

湖北美尔雅股份有限公司 2015 年年度报告摘要

一 重要提示

- 1.1 为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定网站上仔细阅读年度报告全文。
- 1.2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 1.3 公司全体董事出席董事会会议。
- 1.4 中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 1.5 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	美尔雅	600107	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	王黎	万峰
电话	07146360298	07146360283
传真	07146360219	07146360219
电子信箱	gufen@malyard.com.cn	gufen@malyard.com.cn

1.6 经中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）审计，公司 2015 年度实现净利润为 3,964,735.21 元，归属于母公司所有者的净利润 3,438,851.94 元。根据公司章程中有关利润分配的规定，首先弥补以前年度亏损，加上年初未分配利润-19,779,476.35 元，截止 2015 年 12 月 31 日，公司实际可供股东分配利润为-16,340,624.41 元。由于本年度公司实际可供股东分配利润为负数，同时为补充发展所需流动资金，公司拟定本次利润分配预案为：本年度不进行利润分配，也不进行资本公积金转赠股本。

二 报告期主要业务或产品简介

（一）主要业务及经营模式

报告期内，公司主营业务为服装、服饰的研发、设计、制造和销售。具体可分为传统国外市场的外贸生产加工业务和国内市场“美尔雅”品牌生产加工和销售业务。传统国外市场的外贸加工业务是主要包括来料加工、进料加工和一般贸易三种经营方式。公司以强大的生产组织能力和现场精细化管理为基础，依托下属子公司外资股东方在日本及东南亚地区的营销网络和订单渠道，形成了以外贸来料加工和进料加工为主的经营模式。近年来，公司在稳步发展日本及东南亚传统市场加工贸易市场的基础上，还积极利用公司生产能力和外贸业务渠道拓展欧美一般贸易市场。来料加工以收取订单加工费为收入来源和盈利来源。进料加工以订单加工费和国内采购的配套面辅料来计算收入，盈利来源为订单加工费及国内采购面辅料的价差。一般贸易则以服装生产成本与订单价格为计算收入和盈利的依据。国内市场“美尔雅”品牌生产加工和销售业务，包括品牌男装及品牌女装。其中，“美尔雅”西服为公司传统优势产品，被认定为“中国驰名商标”，曾获“中国服装年度大奖——品质大奖”，在公司内销中占据主要地位。其次就是“美尔雅”品牌女装，随着公司加大在女装上的设计、研发及销售投入，“美尔雅”品牌女装销售规模也呈现日益增长的态势。公司国内销售渠道主要包括直营店、商场专柜等，另公司也对外承接男、女各式品牌服装的团体加工、订制业务。公司控股子公司——湖北美尔雅销售有限公司是“美尔雅”品牌国内市场经营、运作、管理的主体，也是公司国内服装销售收入和利润的主要来源。

（二）行业情况说明

2015年纺织服装行业发展压力继续加大，内销市场明显动力不足，服装类商品零售总额增速一直低于社会消费品零售总额的增速，内需支撑行业发展的动力不足。国家统计局数据显示，2015年1-11月份，服装类商品零售额增速低于社会消费品零售总额增速1.0个百分点，较上年同期回落1.3个百分点。尽管不同渠道销售表现不同，实现不同程度的增长，但增长速度均有所放缓。根据国家统计局、中华全国商业信息中心和中国纺织工业联合会流通分会的数据显示，2015年1-11月全国穿类商品网上零售额增速逐步下降；2015年全国百家重点大型零售企业服装类商品零售额增速较上年同期下降1.3个百分点；2015年前三季度，重点监测的45家专业市场成交额增速较上年同期下降1.63个百分点。（上述数据来源：中国服装协会产业部）

三 会计数据和财务指标摘要

单位：元 币种：人民币

	2015年	2014年	本年比上年 增减(%)	2013年
总资产	1,248,614,929.46	1,246,655,876.18	0.16	2,508,281,742.53
营业收入	470,953,799.24	539,522,885.52	-12.71	550,353,942.75
归属于上市公司股东的净利润	3,438,851.94	-7,464,659.00	不适用	11,671,243.66
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-5,710,206.07	-18,947,524.44	不适用	-18,445,097.66
归属于上市公司股东的净资产	527,388,102.58	524,046,525.30	0.64	531,441,741.94
经营活动产生的现金流量净额	717,619.05	603,489,168.13	-99.88	14,588,135.07
期末总股本	360,000,000.00	360,000,000	0	360,000,000
基本每股收益(元/股)	0.01	-0.02	不适用	0.03
稀释每股收益(元/股)	0.01	-0.02	不适用	0.03
加权平均净资产收益率(%)	0.65	-1.41	增加2.06个百分点	2.22

四 2015年分季度的主要财务指标

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3月份)	第二季度 (4-6月份)	第三季度 (7-9月份)	第四季度 (10-12月份)
营业收入	143,305,165.61	102,978,291.77	93,740,973.28	130,929,368.58
归属于上市公司股东的净利润	-4,541,726.28	6,597,306.87	904,355.30	478,916.05
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-4,541,249.37	4,541,935.99	139,965.72	-5,850,858.41
经营活动产生的现金流量净额	16,810,268.11	32,095,447.82	-25,637,007.92	-22,551,088.96

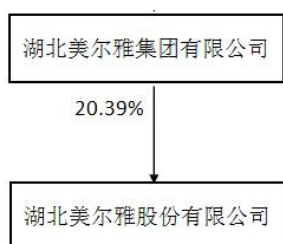
五 股本及股东情况

5.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10名股东持股情况表

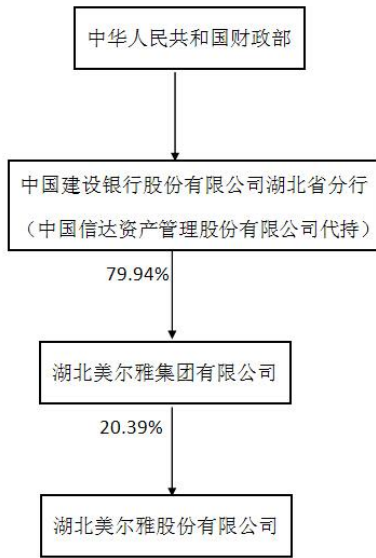
单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）					25,032		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					24,206		
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内 增减	期末持股数 量	比例 （%）	持有有 限售条 件的股 份数量	质押或冻结情 况		股东 性质
					股份 状态	数量	
湖北美尔雅集团有 限公司	0	73,388,738	20.39	0	冻结	350,000	国有法人
中信证券股份有限 公司	8,060,053	8,060,053	2.24	0	未知		未知
胡颖	4,173,637	4,173,637	1.16	0	未知		境内自然人
何忠良	3,908,902	3,908,902	1.09	0	未知		境内自然人
李良财	3,798,419	3,798,419	1.06	0	未知		境内自然人
张玉才	3,386,100	3,386,100	0.94	0	未知		境内自然人
念其用	3,166,700	3,166,700	0.88	0	未知		境内自然人
黄丹鸿	3,157,400	3,157,400	0.88	0	未知		境内自然人
王良财	3,067,600	3,067,600	0.85	0	未知		境内自然人
施秀得	3,000,851	3,000,851	0.83	0	未知		境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的 说明	未知公司前 10 名无限售流通股股东之间、以及前 10 名无限售流通股股东和前 10 名股东之间是否存在其他关联关系，也未知是否存在《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人的情况。						
表决权恢复的优先股股东及持股 数量的说明	不适用。						

5.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图



公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



六 管理层讨论与分析

(一)2015 年总体经营工作的回顾

受制于国内外宏观经济环境疲弱的影响,2015 年公司所属的纺织服装行业继续面临着出口需求持续低迷,内销市场需求平淡,各项生产要素成本进一步上涨的严峻环境,国内宏观经济的减速持续影响服装终端零售业绩,拉长了品牌服装行业的调整周期,整个行业依然处于深度结构调整和优化过程中,企业经营依然面临较大的困难和突出的压力。

报告期内,公司管理层和全体员工按照年初董事会制定的经营计划,坚持“质量立企、科技强企、品牌兴企”的发展战略,加强市场开发力度,强化内部管理,采取各项措施控制生产成本和期间费用,深化资源整合,加强内控体系建设,进一步优化资源配置,凝聚发展信心,实现了扭亏为盈。但报告期内,国内服装消费终端需求仍未有明显复苏,整个纺织服装行业产能过剩,去库存压力加大,市场竞争激烈,公司主要外贸市场日本的汇率波动加大,导致公司盈利能力仍然偏弱。

(二)2015 年度公司主要经营情况的讨论与分析

1、优化市场网点布局,拓展销售渠道

报告期内,面对国内服装行业产能过剩和消费需求增长放缓的严峻形势,公司积极稳步推进品牌战略,细化市场营销战略,优化市场整体布局。第一,以“效益”为

目标，调整营销网点设置，保持发展现有本土区域优势市场的同时，巩固有实力的网点稳步开展业务，推进优质盈利网点建设，调整或淘汰业绩不佳、亏损网点，2015年主动撤销亏损网点41家，务实增效措施成效明显。第二，公司扩大网销队伍，全面入驻淘宝、天猫等国内知名网络销售平台，严格隔离网络销售和实体销售，开辟新的销售渠道。目前公司线上销售受制于物流售后管理体系薄弱、区域市场保护和产品种类多样化等因素的限制，线上销售仍然无法得到较快发展，报告期内公司仅实现线上销售收入330.06万元，较上年度同期提高了68%。

2、调整产品结构，实现精细化营销

服装行业依然面临需求不足，品牌间产品同质化竞争日趋激烈的现状，在消费者需求日益细分，消费者偏好随着主流群体的切换不断变化，销售渠道日益多样化的今天，服装企业必须加强对自身的创新变革。报告期内，公司主动适应市场需求，调整产品结构，高效对接产销体系，市场开发取得新进展。同时，公司积极深化产品开发投入，丰富产品款式，强化主打产品的系列化。迅速有效的把握市场动态，以市场为导向，提高市场环境的感应力和应对力，通过细分市场，把握目标客户群需求，迅速反馈到产品开发中心。在男装正装西服方面，基于南方市场与北方市场的需求差异，分别开发适应南北不同市场需求的面料和产品。在女装方面调整设计理念，丰富品种类型，色彩和款式可搭配性更强，同时在设计上也更注重系列开发，优化女性客户的购物体验，助推女装销售业绩稳步提升。2015年，女装品牌实现收入8323.41万元，同比提高9.04%。同时，更加注重零售和团购两块业务的共同发展，在团购业务中，注重提高服务意识和服务水平，重视市场规范管理，强化责任意识，加强团购客户管理和个性化服务，坚持零售与团购互补的科学发展模式。报告期，实现团购定制收入9,265.05万元，同比增长15.68%。

3、强化质量管理，提升企业竞争能力

公司一直本着质量立企的观念，倡导全员质量意识，积极宣传贯彻质量标准。坚持贯彻执行ISO9000质量认证体系，力求通过精准的设计、严格的过程掌控，细致的结构优化，实现产品的精益求精。完善和改进质量管理体系，改良生产工艺，坚持每道工序把关，持续注重生产线的质量监督和检验，推行班检、楼检、总检三级把关，从细微处紧抓生产现场管理，努力用质量去赢取更多高端客户，用严密的考核标准促使各项质量管理制度落到实处。为公司赢得社会各界和广大消费者的肯定和认可，树立良好的品牌新形象奠定了坚实基础，全年均未出现重大质量事故。

坚持效益优先原则，依托客户资源平台，调整产品结构、客户结构、市场结构，加大产品开发力度、提升样品制作能力，建立面辅料供应商信息档案，提高前期准备反应能力等，保证公司盈利能力，提升公司整体竞争能力。

4、加强基础管理，全面深化管理见成效

公司主要外贸市场日本的汇率大幅波动和各项成本攀升的影响，公司经营状况日趋严峻。报告期内，公司完善生产成本管理方式，强化对生产要素的优化管理。一方面根据款式和产品定位的不同，调整生产工艺，将品质与工艺挂钩。另一方面节能降耗，定时跟踪核查水、电、汽等成本要素管理和运作，努力降低各项生产成本。同时对人员岗位的调整，优化生产辅助岗位和人员，提高生产效率，降低生产成本。

5、酒店行业，磁湖山庄果断转型，创新经营

2015年，高档酒店行业继续受国家政策调控影响，行业跌入谷底。公司磁湖山庄酒店的餐饮、客房和会议、商务接待等业务业绩持续下滑，全年实现营业收入3633.99万元，较去年同比降低5.28%，利润总额-1681.46万元，同比大幅下降。

在新的困难与挑战下，磁湖山庄紧跟市场步伐，加大营销力度，在经营策略上加强创新，由原来的政务接待向商务接待转型。主动制订有针对性的接待方案，向不同类型的商务客户提供个性化服务。制定扎根区域市场，辐射周边市场的营销策略，对周边城市圈落户的企业单位意向消费进行调研，不断提升服务品质，加大宣传力度，拓展客源市场，发掘潜在客户的消费能力。磁湖山庄主动找准市场热点，利用酒店硬件和场地优势，联手大型婚庆公司，大力发展婚庆市场，2015年共接待婚宴三百余场，实现婚宴收入1296万元，约占酒店餐饮类消费60%。

服务质量是酒店行业的生存之本，磁湖山庄加大日常工作管理力度，强化员工服务意识，利用与携程网、艺龙网等优质网络平台合作，了解并搜集客人对酒店服务的意见和建议，及时做好意见反馈及落实整改工作。利用五星评定规范流程的契机，积极落实行业标准，修订操作流程，打造服务特色，提升酒店整体服务品质。

6、报告期内，公司参股的美尔雅期货公司是谋求转型的一年，传统的期货经纪业务收入下滑，金融行业混业竞争日益加剧，互联网大潮势不可挡。期货公司努力克服注册资本不高，盈利模式单一等实际困难。积极调整战略部署，在保证传统经纪业务和产业业务的基础上，积极发展资产管理和互联网金融业务，牢牢抓住市场热点，加强产业研究，进一步整合产业力量，在行业树立产业链专家形象，提升期货服务实体经济的知名度。期货公司积极开展多种营销方式创新，实施全员营销、会议营销，

整合交易所资源，积极举办各种大型营销会议，主题营销活动，增强各营业部在当地的影响力，加强与客户的沟通联系，提高了公司的品牌影响力。

（三）报告期内主要经营情况

报告期内，公司实现营业收入 47,095.38 万元，较上年度 53,952.29 万元降低 12.71%，营业总成本 47,522.63 万元，同比降低 12.55%，实现归属母公司股东净利润 343.89 万元，较上年度-746.47 万元，实现扭亏。扣除非经常性损益归属母公司股东净利润 -571.02 万元，较上年度-1894.75 万元减亏 1,323.73 万元。经营活动产生的现金流量净额 71.76 万元，较上年度 60,348.92 万元，降低 99.88%。截止报告期末公司总资产为 124,861.49 万元，同比提高 0.16%，归属于母公司的所有者权益 52,738.81 万元。

（四）主营业务分析

利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位：元 币种：人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)
营业收入	470,953,799.24	539,522,885.52	-12.71
营业成本	256,722,452.69	247,415,490.81	3.76
销售费用	106,896,144.25	217,313,805.48	-50.81
管理费用	55,131,479.93	52,141,474.39	5.73
财务费用	15,944,931.24	-13,490,253.06	不适用
经营活动产生的现金流量净额	717,619.05	603,489,168.13	-99.88
投资活动产生的现金流量净额	41,100,187.91	-1,366,035,925.71	不适用
筹资活动产生的现金流量净额	-31,164,845.18	3,704,700.04	-941.23

1、收入和成本分析

主要销售客户的情况：

前五名客户合计销售金额（元）	105,614,029.37
前五名客户合计销售金额占年度销售总额比重	22.43%

主要前 5 大销售客户资料：

序号	2015 年销售前五名	金额（元）	占公司营业收入比例
1	日本三泰衣料株式会社	68,609,557.33	14.57%

2	客户二	17,476,210.82	3.71%
3	客户三	8,187,052.00	1.74%
4	客户四	6,018,734.82	1.28%
5	客户五	5,322,474.40	1.13%
合计		105,614,029.37	22.43%

(1). 主营业务分行业、分产品、分地区情况

单位:元 币种:人民币

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
服装	405,255,362.88	232,657,454.03	42.59	2.44	7.83	减少 2.87 个百分点
酒店	36,047,197.40	13,930,844.08	61.35	-4.33	-3.97	减少 0.15 个百分点
职工集资房	13,228,174.10	9,863,823.30	25.43	9.40	-28.83	增加 40.05 个百分点
小计	454,530,734.38	256,452,121.41	43.58	-13.34	5.04	减少 9.88 个百分点
主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
品牌男装	229,997,305.62	109,269,217.84	52.49	-2.18	3.93	减少 2.79 个百分点
品牌女装	83,234,056.75	31,286,371.28	62.41	9.04	-0.06	增加 3.42 个百分点
出口加工	92,024,000.51	92,101,864.91	-0.08	9.34	16.10	减少 5.83 个百分点
酒店	36,047,197.40	13,930,844.08	61.35	-4.33	-3.97	减少 0.15 个百分点
职工集资房	13,228,174.10	9,863,823.30	25.43	9.40	-28.83	增加 40.05 个百分点
小计	454,530,734.38	256,452,121.41	43.58	-13.34	5.04	减少 9.88 个百分点
主营业务分地区情况						
分地区	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)

国内	362,506,733.87	164,350,256.50	54.66	-17.68	-0.11	减少 7.99 个百分点
国外	92,024,000.51	92,101,864.91	-0.08	9.34	16.10	减少 5.83 个百分点
小计	454,530,734.38	256,452,121.41	43.58	-13.34	5.16	减少 9.94 个百分点

主营业务分行业、分产品、分地区情况的说明
无。

(2). 产销量情况分析表

主要产品	生产量 (件/套)	销售量 (件/套)	库存量 (件/套)	生产量比上 年增减(%)	销售量比上 年增减(%)	库存量比上 年增减(%)
品种男装	1,835,395	1,708,339	1,047,402	1.65	-7.84	13.81
品牌女装	519,915	513,339	280,825	0.70	-1.87	2.40
合计	2,355,310	2,221,678	1,328,227	0.01	-0.07	0.11

(3). 成本分析表

单位：元

分行业情况						
分行业	成本构成 项目	本期金额	本期占 总成本 比例 (%)	上年同期金额	上年同 期占总 成本比 例(%)	本期金 额较上 年同期 变动比 例(%)
服装	营业成本	232,657,454.03	90.63	215,771,917.66	87.21	7.83
酒店	营业成本	13,930,844.08	5.43	14,506,046.49	5.86	-3.97
职工集资房	营业成本	9,863,823.30	3.84	13,859,042.07	5.60	-28.83
小计		256,452,121.41	99.90	244,137,006.22	98.67	5.04
分产品情况						
分产品	成本构成 项目	本期金额	本期占 总成本 比例 (%)	上年同期金额	上年同 期占总 成本比 例(%)	本期金 额较上 年同期 变动比 例(%)
品牌男装	营业成本	109,269,217.84	42.56	105,136,871.26	42.49	3.93
品牌女装	营业成本	31,286,371.28	12.19	31,304,529.21	12.65	-0.06
出口加工类	营业成本	92,101,864.91	35.88	79,330,517.19	32.06	16.10
酒店	营业成本	13,930,844.08	5.43	14,506,046.49	5.86	-3.97
职工集资房	营业成本	9,863,823.30	3.84	13,859,042.07	5.60	-28.83
小计	营业成本	256,452,121.41	99.90	244,137,006.22	98.66	5.04

2、费用

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度	变动比例 (%)	变化原因说明
销售费用	106,896,144.25	217,313,805.48	-50.81	(1) 子公司期货公司本期未纳入报表合并, 影响金额 9,202 万元; (2) 职工薪酬及福利费同比减少 1,204 万元。
管理费用	55,131,479.93	52,141,474.39	5.73	主要是子公司长期待摊费用增加所致。
财务费用	15,944,931.24	-13,490,253.06	不适用	1) 子公司期货公司未纳入报表合并, 利息收入减少 4,049 万元; 2) 子公司汇兑损失同比增加 1,047 万元。

3、现金流

单位：元

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)	变动说明
经营活动产生的现金流量净额	717,619.05	603,489,168.13	-99.88	子公司期货公司不纳入合并范围, 影响金额 56,175 万元。
投资活动产生的现金流量净额	41,100,187.91	-1,366,035,925.71	不适用	1) 子公司期货公司不纳入合并范围, 影响金额 131,547 万元; 2) 购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金减少 3,608 万元; 3) 理财产品赎回 3,110 万元; 4) 收到资产相关政府补助 1,000 万元。
筹资活动产生的现金流量净额	-31,164,845.18	3,704,700.04	-941.23	系本期存入保证金较上年同期增加所致。
汇率变支对现金的影响	3,428,580.54	-7,050,952.41	不适用	系日元汇率变动所致。

4、公司利润构成或利润来源发生重大变动的详细说明

单位：元

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)	变动说明
营业收入	470,953,799.24	539,522,885.52	-12.71	主要是 1) 本期子公司期货公司未纳入合并减少收入 7912 万元; 2) 服装销售收入增加 963 万元。
手续费及佣金收入	—	79,120,850.97	-100	系本期子公司美尔雅期货有限公司不纳入合并范围所致。
营业税金及附加	6,434,606.27	11,973,987.02	46.26	同上
销售费用	106,896,144.25	217,313,805.48	-50.81	1) 子公司期货公司本期未纳入报表合并, 影响金额 9,202 万元; 2) 职工薪酬及福利费同比减少 1,204 万元。

财务费用	15,944,931.24	-13,490,253.06	不适用	1) 子公司期货公司未纳入报表合并, 利息收入减少 4,049 万元; 2) 子公司汇兑损失同比增加 1,047 万元。
公允价值变动净收	—	14,535,337.11	100	系本期子公司美尔雅期货公司不纳入合并范围所致。
投资收益	13,682,066.73	5,704,856.30	139.83	主要系采用权益法核算增加长期股权投资的投资收益 1082.24 万元。
营业外收入	369,849.92	2,439,363.73	-84.84	主要系本期子公司美尔雅期货公司全年损益不纳入合并减少 214.11 万元
营业成本	256,722,452.69	247,415,490.81	3.76	主要是服装营业成本增加 1,688 万元, 其中出口贸易增加 1,277 万元

(五) 资产、负债情况分析

资产及负债状况

单位：元

项目名称	本期期末数	本期期末数占总资产的比例 (%)	上期期末数	上期期末数占总资产的比例 (%)	本期期末金额较上期期末变动比例 (%)	情况说明
投资性房地产	1,090,972.03	0.09	2,130,373.49	0.17	-48.79	系投资性房地产本期摊销所致。
应付票据	0	0	3,000,000.00	0.44	-100	系应付票据到期支付所致。
预收账款	40,726,127.44	5.97	59,621,675.17	8.72	-31.69	系预收货款本期结转确认收入所致。
一年内到期的非流动负债	15,555,600.00	2.28	0	0	100	系一年内到期长期借款重分类所致。
其他流动负债	8,857,290.02	1.30	18,357,290.02	2.68	-51.75	系归还对集团公司欠款所致。
递延收益	10,000,000		0	0	100	系收到黄石市财政局拨付山南纺织服装工业园项目专项投资拨款所致。

(六) 行业经营性信息分析

报告期内, 全国服装零售价格增幅放缓, 2015 年, 大型百货商场服装类商品的价格出现下降。中华全国商业信息中心数据显示, 2015 年 1-11 月, 全国重点大型零售企业服装类商品零售价格同比下降 2.95%, 较上年同期回落 7.25 个百分点。

在出口方面, 2013 年以来, 服装出口数量和金额均呈现逐步下降趋势, 服装出口面临较大困难。2015 年服装行业出口快速下滑, 出口数量、金额、单价全线下跌。2015 年 1-11 月服装出口金额同比下降 7.64%, 明显高于外贸出口总值 2.2% 的降幅, 根据

欧盟、美国和日本的服装进口最新数据，中国占欧盟、美国和日本三大市场服装进口额的比重逐年下降，分别较 2014 年同期下降 1.26、0.62 和 3.73 个百分点。2015 年，在行业发展速度趋缓的同时，服装行业整体盈利能力略有下降，企业分化进一步加剧。2015 年 1-11 月，服装行业规模以上企业销售利润率和销售毛利率为 5.68%和 14.03%，分别比 2014 年同期下降 0.05 和 0.20 个百分点，说明企业盈利能力面临压力。（上述数据来源：中国服装协会产业部）

服装行业经营性信息分析

1. 报告期内实体门店情况

适用 不适用

品牌	门店类型	2014 年末数量 (家)	2015 年末数量 (家)	2015 新开 (家)	2015 关闭 (家)
美尔雅品牌	直营店	35	31	0	4
美尔雅品牌	加盟联营店	251	231	21	41
合计	--	286	262	21	45

2. 报告期内各品牌的盈利情况

适用 不适用

单位:万元 币种:人民币

品牌类型	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上 年增减 (%)	营业成本比上 年增减 (%)	毛利率比上 年增减 (%)
美尔雅品牌	31,323.13	14,055.56	55.13	0.57	3.02	-1.07
出口加工	9,202.40	9,210.19	-0.08	9.34	16.10	-5.83

上表数据为公司服装行业品牌盈利情况。

3. 报告期内直营店和加盟店的盈利情况

适用 不适用

单位:万元 币种:人民币

分门店类型	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比 上年增减 (%)	营业成本比 上年增减 (%)	毛利率比上 年增减 (%)
直营店	7,074.4	3,003.85	57.54	-17.21	-20.16	1.57
加盟店	14,983.68	6,080.84	59.42	2.69	-5.83	3.67
合计	22,058.08	9,084.69	58.81	-4.66	-11.1	2.99

注：上表中加盟店数据为本公司加盟店和联营店数据合计。

4. 报告期内线上、线下销售渠道的盈利情况

适用 不适用

单位:万元 币种:人民币

销售渠道	2015 年			2014 年		
	营业收入	营业收入 占比 (%)	毛利率 (%)	营业收入	营业收入 占比 (%)	毛利率 (%)

线上销售	330.59	0.82	57.52	196.35	0.50	56.69
线下销售	40,194.94	99.18	42.47	39,365.44	99.50	45.40
合计	40,525.53	100.00	42.59	39,561.79	100.00	45.46

5. 报告期内各地区的盈利情况

适用 不适用

单位：万元 币种：人民币

地区	营业收入	营业收入占比 (%)	营业收入比上年增减 (%)
东北地区	1,039.22	2.56	-16.45
华北地区	180.71	0.45	-71.61
华东地区	1,626.33	4.01	19.96
华南地区	2,025.74	5.00	168.88
华中地区	23,607.34	58.25	2.47
西北地区	1,930.61	4.76	-20.05
西南地区	913.18	2.25	-11.48
境内小计	31,323.13	77.29	0.57
境外地区	9,202.40	22.71	9.34
境外小计	9,202.40	22.71	9.34
合计	40,525.53	100	2.44

上表数据为公司服装行业各地区的盈利情况。

6. 其他说明

适用 不适用

(1) 报告期内公司的存货的分类情况

单位：万元 币种：人民币

存货种类	期末数			期初数		
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	48,747,947.99	1,074,788.00	47,673,159.99	39,231,597.43		39,231,597.43
库存商品	230,415,676.40	39,313,081.28	191,102,595.12	209,732,719.09	35,280,659.83	174,452,059.26
在产品	18,564,142.51	5,911,597.10	12,652,545.41	26,255,022.37		26,255,022.37
开发产品	8,317,869.73		8,317,869.73	18,181,693.03		18,181,693.03
开发成本	112,393,232.49		112,393,232.49	112,383,078.45		112,383,078.45
低值易耗品	943,304.04		943,304.04	795,548.90		795,548.90
合计	419,382,173.16	46,299,466.38	373,082,706.78	406,579,659.27	35,280,659.83	371,298,999.44

存货情况的说明：公司根据存货会计政策，按照成本与可变现净值孰低计量。期末原材料跌价准备余额 1,074,788.00 元，库存商品跌价准备余额 39,313,081.28 元，在产品跌价准备余额 5,911,597.10 元，为存货减值测试后对部分未使用及损毁原材料计提的减值准备 1,074,788.00 元，对服装类库存商品计提的减值准备 39,313,081.28 元，对服装类在产品计提的减值准备 5,911,597.10 元。本期转销存货跌价准备 21,511,310.85 元，为部分计提减值准备库存商品已销售，转销对应存货跌价准备。

(2) 公司服装类存货库龄情况

单位：万元 币种：人民币

库龄	账面余额	跌价准备	账面价值
1 年以内	91,207,059.11	5,953,297.90	85,253,761.21
1-2 年	35,167,698.86	2,827,530.28	32,340,168.58
2-3 年	31,725,455.54	4,156,279.30	27,569,176.24
3-4 年	28,478,288.76	5,077,839.20	23,400,449.56
4-5 年	17,398,145.70	3,892,469.38	13,505,676.32
5 年以上	25,840,227.47	17,405,665.22	8,434,562.25
合计	229,816,875.44	39,313,081.28	190,503,794.16

库龄结构披露库存商品说明：公司库存商品主要是服装。服装库存商品期末价值 190,503,794.07 元，较上年末 173,528,936.18 元，增加 9.78%，增加原因主要是为了丰富产品结构。公司根据成本与可变现净值，结合产品销售情况及库龄对现有存货计提存货跌价准备，公司计提减值准备充分，存货风险小。

(3) 营运周转分析

① 存货周转情况：

公司期末存货 373,082,706.78 元，较上年末 371,298,999.44 元，增长 0.48%。存货周转天数 522 天，较上年 547 天减少 25 天。主要是公司调整产品结构。

② 应收账款周转情况：

应收账款期末账面价值 49,573,589.58 元，较上年末 42,318,852.41 元，增长 17.14%。应收账款周 35 天，较上年 30 天增加 5 天。主要是部分销售合同回款时间未到。

③ 应付账款周转情况

应付账款期末账面价值 32,228,363.82 元，较上年末 39,111,299.64 万元，下降 17.60%，应付账款周转天数为 50 天，较上年 57 天减少 7 天，主要是采购减少。

(3) 关于公司房地产项目合作开发情况

公司房地产项目均采用本公司控股子公司美尔雅房地产公司与其他合作方联合开发的经营模式，本公司占各项目分成比例均不构成控股，且合作方式并不构成持股关系，只是采用与合作方协商参与利润分成的方式进行，故不构成对公司的重大影响。截止到 2015 年 12 月 31 日，公司子公司美尔雅房地产公司与合作方合作开发主要在建、在售的房地产项目的明细情况如下表所示：

序号	项目	房产性质	美尔雅房地产公司利润分成比例	项目合作方	目的	开发状态	开发时间(年/月)	预计竣工时间(年/月)	开发进度	建筑面积(m ²)	销售面积(m ²)	销售金额(万元)
1	新西南花园开发部	住宅	33%	武汉金利房地产公司	销售	在建	2012/01	2020/09	62%	385,000.00	115,044.6	45,685.85
2	枣子山项目部	住宅	300 万包干	武汉森浪房地产代理有限公司	销售	在建	2012/03	2015/12	100%	56,095.57	53,047.00	27,213.00
3	美鑫·锦绣华庭项目部	住宅	33%	湖北汇鑫置业公司	销售	在建	2012/03	2018/04	80%	197, 530.00	61,684.00	23,669.65
4	美尔雅山南项目部	住宅	28%	湖北恒久建设工程有限公司	销售	在建	2013/07	2018/12	45%	200,000.00	88,371.95	27,100.00

由于上述房地产开发项目，根据开发合同约定，将在项目开发完成，并进行审计清算后，才能根据分成比例进行利润结算，因此目前对公司的收入和利润影响都很小，对公司不构成重大影响。公司将根据项目开发进度，做进一步披露。详见本年度报告（第五节、重要事项·十三、其他重大事项的说明·2、房地产开发情况）说明。

(七) 投资状况分析

1、 对外股权投资总体分析

单位：元

项目名称	本期期末数	上期期末数	本期期末余额较上期期末变动数	本期期末金额较上期期末变动比例（%）
长期股权投资	125,614,800.21	114,889,674.23	10,725,125.98	9.34%
投资性房地产	1,090,972.03	2,130,373.49	-1,039,401.46	-48.79%

说明：

报告期末，公司持有美尔雅期货有限公司 45.08%的股权，该公司 2015 年度盈利增加本公司长期股权投资权益 10,822,400.64 元。

投资性房地产分析：投资性房地产较上期末减少 48.79%。系本期投资性房地产摊销所致。

2、 重大的非股权投资

项目名称	项目金额（万元）	项目进度	本年度投入金额（万元）	累计实际投入金额（万元）	项目收益情况
美尔雅山南纺织服装工业园	18,055	新型高档服装面料生产项目（一标段）（二标段）	706.92	3302.26	/
合计	18,055	/	706.92	3302.26	/
非募集资金项目情况说明	表中本年度投入金额和累计实际投入金额不含项目土地金额。公司于 2012 年 4 月 24 日召开了第八届董事会第十九次会议，会议审议通过了《公司关于在黄金山工业新区投资建设纺织服装工业园一期项目的议案》，同意公司在黄石经济技术开发区黄金山工业新区规划投资建设美尔雅纺织服装工业园，一期工程在工业园中建设年产 300 万米新型高档服装面料生产线项目，2012 年 5 月 28 日公司 2011 年度股东大会通过了上述议案，并授权公司经理层办理本项目建设的相关事宜并签订涉及本项目投资事项的相关法律文件。 详见本公司 2012 年 4 月 26 日披露的 2012004 号公告、2012009 号公告，2012 年 5 月 29 日披露的 2012014 号公告。2013 年 6 月 1 日披露的 2013011 号《公司重大合同公告》。详见公告日的《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》和上海证券交易所网站。				

(八) 主要控股参股公司分析

(1) 主要控股和参股公司的经营情况

公司名称	主要产品或服务	注册资本(万元)	持股比例(%)	总资产(万元)	净资产(万元)	营业收入(万元)	营业利润(万元)	净利润(万元)
美尔雅服饰有限公司	生产中、高档西服的中日合资企业	1050 (万美元)	65	11,446.42	8,311.27	8,222.50	-246.67	-233.34
黄石美羚洋服饰有限公司	生产高级女装、礼服、职业套装为主的中日合资企业	300	75	1,885.91	1,074.80	1,752.42	103.81	80.95
黄石磁湖山庄酒店管理有限公司	住宿、餐饮服务、娱乐、健身服务的五星级酒店	3000	99	1,3005.14	-274.80	3633.99	-1687.66	-1,681.46
湖北美尔雅销售有限公司	精毛纺织制品，服装及辅料制造、加工、销售	1000	90	37,668.29	9,266.02	31,566.12	2,153.64	1,599.23
湖北美尔雅房地产开发有限公司	房地产开发	1000	100	13,487.57	-895.00	1,356.55	151.52	151.52

(2) 投资收益对公司净利润影响达到 10%以上的控股子公司或参股子公司情况：

公司名称	主要产品或服务	注册资本	持股比例(%)	总资产(万元)	净资产(万元)	营业收入(万元)	营业利润(万元)	净利润(万元)	控股子公司贡献的投资收益(万元)	占公司净利润的比例	控股子公司贡献的投资收益比上年增长比例
美尔雅期货有限公司	期货经纪业务和期货业务培训	5990	45.08	199,682.63	27,761.05	13,712.24	2,895.86	2,400.71	1,082.24	314.71%	注：

注：美尔雅期货公司从本年度开始不纳入本公司合并报表范围。

（九）行业竞争格局和发展趋势

当前，在国内经济增速逐渐放缓的大背景下，服装行业本身也在不断的调整和尝试新的商业模式和增长方式的转变，随着消费主体的演变和网络科技的发展，消费需求更加个性化，多样化和差异化。同时，在互联网快速发展的趋势下，也为消费者提供了更多选择，更对产品的价格更为敏感，信息越发对称化，使得消费者的消费行为越发理性，使得整个行业竞争更加激烈。

同时，服装行业作为传统劳动密集型高竞争性行业，劳动力、原材料、能源等各项生产要素成本逐年上涨，使得企业生产成本大幅增加。另一方面服装出口市场受汇率波动和进口国市场需求低迷的影响。服装企业还存在融资难、融资成本高等问题。服装行业线下销售渠道成本偏高，国内品牌服饰的线下渠道以商场联营和专卖店模式为主，目前百货业基本采取扣点作为主要收入来源，扣点率一般在 20%-30%，这些扣点最终将加入服装终端的销售成本中，也成为提高产品价格的重要推手之一。从专卖店的模式看，主要的销售成本在于租金，这同样提高了产品的加价倍率。近年来，更有许多中国服装品牌在网购市场试水互联网销售模式，转变营销方式，适应市场需求是服装行业营销转型的重大举措。

综上所述，未来服装行业内的竞争将更加激烈，行业的整体经营环境也面临多种挑战。随着我国经济发展方式转变和经济结构调整进程的持续，服装行业也将面临优胜劣汰和结构调整。提高产品附加值，提升自主研发水平成为决胜关键，同时随着消费者消费需求和观念的转变，对于服装企业而言加强现代营销模式，完善渠道建设，持续推行品牌战略，追求品牌品质和个性化发展，才能使企业更具市场竞争优势。

1、公司发展战略

为顺应行业发展趋势，公司集合自身品牌定位，未来将继续坚持实施“质量立企、科技强企、品牌兴企”的发展战略，努力完善公司法人治理结构，构建科学管控体系，进一步为实现市场转型和产业升级打下坚实基础，继续强化技术创新，完善和创新营销模式，深化品牌建设。有效调配资源，发挥各块业务的潜力。同时，在确保公司稳定的前提下，要加快公司体制创新、内部资源整合，在新的经济形势下积极探索产业升级的路径，努力培育发展新优势，增强发展动力，不断提高员工福利待遇，确保加工贸易，化危为机，实现增长方式的转变，力争传统外贸市场和自我主导品牌市场协

同发展。加强对市场的反应能力和管理效率的提升，积极推行高效率绩效管理。

2、经营计划

2016 年度经营目标是：营业总收入稳步增长。该经营目标存在不确定性，公司将根据宏观经济环境和市场发展趋势对经营目标进行适当的调整，不构成对公司的业绩承诺。

公司将继续打造“美尔雅”品牌的核心竞争力为长远发展目标，坚持稳中求进，不断提升品牌的影响力，主动适应经济发展新常态，持续推进品牌发展战略，努力提高产品质量，提升终端销售网点盈利能力，强化产品开发，积极拓展品牌营销渠道，努力实现效益最大化。

2016 年度主要经营工作是：

(1) 推动产品研发生产，提升市场竞争力。以技术创新为依托，积极推进产品研发，主动适应供给侧改革要求。随着市场需求的日益细分，公司将加强产品差异化和个性化研发，逐步形成产品的多元化和系列化。男装方面继续完善和提高高档西服生产工艺技术和生产效率，提高内销市场竞争力；女装方面加大研发能力，充分利用现有营销网络，努力提高女装品牌在公司整个内销体系中的比例，使之与我公司强大的生产能力相匹配，以满足顾客的个性化需求，提升品牌形象。

(2) 继续推进品牌建设，完善品牌管理体系和品牌管理流程，提升品牌的影响力和市场占有率，形成“市场提升品牌、品牌促进市场”的良性循环。精简销售渠道，狠抓终端零售管理，加强品牌建设，提升品牌形象，持续强化品牌营销渠道管理和市场推广，建立完善的品牌管理体系和品牌管理流程，提升品牌的影响力和市场占有率。加强营销网络建设和营销人员队伍建设，提高单个网点盈利能力。

(3) 推动技术创新，增强内生力。努力实现传统产业的改造升级。在充分发挥现有装备能力的基础上，通过进行技术改造，不断更新改造关键工序、替代人工的设备，提高装备自动化水平，提高生产效率；同时要重视科技创新投入。不断开发和引进新工艺、新技术、新专利，为产品研发和生产技术管理注入科技元素。加强新工艺、新技术、新专利消化吸收，做好科技创新的产业转化，实现科技创新产出的最大化；充分借鉴先进管理经验。将新的管理方法、管理手段、管理模式融入到管理系统中，以实现管理目标高效率。

(4) 继续强化成本控制，进一步提高盈利能力。一方面加强财务管理，完善资金财务管理制度，降低财务成本。加强外汇风险防范，提高外汇收入集中管理运用，确保外汇保值增值；增强内部审计工作的及时性、准确性和权威性。做好费用预算控制，资金运转及银行融资工作；另一方面，持续着重生产成本管控。把成本要素控制和过程控制结合起来。实行材料采购标准化、集中化建设，降低采购成本；挖掘内部潜力，提高材料利用率，杜绝生产性浪费，规范库存储备；盘活存量资产，完善审批程序，严控非生产性支出；充分发挥现有装备使用效率，降低能耗和人力成本。合理调配管理人员和工人配比，降低单位用工成本；不断加大职工技能培训力度，提高技术水平和劳动生产率。

(5) 酒店行业国内经济减速导致酒店市场整体下滑，消费需求和消费行为都有新动向，传统酒店的思维方式和商业模式难以快速反应。从行业创新来看，当前酒店业正进入高速调整期。2016年磁湖山庄将更多地研究目标市场消费需求，重新组合酒店提供的服务和设施，提供更为个性和实用的服务。同时严格控制经营成本，增效节支，严格控制采购成本、经营成本和耗能成本。

3、可能面对的风险

随着纺织服装行业销售增速的下滑，市场中品牌竞争变得更加激烈，企业生存发展的风险也越来越大，公司经营面临生产要素成本上升风险、汇率波动风险、库存风险、渠道风险、市场竞争风险等。同时服装行业销售的产品具有同质化、产品销售季节性波动风险和消费者需求差异化风险凸显。

目前，由于经济发展中不确定因素的增多以及国内外市场环境的变化，服装企业的经营风险不断增大。公司将加大产品开发力度，着力提高自主创新和产品设计能力，满足消费者多样化的市场需求，降低市场风险。

服装企业是劳动密集型行业，受劳动力价格的影响较大，随着社会保障体系的完善、职工工资上涨成为行业常态。另一方面是原材料及资源要素价格持续攀升。公司将进一步强化管理团队的能力建设，规范管理，科学决策，严格控制经营管理风险。

目前公司营销网络多为商场联营模式，商场提点费用，场地租金费用和店面装修费等销售费用是公司重要经营成本支出，公司未来还将继续以这种模式进行营销网络建设和拓展，因此预计未来几年公司销售费用还将持续提高，将可能导致公司经营业绩下滑。

七 涉及财务报告的相关事项

7.1 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的，公司应当说明情况、原因及其影响。

报告期内，公司会计政策、会计估计和核算方法未发生变化。

7.2 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的，公司应当说明情况、更正金额、原因及其影响。

报告期内，公司未发生重大会计差错更正。

7.3 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

截至报告期末，纳入合并财务报表范围的子公司共计 7 家，详见本公司年度报告会计报表附注九·1 在其他主体中的权益。本报告期合并财务报表范围变化情况详见本附注八合并范围的变更。

7.4 年度财务报告被会计师事务所出具非标准审计意见的，董事会、监事会应当对涉及事项作出说明。

公司年度财务报告未被会计师事务所出具非标准审计意见。

湖北美尔雅股份有限公司

董事长：杨闻孙

董事会批准报送日期：2016 年 4 月 27 日