

上海美特斯邦威服饰股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：20210506

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	投资者
时间	2021年5月6日 15:00-17:00
地点	全景网
上市公司接待人员姓名	胡佳佳、张纯、张利
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、今年是国民老品牌例如美邦服饰的振兴之年吗？ 作为拥有26年历史的国民品牌，美邦服饰目前拥有多个品牌，公司坚持创新发展战略，始终积极致力于提高产品和服务。在2020年疫情严峻形势下，加快变革步伐，在渠道、产品等方面取得了明显升级改革成果。在2021年美特斯邦威再出发，以“再塑不寻常”为口号，在品牌形象上努力突破，产品与设计不断升级，线上线下渠道不断夯实，目前，品牌受到大众一致看好。</p> <p>2、建议专注主业，希望美邦能做成国际品牌。 公司将继续专心专注于服饰主业，我们坚信一定能走出一条“再塑不寻常”之路。</p> <p>3、公司2021年或今后几年有什么发展目标？ 2021年，公司将积极地拥抱新时代的消费市场需求，以数字化能力驱动产品及品牌升级，全面重构渠道布局，加强组织建设和效率提升，实现公司经营业绩的可持续增长。具体包括：重塑品牌信仰、深化柔性供应链快速反应变革、深化渠道布局等，更多详细介绍请见公司2020年度报告中未来发展展望章节。</p> <p>4、公司未来会更注重线上渠道还是线下渠道？ 公司将在全国范围着力拓展加盟店铺，抓住后疫情时代涌现出来的优质线下渠道店铺；同时积极加大线上渠道建设，运用“微商城”</p>

门店赋能工具为线下不同市场及门店的会员提供更极致和个性化服务；以“平台电商”、“社交零售”、“直播销售”、“会员微商场”四大业务场景共同构建新零售业务模式。

5、公司如何重构品牌竞争力？

公司着眼于年轻人的文化及社交属性的粘性，通过产品匹配渠道、设计匹配产品、营销匹配品牌等一系列资源共享模式，针对不同平台渠道的内容和呈现形式，进行深度研发和内容孵化，让消费者能够在不同平台，多个渠道，通过多元化的产品进行符合他们“真我”的服饰选择，彰显年轻人独特的个性与生活态度，生成年轻人对服饰元素的专属表达。

6、公司未来渠道布局的战略是什么？

公司将开启渠道布局新篇章，有序关闭因商圈转移而不符合品牌定位的店铺，同时在全国范围着力拓展加盟店铺，抓住后疫情世代涌现出来的优质渠道店铺；同时积极加大新零售能力建设，结合大数据以及对消费者的深刻洞察，重塑零售业态中的“人”、“货”、“场”，依托新零售工具为存量店铺增值，为消费者提供更好的购物体验。

7、请问公司采取哪些措施整合资源，聚焦业主？

公司优化整合物流资源配置，将分散在全国的七个区域物流中心撤并集中到上海物流中心，将分散沉淀在各区域的商品资源统一在上海进行整合，提升商品整合能力，为线上销售提供更丰富的商品选择和购物体验。

基于业务策略，公司将做小核算单元、强化单模块独立结算机制，促进团队以自我担当，全面推进以绩效创造进行分享的薪酬机制。把有限的资源投入到价值最大化的业务上。

8、公司今后将如何处理库存商品？

针对现有存量商品，公司将继续整合多种销售渠道，合理匹配商品资源，提升销售效率，降低库存占用；针对新开发的产品，公司将通过供应资源整合，产能规划与锁定，为分波段多批次下单做保障，持续深化柔性供应链快速反应改革，提升产品售罄率，快速满足全渠道市场供应。

9、2021年第一季报显示，公司营收7.97亿，明显低于2020年的9.21亿。现在国内疫情已明显好转，但公司营收却反而下降，请问公司打算如何把营收做上去？

公司2021年一季度收入下滑主要原因是公司对线下门店的调整，主动关闭亏损门店，对营业收入带来负面影响。另外新冠疫情影响未完全消散，线下门店客流未恢复至疫情前水平，对销售收入也造成一定负面影响；

未来公司将全面推进数字化变革，基于数字化能力进行消费圈层的重新定位，匹配公司旗下各品牌差异化的分群选择。精心打磨好每一件产品，从时尚趋势变化、款式、面料、辅料、版型、工艺制作以及渠道匹配、营销推广等力求为目标消费者带来极致的消费体验，成就更具高附加值的品牌竞争力；同步公司持续推进柔性供应链快速反应机制变革，从面辅料及成衣产能规划、通用性面辅料集

	<p>成度的提升、生产供应资源的匹配以及工厂直发店铺的快速流通模式，提升适销产品的快速满足。此外，公司还将全面重构渠道布局，借助社会力量抓住后疫情时代逐渐涌现出来的优质渠道店铺，充分占据线下零售市场的空间，积极致力于打造健康可持续的服装产业价值链。最后公司还将持续加强组织建设和效率提升，保障有持续造血能力的人才发展体系，实现公司经营业绩的可持续增长。</p> <p>10、公司重大资产出售进展如何？ 公司于2021年4月27日披露《重大资产重组预案》，公司拟以4.24亿元向凯泉泵业转让所持华瑞银行10.10%股份。目前，该重大资产重组正有序推进中，公司后续将严格按照法规要求积极履行披露义务，关于本次重组更多详情资料请以公司公告为准。</p> <p>11、公司出售华瑞银行预计什么时候能收到款项？ 根据交易双方签订的附生效条件股权转让协议，双方约定在协议正式生效之日起5个工作日内，凯泉泵业向美邦服饰支付第一笔股权转让款合计人民币12,726万元，占本次全部交易款项的30.00%；自本次协议正式生效且美邦服饰收到上述第一笔股份转让款之日起10个工作日内，双方进行标的股份的过户登记手续，自过户完成之日起5日内，凯泉泵业向美邦服饰支付第二笔股权转让款合计人民币8,484.00万元，占本次交易款项的20.00%，自第二期付款完成后华瑞银行办理股东变更及公司章程变更并在市场监督管理部门完成备案登记程序；华瑞银行就本次股份转让涉及的股东变更以及公司章程变更在市场监督管理部门完成备案登记程序后，凯泉泵业应在2021年12月31日之前向美邦服饰支付第三笔股份转让款合计人民币8,484.00万元，占本次全部交易款项的20.00%。2022年7月1日之前凯泉泵业向美邦服饰支付第四笔股份转让款合计人民币12,726.00万元，占本次全部交易款项的30.00%。</p> <p>12、请问董秘，公司出售华瑞银行股份，后续还有什么环节、预计什么时候交割？ 本次出售，后续交易双方还需履行以下程序，包括：公司董事会审议通过交易正式方案、交易双方股东大会审议通过、相关机构对本次交易许可等。目前本次出售方案正有序推进中，后续公司会积极履行披露义务，后续进展动态还请以公司公告为准。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021年5月6日