

上海美特斯邦威服饰股份有限公司

2022 年度总经理工作报告

一、概述

公司总部及全国唯一物流中心均设立在上海浦东，2022年上半年因公司物流无法正常发货，对公司销售收入带来较大的负面影响。公司员工干部坚定创业者精神，聚焦资源进一步调整市场规模，应对市场带来的挑战。

1、公司线下直营采取稳定存量的策略发展，亏损店铺已经全面关闭，销售费用大幅下降。

2、公司集中经营资源重点围绕三至五线市场发展加盟渠道，整合发展电商渠道业务。

3、持续优化组织结构与资源配置，合力形成以绩效考核、价值创造为导向的组织文化。

4、持续存货处理力度，降低库存占用。截至2022年末，公司服饰存货账面价值为7.36亿元，较上年末下降34.38%，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

	2022 年		2021 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	1,439,359,494.56	100%	2,638,678,728.19	100%	-45.45%
分行业					
批发零售业	1,258,582,059.81	87.44%	2,585,662,427.03	97.99%	-51.32%
其他行业	180,777,434.75	12.56%	53,016,301.16	2.01%	240.98%
分产品					
男装	772,632,136.97	53.68%	1,462,059,597.72	55.41%	-47.15%
女装	346,452,998.28	24.07%	870,146,965.19	32.98%	-60.18%

其他产品	139,496,924.56	9.69%	253,455,864.12	9.60%	-44.96%
其他业务	180,777,434.75	12.56%	53,016,301.16	2.01%	240.98%
分地区					
中国大陆地区	1,439,359,494.56	100.00%	2,638,678,728.19	100.00%	-45.45%
分销售模式					
批发	723,221,594.42	50.25%	1,213,702,582.09	46.00%	-40.41%
零售	535,360,465.39	37.19%	1,371,959,844.94	51.99%	-60.98%
其他业务	180,777,434.75	12.56%	53,016,301.16	2.01%	240.98%

(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	1,258,582,059.81	846,205,778.44	32.77%	-51.32%	-50.83%	-0.67%
其他行业	180,777,434.75	131,159,736.51	27.45%	240.98%	549.19%	-34.44%
分产品						
男装	772,632,136.97	513,942,912.60	33.48%	-47.15%	-44.97%	-2.65%
女装	346,452,998.28	249,572,793.00	27.96%	-60.18%	-59.62%	-1.02%
其他产品	139,496,924.56	82,690,072.84	40.72%	-44.96%	-51.15%	7.51%
其他行业	180,777,434.75	131,159,736.51	27.45%	240.98%	549.19%	-34.44%
分地区						
中国大陆地区	1,439,359,494.56	977,365,514.95	32.10%	-45.45%	-43.87%	-1.91%

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	29	23,185	12	113	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	997	189,837	103	576	部分加盟商关闭了难以持续	各品牌均有关

					盈利的加盟店	闭店铺
--	--	--	--	--	--------	-----

截止本年末，公司直营店铺存量 29 家，营业面积总计 23,185 平方米，平均单店营业面积为 799 平方米，2022 年度实现平均单店营业收入 649.95 万元，平均年化坪效为 8,129.58 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 广西南宁民生路店	2008 年 07 月 26 日	10,535,243.70	6,584.53
2	Metersbonwe 重庆沙坪坝渝碛路店	2007 年 04 月 13 日	10,256,908.27	9,720.36
3	Metersbonwe 吉林长春重庆路店	2008 年 07 月 16 日	9,710,834.29	6,069.27
4	Metersbonwe 四川成都中山广场店	2006 年 06 月 16 日	8,036,957.33	10,832.14
5	Metersbonwe 成都美邦大厦店	2010 年 09 月 07 日	5,976,212.63	7,576.99
合计			42,523,842.65	

(2) 销售收入是否大于劳务收入

行业分类	项目	单位	2022 年	2021 年	同比增减
服装批发与零售	销售量	件	16,008,845.00	30,470,356	-47.46%
	生产量	件	9,923,591.00	27,422,814	-63.81%
	库存量	件	15,259,890.00	21,345,144	-28.51%

2022 年销售商品数量较上年末下降 47.46%，主要是由于报告期内公司继续渠道调整，主动关闭低效店铺，同时，本报告期内公司唯一物流仓储园区停运近 3 个月，在仓货品无法正常发货出库，致使销售规模同比下降，销售数量也同步下降；2022 年度采购量下降 63.81%，主要由于公司合理控制新品采购规模。

行业和产品分类

单位：元

行业分类	项目	2022 年		2021 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	846,205,778.44	86.58%	1,721,151,329.16	98.84%	-50.83%
其他行业	其他	131,159,736.51	13.42%	20,203,689.98	1.16%	549.19%

单位：元

产品分类	项目	2022 年		2021 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	513,942,912.60	52.58%	933,877,692.19	53.63%	-44.97%
女装	服饰	249,572,793.00	25.54%	618,001,523.48	35.49%	-59.62%
其他产品	服饰	82,690,072.84	8.46%	169,272,113.49	9.72%	-51.15%
其他行业	其他	131,159,736.51	13.42%	20,203,689.98	1.16%	549.19%

(3) 报告期内合并范围是否发生变动

本公司与青岛美盛达服饰有限公司于 2022 年 6 月 15 日签订《股权转让协议》，以人民币 300 万元的交易对价出售持有子公司重庆美特斯邦威服饰有限责任公司 99% 股权。

本公司与 2022 年 9 月 14 日注销子公司哈尔滨美特斯邦威服饰有限公司。

(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）	106,857,968.92
前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例	8.49%
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	53,176,325.88	4.23%
2	第二名	16,805,931.16	1.34%
3	第三名	12,795,091.06	1.02%
4	第四名	12,534,834.73	1.00%
5	第五名	53,176,325.88	4.23%
合计	--	106,857,968.92	8.49%

公司主要供应商情况

前五名供应商合计采购金额（元）	135,273,746.59
前五名供应商合计采购金额占年度采购总额比例	24.27%
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	32,882,863.53	5.90%
2	第二名	30,221,853.34	5.42%
3	第三名	27,849,050.13	5.00%
4	第四名	22,713,451.94	4.08%
5	第五名	21,606,527.65	3.88%
合计	--	135,273,746.59	24.27%

2、费用

单位：元

	2022年	2021年	同比增减	重大变动说明
销售费用	573,671,018.92	1,112,287,560.22	-48.42%	主要是由于本报告期内公司持续优化渠道结构而关闭难以持续盈利的直营店铺，使得直营店铺运营相关费用较上年同期继续下降所致。
管理费用	84,259,055.53	140,173,793.59	-39.89%	主要由于本报告期内公司进行组织重构、优化，人力成本等管理成本较上年同期有明显下降。
财务费用	88,576,301.06	97,537,683.79	-9.19%	
研发费用	51,792,543.71	69,259,104.69	-25.22%	

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
中国现代消费者体型版型库研究	针对中国消费者主流消费特点，根据不同性别、不同年龄、不同区域的消费者在不同品类的消费习惯，针对不同消费者的体型做版型研究并做版型库数据的不断沉淀，不断优化升级。成为美邦品牌未来开发更好的产品而不断沉淀。	已梳理完成版型区间，各品类的版型库已建立，每一季度根据市场消费者的变化进行相对应的完善修正。	通过对消费者的研究，深入了解不同体型对于版型的要求，通过不断完善提高与消费者间的互动，达到满足不同消费者的版型穿着需求，提升消费者体验，给中国消费者提供最好的穿着体验，提供适合中国消费者的服装，达到美特斯邦威做	以充分了解消费者为基石，可满足不同消费者对版型的要求，不断的优化消费者体验，使不同的体型的消费者都能购买到适合自己的服饰，提升幸福感与购买欲，进而提高消费者粘性和复购占比

			服装的初衷。	
环保牛仔产品系列	通过创新牛仔面料和低耗水的水洗工艺作为切入点,关注可持续发展理念产品研发。	相关产品自 21 年春初次上市以来,公司深入研发及产品升级,22 年春/夏/秋持续滚动生产,上市。	美特斯邦威作为一个有社会责任的国民企业,我们不但是为消费者提供日常穿着的服装产品,并且我们也有作为国民企业的社会责任。牛仔品类作为美特斯邦威最重要的服装品类之一,我们在这个领域的投入是我们公司品牌精神的重要表现,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。	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持续发展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。
销售&行为分析应用软件开发	在设计或者是推销一款产品的时候,我们不要以产品为中心,而是要以用户为中心,只有了解到了用户的需求,才能够让产品有更好的销量,所以说进行用户行为分析还是很重要的,而使用销售&行为分析应用软件可以减少人为的工作量,能够增加效率	2022 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	1、精准营销 2、数据挖掘 3、渠道评估 4、留存分析	帮助企业更好的精准营销,提高用户复购率,同时还可以进行数据的挖掘和渠道的评估,对公司扩展新的渠道提供支持
零售&商户结算应用软件开发	实时了解商品销售、库存、帐款等经营信息,从而提高企业的市场判断力和员工的工作效率,提高资金的利用率和结算速度,实现批发零售管理的高效率、实用性、安全性	2022 年 10 月实现系统中试, 11-12 月完成系统测试联调、实现产品上线试用	1、商品从入库到销售,形成一整套管理流程 2、界面友好,操作简单,数据存储安全可靠 3、数据查询方便、灵活、准确	通过实时了解商品销售、库存和账款等经营信息,提高企业的市场判断能力和提升员工的工作效率,提高资金的利用率和周转速度,实现批发零售&结算管理的高效率、实时性、安全性
电子签系统	集合同的审批、签证与一体,帮助企业高效签署及管理合同,节约运营成本;同时在后期存管、查阅、可能发生的合同举证中提供支持,	2022 年 6 月实现系统中试, 7-8 月完成系统测试联调、实现产品上线试用	1、签管一体 2、安全可靠 3、法律支持	帮助企业高效签署及管理合同,节约运营成本保障合同证据链的法律效力,同时也对企业转型数字化、智能化起到推波助澜的作用

公司研发人员情况

	2022 年	2021 年	变动比例
研发人员数量 (人)	147	252	-41.67%
研发人员数量占比	12.47%	8.78%	3.69%
研发人员学历结构			
本科	84	120	-30.00%
硕士	9	16	-43.75%
博士	1	1	0.00%

研发人员年龄构成			
30岁以下	29	66	-56.06%
30~40岁	72	109	-33.94%

公司研发投入情况

	2022年	2021年	变动比例
研发投入金额(元)	51,792,543.71	69,259,104.69	-25.22%
研发投入占营业收入比例	3.60%	2.62%	0.98%
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	2022年	2021年	同比增减
经营活动现金流入小计	1,678,648,382.94	3,365,558,422.52	-50.12%
经营活动现金流出小计	2,228,094,707.74	3,084,895,482.72	-27.77%
经营活动产生的现金流量净额	-549,446,324.80	280,662,939.80	-295.77%
投资活动现金流入小计	196,076,399.22	450,930,441.22	-56.52%
投资活动现金流出小计	7,190,565.97	67,808,155.46	-89.40%
投资活动产生的现金流量净额	188,885,833.25	383,122,285.76	-50.70%
筹资活动现金流入小计	2,927,077,936.35	1,740,704,811.51	68.15%
筹资活动现金流出小计	2,655,520,485.17	2,424,283,272.39	9.54%
筹资活动产生的现金流量净额	271,557,451.18	-683,578,460.88	139.73%
现金及现金等价物净增加额	-88,876,945.40	-19,778,406.74	-349.36%

1. 经营活动产生的现金流量净额较上年同期下降 290.60%，主要是由于本报告期内销售规模下降及兑付到期的商业承兑汇票增加所致。

2. 投资活动产生的现金流量净额较上年同期下降 58.65%，主要是由于本报告期内出售投资性房产武汉光谷收到的款项较上年度收到公司出售全资子公司上海模共实业有限公司 100%股权的款项少。

3. 筹资活动产生的现金流量净额较上年同期增加 142.06%，主要是由于本报告期内其他与筹资活动有关的现金中收到母公司华服投资财务资助款项较上年同期增加所致。

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	-56,830,896.31	6.84%	公司联营企业华瑞银行权益法确认投资收益	否
公允价值变动损益	359,088.97	-0.04%	投资性房地产公允价值变动	否
资产减值	0.00	0.00%		否
营业外收入	5,509,462.99	-0.66%	不具有重大影响	否
营业外支出	16,122,491.21	-1.94%	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

	2022 年末		2022 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	125,884,513.46	3.33%	331,040,784.76	6.02%	-2.69%	较上年末下降 61.97%，主要由于报告期经营活动现金流量净额减少所致。
应收账款	392,088,289.11	10.36%	673,836,868.30	12.25%	-1.89%	较上年末下降 41.81%，主要是由于信用损失增加所致。
合同资产		0.00%		0.00%	0.00%	
存货	745,443,664.50	19.69%	1,134,261,361.27	20.62%	-0.93%	较上年末下降 34.28%，主要是由于控制新品采购规模及

						大力消化库存商品所致。
投资性房地产	556,505,000.00	14.70%	623,930,000.00	11.34%	3.36%	
长期股权投资	610,473,664.08	16.13%	653,252,240.63	11.87%	4.26%	
固定资产	667,349,232.38	17.63%	865,507,420.18	15.73%	1.90%	
在建工程	2,768,031.39	0.07%	591,176.37	0.01%	0.06%	
使用权资产	164,309,553.16	4.34%	538,346,452.97	9.79%	-5.45%	较上年末下降69.48%，主要由于本年度内直营店铺租赁减少所致。
短期借款	946,714,805.56	25.01%	1,223,439,250.01	22.24%	2.77%	
合同负债	65,953,690.47	1.74%	68,500,450.09	1.25%	0.49%	
长期借款		0.00%		0.00%	0.00%	
租赁负债	112,708,997.56	2.98%	373,242,314.06	6.78%	-3.80%	较上年末下降69.80%，主要由于报告期内关闭直营店铺而终止租赁使尚未支付的租赁付款额减少所致。
预付款项	72,931,168.93	1.93%	133,319,139.28	2.42%	-0.49%	较上年末下降45.30%，主要是由于预付采购货款减少所致。
一年内到期的非流动资产	12,528,122.71	0.33%	31,688,090.81	0.58%	-0.25%	较上年末下降60.46%，主要是由于关闭直营店铺，商铺保证金减少所致。
长期应收款	38,146,261.44	1.01%	60,895,353.63	1.11%	-0.10%	较上年末下降37.36%，主要是由于关闭直营店铺，商铺保证金减少所致。
长期待摊费用	19,868,187.94	0.52%	44,700,819.26	0.81%	-0.29%	较上年末下降55.55%，主要是由于报告期内费用持续摊销且无新增店铺装修所致。
应付票据	234,000,725.11	6.18%	820,870,881.29	14.92%	-8.74%	较上年末下降71.49%，主要是由于本报告

						期内向供应商开具的应付票据到期兑付。
预收款项	12,728,514.90	0.34%	41,846,221.04	0.76%	-0.42%	较上年末下降69.58%，主要是由于本报告期内预收的租金款项减少所致。
其他应付款	1,231,753,491.65	32.54%	738,186,451.81	13.42%	19.12%	较上年末增加66.86%，主要是由于本报告期末向关联方华服投资拆入资金余额增加所致。
一年内到期的非流动负债	31,654,083.55	0.84%	125,862,306.86	2.29%	-1.45%	较上年末下降74.85%，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。
其他综合收益	91,060,778.79	2.41%	61,196,383.74	1.11%	1.30%	较上年末增加48.80%，主要是由于本报告期内自有的自用房产转为投资性房地产增值确认的其他综合收益较上年同期增加所致。

2、截至报告期末的资产权利受限情况

于2022年12月31日，账面价值为人民币44,570,801.51元的银行存款用于综合授信额度保证金。

于2022年12月31日，账面价值为人民币12,068,497.72元的银行存款因诉讼冻结。

于2022年12月31日，账面价值为人民币607,849,053.43元固定资产用于银行借款抵押。

于2022年12月31日，账面价值为人民币7,823,125.06元土地使用权用于银行借款抵押。

于 2022 年 12 月 31 日，账面价值为人民币 510,845,000.00 元的投资性房地产用于银行借款抵押。

五、 公司未来的展望

2023 年，公司将不断完善经营策略，深入组织模式升级与绩效策略变革，推进各业务单位独立核算，自负盈亏，充分激发各绩效组织的潜能，形成良性内部竞争机制和氛围。另一方面公司持续优化品牌和产品升级策略，围绕潮流学院、潮流通勤挖掘市场精准匹配需求，做好核心品类产品品质性价比竞争力机会。随着市场的逐渐复苏，公司直营将聚焦线上渠道发力，稳定线上平台发展布局抖生态、微生态矩阵，打通线上线下门店潜能。同时公司将寻求机遇布局优质线下体验门店，打造互动场景，为年轻消费者提供更好的穿着体验的同时感受品牌文化。

上海美特斯邦威服饰股份有限公司

总经理：胡佳佳

2023 年 4 月 28 日