



美克国际家居用品股份有限公司
Markor International Home Furnishings Co., Ltd.

2015年度股东大会会议资料





会议资料目录

2015 年度股东大会会议议程.....	3
议案一 《2015 年度董事会工作报告》.....	4
议案二 《2015 年度监事会工作报告》.....	19
议案三 《2015 年度财务决算报告》.....	22
议案四 《2015 年年度报告及摘要》.....	26
议案五 2015 年度利润分配议案.....	27
议案六 关于续聘 2016 年度财务审计机构及支付其报酬的议案.....	28
议案七 关于续聘 2016 年度内控审计机构及支付其报酬的议案.....	29
议案八 独立董事 2015 年度述职报告.....	30
议案九 关于修订《公司章程》的议案.....	31



美克国际家居用品股份有限公司 2015年度股东大会会议议程

上午会议部分：

会议于 10:30 开始

一、会议主持人致欢迎辞，并介绍本次会议议程及有关事项。本次会议采用现场投票与网络投票相结合的方式举行，表决结果将在 16:00 以后由上证所信息网络有限公司统计汇总发送至公司，因此本次会议将在上午现场会议结束后暂时休会，下午表决结果出来后继续进行。

二、审议议案

- 1、《2015 年度董事会工作报告》
 - 2、《2015 年度监事会工作报告》
 - 3、《2015 年度财务决算报告》
 - 4、《2015 年年度报告及摘要》
 - 5、2015 年度利润分配议案
 - 6、关于续聘 2016 年度财务审计机构及支付其报酬的议案
 - 7、关于续聘 2016 年度内控审计机构及支付其报酬的议案
 - 8、独立董事 2015 年度述职报告
 - 9、关于修订《公司章程》的议案
- 三、对上述议案进行现场投票表决。
- 四、宣布参加现场会议的股东投票表决结果。
- 五、会议休会。

下午会议部分：

- 六、宣布本次会议审议事项表决结果。
- 七、宣布本次股东大会决议。
- 八、与会董事在股东大会会议记录和会议决议上签字。
- 九、律师对本次股东大会出具验证意见。
- 十、会议结束。

美克国际家居用品股份有限公司董事会

二〇一六年五月五日



议案一

美克国际家居用品股份有限公司 2015 年度股东大会

《2015 年度董事会工作报告》

各位股东、各位代表：

公司于 2016 年 4 月 13 日召开第六届董事会第十六次会议审议通过了公司《2015 年度董事会工作报告》，现提请股东大会审议，以下为具体内容：

一、2015 年度公司经营情况回顾

2015 年是中国“十二·五规划”的末年，也是公司“五·五规划”的收官之年，公司提出“迈向无缝零售、实现数字化非传统增长”。我们需要向全渠道零售企业转型，以便为消费者不间断的（包括线上）提供无缝购物体验。全渠道零售，是指以消费者为中心，利用一切的销售渠道，将消费者在各种不同渠道的购物体验无缝链接，同时将消费历程的愉悦性最大化，即打造卓越的客户体验。

报告期，公司对旗下品牌美克美家实体店进行了全面升级，在传承一贯的高品位、经典的特质基础上，店面整体装修风格、场景展示、产品和服务、无缝式零售体验、科技化互动，已成为美克美家新的品牌标识，让消费者感受到一个更具亲和力的品牌形象、一个能体味品位生活的家居体验平台和一种更加顶级的购物享受。从某种意义上来说，美克美家的升级之路，正是公司“巨匠精神”的完美展现。极致既是一种与生俱来的品牌基因，同时也是一种企业应有的做事态度，将平凡的事做到不平凡，这便是公司所理解的“巨匠精神”。

为满足客户个性化的购物需求，向顾客提供无缝购物体验，报告期，公司与 IBM 及苹果公司联合开发中国第一个 MobileFirst 合作项目，这是中国第一个生活方式品牌商合作项目，将代表全球生活方式家居品牌提出提升零售店体验的企业移动应用需求，在零售店移动应用和客户体验方面进行开发，利用大数据分析功能为客户提供更个性化、更高效、更优质的服务，以最完美的方式满足消费者独特的品位和喜好，并最终实现卓越的客户体验。

报告期，公司与巴斯夫签订战略合作协议，通过深入合作，使公司站在了新材料、新技术的最前沿，并在家居产品的开发设计、生产效率、环保、产品功能等创新领域带来更多潜在的机会。报告期，公司持续推进以产品设计为核心的品牌战略，落实高效一体化的产品研发流程，不断丰富商品品类，持续优化商品结构，形成与多品牌价值主张适配的商品组合。2015 年，公司共开发 2109 个产品



品号，其中，开发了美克美家 1336 个品号、caracole/A. R. T. 773 个品号。美克美家迭代升级产品、美克美家黑标产品、EA、caracole 及大量装饰品、家居用品的上市，改善了商品品类结构，强化了客户购买清单满足率，提升了商品竞争力和价格覆盖度。

报告期，公司积极推进供应链体系建设，不断优化内、外部供应资源，深化战略寻源，确保供需平衡。采购半径遍及亚洲、美洲、欧洲等 16 个国家，供应商数量已超过 200 家。供应链体系通过全球化的采购模式对公司多品牌战略起到了重要的支撑作用。

（一）零售多品牌

1、美克美家——致力于打造卓越的客户体验平台

当今，整个零售业态都在发生着巨大转变，在网络化的未来五年，零售业的变化将胜于过去 50 年，公司充分意识到，作为一家家居零售企业，必须不断去迎合消费者对于购物体验、居家文化方面的需求，以提供更好的平台和服务。2015 年，美克美家率先在行业内实施全面升级，1 月 23 日美克美家海口旗舰店的盛装启幕，标志着美克美家品牌全面升级的开始。报告期，公司不断提升和迭代品牌升级标准，持续推进店面升级，北京东三环店、上海八佰伴店、长沙星城店、宜兴店、上海淮海路店等陆续开业。

升级后的店面，在传承一贯的高品位、经典的特质基础上，更加体现了品牌浪漫和时尚的生活调性，充分展示了“品位、经典、浪漫、时尚”的价值主张。整体环境的装修风格融合了国际前沿的时尚元素，推出了包括主打国内顶峰级人群的美克美家黑标等高端系列产品、倡导全新生活方式的美国伊森艾伦产品和时尚的 caracole 系列产品；对木质家具、软体家具、装饰品中心、设计中心、睡眠中心进行了全面升级；引入了虚拟家居换装、虚拟家居 DIY、家具互动体验墙等科技家居互动设施，让整个购物过程实现了从“选购式”到“体验式”的跨越。在美克美家的核心受众群体中，各界社会精英和中产阶级是主力消费人群，对他们而言，舒适、宜居已经远远不能满足要求，能够彰显品味的生活方式才符合他们对于生活的追求。美克美家的店面升级，就是希望给中产阶级精英人群带来亲身感受，体验产品传递的品味信息，感受来自品牌的亲切服务，这是更符合时代特征，也更加契合核心受众价值观的生活方式。

报告期，公司共完成 77 家美克美家店面的升级，占美克美家店面总数的 92%。升级后的店面，无论是客流、下单客户数、客单价都呈现出明显的上升趋势。

美克美家注重营销数据标准化管理，关注营销活动的投入产出比，后台与前



台一线共同制定更加有效的促销策略。在“集团周年庆”、“世界睡眠日”等活动日，均保持了销售同比增长的良好态势，“五·一”、“十·一”等节日的销售额更是创出了历史新高。2015年美克美家大区运营模式逐渐成熟，各大区从销售管理、财务、商品、人力资源、培训等领域进行资源整合，发挥区域优势，并通过巡店、月度、季度会议，不断强化门店内部运营。2015年，公司围绕品牌升级标准，强化了对美克美家各层级管理人员的培训，并推进“明星店长”制度，赋予不同的自主管理权责和空间，有效提升管理能力，促进销售收入的稳步提升。

报告期，公司根据美克美家品牌发展以及公司经营需求，重点在北京、上海、成都等核心区域城市进行战略布局、门店加密、抢占制高点；对山东半岛城市群进行加密布局；同时进入西区、南区空白省会城市，不断拓展新市场。2015年美克美家共新增门店15家，同时优化调整关闭门店6家，截至2015年12月31日，美克美家共拥有3个配送中心，27个服务中心，84家门店分布在全国24个省（自治区、直辖市）49个城市。

2、A. R. T. ——构建健康有序的加盟商生态圈

A. R. T. 品牌是公司多品牌战略中重要的品牌拼图，推广纯正美式生活方式，采取加盟和自营相结合的经营模式。2015年是A. R. T. 品牌加盟业务从品牌实验到品牌实践的运营元年，公司通过自营店的规范化运营，打造“标杆示范”形象；通过提高自营店销售运营与卓越服务能力，将成熟经营模式向加盟商店复制；通过专业的运营团队，标准化的管理体系，推动加盟业务直营化管理。在大力拓展市场的同时，公司建立和完善了运营督导体系，加强对加盟商的培训和运营督导，帮助加盟商建立发展愿景、品牌理念、品牌文化，助力加盟商提高销售运营核心技能。公司以“做品牌为事业追求”的理念发现一批、培养一批、带动一批，构建健康有序的加盟商生态圈，形成了核心加盟商、种子加盟商和新苗加盟商群，建立了品牌长期发展基础。2015年，公司加大了A. R. T. 品牌宣传力度，精准分析与定位消费人群，定制内容，引发关注，建立热点，既重视传统媒体的影响力，又充分利用新媒体的传播力，把A. R. T. 品牌形象在消费者心智中进行注册。

2015年，公司稳步推进A. R. T. 的强势品牌策略，虽然身处经济低迷的外部环境之中，但A. R. T. 加盟业务仍然实现了逆势增长，年内新开加盟店31家，新增加盟运营面积2.3万平方米。截至2015年12月31日，公司已开立A. R. T. 直营店4家，加盟店54家，加盟店总面积达3.8万平方米，分布在20个省47个城市，基本覆盖了一、二线城市，并逐步覆盖发达的三线城市。

3、其他新品牌——进入稳步运营期，多品牌架构已具雏形



2015年7月，美克美家子品牌 Rehome 以“重新定义您的家”为品牌宣言，在北京金融街购物中心举办了雅致温馨的品牌发布仪式以及 Rehome 北京金融街购物中心店的开业庆典。Rehome 正是秉承“温馨、雅致、愉悦、便捷”的价值主张，依托公司二十余年产品开发、全球寻源和一体化的家居生态系统，传承美克美家纯正美学血统和良好的口碑，为热爱生活、富有创造力、品味高雅的消费者甄选全球创意家居用品，并设计开发家具产品，满足当下不断变换的家居需求。Rehome 主要布局高端购物中心，2015年分别在北京、青岛和重庆开立了3家 Rehome 店面。

2015年4月，YVVY 品牌升级店落户上海仙乐斯广场，开启了美克家居多品牌的全新探索之旅。YVVY 以“潮、酷、惊喜、独特”为品牌价值主张，着力营造前卫先锋，特立独行的时尚潮流，面向崇尚自由，追求个性，对新鲜体验富有热情的人群，为他们量身打造了“不设限”家居搭配模式，让每一位 YVVY 顾客挖掘出符合自身个性色彩的家居风格。截至2015年12月31日，公司已分别在上海、青岛和沈阳开立了3家 YVVY 店面。

（二）营销与批发

Caracole 公司多年来以其卓越的设计能力在美国市场拥有领先优势，自2015年4月的美国高点展开始，caracole 的品牌组合正式分为 caracole 现代、caracole 经典、caracole 黑标，caracole 品牌已经成为 Caracole 公司支柱品牌，2015年其销售收入占 Caracole 公司整体收入50%。caracole 引领潮流的设计，现代奢华的产品风格，吸引了都市特有客群，逐步进入奢侈品行列。2015年 caracole 新产品通过美克美家渠道回归中国，给公司零售业务带来了新的商机。

2015年是 A. R. T. 公司的转型之年，通过品牌形象转型、产品转型、客户转型、销售转型，建立品牌新高度，不断提高产品价值感与毛利率水平。2015年 A. R. T. 公司从产品设计入手，不断拓宽产品风格，聚焦中高价位传统风格的核心实木产品以及中价位、休闲/变迁风格的产品，通过产品转型，带动产品价值感不断上移，客户结构优化，毛利率同步提升。报告期，A. R. T. 公司销售客户中美国《今日家具》前100名客户的收入增长了113%，第2个100名客户的收入增加了53%。2015年 A. R. T. 公司通过对网站的更新、进入 facebook、twitter 等社交媒体，塑造了全新的品牌形象；通过对销售团队的重整，强化优秀销售团队建设，超级销售代表业绩显著提升，并更加专注于 A. R. T. 产品的销售。报告期，A. R. T. 公司加强对国际客户渠道管理，充分利用电子商务渠道扩大销售，对公司



中国加盟业务给予大力支持。

（三）打造互联网家居生态系统

2015年，公司强化供应链数字化建设，推进O2O项目迭代升级，构建以用户需求为原点的互联网家居生态系统，为消费者提供不间断的无缝购物体验。

公司致力于打造全渠道的无缝零售，确立了各品牌的互联网策略，建立了全渠道、多触点的客户平台。报告期，公司完成了包括美克美家在内的多品牌的品宣渠道（官网）及线上交易渠道（天猫旗舰店、京东旗舰店）建设，组建了专业运营团队，完成了线上零售渠道的全面布局。在2015年的“双十一”活动中，18个爆款品号创造了单日653万元的书面业绩。

2015年，公司积极推进大中台项目，通过前、中、后台的设计和准确定位，打造无缝的运营平台、智能供应链网络，实现便捷的移动应用，精准的数据分析。前台主要着力于连接所有的用户接触点，包括各品牌渠道，线上线下，消费者或者合作伙伴；中台是前台和后台的通道，主要着力将前台复杂多样的市场需求配置为可持续的供应链交付策略，如多品牌的商品策略、会员权益策略、库存策略；后台是前台和中台的业务支持层，主要着力公司内部人财物的交付、服务、操作协同管理。大中台项目已于2016年3月正式上线。

为满足客户个性化的购物需求，向顾客提供卓越的购物体验。报告期，公司与IBM及苹果公司联合开发中国第一个MobileFirst合作项目，这是中国第一个生活方式品牌商合作项目，将代表全球生活方式家居品牌提出提升零售店体验的企业移动应用需求，在零售店移动应用和客户体验方面进行开发，利用大数据分析功能为客户提供更个性化、更高效、更优质的服务，以最完美的方式满足消费者独特的品位和喜好，并最终实现卓越的客户体验。报告期，公司与IBM及苹果公司共同致力于将消费者声音转化为数字，基于大数据分析，从产品选择到家访方案展示，快速精准的满足顾客需求，实现无缝的购物体验。

（四）智能制造（MC+FA）项目，开启工业4.0新时代

公司于2012年启动的智能制造（MC+FA）项目，承接了《中国制造2025》国家战略，率先开启家具智造4.0新时代。2015年7月，该项目被国家工业和信息化部认定为“家居用品制造智能车间试点示范”项目。公司MC+FA项目是与行业权威的国际咨询机构和多家国内外先进智能设备制造厂商合作，充分借鉴“德国工业4.0”思维，结合行业特点，应用实现“智慧工厂”和“智能生产”的多项先进技术，由智能化的自动设备、现代化的信息手段、标准化的零部件设计和专业化管理团队共同组成的人机一体化的智能制造系统。通过公司所拥有的



品牌、产品研发、销售渠道、供应链一体化等综合优势，探索家具行业的转型升级之路，构建智慧工厂平台，支撑未来大规模定制商业模式的实施。目前 MC+FA 项目已经完成了主要硬件设施改造、安装和信息系统的上线试运行，已初步具备智能工厂运行的基础条件。

（五）外延式发展

2015 年 6 月，公司对深圳市小窝金融信息服务有限公司（以下简称：小窝金服）进行了增资入股，此次投资小窝金服，成为其战略合作伙伴和重要股东，是公司对家居类互联网金融的积极探索，旨在利用双方在传统行业、互联网领域、金融领域、房产开发商等方面的资源优势，共同打造“互联网+”战略，打通房地产开发商、装修公司、装修设计师、装修项目经理、物业、家装互联网平台等产业链资源，强化美克家居在产业上游的影响力，形成强大精准流量入口，从而提升公司销售规模和品牌影响力。

（六）社会责任

企业的社会责任不仅仅是一份有选择的权利，更是企业对社会应尽的义务。企业的社会责任，是在心怀感恩中对全社会的悉心回报。多年来，公司在积极参与扶贫帮困、救灾、环保、教育、社区发展等公益项目的同时，选择了与公司整体经营理念密切相关的艺术领域作为企业社会责任项目的长期关注方向。

为积极实践“艺术服务生活”的理念，努力达成“成为受人尊敬的品牌”目标，公司于 2009 年 6 月正式启动“艺术·家”企业社会责任项目。该项目重点关注小学艺术启蒙、当代艺术发展和传统艺术传承。希望通过以欠发达地区少年艺术教育支持，青年艺术家培养，非物质文化遗产保护，爱心志愿者团队等方式，为在艺术启蒙、发展和传承各阶段人群提供发展机会，进行艺术教育普及，从而提升社会整体艺术修养，引导人们趋向美好生活，促进社会和谐发展。2015 年公司企业社会责任项目荣获由第一财经主办的“优秀实践奖”以及《国家人文历史》评选的“最佳创新实践奖”。

2015 年，公司在山西、广西等地区捐助 10 所“希望工程·美克美家快乐美术教室”。自 2009 年至今，公司已持续对新疆、河北、江苏、天津、西安、合肥、成都、沈阳、郑州、长沙、武汉等地区小学捐赠 150 个“希望工程·美克美家快乐艺术教室”。

2013 年，公司与中国青少年发展基金会举办了首届“希望工程·美克美家”小学美术教师培训，2015 年是小学美术教师培训的第三期，公司邀请了来自河南、山东、湖南、云南等省的 50 名受捐小学的骨干美术教师参与培训，除了课



堂教学，培训还结合艺术考察的形式，多维度提升教师的教学水平，开拓美育视野。活动还辅助开展爱心大使“美术欣赏课”支教活动以及儿童绘画作品征集等活动，帮助更多的小学生和美术教师接受更好的美育指导。“美克美家·希望工程”小学美术教师培训项目同时荣获了第五届中国公益节评选的“2015年度公益项目奖”。

为培养优秀青年艺术人才，推动艺术进步，公司先后在清华大学、同济大学、湖南大学和中国美院以及四川美院五所国内一流艺术设计学院设立奖学金。鼓励或资助成绩优异、家庭困难的艺术类大学生，目前已有超过 100 名的优秀大学生获得该项奖学金。

区域性的非物质文化遗产是全人类共同的财富，非物质文化遗产保护项目是公司企业社会责任项目的重要组成部分，2015 年公司联合湖南大学、青海省三江源生态环境保护协会等单位深入青海玉树，开展“新通道·三江源”走进青海玉树非物质文化遗产项目。工作组对玉树甘达村及囊谦县内的传统手工技艺、当地水生态系统及青海玉树地震灾区重建等项目展开分析及影像记录，将游牧文化与生态保护有机结合。

2015 年，公司将传统文化保护与再设计的成果带到米兰，通过实物、影像、互动设计等形式，给展览带来了精彩纷呈的内容；通过将传统艺术、手工艺进行家居产品的再设计，以传统融合现代的艺术作品、浓郁而别致的中华文化绽放米兰，在世界时尚之都展示民族艺术图腾。

报告期，公司实现营业收入 285,881.97 万元，较上年同期增长 5.34%；实现营业利润 37,227.88 万元，较上年同期增加 25.68%；实现归属于母公司所有者的净利润 30,061.52 万元，较上年同期增加 28.71%。净利润增加的主要原因是公司加速核心品牌规模增长，积极拓展多品牌战略，推进全渠道发展，同时加强供应链一体化管理，提高整体运营效率，有效控制成本和费用，盈利水平得以进一步提升。

二、董事会日常工作情况

2015 年，公司董事会严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律法规的要求，结合监管机构发布的最新规定，修订、完善了公司相关制度，持续规范公司治理、不断提升经营管理水平，严格执行股东大会的各项决议，维护股东利益，积极有效地发挥董事会的作用。2015 年公司董事会召开情况如下：

2015 年公司董事会共召开 9 次会议，具体召开情况如下：

序号	日期	会议届次	事项
----	----	------	----



1	2015-3-2	第六届董事会第三次会议	关于2015年度公司与全资子公司之间提供担保的预案
			关于2015年度公司向控股股东提供担保的预案
			关于2015年度公司购买银行短期理财产品的预案
			《公司融资和对外担保管理制度》
			关于召开公司2015年第一次临时股东大会的议案
2	2015-3-27	第六届董事会第四次会议	公司《2014年度总经理工作报告》
			公司《2014年度董事会工作报告》
			公司《2014年度财务决算报告》
			公司《2014年年度报告及摘要》
			公司2014年度利润分配预案
			关于续聘2015年度财务审计机构及支付其报酬的预案
			关于续聘2015年度内控审计机构及支付其报酬的预案
			公司《2014年度内部控制评价报告》
			公司《2014年度内部控制审计报告》
			公司《2014年度社会责任报告》
			《独立董事2014年度述职报告》
			《董事会审计委员会2014年度履职报告》
关于公司限制性股票激励计划第二期解锁事项的议案			
3	2015-4-1	第六届董事会第五次会议	关于公司符合非公开发行股票条件的预案
			公司非公开发行股票方案
			公司非公开发行股票预案
			关于公司与美克投资集团有限公司签署附条件生效的股份认购协议的预案
			关于公司非公开发行股票涉及关联交易的预案
			公司非公开发行股票募集资金使用可行性分析报告
			公司关于前次募集资金使用情况的报告
			关于提请股东大会授权董事会全权办理本次非公开发行股票相关事宜的预案
			关于提请股东大会批准美克投资集团有限公司免于以要约方式增持公司股份的预案
			关于公司未来三年（2015-2017年度）股东分红回报规划的预案
			关于公司全资子公司为公司贷款提供担保的预案
			关于召开2014年度股东大会的议案
4	2015-4-23	第六届董事会第六次会议	公司2015年第一季度报告
5	2015-6-19	第六届董事会第七次会议	关于回购并注销部分不符合条件的激励对象持有已获授予但尚未解锁的限制性股票的议案



			关于修订《公司章程》的预案
			关于召开2015年第二次临时股东大会的议案
6	2015-8-12	第六届董事会第八次会议	公司2015年半年度报告及摘要
			关于修订《公司章程》的预案
			关于召开2015年第三次临时股东大会的议案
7	2015-10-27	第六届董事会第九次会议	公司2015年第三季度报告
8	2015-11-18	第六届董事会第十次会议	关于公司与国开发展基金有限公司合作的议案
9	2015-12-21	第六届董事会第十一次会议	关于国开发展基金有限公司向公司控股子公司增资的议案

三、 董事会对股东大会决议的执行情况

报告期，公司共召开了四次股东大会，公司董事会严格按照股东大会决议和《公司章程》所赋予的职权，认真落实股东大会各项决议，接受监事会的监督。公司董事会对报告期内召开的股东大会所形成的决议具体执行情况如下：

1、根据2014年度股东大会决议，公司2014年度利润分配预案为：以2015年1月7日限制性股票注销后的总股本646,462,419股为基数，按每10股派发现金红利1.50元（含税），向全体股东分配股利共计96,969,362.85元，剩余利润结转下一年度。该方案已于报告期内实施完毕，红利发放日为2015年6月19日。此外，2014年度股东大会还审议通过了关于续聘2015年度财务及内控审计机构及支付其报酬的预案；非公开发行股票预案等相关议案，非公开发行股票事项已于2015年12月18日取得证监会核准批文。

2、2015年第一次临时股东大会审议通过了关于2015年度公司与全资子公司之间提供担保的议案；关于2015年度公司向控股股东提供担保的议案；关于2015年度公司购买银行短期理财产品的议案；公司融资和对外担保管理制度。以上事项已在股东大会决议批准的范围内实施。

3、2015年第二次临时股东大会和2015年第三次临时股东大会分别审议通过了关于修订《公司章程》的议案。董事会已及时完成了《公司章程》的工商备案工作。

四、 行业经营环境分析

1、 国内家具市场分析

根据国家统计局发布数据显示，2015年，国内消费市场运行总体平稳并呈前低后高、小幅回升态势。全年实现社会消费品零售总额300,931亿元，同比增长10.7%，扣除价格因素，实际增长10.6%。消费品市场规模首次突破30万亿元，在较大基数上实现了稳步增长。其中家具类1-12月份零售额2,445亿元，同比



增加 16.1%。

2015 年，网络消费保持高速增长，线上线下加速融合，移动终端购物比例不断提升。全国实物商品网上零售额同比增长 31.6%，占社会消费品零售总额的比重达到 10.8%。

2015 年，消费对国民经济增长的贡献率进一步提升至 66.4%，比 2014 年高 15.4 个百分点，充分发挥了经济增长“稳定器”和“压舱石”的作用。伴随着经济发展步入新常态、商品供应的品种和数量不断增多的同时，商品质量明显提高，商品结构进一步优化。消费商品由以基本生活品为主到以发展、享受型消费品为主，消费结构由衣、食消费向住、行消费转移，步入快速转型期。与此同时，2015 年全年居民人均可支配收入 21,966 元，比上年名义增长 8.9%，扣除价格因素实际增长 7.4%，居民收入增长快于经济增长。随着居民收入水平不断提高，广大消费者特别是中等收入群体对消费质量提出了更高要求，更加安全实用、更为舒适美观、更有品味格调的品牌商品消费发展潜力巨大。

2015 年，我国家具行业机遇与挑战共存，行业融合的步伐正在加快，一些建材装修、人造板、地板门窗等领域的企业向家具制造转型，这些都加剧了行业的竞争。互联网正在越来越大的影响行业发展，近年来，家具电商发展较快，品牌专卖店正逐渐兴起，企业的经营方式正在不断创新。从家具行业同比增长数据来看，受国内外经济形势的影响，中国经济发展进入新常态，家具行业也正在发生重大变化，中国家具行业逐步由高速发展向中高速发展转变、发展动力由要素驱动转向创新驱动、家具行业结构也不断优化升级。虽然整体行业增速放缓，但是有品牌、有渠道、有实力的企业仍能逆势上涨，抢占市场先机，从而加速市场影响力和品牌知名度的建设。

相信在 2016 年，家具企业的品牌竞争仍将加剧，品牌建设持续升级。随着高端制造回流发达国家，中低端产业向中低收入国家转移，对家具行业而言，转型升级是关键。而转型升级需要掌握核心的竞争力才能立足市场，核心竞争力的关键就是创新。家具行业应抓住目前消费结构经历转折期、中央进行供给侧改革的时机，向引领和满足消费者的需求方向转移，只有围绕消费市场的变化趋势进行投资、创新和生产，才能最大限度地提高投资和创新有效性、优化产业结构、提升产业竞争力和附加值，实现更有质量和效益的增长。

2、国际家具市场分析

在连续 3 年低速增长后，2015 年世界经济增速进一步下滑。据 IMF（国际货币基金组织）2016 年 1 月发布的《世界经济展望最新预测》称，预计全球经



济 2015 年将增长 3.1%，较 2014 年低 0.3 个百分点，创 2009 年以来新低。IMF 预计，2015 年全年美国 GDP 增速为 2.6%，较 2014 年低 0.2 个百分点。展望 2016 年，美国经济自身面临的有利条件相对较多，市场信心较为稳固，制造业基础有所恢复，金融条件总体宽松，但在全球经济不景气的形势下，美国经济走势与政策调整也存在不确定性。

在美国经济稳步复苏，失业率不断降低，居民可支配收入持续增加，消费者信心指数回升，房地产行业日益向好等多项宏观利好因素影响下，美国家居行业前景乐观。据 MAAN, ARMISTEAD&EPPERSON, LTD 《Furnishings Digest Newsletter》数据显示，2015 年 1-12 月，美国家具及家具零售商的销售总额增长了 5.8%，达到 1039.5 亿美元。美国家具市场的强劲、持续增长自 2014 年中期开始，持续至 2015 年 12 月，2015 年是美国自 2008 年以来家具行业表现最好的一年。

据 Anderson Bauman Tourtellot Vos (ABTV)发布的家具业观察报告称，从销售方面来看，美国家具业正慢慢开始转向攻势，但是制造商和零售商必须继续应对需求提出的挑战，包括：消费者偏好改变、技术工人短缺、劳动力成本上升、技术整合问题、新的销售渠道及国际竞争日趋激烈。

ABTV 称，在当今的就业和消费人口中，从千禧一代到婴儿潮一代的需求多种多样，因此要同时满足他们的需求就显得十分困难。受代际人口问题的影响，销售渠道也正在发生变化。到目前为止，实体的零售店一直是家具制造商和零售商直接面对消费者的营销渠道。但是互联网正悄悄地改变着这一格局，随着电子商务市场的成长，呈现了一种替代的趋势。消费者越来越青睐于通过上网购买，而无需眼见为实地采购。当这种方式成为营销模式之时，较为年轻一代的消费者要求的是只借助于十分迎合自己兴趣的相关广告和通过电子装置就可以完成购买。

强者更强，弱者渐弱，大规模的家具零售店市场份额逐步扩大，小规模独立的家具零售店的市场规模正在缩小；单一产品店将越来越受到消费者的欢迎；美国《今日家具》数据显示，80%的富裕群体在持续购买家居类产品，而富裕群体消费者更关注高品质、优秀的设计、良好的信誉、独特经久的奢侈品。

五、2016 年度经营计划

2016 年，是中国“十三·五”规划开局之年，也是公司“六·五规划”元年。公司重新定位战略，提出“志造强势的科艺化品牌，建立创新的指数型组织”。

指数型组织，是指在运用了高速发展的技术的新型组织方法的帮助下，让影响力（或产出）相比同行发生不成比例的大幅增长的组织，指数型组织的建立根基是信息技术。指数型组织能让我们传统企业重新定位，尤其在颠覆性的互联网时代，要给传统企业在创新的道路上野蛮生长的机会。

强势品牌需要极致的产品主义，所谓“产品主义”，即坚持产品第一的理念，将产品体验与用户感受放在第一位。“产品是皮，品牌是毛，皮之不存，毛将焉附”，做好产品，不仅可以成就品牌，本身就是最好的战略。消费者在互联网或者移动互联网时代瞬间聚集和分散，即使曾经如日中天的品牌，如果无法持续开发迎合消费者需求的有热度的产品，所谓品牌，可能也仅仅是一个 LOGO 而已。在“互联网+”时代，信息不对称的局面被彻底颠覆，产品离消费者越近，反而更需要产品主义。

产品主义要由“创新+工匠精神”来打造，“工匠精神”就是一种默默无闻、追求完美、一丝不苟的精神。“工匠精神”代表了一种气质：专注、执着、坚定、踏实、精益求精，哪怕是再简单的工作，也要做到极致。“工匠精神”与“创新精神”，本质上是一致的。“工匠精神”就是以最开放的姿态，来吸收最前沿的技术，从而创造最新的成果。它不是一味地恪守传统而裹足不前，恰恰相反，而是善于用创新的精神，对产品精雕细琢、反复对比，找到最好的结果，体现出最大的价值。

公司就是要将“工匠精神”作为企业的精神指引。在当今时代，谁越能把“工匠精神”发挥得淋漓尽致，谁的竞争优势才能越强大，谁才能具有真正的不可替代性，谁才能永远在国际、国内的复杂环境中立于不败之地，“工匠精神”是强势品牌的脊梁。

2016年，公司重新定位了运营策略，提出商规“铁三条”：第一，品质先于价格，品质思维就是价值思维；第二，收入先于成本，收入思维的优势来自对创新优势的投入；第三，始终坚持前两条，“品质与收入”是企业的护城河与堡垒，这将让美克成为价值型竞争者。

（一）围绕品牌价值主张，持续打造强势的多品牌战略

1、美克美家——有志于美，巨匠必达

2015年12月26日，全面升级后的美克美家上海淮海路旗舰店重装开业，开业典礼以“巨匠志造，臻至完美”为活动主题，充分诠释了美克美家对于“工匠精神”的独到理解和对于完美家居体验的极致追求。升级后的店面是集家居零售、家居体验、科技家居等服务环节于一体的综合家居体验中心。每一个细微之



处都彰显美克美家对于品位生活的完美诠释，带给消费者全面的体验升级。2016年，美克美家会将这种模式变为常态，以这样的标准持续升级现有门店并开设新店，以实现消费者对于完美购物体验的极致追求，在巨匠之路上继续前行。

2016年，美克美家将以指数型公司重新进行组织定位，以给员工赋能的平台重新进行组织功能调整，以居室文化和巨匠生活的传播者重新定义组织中的人。美克美家将尝试进行组织机制的调整，从设计顾问开始，试点独立设计工作室模式的创业项目；将以“脑洞”为创新任务和项目发布平台，员工自由报名组建创新团队认领项目；将选取某方面具有成功经验的店面作为复制原型进行成功要素推广和快速复制；在没有实体店的情况下，以中心城市为核心，不断拓展周边城市，推进以扩大中端、高端消费群体为目标的前景营销、楼盘营销活动。通过人力资本、信息资本和组织资本的创新达成全年销售目标。

2016年美克美家门店布局将按照阶段性规划完成2家空白省份门店布局(新城新店)；将梳理城市规划条件，完成7家门店优化和调整(老城老店)；将对全国核心和重点城市以规划和市场为基础，开设7家新店进行商业辐射补充(老城新店)；将对4家老店进行全面重装升级；同时对现有门店进行全维度品牌和业绩分析，确保门店生命周期及品牌影响力双满足。2016年计划新开店9家，调整升级店面11家。

2、A. R. T. ——开疆拓土，逆势增长

2016年，A. R. T. 将以构建健康有序的加盟商生态圈为目标，进一步扩大门店规模，创建强势品牌，实现逆势增长。

2016年，A. R. T. 将加快在空白城市的开拓，完成全国一、二线城市布局，下沉部分经济发达的三线城市，同时启动门店群战略，在现有已开店城市搭建门店群。将通过建立加盟商智囊团与加盟商无缝链接，倾听需求，提供准确支持；将通过建立倒逼机制接受监督，提高准时交付能力；将对“种子加盟商”、“核心加盟商”、“忠诚粉丝加盟商”、“新苗加盟商”制定不同的支持政策，提升获取客户的能力，构建健康有序的加盟商生态圈；将加强与全国性连锁卖场及区域性龙头卖场的战略合作，获取优质资源；将实施门店运营直营化管理，把美克美家的成功经验转移给加盟商，确保加盟商生存和发展。2016年A. R. T. 将继续扩大直营店及加盟店的布局，计划2016年年底达成门店数量100家的目标。

3、Zest、Rehome 和 YVVY——公司增长的新动力

2016年，公司重新定义了互联网品牌 Zest 的核心价值主张，即：客厂模式先行者，绿色家居新主张，模块化设计平台让消费者把家具玩起来。Zest 品牌



计划于 2016 年正式推出并上线运营。

2015 年随着 Rehome 和 YVYV 品牌进驻购物中心，并以标准形式呈现。2016 年将呈现出蓬勃发展和开花结果的良好局面。公司将以“立品牌、树标杆”为目标，在持续运营中迭代升级，精心打造粉丝社群，年内将开设 7 家 Rehome 店，3 家 YVYV 店。

（二）营销与批发

2016 年，Caracole 将以提供全渠道客户体验为目标，探索建立专属品牌零售店。以时尚引领奢侈品设计，建立都市生活方式，提供“买得起”的奢侈品，为都市生活方式零售商和消费者提供高品质的产品。将利用多维度设计、多品类，拓展 caracole 品牌产品，建立 caracole 消费者品牌。将巩固与美国大都市设计师展厅的合作关系，通过零售和设计师直销方式，增加设计师业务销售额。将拓展新的分销渠道，包括直接面向消费者的电商业务，不断拓展新的市场份额。

2016 年，A. R. T. 将通过价值、品质、快速出货，全力重塑市场声誉，为成为主流家具渠道的顶级供应商打好基础。2016 年年中，A. R. T. 将邀请大客户参与在奥斯汀举行的专场推广活动，奥斯汀不但是享誉盛名的现场音乐之都，更是世界知名的、颠覆性企业的发源地，A. R. T. 备受千禧一代欢迎的产品 - Epicenters 发布活动将在这里举办，活动将通过现场场景来营造氛围，达到强有力的营销效果，同时与关键客户通过近距离接触加强关系维护。2016 年 A. R. T. 将通过搜索引擎优化、社交媒体、网络（B2B，B2C）来提高品牌知名度；通过提升销售工具和营销素材，建立新的产品目录和电子工具，让销售人员和客户拥有最完整、最全面、最准确、最好用的销售工具；通过打造 A. R. T. 黑带销售大师，持续强化销售管理。

（三）提供高品质家居产品与服务，建立世界一流的 B2C、C2M 的家具供应基地

2016 年公司将以客户为中心，坚守产品主义，用创新和工匠精神，更好地发挥内部生态链资源，将制造业升级为能够生产轻奢的、高价值感的产品制造基地，保证高品质产品的供应，满足公司多品牌战略的实施。2016 年，公司将通过营造匠人文化氛围、完善培训与培养体系，改革薪酬激励机制，实施“工匠”倍增计划；通过重构产品与服务，取消原制造中心组织设置，形成专业的品牌工厂体系，对制造基地进行品牌工厂的组织变革。

2016 年，公司将推进智能制造（MC+FA）项目落地，以客户需求为导向，构建大规模定制商业模式下的交付能力，为客户提供定制化产品与专属体验；以精



益生产为手段，依托创新与工匠精神，推进质量“零缺陷”生产，以质量为支点，撬动品牌价值的提升。

（四）用线上线下的融合应对数字化互联网的挑战

公司将积极推进多品牌+互联网战略，建立链接内部资源与外部生态的互联网平台，实现对供应链资源的进一步整合，提升整体运营效率。

公司将整合互联网、移动互联网、物联网技术，打通用户端到工厂端的全流程信息流，建立C2M（客厂一体化）的实木类家具定制化新模式，实现传统家具行业“互联网+”的突破。

终端渠道将加快O2O的整合用户体验，推进与IBM及苹果公司联合开发的MobileFirst项目，实现实体店在销售助手、家访设计及动态采购方面的专属APP应用，同时融入VR（虚拟现实）技术为用户打造全新的交互式场景；将利用线上平台扩大销售渠道、传播产品价值主张与生活方式，增强与“美粉”的粘性，快速精准的满足顾客需求，实现无缝的购物体验。公司O2O项目既不是线上走向线下，也不是线下走向线上，而是两者之间的融合，为用户创造出一种端到端的、无缝的良好用户体验，即“店商+电商+零售服务商”的运营模式。

未来的零售业态必将以消费者为主导，以信息技术的进步为纽带，形成“品牌超级店+品牌体验店+网络(PC+移动终端)+物流配送网”的一个全渠道架构。公司向全渠道零售商转型，就是要实现能在不同的平台间随时切换，在门店里、PC上、手机上、Pad上让消费者想在哪买就在哪买，通过对全渠道的布局、全资源的建设和前沿技术的研发，聚焦门店升级、供应链整合变革和用户体验的快速改善。

我们相信家对于生活的意义，并为每一位懂得生活的人，呈现一个又一个启发生活的灵感，赢得万千懂得生活的人们的共鸣，他们是家居产品的用户，更是家居文化的创造者，这也正是公司巨匠精神的最终所向。

请予审议。

美克国际家居用品股份有限公司董事会

二〇一六年五月五日



议案二

美克国际家居用品股份有限公司 2015 年度股东大会

《2015 年度监事会工作报告》

各位股东、各位代表：

公司于 2016 年 4 月 13 日召开第六届监事会第十次会议审议通过了公司《2015 年度监事会工作报告》，现提请股东大会审议，以下为具体内容：

根据《公司法》、《证券法》等有关法律、法规及《公司章程》所赋予的职责，本着对全体股东负责的精神，2015 年监事会对公司依法运作情况，董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行了监督。现将 2015 年度工作报告如下：

一、监事会 2015 年度工作情况

报告期内，监事会共召开了六次会议，会议召开情况如下：

（一）公司第六届监事会第三次会议于 2015 年 3 月 27 日在公司会议室召开，公司监事共 3 人，参会监事 3 人，经审议一致通过如下决议：

- 1、审议通过了公司《2014 年度监事会工作报告》；
- 2、审议通过了公司《2014 年年度报告及摘要》；
- 3、审议通过了公司《2014 年度内部控制评价报告》；
- 4、审议通过了公司《2014 年度社会责任报告》；
- 5、审议通过了《独立董事 2014 年度述职报告》；
- 6、审议通过了关于公司限制性股票激励计划第二期解锁事项的议案。

（二）公司第六届监事会第四次会议于 2015 年 4 月 1 日以通讯方式召开，公司监事共 3 人，参会监事 3 人，经审议一致通过了如下决议：

- 1、审议通过了关于公司符合非公开发行股票条件的预案；
- 2、逐项审议通过了公司非公开发行股票方案；
- 3、审议通过了公司非公开发行股票预案；
- 4、审议通过了关于公司与美克投资集团有限公司签署附条件生效的股份认购协议的预案；
- 5、审议通过了关于公司非公开发行股票涉及关联交易的预案；
- 6、审议通过了公司非公开发行股票募集资金使用可行性分析报告；
- 7、审议通过了公司关于前次募集资金使用情况的报告；
- 8、审议通过了关于公司未来三年（2015-2017 年度）股东分红回报规划的



预案。

(三) 公司第六届监事会第五次会议于 2015 年 4 月 23 日以通讯方式召开, 公司监事共 3 人, 参会监事 3 人, 会议审议通过了公司 2015 年第一季度报告。

(四) 公司第六届监事会第六次会议于 2015 年 6 月 19 日以通讯方式召开, 公司监事共 3 人, 参会监事 3 人, 会议审议通过了关于回购并注销部分不符合条件的激励对象持有已获授予但尚未解锁的限制性股票的议案。

(五) 公司第六届监事会第七次会议于 2015 年 8 月 12 日以通讯方式召开, 公司监事共 3 人, 参会监事 3 人, 会议审议通过了公司 2015 年半年度报告及摘要。

(六) 公司第六届监事会第八次会议于 2015 年 10 月 27 日以通讯方式召开, 公司监事共 3 人, 参会监事 3 人, 会议审议通过了公司 2015 年第三季度报告。

二、监事会独立意见

(一) 公司依法运作情况

报告期内, 公司董事会能够严格按照《公司法》、《证券法》、《上海证券交易所股票上市规则》、《公司章程》及其他有关法律法规和制度的要求, 依法经营。公司重大经营决策合理, 程序合法有效。为不断提高规范运作水平, 报告期公司进一步建立健全了各项内部管理制度并完善了内部控制机制; 公司董事、高级管理人员在执行公司职务时, 均能认真贯彻执行国家法律、法规、《公司章程》和股东大会、董事会决议, 忠于职守、勤勉尽责。未发现公司董事、高级管理人员在执行公司职务时有损害股东利益和公司利益的行为。

(二) 检查公司财务情况

公司财务制度健全, 财务管理规范, 运行状况良好。报告期内, 公司监事会认真细致地检查和审核了公司的会计报表及财务资料, 监事会认为: 公司财务报表的编制符合《企业会计制度》和《企业会计准则》等有关规定, 公司 2015 年度财务报告真实反映了公司的财务状况和经营成果, 中审华寅五洲会计师事务所出具的“标准无保留意见”审计报告, 其审计意见是客观公正的。

(三) 公司关联交易情况

报告期内, 公司向控股股东及其关联方提供担保, 截至 2015 年 12 月 31 日, 公司为控股股东及其关联方担保余额为 219, 100 万元, 控股股东及其关联方就公司为其担保事项已提供了反担保。公司其他日常关联交易事项涉及金额很小, 公司关联交易是根据公司实际经营需要, 遵循了诚实信用的原则, 交易价格公平合理。关联交易公平、公开、公正, 没有损害公司的利益。



（四）非公开发行股票的情况

报告期内，公司申请向控股股东美克投资集团有限公司非公开发行不超过 27,985,074 股股票，2015 年 12 月 24 日公司收到中国证券监督管理委员会《关于核准美克国际家居用品股份有限公司非公开发行股票的批复》（证监许可[2015]2985 号），报告期公司未完成本次非公开发行股票事宜。

（五）公司限制性股票激励计划

报告期内，监事会对公司限制性股票激励计划第二期解锁、回购并注销部分不符合条件的激励对象持有已获授予但尚未解锁的限制性股票议案进行审议，监事会认为：公司限制性股票激励计划第二期解锁事项符合《上市公司股权激励管理办法（试行）》、《股权激励有关事项备忘录 1—3 号》的有关规定，激励对象主体资格合法有效，解锁条件满足公司《限制性股票激励计划（草案修订稿）》对于锁定期、解锁期、解锁条件等相关规定，对激励对象的年度绩效考核符合公司《限制性股票激励计划实施考核办法（修订稿）》的规定。

报告期内，公司办理激励对象已获授予但尚未解锁的限制性股票回购注销事宜符合股东大会授权，程序合法、合规，回购事项不会对公司的财务状况和经营成果产生影响，也不会影响公司管理团队的勤勉尽职。

（六）对内部控制评价报告的审阅情况

监事会审阅了公司内部控制评价报告，认为公司建立了良好的内部控制制度，报告期内，公司内部控制制度健全、执行有效。同意公司董事会对内部控制的评价报告。

请予审议。

美克国际家居用品股份有限公司监事会
二〇一六年五月五日



议案三

美克国际家居用品股份有限公司 2015 年度股东大会

《2015 年度财务决算报告》

各位股东、各位代表：

公司于 2016 年 4 月 13 日召开第六届董事会第十六次会议审议通过了公司《2015 年度财务决算报告》，现提请股东大会审议，以下为具体内容：

一、公司 2015 年度经营状况分析

金额单位：万元

项目	本年与上年同期对比状况				
	2015 年	比重	2014 年	比重	变动率
主营业务收入	282,603.51		267,613.23		5.60%
主营业务成本	108,869.98	38.52%	110,197.46	41.18%	-1.20%
主营业务利润	173,733.53	61.48%	157,415.77	58.82%	10.37%
销售费用	102,144.88	36.14%	97,116.14	36.29%	5.18%
管理费用	28,581.83	10.11%	27,530.10	10.29%	3.82%
财务费用	4,048.08	1.43%	2,077.37	0.78%	94.87%
营业利润	38,958.74	13.79%	30,692.16	11.47%	26.93%
归属于母公司所有者的净利润	30,061.52	10.64%	23,356.57	8.73%	28.71%

1、公司主营业务收入本年 282,603.51 万元，较上年同期增加 14,990.28 万元，增长了 5.60%。

其中：国内零售业务本年实现主营收入 220,767.59 万元，较上年同期增加 35,495.64 万元，增长率 19.15%；美克美家品牌本年实现收入 208,234.02 万元，较上年同期增长 14.77%，主要原因为公司持续投入品牌宣传的同时加大精准市场营销的力度，采用多种营销方式吸引客流，提升有效客户的转化率，建立费效比、A 类客户提升率等一系列业务指标，管理销售过程的投入产出，在零售行业经济形势下行的情况下仍然严格控制销售折扣，店面的销售收入、坪效、客单价等均有所提升；A. R. T. 加盟品牌本年实现收入 12,533.57 万元，较上年同期增长 226.45%，主要原因是公司在规划加盟业务时，即对加盟市场布局、加盟商画像等要素方面形成了一系列的工作标准，同时组建加盟商服务督导团队，定期和非定期对加盟商的运营进行督导和支持。

国外批发业务本年实现主营业务收入 61,284.91 万元，较上年同期降低 3.14%。

家具 OEM/ODM 仅对上年未完结的订单进行生产和出货，本年实现主营业务收



入 551.01 万元，较上年同期减少 18,517.06 万元。

剔除 OEM/ODM 主营业务收入，公司主营业务收入同比增长 13.48%

2、本年度公司主营业务成本为 108,869.98 万元，同比减少 1,327.48 万元，减少了 1.20%，减少的主要原因为公司本年收入结构发生变化，盈利能力较强的国内零售业务销售占比本年达到 78%，较上年结构比提升了 12.83%，致使收入上升的同时主营销售成本呈现下降的趋势。

3、公司主营业务利润本年度为 173,733.53 万元，较上年同期增加 16,317.76 万元，增长率为 10.37%，增加的主要原因系零售业务收入增长所致；

其中：国内零售的主营业务利润为 154,648.66 万元，较上年同期增加 22,193.39 万元，增加了 16.76%；零售综合毛利率为 70.05%，较上年同期下降 1.44%，主要原因为本年 A.R.T. 加盟业务提升对毛利结构影响所致；美克美家毛利率与上年同期基本持平，A.R.T. 加盟业务毛利率较上年同期略有增长。

国外批发的主营业务利润为 19,036.63 万元，较上年同期减少 2,842.20 万元，本年公司为提升供应链的效率，对国外批发业务商品的单品效率进行管理，将部分单品效率低、非核心产品进行停产，因此对停产产品加大处置致使毛利水平较上年同期降低了 3.52%，毛利降低对主营业务利润影响为 2,154.69 万元，销售收入减少对主营业务利润影响额为 687.52 万元

4、公司销售费用本年为 102,144.88 万元，较上年同期增加 5,028.74 万元，增长了 5.18%，销售费用增加主要体现在职工薪酬、折旧摊销、资产使用费及广告宣传费等项目。其中薪酬费用增加主要为新开店面人员工资费用的增加，以及随着销售收入增长所增加的设计顾问工资；折旧摊销增加主要为新开店面、店面升级装修工程摊销所致；资产使用费主要为公司新开店面租金及物业费用增加所致；广告营销费主要为公司本年店面升级开业费用以及新品牌广告推广费用增加所致。

5、管理费用本年度为 28,581.83 万元，较上年同期增加 1,051.73 万元，增加了 3.82%，管理费用增加主要体现在折旧摊销、办公业务费用、研发费用增加。其中折旧摊销费增加主要因为随着资产的投入，增加了折旧摊销费用；办公业务费用主要体现在信息化建设费用增加；研发费用主要为公司本年美克美家品牌升级以及新品牌业务拓展中加大了研发费用投入。

6、财务费用本年度为 4,048.08 万元，较上年同期增加 1,970.71 万元，主要是随着贷款规模的增加，利息支出费用同时增加，同时本年度汇率变动增加了汇兑损失。



7、本年度归属母公司所有者的净利润为 30,061.52 万元，较上年同期增加了 6,704.95 万元，增长了 28.71%，主要原因为国内零售业务继续保持增长趋势，改善公司利润结构，盈利水平增加所致。

二、公司 2015 年资产负债表状况分析

金额单位：万元

项目	本年与上年对比状况			
	2015 年	2014 年	变动额	变动率
货币资金	45,148.18	19,687.56	25,460.62	129%
存货	174,164.15	144,191.50	29,972.65	21%
长期股权投资	947.34	0.00	947.34	
在建工程	35,413.05	14,992.93	20,420.12	136%
长期待摊费用	21,510.96	12,490.86	9,020.10	72%
短期/长期借款	74,926.05	35,778.11	39,147.94	109%
应交税费	10,599.99	4,099.49	6,500.50	159%
其他应付款	13,207.55	7,519.48	5,688.07	76%
长期应付款	5,300.00	0.00	5,300.00	

1、货币资金期末为 45,148.18 万元，较年初增加 25,460.62 万元，增加了 129%，主要原因为公司期末收到银行贷款入账尚未使用所致。

2、存货期末为 174,164.15 万元，较年初增加 29,972.65 万元，增加了 21%，主要原因为：公司本年度一方面积极推进多品牌业务拓展以及加快迭代商品的开发，在新老产品并行阶段库存有所增加；同时为缩短客户交期调整备货策略，公司加大了对畅销产品的备货；另一方面，在新店、老店升级中，为提升客户体验，公司加大楼面样品展示率，致使楼面展示存货有所增加。

3、长期股权投资期末为 947.34 万元，本年度公司对深圳市小窝金融信息服务有限公司增资入股 1,000 万元，按照权益法核算所致。

4、在建工程期末为 35,413.05 万元，较年初增加 20,420.12 万元，增加了 136%，主要原因为公司集成供应链项目、工厂自动化 FA 项目本年投入增加，同时期末未完工所致。

5、长期待摊费用期末为 21,510.96 万元，较年初增加 9,020.10 万元，增加了 72%，主要为公司本年度新开店、老店升级装修工程增加所致。

6、短期/长期借款期末为 74,926.05 万元，较年初增加 39,147.94 万元，增加了 109%，主要为公司本年投资性项目增加以及新业务拓展中资金需求增加所致。

6、应交税费期末为 10,599.99 万元，较年初增加 6,500.50 万元，增加了 159%，主要为公司期末应交未交企业所得税、增值税增加所致。



7、其他应付款期末为 13,207.55 万元，较年初增加 5,688.07 万元，主要为公司借入控股股东美克集团暂时性周转金所致。

8、长期应付款期末为 5,300 万元，为公司与国开发展基金有限公司签订的《投资合同》收到的专项资金。

三、主要盈利财务指标对比

项目	2015 年	2014 年	变动率
加权平均净资产收益率	10.18	8.39	21.33%
基本每股收益（元/股）	0.46	0.36	27.78%
主营业务利润率	61.48%	58.82%	4.52%
成本费用利润率	15.20%	12.79%	18.79%
净利润率	10.52%	8.61%	22.18%

公司盈利的各项指标持续稳步上升，盈利主要体现在以下几个方面：

1、公司国内零售业务中的美克美家品牌通过品牌推广、店面升级、精准营销等方式收入较上年同期增长了 14.77%，A. R. T. 加盟品牌通过加大业务拓展，本年较上年同期收入增长了 226.45%；

2、公司业务增长的同时，通过管理效率提升、日常性费用控制等措施，提升了公司的盈利能力

请予审议。

美克国际家居用品股份有限公司董事会

二〇一六年五月五日



议案四

美克国际家居用品股份有限公司 2015 年度股东大会

《2015 年年度报告及摘要》

各位股东、各位代表：

公司于 2016 年 4 月 13 日召开第六届董事会第十六次会议审议通过了公司《2015 年年度报告及摘要》，公司 2015 年年度报告及摘要已于 2016 年 4 月 15 日分别登载于上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）及《上海证券报》、《证券时报》上，现提请股东大会审议。

请予审议。

美克国际家居用品股份有限公司董事会

二〇一六年五月五日



议案五

美克国际家居用品股份有限公司 2015 年度股东大会

《2015 年度利润分配议案》

各位股东、各位代表：

公司于 2016 年 4 月 13 日召开第六届董事会第十六次会议审议通过了公司《2015 年度利润分配预案》，现提请股东大会审议，以下为具体内容：

根据中审华寅五洲会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“中审华寅五洲会计师事务所”）年度审计，2015 年度公司实现净利润 300,615,202.89 元，上年度结转未分配利润 1,108,317,329.57 元，可供股东分配利润共计 1,286,703,627.87 元，其中，母公司可供股东分配利润 897,615,233.08 元。

公司报告期末总股本为 646,336,419 股，截至本报告披露日公司已回购股份 692,791 股，扣除已回购股份后总股本为 645,643,628 股。因 2016 年 2 月 16 日至 2016 年 5 月 13 日为公司回购股份实施期，并将于回购完成后注销已回购股份，鉴于上述原因将影响公司的总股本，每股分配金额存在不确定性，因此 2015 年度利润分配预案建议如下：以公司利润分配股权登记日总股本为基数，向全体股东派发现金红利共计 20,000 万元，剩余利润结转下一年度。公司 2015 年度不进行资本公积金转增股本。

请予审议。

美克国际家居用品股份有限公司董事会

二〇一六年五月五日



议案六

美克国际家居用品股份有限公司 2015 年度股东大会

关于续聘 2016 年度财务审计机构及支付其报酬的议案

各位股东、各位代表：

公司于 2016 年 4 月 13 日召开第六届董事会第十六次会议审议通过了关于续聘 2016 年度财务审计机构及支付其报酬的预案，现提请股东大会审议，以下为具体内容：

中审华寅五洲会计师事务所是具有证券从业资格的会计师事务所，公司 2015 年度聘请其作为公司的财务报告审计机构，其在受聘期间，能够认真履行职责，公司对其工作质量表示满意。

2016 年，公司拟继续聘任中审华寅五洲会计师事务所担任公司的财务报告审计机构，根据 2016 年度审计业务工作量，审计费确定为 68 万元人民币（不含差旅费）。

请予审议。

美克国际家居用品股份有限公司董事会

二〇一六年五月五日



议案七

美克国际家居用品股份有限公司 2015 年度股东大会

关于续聘 2016 年度内控审计机构及支付其报酬的议案

各位股东、各位代表：

公司于 2016 年 4 月 13 日召开第六届董事会第十六次会议审议通过了关于续聘 2016 年度内控审计机构及支付其报酬的预案，现提请股东大会审议，以下为具体内容：

中审华寅五洲会计师事务所是具有证券从业资格的会计师事务所，其内部控制审计制度健全，质量控制标准清晰，执行严格。公司 2015 年度聘请其作为公司内部控制审计机构，其在受聘期间，能够认真履行职责，公司对其工作质量表示满意。

2016 年，公司拟继续聘任中审华寅五洲会计师事务所担任公司内部控制审计机构，审计费 30 万元。

请予审议。

美克国际家居用品股份有限公司董事会
二〇一六年五月五日



议案八

美克国际家居用品股份有限公司 2015 年度股东大会

独立董事 2015 年度述职报告

各位股东、各位代表：

公司于 2016 年 4 月 13 日召开第六届董事会第十六次会议审议通过了独立董事 2015 年度述职报告，本报告已于 2016 年 4 月 15 日登载于上海证券交易所网站（www.sse.com.cn），现提请股东大会审议。

请予审议。

美克国际家居用品股份有限公司董事会
二〇一六年五月五日



议案九

美克国际家居用品股份有限公司 2015 年度股东大会

关于修订《公司章程》的议案

各位股东、各位代表：

公司于2016年4月13日召开第六届董事会第十六次会议审议通过了关于修订《公司章程》的预案，现提请股东大会审议，以下为具体内容：

随着城市的发展，公司注册地址即工厂所在地“新疆乌鲁木齐经济技术开发区迎宾路160号”周边已成为商业和住宅综合区，为配合城市规划以及政府对产业结构调整的要求，公司按照乌鲁木齐经济技术开发区（头屯河区）经济和发展改革委员会、环境保护局《关于按照区域规划要求加快产业结构调整的通知》（乌经开经[2012]175号）的要求，将工厂迁至“新疆乌鲁木齐经济技术开发区西流湖南路181号”，注册地址将同时变更。

基于上述原因，公司拟对《公司章程》第五条进行修订，修订后如下：

第五条 公司住所：新疆乌鲁木齐经济技术开发区西流湖南路181号
邮政编码：830023

请予审议。

美克国际家居用品股份有限公司董事会

二〇一六年五月五日