

# 上海美特斯邦威服饰股份有限公司

## 关于深圳证券交易所对公司 2015 年年报 问询函回复的公告

董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整，对公告的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏负连带责任。

上海美特斯邦威服饰有限公司（以下简称“公司（以下简称“公司”）于近日收到深圳证券交易所《关于对上海美特斯邦威服饰股份有限公司 2015 年年报的问询函》（中小板年报问询函【2016】第 95 号），公司就问询函所关注的问题进行了回复说明，现将相关事项公告如下：

**1、报告期内你公司营业收入 62.9 亿元，较去年下降 4.92%，营业成本 34.8 亿元，较去年下降 3.06%，归属于上市公司股东的净利润（以下简称“净利润”）-4.3 亿元，较去年下降 396.57%，扣除非经常性损益的净利润-4.5 亿元，较去年下降 573.36%。请你公司详细说明以下问题：**

（1）请结合你公司经营环境、产品价格、收入和成本构成、费用和非经常性损益变动等因素，量化说明营业收入、营业成本的下降幅度与净利润、扣除非经常性损益的净利润的下降幅度存在较大差异的原因。

答：近年来，国内服饰消费市场不断变化，互联网化、国际化趋势显现，行业竞争日趋激烈。为满足消费升级需求，适应市场环境变化，2015 年公司增加品牌及研发投入，加快推动产品与服务的优化与创新。这些举措在直营渠道快速推进并取得初步成效的同时，加盟渠道转型升级仍相对滞后，公司对产品、渠道、零售体验等核心能力的投入价值尚未充分在市场端得到体现。

受此影响，公司 2015 年产品销售数量略降 0.28%，产品平均售价下降 4.72%，同时受销售价格下降影响，虽然产品平均成本亦下降 2.78%，当期主营业务毛利率仍下降 1.22 个百分点，致主营业务毛利额下降 7.33%或 2.18 亿元；同期公司各项费用投入增加 1.11 亿元，其中：销售费用较去年增加 0.28 亿元，主要是广

告费用增加，管理费用较去年增加 0.95 亿元，主要是 IT 开发支出增加；另外，2015 年公司营业外收支净额下降 0.5 亿元，所得税费用增加 1.99 亿元，以上影响当期净利润合计 5.78 亿元，致使公司当期净利润及扣除非经常性损益的净利润出现较大负向变动。

(2) 你公司报告期销售营业利润率为-2.39%，与去年的 2.69%相比，差异较大，请结合经营环境、产品价格、收入和成本构成、费用变动等因素，量化分析产生上述差异的原因及合理性。

答：公司报告期内销售营业利润率-2.39%，与去年的 2.69%相比下降 5.08 个百分点。上述变化是由于毛利率下降、销售费用率及管理费用率上升共同所致。

2015 年公司营业毛利率下降 1.16 个百分点至 44.02%，主要原因是行业竞争加剧，公司采购成本虽略有下降，但促销力度加大，毛利水平仍低于前期；为加快转型升级，重塑品牌竞争力，公司广告费支出增加 0.68 亿元，导致销售费用率较去年上升 2.14 个百分点；为提升公司互联网化管理能力，IT 支出增加 1.15 亿元，使管理费用率较去年上升 1.69 个百分点。以上因素导致公司销售营业利润率下降 5.08 个百分点。以上数据的变动，与行业竞争加剧的背景下，企业努力加快转型升级，重塑品牌竞争力的发展状况是吻合的。

(3) 报告期内你公司销售费用、管理费用为 21 亿元、3.2 亿元，分别较去年增加 1.31%和 41.91%，请说明公司销售费用、管理费用同比增加而营业收入同比下降的具体原因。

答：报告期内销售费用 21.94 亿元，同比增加 0.28 亿元，其中公司新签品牌代言人及投入各类推广，使广告宣传费增长 0.68 亿元。

报告期内管理费用 3.2 亿元，同比增加 0.95 亿元，其中员工工资及福利同比增加 0.79 亿元，主要是为推动公司互联网化战略转型，IT 团队建设方面的人力成本支出增加。

上述销售费用及管理费用的增长均是公司基于未来发展的需求而进行的营销规划和业务布局的投入，在短期内对各项业务的推动效果尚未完全显现，但以上投入将在未来持续发挥效用，有利于推动公司品牌提升和转型升级。

2、你公司所处的休闲服行业竞争激烈，受宏观经济下行压力和电商影响较大，请结合你公司经营销售模式的特点，分别按直营模式、加盟模式和其他模式（如电商、委托加工等）披露相应的营业收入金额、占比情况以及同比变化原因。同时，请说明公司与经销商或加盟商在代理方面的协议安排、收入分成模式、款项结算方式、代销费用确定方法，对于已销售给加盟商但加盟商尚未销售的商品，请说明公司对此类商品的收入确认原则，公司与加盟商是否签署了销售退回协议，如是，请说明该协议对公司收入确认的影响，以及收入会计政策是否符合企业会计准则的相关规定。

答：公司采用直营零售与加盟批发相结合的销售模式，已建立起覆盖全国一、二、三、四线城市的营销网络。直营模式是在一线城市及重点二线城市建立销售子公司并开设直营店进行零售，同时尝试与互联网线上销售形成有效互动，初步建立起线上线下一体化的零售模式；加盟模式是加盟商以一定的折扣价从公司购买货品，在加盟商开设的店铺进行零售。

(1) 各渠道的收入变动情况

单位：万元

项目		2015 年		2014 年		同比 增减
收入 类别	销售模式	金额	占营业收入 比重	金额	占营业收入 比重	
主营业务	加盟收入	284,885	45.26%	339,938	51.34%	-16.19%
	直营收入	338,318	53.74%	316,024	47.73%	7.05%
其他业务	租赁收入	5,931	0.94%	5,683	0.86%	4.37%
	其他	344	0.05%	432	0.07%	-20.42%
营业收入合计		<b>629,478</b>	<b>100%</b>	<b>662,077</b>	<b>100%</b>	<b>-4.92%</b>

2015 年度公司直营销售收入有所增长，加盟销售收入同比出现下降。本年度，公司围绕自有品牌核心竞争力的提升，聚焦产品、渠道、零售体验等核心能力建设、深入推动产品与服务的优化创新，实现了直营转型的快速推进，但由于加盟渠道业绩提升仍相对滞后，收入出现下滑。

(2) 本公司与加盟商的合作模式及收入确认说明

公司经过考察后，与有加盟意向且符合条件的客户签署《特许经营合同》，该客户成为公司加盟商。公司根据加盟商的订货订单进行发货，于发货时确认销售收入。公司每季货品根据其产品特点和促销策略的不同会给予不同的退货政策

支持，并于每个会计期末根据可能的退货比例并参考历史实际退货比例预估退货金额并冲减销售收入和销售成本，其中对于能够 100%退货的特殊推广政策，公司仅对加盟商已实际销售给顾客（即实际零售）的部分确认配发收入。据此公司管理层认为对于向加盟商销售的各类批发收入，公司已充分预估退货比例，并在年度财务报表中冲减相应收入及成本。公司对加盟商的收入确认符合我国企业会计准则的要求及相关规定。

**3、报告期内，你公司经营活动产生的现金流量净额为-1.9 亿元，较上年同期下降 113.99%。请详细说明你公司经营性现金流净额下滑的原因，并对比同行业公司的情况，分析是否存在差异，如是，请说明差异的原因及合理性。**

答：公司选取了部分产品及主营业务与本公司具备相似性的上市公司进行比较，其经营活动产生的现金流量净额及同比变动情况如下：

单位：万元

公司	2015 年	2014 年	变化幅度
七匹狼	64,098.99	76,687.74	-16.42%
报喜鸟	30,758.58	38,258.17	-19.60%
搜于特	19,960.24	-4,411.66	552.44%
森马服饰	87,158.21	76,199.15	14.38%
乔治白	9,294.50	10,371.86	-10.39%
海澜之家	278,716.19	192,341.17	44.91%
美邦服饰	-18,500.44	132,217.40	-113.99%

数据来源：各公司年报

上述可比公司中，约半数公司的经营性现金流量净额出现同比下降。与同行业公司相比，本公司经营活动产生的现金流量净额下降幅度偏大，其主要原因为：

(1) 2015 年公司销售收入下降，销售商品、提供劳务收到的现金减少 4.47 亿元。

(2) 购买商品、接受劳务支付的现金增加。公司在 2015 年秋冬季增加了服装采购规模，因而采购支出较去年增加 6.53 亿元。

(3) 支付的其他与经营活动有关的现金增加，主要是广告费的投入增加。

以上现金流量的变动情况与公司销售收入下降，转型期投入加大的状况是一致的。

4、报告期内，你公司研发投入 2.02 亿元，较去年增加 107.79%。请结合目前移动 APP 整体运营状况、公司业务转型、电商平台开发进展和收益及同行业公司的研发情况等，说明你公司研发投入增长的原因及合理性、研发资金具体用途，以及研发投入的规模与公司的研发进度、发展规划、预期效果是否匹配。

答：报告期内，公司研发投入 2.02 亿，较去年增加 107.79%。其中，IT 支出 1.15 亿，较去年增加 142.15%；服装设计开发支出 0.87 亿，较去年增加 74.92%。

#### （1）IT 支出

公司从 2012 年将互联网化转型发展作为公司的重要长期战略，在转型升级过程中，涉及传统零售渠道体验升级、商品全流通、加强外部电商渠道的合作、邦购平台转型、移动互联网化的创新发展、大数据与会员服务等多方面。在过去的三年里，公司就上述各方面进行了探索与实践，积累了丰富的经验，2015 年开始进一步明确了公司未来的发展战略，2015 年 IT 投入主要用于以下几个方面的发展：

##### ① O2O 商品全流通业务发展

截至 2015 年末，公司已在全国加盟与直营门店及各大物流仓库开展了线上线下商品信息互联、互通、互动，支持实时共享、实时就近配发，初步实现了全流通 O2O 平台运作能力。

##### ② 邦购网转型发展

经过过去 5 年的发展，以及自 2014 年 5 月 1 日以来自有品牌渠道 O2O 全流通业务试运行的经验积累，邦购网现已具备支持多品牌 O2O 服务的品牌展现、产品展现、商品流通、消费者信息管理等基础能力。

##### ③ “有范”移动时尚社交+购物平台发展

公司 2015 年 5 月份开始筹备“有范”移动平台，从实现基础购物功能到实现时尚社交+购物功能，“有范”将持续快速迭代，并整合全球设计师个性化品牌及时尚生活态度品牌，力争快速成为最受消费者喜爱的时尚社交+购物平台。

##### ④ 大数据平台

公司自 2014 年成立大数据和会员管理部门，截至 2015 年末，已建立起覆盖全渠道的大会员体系，会员总量逾 2500 万。未来将深入整合并挖掘供应链资源数据、全渠道营运数据和消费者大数据，构建时尚趋势洞察、消费者洞察、精准

营销和个性化推荐等能力，对品牌商的精准产品设计与开发、生产资源的动态预测与规划、多品牌销售 O2O 的个性化服务和消费者细分需求的定位与挖掘等提供坚实基础和有力支撑。

### (2) 服装设计开发支出

公司在向互联网转型战略稳步推进发展的同时，也对公司产品设计研发能力提出了更高的要求。2015 年，公司通过在服装产品的设计开发、版型工艺、产品品质及产业新技术的应用上持续研发投入，自有品牌的产品竞争力获得了进一步提升，为终端消费者提供了更好的产品体验。

### (3) 同行业主要上市公司近两年研发情况

单位：万元

上市公司名称	2015 年	研发投入 占营业收入 比例	2014 年	研发投入 占营业收入 比例	变动
森马服饰	13,457.97	1.42%	10,331.48	1.27%	30.26%
七匹狼	8,121.29	3.27%	8,249.99	3.45%	-1.56%
海澜之家	2,741.56	0.17%	2,519.42	0.35%	8.82%
乔治白	1,830.38	2.73%	2,672.84	4.06%	-31.52%
报喜鸟	3,956.90	1.77%	5,305.07	2.33%	-25.41%
搜于特	3,681.88	1.86%	2,417.76	1.85%	52.28%
平均	5,631.66	1.87%	5,249.43	2.22%	7.28%
美邦服饰	20,213.75	3.21%	9,727.93	1.47%	107.79%

数据来源：各公司年报

公司 2014 年研发费用投入占营业收入比例为 1.47%，低于行业平均水平。公司认为作为全渠道品牌零售商企业未来的核心竞争力将更加依赖于有效、优质的产品组合以及线上线下的消费者体验能力。因此，2015 年公司加大对产品及线上线下渠道的 IT 研发与支持投入，研发费用投入占营业收入比例上升至 3.21%，高于行业平均水平。公司坚信对产品和服务体验等核心竞争力的投入会对公司长期的业绩提升产生深远、持续的影响。基于公司在过去两年在研发上的持续投入，目前公司的互联网化转型已初见成效，2015 年线上电商收入较去年增长 123%。

5、报告期末你公司应收账款账面余额 2.6 亿元，计提应收账款坏账准备余额 0.14 亿元，计提比例为 5%。请披露你公司坏账准备计提方法及与同行业公司的区别，并说明存在区别的原因；请结合应收账款的分类、主要客户的变动

情况，分析计提比例为 5% 的依据及合理性，并说明坏账准备的计提是否充分。

答：（1）关于本公司及同行业公司应收账款坏账准备计提情况的对比和相关说明

本公司应收账款客户主要为加盟商、专柜和第三方电商平台。本公司应收款项坏账准备计提方法采用个别认定法，即根据应收款项可收回性进行判断和计提。公司对应收账款实行责任明确的管控措施，由业务人员定期了解应收账款收回情况。当客户逾期未履行偿债义务，或有其他迹象表明出现回收风险时，公司确认坏账准备。

① 与同行业公司坏账准备计提方法对比说明

公司	坏账计提方法
七匹狼	账龄分析法+个别计提法
报喜鸟	账龄分析法+个别计提法
搜于特	账龄分析法+个别计提法（其中应收保理款采用其他计提方法）
森马服饰	账龄分析法+个别计提法
乔治白	账龄分析法+个别计提法
海澜之家	账龄分析法+个别计提法

资料来源：各公司年报

同业公司主要以账龄分析法与个别计提法为主，与本公司有所区别。经过多年运营管理本公司已建立较为健全的应收账款管理机制，并定期采用合理谨慎的风险评估方法进行减值测试以防控风险。根据《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》第 43 条“对单项金额重大的金融资产应当单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，应当确认减值损失，计入当期损益。对单项金额不重大的金融资产，可以单独进行减值测试，或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。”基于上述原则，公司对单项金额重大的应收款项和单项金额不重大的应收款项均单独进行减值测试的方法符合企业会计准则要求。

② 与同行业公司应收账款坏账准备计提比例的对比说明

公司	坏账比例	
	2015 年	2014 年
七匹狼	8.78%	8.10%
报喜鸟	10.52%	7.79%
搜于特	5.09%	5.02%

森马服饰	6.51%	6.45%
乔治白	6.51%	6.01%
海澜之家	5.72%	5.23%
美邦服饰	5.41%	8.70%

数据来源：各公司年报

公司 2014 年坏账准备计提比例为 8.7%，处于同行业较高的水平。2015 年该比例有所下降，主要原因为公司核销了 1,190 万元坏账，虽然年末坏账准备计提比例有所下降，但核销后的应收账款总体上降低了坏账风险，且该比例仍处于同行业合理水平，可以准确的反映本公司应收账款风险状况。

## (2) 本公司应收账款分析

### ①账龄分析：

单位：万元

账龄	2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比
1 年以内	24,949	95%	23,618	92%
1 年至 2 年	545	2%	1,774	7%
2 年至 3 年	559	2%	216	1%
3 年以上	174	1%	80	0%
合计	26,226	100%	25,688	100%
坏账准备	1,420	5%	2,234	9%

2015 年年末公司一年以上应收账款占比 5%，较 2014 年有所减少，应收账款风险有所降低，坏账准备能够较好地覆盖应收账款坏账风险。

### ②主要客户变动情况：

单位：万元

2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
前五名客户	应收账款金额	前五名客户	应收账款金额
唯品会特卖渠道	2,553	唯品会特卖渠道	1,954
关联方	1,252	关联方	1,106
关联方	694	山东青岛	530
山西太原	528	辽宁大连	484
河南郑州	468	江苏常州	464
合计	5,494	合计	4,538
前五名占总额比例	22%	前五名占总额比例	18%



本公司应收账款前五名客户占应收账款总额比例约 20%，上述客户均拥有较好的信用记录，账期都在 3 个月以内，截至本公司 2015 年年度财务报表出具之日，前五名客户应收款均已收回，没有发生逾期，因此基于上述客户历史表现及其在报告期内经营情况综合判断，本公司未另行计提坏账准备。

鉴于前述情况，公司管理层认为公司采用的应收账款坏账准备计提方法已经充分的估计了公司应收账款坏账风险，较为贴合本公司经营管理和业务运作的实际情况；该方法符合企业会计准则的相关规定，已取得会计师事务所认可，并保持了谨慎性和一贯性。

特此公告

上海美特斯邦威服饰股份有限公司

董事会

2016 年 5 月 17 日