

四川浪莎控股股份有限公司

本次非公开发行股票募集资金运用可行性分析报告

一、本次募集资金拟投资项目

四川浪莎控股股份有限公司（以下简称 公司 或 浪莎股份）为优化公司产能结构、扩大公司生产能力、整合提高销售网络效率、提高公司盈利能力、增强公司独立性，公司按照《上市公司证券发行管理办法》和《上市公司非公开发行股票实施细则》的规定，拟向不超过 10 名特定投资者发行 2,000 万股至 3,000 万股人民币普通股募集资金，公司本次非公开发行募集资金扣除发行费用后拟用于以下项目：

序号	项目名称	投资金额（万元）
1	年新增 850 万套高档内衣技改项目	16,366
2	内衣营销网络建设项目	4,292
合计	-	20,658

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，募集资金不足部分由公司自筹资金解决；如实际募集资金净额超过上述项目拟投入募集资金总额，超过部分将用于补充公司流动资金。

募集资金到位之前，若因市场竞争和公司经营需要等因素导致本次募集资金拟投资项目在募集资金到位前需要进行先期投入，公司将根据项目进度的实际情况暂以自有资金、负债等方式筹集的资金先行垫付，并在募集资金到位后以募集资金补偿自有资金投入或偿还负债。

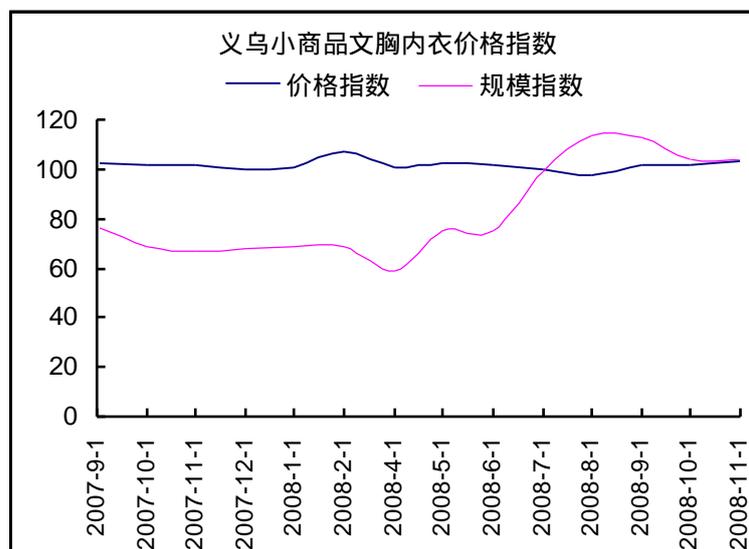
二、募集资金项目投入的必要性

（一）内衣行业旺盛的需求和快速的增长为公司提供了发展空间

内衣行业是纺织服饰制品行业的重要子行业，随着人们生活水平提高和对生活品质的要求不断提高，内衣及相关制品的消费金额不断增长，内衣消费金额占

个人服饰消费总金额的比例也呈上升趋势。2007 年度，全球内衣市场销售总额达到 500 亿美元（不含普通针织内衣），其中美国内衣市场的营业额是 140 亿美元，欧洲约 139 亿美元，而亚洲内衣市场的营业额是 100 亿美元，占世界内衣营业额的 20%。同时，亚洲市场内衣消费以年均 8% 的增长速度远远领先于全球年均 2.9% 的增长水平。

中国人口占全球总人口约五分之一，巨大的市场规模为内衣等日常消费制品行业提供了大量发展机会。据统计，2001 年到 2005 年国内服饰、鞋履及纺织企业（包括所有国有企业及其他年度销售额超过人民币 500 万元的企业）的年均增长率为 17.70%。国内内衣市场的年销售额已经达到 600 亿元以上，并且以年均近 20% 的速度持续增长，呈现了良好的发展势头，内衣产品无论是在销售数量和销售价格上都呈现了逐步上扬的趋势。与此同时，国内内衣生产企业依托国内低廉高效的劳动力资源和原材料供应，充分发挥制造业集聚和成本优势，实现内衣产品对外出口的快速增长，从 2001 年到 2006 年，我国内衣出口数量每年以 17.83% 速度增长，金额增长年均 23.40%，累计出口已经达到 60 亿件，创汇 92 亿美元。从义乌小商品分类指数文胸内衣景气指数的走势来看，内衣产品的景气度不断提高，呈现出供需两旺的良好态势。



内衣行业旺盛的市场需求特别是国内市场需求快速增长为行业内具有品牌效应和生产能力优势的企业提供了广阔的发展空间。

（二）公司迫切需要通过扩大产能和提升品牌发挥综合优势，抓住市场机遇

尽管内衣行业具有较大的市场容量和较快的增长速度,但是处在市场竞争结构不同层级的厂商分享市场成长的能力区别很大,不同档次和不同品牌影响力的产品在市面上的销售价格和销量方面均有很大的差距。以售价为例,普通的低档无品牌产品售价与高档品牌产品的售价相差能够达到数十倍,中高档产品除了面料选用等基础因素外,更多的是在产品的设计、产品做工、工艺质量和品牌认可等方面具有较高的附加值,更能够得到客户的青睐。因此,具有较强设计生产能力、较好产品质量、一定品牌知名度的企业在市场竞争中会明显表现出更强的盈利能力和持续发展能力。

公司依托“浪莎”品牌的知名度和多年针织行业经营经验,坚持“立足国内,兼顾国外”的经营路线,通过业务合理布局 and 不同市场不同的经营策略,实现业务风险的分散和收入结构的互补,并不断提高运营管理能力和产品的质量及品牌影响力:一方面公司坚持以优良品质、合理价格不断扩大在国内市场的销售金额和提高国内市场份额,致力于打造国内知名的内衣品牌销售商,充分分享我国内衣产品巨大内需的成长机会;另一方面,公司根据国外市场与国内市场在消费季节和产品消费周期的互补关系,通过与彪马等知名国际服装品牌企业合作,凭借良好的设计、加工能力和可靠的供应能力适时开拓国际市场,致力于打造国际知名的内衣品牌供应商。

随着“浪莎”品牌效应在内衣行业的逐步体现和公司供应能力得到国外知名服装品牌企业的认可,市场对公司内衣产品的需求呈现快速增长的态势。公司迫切需要通过提高生产能力、加强销售能力、提升品牌影响力等措施的综合运用,抓住当前的市场机遇,推动国内销售和国外销售的同步协调增长,改变目前公司产能不足造成的大量内贸、外贸订单无法承接、销售网络支持力度较弱的局面,力争抓住市场机遇,充分实现“浪莎”品牌的市场价值,进一步将品牌知名度和美誉度转化为销售收入和盈利水平的快速增长。

(三) 公司的独立性需要进一步加强

浙江浪莎内衣成立以来,由于资金规模较小、生产发展资金有限,一直未购置自有土地和建设生产厂房,因而产生向浪莎针织租赁生产经营场地的经常性关联交易,公司运营的独立性存在一定瑕疵。随着浪莎内衣生产规模的进一步扩大,

公司需要取得自有的生产经营场地，在扩大经营的同时解决上述经常性关联交易，进一步加强上市公司的独立性。

（四）本次募集资金项目投入拟实现的目标

通过本次募集资金项目的投入，公司能够实现以下几方面的目标：

1、提高内衣生产能力，优化内衣产能结构

通过募集资金项目“年新增 850 万套高档内衣技改项目”，公司将适当增加无缝和有缝内衣的生产设备，并针对市场需求情况相对平衡公司产能结构，使公司在生产能力满足不断增长的需求的同时实现了生产能力的市场导向的优化。

2、整合营销网络，提高销售效率，提升品牌影响

通过募集资金建设“内衣营销网络建设项目”，公司将在主要的销售市场区域中心建设大区营销中心，整合现有依托代理商等建立起来的销售渠道，提高销售效率，提升品牌影响，增强消费者和各种销售渠道对公司的品牌认可度、忠诚度和美誉度，并将公司品牌影响力进一步转化为销售收入的快速增长。

3、减少和规范关联交易，增强公司独立性

针对公司成立以来一直向浪莎针织租赁土地和厂房的局面，公司本次发行募集资金拟通过向浪莎针织购置 54.68 亩土地并建设生产经营所需的厂房，取得公司生产经营所需的必要场地，并实现水、电等原料能源的直接采购，增强公司的独立性，实现更规范的经营运作。

三、本次募集资金投资项目的可行性分析说明

本次募集资金拟投资“年新增 850 万套高档内衣技改项目”和“内衣营销网络建设项目”均由公司全资子公司浪莎内衣作为实施主体，通过向浪莎内衣增资的方式注入浪莎内衣，用于购买土地、建设厂房、购买设备和进行营销网络建设。

本次募集资金拟投入的项目与公司主营业务关系紧密，项目紧紧围绕针织内衣行业的发展趋势和市场热点，突出适销产品产能扩大和营销能力的整合升级，致力于提高公司的自有生产能力和销售能力。通过生产能力的建设解决公司原有

产业化规模不足、产能限制的瓶颈问题，进一步增强公司的专业化实力；通过销售网络效率的提升协调公司现有销售网络渠道与公司业务经营发展阶段和品牌推广战略目标之间的关系，进一步提高公司的品牌影响力和销售渠道控制能力。本次募集资金拟投资项目的基本情况如下：

（一）年新增 850 万套高档内衣技改项目

1、项目背景

公司现有有缝内衣生产线 10 条，年生产能力 240 万件（套）；无缝内衣设备 82 台（套），年生产能力约 250 万件（套），上述设备均为公司 2006 年采购取得。经过近两年的经营发展，公司产品需求和潜在客户订单需求都出现了较大的增长，第一，公司客户（包括代理商）的数量在不断增加，销售渠道不断完善，带来了终端消费需求的增长；第二，随着“浪莎”这一知名品牌在内衣行业逐渐得到消费者的认可和喜爱，各客户（代理商）的销售数量也在快速增长，向公司的订单需求逐渐增加；第三，随着公司内销市场份额的不断扩大，公司的内衣及相关产品的品质和设计生产能力逐渐得到国际知名服装品牌企业的认可，与公司接洽拟向公司下单采购内衣的国外企业不断增加，公司已经开始通过专门为国际知名服装品牌企业提供 ODM/OEM 逐渐打入国际市场，由于上述企业在国际市场的销售量大、市场份额高，其拟交公司生产的订单采购量也较为可观，将极大地促进公司产品的外销业务增长。但是，由于公司目前的产能有限，且产能结构中无缝内衣的产能相对不足，无法满足客户需求增长和客户需求结构的变化，一定程度上制约了公司销售规模的增长。为此，适当扩大生产能力并优化现有产能结构成为公司加快发展、提高盈利水平的重要前提。

同时，由于公司目前尚无用于自身生产经营所需的自有土地与厂房，与浪莎针织存在土地、厂房租赁、水电供应等方面的关联交易，也拟结合本次技改项目的实施，购置所需土地并建设自有厂房和配套设施，以解决上述关联交易。

2、项目的市场前景分析

2007 年全球内衣制品营业额达到 500 亿美元（不含普通针织内衣），其中美国内衣市场的营业额是 140 亿美元，欧洲约 139 亿美元，而亚洲内衣市场的营业

额是 100 亿美元，占世界内衣营业额的 20%。全球内衣市场近年年增长速度约 2.9%，而亚洲市场年均增长速度达到 8%，远远高于平均水平。中国内衣行业 2007 年销售收入约为 600 亿元，且由于内需和外销的双重增长的推动，销售收入的增长速度达到 20%。内衣作为服装服饰行业最有潜力和增长最快的子行业之一，正在经历着从产品结构到市场结构的快速变革和消费量的快速增长；同时，由于纺织业产业转移的趋势不断推进，亚洲在全球内衣制造业的比重不断提高，并占据了重要的地位，出现了包括安莉芳、黛丽斯、爱慕、华歌尔、三枪等业内领先企业，国内出现了浙江、广东等内衣产业集聚现象明显的地域，形成了较好的产业基础和集聚效应，为具有品牌优势的企业快速扩大销售额、提高市场份额提供了机遇。

公司拟通过募集资金项目的建设，每年新增有缝内衣产能 450 万件（套），无缝内衣（包含无缝运动衣）产能 400 万件（套），一方面满足国内市场不断增长的需求和公司销售网络整合提升后带来的销售数量的增长；另一方面满足国外知名企业对公司 ODM/OEM 供应能力的需求增长，扩大国际市场的销售规模和收入结构中的比重，提高公司内衣产品得制造工艺水平和产品品质形象，加强公司产品运营能力。

3、项目建设内容

本次募集资金拟投资项目“年新增 850 万套高档内衣技改项目”包括以下建设内容：

（1）向浪莎针织购置 54.68 亩工业用地，预计需要资金 2,198 万元；

（2）自行投资建设 58,320m² 生产厂房及库房，预计需要资金 2,916 万元；

（3）引进 100 台先进的意大利圣东尼产 TOP-2 型无缝内衣机及 20 台圣东尼 SM4TR2 型运动健身服无缝机，各配套国产 2 条后道生产线，同时新增 10 条有缝内衣生产线，并搬迁 TOP-1 型无缝内衣机 82 台、有缝内衣生产线及配套设备等，预计需要资金 7,649.30 万元；

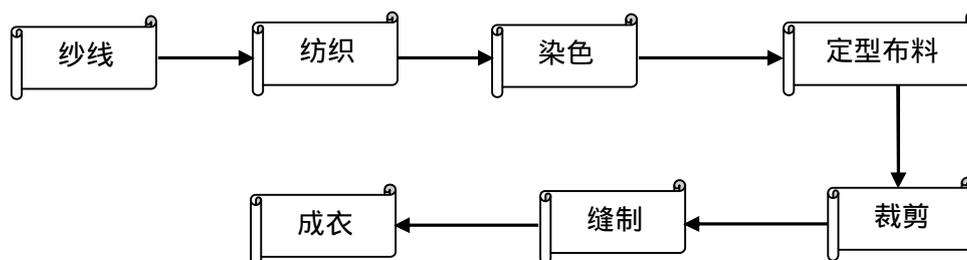
（4）其他配套费用 2,486.70 万元；

（5）项目铺底流动资金需求 1,116 万元。

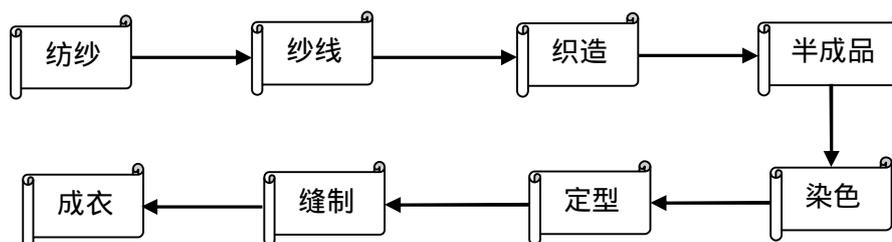
4、项目的技术水平及工艺流程

公司本次拟采购的均为目前具有国际先进水平的无缝内衣和有缝内衣生产设备，确保项目投产后公司生产线的做工、工艺、质量能够达到行业领先水平。

有缝内衣的工艺流程为：



无缝内衣的工艺流程为：



5、项目的主要生产设备

无缝内衣生产线主要生产设备包括 100 台圣东尼 TOP-2 型无缝内衣机、20 台圣东尼 SM4T2 型运动健身服无缝机及共计 4 条后道工序配套生产线设备。

有缝内衣生产线主要包括由裁床、断布机、拷边车、绷缝车、套结车等主要设备组成的生产线 10 条。

6、项目选址

项目位于浙江省义乌市经济开发区杨村路浪莎工业园三期厂区内。

7、投资估算

本项目预计固定资产投资和铺底流动资金明细如下：

单位：万元

序号	工程及费用名称	设备购置	安装工程	土建工程	其它费用	合计	备注
一	固定资产投资						
1	工程费用						
1.1	进口设备及关税	6,334.2			1,669.7	8,003.9	含 918 万美元
1.2	进口设备安装及附属费		38		146	184	
1.3	国产生产设备费	768.1				768.1	
1.4	公用设施费	547	100			647	
1.5	建筑工程费			2,916		2,916	58,320 m ²
	小 计	7,649.3	138	2,916	1815.7	12,519	
2	其它费用						
2.1	土地使用费				2,198	2,198	54.68 亩
2.2	前期工作费				15	15	
2.3	培训费				40	40	
2.4	建设单位管理费				58	58	
2.5	勘察设计费				44	44	
	小 计				2,355	2,355	
3	不可预见费				376	376	工程费用 3%
	合计(固定资产投资)	7,649.3	138	2,916	4,546.7	15,250	含 918 万美元
	占固定资产投资%	50.2	0.9	19.1	29.8	100.0	
二	建设期利息				0	0	
三	流动资金					3,720	
1	铺底流动资金					1,116	
四	项目总投资					16,366	含 918 万美元

本项目投资总额为 16,366 万元。按照目前市场的产品价格计算，该项目正常年销售收入为 36,620 万元。扣除相应成本，年新增利润总额为 6,447 万元，按照 25% 的所得税率计算，年新增净利润为 4,835.20 万元。以项目完全达产测算，投资利润率为 32.40%；投资回收期(税后)为 4.60 年；按建成投产 10 年计算，项目财务内部收益率(税后)为 28.60%。综合各项指标来看，该项目具有较好的盈利能力和较低的风险。

(二) 内衣营销网络建设项目

1、项目背景

在公司内衣业务发展初期至今，公司根据国内市场状况和公司所处发展阶段，主要采用以代理制(包括商场代销)为主、批发、团购为辅的复合型销售模式。

此模式在产品市场发展初期具有明显的优势，主要体现在：营业费用较低；销售网络建设投入较小；对销售管理能力的要求不高；有利于处于快速发展时期的公司迅速打开销售市场，提高市场占有率。国内服装品牌企业在发展初期由于经济实力不强、销售网络不健全，也大多采用了以代理制为主的间接销售模式。这种模式促进了公司迅速打开市场局面，实现销量、收入和利润的大幅增长，2008年1-9月份公司实现主营业务收入11,426万元，净利润1,461万元（未经审计）；2007年度公司实现主营业务收入13,172万元，净利润1,348万元。

但随着公司经营规模的扩大和公司市场份额与市场地位的不不断提升，公司目前采用的销售模式所存在的固有不足之处也逐渐显现，主要体现在：对销售渠道的控制能力不够强；对市场需求信息的反应不够快捷；对品牌形象的统一策划较难得到彻底贯彻执行；货物、资金周转较慢；对代理商和特许加盟方较多让利，同时还需负担促销费用等。随着公司品牌战略的不断推进，上述模式对公司内衣品牌形象的进一步提升和销售渠道的整合提高造成了一定的限制，现有以代理制为主的销售模式已经不能完全满足公司提高销售效率和提升品牌影响的需要，从长远来看也不利于公司充分发挥“浪莎”品牌的市场影响力，分享消费产品销售环节的较高溢价，增强公司的盈利能力。

为此，公司拟通过建设直营展示店和大区营销中心的方式，整合现有以代理商为主的销售渠道，有效维护和全面提升公司品牌形象，实现品牌形象与文化的无折扣传播；对现有销售渠道起到样板、示范、招商和物流支持作用，及时地为当地代理商提供培训、咨询服务，搭建起公司与代理商更及时沟通、互动的桥梁，并起到一定的督导作用；同时实现近距离接触各主要市场的大客户，培养终端服务管理人才。

2、项目内容

（1）义乌国际商贸城三期直营展示店

浪莎内衣的主要经营场所在浙江省义乌市，公司依托义乌小商品城带来的众多商机和丰富客源，并且立足于义乌已经形成的内衣行业的（特别是无缝内衣）产业集群优势，不断扩大内衣产品的品牌影响和市场份额。公司计划在义乌国际商贸城三期工程设立两个面积约300m²的直营展示店，由公司进行直接管理和经

营,用于面向国内外批发采购客户和代理商客户进行产品推广和批发服务,同时兼顾向华东地区代理商提供渠道管理服务和物流服务。

(2) 5 大区域营销中心

目前公司依托遍布全国的代理商建立起来的销售网络已经较好的覆盖了各主要中心城市和二、三级城市市场,公司拟根据目前销售网络的运作情况,依托公司主要目标市场,在北京、西安、济南、武汉、重庆等区域销售中心城市建立 5 个大区营销中心,覆盖华北、西北、华东、华中、西南,基本实现辐射全国市场,营销中心均选址在各地档次较高、成交额较大的专业市场,配合以符合公司销售经营实际情况的硬件和软件系统,根据公司的市场形象推广计划,集产品展示、形象示范、物流配送、信息反馈、销售服务、代理商渠道管理等多重功能,起到整合公司现有销售资源、提高现有销售渠道效率、提升公司品牌形象、加快物流反映速度、提高市场信息反馈效率的效果。

3、投资估算

根据测算,该项目的主要投资内容及金额估算情况如下:

单位:万元

序号	项目及费用名称	建筑安装及工程费	备注
一	工程费用	3,160	
1	店面租赁购置费	2,600	按 1 万元/平米测算
2	装修费	560	按 0.2154 万元/平米
二	配套工程	527	水电\网络\给排水等
三	办公设备及仪器	147	
四	员工培训及管理	336	
五	其他费用预算	122	
六	项目投资合计	4,292	

4、投资效益预测

本项目投资总额为 4,292 万元。按照目前市场的产品价格计算,该项目新增销售收入为 9,920 万元。扣除相应成本,年新增利润总额为 1,716.29 万元,按照 25%的所得税率计算,年新增净利润为 1,287.22 万元。投资回收期(税后)为 4.33 年;按建成运营 10 年计算,项目财务内部收益率(税后)为 27.31%。综合各项指标来看,该项目具有较好的盈利前景和较低的风险,有助于增强公司的盈利能力。

综上所述，公司本次非公开发行股票能够增强公司主业的持续盈利能力、改善公司财务状况、提高公司资产质量，同时避免同业竞争，减少和规范关联交易，增强公司独立性，本次非公开发行募集资金的投资项目是切实可行的。

(此页无正文 ,为四川浪莎控股股份有限公司关于本次非公开发行股票募集资金运用可行性分析报告之签署页)

全体董事签名 :

翁荣金

翁荣弟

金洲斌

罗仲伟

沈颖玲

四川浪莎控股股份有限公司

年 月 日