

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

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	线上参与公司2022年度业绩说明会的全体投资者
时间	2023年05月09日 15:00-17:00
地点	价值在线（ https://www.ir-online.cn/ ）网络互动
上市公司接待人员姓名	董事长、总裁 胡佳佳女士 独立董事 张纯女士 财务总监、董事会秘书 张利女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 自2019年至2021年，贵公司连续三年亏损，累计达21亿之多，营业收入每年下降30%左右，还存在欠薪的情况，能否分析一下导致其发生的原因是什么？其业绩下滑的原因又是什么？</p> <p>答：近3年，受外部经营环境的变化影响，公司针对线下渠道做出全面深度的策略调整，关闭大量的传统商圈店铺，虽然短期市场规模收缩，但是为未来的发展奠定一个相对较好的基础。目前，公司经营正常，不存在欠薪情况。2023年，公司将积极地拥抱新时代的消费市场需求，全面重构渠道布局，线下直营渠道将采取稳定的策略发展，重点布局线上直营渠道、加盟渠道，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。</p>

2. 你们公司一季度有所盈利，那么有信心2023年全年整体盈利吗？有哪些对应的措施？

答: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，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，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。

3. 贵司有考虑过转型么，换个赛道试试？

答:美特斯邦威从创业第一天就坚定信念创造国际知名的国民品牌为使命目标，虽然经历过去这么多年的跌宕起伏，但我们始终坚守初心，不断适应市场新消费需求变化的策略调整，以此做持续改进产品研发能力、生产供应能力，以达成满足不同时代年轻消费者喜欢的好看、好穿产品体验服务的坚持。

4. 服装行业市场方向明朗，在服饰行业在持续发展的情况下，未来服饰行业景气度将持续走高，贵公司是否敏锐察觉到市场变化？是否有制定新的战略计划和经营目标？

答: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。

5. 贵司产品中儿童服饰占比是多少？有没有加大儿童服饰比重的计划呢？

答:近几年，美特斯邦威聚集资源投入美特斯邦威主品牌，童装moomoo和米喜迪品牌业务规模占比较低。公司随着主品牌业务回归正常健康发展，会再着力做好童装业务。

6. 请问贵公司所处行业的竞争情况如何？主要竞争对手有哪些？

答:中国服装消费保持持续增长，正在成为全球最大、最具有增长潜力的服装消费市场；随着消费细分，尤其是年轻消费者的消费需求变化日益加快，体验场景消费日益突出，消费者消费方式、消费习惯不断发生变化，消费者对生活方式，文化层面的价值需求越来越强

烈。公司主要的竞争对手系国内休闲服品牌。

7. 贵司在成本控制上有什么举措？

答:公司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，深化各业务部门独立核算、自负盈亏的机制；同时公司持续跟踪租售比、营售比和薪售比，定期复盘监控，为实现企业扭亏为盈的财务损益使命目标做营运执行。

8. 为何贵公司员工人数逐年减少，且下降幅度很大，门店骤减？能否解释一下其减少的影响因素？

答:美邦业绩高峰时发展出来的传统渠道门店，受城市发展变迁及商圈转移影响，不再适应Z世代年轻消费者消费习惯变化。公司全面深度调整线下渠道，关闭大量传统商圈亏损店铺，门店数量、销售人员与相关费用均大幅下降。

9. 公司2022全年度实现营业总收入14.39亿元，同比下降45.45%；归母净利润亏损8.23亿元，上年同期亏损4.02亿元，请问是什么原因导致的？能否预估一下未来三年的发展趋势？

答:2022年，公司主动关闭亏损门店，导致部分关店成本支出仍较高，一定程度上影响到当年营业收入及净利润，但预计对未来经营业绩产生积极影响。另因为仓库配送、电商和线下门店销售的正常运营在上半年均受到不同程度影响，致使公司营业收入及经营利润出现下滑。2023年，公司持续优化品牌和产品升级策略，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，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，为实现企业扭亏为盈的财务损益使命目标做营运执行。

10. 请问贵公司是否重视盈利能力和分红能力？如何重视？

答: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。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，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。

11. 贵司近期是否有考虑过从资本市场融资或者有其他资本运作

呢？

答：公司基于经营战略匹配融资计划，后续涉及重大战略融资事项，公司将积极履行信息披露义务，感谢你对公司的关注。

12. 贵公司在实体店上面的大额投入面临亏损的原因有哪些？是否跟电商的发展有关？

答：由于公司历史高峰时对街面商圈店铺布局较为深入，在形成家喻户晓的品牌影响力与行业标杆业绩的同时，也带来了渠道发展陷阱。受近几年外部经营环境的变化，年轻人消费习惯加速发生时代巨变，但在这个过程中，公司与时俱进的应对举措存在滞后，面对市场环境、商圈与消费习惯变化，公司的应对策略不够及时。随着直营与加盟渠道中不合理店铺的基本关停，实现了不合理店铺关停止损的目标。

13. 贵公司的产品款式沿用之前的风格、打折过多导致品牌形象受损等问题逐渐不被市场认可，对于此情况，贵公司如何解决？是否采取措施？

答：公司始终坚守初心，不断适应市场新消费需求变化的策略调整，以此做持续改进产品研发能力、生产供应能力，以达成满足不同时代年轻消费者喜欢的好看、好穿产品体验服务的坚持。

14. 请问贵公司是否注重品牌创新？是否会考虑增大品牌创新投入的比例？

答：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。

15. 对于贵公司连续亏损，但现金流却表现为净流入，请问其主要原因是什么？

答：公司通过银行循环借款、控股股东华服提供财务资助以及股权资产变现补充资金流动性，保证了公司现金流稳定。另外，减少公司净利润的因素中，资产减值损失，信用减值损失，并不产生现金流出。

16. 请问贵公司是否会调查员工的幸福感？是否重视员工福利和员工待遇？

答：公司以“为员工创造更加幸福的生活”为企业使命，长期以

	<p>来一直把维护全体员工的利益放在工作的首位，着实提升员工的自身价值和培养员工的凝聚力，使员工的使命感和企业的愿景达到有机统一。</p> <p>17. 服装品牌种类繁多，竞争很大，而且消费者的审美也在随时改变，面对如此变化的市场情况，贵公司接下来将怎么做？</p> <p>答：公司持续优化品牌和产品升级策略，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。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023年05月09日