



# 信息披露 Disclosure

2012年3月10日 星期六

B4

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

一、关于本次股权转让的必要性及合理性说明

1.从融资节奏、投资规模和与发展战略的匹配上看，公司认为需要借力资本市场以继续推进营销网络优化的战略目标。

推进营销渠道的建设公司一直以贯彻之战略举措。自2004年以来，借助资本市场的资金支持，公司的终端店铺数量已经由2003年的550家发展到2011年9月30日的3,830家，公司的营业收入从2003年的1.84亿元增长至2010年的21.98亿元，净利润从2003年的2,500万元增长至2010年的2.89亿元。七匹狼品牌已具备了一定的影响力和知名度。

但由于公司自2004年上市以来仅实施过一次再融资，且募集资金已基本用于2009年底使用完毕，而公司在未来的3-5年内，在继续推进和深化营销网络建设方面面临相当大的资金压力。

根据公司的战略部署，计划未来三年内开设超过1,200家零售终端店铺，并适当提高自有店铺占比，这需要投资20亿元以上。公司多年来已经积累的盈余资金已基本投入主业建设，截至2011年9月30日，公司的货币资金余额水平已较低，同时，公司已逐步采用短期借款等融资工具补充公司的运营资金需求。

在公司经营规模大、经营性现金流相对紧缺以及商业物业价格高企的背景下，公司为确保能通过股权融资方式提升运用短期资金的能力，以继续在营销网络建设方面保持一定力度的持续性的投入，否则将制约公司的渠道建设速度，降低公司未来的增长潜力，进而弱化公司的竞争优势，影响公司在行业中的竞争地位，不利于公司和股东的长远利益。这是公司此次拟采用股权融资的继续推进渠道建设的最主要的理由之一。

2.同行企业在零售渠道建设方面的竞争加剧，促使公司采用股权融资方式推进营销网络建设，以应对市场竞争。

对于服装品牌运营商而言，其营销网点的数量以及分布是其有效提升品牌形象，并将其品牌效应实际转化为经济效益的主要手段。因此众多服装品牌运营商均将提升营销网络的质效和覆盖能力作为其主要的发展重点和最佳的发展方向。

近年来，众多服装品牌运营商纷纷通过资本市场融资方式，对其营销网络进行了大规模投入，特别是加大了对核心商圈的优质店铺的资源争夺力度。

由于优质商业网点的稀缺性和不可复制性，因此竞争对手的投入规模和力度以及抢占渠道优质资源的策略性和不可复制性，从而竞争对手的投入规模和力度以及抢占渠道优质资源的策略性和不可复制性，导致非常激烈，一旦成功，对方很可能陷入竞争劣势地位，比拼的是综合实力和持续性的投入力度，而股权性融资是规模大、长期融资的有效手段，因此，竞争力也促使公司决定采用股权性融资的方式进一步推进网络升级改造，以保持和增强公司的竞争优势，为公司未来的收益水平和股东的长期利益奠定必要的基础。

3.目前公司资金需求较为紧张，迫切需要筹集资金支持未来零售渠道建设

2008-2010年，公司各期末货币资金较为充裕，在考虑公司正常发展所需资金外，在有效控制风险的基础上，为提升资金使用效率，公司使用了部分闲置资金购买中短期低风险的银行理财产品。下表为公司2009-2010年及2011年1-9月各期新增理财产品的情况分布情况：

理财产品期数(月)	2009年		2010年		2011年1-9月	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
0-1	—	—	2,500	4.57%	13,000	72.22%
1-6	3,580	18,479	29,200	53.89%	5,000	27.78%
6-12	13,800	71,219	13,000	23.77%	—	—
12-24	2,000	10,329	10,000	18.28%	—	—
合计	19,380	100.00%	54,700	100.00%	18,000	100.00%

由上表可知，公司购买的理财产品的期限绝大部分为12个月以内。同时，随着公司业务规模不断扩大，各方面资金流入金额逐年增多，购买理财产品的时间也相应缩短。2009年理财产品的时间多在6-12个月，占比为71.21%，2010年理财产品的期限多为1-6个月，占比为53.38%，2011年理财产品的时间多为1个月内，占比为72.22%。公司在考虑此次募集资金投资项目资金来源时，已经充分考虑了将于2012年8月到期的余额为1亿元的理财产品以及未来几年公司正常生产经营所产生的资金余缺。本公司计划利用募集资金净额约17.60亿元投资于未来三年的渠道建设，其余部分将利用自有资金解决。

2011年，公司的货币资金需求逐渐增加。一方面由于公司经营规模扩大导致所需营运资金规模不断增加，另一方面，公司加大了推广渠道建设的速度，使得开店投入的资金需求迅速增加。此外，公司重视对投资的回报，2008-2010年均实现了现金股利分红，累计支付现金股利1.41亿元。截至2011年9月底，公司的货币资金余额同比大幅下降，从11.15亿元降至2.50亿元，下降了9.65亿元。从资金需求来看，公司未来资金需求将较为紧张，迫切需要筹集资金支持未来渠道建设。

4.此次投资项目的现金回报特性更适合采用股权性融资的方式

2008-2010年期间，公司大额定期存款资金较为充裕。在考虑公司正常发展所需资金外，在有效控制风险的基础上，为提升资金使用效率，公司使用了部分闲置资金购买中短期低风险的银行理财产品。下表为公司2009-2010年及2011年1-9月各期新增理财产品的情况分布情况：

理财产品期数(月)	2009年		2010年		2011年1-9月	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
0-1	—	—	2,500	4.57%	13,000	72.22%
1-6	3,580	18,479	29,200	53.89%	5,000	27.78%
6-12	13,800	71,219	13,000	23.77%	—	—
12-24	2,000	10,329	10,000	18.28%	—	—
合计	19,380	100.00%	54,700	100.00%	18,000	100.00%

由上表可知，公司购买的理财产品的期限绝大部分为12个月以内。同时，随着公司业务

规模不断扩大，各方面资金流入金额逐年增多，购买理财产品的时间也相应缩短。2009年理财产品的时间多在6-12个月，占比为71.21%，2010年理财产品的期限多为1-6个月，占比为53.38%，2011年理财产品的时间多为1个月内，占比为72.22%。公司在考虑此次募集资金投资项目资金来源时，已经充分考虑了将于2012年8月到期的余额为1亿元的理财产品以及未来几年公司正常生产经营所产生的资金余缺。本公司计划利用募集资金净额约17.60亿元投资于未来三年的渠道建设，其余部分将利用自有资金解决。

2011年，公司的货币资金需求逐渐增加。一方面由于公司经营规模扩大导致所需营运资金规模不断增加，另一方面，公司加大了推广渠道建设的速度，使得开店投入的资金需求迅速增加。此外，公司重视对投资的回报，2008-2010年均实现了现金股利分红，累计支付现金股利1.41亿元。截至2011年9月底，公司的货币资金余额同比大幅下降，从11.15亿元降至2.50亿元，下降了9.65亿元。从资金需求来看，公司未来资金需求将较为紧张，迫切需要筹集资金支持未来渠道建设。

4.此次投资项目的现金回报特性更适合采用股权性融资的方式

2008-2010年期间，公司大额定期存款资金较为充裕。在考虑公司正常发展所需资金外，在有效控制风险的基础上，为提升资金使用效率，公司使用了部分闲置资金购买中短期低风险的银行理财产品。下表为公司2009-2010年及2011年1-9月各期新增理财产品的情况分布情况：

理财产品期数(月)	2009年		2010年		2011年1-9月	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
0-1	—	—	2,500	4.57%	13,000	72.22%
1-6	3,580	18,479	29,200	53.89%	5,000	27.78%
6-12	13,800	71,219	13,000	23.77%	—	—
12-24	2,000	10,329	10,000	18.28%	—	—
合计	19,380	100.00%	54,700	100.00%	18,000	100.00%

由上表可知，公司购买的理财产品的期限绝大部分为12个月以内。同时，随着公司业务

规模不断扩大，各方面资金流入金额逐年增多，购买理财产品的时间也相应缩短。2009年理财产品的时间多在6-12个月，占比为71.21%，2010年理财产品的期限多为1-6个月，占比为53.38%，2011年理财产品的时间多为1个月内，占比为72.22%。公司在考虑此次募集资金投资项目资金来源时，已经充分考虑了将于2012年8月到期的余额为1亿元的理财产品以及未来几年公司正常生产经营所产生的资金余缺。本公司计划利用募集资金净额约17.60亿元投资于未来三年的渠道建设，其余部分将利用自有资金解决。

2011年，公司的货币资金需求逐渐增加。一方面由于公司经营规模扩大导致所需营运资金规模不断增加，另一方面，公司加大了推广渠道建设的速度，使得开店投入的资金需求迅速增加。此外，公司重视对投资的回报，2008-2010年均实现了现金股利分红，累计支付现金股利1.41亿元。截至2011年9月底，公司的货币资金余额同比大幅下降，从11.15亿元降至2.50亿元，下降了9.65亿元。从资金需求来看，公司未来资金需求将较为紧张，迫切需要筹集资金支持未来渠道建设。

4.此次投资项目的现金回报特性更适合采用股权性融资的方式

2008-2010年期间，公司大额定期存款资金较为充裕。在考虑公司正常发展所需资金外，在有效控制风险的基础上，为提升资金使用效率，公司使用了部分闲置资金购买中短期低风险的银行理财产品。下表为公司2009-2010年及2011年1-9月各期新增理财产品的情况分布情况：

理财产品期数(月)	2009年		2010年		2011年1-9月	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
0-1	—	—	2,500	4.57%	13,000	72.22%
1-6	3,580	18,479	29,200	53.89%	5,000	27.78%
6-12	13,800	71,219	13,000	23.77%	—	—
12-24	2,000	10,329	10,000	18.28%	—	—
合计	19,380	100.00%	54,700	100.00%	18,000	100.00%

由上表可知，公司购买的理财产品的期限绝大部分为12个月以内。同时，随着公司业务

规模不断扩大，各方面资金流入金额逐年增多，购买理财产品的时间也相应缩短。2009年理财产品的时间多在6-12个月，占比为71.21%，2010年理财产品的期限多为1-6个月，占比为53.38%，2011年理财产品的时间多为1个月内，占比为72.22%。公司在考虑此次募集资金投资项目资金来源时，已经充分考虑了将于2012年8月到期的余额为1亿元的理财产品以及未来几年公司正常生产经营所产生的资金余缺。本公司计划利用募集资金净额约17.60亿元投资于未来三年的渠道建设，其余部分将利用自有资金解决。

2011年，公司的货币资金需求逐渐增加。一方面由于公司经营规模扩大导致所需营运资金规模不断增加，另一方面，公司加大了推广渠道建设的速度，使得开店投入的资金需求迅速增加。此外，公司重视对投资的回报，2008-2010年均实现了现金股利分红，累计支付现金股利1.41亿元。截至2011年9月底，公司的货币资金余额同比大幅下降，从11.15亿元降至2.50亿元，下降了9.65亿元。从资金需求来看，公司未来资金需求将较为紧张，迫切需要筹集资金支持未来渠道建设。

4.此次投资项目的现金回报特性更适合采用股权性融资的方式

2008-2010年期间，公司大额定期存款资金较为充裕。在考虑公司正常发展所需资金外，在有效控制风险的基础上，为提升资金使用效率，公司使用了部分闲置资金购买中短期低风险的银行理财产品。下表为公司2009-2010年及2011年1-9月各期新增理财产品的情况分布情况：

理财产品期数(月)	2009年		2010年		2011年1-9月	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
0-1	—	—	2,500	4.57%	13,000	72.22%
1-6	3,580	18,479	29,200	53.89%	5,000	27.78%
6-12	13,800	71,219	13,000	23.77%	—	—
12-24	2,000	10,329	10,000	18.28%	—	—
合计</td						