园投资7,915.00万元,其中建设投资7,024.00万元,铺底流动资金891.00万元。

项目投产当年生产负荷达到设计能力的75%,投产第二年达到设计能力的100%。项目全部达产后,预计年新增销售收入15,010万元,年新增利润总额3,191.7万元,投资回收期(包括1.5年建设期)为5.36年。

(二)公司高档拉链技改项目

本项目建成后将生产下列三类产品,项目达产后预计达到各类拉链19,700万条的生产能力(备注:折合约7,880万米,按0.4米/条计算),详细情况如下表:

序 号	产品名称	单位	产量
1	高档尼龙拉链	万条/年	9,000
2	高档塑钢拉链	万条/年	5,200
3	高档金属拉链	万条/年	5,500
	合计	万条/年	19,700

本项目实施地点位于浙江省临海市经济开发区前江南路8号。本项目利用公司现有土地,新建生产车间11,205平方米。本项目建设周期为2年,公司已开始进行项目的筹建工作。

本项目计划在浙江省临海市经济开发区前江南路8号伟星股份大洋工业园投资9,451.3万元,其中建设投资8,071.3万元,铺底流动资金1,380万元。

项目投产当年生产负荷达到设计能力的75%,投产第二年达到设计能力的100%。项目全部达产后,预计年新增销售收入为20,562万元,年新增利润总额3,918.1万元,投资回收期(含建设期2年)为6.01年。

(三)深圳市联星服装辅料有限公司高品质钮扣扩建项目

根据市场预测,本项目将重点生产国内外市场需求潜力较大的高品质钮扣,具体如下:

序号	产品名称	单位	年产量
1	高品质合金钮扣	亿粒/年	5
2	高品质五金钮扣	亿粒/年	4
3	各类高品质组合钮扣	亿粒/年	2
	合计	亿粒/年	11

本项目在深圳市宝安区观澜街道办观星园工业厂区内实施,利用深圳市联星服装辅料有限公司已征土地,新建厂房面积共计30,220平方米。本项目建设周期为18个月,公司已开始进行项目的筹建工作。

本项目计划在深圳市宝安区观澜街道办观星园工业厂区投资9,836万元,其中建设投资8,563万元,铺底流动资金1,273万元。

项目投产当年生产负荷达到设计生产能力的75%,投产第二年生产负荷达到设计生产能力的100%。项目全部达产后,预计年新增销售收入20,450万元,年新增利润总额3,473万元,投资回收期(含建设期1.5年)5.63年。

(四)深圳市联星服装辅料有限公司高档拉链扩建项目

根据市场预测,本项目将重点生产国内外市场需求潜力较大的高档拉链,具体如下:

序号	产品名称	单位	年产量
1	高档尼龙拉链	万条/年	8,500
2	高档塑钢拉链	万条/年	4,000
3	高档金属拉链	万条/年	6,000
	合计	万条/年	18,500

本项目在深圳市宝安区观澜街道办观星园工业厂区内实施,利用深圳市联星服装辅料有限公司已征土地,新建厂房面积共计35,125平方米。本项目建设周期为2年,公司已开始进行项目的筹建工作。

本项目计划在深圳市宝安区观澜街道办观星园工业厂区投资8,850万元,其中建设投资7,475万元,铺底流动资金1,375万元。

项目投产当年生产负荷达到设计生产能力的75%,投产第二年达到100%。项目全部达产后,预计年新增销售收入17,455万元,年新增利润总额3,292万元,投资回收期(含建设期2年)6.19年。

第六节 备查文件

自本配股说明书摘要刊登之日起,投资者可在巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)以及公司和主承销商办公地点查阅配股说明书全文及备查文件,具体如下:

1、公司最近三年及一期的财务报告及审计报告;
2、保荐机构出具的发行保荐书及保荐工作报告;
3、律师为本次发行出具的法律意见书和律师工作报告;
4、注册会计师关于前次募集资金使用情况的专项报告;
5、中国证监会核准本次发行的文件。

汇添富基金管理有限公司
2011年2月14日

(上接D6版)

如果上证综合指数被停止编制及发布,或上证综合指数由其他指数替代(单纯更名除外),或由于指数编制方法等重大变更导致上证综合指数不宜继续作为基准指数,本基金管理人可以依据审慎性原则和维护基金份额持有人合法权益的原则,在履行适当程序后变更本基金的基准指数和投资对象,并依据市场代表性、流动性、与原指数的相关性等诸多因素选择确定新的基准指数,本基金管理人在履行适当程序后,可以变更基金的标的指数和业绩比较基准,并在变更前提前2个工作日在中国证监会指定的媒体上公告。

十、基金的风险收益特征

本基金为股票型基金,属于证券投资基金中较高风险较高收益的品种。

十一、基金的投资组合报告

基金管理人的董事会及董事保证本报告所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

基金托管人中国工商银行股份有限公司根据本基金合同规定,于2011年1月17日复核了本报告中的财务指标、净值表现和投资组合报告等内容,保证复核内容不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

本报告中财务资料未经审计。

本报告期自2010年10月1日起至12月31日止。

投资组合报告

1.报告期末基金资产组合情况

序号	项目	金额(元)	占基金总资产的比例(%)
1	权益投资	6,278,778,084.01	94.42
	其中:股票	6,278,778,084.01	94.42
2	固定收益投资	197,160,000.00	2.96
	其中:债券	197,160,000.00	2.96
	资产支持证券	-	-
3	金融衍生品投资	-	-
4	买入返售金融资产	-	-
	其中:买断式回购的买入返售金融资产	-	-
5	银行存款和结算备付金合计	155,411,639.08	2.34
6	其他资产	18,237,895.76	0.27
7	合计	6,649,587,618.85	100.00

2. 报告期末按行业分类的股票投资组合

2.1 指数投资部分

| 代码 | 行业类别 | 公允价值(元) |