证券代码:002029　　证券简称:七匹狼　　公告编号:2007-041　　(注册地址:福建省晋江市金井镇南工业区)

福建七匹狼实业股份有限公司公开增发A股招股意向书摘要

保荐人(主承销商):华欧国际证券有限责任公司

声　明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺招股意向书及其摘要不存在任何虚假、误导性陈述或重大遗漏,并保证所披露信息的真实、准确、完整。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人(会计主管人员)保证招股意向书及其摘要中财务会计报告真实、完整。

证券监督管理机构及其他政府部门对本次发行所作的任何决定,均不表明其对发行人所发行证券的价值或者投资人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,证券依法发行后,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。

本招股意向书摘要的目的仅为向公众提供有关本次发行的简要情况。投资者在做出认购决定之前,应仔细阅读募集说明书全文,并以其作为投资决定的依据。招股意向书全文同时刊载于巨潮网(www.cninfo.com.cn)网站

第一节 本次发行概况

一、发行人基本情况

中文名称:福建七匹狼实业股份有限公司

英文名称:FUJIAN SEPTWOLVES INDUSTRY CO.,LTD.

股票上市地:深圳证券交易所(A股)

股票简称:七匹狼

股票代码:002029

法定代表人:周少雄

成立日期:2001年7月23日

注册地址:福建省晋江市金井镇南工业区

办公地址:福建省晋江市金井镇南工业区

邮政编码:362251

电话:0595-85337739

传真:0595-85337766

企业法人营业执照注册号:35000010000038

税务登记号码:350582611520128

互联网网址:http://www.septwolves.com

电子信箱:zqb@septwolves.com

二、本次发行要点

(一)核准情况

本次发行经公司2007年5月31日召开的第二届董事会第二十九次会议形成决议,并经2007年6月19日召开的2007年第二次临时股东大会表决通过,董事会决议公告和股东大会决议公告已分别刊登在2007年6月1日、2007年6月20日的《中国证券报》、《证券时报》及巨潮网(www.cninfo.com.cn)上。

本次发行已经中国证监会证监发行字【2007】300号文核准。

(二)发行股票的种类、每股面值、股份数量

1、发行股票种类:境内上市人民币普通股(A股)。

2、每股面值:人民币1.00元。

3、发行数量:本次发行股票的数量不超过3,000万股,股东大会授权公司董事会与保荐人(主承销商)根据具体情况协商确定最终发行数量。

(三)发行价格及定价方式

本次发行价格为26.25元/股,不低于招股意向书刊登日(T-2日)前二十个交易日七匹狼股票均价(收盘价的算术平均值)和前一个交易日均价(成交金额/成交量)的孰低值。

(四)预计募集资金数额

本次增发不超过3,000万股,预计募集资金6亿元左右,实际募集资金取决于最终的发行数量和发行价格。

(五)募集资金专项存储账户

本公司已在福建省晋江市金井农行开设募集资金专项存储账户,账号为531401040002915。

三、发行方式与发行对象

(一)发行方式

本次增发采取网上、网下发行的方式。

(二)发行对象

本次网上发行对象为在深圳证券交易所开立人民币普通股(A股)股东账户的境内自然人、法人和证券投资基金以及符合中国证监会规定的其他投资者等(国家法律法规禁止者除外)。本次网下发行对象为机构投资者。本次公开发行股票不向原股东安排配售。

四、承销方式及承销期

本次发行由保荐人(主承销商)组织承销团以余额包销方式承销,承销期的起止时间:自2007年10月9日至2007年10月16日止。承销期自刊登招股意向书开始,至公司股票复牌结束止。

五、发行费用

项目	金额
承销费用	本次募集资金总额的2%
保荐费用	150万元
会计师费用	80万元
律师费用	50万元
公告及推介费用	约200万元

六、主要日程与停复牌安排

日期	发行安排	停牌安排
10月9日(T-2日)	刊登招股意向书、网上网下发行公告、路演公告	上午9:30-10:30停牌,其后正常交易
10月10日(T-1日)	网上路演	正常交易
10月11日(T日)	网上申购日、网下申购日、网下申购定金缴款日(申购定金截止到账时间为当日下午17:00时)	停牌一天
10月12日(T+1日)	网上申购资金到账、网下申购定金验资	停牌一天
10月15日(T+2日)	网上申购资金验资,确定网上、网下发行股数,计算配售比例	停牌一天
10月16日(T+3日)	刊登发行结果公告,网上申购进行配售,网下申购进行配售,退还未获配售的网下申购定金,网下申购投资者根据配售结果补缴余款(到账截止时间为T+3日下午17:00时)	上午9:30-10:30停牌,其后正常交易
10月17日(T+4日)	网上未获配售的资金解冻,网下申购资金验资	正常交易

上述日期为工作日。如遇重大突发事件影响发行,保荐人(主承销商)将及时公告,修改发行日程。

本次增发的股票在发行完成后将申请在深圳证券交易所上市。

七、本次发行证券的上市流通

本次增发结束后,发行人将尽快办理增发股份上市的有关手续。具体上市时间将另行公告。

八、本次发行的有关机构

(一)发行人:福建七匹狼实业股份有限公司
法定代表人:周少雄
地址:福建省晋江市金井镇南工业区
联系电话:0595-85337739
传真:0595-85337766
联系人:杨鹏慧

(二)保荐人(主承销商):华欧国际证券有限公司
法定代表人:朱德贞
项目主办人:王新仁
保荐代表人:谭军、成曦
经办人:牟晶、朱勇、冯浩
办公地址:上海市浦东新区福山路500号城建国际中心15楼
联系电话:021-38784818
传真:021-50818850

(三)副主承销商及分销商
1、副主承销商:财富证券有限责任公司
法定代表人:周晖
经办人员:李俭　刘桃香
办公地址:长沙市芙蓉中路二段80号顺天国际财富中心26层
联系电话:0731-4403409　0731-4479509
2、分销商:光大证券股份有限公司
法定代表人:王明权
经办人员:朱晓霞
办公地址:上海浦电路438号双鸽大厦17楼A-C座
联系电话:021-50818887
3、分销商:民生证券有限责任公司
法定代表人:岳献春
经办人员:王汉魁
办公地址:北京市朝阳区朝阳门外大街16号中国人寿大厦
联系电话:010-85253961
4、分销商:中银国际证券有限责任公司
法定代表人:唐新宇
经办人员:王磊
办公地址:北京市西城金融大街28号盈泰中心2座15层
联系电话:010-66229111

(四)发行人律师:北京市国枫律师事务所
负责人:张利国
签字律师:张鼎映　马晓辉
办公地址:北京市西城区阜成门北大街6-9号国际投资大厦C座18层
联系电话:010-66090088
传真:010-66090016

(五)审计机构:福建华兴有限责任会计师事务所
法定代表人:林宝明
签字注册会计师:林希敏　刘延东
办公地址:福建省福州市湖东路152号中山大厦B座7-9层
联系电话:0591-87852574
传真:0591-87840354

(六)保荐人(主承销商)收款银行:招商银行上海东方支行
收款账号:096783-30890868002
户　名:华欧国际证券有限责任公司

(七)发行人股票上市的交易所:深圳证券交易所
法定代表人:张育军
办公地址:深圳市深南东路5045号
电话:0755-82083333
传真:0755-82083164

(八)股份登记机构:中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
办公地址:深圳市深南路1093号中信大厦18楼
电话:0755-25938000
传真:0755-25988122

第二节 主要股东持股情况

截至2007年6月30日,公司前十名股东持股数量、股份性质及其股份限售等情况如下:

单位:股

股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股总数	持有有限售条件股份数量
福建七匹狼集团有限公司	其他	46.32	76,781,250	68,493,750
厦门来尔富贸易有限责任公司	其他	12.35	20,475,000	12,187,500
中国银行-易方达积极成长证券投资基金	其他	3.35	5,550,000	0
中国农业银行-鹏华动力增长混合型证券投资基金	其他	2.60	4,316,876	0
中国银行-华宝兴业先进成长股票型证券投资基金	其他	2.17	3,600,000	0
中国农业银行-富国天瑞强势地区精选混合型开放式证券投资基金	其他	2.17	3,598,500	0
中国工商银行-易方达价值成长混合型证券投资基金	其他	2.08	3,448,365	0
晋江市建利塑料彩色印刷有限公司	其他	1.85	3,071,250	0
全国社保基金六零一组合	其他	1.37	2,275,000	0
中国建设银行-中小企业板交易型开放式指数基金	其他	1.35	2,245,351	0

第三节 财务会计信息及管理层讨论与分析

一、财务会计信息

以下资料引自经福建华兴所审计的本公司2004—2006年度财务报告以及未经审计的公司2007年1-6月份财务报告。

2007年1-6月份财务报告按照财政部令第33号和财政部财会[2006]3号文件的规定执行修订后的《企业会计准则》(以下简称"新准则");2004-2006年度财务报告执行原《企业会计制度》和《企业会计准则》。

(一)公司最近三年及一期的简要财务报表

1、资产负债表主要数据

(1)合并资产负债报表　　单位:元

2004年-2006年项目	2006年12月31日	2005年12月31日	2004年12月31日
资产总额	596,372,537.28	404,610,577.14	344,774,379.13
负债总额	222,206,517.55	74,004,597.69	44,592,545.67
少数股东权益	12,070,469.87	9,037,642.09	276,085.42
股东权益合计	362,095,549.86	321,568,337.36	299,905,748.04

2007年6月30日项目	期末数	期初数(注)
资产总额	800,634,925.38	596,899,896.07
负债总额	385,854,435.79	222,206,517.55
所有者权益合计	414,780,489.59	374,693,378.52
其中:归属于母公司所有者权益合计	386,902,676.18	362,622,908.65
少数股东权益	27,877,813.41	12,070,469.87

注:2007年6月30日的合并资产负债表期初数据系根据新准则进行追溯调整后的数据

(2)母公司资产负债表　　单位:元

报表项目	2006年12月31日	2005年12月31日	2004年12月31日
资产总额	569,182,862.75	401,754,713.23	342,632,402.62
负债总额	201,139,766.58	79,413,977.66	42,635,283.62
股东权益合计	368,043,096.17	322,340,735.57	299,997,119.00

2007年6月30日项目	期末数	期初数(注)
资产总额	592,435,455.13	569,709,529.34
负债总额	210,830,435.44	201,139,766.58
所有者权益合计	381,605,019.69	368,569,762.76
其中:归属于母公司所有者权益合计	381,605,019.69	368,569,762.76
少数股东权益	-	-

注:2007年6月30日的母公司资产负债表期初数据系根据新准则进行追溯调整后的数据

2、利润表主要数据

(1)合并利润表　　单位:元

报表项目	2006年度	2005年度	2004年度
主营业务收入	483,822,069.18	312,828,701.73	245,633,801.93
主营业务利润	153,132,155.17	107,156,587.25	88,126,609.23
利润总额	69,900,375.73	50,487,997.09	44,067,838.56
净利润	51,546,960.36	35,547,594.68	28,894,243.60

2007年1-6月项目	本期金额(2007年1-6月)	上期金额(2006年1-6月)
营业总收入	335,743,525.55	196,594,637.42
其中:营业收入	335,743,525.55	196,594,637.42
营业利润	46,260,145.23	29,305,401.05
净利润	35,155,223.01	22,989,288.89
归属于母公司所有者的净利润	29,368,225.65	21,402,999.25
少数股东损益	5,786,997.36	1,586,289.64

注:2006年1-6月的数据系根据新准则进行追溯调整后的数据

(2)母公司利润表　　单位:元

报表项目	2006年度	2005年度	2004年度
主营业务收入	446,489,115.73	285,441,904.08	239,453,889.88
主营业务利润	108,692,037.13	76,716,284.49	85,711,344.14
利润总额	70,635,243.13	45,934,123.20	44,321,139.47
净利润	56,722,108.46	36,228,621.93	28,985,614.56

2007年1-6月项目	本期金额(2007年1-6月)	上期金额(2006年1-6月)
营业总收入	268,819,042.19	177,957,258.81
其中:营业收入	268,819,042.19	177,957,258.81
营业利润	26,203,360.49	26,947,077.57
净利润	18,137,873.57	22,668,190.76
归属于母公司所有者的净利润	18,137,873.57	22,668,190.76
少数股东损益	-	-

注:2006年1-6月母公司利润表数据系根据新准则进行追溯调整后的数据

3、现金流量表主要数据

(1)合并现金流量表　　单位:元

报表项目	2007年1-6月	2006年度	2005年度	2004年度
经营活动现金流量净额	111,479,024.91	1,748,767.00	59,411,493.68	17,311,607.61
投资活动现金流量净额	-49,101,518.56	-70,159,753.47	-41,322,335.00	-44,187,638.09
筹资活动现金流量净额	38,099,141.46	34,010,694.00	-7,200,222.15	125,185,637.87
现金及现金等价物净增加额	100,418,260.31	-34,411,357.22	10,888,936.53	98,309,607.39

(2)母公司现金流量表　　单位:元

报表项目	2007年1-6月	2006年度	2005年度	2004年度
经营活动现金流量净额	64,783,840.78	6,992,464.18	67,139,738.48	17,846,188.86
投资活动现金流量净额	-51,555,477.67	-77,177,022.15	-57,798,785.86	-49,306,470.87
筹资活动现金流量净额	28,064,636.76	34,370,694.00	-14,701,553.00	125,179,449.55
现金及现金等价物净增加额	108,120,637.28	-35,813,863.97	-5,360,600.38	93,719,167.54

(二)公司最近三年及一期的主要财务指标

财务指标	2007年6月30日	2006年	2005年	2004年
流动比率	1.43	1.71	3.57	5.47
速动比率	0.96	1.00	2.72	4.27
应收账款周转率	20.36	20.40	17.84	17.39
存货周转率	2.62	2.99	3.51	3.19
资产负债率(母公司)	35.59%	35.34%	19.77%	12.44%
资产负债率(合并报表)	48.19%	37.26%	18.29%	12.93%
每股收益(元)	0.18	0.47	0.32	0.34
每股净资产(元)	2.33	3.28	2.91	3.53
净资产收益率	7.59%	14.24%	11.05%	9.63%
扣除非经常性损益后的净资产收益率	7.40%	14.54%	11.28%	9.70%
每股经营活动现金流量(元)	0.67	0.02	0.54	0.20
每股净现金流量(元)	0.61	-0.31	0.10	1.16
研发费用占营业收入的比重	0.44%	1.20%	0.47%	0.28%

二、管理层讨论与分析

(一)资产负债构成分析

1、资产构成　　单位:万元

项目	2007年6月30日		2006年12月31日		2005年12月31日		2004年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	19,032.59	23.77%	8,990.76	15.08%	12,431.90	30.73%	11,343.00	32.90%
应收账款	3,600.82	4.50%	2,995.37	5.02%	1,748.77	4.32%	1,757.98	5.10%
预付账款	13,996.23	17.48%	8,242.81	13.82%	4,795.93	11.85%	5,079.75	14.73%
存货	17,863.21	22.31%	15,639.49	26.22%	6,255.83	15.46%	5,345.00	15.50%
流动资产合计	55,021.59	68.72%	37,927.15	63.60%	26,389.41	65.22%	24,407.82	70.79%
长期投资	350.00	0.44%	-	-	-	-	-	-
投资性房地产	3,785.79	4.73%	-	-	-	-	-	-
固定资产合计	16,272.62	20.32%	19,397.80	32.53%	12,395.27	30.64%	9,482.32	27.50%
无形资产	1,102.98	1.38%	1,114.96	1.87%	1,138.93	2.81%	481.23	1.40%
资产总额	80,063.49	100.00%	59,637.25	100.00%	40,461.06	100.00%	34,477.44	100.00%

公司固定资产主要包括:房屋及建筑物、生产用机器设备、办公自动化设备、家具设备、家电及影像设备、交通及运输设备和通讯及网络设备。由于公司定期进行固定资产的维修、保养和改造,上述固定资产的使用状况良好。公司固定资产成新率保持了较高的水平,总体成新率达到84.18%。公司固定资产不存在重大不良资产。截至2007年6月30日,本公司固定资产无对外抵押、担保情况。

2006年,公司固定资产增长的主要原因系中高档休闲茄克项目中大部份制衣设备到位、购买北京房产以及全国营销网络项目中本期投入使用的部分直营店完成购置及装修。

公司的无形资产主要是土地使用权。

公司流动资产中主要构成为存货、货币资金、预付账款,其资产流动性、安全性、获利性良好,可变现性较强。其中,公司存货最近三年来占主营业务成本比重稳定在30%-50%的区间内,存货保持与主营业务成本的同步增长。期间2006年存货期末数比期初数增长150.00%,主要原因有:(1)中高档休闲茄克项目建设完成,产能扩大,为扩大再生产公司储存较多原材料;(2)受暖冬气候的影响,部份冬季产品如棉衣、捍冬风衣尚未全部发货;(3)2007年春夏订货会提前召开,生产及采购均提前,部份春季产品已入库,但尚未发货。由于最近三年及一期公司存货未出现跌价情况,故未计提存货跌价准备。

2、负债构成　　单位:万元

项目	2007年6月30日		2006年12月31日		2005年12月31日		2004年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	8,600.00	22.29%	4,600.00	20.70%	-	-	-	-
应付账款	2,335.64	6.05%	1,285.49	5.79%	939.79	12.70%	549.73	12.33%
预收账款	19,814.20	51.35%	11,450.42	51.53%	4,523.69	61.13%	2,124.98	47.65%
流动负债合计	38,585.44	100.00%	22,220.65	100.00%	7,400.46	100.00%	4,459.25	100.00%
长期负债合计	-	-	-	-	-	-	-	-
负债总额	38,585.44	100.00%	22,220.65	100.00%	7,400.46	100.00%	4,459.25	100.00%

最近三年及一期,公司主营业务的快速发展推动资产和业务规模不断扩大,与此同时,公司的负债规模也有一定的增长,其中短期借款增幅和预收账款增长相对较大。

从负债构成分析,公司负债以流动负债为主,没有长期负债,其中预收账款是公司流动负债的最主要部分,这是因为目前公司产品的国内销售主要采取以代理制为主,代理商在下达订单时,均向公司缴纳一定数额的预付款,并在提货前付清全部货款,代理商缴纳的这部分预付款构成了公司预收账款核算的主要内容,并保持与公司收入同步增长。

(二)偿债能力分析

1、主要偿债能力指标及变动趋势

	2007年1-6月	2006年度	2005年度	2004年度
资产负债率(合并报表)	48.19%	37.26%	18.29%	12.93%
资产负债率(母公司)	35.59%	35.34%	19.77%	12.44%
流动比率	1.43	1.71	3.57	5.47
速动比率	0.96	1.00	2.72	4.28
利息保障倍数	37.13	131.24	445.62	22.33

2、偿债能力分析

近三年来公司的资产负债率逐年上升,但总体来看资产负债率相对较低,公司具有较强的偿债能力。公司的流动性较好。流动比率、速动比率在2006年后有所下降,主要原因是公司短期借款的增加,截至2007年6月30日,公司的银行借款余额为8,600万元。

2004-2005年,发行人以低负债率经营,主要原因是:

(1)期末发行人应付账款较少,仅占总资产的2%;公司为了获得较低的进货成本,通常预付供应商较多的货款,货款尾款通常也是及时支付给供应商。

(2)期末发行人银行借款余额较少。公司2004-2005年年末均无短期借款及长期借款余额。公司仅在流动资金不足时,向银行借款周转,流动资金充足时,就提前归还。此外,公司2004-2005年发生银行借款较少的主要原因是充分利用闲置募集资金,暂时补充流动资金。

(三)主营业务收入分析

1、主营业务收入的产品结构分析

公司主要产品为休闲服、休闲裤、T恤、衬衫、毛衫、其他类(主要为配饰)等。最近三年及一期公司的主营业务收入总体保持高成长的态势。按产品分类,其收入增长情况及占公司主营业务收入的比重情况如下:

单位:万元

主要产品	2007年1-6月		2006年度		2006年度		2004年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
服装	33,325.30	100.00%	48,382.21	100.00%	31,282.87	100.00%	24,563.38	100.00%
其中:休闲服	13,149.17	39.46%	23,044.24	47.63%	15,575.64	49.79%	13,519.28	55.04%
休闲裤	8,536.42	25.62%	7,785.09	16.09%	6,233.56	19.93%	3,375.62	13.74%
T恤	7,885.41	23.66%	10,082.08	20.84%	5,364.98	17.15%	3,938.81	16.04%
衬衫	1,975.41	5.93%	3,074.44	6.35%	2,706.38	8.65%	1,939.99	7.90%
毛衫	1,546.86	4.64%	3,825.66	7.91%	896.62	2.87%	1,613.70	6.57%
其他	232.03	0.70%	570.70	1.18%	505.69	1.61%	175.98	0.71%

(1)休闲服:在类别上涵盖传统茄克、棉褛、风衣、皮衣、大衣、单西、套西等,该类产品销售收入约占主营收入的40-50%。

(2)休闲裤:在类别上涵盖传统西裤、牛仔裤、休闲裤等,该类产品销售收入约占主营业收入的15%-25%。

(3)T恤:在类别上涵盖长袖T恤、短袖T恤等,该类产品销售收入约占主营收入的15%-20%。

(4)衬衫:在类别上涵盖长袖衬衫、短袖衬衫等,该类产品销售收入约占主营收入的5%-10%左右。

(5)毛衫:该类产品销售收入约占主营收入的5-10%。

(6)公司的其他产品中,在类别上涵盖围巾、领带、皮具、内衣、袜子等配饰品,该类产品销售收入约占主营收入的1%-5%。

2、主营业务收入的地区分布分析

单位:万元

地区	2007年1-6月		2006年度		2005年度		2004年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
华南	8,087.42	24.27%	13,342.82	27.58%	4,845.36	15.49%	2,858.53	11.64%
华东	11,358.17	34.08%	15,341.17	31.71%	11,917.59	38.10%	9,277.79	37.77%
华北	4,667.19	14.00%	7,181.14	14.84%	2,863.05	9.15%	2,291.69	9.33%
东北	3,950.41	11.85%	5,308.24	10.97%	3,734.29	11.94%	2,997.14	12.20%
西南	2,689.10	8.07%	3,443.33	7.12%	2,017.05	6.45%	2,080.78	8.47%
西北	1,856.64	5.58%	2,529.83	5.23%	1,613.91	5.15%	972.64	3.96%
国际市场	716.36	2.15%	1,236.68	2.55%	4,291.62	13.72%	4,084.81	16.63%
合计	33,325.30	100.00%	48,382.21	100.00%	31,282.87	100.00%	24,563.38	100.00%

公司的销售市场主要集中在华东地区和华南地区,目前来自该两地区收入占总收入约60%的比例。2006年,华南市场、华北市场增长速度超过100%,这主要得益于公司近年来在上述区域的网络建设与网络拓展速度较快,华北地区经济的进一步活跃也促成了销售的快速增长。

公司及子公司厦门七匹狼地处华南地区,子公司上海七匹狼地处华东地区,在营销资源分配上华南华东地区受益较多,而且这两地区经济增长较快,网点增加较多,所以,销售收入较其他地区高。

今后公司拟加强对华北、西南、西北地区的营销扶持,包括在重点省市设办事处,以对加盟商的店堂陈列、人员培训、促销宣传等全方位的服务。

2006年国际市场销售较前两年相比出现大幅下降,主要是由于公司致力于国内市场的开发,承接国外订单不多。

3、主营业务收入的季节性因素分析

服装消费每年随季节出现周期性波动,相应导致本公司生产经营存在一定的季节性波动特征。一般说来,服装企业在春夏季节销售形势看淡,在秋冬季节市场需求旺盛,本公司主导产品茄克的市场需求也会出现类似的情况。2006年,公司在秋冬季节实现销售收入约占全年收入的60%,而春夏两季的市场需求量相对较小,实现销售收入仅占全年收入的40%,因此公司销售收入呈现季节性波动,这种波动给公司现金流量的稳定性带来一定影响。

(四)主要产品、原材料价格变动对公司利润的敏感性分析

本公司产品成本主要由面辅料、人工成本、制造费用构成,2006年各主要自产产品成本构成如下表所示。

产品种类	面辅料	人工成本	制造费用	合计
休闲服	79.60%	12.59%	7.81%	100.00%
休闲裤	85.54%	9.63%	4.83%	100.00%
T恤	80.10%	8.79%	11.11%	100.00%
衬衫	82.42%	11.93%	5.65%	100.00%

公司产品成本构成中,面辅料占80-85%,原材料成本的变化将直接引起产品成本的不同,近三年来,原材料市场出现价格普遍上升的趋势。

公司产品成本构成中,人工成本占9-13%,人工成本的变化将直接引起产品成本的不同,近三年来,劳动力成本呈上升的趋势。

公司产品成本构成中,制造费用占5-10%,公司中高档休闲茄克项目建设完成后,折旧费用上升,所以,近三年来,制造费用呈上升的趋势。

近三年来,公司产品成本呈上升趋势,在一定程度上会引起毛利率的下降,但公司销售价的定价政策主要是采用成本加成方法,所以产品成本的上升趋势不会对公司盈利能力产生较大的影响。

第四节 本次募集资金运用

一、本次增发A股募集资金的原因

本次增发募集资金全部投资公司销售网络升级项目。

经过近几年的快速发展,公司初步形成了全国性的销售网络,但销售网点的形象、规模和数量等都需要优化、升级,才有利于公司未来更加迅速、健康的发展。

(一)销售网络的布局与结构的优化已经势在必行

随着消费者的日益成熟与消费层次的不断升级,销售终端形象对销售业绩的作用日益明显,雅戈尔、美特斯邦威、九牧王等国内知名服装品牌在大面积销售终端方面的快速扩张体现了服装行业销售网络发展的重要趋势——扩张重要商业区域的大面积销售终端。七匹狼通过多年的网络建设,销售终端已经达到1457家,截至2006年末公司销售网络的结构如下:

单店面积	800平方米以上	300-800平方米	300平方米以下
店铺数量(家)	4	56	1,397

作为国内著名的中高档休闲服装品牌,七匹狼主要通过区域商业中心的男士生活馆、旗舰店等大面积销售终端来展示公司形象,但1457个销售终端中只有男士生活馆4家、旗舰店56家,大面积销售终端严重不足。公司已经处于规模的快速增长和产品档次提升的重要战略阶段,不仅需要继续增加销售终端数量,提高男士生活馆与旗舰店数量已经迫在眉睫。

(二)销售网络的升级必须由公司大力参与

随着我国商业零售行业的产业升级以及零售业的对外开放,国内外品牌产品经营商对核心商圈优质店面、特别是大面积店面的争夺日益剧烈,优质店铺的稀缺性和取得成本都在不断上升。

大面积销售终端不仅是重要的产品销售力量,而且是公司形象的主要展示平台,因此,维持大面积销售终端,尤其是男士生活馆的长期性和稳定性就特别重要。公司必须采取购买和租赁相结合的方式建设以男士生活馆为代表的大面积销售终端,主要原因是:(1)大面积销售终端的形象展示功能需要在固定的地点、较长时间内持续经营才能充分发挥作用;(2)租赁方式取得的房产使用权在续约时面临不得续约或房租上涨的风险,在优质店铺稀缺和房地产市场价格不断上涨市场环境中尤为如此;(3)大面积销售终端对资金规模要求很大,且必须有较强的经营能力,并保持一定的稳定性。代理商受资金实力和管理水平的限制,独立建立大面积终端的进展缓慢;为迅速应对日趋激烈的竞争,公司必须主导和全面参与。

(三)必须使用长期资金进行销售网络的升级

最近三年一期公司的资产负债状况如下:

	2007年1-6月	2006年度	2005年度	2004年度
资产负债率(合并报表)	48.19%	37.26%	18.29%	12.93%
资产负债率(母公司)	35.59%	35.34%	19.77%	12.44%

公司近年的资产负债率较低,但本项目依然需要利用长期资金进行建设。(1)2004年以来公司的资产负债比率较低具有特殊原因。2004年7月公司首次公开发行股票的募集资金到位,募集资金在逐渐投入项目建设过程中存在暂时闲置的情况,公司依照相关程序利用暂时闲置的募集资金可补充流动资金导致2004、2005年的资产负债率处于一个较低的水平。2006年,随着公司募集资金项目的不断投入,为维持公司正常运营,公司借助债权融资的方式筹集经营资金,资产负债率较2005年有较大幅度的上升。2007年,随着公司发展速度的加快,备货量呈上升趋势,对流动资金的需求不断加大,流动负债会进一步上升。

(2)销售网络升级投资是重要的资本性支出,必须采用长期资金。公司在目前的经营环境中,获得长期资金的渠道主要是自我积累的留存收益和权益性融资,留存收益是循序渐进的自我积累方式,在短期内无法筹措本项目所续的投资;权益性融资不仅可以筹集项目的全部资金,而且有利于适当降低控股股东的控股比例、改善股权结构。

(四)销售网络的扩张将直接助推公司业绩的提升

2004年公司股票上市以来,销售网络的迅速扩张对公司销售收入的增长发挥了巨大的作用,公司2003年到2006年的专卖店(厅、柜)数量增长情况与销售收入和净利润增长情况的对应表如下:

	2006年		2005年		2004年		2003年
	数值	同比增长	数值	同比增长	数值	同比增长	
销售收入(万元)	48,382.21	54.66%	31,282.87	27.36%	24,563.38	33.16%	18,446.88
净利润(万元)	5,154.70	45.01%	3,554.76	23.03%	2,889.42	15.70%	2497.44
店铺数量(家)	1,457	50.52%	968	26.04%	768	39.64%	550

为了实现销售收入的进一步增长、企业规模的扩大、公司价值的提升,公司必须继续扩大销售网络的规模。

二、本次募集资金的使用计划

本次增发不超过3,000万股,预计募集资金6亿元左右,实际募集资金取决于最终的发行数量和发行价格。

本次增发募集资金将全部投资于公司销售网络升级项目。该项目总投资88,458万元,其中:固定资产及相关装修费用投资人民币68,258万元,铺底流动资金人民币20,200万元。项目建设期为12-18个月。

该项目资金不足部分由本公司自筹解决。若本次发行的实际募集资金净额超过6亿元,超过部分将用于补充公司的流动资金。

若因市场竞争等因素导致七匹狼男士生活馆在本次发行募集资金到位前必须进行先期投入,公司拟以自筹资金前期垫付,待本次募集资金到位后以募集资金补偿自筹资金的投入。

三、投资项目基本情况

本项目计划在北京、上海、广州、福州、西安等区域销售中心城市发展20家七匹狼男士生活馆,同时配套拓展200家七匹狼旗舰店,600家七匹狼专卖店。七匹狼旗舰店、七匹狼专卖店均由本公司的代理商、经销商进行建设,本公司仅分担部分装修用形象建材及陈列设备费用。20家七匹狼男士生活馆建设是本次销售网络升级项目的主体部分,其中10家男士生活馆拟采取自购店面、10家生活馆采取租赁店面的方式进行建设。

七匹狼男士生活馆功能定位为能提升公司产品在辐射区域内形象与销售的大型专卖店(一般位于中心城市核心商圈、面积在800平方米以上)。除承载产品的一般销售功能外,男士生活馆还在企业形象展示、新品发布、服务示范、员工培训等方面发挥重要作用。

20家七匹狼男士生活馆中,10家男士生活馆拟由公司自己经营,目前,在福建、上海、北京等销售区域内,公司的管理力量较强,适当推行自营销售,有利于增强市场拓展能力与公司的盈利能力。10家生活馆拟采取联营销售的模式。在公司管理力量较为薄弱的销售区域,通过公司的直接参与,加快男士生活馆建设的速度、提升公司品牌在当地的影响力、提高公司在当地的管理效率,推动销售收入的大幅度增加。公司拟与代理商发挥各自优势、资源互补、联合经营,收益分成。公司负责提供货品、店铺统一装修、管理人员培养,代理商负责店铺租赁、销售现场管理等工作,并约定分成比例。

本项目总投资人民币88,458万元,其中:固定资产及相关装修费用投资人民币68,258万元,铺底流动资金人民币20,200万元。

(一)固定资产及相关装修费用投资估算表　　(单位:万元)

序号	项目	建筑工程费	设备购置安装费	其他费用	合计
1	固定资产投资	53,400	12,000	2,858	68,258
1.1	工程费用	53,400	12,000	-	65,400
1.1.1	店面购置费	50,000			50,000
1.1.2	店面装修费	3,400			3,400
1.1.3	设备设施	-	3,600	-	3,600
1.1.3.1	扶梯货梯		600		600
1.1.3.2	中央空调		1,000		1,000
1.1.3.3	消防系统		300		300
1.1.3.4	电气设备		1,700		1,700
1.1.4	经营设备	-	8,400	-	8,400
1.1.4.1	信息系统		300		300
1.1.4.2	监视系统		200		200
1.1.4.3	收银设备		100		100