

证券代码：600400

证券简称：红豆股份

江苏红豆实业股份有限公司
2023 年度非公开发行 A 股股票
募集资金使用可行性分析报告

二〇二三年一月

一、本次非公开发行募集资金运用计划

本次非公开发行 A 股股票募集资金总额不超过 120,000.00 万元（含本数），扣除发行费用后，募集资金净额拟投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	总投资额	以募集资金投入
1	红豆品牌体验店升级改造项目	45,000.00	45,000.00
2	红豆品牌电商中心建设项目	35,000.00	35,000.00
3	红豆品牌设计研发中心建设项目	11,000.00	11,000.00
4	补充流动资金	29,000.00	29,000.00
合计		120,000.00	120,000.00

在本次非公开发行募集资金到位之前，公司将根据募集资金投资项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照相关法规规定的程序予以置换。

若实际募集资金数额（扣除发行费用后）少于上述项目拟投入募集资金总额，在最终确定的本次募投项目范围内，公司将根据实际募集资金数额，按照项目的轻重缓急等情况，调整并最终决定募集资金的具体投资额，募集资金不足部分由公司自筹解决。

二、本次募集资金投资项目可行性分析

（一）红豆品牌体验店升级改造项目

1、项目基本情况

为推进公司进一步科学规划、创新升级和可持续发展，公司拟在不新增建设用地上，在国内部分二三线城市中选取基础较好的300家现有直营店进行软装、软硬件升级改造，打造品牌体验店；另在国内重点城市中选取10家现有优质直营店进行整体设计改造，打造品牌体验旗舰店。

通过本项目的建设，公司将为客户提供更舒适的购物环境，增强用户互动体验，提升服务品质和客户满意度，充分展示公司和品牌形象，提高销售量；并实现服装门店经营数据及时、全面、自动的实时采集与分析，集成品牌管理、供应链管理和营销网络管理等业务，进一步夯实公司线下渠道优势，提升公司整体核心竞争力。

2、项目实施背景

(1) 服装零售市场复苏回暖，服装行业迎来发展新时代

“衣、食、住、行”是人们生活中最为基础且不可缺少的消费，服装行业作为马斯洛夫理论的底层需求之一，其刚需性质的基本特征明显，随着宏观经济发展和人均可支配收入的提高，我国服装零售额相应快速增长，且表现为与宏观经济走势共振。

2018-2020年，在宏观经济增速放缓、中美贸易摩擦、新冠疫情的影响下，国内消费环境整体较为低迷，服装零售行业的上下游产业链均遭受冲击。2021年以来，随着国内疫情逐步得到控制和缓解，居民人均可支配收入的持续增加，消费被外生的疫情因素短暂抑制后得到释放，服装消费开始复苏回暖，2021年我国限额以上服装类商品零售额达9,974.6亿元，同比增长14.20%。未来，随着我国纺织服装产业链的逐步恢复与升级转型、居民收入的持续增长，我国居民消费水平将持续提高、消费结构将不断优化，服装行业也将迎来跨越式发展的新时代。

(2) 男装市场竞争加剧，新零售转型加快

近年来，国内男性消费者对服装的诉求已由保暖、体面转变为彰显自我个性、穿着品味和价值观，并通过借助服装来实现在不同场合、不同身份间的转变。同时，以大数据、人工智能、移动互联网、物联网为代表的信息技术全面创新升级，推动服装零售模式不断发展演变，线下渠道的运营向科技化、体验化发展，消费场景化成为主流趋势，实体店智能化、电子商务体验化双向融合的全顾客、全渠道、全时段、全链路、全数据的新零售模式正在立体构建，强化了品牌与消费者链接服务。我国男装行业进入新的转型期，国内男装品牌企业加大对新零售渠道的布局力度和改造升级，使产品和服务更加贴近消费者，不断探寻新的增长点，男装市场竞争加剧。

3、项目实施必要性

(1) 提升零售门店形象，提升服务体验

在零售行业的发展和变革下，公司以消费者为中心，基于数字零售创新，以“红豆男装”品牌，实现商品开发、生产供应、商品零售等各个环节的打通，建立覆盖线下门店、线上店铺的全渠道营销网络体系，以全渠道、全场景、全链路的运营形式，为消费者提供便捷购物体验。

零售门店是公司服务消费者的主要场所，在国内网购普及率已至高位的背景下，

零售门店应更注重消费者参与和感受的服务体验，更生动的展示服装产品设计和公司品牌形象，提供区别于线上渠道的差异化竞争力。

现有门店的改造升级亦是提升消费购物体验的重要方式，本项目拟对公司现有基础较好的优质直营门店进行软装、软硬件升级改造，其中品牌旗舰店10家，品牌体验店300家。门店升级后将为客户提供更舒适的购物环境，依托门店数字化建设增强用户互动体验，充分展示公司和品牌形象，提升服务品质和客户满意度，从而吸引客流并延长消费者在店时间，提高单店营业收入。

(2) 赋能线下营销渠道，扩大品牌影响

随着数字化时尚消费全面升级，市场新物种持续涌现，中国成为全球服装行业最为活跃的商业模式创新中心。服装零售领域人工智能渗透率大幅提升，时尚消费趋势分析、时尚智能搭配、营销文案生成等智能技术加快应用，数字技术零售应用场景不断拓展。

通过本项目的建设，公司将在现有直营店中选取部分基础较好的优质门店进行数字化升级改造，赋能线下营销渠道，实现服装门店经营数据及时、全面、自动的实时采集，通过信息管理系统对这些数据加以分析和利用，打造新一代“数字化品牌体验店”，从而提升服装零售店的智能化水平，降低库存成本、管理成本，提升坪效，增强公司持续发展动力，扩大品牌影响力和核心竞争力。

(3) 落实公司发展战略，巩固行业地位

公司坚持“重点发展红豆男装零售业务，加速实施智慧化建设，推动公司向‘智慧创造运营’经营模式转型”的发展战略。近年来，公司以“进化增效”为发展主题，聚焦男装主营业务启动品牌高端化战略升级，明确了“经典舒适男装”新定位，重点在研发、渠道、传播等方面加大投入，保障战略升级的执行落地。

通过本项目的建设，公司将打造全方位舒适的店铺形象，以新形象承接转型，强化“经典舒适男装”定位，将进一步巩固线下重点省份和重点城市主流商圈的渠道优势，将有利推动公司品牌高端化战略升级的落地实施，巩固并提升公司在男装市场的行业地位。

4、项目投资概算

本项目总投资为45,000.00万元，其中建设投资为41,532.62万元，铺底流动资金3,467.38万元。

5、项目实施主体及地点

公司将以现有自行开设的直营店实施本项目，店面主要集中在江苏、上海、浙江、安徽等多个重点省份和重点城市的主流商圈。

6、项目建设周期

本项目建设期为3年。

7、项目预期收益

本项目是对公司线下渠道的直营店进行升级改造，以提升营销网络的经营效率，进而促进营销网络整体销售水平的提高。由于本项目的实施不直接产生经济效益，故未作单独的经济效益评价，项目实施后产生的间接效益将在公司的经营中体现。

（二）红豆品牌电商中心建设项目

1、项目基本情况

纺织服装业是创造美好时尚生活的基础性消费品产业和民生产业。当前，电商已成为服装零售市场上最重要的销售渠道之一，除天猫、京东、唯品会等主流平台外，持续涌现了如拼多多、抖音、小红书、云集等新一批规模化平台，电商渠道未来正朝向多极化演进，服装企业开展电子商务成为新趋势。

公司为推进公司科学规划、创新发展，决定实施红豆品牌电商中心项目建设，通过打造电商大数据平台，整合生产、销售、售后服务等信息要素，并与公司物流系统建立实时连接，真正实现公司供应链物流与公司信息系统的集成化与一体化。建设电商中心，将进一步提升公司基于线上电商渠道的产品营销能力，扩大销售业绩；打造公司在行业发展新趋势下的新型能力和可持续竞争优势，增强公司持续发展动力，扩大品牌影响力和核心竞争力。

2、项目实施背景

（1）网络零售规模持续增长，服装企业加速线上布局

随着网络环境的大幅改善，网购用户数量不断增长，根据CNNIC数据，截至2021年末，国内网购用户规模达8.4亿，占国内网民总数的81.6%。根据国家统计局数据，网络零售市场规模在中国社会零售市场规模的占比从2016年的占比15.5%上升至2021年的29.7%，未来线上渠道的渗透率仍将上升。随着网购用户的增长和网购习惯的养成，国内网络零售市场持续受益。

网络购物的便捷高效，使得其已深入百姓生活的诸多方面。目前电商服装零售市场上，除天猫、京东、唯品会等主流平台外，持续涌现了如拼多多、抖音、小红书、云集等新一批规模化平台，此外还有依托微信生态圈的数个微商城也势头良好。

在零售新业态、新模式快速迭代的背景下，众多品牌服装企业正加速线上渠道布局，电商渠道已成为新时代服装企业必须依赖和重视的销售渠道。

(2) 直播电商成为服装行业市场渠道新突破口

近年来，直播电商生态系统日趋完善，供应链、网店、MCN机构、主播、平台、用户、服务商以及政府部门等多种角色各司其职。生态分工走向专业化、精细化、垂直化，通过相互配合、相互合作，共同为用户提供更好的购物体验，形成一个快速发展而又活力十足的新生态。

作为一种互动型的交易方式，直播电商让消费者可以更加直接和有效了解到产品属性和用途，也能够快速解答甚至解决消费者疑问和需求，被越来越多消费者接受和喜爱，是一个新的销售渠道。用直播的方式，实现实时与产品更新相结合的模式来服务粉丝人群，相比到店消费，客户不再局限本地，直播电商粘性更大。同时，主播作为衔接产品与粉丝的中间桥梁，可去除大部分中间渠道环节和广告费用，利润空间较大，也能够更好的强化对公司自身品牌的宣传力度。

3、项目实施必要性

(1) 新业态新模式引领新型消费为产业发展带来新动能

进入数字经济时代，催生服装行业新业态、新模式的更新与价值延伸，公司通过运用现代互联网及其他数码科技技术，将商城、服装生产车间、样衣间、搭配间、秀场、体验中心等直接呈现在终端消费者面前，可以使消费者足不出户即可进行一次接近身临其境的购物体验。传统服装企业结合运用线上直播、VR等新业态、新模式，

有效的实现了线上线下融合发展，实现了开拓渠道、盘活库存等独特作用。因此，有必要将电商技术深度嵌入传统生产及流通环节，全面赋能传统实体经济，加大助力传统产业转型升级，为传统产业注入新的活力和动能。

(2) 增强电商渠道优势，协同完善全渠道营销网络体系

在零售行业的发展和变革下，公司以消费者为中心，基于数字零售创新，以“红豆男装”品牌，实现商品开发、生产供应、商品零售等各个环节的打通，建立覆盖线下门店、线上店铺的全渠道营销网络体系，以全渠道、全场景、全链路的运营形式，为消费者提供便捷购物体验。

线上渠道方面，公司目前以平台电商为主要销售来源，主要入驻了天猫、京东等第三方电子商务平台，依托平台流量，通过直播带货等形式促成销售。近年来，社交电商处于快速成长期，公司加强品牌运营维护与KOL种草，以新媒体渠道为触点，通过图片、文字、短视频、直播等多种方式提升消费者粘性和活跃度，大力提升电商渠道销售收入。公司作为较早布局电商渠道的男装企业，目前电商运营团队已初具规模，取得了较好的线上销售业绩。2021年度，公司红豆男装小程序累计GMV达2.89亿元，同比增长近3倍，公司直播销售GMV达6,742.86万元，同比增长216%。其中天猫单次达人专场直播销售突破2,160万，曾荣登男装品类当日销冠。

随着公司电商渠道销售业绩快速增长和电商业态的多元化发展，搭建自主化、高水平电商运营环境愈发迫切。通过本项目的建设，将为公司电商业务提供一个相对稳定的运营场地以及各类软硬件配套设施，进一步改善公司电商运营环境，支持电商渠道销售业绩不断提升，协同完善全渠道营销网络体系。

(3) 增强电商运营能力，提升公司核心竞争力

在全球化经济背景下，中国服装企业面临更为复杂多变的市场。新生代消费者对服装产品的需求出现了多样化、差别化、个性化和品牌化的趋势，对服装产品的更新换代要求更高更快。服装行业当前正处于基于电子商务调整产品销售模式的重要时期，电商运营能力已经成为服装企业核心竞争力的重要组成部分。电商运营能力的提升，除要求较高水平的营销活动策划团队，还需要高标准的软硬件环境和适合电商渠道销售的高品质产品。

本项目实施地点位于长三角一体化示范区内的上海市青浦区，将充分利用上海市青浦区的地理位置优势、营商环境优势和互联网产业政策，为公司电商运营团队提供更好的经营环境；同时，借助上海的人才资源优势、国际化优势，引入国内外高端电商人才，提升公司电商运营团队的专业化水平。通过本项目的建设，有利于提升公司线上线下全渠道销售能力，拓展公司业务与电商融合的广度和深度；有利于大幅增强公司的电商运营能力，巩固并提升公司核心竞争力。

4、项目投资概算

本项目总投资为35,000.00万元，其中建设投资为33,111.67万元，铺底流动资金1,888.33万元。

5、项目实施主体及地点

本项目实施主体为公司全资控股公司上海红豆电子商务有限公司，实施地点预计为上海市青浦区赵巷镇沪青平公路以北，规划佳悦路以东，亩浜河以南、以西。

6、项目建设周期

本项目建设期为3年。

7、项目预期收益

项目进入运营期后，预计年均可实现营业收入42,238.00万元，实现年均利润总额4,821.68万元；经测算，项目投资财务内部收益率为11.41%（所得税后），投资回收期为9.19年（所得税后，含建设期3年），项目预期效益良好。

（三）红豆品牌设计研发中心建设项目

1、项目基本情况

红豆品牌设计研发中心建设项目是公司在长三角地区的上海核心区战略布局的重要节点项目。为了推进红豆品牌战略向高端化、自主化、时尚化、智慧化等领域转型拓展，策应江苏高端纺织“产业强链”行动及高质量发展，发挥上海国际时尚大都市在研发设计、品牌运营、智能制造、人才集聚、国际市场等前沿优势，依托公司自主技术突破及市场供应链优势，紧抓国际国内产业转型和升级重大机遇，由生产运营型向创造运营型转变，打造从产品设计、功能面料研发、产品智能制造到终端产品品

牌运营的价值链，公司拟在上海市青浦区建设集科技研发、时尚设计、智能制造、质量管理、品牌培育及人才培养为一体的服装品牌设计研发中心，增强自身的自主创新和产品管理能力。

本项目建设可进一步拓展公司关键产业链向研发设计和营销两端延伸，提高产品附加值，并带动终端产品向功能化、高端化方向发展，进一步提升品牌价值。项目建设符合国家及上海市青浦区产业政策和发展规划。

2、项目实施背景

（1）服装强国建设正在推向新高度

“十四五”时期是中国服装行业开启服装强国建设新征程崭新的五年，纺织服装行业“十四五”发展重点任务提出要加快建设以市场为导向、以企业为主体、产学研用相结合的科技创新体系，构建纺织全产业链创新平台。积极推进国家制造业创新中心、产业技术创新联盟、产学研用联合体等创新平台建设，加强交叉学科、跨领域合作创新平台建设，建立创新平台协同机制，促进行业关键共性技术研发与成果转化。先进技术、流行趋势、品牌文化融合体现在纺织产品的设计和生产中，满足功能、时尚、绿色等升级消费需求。加强信息技术在流行趋势预测、创意设计、消费研究中的应用，根据个性化消费趋势，依托互联网和智能制造技术，提高服装和家用纺织品大规模定制服务水平，形成一批有高度市场影响力的服装和家纺产品品牌。

（2）科技发展不断促进服装业提质增效

近年来，我国服装行业基础研究日益活跃，新技术、新材料、新工艺应用愈加广泛，产业数字化、网络化、智能化转型走在世界前列。服装企业自动化生产水平明显提高，两化深度融合水平大幅提升，“互联网+”技术应用加快，服务型制造、个性化定制企业比例明显提高，智能化制造取得积极新进展。科技赋能加速推进，为服装行业转型升级和创新发展注入了发展新动能。

随着国内材料科技的深入发展，以高性能、多功能、轻量化、柔性化、低碳化为特征的纤维新材料，为纺织服装行业价值提升提供了重要路径。新一代智能化、绿色化材料技术与服装行业加深融合，跨界创新、融合创新实践不断涌现，正在推动服装产业链提质增效，带来产业的持续升级与价值延伸，发展前景广阔。

3、项目实施必要性

(1) 推进品牌高端化升级，增强公司核心竞争力

近年来，公司以“进化增效”为发展主题，聚焦男装主营业务启动品牌高端化战略升级，明确了“经典舒适男装”新定位。在研发方面，公司加大产品自主研发，在小白T、3D高弹裤、衬衫等迭代升级中，应用液氨工艺、混纺弹力纤维等升级舒适体验，并联合瑞士HeiQ控温科技、中奥两国功能纤维混纺等开发科技舒适面料。在工艺优化方面，公司聚焦衬衫、西服等商务品类，提升工艺、版型，形成特色技术优势。同时，通过建立技术指导手册、申报发明专利等，进一步以高品质产品配称舒适市场定位。

红豆品牌设计研发中心建设项目是推进红豆品牌战略向高端化、自主化、时尚化、智慧化等领域转型拓展的重要一环，在公司现有研发设计基础上，建设设计研发中心，形成服装产品设计、产品开发、休闲运动功能材料科技研发、智能化定制和顾客消费行为研究等协同研发创新四大平台，拓宽应用领域，加强研发设计能力，优化技术管理体系，强化技术支持服务，增强公司的核心竞争力。

(2) 汇聚服装设计研发人才，赋能业务增效

目前，服装产品更新换代速度加快，服装时尚潮流瞬息万变，洞察流行趋势和产品设计研发实力是服装企业安身立命之本，成为企业快速反应市场、占领市场的关键。

本项目的建设地点位于长三角地区核心城市、中国时尚之都上海市。上海聚集了众多知名服装企业和开设服装设计专业的高校与科研院所，拥有一大批国际化服装设计研发专业人才。通过本项目的建设，公司将充分利用该地区服装科研与学术研究较强的优势，加强与优秀服装设计人才、优秀服装科研学术机构的合作，汇聚服装设计研发人才，全面升级研发队伍的专业化水平，进一步强化产学研创新能力建设，持续增强公司的产品创新水平，赋能业务增效。

(3) 创新产品研发，丰富产品品类

目前，公司主要从事男装业务，主要产品包括西服、衬衫、毛衫、T恤、裤子、休闲服、运动服等。通过本项目的建设，公司将搭建休闲运动科技研发平台，利用公司自主知识产权，配合产学研协同合作，研发功能性材料，同时整合数据库集成设计、

版型设计优化等技术，加强休闲运动服装开发力度，进一步丰富产品品类，提升品牌产品附加值，拓展功能化应用领域，更好应对当下健康运动和休闲生活的时代新趋势。

4、项目投资概算

本项目总投资为11,000.00万元，其中建设投资为9,881.44万元，铺底流动资金为1,118.56万元。

5、项目实施主体及地点

本项目实施主体为江苏红豆实业股份有限公司，实施地点预计为上海市青浦区赵巷镇沪青平公路以北，规划佳悦路以东，亩浜河以南、以西，本项目不新增建设用地，拟租用红豆品牌电商中心办公楼，租赁面积约4,000平方米。

6、项目建设周期

本项目建设期为3年。

7、项目预期收益

本项目拟建设设计研发中心，形成服装产品设计、产品开发、休闲运动功能材料科技研发、智能化定制和顾客消费行为研究等协同研发创新四大平台，有利于提升公司的研发条件和研发实力，有利于提升公司品牌形象与核心竞争力。由于本项目并不直接产生经济效益，故未作单独的经济效益评价。

（四）补充流动资金

1、项目基本情况

基于公司业务快速发展的需要，公司本次拟使用募集资金29,000.00万元补充流动资金。本次使用部分募集资金补充流动资金，可以更好地满足公司生产、运营的日常资金周转需要，降低财务风险和经营风险，增强竞争力。

2、补充流动资金的必要性

近年来，公司聚焦男装主营业务启动品牌高端化战略升级，明确了“经典舒适男装”新定位，重点在研发、渠道、传播等方面加大投入，保障战略升级的执行落地。随着公司战略的稳步推进和业务的快速发展，对营运资金需求亦不断增长，公司资产

负债率处于近年来相对较高水平，存在一定的财务风险和经营风险。截至2022年9月末、2021年末、2020年末及2019年末，公司资产负债率分别为35.25%、33.51%、19.53%及24.66%。

本次非公开发行募集资金到位补充流动资金后，将缓解公司的财务压力，减少财务费用；更好地满足公司生产、运营的日常资金周转需要，提高公司的盈利水平，增强公司盈利能力。公司资本结构将进一步优化，财务结构更为稳健，为实现公司战略发展目标提供资金保障。

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符合国家相关产业政策和行业发展趋势，与公司主营业务契合，具有良好的市场前景和经济效益。本次非公开发行股票募集资金投资项目的顺利实施，可以有效提升公司产品的品牌形象和影响力，增强公司线上、线下渠道的综合运营能力，进一步提高公司满足市场需求的能力和 market 地位，进而提高公司整体竞争实力和抗风险能力，保持并扩大公司在行业中的领先优势，进而带动公司盈利能力和可持续发展能力提升。

（二）本次发行对公司财务状况的影响

本次非公开发行完成后，公司的资产总额与净资产将增加，有效增强公司的资本实力，有利于降低公司的财务风险，提升抗风险能力。本次发行募集资金到位后，由于募集资金投资项目的建成投产并产生效益需要一定时间，短期内公司净资产收益率及每股收益或将有所下降。但随着本次募集资金投资项目的有序开展，公司的发展战略将得以有效实施，公司未来的盈利能力、经营业绩将会得到一定提升。

四、可行性分析结论

综上所述，公司本次非公开发行募集资金投向符合行业发展趋势及公司战略需求，募集资金的使用将会为公司带来良好的收益，为股东带来较好的回报。本次募投项目的实施，将进一步壮大公司资金规模和实力，增强公司的竞争力，促进公司的持续发展，符合公司及公司全体股东的利益。

特此公告。

江苏红豆实业股份有限公司

董 事 会

2023 年 1 月 17 日