金发拉比妇婴童用品股份有限公司首次公开发行股票招股意向书摘要

（住所：汕头市金平区鮀浦鮀济南路107号）

保荐人（主承销商）：广发证券股份有限公司 GF SECURITIES CO.,LTD.

（广东省广州市天河区天河北路183-187号大都会广场43楼4301-4316房）

发行人声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股意向书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

发行人及发行人控股股东、实际控制人承诺："如招股意向书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，发行人将以股票发行价格加上同期银行存款利息的价格依法回购本次公开发行的全部新股。"

发行人及发行人控股股东、实际控制人林浩亮、林若文及发行人全体董事、监事、高级管理人员承诺："如发行人招股意向书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并因此给投资者造成损失的，本公司（或本人）将依法就上述事项向投资者承担个别和连带赔偿责任。"

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股意向书及其摘要中财务会计资料真实、完整。

中国证监会、其他政府部门对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

投资者若对本招股意向书及其摘要存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、会计师或其他专业顾问。

重大事项提示

公司提请投资者关注以下重大事项并认真阅读招股意向书"风险因素"一章的全部内容：

一、相关承诺事项

（一）股份锁定的承诺

林浩亮、林若文作为公司控股股东及实际控制人，同时担任公司董事、高级管理人员承诺：自发行人股票上市之日起36个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。如本人在上述锁定期满后两年内减持所持发行人股票的，减持价格不低于本次发行的发行价；发行人上市后6个月内如发行人股票连续20个交易日的收盘价均低于本次发行的发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于本次发行的发行价，本人持有的发行人股票将在上述锁定期限届满后自动延长6个月的锁定期。上述锁定期届满后，在本人任职期间，每年转让的股份不超过本人持有股份总数的25%，且在离职后半年内，不转让本人所持有的股份；在申报离职6个月后的12个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票的数量占本人所持有公司股票总数的比例不超过50%。

担任公司董事、监事或高级管理人员的股东陈迅、贝旭、孙豫、郭一武、林金松承诺：自发行人股票上市之日起12个月内，不转让或委托他人管理本人持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。如本人在上述锁定期满后两年内减持所持发行人股票的，减持价格不低于本次发行的发行价；发行人上市后6个月内如发行人股票连续20个交易日的收盘价均低于本次发行的发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于本次发行的发行价，本人持有的发行人股票将在上述锁定期限届满后自动延长6个月的锁定期。上述锁定期届满后，在本人任职期间，每年转让的股份不超过本人持有股份总数的25%，且在离职后半年内，不转让本人所持有的股份；在申报离职6个月后的12个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票的数量占本人所持有公司股票总数的比例不超过50%。

公司股东、实际控制人的关联方林浩茂承诺：自发行人股票上市之日起36个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

公司其他股东卢志鸿、金辉、林秀浩承诺：自发行人股票上市之日起12个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

（二）稳定股价的承诺

公司及其控股股东、董事及高级管理人员承诺，如果首次公开发行上市后三年内公司股价出现低于每股净资产的情况时，将启动稳定股价的预案，具体详见招股意向书之"第九节 公司治理"之"十二、公司上市后三年内稳定股价的预案"。

（三）股份回购的承诺

公司承诺："如招股意向书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，发行人将以股票发行价格加上同期银行存款利息的价格依法回购本次公开发行的全部新股。"

（四）赔偿损失的承诺

公司及公司控股股东、实际控制人林浩亮、林若文及公司全体董事、监事、高级管理人员承诺："如发行人招股意向书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并因此给投资者造成损失的，本公司(或本人)将依法就上述事项向投资者承担个别和连带赔偿责任。"

保荐机构承诺："因为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。"

申报会计师承诺："如正中珠江在本次发行工作期间未勤勉尽责，导致正中珠江所制作、出具的文件对重大事件作出违背事实真相的虚假记载、误导性陈述，或在披露信息时发生重大遗漏，并造成投资者直接经济损失的，在该等违法事实被中国证监会等证券监管机构、自律机构及证券交易所等有权部门认定后，正中珠江将本着积极协商、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，与发行人及其他过错方一并对投资者直接遭受的、可计算的经济损失，选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式进行赔偿。"

发行人律师承诺："本所为发行人本次发行上市制作、出具的法律文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。如因本所过错致使上述法律文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并因此给投资者造成直接损失的，本所将依法与发行人承担连带赔偿责任。"

二、滚存利润分配政策及分红政策

（一）滚存利润分配

经2011年年度股东大会决议，公司本次公开发行股票前公司的滚存未分配利润由发行后新老股东按持股比例分享。

（二）上市后的股利分配政策

根据中国证监会《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》的相关规定，2014年4月7日，公司2014年第一次临时股东大会审议通过了《关于修改<金发拉比妇婴童用品股份有限公司章程（草案）>的议案》，公司发行上市后的利润分配政策如下：

1、利润分配的原则：公司重视对投资者的合理投资回报，根据自身的财务结构、盈利能力和未来的投资、融资发展规划实施积极的利润分配办法，保持利润分配政策的持续性和稳定性，注重现金分红。但公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

2、利润分配的形式：公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合等法律法规允许的方式分配股利。

3、利润分配的期间间隔：在当年归属于母公司股东的净利润为正的前提下，公司每年度至少进行一次利润分配，董事会可以根据公司的盈利及资金需求状况提议公司进行中期现金或股票股利分配。

4、利润分配的顺序：公司在具备现金分红条件下，应当优先采用现金分红进行利润分配。

5、利润分配的条件：

（1）现金分红的条件与比例

公司当年度实现盈利，在依法提取法定公积金、任意公积金后进行现金分红。在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，如无重大投资计划或重大现金支出等事项发生，公司每年以现金形式分配的利润应当不少于当年实现的可供分配利润的20%。

上述重大投资计划或重大现金支出事项是指公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的30%。

上述重大投资计划或重大现金支出事项须经公司董事会批准并提交股东大会审议通过后方可实施。

（2）发放股票股利的具体条件

在保证公司股本规模和股权结构合理的前提下，基于回报投资者和分享企业价值的考虑，从公司成长性、每股净资产的摊薄、公司股价与股本规模的匹配性等真实合理因素出发，当公司股票估值处于合理范围内，公司可以在满足上述现金分红之余，进行股票股利分配。

如公司同时采取现金及股票股利分配利润的，在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，公司实施差异化现金分红政策：

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，可以按照前项规定处理。

股东大会授权董事会每年在综合考虑公司所处行业特点、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，根据上述原则提出当年利润分配方案。

（3）全资或控股子公司的利润分配

公司应当及时行使对全资或控股子公司的股东权利，根据全资或控股子公司公司章程的规定，确保子公司实行与公司一致的财务会计制度；子公司每年现金分红的金额不少于当年实现的可分配利润的20%，确保公司有能力实施当年的现金分红方案，并确保该等分红款在公司向股东进行分红前支付给公司。

6、利润分配的决策程序：

（1）定期报告公布前，公司董事会应在充分考虑公司持续经营能力、保证正常生产经营及发展所需资金和重视对投资者的合理投资回报的前提下，研究论证利润分配的预案，独立董事应在制定现金分红预案时发表明确意见。

（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）公司董事会制定具体的利润分配预案时，应遵守法律、法规和本章程规定的利润分配政策；利润分配预案中应当对留存的当年未分配利润的使用计划安排或原则进行说明，独立董事应当就利润分配预案的合理性发表独立意见。

（4）公司董事会审议并在定期报告中公告利润分配预案，经监事会审议通过后提交股东大会批准；公司董事会未做出现金利润分配预案的，应当征询独立董事的意见，并在定期报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见。

（5）董事会、监事会和股东大会在有关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。公司将通过多种途径（电话、传真、电子邮件、投资者关系互动平台等）听取、接受公众投资者对利润分配事项的建议和监督。

7、利润分配政策的调整

（1）公司如因外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化而确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

"外部经营环境或者自身经营状况的较大变化"是指以下情形之一：

①国家制定的法律法规及行业政策发生重大变化，非因公司自身原因导致公司经营亏损；

②出现地震、台风、水灾、战争等不能预见、不能避免并不能克服的不可抗力因素，对公司生产经营造成重大不利影响导致公司经营亏损；

③公司法定公积金弥补以前年度亏损后，公司当年实现净利润仍不足以弥补以前年度亏损；

④中国证监会和证券交易所规定的其他事项。

（2）公司董事会在利润分配政策的调整过程中，应当充分考虑独立董事、监事会和公众投资者的意见。经二分之一以上独立董事同意后提交董事会审议，且经监事会审议通过后提交股东大会批准。公司应以股东权益保护为出发点，在股东大会提案中详细论证和说明原因。股东大会在审议利润分配政策调整时，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上表决同意。为充分听取中小股东意见，公司应通过提供网络投票等方式为社会公众股东参加股东大会提供便利，必要时独立董事可公开征集中小股东投票权。

8、利润分配政策的披露

公司应当在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，并对下列事项进行专项说明：

（1）是否符合公司章程的规定或者股东大会决议要求；

（2）分红标准和比例是否明确清晰；

（3）相关的决策程序和机制是否完备；

（4）独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用；

（5）中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到了充分保护等。

对现金分红政策进行调整或变更的，还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。

9、利润分配政策的执行：

（1）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2个月内完成利润分配事项。

（2）若公司股东违规占用资金，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其所占用的资金。

（三）上市后三年的具体股利分配计划

为了明确本次发行后对新老股东权益分红的回报，进一步细化《公司章程（草案）》中关于股利分配的政策，增加股利分配决策的透明度，保护投资者利益，公司制定了《公司上市后三年的具体股利分配计划》，对未来三年的股利分配做出了进一步安排，具体如下：

本公司在上市后3年内，利润分配可采取现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式。公司在选择利润分配方式时，相对于股票股利等分配方式优先采用现金分红的利润分配方式。公司具备现金分红条件的，公司应当采取现金方式分配股利，以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的20%；如公司同时采取现金及股票股利分配利润的，在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，公司实施差异化现金分红政策：

（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，可以按照前项规定处理。股东大会授权董事会每年在综合考虑公司所处行业特点、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，根据上述原则提出当年利润分配方案。

关于本公司股利分配政策及滚存利润分配方案的详细内容，详见招股意向书"第十四节 股利分配政策"。

三、特别风险提示

（一）市场竞争风险

国内婴幼儿消费品行业为一个充分竞争的行业，其竞争主要体现在品牌影响力、营销渠道、研发设计等方面，其中品牌竞争力是该行业企业综合实力的反映。本公司自有品牌"拉比"、"下一代"和"贝比拉比"虽然在中国已成为较具影响力和知名度的0-3岁婴幼儿消费品品牌之一，但目前该行业的品牌集中度较低，各品牌之间的竞争较为激烈。若公司未来不能进一步提高产品市场份额，将对本公司品牌提升和持续增长等产生不利影响。

（二）销售模式风险

公司主要采用加盟和自营相结合的销售模式，该模式不仅有利于公司借助加盟商的优势进行营销网络的扩张，而且有利于公司节约资金投入，降低投资风险。现阶段加盟商在公司产品销售及创利方面发挥重要作用，但如果公司的主要加盟商发生变动，将会对公司的经营业绩造成不利影响。

公司通过与加盟商签订特许经营加盟合同的方式，对加盟商日常运营的各个方面进行规范。但加盟商人、财、物皆独立于公司，如加盟商未按照公司统一标准进行运营，或者加盟商不能很好地理解公司的品牌理念和发展目标，抑或加盟商的实力跟不上公司发展，都可能使得加盟商的经营行为偏离公司的发展方向，进而对公司在当地市场的发展构成不利影响。

近几年公司加盟商快速扩张，虽然加盟商在经营过程中采用商场专柜或者自行租赁店铺等形式经营，自担风险，但考虑到中国房地产租赁市场的现状，有可能存在某些加盟店/柜的店铺产权关系不规范，进而造成该等店铺发生提前撤店、被有关管理机关处罚等情况，影响加盟商的销售并进一步影响到公司的销售业绩或使得公司的品牌形象受到损害。

（三）部分产品外包生产的风险

公司将部分婴幼儿服饰棉品及日用品通过委外加工及外包生产，但公司紧紧掌控设计、品牌推广和终端销售等最具价值的核心环节。虽然国内相关产品的生产加工企业资源丰富，且公司已就委外加工及外包生产厂商的筛选形成了一套严格的甄别机制和程序，并建立了严格的质量控制制度，但是公司外包产品的产量、质量、生产时间等，仍受限于外包生产厂商提供原料的质量以及外包生产厂商的生产能力、生产工艺、管理水平及质量控制等因素。随着未来销售规模的扩大，公司需要寻找更多符合本公司要求的委外加工及外包生产厂商，若届时本公司对供应商的管理或供应商在产品质量等方面无法满足公司业务发展的需要，则可能导致产品供应的迟延或产品质量的下降，从而对本公司的经营业绩产生不利影响。

（四）店铺快速扩张带来的管理风险

本公司产品主要通过自营店/柜和加盟店/柜进行销售。截至报告期末，公司在全国开设了营销终端网点合计1,120家，其中自营店/柜126家、加盟店/柜994家。2012年、2013年和2014年，公司全国店/柜数量分别较上年增长19.68%、20.65%和11.44%，公司计划未来2年内利用募集资金新建门店146家。虽然公司积累了丰富的门店拓展、管理经验及优质的渠道资源，建立了完善的人才培养机制，具备较强的门店异地复制能力，但如果本公司在营销网络发展过程中出现如下情形：没有培养或招聘到足够数量的合格的管理和销售人员；不能寻觅到合适的新开店铺；不能发展到合适的加盟商；信息系统、人员素质和管理能力未能满足日益发展的营销网络管理需要，本公司营销网络的发展将难以达到预期经营效益。

（五）募集资金无法达到预期收益的风险

本次募投项目中营销网络建设投资资金总额为22,511.50万元，拟新设店铺146家，包括直营专卖店和战略加盟店两种类型。报告期各年度，公司全年持续经营的"拉比"直营专卖店的平效平均为10,623.02元/平方米，而募投项目中直营专卖店平效测算为15,395.23元/平方米，高于报告期内平均水平。本项目新增的旗舰店和品牌形象店处于一、二线城市及发达三线城市的主要商圈的购物中心或大型社区，而公司目前直营专卖店全部集中在三、四线城市的潮汕地区，考虑到所在区域的居民收入水平及消费能力的差异，因此，募投项目的平效测算高于报告期内直营专卖店的平均水平。

虽然本项目系公司在充分考虑公司品牌知名度和管理能力、未来宏观经济和市场发展潜力、不同区域居民收入水平及消费能力等因素确定的，但如果本公司在募投营销网络建设项目实施过程中出现如下情形：宏观经济或市场环境发生重大变化、不能设计出适应市场需求的新款产品、不能寻找到合适的新开店铺、新开店铺平效无法达到测算值等，将对本公司募投营销网络建设项目的经营业绩产生不利影响。

四、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营情况

公司已在本招股意向书摘要"第三节 发行人基本情况"之"十一、管理层讨论与分析"之"（五）、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营情况"部分披露财务报告审计截止日（2014年12月31日）后的主要财务信息及经营状况，2015年1-3月财务报表的相关财务信息未经审计，但已经申报会计师审阅。2015年1-3月营业收入7,808.52万元，较上年同期增长9.93%，净利润1,606.15万元，较上年同期增长11.89%。

财务报告审计截止日后，公司经营情况稳定，主要原材料的采购规模及采购价格，主要产品的生产、销售规模及销售价格，主要客户及供应商的构成，税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面与上年同期相比未发生重大变化。

公司董事会、监事会及其董事、监事、高级管理人员已认真审阅了公司2015年1-3月财务报表，保证该等财务报表所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担个别及连带责任。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人已认真审阅了公司2015年1-3月财务报表，保证该等财务报表真实、准确、完整。

第二节 本次发行概况

一、发行人基本情况

（一）公司名称：金发拉比妇婴童用品股份有限公司；

（二）英文名称：JINFA LABI MATERNITY & BABY ARTICLES CO.,LTD.；

（三）注册资本：5,100 万元；

（四）法定代表人：林若文；

（五）成立日期：1996年8月2日；

（六）注册地址：汕头市金平区鮀浦鮀济南路107号；

（七）邮政编码：515061；

（八）公司电话：0754-82526666；

（九）传真号码：0754-82534124；

（十）互联网网址：http:// www.stjinfa.com；

（十一）电子信箱：stjinfa@stjinfa.com；

（十二）负责信息披露和投资者关系的部门：证券投资部；

（十三）证券投资部负责人：贝旭；

（十四）证券投资部负责人电话号码：0754-82516061。

二、本次发行基本情况

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	1.00 元
发行股数及占发行后总股本的比例	本次拟发行1,700万股，占发行后总股本的比例25%。全部为公司公开发行新股，不安排公司股东公开发售股份。
发行价格	【 】元/股
发行市盈率	【 】倍（计算口径：　　）
发行前每股净资产	7.55元（以截至2014年12月31日经审计的净资产与发行前股本计算）
发行后每股净资产	【 】元（以截至【】年【】月【】日的净资产加上募集资金，按发行后的股本全面摊薄计算，已扣除发行费用）
发行市净率	【 】倍（计算口径：以公司发行后每股净资产值计算）
发行方式	网下向投资者询价配售与网上按市值申购定价发行相结合的方式或中国证监会等监管机关认可的其他发行方式
发行对象	符合资格并在深圳证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
预计募集资金总额	【 】万元
预计募集资金净额	【 】万元
发行费用	4,549.00万元
其中：承销及保荐费用	3,723.00万元
会计师费用	240.00万元
律师费用	100.00万元
用于本次发行的信息披露费用	400.00万元
发行手续费	86.00万元

第三节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

公司名称	金发拉比妇婴童用品股份有限公司
英文名称	JINFA LABI MATERNITY & BABY ARTICLES CO., LTD.
注册资本	5,100万元
法定代表人	林若文
成立日期	1996年8月2日
股份公司设立日期	2010年12月24日
公司住所	汕头市金平区鮀浦鮀济南路107号
邮政编码	515061
公司电话	0754-82526666
公司传真	0754-82534124
互联网网址	http:// www.stjinfa.com
电子信箱	stjinfa@stjinfa.com
经营范围	化妆品生产；加工、制造、销售：日用化工，洗涤剂，消毒剂，妇幼用品，纺织品，服装及辅料，床上用品，游泳衣及泳具，雨衣，童车，家具，纸制品，塑料制品；销售：百货，家用电器，玩具；对实业、商业的投资；货物进出口、技术进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）

二、发行人改制重组情况

（一）设立方式

公司由林浩亮和林若文等13名自然人股东作为发起人，以截至2010年10月31日经正中珠江审计（广会所审字[2010]第10003710025号）的公司净资产104,568,618.45元为基准，按2.05：1的比例折为5,100万股，整体变更为股份有限公司，注册资本为5,100万元。2010年12月24日，公司在汕头工商局领取了注册号为440508000005337的《企业法人营业执照》。

（二）发起人

公司发起人为林浩亮和林若文等13名自然人股东。公司设立时发起人出资及持股情况如下：

序号	发起人姓名	出资方式	原出资额（万元）	持股数（万股）	持股比例
1	林浩亮	净资产折股	2,000	2,000	39.22%
2	林若文	净资产折股	2,000	2,000	39.22%
3	林浩茂	净资产折股	240	240	4.71%
4	卢志鸿	净资产折股	220	220	4.31%
5	金辉	净资产折股	180	180	3.53%
6	林秀浩	净资产折股	100	100	1.96%
7	陈迅	净资产折股	60	60	1.18%
8	贝旭	净资产折股	60	60	1.18%
9	孙豫	净资产折股	60	60	1.18%
10	郭景发	净资产折股	60	60	1.18%
11	郭一武	净资产折股	60	60	1.18%
12	林金松	净资产折股	30	30	0.59%
13	刘杰	净资产折股	30	30	0.59%
合计			5,100	5,100	100.00%

三、发行人的股本情况

（一）本次发行前后的股本变化情况

公司本次拟向社会公众发行1,700万股人民币普通股，发行前后公司股本结构如下表所示：

股东		发行前		发行后	
		持股数（万股）	持股比例	持股数（万股）	持股比例
自然人股东	林浩亮	2,060	40.39%	2,060	30.29%
	林若文	2,030	39.80%	2,030	29.85%
	林浩茂	240	4.70%	240	3.53%
	卢志鸿	220	4.31%	220	3.24%
	金　辉	180	3.53%	180	2.65%
	林秀浩	100	1.96%	100	1.47%
	陈　迅	60	1.18%	60	0.88%
	贝　旭	60	1.18%	60	0.88%
	孙　豫	60	1.18%	60	0.88%
	郭一武	60	1.18%	60	0.88%
	林金松	30	0.59%	30	0.44%
社会公众投资者		-	-	1,700	25.00%
合计		5,100	100.00%	6,800	100.00%

（二）发行人的前十名股东情况

本次发行前，公司前十名股东情况如下：

序号	股东姓名	持股数（万股）	持股比例
1	林浩亮	2,060	40.39%
2	林若文	2,030	39.80%
3	林浩茂	240	4.70%
4	卢志鸿	220	4.31%
5	金　辉	180	3.53%
6	林秀浩	100	1.96%
7-10（并列）	陈　迅	60	1.18%
7-10（并列）	贝　旭	60	1.18%
7-10（并列）	孙　豫	60	1.18%
7-10（并列）	郭一武	60	1.18%

（三）前十名自然人股东及其在发行人处担任职务情况

姓名	持股比例	在公司任职情况
林浩亮	40.39%	董事长
林若文	39.80%	副董事长、总经理、首席设计师
林浩茂	4.70%	仓储部经理
卢志鸿	4.31%	无任职
金　辉	3.53%	无任职
林秀浩	1.96%	无任职
陈　迅	1.18%	董事、副总经理、财务总监
贝　旭	1.18%	董事、副总经理、董事会秘书
孙　豫	1.18%	副总经理（主管拉比及下一代品牌中心）
郭一武	1.18%	副总经理（主管贝比拉比品牌中心）

（四）股东中的战略投资者持股及其简况

公司股东中无战略投资者。

（五）股东关联关系及关联股东的各自持股比例

姓名	持股比例	关联关系
林浩亮	40.39%	控股股东、实际控制人
林若文	39.80%	控股股东、实际控制人
林浩茂	4.70%	林浩亮之兄弟

林浩亮与林若文系夫妇关系。除此之外，公司本次发行前其他股东之间不存在关联关系。

（六）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

林浩亮、林若文作为公司控股股东及实际控制人，同时担任公司董事、高级管理人员承诺：自发行人股票上市之日起36个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。如本人在上述锁定期满后两年内减持所持发行人股票的，减持价格不低于本次发行的发行价；发行人上市后6个月内如发行人股票连续20个交易日的收盘价均低于本次发行的发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于本次发行的发行价，本人持有的发行人股票将在上述锁定期限届满后自动延长6个月的锁定期。上述锁定期届满后，在本人任职期间，每年转让的股份不超过本人持有股份总数的25%，且在离职后半年内，不转让本人所持有的股份；在申报离职6个月后的12个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票的数量占本人所持有公司股票总数的比例不超过50%。

担任公司董事、监事或高级管理人员的股东陈迅、贝旭、孙豫、郭一武、林金松承诺：自发行人股票上市之日起12个月内，不转让或委托他人管理本人持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。如本人在上述锁定期满后两年内减持所持发行人股票的，减持价格不低于本次发行的发行价；发行人上市后6个月内如发行人股票连续20个交易日的收盘价均低于本次发行的发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于本次发行的发行价，本人持有的发行人股票将在上述锁定期限届满后自动延长6个月的锁定期。上述锁定期届满后，在本人任职期间，每年转让的股份不超过本人持有股份总数的25%，且在离职后半年内，不转让本人所持有的股份；在申报离职6个月后的12个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票的数量占本人所持有公司股票总数的比例不超过50%。

公司股东、实际控制人的关联方林浩茂承诺：自发行人股票上市之日起36个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

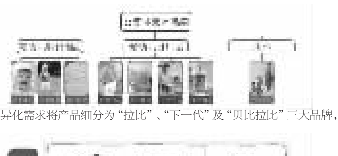
公司其他股东卢志鸿、金辉、林秀浩承诺：自发行人股票上市之日起12个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

四、发行人业务情况

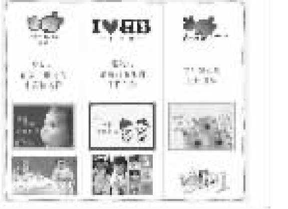
（一）主营业务及产品

公司是国内最早从事婴幼儿消费品的设计研发、生产、销售的企业之一，旗下拥有"拉比"、"下一代"及"贝比拉比"三个自有品牌。公司以优质产品夯实基础，以多元品牌驱动市场，以合作共赢拓展渠道，已成为国内知名的婴幼儿消费品品牌运营商。

公司坚持"科学、精细"的生产工艺，秉承为婴幼儿提供"自然、舒适、安全"的产品理念，多年来专注于经营"穿"、"用"类婴幼儿消费品，主要包括婴幼儿服饰棉品（内着服饰、外出服饰、家居棉品）、婴幼儿日用品（寝具、哺育、卫浴、洗护用品）以及孕产妇用品等。



公司根据目标消费人群的差异化需求将产品细分为"拉比"、"下一代"及"贝比拉比"三大品牌，各品牌产品的市场定位和设计风格如下：



公司产品的具体品类如下表所示：

婴幼儿消费品	分类	产品品类
服饰棉品	内着服饰	内衣、肚兜、肚围、内着服礼盒等
	外出服饰	外出服、披风、围巾、背带、外出服礼盒等
	家居棉品	睡袍、睡袋、被、枕头、抱毯、用品礼盒等
日用品	寝具用品	床、摇篮、床柜、垫、蚊帐、床垫等
	哺育用品	消毒锅、小电器、奶具等
	卫浴用品	座便器、浴盆、沐浴床等
	洗护用品	洗涤用品礼盒、洗涤用品、粉、环护品、护肤品等
其他	孕产妇用品及其他	孕产妇用品、童车、店务商品等

（二）行业竞争情况及行业地位

国内婴幼儿消费品行业的巨大发展潜力，吸引着大批国外婴幼儿消费品品牌进入中国。中国0-3岁婴幼儿消费品市场的领先品牌中，国际及台湾地区品牌具有较大优势。与此同时，随着规模发展和资金实力的增强，国内自有婴幼儿消费品品牌也正在崛起。

作为专注于0-3岁婴幼儿服饰棉品及日用品领域的国内自有品牌，公司在中国0-3岁"穿"、"用"类婴幼儿消费品市场中具有较高的市场知名度和美誉度。依据Frost & Sullivan的调查，只有丽婴房、开曼东凌（主要品牌为"黄色小鸭"）、金发拉比、好孩子等企业实现了婴幼儿服饰棉品和日用品的全产品线覆盖。

公司获得的主要荣誉如下所示：

1	2009年12月，"拉比"品牌荣膺"广东省名牌产品"荣誉称号。
2	2010年3月，"拉比"品牌荣膺"广东省著名商标"荣誉称号。
3	2010年7月，公司被业内权威媒体《时尚育儿》杂志评选为"卓越二十年服务奖"。
4	2011年6月，公司被中国服装协会评为"2010年服装行业销售利润率百强企业"。
5	2011年10月，"拉比"品牌产品荣获中国服装协会童装专业委员会和国家服装质量监督检验中心（天津）联合授予的"优等品"荣誉称号。
6	2011年11月，"拉比"品牌被广东省轻工业协会、广东省孕婴童用品协会、广东新之联展览服务公司和中国婴童网联合评选为"十佳自主品牌"。
7	2012年8月，"拉比"品牌被广东省服装服饰行业协会认定为"2011-2012年度广东服装最受消费者欢迎品牌"。
8	2013年1月，公司被国家人力资源和社会保障部、中国轻工业联合会、中华全国手工业合作总社联合授予"全国轻工行业先进集体"称号。
9	2013年5月，"拉比"品牌被中国服装协会授予第三届"中国十大童装品牌"荣誉称号。
10	2013年10月，公司当选为"中国服装协会第六届理事会理事单位"。

（三）产品的销售方式和渠道

公司采用"加盟与自营相结合，经销为补充"的销售模式。截至报告期末，公司共有店/柜1,120家，其中，加盟店/柜994家，自营店/柜126家，遍布全国30个省、自治区、直辖市，初步形成了全国性的营销网络。公司的营销网络布局，既包括北京、上海、广州、深圳等一线城市和大部分二线城市，也包括部分经济较发达的三、四线城市，销售网络遍布全国。公司逐渐具备了较强的跨地区管理能力，为销售渠道的持续拓展奠定了基础。

五、公司主要固定资产及无形资产情况

（一）主要固定资产

截至报告期末，公司固定资产情况如下表所示：

单位：万元

名称	原值	净值	成新率
房屋和建筑物	4,121.95	3,303.34	80.14%
机器设备	689.77	365.82	53.04%
运输工具	414.71	250.07	60.30%
其他设备	820.31	310.14	37.81%
合计	6,046.73	4,229.37	69.94%

1、公司主要房屋及其他建筑物情况

（1）房屋所有权

序号	房地权证书号	房屋所在地	建筑面积（平方米）	取得方式	他项权利	用途	房屋产权证取得时间
1	粤房地权证汕字第1000080537号	汕头市金平区鮀济南路107号（厂房全座）	19,351.50	自建	无	工业厂房	2011.09.13
2	粤房地权证汕字第1000080536号	汕头市金平区鮀济南路107号（宿舍全座）	3,949.65	自建	无		
3	粤房地权证汕字第1000080539号	汕头市金平区鮀济南路107号（1幢全座）	2,740.43	自建	无		
4	粤房地权证汕字第1000080538号	汕头市金平区鮀济南路107号（2幢全座）	1,535.36	自建	无		
5	粤房地权证汕字第1000073837号	汕头市龙湖区春泽庄南区26-27幢109、209号	205.62	购置	无	铺面	2011.09.01
6	粤房地权证汕字第1000073855号	汕头市龙湖区春泽庄南区26-27幢110、210号	239.10	购置	无		2011.08.30
7	粤房地权证汕字第1000073856号	汕头市龙湖区春泽庄南区26-27幢111、211号	286.04	购置	无		
8	粤房地权证汕字第1000119369号	汕头市龙湖区中山路239号星湖豪景花园4幢109号房全套	110.31	购置	无	铺面	2012.11.26

（2）租用房屋建筑物的情况

截至报告期末，子公司深圳金发拉比、除春泽店外的其他分公司的生产经营场所系租赁第三人房屋，具体情况如下：

序号	出租方/产权方	用途	租赁期限	租赁面积（平方米）	地址
1	胡慧倩	深圳金发拉比经营场所	2014-09-01至2015-08-31	158.30	深圳市南山区海岸城大厦东座1508室
2	林燕菁	直营专卖店	2015-01-01至2016-12-31	708.00	汕头市金平区金砂路99号君悦华庭2-3幢117、217、118、218、119、219号铺面
3	刘丽敏	直营专卖店	2011-12-12至2016-12-11	132.18	汕头市金平区金禧花园金柳苑13、14、17幢109、209号房
4	黄御凤	直营专卖店	2011-12-30至2016-12-29	57.34	汕头市龙湖区金晖庄潮华雅居8、9幢黄山路18号118号房全套
5	蔡绵生	直营专卖店	2012-04-16至2017-04-16	40.05	汕头市澄海区常春园第四栋一层8号
6	蔡佩文	直营专卖店	2012-04-16至2017-04-16	23.40	汕头市澄海区中心城区常春园4栋一层9号
7	广东新华都购物广场有限公司	直营专卖店	2014-06-01至2015-05-31	76.00	汕头市潮阳区文光街道南门桥西新河湾大厦125-1-4号铺位
8	杨传楷	直营专卖店	2012-06-01至2018-06-30	72.57	揭阳市东山仁义路以东建阳路以南龙光花园西向113号铺
9	陈义杰	直营专卖店	2012-06-01至2015-05-31	111.50	汕头市金平区中信东厦花园三区9、13栋103、104号铺
10	陈惠香、陈岳鹏	直营专卖店	2012-06-01至2017-05-31	202.66	汕头市龙湖区丰泽庄西区2幢104房、105房之一、105房之夹层
11	苏章映	直营专卖店	2012-06-10至2017-06-09	157.36	潮州市彩虹路第30号单元商铺1-2层
12	卢汉明	直营专卖店	2012-06-20至2017-06-19	142.62	潮州市枫溪瓷兴路兴发园A区二幢28号铺
13	朱柔香	直营专卖店	2012-06-20至2015-06-19	24.48	汕头市潮阳文光平和东居委路太和住宅区C2幢西1号铺
14	林健龙	直营专卖店	2012-06-20至2015-06-19	24.14	汕头市潮阳区文光办事处中山中路太和住宅区C2幢西2号铺
15	张芸	直营专卖店	2012-06-25至2016-10-30	37.79	汕头市澄海区文祠西路30幢一层8、9号
16	郭祚希	直营专卖店	2012-07-01至2015-06-30	82.73	潮安县城区金阳花园潮汕公路1号
17	许冕、许健	战略加盟店	2012-04-16至2016-04-15	95.31	潮州市趣春路B区2号铺
18	吴佩瑞	战略加盟店	2012-05-11至2017-05-11	306.46	揭阳市东山区金城龙庭二期13号铺
19	洪笃峰	战略加盟店	2012-06-01至2015-05-30	45.50	潮安县城区彩文路腾瑞世纪家园91号铺
20	深圳市花园城置业管理有限公司	战略加盟店	2014-06-01至2015-05-31	101.66	深圳市南山区蛇口花园城316铺

2、主要生产设备

截至报告期末，公司的主要生产设备情况如下所示：

单位：万元

名称	原值	净值	成新率
服饰棉品生产设备	451.51	236.72	52.43%
洗护生产设备	198.45	113.25	57.07%
其他设备	39.81	15.85	39.81%
合计	689.77	365.82	53.04%

（二）主要无形资产

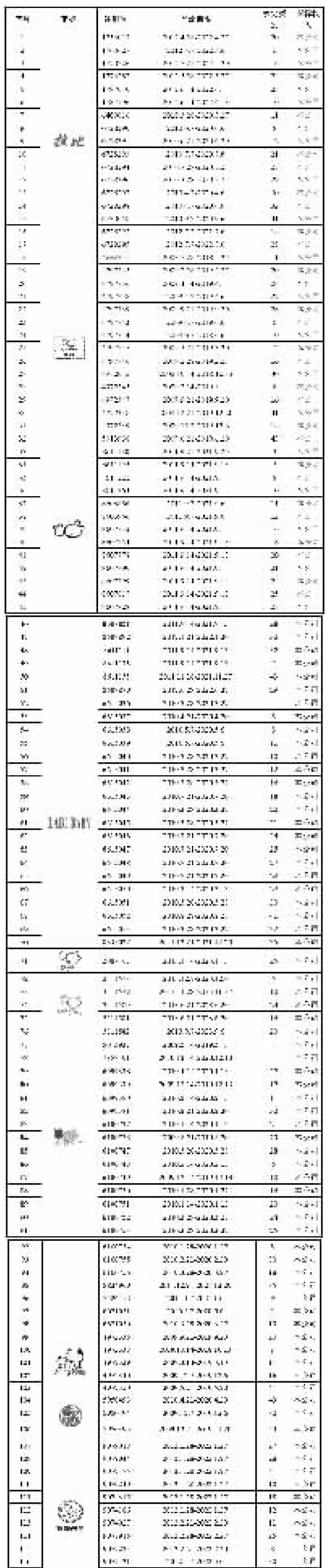
公司所拥有的无形资产主要包括土地使用权、商标、专利、非专利技术等，具体如下：

1、土地使用权

使用权证号	权属人	终止期限	取得方式	土地位置	土地面积(m2)	用途	他项权利
汕国用（2011）第91300031号	公司	2053.12.31	出让	鮀济南路107号	14,004.60	工业	无
汕国用（2015）第91300009号	公司	2065.2.14	出让	汕头市鮀浦鮀济南路107号东侧	10,421.60	工业	无

2、商标

（1）境内注册商标



（下转A38版）

金发拉比妇婴童用品股份有限公司首次公开发行股票初步询价及推介公告

主承销商：广发证券股份有限公司

特别提示

金发拉比妇婴童用品股份有限公司（以下简称"金发拉比"、"发行人"或"公司"）根据《证券发行与承销管理办法》（2014年修订）（以下简称"《管理办法》"）、《关于进一步推进新股发行体制改革的意见》（以下简称"《意见》"）、《首次公开发行股票时公司股东公开发售股份暂行规定》（2014年修订）、《首次公开发行股票并上市管理办法》、《首次公开发行股票承销业务规范》（2014年修订）（以下简称"《业务规范》"）、《首次公开发行股票配售细则》（以下简称"《配售细则》"）和《首次公开发行股票网下投资者备案管理细则》（以下简称"《备案管理细则》"）等相关规定首次公开发行股票。本次发行在投资者资格、网下发行比例、回拨机制、定价原则、配售原则等方面有重大变化，敬请投资者重点关注。

本次发行初步询价和网下发行均通过深圳证券交易所（以下简称"深交所"）网下发行电子平台及中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司（以下简称"中国结算深圳分公司"）登记结算平台进行。关于网下发行电子化的详细内容，请查阅深交所网站（www.szse.cn）公布的《深圳市场首次公开发行股票网下发行实施细则》（2014年修订）。

估值及投资风险提示

新股投资具有较大的市场风险，投资者需要充分了解新股投资风险，仔细研读发行人招股意向书中披露的风险，并充分考虑如下风险因素，审慎参与本次新股发行的估值、报价和投资：

1、根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订），发行人所属行业为制造业（C）中的纺织服装、服饰业（C18）。中证指数有限公司已经发布了行业平均市盈率，请投资者决策时参考。如果本次发行市盈率高于行业平均市盈率，存在未来发行人估值水平向行业平均市盈率水平回归、股价下跌给新股投资者带来损失的风险。

2、发行人本次发行募投项目使用募集资金39,659.6万元，本次拟公开发行股票1,700万股，全部为新股发行，原股东不公开发售股份。

3、本次询价截止日为2015年5月28日（T-3日）。

4、投资者需充分了解有关新股发行体制改革的相关法律法规，认真阅读本询价公告的各项内容，知悉本次发行的定价原则和配售原则，在提交报价前应确保不属于禁止参与网下询价的情形，并确保其申购数量和未来持股情况符合相关法律法规及主管部门的规定。投资者一旦提交报价，主承销商视为该投资者承诺：投资者参与本次报价符合法律法规和询价公告的规定，由此产生的一切违法违规行为及相应后果由投资者自行承担。

重要提示

1、金发拉比妇婴童用品股份有限公司首次公开发行不超过1,700万股人民币普通股（A股）（以下简称"本次发行"）的申请已获中国证券监督管理委员会证监许可【2015】【965】号文核准。股票简称为"金发拉比"，股票代码为【002762】，该代码同时用于本次发行的初步询价、网下发行及网上申购。

2、本次发行采用网下向投资者询价配售（以下简称"网下发行"）和网上按市值申购定价发行（以下简称"网上发行"）相结合的方式，其中网下初始发行数量为1,020万股，占本次发行总股数的60%；网上初始发行数量为680万股，占本次发行总股数的40%。

3、本次发行股份全部为新股，不安排老股转让。

4、广发证券股份有限公司（以下简称"广发证券"、"主承销商"）已根据《管理办法》、《业务规范》等相关制度的要求，制定了网下投资者的标准。具体标准及安排请见本公告"二、投资者参与网下询价的相关安排"。

只有符合广发证券及发行人确定的网下投资者标准要求的投资者方能参与本次初步询价。不符合相关标准而参与本次初步询价的，须自行承担一切由该行为引发的后果。主承销商将在深交所网下发行电子平台中将其设定为无效，并在《发行公告》中披露相关情况。

提请投资者注意，主承销商将在初步询价及配售前对网下投资者是否存在禁止性情形进行核查，并要求网下投资者提供承诺函和关联关系核查表。如网下投资者拒绝配合核查或其提供的材料不足以排除其存在上述禁止性情形的，主承销商将拒绝其参与初步询价及配售。

5、本次发行初步询价时间为2015年5月27日（T-4日）至2015年5月28日（T-3日）每日9:30～15:00，在上述时间内，符合条件的网下投资者可自主决定是否参与初步询价，自行确定申购价格和拟申购数量。参与初步询价的，须按照规定通过深交所网下发行电子平台统一申报，并自行承担相应的法律责任。

6、网下投资者及其管理的配售对象报价应当包含每股价格和该价格对应的拟申购股数，且只能有一个报价，其中非个人投资者应当以机构为单位进行报价。每个配售对象每次只能提交一笔报价。

综合考虑本次网下初始发行数量及广发证券对发行人的估值情况，主承销商将网下投资者管理的每个配售对象最低拟申购数量设定为100万股，拟申购数量最小变动单位设定为10万股，即网下投资者管理的每个配售对象的拟申购数量超过100万股的部分必须是10万股的整数倍，且不超过1,020万股。

7、发行人和主承销商根据初步询价结果，按照申购价格由高到低进行排序并计算出每个价格上所对应的累计拟申购总量后，首先剔除拟申购总量中报价最高部分的数量，剔除部分将不低于本次拟申购总量的10%。如被剔除部分的最低价格所对应的累计拟申购总量大于拟剔除数量时，该档价格的申购将按照拟申购数量由少至多依次剔除，如果申购价格和拟申购数量都相同的则按照申报时间由晚至早的顺序依次剔除。

8、在剔除最高部分报价后，发行人和主承销商考虑剩余报价和拟申购数量、所处行业、市场情况、同行业上市公司估值水平、募集资金需求及承销风险等因素，协商确定发行价格、有效报价投资者及有效申购数量。有效报价投资者的数量不少于10家。具体安排详见本公告"四、有效报价投资者的确认方式"。

9、发行人和主承销商将在《发行公告》中公布发行数量、发行价格、网下投资者的报价情况以及有效报价投资者的名单等信息。

10、本次网下申购的时间为2015年6月2日（T日）上午9:30至下午15:00。《发行公告》中公布的全部有效报价配售对象必须参与网下申购。在参与网下申购时，其申购价格为确定的发行价格，申购数量必须为初步询价中的有效申购数量。

有效报价投资者应按照确定的发行价格与申购数量的乘积缴纳申购款，未及时足额缴纳申购款的，将被视为违约并应承担违约责任，主承销商将违约情况报中国证券业协会备案。

11、每一配售对象只能选择网下发行或者网上发行中的一种方式进行申购。凡参与初步询价的，无论是否为有效报价，均不得参与网上申购。

12、本次网上申购日为2015年6月2日（T日）。可参与网上发行的投资者为：在2015年5月29日（T-2日）前20个交易日（含T-2日）的日均持有深圳市场非限售A股股份市值1万元以上（含1万元）的，可在T日参与本次发行的网上申购。每5,000元市值可申购500股，不足5,000元的部分不计入申购额度。每一个申购单位为500股，申购数量应当为500股或其整数倍，但申购上限不得超过本次网上初始发行股数的千分之一，具体网上发行数量将在T-1日的《发行公告》中披露。

13、本次发行网下和网上申购结束后，发行人和主承销商将根据申购情况确定是否启动双向回拨机制，对网下新股申购部分和网上发行的规模进行调节。有关回拨机制的具体安排请见本公告"六、本次发行回拨机制"。

14、本次发行的配售原则请见本公告"七、网下配售原则"。

15、网下投资者存在下列情形的，广发证券将及时向证券业协会报告：

（1）使用他人账户报价；

（2）投资者之间协商报价；

（3）同一投资者使用多个账户报价；

（4）网上网下同时申购；

（5）与发行人或承销商串通报价；

（6）委托他人报价；

（7）无真实申购意图进行人情报价；

（8）故意压低或抬高价格；

（9）提供有效报价但未参与申购；

（10）不具备定价能力，或没有严格履行报价评估和决策程序、未能审慎报价；

（11）机构投资者未建立估值模型；

（12）其他不独立、不客观、不诚信的情形；

（13）不符合配售资格；

（14）获配后未恪守持有期等相关承诺的；

（15）证券业协会规定的其他情形。

16、本次发行可能因下列情形中止：

（1）初步询价结束后，报价的网下投资者数量不足10家的；

（2）初步询价结束后，剔除不低于拟申购总量10%的最高报价部分后有效报价投资者数量不足10家的；

（3）初步询价结束后，拟申购总量不足网下初始发行数量的或剔除最高报价部分后，剩余申购总量不足网下初始发行数量的；

（4）发行价格未达发行人预期或发行人和主承销商就确定发行价格未能达成一致意见；

（5）网下申购总量小于网下初始发行数量的；

（6）若网上申购不足，申购不足部分向网下回拨后，网下投资者未能足额认购的；

（7）发行人在发行过程中发生重大会后事项影响本次发行的；

（8）中国证监会责令中止的。

如发生以上情形，发行人和主承销商将及时公告中止发行原因、恢复发行安排等事宜。中止发行后，在本次发行核准文件有效期内，在向中国证监会备案后，发行人和主承销商择机重启发行。

17、本公告仅对本次发行中有关初步询价事宜进行说明。投资者欲了解本次发行的详细情况，请仔细阅读2015年5月25日（T-6日）登载于巨潮资讯网（网址www.cninfo.com.cn）的招股意向书全文，招股意向书摘要、《初步询价及推介公告》同日刊登于《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》和《证券日报》。

一、本次发行的重要日期安排

日 期	发行安排
T-6日 2015年5月25日（周一）	刊登《招股意向书摘要》、《初步询价及推介公告》 网下投资者（公募、社保除外）提交电子版承诺函、关联关系核查表及其他核查资料
T-5日 2015年5月26日（周二）	网下投资者（公募、社保除外）提交电子版承诺函、关联关系核查表及其他核查资料（17:00截止）
T-4日 2015年5月27日（周三）	初步询价（通过网下发行电子平台）
T-3日 2015年5月28日（周四）	初步询价（通过网下发行电子平台） 初步询价截止日（15:00截止） 送达承诺函、关联关系核查表及其他核查资料原件截止日（15:00截止）
T-2日 2015年5月29日（周五）	刊登《网上路演公告》 确定发行价格，确定有效报价投资者及其有效申购数量
T-1日 2015年6月1日（周一）	刊登《发行公告》、《投资风险特别公告》网上路演
T日 2015年6月2日（周二）	网下申购缴款日（申购9:30-15:00；缴款8:30-15:00，有效到账时间15:00之前） 网上发行申购日（9:15-11:30，13:00-15:00） 网下申购资金验资
T+1日 2015年6月3日（周三）	网上申购资金验资 确定是否启动回拨机制 网上申购配号 确定网下配售结果
T+2日 2015年6月4日（周四）	刊登《网下配售结果公告》及《网上中签率公告》 网上申购摇号抽签 网下申购多余款项退还
T+3日 2015年6月5日（周五）	刊登《网上中签结果公告》 网上申购资金解冻

注：1、T日为网上发行申购日及网下申购缴款日；

2、上述日期为交易日，如遇重大突发事件影响本次发行，主承销商将及时公告，修改本次发行日程；

3、若本次发行定价对应市盈率高于同行业上市公司二级市场最近一个月静态平均市盈率，发行人和主承销商将在网上申购前三周内连续发布投资风险特别公告，每周至少发布一次，本次发行申购日将顺延三周；

4、如因深交所网下发行电子平台系统故障或非可控因素导致网下投资者无法正常使用其网下发行电子化平台进行初步询价或网下申购工作，请网下投资者及时与主承销商联系。

二、投资者参与网下询价的相关安排

（一）参与网下询价的投资者标准

参与本次网下询价的网下投资者需具备的资格条件：

1、具备一定的股票投资经验。机构投资者应当依法设立、持续经营时间达到两年（含）以上，开展A股投资业务时间达到两年（含）以上；个人投资者应具备五年（含）以上的A股投资经验。

2、具有良好的信用记录。最近12个月未受到刑事处罚、未因重大违法违规行为被相关监管部门给予行政处罚、采取监管措施。

3、具备必要的定价能力。机构投资者应具有相应的研究力量、有效的估值定价模型、科学的定价决策制度和完善的合规风控制度。

4、2015年5月25日（T-6日）前20个交易日持有深市非限售股票的流通市值日均值为1,000万元（含）以上。

5、投资者不得为债券型证券投资基金或集合信托计划，也不得为在招募说明书、投资协议等文件中以直接或间接方式载明以博取一、二级市场价差为目的申购新股的证券投资产品。

6、下列机构或人员将不得参与本次网下发行：

①发行人及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员和其他员工；发行人及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员能够直接或间接实施控制、共同控制或施加重大影响的公司，以及该公司控股股东、控股子公司和控股股东控制的其他子公司；

②主承销商及其持股比例5%以上的股东，主承销商的董事、监事、高级管理人员和其他员工；主承销商及其持股比例5%以上的股东、董事、监事、高级管理人员能够直接或间接实施控制、共同控制或施加重大影响的公司，以及该公司控股股东、控股子公司和控股股东控制的其他子公司；

③承销商及其控股股东、董事、监事、高级管理人员和其他员工；

④第①、②、③项所述人士的关系密切的家庭成员，包括配偶、子女及其配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、配偶的兄弟姐妹、子女配偶的父母；

⑤过去6个月内与主承销商存在保荐、承销业务关系的公司及其持股5%以上的股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员，或已与主承销商签署保荐、承销业务合同或达成相关意向的公司及其持股5%以上的股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员。

⑥通过配售可能导致不当行为或不正当利益的其他自然人、法人和组织。

⑦在中国证券业协会公布的首次公开发行股票网下投资者黑名单中的机构或人员。

第②、③项规定的禁止配售对象管理的公募基金不受前款规定的限制，但应符合中国证监会的有关规定。

符合以上条件且在2015年5月26日（T-5日）12:00时前在中国证券业协会完成备案且已开通CA证书网下投资者和股票配售对象方能参与本次发行的初步询价。按照《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的规定，私募基金投资者需同时完成在中国基金业协会的管理人登记和基金备案。

网下投资者需自行审核比对关联方，确保不参与与主承销商和发行人存在任何直接或间接关联关系的新股网下询价。投资者参与询价即视为与主承销商和发行人不存在任何直接或间接关联关系。如因投资者的原因，导致参与询价或发生关联方配售等情况，投资者应承担由此所产生的全部责任。

主承销商将在初步询价及配售前对投资者是否存在上述禁止性情形进行核查，投资者应按主承销商的要求进行相应的配合（包括但不限于提供公司章程等工商登记资料、安排实际控制人访谈、如实提供相关自然人主要社会关系名单、配合其它关联关系调查等），如拒绝配合或其提供的材料不足以排除其存在上述禁止性情形的，主承销商将拒绝其参与初步询价及配售。

（二）承诺函及资质证明文件的提交方式

1、通过公开募集方式设立的证券投资基金（以下简称公募基金）和社保基金投资管理人管理的社会保障基金（以下简称社保基金）无需提供承诺函及关联关系核查表。

2、其他机构投资者和个人投资者需按照本询价公告的要求分别提供承诺函及关联关系核查表，请登录广发证券官方网站（http://www.gf.com.cn），按照关联关系核查表填写说明的要求，在线填写提交《网下投资者承诺函（个人/机构）》、《网下投资者基本信息及关联关系核查表（个人/机构）》，及下载填写提交其他核查资料（如需），并将盖章原件送达主承销商。

提供《网下投资者承诺函（个人/机构）》、《网下投资者基本信息及关联关系核查表（个人/机构）》及其他核查资料时，请严格按照以下步骤完成：

（1）填写网络版：登录广发证券官方网站（http://www.gf.com.cn），点击IPO专栏的首次公开发行股票网下投资者承诺函与关联关系核查表链接，在线直接填写（如已注册并录入基本信息的投资者只需选择拟参与项目并直接打印盖章），请在2015年5月26日（T-5日）17:00前填写完毕。填写完成后，请直接将最终填写结果打印并签字盖章。若投资者对在线填写、打印等操作有疑问，请咨询主承销商，咨询电话见本公告。

（2）如需提交其他核查资料的，请下载填写并通过指定邮箱提交。

（3）送达盖章原件版：2015年5月28日（T-3日）15:00前（送达截止时间），其他机构/个人投资者请将《网下投资者承诺函（个人/机构）》、《网下投资者基本信息及关联关系核查表（个人/机构）》及其他核查资料的盖章原件以邮寄或其他方式送达至"广州市天河北路183号大都会广场19楼广发证券资本市场部（邮编510075）"。

未按规定提交文件、提交文件内容不完整、或经审查属于证监会承销管理办法第十五条规定的禁止配售情形的，主承销商将其排除在可以参加初步询价的投资者范围之外。

三、初步询价

1、本次初步询价通过深交所的网下发行电子化平台进行，符合《管理办法》及《首次公开发行股票网下投资者备案管理细则》要求的投资者于2015年5月26日（T-5日）12时前在证券业协会完成网下投资者备案并办理深交所网下发行电子平台数字证书，并与深交所签订网下发行电子化平台使用协议，成为网下发行电子化平台的用户后方可参与初步询价。按照《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的规定，私募基金投资者需同时完成在中国基金业协会的管理人登记和基金备案。

2、本次初步询价期间为2015年5月27日（T-4日）及2015年5月28日（T-3日）每日9:30～15:00。在上述时间内，投资者可通过深交所网下发行电子平台填写、提交申购价格和拟申购数量。

3、网下投资者及其管理的配售对象报价应当包含每股价格和该价格对应的拟申购股数，且只能有一个报价，其中非个人投资者应当以机构为单位进行报价。网下投资者可以为其管理的每一配售对象填报同一个拟申购价格，该拟申购价格对应一个拟申购数量。网下投资者为拟参与报价的全部配售对象录入报价记录后，应当一次性提交。网下投资者可以多次提交报价记录，但以最后一次提交的全部报价记录为准。每个配售对象每次只能提交一笔报价。

综合考虑本次网下初始发行数量及广发证券对发行人的估值情况，主承销商将网下投资者指定的配售对象最低拟申购数量设定为100万股，拟申购数量最小变动单位设定为10万股，即网下投资者指定的配售对象的拟申购数量超过100万股的部分必须是10万股的整数倍，每个配售对象的申购数量不得超过1,020万股。

4、网下投资者申报的以下情形将被视为无效：

（1）网下投资者未在2015年5月26日（T-5日）12:00 前在证券业协会完成网下投资者信息登记备案的；

（2）按照《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（实行）》的规定，未能在中国基金业协会完成管理人登记和基金备案的私募基金；

（3）配售对象名称、证券账户、银行收付款账户/账号等申报信息与备案信息不一致的；该信息不一致的配售对象的报价部分为无效报价；

（4）配售对象的拟申购数量超过1,020万股以上的部分为无效申报；

（5）配售对象拟申购数量不符合100万股的最低数量要求，或者拟申购数量不符合10万股的整数倍，则该配售对象的申报无效；

（6）经审查不符合主承销商网下投资者条件的；

（7）被证券业协会列入黑名单的网下投资者。

四、有效报价投资者的确认方式

发行人和主承销商根据初步询价结果，按照申购价格由高到低进行排序并计算出每个价格上所对应的累计拟申购总量后，首先剔除拟申购总量中报价最高部分的数量，剔除部分将不低于网下投资者拟申购总量的10%。如被剔除部分的最低价格所对应的累计拟申购总量大于拟剔除数量时，该档价格的申购将按照拟申购数量由少至多依次剔除，若申购价格和拟申购数量相同的则按照申报时间由晚至早的顺序依次剔除。

在剔除最高部分报价后，发行人和主承销商考虑剩余报价及拟申购数量、所处行业、市场情况、同行业上市公司估值水平、募集资金需求及承销风险等因素，协商确定发行价格、有效报价投资者数量及有效拟申购数量。有效报价投资者（指机构法人或个人）的数量不少于10家。

有效报价投资者的认定按以下方式确定：

（1）当报价不低于发行价格的网下投资者小于10家时，中止发行；

（2）当报价不低于发行价格的网下投资者不少于10家时，剔除最高报价部分后申购价格不低于发行价格的网下投资者即为有效报价投资者。有效报价投资者申购价格不低于发行价格的申购数量为有效申购数量。

五、老股转让安排

本次公开发行股份1,700万股，全部为公开发行新股，公司股东在本次发行时不向投资者公开发售所持发行人股份，发行后发行人总股本6,800万股。

六、本次发行回拨机制

本次发行网上网下申购于2015年6月2日（T日）15:00同时截止。申购结束后，发行人和主承销商将根据网上申购情况于2015年6月3日（T+1日）决定是否启动回拨机制，对网下、网上发行的规模进行调节。回拨机制的启动将根据网上投资者初步有效认购倍数确定：

网上投资者初步有效认购倍数=网上有效申购数量/回拨前网上发行数量。

有关回拨机制的具体安排如下：

（1）网下发行获得足额认购的情况下，若网上投资者初步有效认购倍数在50倍以上但低于100倍（含）的，应从网下向网上回拨，回拨比例为本次公开发行股票数量的20%；网上投资者初步有效认购倍数在100倍以上的，回拨比例为本次公开发行股票数量的40%；网上投资者初步有效认购倍数超过150倍的，回拨后网下发行比例不超过本次公开发行股票数量的10%。

（2）若网上申购不足，可以回拨给网下投资者，向网下回拨后，有效报价投资者仍未能足额认购的情况下，则中止发行；

（3）在网下发行未获得足额认购的情况下，不足部分不向网上回拨，中止发行。

在发生回拨的情形下，发行人和主承销商将及时启动回拨机制，并于2015年6月4日（T+2日）在《金发拉比妇婴童用品股份有限公司首次公开发行股票网下配售结果公告》中披露。

七、网下配售原则

在初步询价期间提交有效报价的网下投资者方可且必须参与网下申购。发行人和主承销商在完成双向回拨后，将根据以下原则对网下投资者进行配售：

1、广发证券及发行人将对提供有效报价的网下投资者是否符合广发证券及发行人确定的网下投资者标准进行核查，不符合配售投资者条件的，将被剔除，不能参与网下配售。

2、主承销商将提供有效报价并参加网下申购的符合配售投资者条件的网下投资者分为以下三类，同类配售对象获得配售的比例相同：

（1）公募基金和社保基金为A类投资者；

（2）根据《企业年金基金管理办法》设立的企业年金基金和符合《保险资金运用管理暂行办法》等相关规定的保险资金（以下简称"年金保险资金"）为B类投资者；

（3）其他投资者为C类投资者。

3、本次网下发行数量不低于40%优先向A类投资者配售。主承销商和发行人在保证A类投资者配售比例不低于B类投资者配售比例的前提下，预设本次网下发行数量的30%优先向B类投资者配售。若按上述预设比例配售，A类投资者的配售比例低于B类投资者，主承销商和发行人可以调整向A类投资者和B类投资者的预设比例。

4、若网下申购总量大于本次网下最终发行数量（双向回拨之后），发行人和主承销商将根据以下原则进行配售：

（1）当A类投资者的申购总量＞网下最终发行数量的40%时，A类投资者的配售比例≥B类投资者的配售比例≥C类投资者的配售比例；

（2）当A类投资者的申购总量≤网下最终发行数量的40%时，A类投资者全额配售；B类投资者的配售比例≥C类投资者的配售比例；

（3）配售股数只取计算结果的整数部分，不足一股的零股累积后由主承销商配售给获配数量最大的投资者；若获配数量相同，则按照申报时间先后配售给申报时间早的投资者；如果按照上述方法仍不能确定，则以投资者申购时在深交所网下电子平台中记录先后顺序为准。

5、若网下有效申购总量等于本次网下最终发行数量（双向回拨之后），发行人和主承销商将按照网下投资者的实际申购数量直接进行配售。

6、若网下有效申购总量小于本次网下最终发行数量（双向回拨之后），中止发行。

7、若网下有效申购总量小于本次申购阶段网下初始发行数量，中止发行。

八、发行人和主承销商

发行人：金发拉比妇婴童用品股份有限公司
地　址：汕头市金平区鮀浦鮀济南路107号
法定代表人：林若文
电　话：0754-82526666
传　真：0754-82534124
联系人：贝旭

保荐人（主承销商）：广发证券股份有限公司
住　所：广州市天河北路183号大都会广场43楼（4301-4316房）
电　话：020-87555297、87557727
传　真：020-87555850
联系人：资本市场部

发行人：金发拉比妇婴童用品股份有限公司
保荐人（主承销商）：广发证券股份有限公司
2015年5月25日