

(上接B11版)

序号	供应商名称	采购额(元)	占采购总额的比例	是否关联方
1	浙江瀚高服饰有限公司	364,818,808.89	10.74%	否
2	浙江森马服饰有限公司	102,49,303.92	3.06%	否
3	江西南昌服饰有限公司	139,488,419.71	4.17%	否
4	浙江正泰服饰有限公司	138,104,723.62	4.09%	否
5	浙江正泰服饰有限公司	119,266,907.28	3.57%	否
6	浙江正泰服饰有限公司	994,127,877.02	29.56%	否

海澜之家 2011 年向前五名供应商的采购金额占同期服装采购总额的 26.04%；

序号	供应商名称	采购额(元)	占采购总额的比例	是否关联方
1	浙江瀚高服饰有限公司	273,566,714.14	6.38%	否
2	浙江正泰服饰有限公司	244,650,266.96	5.71%	否
3	苏州市正泰服饰有限公司	214,767,783.43	5.01%	否
4	浙江森马服饰有限公司	209,349,680.56	4.88%	否
5	江西南昌服饰有限公司	173,956,540.28	4.06%	否
6	浙江正泰服饰有限公司	1,116,280,989.36	26.04%	否

海澜之家 2010 年向前五名供应商的采购金额占同期服装采购总额的 31.83%；

序号	供应商名称	采购额(元)	占采购总额的比例	是否关联方
1	浙江瀚高服饰有限公司	178,290,415.11	10.38%	否
2	浙江森马服饰有限公司	106,940,494.41	6.23%	否
3	江西南昌服饰有限公司	100,733,489.71	5.79%	否
4	浙江正泰服饰有限公司	93,936,045.63	5.47%	否
5	浙江森马服饰有限公司	66,627,720.51	3.88%	否
6	浙江正泰服饰有限公司	546,447,927.38	31.83%	否

(六)环境保护方面的措施
1. 环境保护措施
海澜之家重视环境保护,在企业运作流程中严格执行国家有关环境保护的法律和法规,服装行业属轻工业,海澜之家主要采用了外包的生产方式,基本不存在废气、废水和废渣的排放。
2. 安全生产措施
海澜之家仅保留了部分包装缝衣、加工整理、贴牌等生产功能,为了保证员工的工作安全,海澜之家制定了较为完善的安全生产管理制度和消防安全管理制度,针对仓库,特别制定了防火安全规定,避免意外事故的发生。
(七)海澜之家的技术与研发情况
1. 海澜之家的现有技术水平
海澜之家的技术水平主要体现在产品研发设计方面,针对目前夏季时装化的趋势,海澜之家通过广泛而深入的市场调研,准确把握市场动向,以及新材料、新技术和设计理念的应用,为消费者提供舒适时尚、高品质的服装,公司通过不断的研发投入,引进人才和先进的技术,不断提升产品的研发设计能力,目前海澜之家的服装研发能力已经处于领先地位。
2. 公司的研发开发情况
海澜之家重视研发投入,致力于新材料的开发和新款式的设计,通过强大的信息系统搜集、分析客户的切实需求来指导产品研发,从而保持“海澜之家”服饰的时尚度和品牌的美誉度,同时有效控制生产成本。
3. 与外部研发开发的合作
海澜之家的研发设计中,供应商承担了一部分的工作,海澜之家的设计中心主要负责产品的规划,具体的设计工作由供应商团队完成,海澜之家通过选择修改供应商最终完成产品的设计。
(八)产品的质量管控
海澜之家主要采用外协的生产方式,对供应商的选择有严格的流程和标准,在生产过程中有专门人员负责监督和管控,并且对最终产品进行(检验报告),入库前检验和随机抽检三重质量管控标准。
海澜之家通过了 ISO9001:2008 质量管理体系认证,目前,质量管理体系覆盖了海澜之家的整个业务流程,从产品设计、生产、销售、售后服务、品牌推广以及门店运营各个环节保证了产品质量的稳定,确保不合格产品出厂。
(九)海澜之家的质量管理体系
海澜之家建立了完善的质量管理体系,对供应商的生产设备、工艺管理、管理方案等进行评估与定期考核,并建立了相应的淘汰机制,同时,通过跟单员的驻场监督,确保产品的质量与交期。
(十)海澜之家通过四段式的质检体系保证产品的质量
1. 供应商大批量生产前,必须提供每个品号产品的(检测报告),《检测报告》由海澜之家指定的质检人员进行抽检出具,且《检测报告》直接出具给海澜之家,检测不合格品由供应商自行处理,不合格品必须合格。(检测报告)检测不合格品由海澜之家派人有一项或多项一等品标准,或经质检员确认后,有权拒绝接收。2. 供应商在生产中,海澜之家派员对供应商的生产流程进行全程质量监督,并对供应商按日抽检,经跟单员入单,海澜之家质检合格,供应商方可发货。3. 供应商货品经跟单员抽检合格后,将货品送至合作的定检点,海澜之家质检员到现场设计可确认的封样衣及其工艺单,同时,对相应货品进行封样检验,经检验无误后方可入单销售,货品如质检抽检出现质量问题不格情况,经批次货品将予以退货,退货费用由供应商自行承担。
7. 交易标的最近三年资产、负债、股权、关联交易、增资及减资情况
(一)股份转让
2012 年 7-12 月,海澜之家召开 2012 年第二次临时股东大会,审议通过《关于鑫方资产投资有限公司 2%股份转让协议》,鑫方资产将其持有的海澜之家 2%的股权转让给上海瀚高。
2012 年 7 月 26 日,鑫方资产与瀚高签订了《股权转让协议》,将其持有的海澜之家 2%的股份以 13,000.07 万元的价格转让给瀚高。
2012 年 9 月 6 日,江苏省商务厅以苏商资[2012]1038 号《关于江苏海澜之家服饰有限公司股权转让变更的批复》,同意海澜之家变更,海澜之家并于 2012 年 9 月 11 日获得了江苏省人民政府颁发的批准号为苏商资审字[2009]83658 号《中华人民共和国外商投资企业批准证书》。
2012 年 9 月 13 日,海澜之家就前述变更经江苏省工商行政管理局核准办理了工商变更登记手续。
鑫方资产 2%股份转让的价格为 13,000 万元,对应海澜之家的估值为 65,000 亿元,对应于 2011 年公司净利润的市盈率为 9.4 倍,对应于 2012 年公司净利润的市盈率为 7.6 倍。
本次海澜之家 100%股权转让作价 1,300.00 万元,对应于 2012 年公司净利润的市盈率为 15.2 倍,对应于 2012 年 6 月 30 日每股净资产的市盈率为 10.7 倍,本次交易价格定价的依据如下:
1. 海澜之家首次公开发行股票价格为 10.7 元,中国证监会于 2012 年 5 月 18 日出具了《关于不予核准海澜之家服饰有限公司首次公开发行股票的决定》,鑫方资产为财务投资者,通过 IPO 实现退出是其实现收益的主要途径,因此在收到证监会不予核准通知后,鑫方资产向海澜之家收购其 2%的股份,交易双方在交易价格的基础上确定了转让价格,转让价格之估值水平 9.4 倍市盈率符合财务投资者对上市公司合理的估值标准。
2. 本次交易的价格以取得资产评估报告为定价依据,海澜之家 2013 年经营业绩实现了较大增长,经营模式、管理水平均得到了较大的改进,根据收益法的评估结果,各方友好协商,最终将交易价格确定为 130 亿元。
(二)未分配利润增加情况
2012 年 9 月 23 日,海澜之家召开 2012 年第四次临时股东大会,决议通过以经注册会计师审计的截至 2012 年 6 月 30 日的数据为基础,向全体股东派发现金股利,每股派发现金股利 0.20 元,转增完成后,海澜之家的净利润增加至 100,000 万元。
2012 年 10 月 25 日,江苏省商务厅以苏商资[2012]1234 号《关于江苏海澜之家服饰有限公司增资的批复》,同意前述增资事宜,海澜之家并于 2012 年 10 月 19 日获得了江苏省人民政府颁发的批准号为苏商资审字[2009]83658 号《中华人民共和国外商投资企业批准证书》。
2012 年 11 月 27 日,海澜之家就前述增资 100,000 万元,经会计师事务所出具《天衡审字[2012]00889 号《验资报告》》,海澜之家完成前述增资。
2012 年 11 月 27 日,海澜之家就前述变更经江苏省工商行政管理局核准办理了工商变更登记手续。
(三)评估情况
除本次交易需要对海澜之家进行评估外,交易标的在近三年未经其他评估。
(八)交易标的评估情况说明
1. 交易标的评估说明
根据中联资产评估有限公司的中联评报字[2013]第 661 号《海澜之家服饰有限公司资产评估报告》,海澜之家截至 2013 年 6 月 30 日经审计母公司净资产账面价值为 200,667.70 元,投资资产评估价值为 473,421.13 万元,评估增值率为 135.92%;2013 年 6 月 30 日的合并资产负债表中归属于母公司的所有者权益总额为 265,530.81 万元,经评估增值率为 1,348,896.44 万元,评估增值率为 506.34%。
1.083,565.3 元,增值率为 408.06%。本次评估以收益法和评估结果作为最终评估结论,海澜之家股东全体权益以收益法评估结果为 1,348,896.44 万元。
(二)评估方法的合理性分析
根据《资产评估准则—企业价值》,注册资产评估师执行企业价值评估业务,应当根据评估对象、价值类型、资料收集情况等相关因素,分析收益法、市场法和成本法三种资产评估基本方法的适用性,恰当选择一种或多种资产评估方法。持续经营的企业,其整体资产价值评估,应当首先考虑使用收益法,对收益法评估结果、市场法和成本法评估结果进行比较、分析,企业价值评估应当以收益法评估结果为基础,其他两种方法作为验证,其合理的调整或修正,优良的管理、经验、经营形成的溢价等综合因素形成各种无形资产等不可计量的价值组成部分,海澜之家拥有优良的经营团队,长期经营形成了一定的品牌,具有较好的成长性,未来盈利能力较强,故选择收益法评估,在选用资产基础法与收益法对评估对象进行评估的基础上,中联资产评估师最终选择收益法对评估对象进行评估。
(三)资产评估基础说明
1. 资产评估基础说明,截至 2013 年 6 月 30 日,海澜之家的评估结果如下:
单位:万元

项目	账面价值	评估价值	增值额	增值率
B	17,334.58	17,334.58	-	-
C	209,974.61	480,748.14	272,773.53	131.13
D	3,000.00	3,000.00	-	-
E	21,000.00	197,866.11	176,866.11	842.23
F	72,225.43	94,235.79	22,010.36	30.47
G	33,820.04	35,144.68	1,318.63	3.90
H	57,390.64	60,166.19	2,775.23	4.84
I	49,852.31	89,262.69	69,979.48	399.18
J	18,513.10	30,610.85	14,797.75	95.58
K	21,622.70	70.32	-196.90	-91.06
L	235,329.28	498,027.22	272,753.43	121.01
M	24,661.59	24,661.59	-	-
N	24,661.59	24,661.59	-	-
O	200,667.70	472,421.13	272,753.43	135.92

海澜之家公司净资产账面价值为 225,329.29 万元,评估价值为 498,027.22 万元,增值率为 22.7533 43 元,增值率为 12.05%,母公司总资产账面价值为 246,611.59 元,总评估价值较其账面价值增加 102.88 元,增值率为 13.92 元。
(四)收入确认说明
1. 收入确认说明
(1)收入的确认
“海澜之家”
海澜之家年末销售收入的增长主要基于单个门店零售额的增长以及年末新开店铺使得门店数量增加两个方面,预计未来开店计划如下:
单位:万元

项目/年度	2013 年 7-12 月	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年及以后
净利润	337	3738	212	2008	-
净利润增长率	2.75%	1.12%	3.14%	3.50%	3.50%

评估人员选取截至 2013 年 6 月底营业的 2519 家门店(2522 家门店中有 3 家是在 2013 年 7 月份开业)2009 年-2013 年 6 月的销售数据,零售额,对取得的分成或分成率进行分析,按照开店时间和将门店分为 2009 年以后 3 个月、2009 年新开店、2010 年新开店、2011 年新开店、2012 年新开店以及 2013 年 1-6 月新开店 6 种情况。
(二)零售额预测
1. 2013 年 7-12 月门店零售额预测
1. 对于 2012 年已经开业的门店,按照历史年度下半年零售额的平均确定,即:2013 年 7-12 月门店零售额=2013 年 1-6 月门店零售额×历史年度下半年零售额的比例
2. 对于 2013 年 1-6 月新开门店,按照上半年开业的定店月份的平均零售额预测如下:
单位:万元

项目/年度	2013 年 7-12 月	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年及以后
净利润	337	3738	212	2008	-
净利润增长率	2.75%	1.12%	3.14%	3.50%	3.50%

评估人员选取截至 2013 年 6 月底营业的 2519 家门店(2522 家门店中有 3 家是在 2013 年 7 月份开业)2009 年-2013 年 6 月的销售数据,零售额,对取得的分成或分成率进行分析,按照开店时间和将门店分为 2009 年以后 3 个月、2009 年新开店、2010 年新开店、2011 年新开店、2012 年新开店以及 2013 年 1-6 月新开店 6 种情况。
(二)零售额预测
1. 2013 年 7-12 月门店零售额预测
1. 对于 2012 年已经开业的门店,按照历史年度下半年零售额的平均确定,即:2013 年 7-12 月门店零售额=2013 年 1-6 月门店零售额×历史年度下半年零售额的比例
2. 对于 2013 年 1-6 月新开门店,按照上半年开业的定店月份的平均零售额预测如下:
单位:万元

项目/年度	2013 年 7-12 月	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年及以后
净利润	337	3738	212	2008	-
净利润增长率	2.75%	1.12%	3.14%	3.50%	3.50%

评估人员选取截至 2013 年 6 月底营业的 2519 家门店(2522 家门店中有 3 家是在 2013 年 7 月份开业)2009 年-2013 年 6 月的销售数据,零售额,对取得的分成或分成率进行分析,按照开店时间和将门店分为 2009 年以后 3 个月、2009 年新开店、2010 年新开店、2011 年新开店、2012 年新开店以及 2013 年 1-6 月新开店 6 种情况。
(二)零售额预测
1. 2013 年 7-12 月门店零售额预测
1. 对于 2012 年已经开业的门店,按照历史年度下半年零售额的平均确定,即:2013 年 7-12 月门店零售额=2013 年 1-6 月门店零售额×历史年度下半年零售额的比例
2. 对于 2013 年 1-6 月新开门店,按照上半年开业的定店月份的平均零售额预测如下:
单位:万元

项目/年度	2013 年 7-12 月	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年及以后
净利润	337	3738	212	2008	-
净利润增长率	2.75%	1.12%	3.14%	3.50%	3.50%

评估人员选取截至 2013 年 6 月底营业的 2519 家门店(2522 家门店中有 3 家是在 2013 年 7 月份开业)2009 年-2013 年 6 月的销售数据,零售额,对取得的分成或分成率进行分析,按照开店时间和将门店分为 2009 年以后 3 个月、2009 年新开店、2010 年新开店、2011 年新开店、2012 年新开店以及 2013 年 1-6 月新开店 6 种情况。
(二)零售额预测
1. 2013 年 7-12 月门店零售额预测
1. 对于 2012 年已经开业的门店,按照历史年度下半年零售额的平均确定,即:2013 年 7-12 月门店零售额=2013 年 1-6 月门店零售额×历史年度下半年零售额的比例
2. 对于 2013 年 1-6 月新开门店,按照上半年开业的定店月份的平均零售额预测如下:
单位:万元

项目/年度	2013 年 7-12 月	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年及以后
净利润	337	3738	212	2008	-
净利润增长率	2.75%	1.12%	3.14%	3.50%	3.50%

评估人员选取截至 2013 年 6 月底营业的 2519 家门店(2522 家门店中有 3 家是在 2013 年 7 月份开业)2009 年-2013 年 6 月的销售数据,零售额,对取得的分成或分成率进行分析,按照开店时间和将门店分为 2009 年以后 3 个月、2009 年新开店、2010 年新开店、2011 年新开店、2012 年新开店以及 2013 年 1-6 月新开店 6 种情况。
(二)零售额预测
1. 2013 年 7-12 月门店零售额预测
1. 对于 2012 年已经开业的门店,按照历史年度下半年零售额的平均确定,即:2013 年 7-12 月门店零售额=2013 年 1-6 月门店零售额×历史年度下半年零售额的比例
2. 对于 2013 年 1-6 月新开门店,按照上半年开业的定店月份的平均零售额预测如下:
单位:万元

项目/年度	2013 年 7-12 月	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年及以后
净利润	337	3738	212	2008	-
净利润增长率	2.75%	1.12%	3.14%	3.50%	3.50%

评估人员选取截至 2013 年 6 月底营业的 2519 家门店(2522 家门店中有 3 家是在 2013 年 7 月份开业)2009 年-2013 年 6 月的销售数据,零售额,对取得的分成或分成率进行分析,按照开店时间和将门店分为 2009 年以后 3 个月、2009 年新开店、2010 年新开店、2011 年新开店、2012 年新开店以及 2013 年 1-6 月新开店 6 种情况。
(二)零售额预测
1. 2013 年 7-12 月门店零售额预测
1. 对于 2012 年已经开业的门店,按照历史年度下半年零售额的平均确定,即:2013 年 7-12 月门店零售额=2013 年 1-6 月门店零售额×历史年度下半年零售额的比例
2. 对于 2013 年 1-6 月新开门店,按照上半年开业的定店月份的平均零售额预测如下:
单位:万元

项目/年度	2013 年 7-12 月	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年及以后
净利润	337	3738	212	2008	-
净利润增长率	2.75%	1.12%	3.14%	3.50%	3.50%

评估人员选取截至 2013 年 6 月底营业的 2519 家门店(2522 家门店中有 3 家是在 2013 年 7 月份开业)2009 年-2013 年 6 月的销售数据,零售额,对取得的分成或分成率进行分析,按照开店时间和将门店分为 2009 年以后 3 个月、2009 年新开店、2010 年新开店、2011 年新开店、2012 年新开店以及 2013 年 1-6 月新开店 6 种情况。
(二)零售额预测
1. 2013 年 7-12 月门店零售额预测
1. 对于 2012 年已经开业的门店,按照历史年度下半年零售额的平均确定,即:2013 年 7-12 月门店零售额=2013 年 1-6 月门店零售额×历史年度下半年零售额的比例
2. 对于 2013 年 1-6 月新开门店,按照上半年开业的定店月份的平均零售额预测如下:
单位:万元

项目/年度	2013 年 7-12 月	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年及以后
净利润	337	3738	212	2008	-
净利润增长率	2.75%	1.12%	3.14%	3.50%	3.50%

评估人员选取截至 2013 年 6 月底营业的 2519 家门店(2522 家门店中有 3 家是在 2013 年 7 月份开业)2009 年-2013 年 6 月的销售数据,零售额,对取得的分成或分成率进行分析,按照开店时间和将门店分为 2009 年以后 3 个月、2009 年新开店、2010 年新开店、2011 年新开店、2012 年新开店以及 2013 年 1-6 月新开店 6 种情况。
(二)零售额预测
1. 2013 年 7-12 月门店零售额预测
1. 对于 2012 年已经开业的门店,按照历史年度下半年零售额的平均确定,即:2013 年 7-12 月门店零售额=2013 年 1-6 月门店零售额×历史年度下半年零售额的比例
2. 对于 2013 年 1-6 月新开门店,按照上半年开业的定店月份的平均零售额预测如下:
单位:万元

项目/年度	2013 年 7-12 月	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年及以后
净利润	337	3738	212	2008	-
净利润增长率	2.75%	1.12%	3.14%	3.50%	3.50%

评估人员选取截至 2013 年 6 月底营业的 2519 家门店(2522 家门店中有 3 家是在 2013 年 7 月份开业)2009 年-2013 年 6 月的销售数据,零售额,对取得的分成或分成率进行分析,按照开店时间和将门店分为 2009 年以后 3 个月、2009 年新开店、2010 年新开店、2011 年新开店、2012 年新开店以及 2013 年 1-6 月新开店 6 种情况。
(二)零售额预测
1. 2013 年 7-12 月门店零售额预测
1. 对于 2012 年已经开业的门店,按照历史年度下半年零售额的平均确定,即:2013 年 7-12 月门店零售额=2013 年 1-6 月门店零售额×历史年度下半年零售额的比例
2. 对于 2013 年 1-6 月新开门店,按照上半年开业的定店月份的平均零售额预测如下:
单位:万元

评估人员选取截至 2013 年 6 月底营业的 2519 家门店(2522 家门店中有 3 家是在 2013 年 7 月份开业)2009 年-2013 年 6 月的销售数据,零售额,对取得的分成或分成率进行分析,按照开店时间和将门店分为 2009 年以后 3 个月、2009 年新开店、2010 年新开店、2011 年新开店、2012 年新开店以及 2013 年 1-6 月新开店 6 种情况。
(二)零售额预测
1. 2013 年 7-12 月门店零售额预测
1. 对于 2012 年已经开业的门店,按照历史年度下半年零售额的平均确定,即:2013 年 7-12 月门店零售额=2013 年 1-6 月门店零售额×历史年度下半年零售额的比例
2. 对于 2013 年 1-6 月新开门店,按照上半年开业的定店月份的平均零售额预测如下:
单位:万元

项目/年度	2013 年 7-12 月	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年及以后
营业收入	339,038.66	845,298.21	960,739.13	1,067,318.76	1,163,520.60
营业收入增长率	339,038.66	845,298.21	960,739.13	1,067,318.76	1,163,520.60
营业成本	217,368.38	538,172.22	611,994.96	680,149.19	741,667.16
毛利	121,670.28	307,126.00	348,744.17	387,169.57	421,853.44
毛利增长率	121,670.28	307,126.00	348,744.17	387,169.57	421,853.44
期间费用	4,914.34	12,521.83	12,521.83	12,521.83	12,521.83
期间费用率	1.45%	1.48%	1.30%	1.18%	1.07%
净利润	3,967.58	12,588.89	12,588.89	12,588.89	12,588.89
净利润率	1.17%	1.48%	1.30%	1.18%	1.07%
所得税	2,021.93	6,162.21	6,162.21	6,162.21	6,162.21
净利润	1,945.65	6,426.68	6,426.68	6,426.68	6,426.68
净利润率	0.58%	0.76%	0.67%	0.60%	0.55%

(6)期间费用预测
1. 期间费用预测
经审计的历史报表披露,评估对象 2010 年、2011 年、2012 年及 2013 年 1-6 月的营业费用分别为 23,357.60 万元,31,948.11 万元,40,505.71 万元,22,763.64 万元,主要为广告费、差旅费、商场费用等,营业费用占营业收入的比例分别为 0.1041、0.0889、0.0894、0.0647。本次评估结合历史年度营业费用构成及变化趋势,未来经营计划估算未来各年度的营业费用,主要费用预测方法如下:
(1)广告费:采用 2013 年 7-12 月、2014 年广告费用按照公司未来两年广告费计划预测,2015 年-2017 年以以上一年广告费增长 10%的规律预测;
(2)人员成本:2013 年 7-12 月参照 2013 年 1-6 月金额预测,201