

上海美特斯邦威服饰股份有限公司

2021 年度总经理工作报告

一、概述

报告期内公司始终坚持品牌升级策略，以改善财务损益结果为第一使命目标。过去几年经历疫情反复的挑战背景下，公司始终坚持深入市场研究，坚持以年轻世代消费者需求出发不断完善产品定位风格策略，以不断加强与消费者沟通策略，购买场景策略的优化完善工作。以此重塑品牌竞争力，重塑市场信心。但在短期内会做市场规模深度收缩策略调整，为实现企业早日扭亏为盈的财务损益使命目标做营运执行。

1、深度调整直营渠道，积极深化一二线市场发展，并且进一步加强三五线市场发展。

2、优化组织结构与资源配置，将有限的资源投入到价值最大化的业务上。

3、加大存货处理力度，降低库存占用。截至2021年末，公司服饰存货账面价值为11.21亿元，较上年末下降29.10%，存货结构良好。

二、主营业务分析

1、收入与成本

(1) 营业收入构成

单位：元

	2021 年		2020 年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	2,638,678,728.19	100%	3,819,038,467.81	100%	-30.91%
分行业					
批发零售业	2,585,662,427.03	97.99%	3,774,497,589.62	98.82%	-31.50%
其他行业	53,016,301.16	2.01%	44,540,878.19	1.18%	19.03%
分产品					
男装	1,462,059,597.72	55.41%	2,083,470,744.73	54.55%	-29.83%

女装	870,146,965.19	32.98%	1,356,720,126.48	35.52%	-35.86%
其他产品	253,455,864.12	9.61%	334,306,718.41	8.75%	-24.18%
其他业务	53,016,301.16	2.01%	44,540,878.19	1.18%	19.03%
分地区					
中国大陆地区	2,638,678,728.19	100.00%	3,819,038,467.81	100.00%	-30.91%
分销售模式					
批发	1,213,702,582.09	46.00%	1,502,308,574.36	39.34%	-19.21%
零售	1,371,959,844.94	51.99%	2,272,189,015.26	59.50%	-39.62%
其他业务	53,016,301.16	2.01%	44,540,878.19	1.18%	19.03%

(2) 占公司营业收入或营业利润 10%以上的行业、产品、地区、销售模式的情况

单位：元

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年 同期增减	营业成本比上年 同期增减	毛利率比上年同 期增减
分行业						
批发零售业	2,585,662,427.03	1,721,151,329.16	33.43%	-31.50%	-30.34%	-1.10%
分产品						
男装	1,462,059,597.72	933,877,692.19	36.13%	-29.83%	-29.86%	0.03%
女装	870,146,965.19	618,001,523.48	28.98%	-35.86%	-31.80%	-4.22%
其他产品	253,455,864.12	169,272,113.49	33.21%	-24.18%	-27.43%	2.99%
分地区						
中国大陆地区	2,585,662,427.03	1,721,151,329.16	33.43%	-31.50%	-30.34%	-1.10%

实体门店分布情况

门店的类型	门店的数量	门店的面积	报告期内新开门 店的数量	报告期末关闭门 店的数量	关闭原因	涉及品牌
直营	130	55,219	12	119	由于受新冠疫情持续影响，公司持续优化渠道结构，关闭了难以持续盈利的直营店铺	各品牌均有关闭店铺
加盟	1,470	430,048	303	599	由于受新冠疫情持续影响，加盟商关闭了难以持续盈利的加盟店铺	主要涉及 Metersbonwe 品牌店铺关闭，及部分 MECITY 品牌店铺。

截止本年末，公司直营店铺存量 130 家，营业面积总计 55,219 平方米，平均单店营业面积为 425 平方米，2021 年度实现平均单店营业收入 415.18 万元，平均年化坪效为 8,649.76 元/平方米/年。

营业收入排名前五的门店

序号	门店名称	开业日期	营业收入（元）	店面平效
1	Metersbonwe 上海南京东路旗舰店	2007 年 09 月 28 日	33,185,093.99	15,066.54
2	Metersbonwe 重庆沙坪坝旗舰店	2007 年 04 月 13 日	30,153,533.66	8,182.78
3	Metersbonwe 四川成都中山广场店	2006 年 06 月 16 日	25,222,238.00	11,464.65
4	Metersbonwe 吉林长春重庆路店	2008 年 07 月 16 日	20,138,680.02	7,796.62
5	MECITY 昆明南屏街店	2009 年 04 月 25 日	17,895,925.13	8,934.56
合计	--	--	126,595,470.80	

(2) 销售收入是否大于劳务收入

行业分类	项目	单位	2021 年	2020 年	同比增减
服装批发零售	销售量	件	30,470,356	52,035,424	-41.44%
	生产量	件	27,422,814	39,358,823	-30.33%
	库存量	件	21,345,144	24,392,686	-12.49%

2021 年销售商品数量较上年末下降 41.44%，主要是由于本年度公司继续渠道调整，关闭了难以持续盈利的亏损店铺，一定程度上影响到公司销量；2021 年度采购量下降 30.33%，主要由于公司减少了新品采购规模，同时公司进一步加大库存商品消化力度。

行业和产品分类

单位：元

行业分类	项目	2021 年		2020 年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
批发零售业	服饰销售	1,721,151,329.16	98.17%	2,470,854,128.11	98.85%	-30.34%

其他行业	其他	32,111,498.09	1.83%	28,737,433.20	1.15%	11.74%
------	----	---------------	-------	---------------	-------	--------

单位：元

产品分类	项目	2021 年		2020 年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
男装	服饰	933,877,692.19	53.27%	1,331,367,935.87	53.26%	-29.86%
女装	服饰	618,001,523.48	35.25%	906,222,533.49	36.25%	-31.80%
其他产品	服饰	169,272,113.49	9.65%	233,263,658.75	9.33%	-27.43%
其他行业	其他	32,111,498.09	1.83%	28,737,433.20	1.15%	11.74%

(3) 报告期内合并范围是否发生变动

本公司及子公司上海邦购信息科技有限公司与上海巴克斯酒业有限公司于 2021 年 3 月 9 日签订《股权转让协议》，以人民币 4.48 亿元的交易对价出售持有子公司上海模共实业有限公司 100% 股权。

本公司与 2021 年 5 月 6 日注销子公司西宁美特斯邦威服饰有限责任公司。

本公司于 2021 年 4 月 21 日新设立子公司上海好邦实业发展有限公司，注册资本 5,000 万元。

(4) 主要销售客户和主要供应商情况

公司主要销售客户情况

前五名客户合计销售金额（元）	192,005,748.95
前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例	7.43%
前五名客户销售额中关联方销售额占年度销售总额比例	0.00%

公司前 5 大客户资料

序号	客户名称	销售额（元）	占年度销售总额比例
1	第一名	110,168,616.70	4.26%
2	第二名	30,900,551.42	1.20%
3	第三名	18,365,861.64	0.71%
4	第四名	16,399,077.08	0.63%
5	第五名	16,171,642.11	0.63%
合计	--	192,005,748.95	7.43%

公司主要供应商情况

前五名供应商合计采购金额（元）	252,799,969.99
前五名供应商合计采购金额占年度采购总额比例	18.87%
前五名供应商采购额中关联方采购额占年度采购总额比例	0.00%

公司前 5 名供应商资料

序号	供应商名称	采购额（元）	占年度采购总额比例
1	第一名	66,529,153.86	4.97%
2	第二名	47,091,369.07	3.52%
3	第三名	47,030,881.39	3.51%
4	第四名	46,757,250.90	3.49%
5	第五名	45,391,314.77	3.39%
合计	--	252,799,969.99	18.87%

2、费用

单位：元

	2021 年	2020 年	同比增减	重大变动说明
销售费用	1,112,287,560.22	1,469,284,465.31	-24.30%	主要由于公司持续优化渠道结构而关闭部分亏损直营店铺，租金及人力成本下降所致。
管理费用	140,173,793.59	133,242,628.95	5.20%	
财务费用	97,537,683.79	77,400,378.01	26.02%	主要由于本报告期开始实行新租赁准则而确认的租赁负债的利息费用增加所致。
研发费用	69,259,104.69	68,555,590.32	1.03%	

本报告期内销售费用较上年同期同比下降 24.30%，主要由于公司从去年受疫情影响以来关闭了一些经营效率不高的店铺，从而使得相应的店铺租赁成本和人工成本都有较明显的下降。

3、研发投入

主要研发项目名称	项目目的	项目进展	拟达到的目标	预计对公司未来发展的影响
环保牛仔系列	联合国内牛仔面料供应商，为消费升级，关注可持续发展的当代消费	相关产品在 21 年春夏/秋三季持续研发，生产，上市。	美特斯邦威作为一个有社会责任的国民企业，我们不但为消费者提供日常穿着的	以环保牛仔作为我们可持续发展产品的重要入口，在未来的产品开发中不断深化可

	者提供基础可持续理念研发的创新牛仔面料。通过再生涤纶材料的使用，让本来无法降解的塑料瓶子再生成牛仔面料中的弹力纤维。同时保证了牛仔最正宗的风格效果。		服装产品，并且我们也有作为国民企业的社会责任。环保牛仔的引入就是我们公司产品精神的重要表现，我们从穿着感受和社会责任两个层面来满足我们消费者的需求。	持续理念产品的研发宽度和深度。不断加深和年轻一代消费者在生活理念上的关联。
门店消费分析系统	打造商城积分深入详尽管理，增加用户粘性，打通线上与线下门店订单结算，推动微距电商时代浪潮。并通过庞大的消费数据分析，输出线上线下结果。形成从商城到自动结算再到整合数据结果形成完整闭环，给决策者提供决策依据，更好的服务商家。	2021年10月实现系统中试，11-12月完成系统检测、实现产品上线试用试。	线上商城买单结合线下门店数据统一，方便后续大数据分析。商家轻松掌握线上线下用户画像、消费账单数据信息，多维度分析会员消费数据，实现大数据化智能管理。	就近分配订单，就近店铺发货，提升物流效率，减少物流中转，节约成本。将订单分配到精准门店，用户体验提高。用户粘性就会大大增强。
后台运营平台	打造线上运营统一平台，整合线上订单并自动纠错，提高数据准确性。通过订单数据与消费数据进行深入详尽管理，并通过庞大的消费数据分析，输出线上结果。形成消费者各维度分类与评分，为线上精准营销与后台管理提供支持，给决策者提供决策依据，更好的进行决策。	2021年10月实现系统中试，11-12月完成系统检测、实现产品上线试用试。	后台运营管理实现精准的营销思想，营销的终极追求就是无营销的营销，到达终极思想的过度就是逐步精准，达到低成本可持续发展的企业目标。	不断满足客户个性需求，建立稳定的企业忠实顾客群，实现客户链式反应增殖，从而达到企业的长期稳定高速发展的需求。

公司研发人员情况

	2021年	2020年	变动比例
研发人员数量(人)	204	216	-5.56%
研发人员数量占比	7.10%	4.36%	2.74%
研发人员学历结构	——	——	——
本科	117	135	-13.33%
硕士	12	18	-33.33%
研发人员年龄构成	——	——	——

30岁以下	65	89	-26.96%
30~40岁	99	105	-5.71%

公司研发投入情况

	2021年	2020年	变动比例
研发投入金额（元）	69,259,104.69	68,555,590.32	1.03%
研发投入占营业收入比例	2.62%	1.80%	0.82%
研发投入资本化的金额（元）	0.00	0.00	0.00%
资本化研发投入占研发投入的比例	0.00%	0.00%	0.00%

4、现金流

单位：元

项目	2021年	2020年	同比增减
经营活动现金流入小计	3,365,558,422.52	4,682,682,026.74	-28.13%
经营活动现金流出小计	3,084,895,482.72	4,437,897,925.12	-30.49%
经营活动产生的现金流量净额	280,662,939.80	244,784,101.62	14.66%
投资活动现金流入小计	450,930,441.22	18,407,485.76	2,349.71%
投资活动现金流出小计	67,808,155.46	60,120,665.60	12.79%
投资活动产生的现金流量净额	383,122,285.76	-41,713,179.84	1,018.47%
筹资活动现金流入小计	1,740,704,811.51	1,815,595,213.70	-4.12%
筹资活动现金流出小计	2,424,283,272.39	2,130,502,812.73	13.79%
筹资活动产生的现金流量净额	-683,578,460.88	-314,907,599.03	-117.07%
现金及现金等价物净增加额	-19,778,406.74	-112,151,876.92	82.36%

1. 经营活动产生的现金流量净额较上年同期增加14.66%，主要是由于本报告期内购买商品和支付其他与经营活动有关的现金较上年同期有所下降所致。

2. 投资活动产生的现金流量净额较上年同期增加1018.47%，主要是由于本报告期内收到公司出售全资子公司上海模共实业有限公司100%股权的款项所致。

3. 筹资活动产生的现金流量净额较上年同期下降117.07%，主要是由于本报告期内其他与筹资活动有关的现金支付用以归还银行借款及华服投资财务资助款增加所致。

三、非主营业务分析

单位：元

	金额	占利润总额比例	形成原因说明	是否具有可持续性
投资收益	320,520,238.07	68.26%	出售全资子公司上海模共实业有限公司 100% 股权，及华瑞银行权益法确认投资收益	否
公允价值变动损益	0.00	0.00%		否
资产减值	10,696,487.97	-2.28%	主要是本年度投资性房地产减值所致。	否
营业外收入	4,582,504.64	0.98%	不具有重大影响	否
营业外支出	16,095,735.61	-3.43%	不具有重大影响	否

四、资产及负债状况分析

1、资产构成重大变动情况

单位：元

	2021 年末		2021 年初		比重增减	重大变动说明
	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例		
货币资金	331,040,784.76	6.49%	181,348,156.26	2.80%	3.69%	较年初增加 82.54%，主要由于本年经营活动现金流量净额增加所致。
应收账款	673,836,868.30	13.20%	877,643,965.44	13.53%	-0.33%	
存货	1,134,261,361.27	22.23%	1,590,368,536.68	24.52%	-2.29%	
投资性房地产	335,161,737.85	6.57%	265,220,160.75	4.09%	2.48%	
长期股权投资	653,252,240.63	12.80%	628,571,250.13	9.69%	3.11%	
固定资产	825,926,516.07	16.18%	1,066,423,081.87	16.44%	-0.26%	
在建工程	591,176.37	0.01%	700,810.76	0.01%	0.00%	
使用权资产	538,346,452.97	10.55%	1,232,309,470.15	19.00%	-8.45%	较年初下降 56.31%，主要由于本年度内直营店铺租赁减少所致。
短期借款	1,223,439,250.	23.97%	1,346,225,575.	20.76%	3.21%	

	01		47			
合同负债	68,500,450.09	1.34%	61,175,604.39	0.94%	0.40%	
租赁负债	373,242,314.06	7.31%	958,952,260.69	14.79%	-7.48%	较年初下降 61.08%，主要由于报告期内部分直营店铺关闭而终止租赁使尚未支付的租赁付款额减少所致。
预付账款	133,319,139.28	2.61%	87,578,261.30	1.35%	1.26%	较年初增加 52.23%，主要是由于预付采购货款增加所致。
无形资产	19,314,076.07	0.38%	32,065,507.22	0.49%	-0.11%	较年初下降 39.77%，主要是由于本报告期内处置了子公司上海模共，所属土地使用权资产一并进行了处置。
长期待摊费用	44,700,819.26	0.88%	66,315,399.18	1.02%	-0.14%	较年初下降 32.59%，主要是由于报告期内店铺装修费用摊销所致。
应付票据	820,870,881.29	16.09%	476,801,566.16	7.35%	8.74%	较年初增加 72.16%，主要是由于本报告期内向供应商开具的应付票据增加所致。
应付账款	733,968,339.95	14.38%	1,162,857,117.79	17.93%	-3.55%	较年初下降 36.88%，主要是由于本报告期内支付了到期应付的采购货款所致。
预收账款	41,846,221.04	0.82%	14,302,905.20	0.22%	0.60%	较年初增长 192.57%，主要是由于本报告期内预收租金款增加所致。
应付职工薪酬	75,565,405.68	1.48%	116,933,297.65	1.80%	-0.32%	较年初下降 35.38%，主要是由于本报告期内缴纳了上年度因疫情期间按国家政策所缓交的社保款项。
应交税费	121,721,955.38	2.39%	198,051,451.54	3.05%	-0.66%	较年初下降 38.54%，主要是由于本报告期末应交增值税余额较上年末有所下降所致。
一年内到期的非流动负债	125,862,306.86	2.47%	228,180,996.08	3.52%	-1.05%	较年初下降 44.84%，主要由于报告期内部分直营店铺关闭而终止租赁使一年内到期的租赁付款额减少所致。

2、截至报告期末的资产权利受限情况

于 2021 年 12 月 31 日，账面价值为人民币 169,157,768.13 元的银行存款用于综合授信额度保证金。

于 2021 年 12 月 31 日，账面价值为人民币 3,760,857.00 元的银行存款因诉讼案件被冻结。

于 2021 年 12 月 31 日，账面价值为人民币 751,531,224.57 元固定资产用于

银行借款抵押。

于 2021 年 12 月 31 日，账面价值为人民币 8,063,220.96 元土地使用权用于银行借款抵押。

于 2021 年 12 月 31 日，账面价值为人民币 305,013,147.57 元的投资性房地产用于银行借款抵押。

五、 公司未来的展望

2022 年一季度新型冠状病毒疫情再次出现反复，公司总部所在地上海，更是受到严重的影响，预计将对公司阶段性负面影响。公司积极配合政府相关规定实行封闭式管理，员工干部连夜逆行奔赴总部进入战时状态，坚定创业者精神，迎接疫情带来的挑战。

2022 年公司将围绕新零售时代的人货场精准逻辑，基于精准人群分类，通过“四个精准”手段做精准量化管理的同时公司还将深入优化渠道布局，持续重点聚焦加盟发展。以创业者的奋斗精神力，重塑专业职业者文化，通过符合新时代节奏的企业文化和价值观提升培训，打造一支与时俱进的职业化专业化铁军，有效提升公司经营效益。

上海美特斯邦威服饰股份有限公司

总经理：胡佳佳

2022 年 4 月 29 日