

股票代码：002269

股票简称：美邦服饰

上海美特斯邦威服饰股份有限公司



非公开发行股票募集资金使用
可行性分析报告

二〇一九年一月

一、本次非公开发行股票募集资金使用计划

本次非公开发行股票募集资金总额预计不超过 150,000.00 万元（含本数），扣除发行费用后的募集资金净额拟投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟投入募集资金金额
1	品牌升级与产品供应链转型项目	320,025	119,500
2	偿还银行贷款	30,500	30,500
合计		350,525	150,000

如本次发行实际募集资金净额少于募集资金投资项目拟投入募集资金总额，不足部分将由公司自筹解决。本次非公开发行募集资金到位之前，公司将根据项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后，以募集资金置换前期投入资金。在上述募集资金投资项目范围内，公司董事会可根据项目进度、资金需求等实际情况，对相应募集资金投资项目的投入顺序和具体金额进行适当调整。

二、本次募资资金投资项目的实施背景及目的

（一）本次募资资金投资项目的实施背景

1、新时代消费升级推动品牌升级

随着中国特色社会主义进入新时代关键时期以及社会矛盾的主要转化，“人民日益增长的美好生活需要”在服装行业的核心表现是消费升级，即消费者逐渐从满足基本穿衣需求转向对高品质、新时尚和潮品牌的追求。服装产品细分化需求不断提高，对服饰类企业的创新能力和差异化经营能力提出了更高的要求。未来，服装消费将从单纯的物质消费转变为品味消费、理念消费，人们逐渐从以往的大众时尚化盲目追求向追求个性化和潮流化转变。消费时尚化、个性化、多元化的新趋势使得服装行业在科技、产品、设计、管理、服务等方面的转型升级任务显得紧迫而艰巨。

2、服饰零售行业变化给公司转型带来契机

在线上线下一体化的新零售发展趋势推动下，我国服装行业以数据为驱动的

新零售格局已经开启。相比于传统零售下的人、货、场相对独立的运营，新零售时代下的零售企业均以用户数据为基础，依托科技和数据连接消费者、场景、商品，来实现三者高效协同发展，最终提升零售竞争力。这对公司未来的门店管理和信息化建设提出了新的命题。

此外，电子商务的火爆与新零售理念的兴起推动了社会品牌的迅速发展。以设计师品牌为例，其市场规模就从2011年的111亿元增加至2017年的449亿元，复合年均增长率达到26.22%。社会品牌辨识度高、更新迭代迅速，能够满足兼具品质化及个性化潮流服饰的消费需求，承载了新时代消费群体个性化的表达诉求，迎合了消费者不断觉醒的自主审美。但这些社会品牌在谋求线下扩张发展时，会受到销售渠道与供应商稳定性的限制，需要与有更大规模、更强实体店铺运营经验的伙伴合作，这就构成了社会品牌与服装品牌企业的合作基础。

3、公司已明确发展战略，致力于转型升级

近年来，公司聚焦品牌升级、产品升级、零售升级，积极响应国家提倡的工匠精神，致力于以更好的时尚产品和购物体验来满足不断升级的消费需求。品牌创新方面，公司品牌由单一休闲风格升级锐变为五大风格，全新升级后的品牌态度和产品内容得到了社会各界的广泛认同和积极反馈，品牌影响力显著提升；渠道深化方面，公司紧紧抓住城镇消费升级带来的巨大增长空间，借助核心市场的辐射效应，以“百城千店”发展策略建立从一线城市到县镇级市场的全覆盖营销渠道，为各类消费者带来极具性价比的时尚购物体验。

在此基础上，公司需要继续沿着品牌升级、产品升级、零售升级的路径，借助社会创新能力，与广大拥有自主研发能力的品牌供应商合作，实现品牌升级。同时，公司也要进一步加强与多元商业伙伴的合作，继续推动“百城千店”发展战略，实现门店的智慧零售管理。

（二）本次募资资金投资项目的实施目的

为更好地实施公司发展战略，助推公司未来发展，在充分分析公司资本结构、盈利能力、资金需求等的基础上，公司提出了本次非公开发行计划，拟通过本次发行募集资金不超过15亿元，扣除发行费用后全部用于品牌升级与产品供应链

转型项目及偿还银行贷款。本次募集资金投资项目的设计主要出于以下目的：

1、进一步落实公司发展战略的需要

目前，公司在品牌创新升级和深化渠道布局方面已经取得了一定成功。未来，为了适应新时代的发展特点和社会主要矛盾变化，公司需要继续深化品牌形象的升级转型，使得多元时尚的品牌风格为更多消费者所广泛接受，并通过借力更多社会创新力量，与广大具备自主研发能力的社会品牌合作，优化现有供应链模式。

公司需要通过提升信息技术管理能力与建设零售大数据平台，更好地支持供应链模式创新，利用大数据和人工智能动态分析和预测顾客需求，更快更精准地满足顾客的需求。在此基础上，公司还需要进一步加强智慧门店建设，加强渠道建设，应用互联网技术和智能设备对门店客流实现数字化，重新构建门店和消费者的连接，创建零售新场景。

2、以资本运作助力公司战略实施，增强整体抗风险能力

公司在实施发展战略的过程中对资金需求量较大。此前，公司使用自有资金或银行贷款等债务融资工具较多，资产负债率较高。面对未来更为激烈的竞争格局，想要确保公司整体战略顺利实施，必须通过多种形式的融资渠道获取稳定现金流，在满足自身资金需求的同时保持良好的资本结构。本次非公开发行的实施及募集资金的到位，将有效解决项目投入所需的资金缺口，增强公司的资本实力和抗风险能力，优化公司财务状况，降低经营风险与财务成本。

3、逐步释放社会品牌潜力，降低公司库存积压风险

随着本项目的实施，公司的品牌潜力与价值将被迅速释放。通过借助社会创新能力，与广大拥有自主研发能力的品牌供应商合作，公司不仅可以提供美邦服饰的自有品牌产品，而且能够使消费者接触更多的时尚潮流品牌和同样高性价比的产品，获得其他服饰类品牌门店所没有的购物体验。

在新的供应链模式下，由于社会品牌供应商需要承担存货滞销风险，这就迫使其开发质量更好、款式更符合潮流的适销对路的产品，更紧密地贴近市场和消费者。通过与品牌供应商合作，公司能够在与他们分享线下销售渠道、信息化管理能力的同时，改善自身的财务报表结构。合作模式成熟并得到推广后，供应商

负责保障产品设计、款式等产品本身的要素，公司专注于保障品牌的美誉度并做好商品的供应链管理、销售管理、信息系统管理，双方成为利益共同体，共同谋求利益最大化。

三、本次募集资金投资项目的具体情况

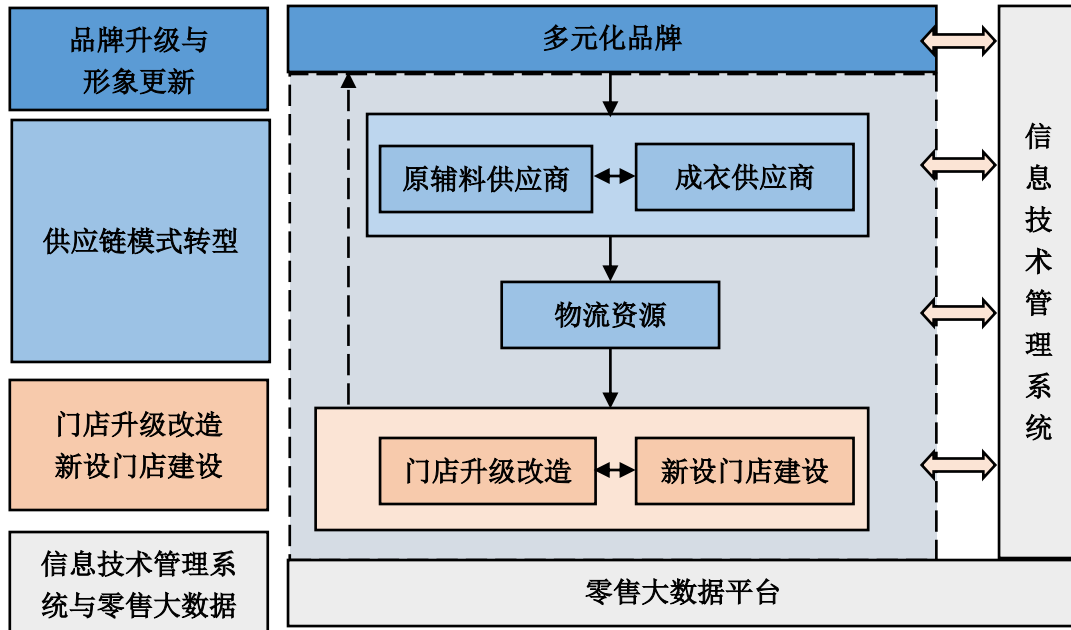
（一）品牌升级与产品供应链转型项目

1、项目概况

品牌升级与产品供应链转型项目是公司基于消费升级及新零售发展的背景，由单元休闲时尚风格品牌向多元时尚风格品牌转型升级的重要实现路径。公司将通过品牌宣传推广，改变公司品牌在消费者心目中的单元休闲时尚风格印象，塑造公司多元时尚风格的烙印。同时，公司也需要通过产品供应链模式转型，借助社会创新能力，与广大具有自主研发能力的品牌供应商开展广泛合作，保障多元化品牌供应，满足消费者对更多时尚、更快时尚的追求。

为了更好支持这一转型升级，公司需要通过信息技术管理系统与零售大数据平台升级，支持公司实现多元化时尚品牌风格管理、新供应链模式管理、智慧零售管理等目标。同时，公司也需要对现有门店实施升级改造并新开直营门店，通过实现门店的智慧化和品牌多元化，来推进落实购物中心店建设与“百城千店”的经营战略。

公司品牌升级与产品供应链转型项目中的内在逻辑关系如下图所示：



品牌升级与产品供应链转型项目实施前后，公司营运模式对比情况如下：

营运模式的具体环节	项目实施前	项目实施后
产品设计开发	产品设计开发研究中心负责所有设计工作，设计团队以自主培养为主	公司将借助社会力量，与广大拥有自主研发能力的品牌供应商合作。在做好产品质量管控的前提下，将部分产品的设计环节交付给品牌供应商，协助公司解决产品需求、规划、设计、生产、经销及供应链管理中所面临的问题，提高需求和设计的匹配程度，进一步提升公司产品对客户的吸引力
产品品牌风格	单元休闲时尚风格	多元时尚风格
产品供应链	买货制，公司需要承担生产成本及库存积压风险，并提前向服饰供应商支付采购款	与社会品牌合作时改为零售合作分成制，公司不需要承担产品的生产成本，不作为存货核算，在销售实现后依据比例向服饰供应商支付货款
渠道建设	公司销售渠道主要包括门店（包括直营和加盟店）、订货会、电话、网上订货平台等	公司将对现有门店进行升级改造，以适应多元化时尚风格品牌以及智慧化门店要求，同时按照相同标准在全国范围内新设门店，通过装修设计、导入各类新技术、新设备提升顾客体验，提升品牌形象，带动自有品牌及品牌供应商产品的整体销量
经营管理	公司前期已经建立了有效的信息技术管理系统，作为公司管理运营和内部控制的重要工作。同时，公司基于自身业务需要，也建立了大数据平台	公司通过信息技术管理系统升级，在内部重新整合采购、运营、营销、渠道、IT、财务等多部门业务职责，借助信息化的力量，整合内部信息流和业务流，提高业务部门之间数据共享和数据交互能力；公司通过零售大数据平台升

营运模式的具体环节	项目实施前	项目实施后
	用于进行数据整合与数据分析。但是公司目前的信息技术管理系统仅适用于 B2C 供应模式下的信息管理	级进一步提升公司信息管理能力和大数据分析处理能力，利用大数据分析平台，管理公司销售渠道中的各类业务数据和信息，解决公司内部数据流的共享和信息交互，并利用云计算技术打造多种互联互通的云基础平台，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，提升公司内部组织运营效率

品牌升级与产品供应链转型项目包括品牌升级与形象更新、供应链模式转型、信息技术管理系统与零售大数据平台升级、门店升级改造及新设门店建设等五大子项目建设。具体情况如下：

单位：万元

募集资金投资项目	子项目名称	项目投资总额	拟投入募集资金金额	具体投向	备注
品牌升级与产品供应链转型项目	品牌升级与形象更新	50,000	-	品牌宣传推广	-
	供应链模式转型	10,000	-	项目实施费用	-
	信息技术管理系统与零售大数据平台	51,940	27,800	信息技术管理系统	改造
				零售大数据平台	改造
	门店升级改造	74,059	41,900	多元化品牌与智慧门店升级	改造
	新设门店建设	134,026	49,800	直营门店	新建
合计		320,025	119,500		-

2、项目实施的必要性

(1) 顺应消费升级的发展趋势

随着我国居民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，在服装行业主要表现在对多元化的品牌风格和良好的购物体验的要求。因此，对于服装企业而言，品牌升级及销售渠道优化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。

（2）提升零售终端形象，增强品牌影响力

渠道是品牌推广最有效的手段之一，门店作为渠道销售的终端，承担着流量入口、产品销售、信息收集以及客户服务等重要职能。通过对公司门店进行信息化、智能化、数字化升级改造，将为客户提供更加人性化、便捷化、科技化的购物体验。同时，公司还将通过门店风格的装修升级来满足公司多元时尚风格的需求。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。

（3）有利于公司提升经营效率

本项目通过信息技术管理系统与零售大数据平台升级，提升了公司整体信息化水平，加强了产业链各部分之间的联系，强化了公司各部门一体化协同作战的能力，项目完成后将打通公司上下、内外的信息流、资金流、物流、工作流的传递，形成覆盖公司各领域并被有机整合的信息资源库；通过大数据挖掘，快速获取、分析产品数据、运营数据、产业链数据等，公司能够全面及时了解公司的运营状况和市场趋势，为公司制定商品计划及精准营销提供数据支撑，促进公司经营管理的智慧化，提高公司经营决策的效率。

3、项目实施的可行性

（1）近年来的品牌创新为本项目的顺利实施提供了扎实的基础

2016年，公司由单一休闲风格向五大风格转型，全新升级后的品牌态度和产品内容竞争力，得到了社会各界的广泛认同和积极反馈，品牌影响力显著提升，形成了扎实的消费者基础。本次品牌升级与形象更新子项目，就是在此基础上进一步改善广大消费者对于美特斯邦威品牌的认知，使得升级后的公司形象与品牌态度得到更多认同，在消费者心目中塑造美邦服饰多元时尚风格的品牌形象。

（2）丰富的运营管理经验为本项目提供支持

经过多年来的发展，公司的直营店与加盟店营销网络遍布全国。基于庞大的营销网络规模，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、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。此外，借助多年来营销网络建设和管理经验，

公司已发展出一套针对由直营店和加盟店所组成的混合营销网络的成熟管理方法,丰富的运营经验及成熟的管理方法为公司营销网络的拓展与维护提供了有力的支持。

(3) 丰富的信息化建设、运用经验及人才储备保证项目的顺利实施

一直以来,公司的信息化战略与企业的发展保持着高度的融合,信息技术的运用以及信息化战略的制定与执行均与公司的业务深度结合。经过多年信息化建设的探索,公司对服饰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。此外,公司不但积累了丰富的信息化管理经验,还造就了一批经验丰富的信息化人才,形成了强有力的执行团队。以往的项目建设和运营维护工作很好地锻炼了团队项目管理能力、沟通协调能力并有效地提升了团队的专业技术水平。在后续信息技术管理系统与零售大数据平台升级项目建设中,团队能够凭借自身过硬的专业素质、丰富的经验储备积极参与到系统的构建、工作实施,进而为信息化系统的建设提供人才保障。

4、项目具体介绍

(1) 品牌升级与形象更新项目

2016年,公司由单一休闲风格向五大风格转型。品牌升级与形象更新子项目,就是为了进一步改善广大消费者对于美特斯邦威品牌的认知,使得升级后的公司形象与品牌态度得到更多认同,在消费者心目中塑造美邦服饰多元时尚风格的品牌形象。本子项目的投资构成情况如下:

序号	内容	项目投资总额(万元)	拟投入募集资金金额(万元)
1	宣传推广费	50,000	-
	合计	50,000	-

(2) 供应链模式转型

供应链模式转型子项目是针对现有公司产品供给体系的一次重大变革。公司将通过零售合作分成制的方式,与具备较强设计创新能力、自主研发能力和一定市场基础的社会品牌开展合作,重构产品供应链,为消费者提供更多高性价比的产品,以更好支持品牌风格与产品结构的转变。本子项目的投资构成情况如下:

序号	内容	项目投资总额（万元）	拟投入募集资金金额（万元）
1	项目实施费	10,000	-
合计		10,000	-

（3）信息技术管理系统与零售大数据平台升级项目

信息技术管理系统与零售大数据平台升级子项目是在公司前期所建立的有效信息技术管理系统基础上，为了支持上述转型升级，加大对信息化的投资与研究开发力度，进一步提升信息化能力，确保品牌升级与产品供应链转型的落地。本项目的建设内容主要是包括信息技术管理系统和零售大数据平台，投资构成情况如下：

序号	内容	项目投资总额（万元）	拟投入募集资金金额（万元）
1	工程费用	45,740	24,300
1.1	机房建设	3,970	2,000
1.2	云平台运营中心	1,340	800
1.3	软件购置	2,590	1,500
1.4	软件开发及实施	18,740	10,000
1.5	硬件设备及改造	19,100	10,000
2	工程建设其他费用	1,500	1,000
2.1	建设单位管理费	1,000	700
2.2	前期工作费	500	300
3	基本预备费	2,300	1,000
4	推广运维费用	2,400	1,500
4.1	培训推广费	1,800	1,200
4.2	应用运维支持	600	300
合计		51,940	27,800

①信息技术管理系统

公司本次信息技术管理系统的改造升级主要包括品牌风格管理系统、产品结构管理系统、销售数据管理系统及智慧门店场景化管理系统等建设，既需要加强信息流、商品流的基础工作，搭建支持新供应链模式运行的业务管理系统，也需要进一步提升公司的管理效率，避免部门之间的推诿和降低员工舞弊风险，更好服务公司战略转型，员工的权限、任务，部门的预算、职责将更为明晰。

②零售大数据平台

零售大数据平台的有效建设将进一步提升公司信息管理能力和大数据分析处理能力。通过大数据分析平台，管理销售渠道中的各类业务数据和信息，解决公司内部数据流的共享和信息交互，并利用云计算技术打造多种互联互通的云基础平台，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，提升公司内部组织运营效率。

(4) 门店升级改造项目

一方面，在引入社会创新品牌之后，公司需要对现有门店的基础装修、空间布局、视觉效果以及陈列货柜等进行重装升级，并对产品陈列和店面形象进行升级，满足多元时尚风格品牌的需求。另一方面，随着社会技术的进步和顾客消费品味的不断提高，公司原有传统直营门店急需向智能化、信息化、数据化、新零售转型，提升客户的消费体验感，提高门店的运营效率，降低人工成本和费用开支。本子项目的投资构成情况如下：

序号	内容	项目投资总额（万元）	拟投入募集资金金额（万元）
1	工程费用	69,059	39,200
1.1	门店装修投入	22,004	15,000
1.2	硬件设备及改造	38,580	20,200
1.3	软件开发及实施	8,475	4,000
2	工程建设其他费用	1,500	1,000
2.1	建设单位管理费	1,000	700
2.2	前期工作费	500	300
3	基本预备费	3,500	1,700
合计		74,059	41,900

(5) 新设门店建设项目

公司在推进品牌形象更新与供应链模式升级的过程中，也需要牢牢抓住服装消费需求逐渐向三至五线城市下沉的发展趋势，将个性化、体验式的新零售业态在全国更多领域推广。公司将根据营销网络的现有基础条件和未来发展目标，按照智慧门店以及多元时尚风格品牌的建设标准，以租赁方式在未来三年新设若干直营门店。本子项目的投资构成情况如下：

序号	内容	项目投资总额（万元）	拟投入募集资金金额（万元）
1	工程费用	124,726	45,800

序号	内容	项目投资总额（万元）	拟投入募集资金金额（万元）
1.1	店铺租赁费	42,066	3,000
1.2	门店装修投入	55,700	32,000
1.3	硬件设备及改造	19,580	8,800
1.4	软件开发及实施	7,380	2,000
2	工程建设其他费用	3,000	1,200
2.1	建设单位管理费	2,000	800
2.2	前期工作费	1,000	400
3	基本预备费	6,300	2,800
	合计	134,026	49,800

公司将根据各城市店铺建设需求的紧迫性以及店铺资源的可获得性，合理控制店铺建设的进度。

5、项目建设周期

本项目建设周期为 36 个月。

6、本项目投资效益的测算

本项目具有良好的经济效益，项目税后内部收益率 17.75%，投资回收期（税后/静态）4.60 年（含建设期）。

7、项目涉及审批、备案事项

本项目所涉及的报批事项正在进行中。

（二）偿还银行贷款

1、项目概况

公司拟将本次非公开发行募集资金中 30,500 万元用于偿还银行贷款，用于降低公司资产负债率，减少财务费用，提高抗风险能力，提升盈利能力。

2、项目必要性和可行性分析

（1）优化公司资本结构，获得长期稳定的资金支持

2015 年末、2016 年末、2017 年末及 2018 年 9 月末，公司合并口径资产负债率分别为 55.37%、49.22%、57.11%和 59.84%，对比同行业上市公司同期资产

负债率数据，公司合并资产负债率明显高于同行业平均水平。

2015 年末、2016 年末、2017 年末及 2018 年 9 月末，公司与同行业可比上市公司合并口径资产负债率平均值对比如下：

项目	2018-09-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
上市公司平均值 1	36.46%	35.51%	34.75%	37.46%
上市公司平均值 2	40.69%	39.51%	35.37%	37.14%
上市公司平均值 3	32.83%	32.80%	32.04%	34.29%
公司	59.84%	57.11%	49.22%	55.37%

注：上市公司平均值 1 选择 Wind 行业分类“服装、服饰与奢侈品”下 57 家上市公司为同行业公司；上市公司平均值 2 选择申银万国行业分类“SW 休闲服装”下 5 家上市公司为同行业公司；上市公司平均值 3 选择证监会行业分类“CSRC 纺织服装、服饰业”下 36 家上市公司为同行业公司。

假设不考虑发行费用，以公司 2018 年 9 月 30 日的合并财务报表数据为计算基础，按照募集资金 15 亿元并将其中 30,500 万元偿还银行贷款进行模拟计算，则发行前后公司的资本结构及偿债能力指标对比情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-09-30	发行后模拟计算值	变动情况
总资产	716,445.73	835,945.73	16.68%
归属于上市公司股东的净资产	287,744.96	437,744.96	52.13%
资产负债率（合并报表口径）	59.84%	47.63%	-20.39%
流动比例	1.05	1.43	36.22%
速动比例	0.47	0.81	71.33%

本次非公开发行完成后，公司的资产负债率将从 59.84% 下降至 47.63%，流动比率及速动比率分别从 1.05 和 0.47 提升至 1.43 和 0.81，资产负债结构得以优化，公司抗风险能力进一步提升。公司使用本次募集资金偿还银行贷款后，公司总资产、净资产规模将增加，资产负债率、流动比率、速动比率等指标将有所改善。

（2）偿还银行贷款能够降低利息支出，提高盈利水平

公司的利息支出较高，直接影响了公司的经营业绩，2015 年至今公司利息支出情况如下：

单位：万元

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
利息支出	3,554.12	5,578.13	10,960.05	12,619.45

公司将本次募集资金中的 30,500 万元用于偿还银行贷款后，可降低利息支出费用，提升净利润水平。按公司近年来短期借款的平均利率水平并参考当前中国人民银行一年期贷款基准利率，假设一年期银行贷款利率为 4.35%，则使用 30,500 万元偿还银行贷款可为公司节省年利息支出约 1,326.75 万元。

四、本次非公开发行对公司经营管理、财务状况等的影响

（一）本次非公开发行对公司经营业务的影响

本次非公开发行有利于公司发展战略的顺利实施，推动公司多元化时尚品牌、新零售、信息化的经营模式转型。本次非公开发行募集资金投资项目完成后，可有效提高公司主营业务能力，进一步提升公司的核心竞争力。

本次非公开发行所投资的项目与上市公司的主营业务具有紧密联系，项目完成后将进一步提升公司在服饰行业的竞争力，完善公司的产品布局、品牌布局、渠道布局，同时提高公司的经营管理效率。

（二）本次非公开发行对公司财务状况等的影响

1、对公司财务状况的影响

截至 2018 年 9 月 30 日，公司合并报表资产负债率为 59.84%，本次发行完成后，公司资产负债率及财务风险将进一步降低。公司财务结构将更加稳健合理，经营抗风险能力将得到加强。

2、对公司盈利能力的影响

本次非公开发行完成后，随着募集资金投资项目的逐步实施，预期目标逐步实现，公司的营业收入、利润总额等盈利指标将稳步增长，公司市场份额得到巩固和提升，业务模式得到优化和升级。但是，由于建设项目短期内效益体现不显著，公司的每股收益和净资产收益率存在被摊薄的可能。

3、对公司现金流量的影响

本次非公开发行完成后，公司筹资活动现金流量将大幅增加；随着资金投入募集资金投资项目，投资活动产生的现金流出量也将逐渐提升。待项目完工后，募集资金投资的项目带来的现金流量逐年体现，公司经营活动产生的现金流入量将显著提升。

五、结论

综上，公司董事会认为本次募集资金投资项目符合国家相关产业政策和法律法规以及公司战略发展的需要，是公司落实多元化时尚品牌、新零售、信息化的经营模式转型的关键环节。本次发行完成后，公司资产负债率及财务风险将进一步降低；公司财务结构将更加稳健合理，经营抗风险能力将得到加强。项目完成后将进一步提升公司在服饰零售行业的竞争力，完善公司的产品布局、品牌布局、渠道布局，同时提高公司的经营管理效率。从长远来看有助于提高公司的创收能力及持续盈利能力，为公司的可持续发展奠定坚实基础，符合公司及全体股东的利益。

上海美特斯邦威服饰股份有限公司

董事会

二零一九年一月三十一日