

上海拉夏贝尔服饰股份有限公司
关于本次公开发行 A 股可转换公司债券
募集资金运用的可行性分析报告

一、募集资金使用计划

公司本次公开发行 A 股可转换公司债券募集资金总额不超过 153,000 万元，扣除发行费用后，募集资金拟用于以下项目：

序号	项目名称	项目投资总额（万元）	使用募集资金（万元）
1	零售网络扩展建设项目	66,121.85	52,000.00
2	门店升级改造项目	43,550.66	41,000.00
3	智慧门店建设项目	17,205.67	16,000.00
4	物流中心建设项目	46,250.72	44,000.00
合计		173,128.89	153,000.00

本次发行募集资金到位前，公司将根据项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位之后予以替换、偿还。若本次公开发行扣除发行费用后的实际募集资金净额少于上述拟投资项目的募集资金投资额，公司将通过银行贷款和自有资金予以解决。

二、本次募集资金投资项目基本情况及必要性、可行性分析

（一）零售网络扩展建设项目

1、项目基本情况

本项目总投资 66,121.85 万元，拟使用募集资金 52,000.00 万元。公司计划通过本项目新开设 2,250 家直营门店，扩大公司营销网络的覆盖范围。项目将进一步完善公司全国营销网络体系，提升公司对终端渠道的管控和服务能力，最终提高公司的盈利能力。

2、项目背景及必要性分析

(1) 有利于优化各子品牌零售终端配比，增强公司盈利能力

在差异化的多品牌战略指导下，公司目前已经拥有 La Chapelle、Puella、Candie's、7m 及 La Babité 等多个风格互补、客群定位交织延展的大众时尚女装品牌，并推出了 POTE 等大众时尚男装品牌及 8eM 童装品牌。作为客户群体广泛的综合时尚集团，合理更迭成熟品牌门店以保证门店经营效率，并为具有潜力的品牌提供充足的发展资源，已经成为公司未来几年保持业绩稳健增长的重要因素。在国内品牌服饰增长放缓的大背景下，2017 年 La Chapelle、Puella 等成熟品牌存量店铺增速放缓，公司急需优化现有门店，调整店销欠佳门店，发掘优质门店，提升渠道质量；同时 JACK WALK、MARC ECKÖ、8eM 等品牌快速发展成为公司销售收入增长的重要推动因素，但目前门店数量仍然较少，发展潜力巨大，亟需公司提供资源保证品牌的快速发展。

随着本项目的实施，公司新兴品牌潜力将被逐步释放，或有可能成为公司强有力的业绩增长极。随着品牌线进一步完善，公司在国内的行业竞争力将得到提升。公司将在整合线下销售方面实现资源的升级，主要通过整合改善部分盈利能力较弱的店面，增加盈利能力较强或更具增长潜力的门店数量，全方位提升线下门店的运营能力，提高单店效益，优化公司各品牌的门店结构。

(2) 有利于优化门店区域布局，扩大营销网络覆盖范围

近年来公司积极调整销售渠道，加大购物中心渠道的拓展力度，并调整城市布局，进一步挖掘市场空间。据赢商网数据显示，2017 年我国拟开业购物中心 970 家，实际开业 504 家；2018 年我国拟开购物中心 937 家，估计全年最终实际开业数量在 500-600 家之间。受到商业地产宏观调控监管趋严和市场供应阶段性饱和的影响，虽新开购物中心数量仍会快速增长，但未来几年位置优越的优质购物中心增量或有可能逐步减少，地区分布将进一步扩展至商业不成熟地区。随着近年来我国一线城市市场竞争日趋激烈，二、三、四线城市的消费能力逐渐释放，其服装消费需求逐渐向二、三、四线城市靠拢。过去两年公司在这些地区门店的业绩增长表现优异，本项目在该类地区的拓展也符合公司将百货广场、购物中心等个性化、体验式的新零售业态推广至二、三、四线城市的趋势。

本项目实施完成后，公司将在全国范围内构建起一个更为完整、辐射能力更强的直营零售网络，进一步巩固公司竞争优势。

（3）顺应服装行业发展趋势，提高品牌影响力

近年来，消费者对品牌服饰的购买意愿和承受能力不断提高，我国规模以上品牌服饰公司的市场占有率显现出提高趋势。2017年，我国服装市场大多数品类市场集中度提高，虽然女装市场竞争仍然激烈，但中高端服饰品牌市场占有率仍不断提高。截至2018年6月30日，公司已拥有零售网点9,674个，在服装行业品牌服饰市场占有率提高的情况下，公司仍需持续进行营销网络建设，进一步增强在各个城市的渗透率，触达更多消费者。

同时，伴随着我国居民消费水平的提高和消费者选择范围的逐渐扩大，消费者心理发生了较大的变化，其购买动机呈现出从过去简单的功能性消费，逐渐转变成追求生活品质和文化认同的体验式消费。门店作为品牌服装公司触达消费者的前沿，能够更好的展示公司产品及文化，形成与消费者的良好交互。本项目的实施有助于公司扩大营销网络覆盖区域，提高品牌影响力，并向消费者提供更便捷的消费体验，为公司未来的进一步发展提供有力支撑。

3、项目可行性分析

（1）巨大的市场为项目顺利开展提供基础

服装消费是居民消费支出的主要类别之一，其市场需求直接受居民可支配收入水平的影响。国家统计局数据显示，我国城镇居民人均可支配收入由2011年的21,810元增长到2017年的36,396元，年复合增长率8.91%；我国农村居民人均纯收入也由2011年的6,977元增长到2017年的13,432元，年复合增长率11.54%。2012年十八大报告指出，“争取到2020年实现城乡居民人均收入比2010年翻一番”。同时，收入分配制度改革也将进一步释放中低收入阶层消费潜力。居民收入的持续增长为行业发展奠定坚实基础。

受益于居民可支配收入的不断提高，我国服装行业总体保持稳健增长，2017年限额以上企业（单位）服装鞋帽、针纺织品零售额达到14,557亿元，2012年

-2017年复合增长率达到8.28%。与此同时，2017年以来，国内本土品牌凭借对顾客消费习惯及偏好的更深刻认识，在市场竞争中优势逐步显现。国内庞大的消费群体和广阔的市场空间将为项目顺利开展提供了良好的基础。

（2）丰富的运营管理经验为本项目提供支持

公司在发展过程中一直期非常重视营销网络体系建设，店铺数量及营业面积逐年快速增长，截至2018年6月30日，公司已拥有零售网点9,674个，基本均为直营门店，公司已初步建成覆盖全国的多层次立体化的营销网络。多年来，通过对营销网点的管理和运营，公司在店铺选址、货品管理、店员培训、促销活动、效益评估等方面积累了丰富的经验和海量的数据，在此基础上，公司拥有了强大的门店拓展和管理能力。此外，未来公司将对信息化管理系统进行升级，将供应商、公司、加盟商整条供应链信息系统集中到统一的信息管理平台，实现公司各部门及上下游合作伙伴之间信息传输、交换和处理的无缝衔接，强化信息透明度，增强对上下游资源的整合力度，实现采购、物流、销售之间的快速反应。公司丰富的店铺拓展和管理经验将为本项目的顺利开展提供了强有力的支持。

（3）强大的人才储备为本项目的顺利实施提供了坚实的保障

公司依托企业战略，立足企业发展需求，聚焦人才培养，专注于内部员工的培训，在员工中传播企业文化，创造学习氛围，培育企业专项人才。通过健全的人才培训体系和人才保障计划，公司培养了一大批了解消费者、了解市场和熟悉公司业务的骨干力量，为项目的顺利实施提供了坚实的人员基础。公司还针对各品牌设有专门的设计团队，时刻关注目标群体的需求变化，及时把握流行趋势，不断开发并设计出深受市场欢迎的服饰产品。公司的设计师团队长期专注于服饰的调研与设计，对服装市场具有深刻理解，具备设计符合目标消费者需求的产品开发能力。

此外，公司拥有一支强大且稳定的管理团队，成员具有良好的教育背景、多年的行业经历和丰富的管理经验。经过多年的发展，本公司的管理团队已积累大量的行业信息和经验，熟悉行业的运作模式和管理模式，并与国内服装行业的主要参与者建立了紧密联系。强大的高层管理团队为营销网络的扩展提供了人才支

持，为营销网络建设目标的实现提供了有力的保证。

4、项目投资概算

本项目总投资额为 66,121.85 万元，投资的主要内容包括新开门店场地装修及设备费用、店铺租赁费用以及铺底流动资金。具体安排如下表所示：

序号	工程或费用名称	投资额（万元）
一	建设投资	54,621.84
1	门店装修投入	48,376.23
2	设备购置及安装	3,644.58
3	基本预备费	2,601.04
二	店铺租赁费	6,375.90
三	铺底流动资金	5,124.11
四	合计	66,121.85

5、项目经济效益预测

根据项目有关的可行性研究报告，项目预计内部收益率为 15.04%，投资回收期为 8.18 年。

（二）门店升级改造项目

1、项目基本情况

本项目总投资额为 43,550.66 万元，拟使用募集资金 41,000.00 万元。项目将针对零售门店的基础装修、空间布局、视觉基础形象识别系统进行重装升级，并对产品陈列和店面形象进行迭代更新，优化各品牌门店的终端形象和服务功能。

2、项目背景及必要性分析

（1）有利于提升零售终端形象，增强品牌影响力

对服装零售企业而言，品牌形象尤为重要。终端店铺是公司陈列产品、培育品牌、提升消费者体验的重要场所。目前，公司拥有数量庞大的线下直营店，根据 2-5 年的装修更新迭代速度，未来三年内公司有大量门店需要重新装修。

本项目的实施将改善装修设计老旧店面，升级部分现有专柜和专卖店，优化产品陈列效果，全方位迭代和提升公司零售终端的店铺形象和运营能力。同时，公司还将通过零售终端的升级换代来构建各子品牌全新的形象，提升其品牌价值，并且获得品牌溢价。因此，本项目的实施能够加大品牌对消费者的影响力，传递品牌文化，提升客户服务的档次，进而巩固和提升品牌竞争力。

（2）顺应消费升级的发展趋势

随着我国收入水平的逐渐提高，人们的消费观念也在进一步发生变化，从满足日常需求到追求改善和提高生活质量。消费观念的转变进一步促进了消费结构的升级，反映在服装产品上，也带来对优质的品牌形象和良好的购物体验的要求。因此，对于服装企业而言，优化和完善零售终端形象体系无论是在加强品牌的认知度、品牌效应等无形价值的方面，还是在加强围绕着产品的配套服务和消费体验等方面，都能使企业自身在顺应消费结构升级的同时，获得较强的市场竞争优势。

（3）门店升级改造有利于公司市场策略的实施，提升销售业绩

时尚行业的变迁和科技进步给服装行业带来了新的市场需求。多年来，公司坚持顾客体验至上，以定位鲜明、高品质、高性价比的服装产品满足顾客不同场景的着装需求。同时，公司也持续致力于为消费者提供良好的购物体验。通过门店迭代升级，着力提升店铺形象是一直以来公司线下渠道建设的重要组成部分。本项目实施后，公司将进一步对货品陈列、店容店貌等事项实行标准化、规范化管理。门店形象的优化有效保证了零售网点的新鲜度和时尚度，有助于吸引消费者的持续关注，推动销售业绩的提升。

3、项目可行性分析

（1）良好的品牌形象为本项目的顺利实施提供了扎实的基础

公司长期以来一直致力于服装行业的发展，产品的设计风格 and 优质的产品品质在行业内树立了优质形象，赢得了消费者的认可。公司良好的品牌形象和美誉度，将有利于保持公司顾客的忠诚度，同时，依靠口碑传播，也有助于吸引新消费群体的加入。

公司多年来的行业经验为本项目的实施提供定了扎实的基础。凭借品牌优势和顾客满意度优势，公司将充分挖掘品牌的市场潜力，持续深化品牌的影响力，保障公司的长远发展。

(2) 丰富的零售终端建设经验为本项目的顺利实施提供了有力的支持

经过多年来的发展，公司的零售终端遍布全国，截至 2018 年 6 月 30 日，公司经营零售网点数量已达到 9,674 个。基于庞大的规模，公司形成了较为完善的线下渠道建设管理制度与流程，在环境设计、道具设计、场地造型设计等方面拥有丰富的经验。与此同时，公司也在不断积累门店建设方面的专业人才。丰富的门店建设经验和充足的人才储备为本项目顺利实施提供了有力的支持。

4、项目投资概算

项目总投资为 43,550.66 万元。含装修工程 41,476.82 万元，基本预备费 2,073.84 万元。项目建成后，公司零售门店的服务能力和品牌形象都将得到提升。项目具体投资安排如下表所示：

序号	工程或费用名称	投资额（万元）
一	建设投资	43,550.66
1	装修工程	41,476.82
2	基本预备费	2,073.84
二	合计	43,550.66

(三) 智慧门店建设项目

1、项目基本情况

本项目计划投资 17,205.67 万元，拟使用募集资金 16,000.00 万元。本项目通过对公司门店进行智能试衣间系统、智能陈列管理系统和门店智能管理系统升级，提高门店的经营效率。

2、项目背景及必要性分析

（1）完善 RFID 系统，提高门店经营管理效率

无线射频识别（Radio Frequency Identification 即 RFID）技术以其自动识别目标对象，可快速地进行物品追踪和数据交换的功能，被广泛应用于服装行业的生产管理、物流管理、门店管理。为提高货品精细化管理能力，公司从 2017 年起在供应链环节全面上线 RFID 系统，实现了服装从供应商到仓库再到零售门店的物流管理，系统较大程度提高了公司供应链管理效率，但能够实现更多模块功能的零售门店 RFID 软硬件配套设备尚未部署，亟需本项目部署的 RFID 门店设备，进一步赋能门店日常经营管理，提高门店管理经营效率。

本项目是对原有门店信息系统的升级，通过开发内部管理 APP，公司对门店、店员可实现精细化管理；对消费者在店内的行为进行监测，利用 RFID 标签和相关读取设备，门店管理人员能够通过可视化的服装数据，实时了解同一件服装在店内的摆放时间、试穿次数和库存情况等数据，及时调整门店的营销策略或设定补货机制。为了更好地执行公司 O2O 战略，公司门店间承担起对线上下单客户发货，门店间调货的功能，本项目实施后，门店间能够更高效地实现货品横调、门店退货到仓库货品，通过扫码等简易操作可实现库存和发货管理。在门店日常管理中，门店的陈列监测设备能够实时反应出所有待售服饰在店面中的情况，方便客户查询和门店管理人员对店内产品进行监控。

（2）赋能线下门店，增强消费者门店体验

伴随着我国居民收入的提高和消费观念、习惯的变化，消费者在实体门店进行产品选购时，对购物环境和产品体验需求增加。除了更个性化的品牌宣传和更人性化的场地装修外，服装行业在零售门店尝试为消费者在消费过程中提供了更为舒适和具有认同感的服务，借助智慧门店服务系统，公司门店能够为客户提供更加便捷舒适的购物体验。如智能设备检测出消费者的试衣偏好和尺寸偏好后给出搭配建议，并将顾客的试衣情况传输到店员的手持设备中，方便店员进一步跟进客户的需求。此外，本次信息化升级还将完善会员信息系统，在经过会员授权后公司能够利用信息采集设备，更好的了解到消费者当次和往次的商品偏好和购物行为偏好，配合顾客的购买记录等其他信息，向客户提供更为针对性的推荐，或根据顾客的即时需求，调动产品库存向消费者提供其需要的产品。

(3) 搭建门店端数据系统，提高大数据应用能力

服装企业具有产品种类繁多、产品交易频率高和顾客群规模庞大等特点，在日常经营过程中产生的内外部数据量巨大。数据分析被广泛应用到服装企业的产品营销和管理决策中，是业内企业的经营管理的分析基础。然而过去业内企业对数据的获取更多局限于自身门店的营业额和产品销售等情况的微观层次，数据分析仅作为管理工具和使公司经营境况可视化的标尺，数据的深层价值远未被有效开发。面对激烈的市场竞争环境，高效的管理运营流程和定位准确且消费者认可的产品成为业内企业保持良好发展的前提。

公司作为细分行业内极具影响力的领先企业，依靠内部高效的管理体制和强大的市场分析能力，在数据挖掘方面已建立了科学的收集体系和有效的分析模型，但受制于现有门店人力及硬件水平的限制，公司对客户信息收集能力难以为公司销售和战略执行的流程提供进一步支持。此外，会员体系效率低下、客户数据精度不够一直是零售行业数字营销的难点，公司在拓展线上渠道的过程中，已经根据线上销售信息形成了一定数据沉淀，但同样面临近万家线下门店客户、客流信息数据从经营管理角度获取不完整的情况。公司亟需更加有效的客户信息采集模块和后端分析系统，搭建兼具信息收集、交易促成、门店信息实时传导等功能以增强公司的营销运营能力。

3、项目可行性分析

(1) 丰富的信息化建设经验为智慧门店建设提供经验支持

近年来，公司信息化建设稳步推进为本项目的建设提供了丰富的经验。2017年公司以RFID为核心的供应链系统已经顺利实施，信息系统升级的方案供应商对公司的诉求和业务情况有深刻理解，能够快速部署。公司经过多年信息化建设的探索，对服装行业和公司经营发展中的信息化、数字化需求的认识已越为清晰，信息化推进能力不断增强。公司拥有的基础设备的规模和应用技术为各类业务的应用系统和信息系统提供了稳定可靠的基础平台。这些都为公司的信息系统项目的相关软件开发及维护提供了强劲的技术支持以及宝贵的运营经验。公司的线上门店和会员系统等数字化等信息化系统组成部分已经具备了较为完善的实施条

件，能够在信息化系统推进时直接进入应用推广阶段，减少信息化系统升级所需的磨合期。此外，公司在过去发展过程中管理经验的积累为本项目的实施提供了有力保障，在公司强大的知识支持下，本项目的实施方案将被高效地优化。公司完整可靠的信息化基础系统同样为本项目的顺利执行提供了有力保证，成熟的信息模块为信息化系统升级提供了良好的承接，沉积在各系统中的数据将为数据平台的搭建提供大量数据支持。

本次公司信息化建将充分借鉴过去信息化建设的成果，在现有信息化系统的基础上进行升级、改造和补充，将过去相对独立的各个信息化职能子系统整合，提高各个系统的效率，促进公司内部各部门信息化的充分协调。公司良好的信息化基础为本项目的顺利实施提供了坚实的基础。

（2）本项目新建信息化模块的可实施性已被充分证明

本项目是公司信息化升级中门店环节的主要部分，在过去几年信息化建设对提升公司经营效率的效果已经得到一定程度的验证。作为门店信息化升级的重要举措，本项目对门店经营信息的汇集需求是公司供应链管理和经营信息化中形成的阶段性需求，项目建设内容的可操作性和优越性已充分证实。

此外，随着零售行业信息化技术的快速发展，本项目建设过程中能够取得成熟和高性价比的软硬件设备。本项目中采用的陈列管理、服装位移管理等信息化模块已在同行业部分企业中得到应用，并取得了良好的使用效果，除了防盗、防串货等基础功能外，高度信息化的门店还通过消费者在店内的试衣行为，形成消费者挑选习惯、不同衣物的受欢迎程度等店内数据，已为同行业公司的生产、经营、营销提供了有力的数据保障。公司作为行业内的领先企业，具备对门店信息化的产品的部署、运营、分析能力，确保本次智慧门店信息化系统升级建设内容顺利实施，通过数字化武装门店，提高经营效率。

（3）高效的执行力为本项目的执行提供可靠保障

公司门店基本为直营店，可控度和执行效率较高。近年来公司持续优化组织架构。公司通过深化大区建设，在门店开发、商品管理和人力资源管理等方面总部向销售大区进行充分授权，提高大区在贴近销售一线、快速反应决策方面的积

极性与有效性。同时，在门店管理方面，公司推行门店标准化管理，规范管理所有网点，提升运营效率。项目开展后，公司将制定详细的执行计划，确保项目自上而下稳步推进，硬件设备安装、门店人员培训和后端信息系统建设各环节无缝衔接。此外，公司信息化团队深入了解公司各部门及各类业务的实际需求，熟悉公司的运营流程，具有高效执行能力，为项目实施提供保障。

4、项目投资概算

本项目总投资额为 17,205.67 万元，其中建设投资 16,805.67 万元，实施费用 400.00 万元。本项目硬件设备投入主要用于门店 RFID 探针、服装智能展示设备、会员 WIFI 探针及其辅助设备的采购以及安装费用；软件投入用于开发客流统计与智能排班管理平台、智能试衣间与智能陈列管理平台和店员/店长管理 APP 平台的操作系统及数据库。项目具体投资安排如下表所示：

序号	工程或费用名称	投资额（万元）
一	建设投资	16,805.67
1	硬件设备	13,905.40
2	软件设备	2,100.00
3	基本预备费	800.27
二	实施费用	400.00
1	软件授权使用费	400.00
	合计	17,205.67

（四）物流中心建设项目

1、项目基本情况

本项目分别拟在成都和天津扩建公司西南、华北地区供应链及物流中心，投资总额为 46,250.72 万元，拟使用募集资金 44,000 万元。

2、项目背景及必要性分析

(1) 提升供应链承载能力，满足公司进一步发展需要

截至 2018 年 6 月 30 日，公司的零售网络遍布全国 31 个省、自治区和直辖市，包括 9,674 个零售网点。未来公司还将继续扩大在全国的零售网络体系，填补空白区域，进一步巩固并加强在二、三线城市的布局。针对国内增长迅速的线上零售市场，自公司于 2014 年 8 月在商业零售网上购物平台天猫第一次开设网上旗舰店以来，公司线上销售增长迅速，2017 年线上业务收入同比增长 44.86%，占公司收入的比重高达 14.9%。同时，公司未来还将继续进行线上销售渠道的建设，以适应移动互联网下的消费模式和习惯。随着公司门店的不断扩展、线上销售收入快速增长、O2O 战略持续推进，现有成都、天津、太仓的三个物流中心已经难以承载公司的物流需求，亟需新建物流中心提高公司供应链的承载能力。建设更多高效智能的现代化仓储物流中心是公司持续发展的基础保障。

(2) 智能化仓储提高供应链效率

随着物流行业的发展尤其是物流硬件基础设施的不断升级，智慧物流被应用到更多行业中，服装产品具有热销产品周期短、供应链中 SKU 品类繁杂、对库存敏感等特点，对智慧物流的依赖程度极高。公司作为服装行业内领先企业，供应商数量巨大、门店地址分布范围广且产品种类繁多，对物流运行效率的要求极高。随着服装行业竞争日益加剧和公司物流环节压力不断增大，目前物流中心难以满足公司物流精细化管理需求。2017 年以来，公司已开始迭代物流的信息化系统，提高门店的信息化程度并搭建包括物流系统在内的大数据智能分析系统，智慧物流中心作为其中的重要模块必不可少。本项目的建设将通过天津、成都物流基地的建设，全方位打造智慧物流中心，为公司供应链体系高效运转提供保证。

本项目通过建设信息化的仓储物流中心，实现对销售计划、订单管理、分拣包装、运输发货、存货管理等一体化管理，实现货物存储细化到仓库货位，方便对货品的快速存储、收发及查询；通过在仓储物流中心使用自动分拣系统、电动传输带系统等自动化软硬件设备的应用，提高新品的配送效率和过季品的分拣效率，加强公司对供应链的掌控能力，促进公司的经营管理向精细化发展。本项目的实施将大幅提升公司物流仓储配送能力，满足日益扩大的市场需求，提高公司的整体运行效率。

3、项目可行性分析

(1) 丰富的供应链及物流中心建设经验为本项目实施提供经验支持

经过多年经营，公司充分认识到供应链管理的重要性，致力于建设高效的仓储运营管理体系。公司目前在现有物流中心已经初步实现仓储智能化，通过使用播种式电子标签拣选系统、自动称重系统、自动包装系统、线路分拣系统、仓库管理系统、订单管理系统、监控机等智能化系统及设备，提高了新品的配送效率和过季品的分拣效率，加快了供应链系统的快速反应能力，提高了公司的整体运作效率。

公司现有的供应链及物流中心模式具有很强的可操作性和可复制性。因此，公司在供应链及物流中心运营的经验将为本项目的建设提供有效的支持。

(2) 成熟的智慧物流技术为本项目的实施提供了技术基础

随着我国制造业水平的不断提高以及对引进技术的消化吸收，本土企业中逐渐形成了一批具有自主研发、设计、生产、安装调试和售后等全链条服务能力的物流产业综合性设备提供商。近年来，由于我国电子商务的快速发展，智能仓储设备的投入不断加大，行业技术水平日趋成熟。在公司过去的发展过程中，已经和智慧物流产业的优质服务商建立了紧密的合作关系，在本项目的实施中可以针对公司实际需求和过去仓储存在的问题进行定制化开发，为项目的顺利实施提供保障。

(3) 智慧物流受到国家政策支持

物流行业是我国重要的民生行业，物流行业的运行效率对经济发展起着至关重要的影响，近年来国家密集出台新政策支持物流行业发展，先后颁布了《关于进一步推进物流降本增效、促进实体经济发展的意见》、《关于积极推进供应链创新与应用的指导意见》、《“互联网+”高效物流实施意见》等对物流行业有深远影响的政策法规。其中，2018年5月28日，商务部、财政部联合发布《关于开展2018年流通领域现代供应链体系建设的通知》，该通知指出我国物流行业下一步目标是“城市消费品社会零售总额同比增长高于全国平均水平，重点行业平均库存周转率同比提高10%以上，供应链综合成本（采购、库存、物流、交

易成本) 同比降低 20%以上”，主要任务是“打造跨区域全国性物流枢纽、引导区域性物流配送中心转型升级、加强商业物流基础设施建设改造，鼓励大型城市周边、市（县）物流配送中心由存储型、自建自用型仓库向快速周转型自动化仓库升级，成为提供‘一对多’社会化服务的物流节点”。

成都和天津作为我国物流重镇，积极响应国家号召，鼓励当地物流项目发展，具有良好的物流基础设施和政策环境。2018 年 8 月 9 日，天津市发改委出台了《天津市物流业空间布局规划（2017-2035 年）》，规划确定了物流行业在天津市未来经济发展的重要作用，强调要推进天津市物流资源有效整合、合理配置，提升物流产业集聚化、现代化、专业化发展。此前天津市还出台了《天津市进一步推进物流降本增效实施细则》等多部文件，对规范公路货运通行管理、完善公路货运执法工作、优化货运车辆通行管控、精简货运审批手续、深化货运通关改革等物流行业发展的具体改造做出指示。成都市 2017 年 8 月也出台了《关于创新要素供给培育产业生态提升国家中心城市产业能级若干政策措施的意见》，明确成都市物流客运行业的重要性。项目所在地对当地物流行业的支持，还能够进一步促进当地物流基础设施的建设和物流行业的发展，为公司物流中心的建设和运营提供强有力的保障。

4、项目投资概算

本项目总投资额为 46,250.72 万元，投资的主要内容包括：工程建设费用 38,981.50 万元，工程建设其他费用 2,961.00 万元，设备购置及安装 2,105.80 万元，基本预备费 2,202.42 万元。

三、本次发行对公司经营管理和财务状况的影响

（一）本次发行对公司经营管理的影响

本次募集资金投资项目中的零售网络扩展建设项目有利于优化各子品牌零售终端配比、扩大营销网络覆盖范围、提升品牌影响力；门店升级改造项目及智慧门店建设项目有利于提升零售终端形象、增强消费者体验、提高门店经营管理效率、提高大数据应用能力；物流中心建设项目有助于公司提升供应链承载能力

和供应链效率并优化物流流程。综上所述，募集资金投资项目的实施将对公司的经营业务产生积极影响，有利于提高公司的持续盈利能力、抗风险能力和综合竞争力，有利于公司的可持续发展，符合公司及公司全体股东的利益。

（二）本次发行对公司财务状况的影响

本次可转债发行完成后，公司总资产规模将增加，资本实力得以增强。从短期看，公司资产负债率将有所上升，但可转债较低的利率水平不会对公司的短期偿债能力造成重大不利影响，同时可转债完成转股后公司资产负债率将较前期降低，且净资产规模将得以提高，有利于优化资本结构，增强公司抗风险能力。由于新建项目产生效益需要一定的过程和时间，因此每股收益和加权平均净资产收益率等财务指标在短期内可能出现一定幅度的下降。但是，本次募集资金投资项目将为公司后续发展提供有力支持，公司的发展战略将得以有效实施，公司未来的盈利能力、经营业绩将会有所提升。

四、可行性分析结论

综上所述，本次公开发行 A 股可转换公司债券募集资金的用途合理、可行，符合国家产业政策以及公司的战略发展规划方向。本次募集资金投资项目的实施，将进一步扩大公司业务规模，提高运营效率，提升服务能力，增强公司综合竞争力，有利于公司可持续发展，符合全体股东的利益。因此，本次募集资金投资项目是必要可行的。

上海拉夏贝尔服饰股份有限公司
董 事 会
2018 年 9 月 21 日

