

股票代码：002269

股票简称：美邦服饰

编号：临 2018-025

债券代码：112193

债券简称：13 美邦 01

## 上海美特斯邦威服饰股份有限公司

### 关于深圳证券交易所对公司 2017 年年报问询函的回复公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

上海美特斯邦威服饰股份有限公司（以下简称“公司”或“本公司”）于近日收到深圳证券交易所《关于对上海美特斯邦威服饰股份有限公司 2017 年年报的问询函》（中小板年报问询函【2018】第 104 号），公司就问询函所关注的问题进行了回复说明，详细回复公告如下：

一、公司 2017 年实现营业收入 64.72 亿元，同比下降 0.72%，实现归属于上市公司股东的净利润（以下简称“净利润”）-3.05 亿元，同比下降 942.95%，请按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 2 号——年度报告的内容与格式》的要求，结合经营情况，以列表形式补充披露导致经营业绩较大变动的主要原因和相关影响金额。

回复：

公司 2017 年利润表相关数据列示如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	同比变动率
营业收入	647,236	651,919	-0.72%
减：营业成本	340,118	366,792	-7.27%
税金及附加	4,438	4,664	-4.84%
销售费用	258,065	244,598	5.51%
管理费用	27,684	33,304	-16.88%
财务费用	6,497	11,407	-43.05%

资产减值损失	45,343	32,615	39.24%
加：投资收益	3,865	57,150	-93.24%
资产处置收益	-356	-76	-368.65%
其他收益	845	0	不适用
营业利润	-30,555	15,612	-295.71
加：营业外收入	1,202	4,420	-72.81%
减：营业外支出	527	3,698	-85.75%
利润总额	-29,880	16,335	-282.93%
减：所得税费用	600	12,719	-95.29%
净利润	-30,480	3,616	-942.95%

公司 2017 年实现营业收入 64.72 亿元，同比下降 0.72%，实现归属于上市公司股东的净利润（以下简称“净利润”）-3.05 亿元，同比下降 942.95%，减少 3.41 亿元。公司 2017 年净利润变动的构成因素包含：营业毛利（营业收入减营业成本）增加 2.20 亿元，销售费用增加 1.35 亿元，管理费用减少 0.56 亿元，财务费用减少 0.49 亿元，资产减值损失增加 1.27 亿元，投资收益减少 5.33 亿元，所得税费用减少 1.21 亿元，以上影响合计 3.49 亿元。具体情况如下：

（1）营业收入减少 0.47 亿元，营业成本减少 2.67 亿元，营业毛利增加 2.2 亿元，营业收入略降而营业毛利上升的主要原因为 2017 年公司推动品牌及产品升级，提升了产品的附加值，毛利率（营业毛利/营业收入）较去年同期提升约 4 个百分点。

（2）销售费用增加 1.35 亿元，主要系新开店租租金增加所致。

（3）管理费用减少 0.56 亿元，主要系人力成本支出减少所致。

（4）财务费用减少 0.49 亿元，主要系公司借贷规模减少所致。

（5）资产减值损失增加 1.27 亿元，主要系公司根据相关会计政策计提的存货跌价准备、长期待摊费用减值准备较去年同期增加所致。

（6）投资收益减少 5.33 亿元，主要系上年度由于通过转让全资子公司上海美特斯邦威企业发展有限公司 100% 股权，实现投资收益 5.5 亿元，本年度无股权转让交易事项发生。

（7）所得税费用减少 1.21 亿元，主要原因是 2016 年末根据对递延所得税资

产的评估情况，公司将未来无法足额利用税务亏损的子公司已确认的递延所得税资产予以转回，2017年相应的转回金额有所减少。

**二、公司最近2015年至2017年扣除非经常性损益后均分别净亏损4.45亿元、5.18亿元、3.21亿元，请对公司持续盈利能力进行分析，并结合公司业务构成和经营计划说明公司扭亏的主要措施，请充分提示业绩亏损相关风险。**

回复：

公司始终坚持围绕品牌升级做持续的投入，近年来公司财务业绩受到负面影响，扣除非经常性损益后的净利润出现亏损，随着公司转型升级效果逐步显现，公司业绩将得到改善。

Metersbonwe 品牌在国内具有较高知名度，品牌及产品深受消费者喜爱。Metersbonwe 品牌由单一休闲风格升级为五大风格后，更加贴近中国新生代的消费升级需求。同时，公司的品牌矩阵不断明晰，ME&CITY、Moomoo、ME&CITY KIDS 等自有品牌业务开始逐步发力。公司各品牌的定位更加清晰，实现了目标消费市场的有效细分，激活了品牌的长期竞争力。Metersbonwe 品牌于 2017 年秋季逐步扭转业绩下滑趋势，四季度收入同店增长近 10%，12 月份单月同店增长 25%；ME&CITY 品牌在 2015 年至 2017 年，年均收入增长保持 20% 以上；Moomoo 和 ME&CITY KIDS 在 2015 年至 2017 年，年均收入增长保持在 30% 以上。以上增长态势在 2018 年第一季度得到延续，2018 年第一季度公司实现销售收入 21.8 亿元，同比增长 30%；归属于上市公司股东的净利润为 0.5 亿元，同比增长 74%。

未来公司将继续坚定不移地围绕品牌升级、产品升级、零售升级的路径，借力社会资源，创造共赢平台，进一步加强与多元商业伙伴的合作，共同推动“百城千店”及购物中心店的发展，积极推进零售能力升级。同时，公司将加强组织建设，提升管理效率，保持经营规模和效益的同步提升。

**风险提示：**2017 年，公司实现归属于上市公司普通股股东的净利润为-3.05 亿元，根据深交所上市规则的有关规定，上市公司最近两个会计年度经审计的净利润连续为负值将被实施退市风险警示。如果公司 2018 年经审计的归属于上市公司普通股股东净利润依然为负，将存在被实施退市风险警示的风险，请广大投

投资者注意投资风险。

三、2017年经营活动产生的现金流量净额-3.19亿元，同比下降197.47%，请公司结合相关现金收支情况，说明收入同比保持稳定，而经营活动产生的现金流量净额同比大幅下降的原因。

回复：

公司2017年经营活动产生的现金流量净额相关数据列示如下：

单位：万元

项目	2017年度	2016年度	同比变动率
销售商品、提供劳务收到的现金	735,261	761,891	-3.50%
收到的税费返还	310	2,208	-85.96%
收到其他与经营活动有关的现金	8,349	6,828	22.27%
经营活动现金流入小计	743,920	770,927	-3.50%
购买商品、接受劳务支付的现金	464,534	437,097	6.28%
支付给职工以及为职工支付的现金	108,622	108,019	0.56%
支付的各项税费	41,918	36,769	14.00%
支付其他与经营活动有关的现金	160,783	156,276	2.88%
经营活动现金流出小计	775,857	738,161	5.11%
经营活动产生的现金流量净额	-31,938	32,766	-197.47%

2017年度经营活动产生的现金流量净额为-31,938万元，较去年同期减少64,704万元，同比下降197.47%，主要是由于：

- (1) 销售商品收到的现金减少26,630万元，主要系应收账款增加所致；
- (2) 购买商品支付的现金增加27,437万元，主要系2017年为新开店铺准备的产品采购增加所致；
- (3) 支付的各项税费增加5,149万元，主要系2017年度支付的增值税增加所致。
- (4) 支付其他与经营活动有关的现金增加4,507万元，主要系2017年度支付租金增加所致。

综上所述，2017年经营活动产生的现金流净额下降的主要原因为店铺拓展

速度加快，相应的货品采购及租金支出金额增加所致。

四、2017年年末，公司存货账面余额 31.41 亿元，相应存货跌价准备 5.76 亿元，存货账面价值占总资产比例为 38.77%，存货跌价准备计提比例为 18.34%，请说明：

(1) 结合公司业务开展情况说明公司存货占总资产比例较高的原因，对比可比公司数据，说明前述比例是否处于行业较高水平；说明公司存货的主要类别以及库存期限情况，分析公司存货周转情况，并说明公司是否存在较大金额长期呆滞的存货。

回复：

2017 年末公司存货占总资产比例为 38.77%，与同行业公司对比数据如下：

单位：亿元

股票代码	名称	2016 年 末 存 货 规模	2016 存 货 占 总 资 产 比例	2017 年 末 存 货 规 模	2017 存 货 占 总 资 产 比 例
600398.SH	海澜之家	86.32	35.41%	84.93	33.84%
002563.SZ	森马服饰	22.03	17.01%	23.84	17.47%
603157.SH	拉夏贝尔	17.14	27.19%	23.45	29.79%
603877.SH	太平鸟	16.21	34.31%	18.28	29.61%
002269.SZ	美邦服饰	18.37	29.69%	25.65	38.77%
603555.SH	贵人鸟	4.75	6.01%	4.92	6.49%
002029.SZ	七匹狼	8.99	11.35%	8.62	10.04%
300005.SZ	探路者	2.93	8.07%	3.42	10.41%
002154.SZ	报喜鸟	8.42	20.23%	7.69	18.07%

数据来源：各公司披露的 2017 年年报，具体数据以各公司年报披露为准。

公司为新拓店铺而适当增加了本年度的货品采购规模。与同行业公司对比来看，公司在 2017 年末存货占总资产比例处于较高的水平。

公司 2017 年末存货以服饰产成品为主，占比 99.45%，具体类别及库龄结构情况如下：

单位：亿元

存货类别	存货原值	存货跌价	存货价值	存货占比
服饰产成品	31.20	5.69	25.51	99.45%
原材料	0.19	0.07	0.12	0.47%

低值易耗品	0.02	0.00	0.02	0.08%
存货金额总计	31.41	5.76	25.65	100.00%

公司 2017 年末服饰产成品库龄结构如下：

单位：亿元

库龄	存货原值	存货跌价	存货价值	存货占比	跌价计提比例
小于 1 年	23.12	1.56	21.56	85%	7%
1 年~2 年	5.25	2.05	3.20	13%	39%
2 年~3 年	1.77	1.16	0.61	2%	66%
大于 3 年	1.06	0.92	0.14	1%	87%
总计	31.20	5.69	25.51	100%	18%

公司 2016 年末服饰产成品库龄结构如下：

单位：亿元

库龄	存货原值	存货跌价	存货价值	存货占比	跌价计提比例
小于 1 年	14.45	0.76	13.69	75%	5%
1 年~2 年	5.66	2.03	3.63	20%	36%
2 年~3 年	1.25	0.63	0.62	3%	50%
大于 3 年	1.52	1.20	0.32	2%	79%
总计	22.88	4.62	18.26	100%	20%

2017 年公司存货周转天数为 233 天，2017 年末公司 3 年以上存货 1.06 亿，占比 1%，较 2016 年末减少 0.46 亿，占比减少 1 个百分点，公司的存货结构有所优化。公司不存在较大金额长期滞销货品，3 年以上长库龄货品在公司存货中占比仅为 1%。

**(2) 对比可比公司数据，说明公司整体存货跌价准备比例所处行业水平；结合服装行业现状、公司经营环境、产品消费特征等因素，说明存货跌价准备计提是否充分、谨慎，请年审会计师发表意见。**

回复：

同行业公司 2017 年末存货跌价准备计提情况：

单位：亿元

股票代码	公司名称	存货原值	存货跌价准备	存货价值	存货跌价计提比例
600398.SH	海澜之家	86.88	1.95	84.93	2.24%
002563.SZ	森马服饰	28.63	4.79	23.84	16.73%

603157.SH	拉夏贝尔	25.81	2.36	23.45	9.14%
603877.SH	太平鸟	23.52	5.24	18.28	22.28%
002269.SZ	美邦服饰	31.41	5.76	25.65	18.34%
603555.SH	贵人鸟	5.04	0.12	4.92	2.38%
002029.SZ	七匹狼	13.63	5.01	8.62	36.76%
300005.SZ	探路者	4.79	1.37	3.42	28.60%
002154.SZ	报喜鸟	9.24	1.55	7.69	16.77%

数据来源：各公司披露的 2017 年年报，具体数据以各公司年报披露为准。

以上同行业公司 2017 年末平均存货跌价计提比例为 17.03%，美邦服饰存货跌价计提比例为 18.34%，高于行业平均水平。由于公司主营业务为服装零售行业，产品的可销售性受服装的季节性和时尚性影响较大，公司对于长库龄的存货更加谨慎考虑存货跌价的风险。

公司的存货跌价准备政策如下：

于资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。可变现净值，是指在日常经营活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。库龄在 3 个月以内的当季服装，在其适销周期内，不存在负毛利的情况，故我们不考虑 1-3 月库龄的存货减值。对于库龄大于 3 个月的存货，我们进行减值测试。计提存货跌价准备时按单个存货项目计提。

公司减值测算方式主要原则如下：

1) 获取各子公司、各款式在当年末之前最近一次的销售平均价格及特卖价格(包括配发/零售)、期后销售平均价格及特卖价格(包括配发/零售)；

2) 从以上四类价格中选取金额最低者的作为其预期可变现净值；考虑存货的动销水平同时参照合并报表层面的直接销售费用与直营渠道主营业务收入的占比，在可变现净值中扣除直接销售费用所占的影响；

3) 对于账面成本与扣除直接销售费用影响的预期可变现净值的差额我们计提相应的存货减值准备。

截至报告期末，公司已经充分考虑存货跌价风险，能够真实、准确地反映公司当时的存货价值，体现了谨慎性的原则。

**(3) 请公司执行存货计提跌价准备对利润的敏感性分析，并说明公司加强**

## 存货管理的主要措施。

回复：

存货计提跌价准备的敏感性分析如下：

项目	2017年合并报表金额(亿元)	存货跌价准备计提金额变动	
		-1%	+1%
存货跌价准备计提金额变动	5.76	-0.06	+0.06
对净利润的影响	-3.05	+2%	-2%

按 2017 年末计提的存货跌价准备金额进行计算，存货跌价准备计提金额每变动一个百分点，影响净利润 $\pm 0.06$  亿元，净利润变动 $\pm 2\%$ 。公司制定以下措施对存货实施有效管理：

1) 从企划源头对产品设计、供应链支持、终端营销进行统筹整合，确保产品供应量及周期更适合市场需求；

2) 根据店铺面积、商圈、客群、气候情况等精准匹配货品、上市规划及制定相应的营销方案，将线上线下货品打通，做好货品配补高效流通；

3) 根据存货的产品情况和市场需求，实时调整产品销售策略，充分利用各类销售渠道消化存货。

**五、2017 年，公司资产减值损失中“其他”项目 7,005.69 万元，请说明计提前述资产减值损失的具体事项，计提减值损失的依据，并说明计提前述资产减值损失是否充分、谨慎，请年审会计师发表意见。**

回复：

2017 年，公司资产减值损失中“其他”项目 7,005.69 万元，主要为公司对经营性租入资产进行改良装修而产生的长期待摊费用减值准备。

公司对长期待摊费用的资产减值，按以下方法确定：

1) 于资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，公司将估计其可收回金额，进行减值测试；

2) 可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定；

3) 当资产或者资产组的可收回金额低于其账面价值时，公司将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

公司直营店铺在开店初期及重新装修时会发生装修费用，计入长期待摊费用，按租赁期和预计受益期孰短采用直线法摊销。

直营店如果提前关闭或者经营过程中改变店铺风格，则以前的装修可继续利用或变现可能性较小，尚未摊销部分的公允价值减去处置费用后的净额接近于零。公司于报告期末依据收入和费用的历史变动率和折现率，结合未来发展规划预计未来现金流量的现值，判断可能存在的减值风险。

截止 2017 年 12 月 31 日，公司长期待摊费用余额为人民币 24,801.28 万元，占总资产比重为 3.75%。长期待摊费用年初减值准备余额 5,971.21 万元，本年度计提 7,005.69 万元，核销 191.05 万元，年末余额 12,785.85 万元。截至报告期末，公司已经充分考虑该资产减值风险，能够真实、准确地反映公司当时的资产价值，体现了谨慎性的原则。

**六、2017 年末，公司应收账款账面余额 4.76 亿元，整体坏账计提比例为 8%，请公司对比分析同行业公司的坏账计提比例，说明相应坏账计提是否存在明显差异、是否足够谨慎，是否与公司历史回款情况相匹配，请年审会计师发表意见。**

回复：

同行业公司 2017 年末应收账款坏账计提情况：

单位：亿元

股票代码	公司名称	应收账款原值	坏账计提金额	应收账款净值	坏账计提比例
600398.SH	海澜之家	6.32	0.37	5.95	5.85%
002563.SZ	森马服饰	14.84	0.62	14.22	4.18%
603157.SH	拉夏贝尔	10.80	0.27	10.53	2.50%
603877.SH	太平鸟	5.14	0.27	4.87	5.25%
002269.SZ	美邦服饰	4.76	0.37	4.39	7.77%
603555.SH	贵人鸟	17.36	0.51	16.85	2.94%
002029.SZ	七匹狼	3.16	0.27	2.89	8.54%
300005.SZ	探路者	4.22	0.35	3.87	8.29%
002154.SZ	报喜鸟	4.88	1.05	3.83	21.52%

数据来源：各公司披露的 2017 年年报，具体数据以各公司年报披露为准。

公司对应收账款实行责任明确的管控措施，由业务人员定期了解应收账款收回情况。当客户逾期未履行偿债义务，并且具有明显特征出现回收风险时，公司即确认坏账准备。以上同行业公司平均应收账款坏账准备计提比例约为 6%，美邦服饰应收账款坏账准备计提比例约为 8%，高于行业平均水平。公司认为 2017 年坏账准备已充分计提，合理反映了公司应收账款的风险状况。

从 2017 年末应收账款账龄分析来看：

单位：万元

账龄	金额	占比
1 年以内	44,822.20	94.10%
1 年至 2 年	1,816.06	3.81%
2 年至 3 年	513.74	1.08%
3 年以上	478.90	1.01%
合计	47,630.90	100.00%
坏账准备	3,739.61	7.85%

2017 年末公司 1 年以内的应收账款占比 94%，1 年以上应收账款占比 6%，坏账准备计提比例为 8%，能够较好地覆盖应收账款坏账风险。

公司在 2015 至 2017 年当年度收回上一年度末应收账款余额的回款率分别为 95%、93%、92%，公司判断认为公司资金回笼风险在可控范围内，已计提的坏账准备已经充分、谨慎的估计了公司应收账款坏账风险，符合本公司经营管理和业务运作的实际情况。

**七、根据年报，报告期内，Metersbonwe 品牌在由单一休闲风格升级锐变为五大多元风格后业绩有所改善，于 2017 年秋季开始逐步扭转业绩下滑趋势，进入四季度以来公司业绩扭转近年来负增长的局面。请说明品牌创新升级的主要措施和相应业绩情况，说明实施品牌升级的门店数量情况以及门店业绩情况；说明公司与知名购物中心战略合作的具体情况，并分析其对公司经营发展的影响。**  
回复：

Metersbonwe 品牌原有产品主要为休闲风格产品，升级后，包括以下五大风格：ASELF（森系-简约森活）、HYSTYL（潮流范-弄潮为乐）、MTEE（街头潮趣-不趣不型）、NEWear（休闲风-青春不凡）、Nōvachic（都市轻商务-新鲜都市），实现了围绕五大独特生活方式的产品定位，在风格态度方面形成了自己的竞争优

势。同时，在店铺场景设置中，以上五大风格多元融合，给消费者带来一站式时尚购物体验。

2017年率先实施Metersbonwe品牌升级策略的约百家店铺，升级前以上店铺在2017年前三季度零售收入较上年度同期下降7%，升级后2017年第四季度零售收入较上年度同期增长21%，2018年第一季度零售收入较上年度同期增长28%。

公司于2017年7月18日向全社会发布品牌升级介绍会，获得广大购物中心的认可和支持，分别与万达商业管理集团有限公司、新城商业管理集团有限公司、印力商用置业有限公司、上海爱琴海商业集团股份有限公司、光控安石（上海）商业管理有限公司、鲁能集团有限公司等知名商业连锁体系达成框架协议或战略合作，在优先落位、品牌联合营销等方面达成共识。截止当前，新开店铺已进驻了诸如上海五角场万达、武汉汉街万达、北京蓝色港湾、成都龙湖金楠天街、上海月星环球港、上海龙湖宝山天街、济南世茂国际广场、青岛新城吾悦广场、上海颛桥万达广场等大型购物中心，为公司以后在购物中心体系的发展奠定了良好的基础。

**八、公司线下的门店类型包括直营店和加盟店，请补充披露2017年你公司直营店和加盟店的数量和占比，营业收入、营业成本、毛利率及同比增减情况，若同比变动30%以上的，请详细说明变动原因。**

回复：

本公司营销网络主要采用直营销售与特许加盟相结合的经营模式，截至报告期末，本公司在全国拥有线下直营店和加盟店共计3,791家。

截至2017年末，公司店铺情况如下列示：

类别	数量（家）	数量占比
线下直营	1,022	27%
线下加盟	2,769	73%
线下店铺合计	3,791	100%

2017年度公司营业收入、营业成本、毛利率及同比增减情况详见下表：

单位：亿元

项目	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

线下直营	29.69	11.28	61.99%	0.55%	-11.67%	上升 5.26 个百分点
线下加盟	22.64	13.57	40.07%	-11.85%	-15.85%	上升 2.85 个百分点
线下业务 销售合计	52.33	24.85	52.51%	-5.22%	-14.00%	上升 4.85 个百分点

2017 年度，公司线下直营店和加盟店的营业收入、营业成本、毛利率不存在同比变动 30% 以上的情况，经营平稳。

**九、补充说明公司线上销售的主要渠道和业务模式，2017 年线上销售的营业收入、营业成本、毛利率及同比增减变化情况和原因，并披露公司未来线上经营战略和对公司经营业绩的影响。**

回复：

2017 年度，公司线上销售的主要渠道分为自营电商平台与第三方线上平台两大类，主要销售公司自有品牌产品（Metersbonwe、ME&CITY、Moomoo 及 ME&CITY KIDS 等），销售的商品种类主要包括男装、女装、童装、鞋履、箱包、配饰等。

1、自营电商销售平台：主要为邦购网（www.banggo.com）。公司自营电商平台同时拥有 PC 端和移动客户端，公司通过自营电商平台接到顾客订单后，根据订单进行拣选并快递给顾客。

2、第三方线上销售平台：主要包括淘宝、天猫、唯品会及其他第三方线上销售平台。公司在第三方线上销售平台开设专卖渠道，通过第三方线上销售平台获取订单，根据订单发货并定期结算。

2017 年度公司线上销售数据如下表：

单位：亿元

销售收入及成本	2017 年度	2016 年度	2017 年度较上年变动
收入	11.75	9.29	26.49%
成本	8.71	7.31	19.16%
毛利率	25.87%	21.31%	上升 4.56 个百分点

2017 年度所有线上销售合计 11.75 亿元，较上一年度增长 26.49%，主要得益于淘宝天猫和唯品会平台营运水平提升，以及公司积极通过线上平台以最优价

格向消费者提供高性价比产品；整体线上毛利率 25.87%，较上一年度上升 4.56 个百分点。

公司未来线上业务策略：

1) 第三方线上销售平台淘宝、天猫、唯品会等渠道，持续优化商品结构，根据 Metersbonwe 品牌多元化生活方式发展策略，突出风格化与场景化，推动线上业务消费升级。同时，不断加大 ME&CITY 品牌、Moomoo 等品牌线上推广力度，抓住新的消费机会。

2) 自营平台将定位于提供时尚、高性价比的产品，扩大用户的选择面，不断提升用户体验。同时自营平台也将作为公司数字化零售能力的购物体验渠道，更好的满足消费者线上线下互动购物体验的需求。

**十、2017 年，公司研发人员数量 489 人，较上年 754 人明显较少，研发投入金额 1.61 亿元，同比下降 31.65%，请公司结合相关经营管理情况，说明前述研发投入指标较明显变动的原因及合理性。**

回复：

研发投入金额下降主要是由于公司调整研发策略，更加专注于服饰产品创新，适度精简 IT 领域研发人员，相应 IT 研发费用有所减少。公司 2017 年度对线上业务及 IT 技术部门进行业务策略及组织优化，未来公司将充分利用第三方 IT 技术平台拓展业务，提升投入产出效率。

品牌升级及产品创新是公司未来发展的核心策略，公司将持续投入资源继续提升产品及消费者体验，立足于工匠精神，聚焦主业，加大产品设计与开发投入，打造公司持续长期的核心竞争能力。

**十一、公司连续 3 年未进行现金分红，请公司说明原因，并自查是否符合《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》和公司章程的要求，请公司说明加强投资者回报的主要工作思路。**

回复：

公司自上市以来，严格按照证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》等相关文件的

规定，一直实施较为稳定的股利支付政策，回报广大投资者。根据相关法律法规的具体要求，公司董事会对《公司章程》中有关利润分配政策的相关条款进行修改，包括利润分配形式、现金分红的具体条件和比例、未分配利润的使用原则等具体政策。明确提出在公司盈利且现金能满足持续经营和长期发展的情况下，公司应保持权益分派政策的连续性与稳定性，原则上每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的 20%，近三年公司以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配的利润的 30%。

公司 2015 至 2017 年连续 3 年未实施现金分红，主要是由于公司在相关年度的经营业绩表现未达到相关法律、法规及《公司章程》中所规定的现金分红条件，公司基于业务长远发展及股东长期利益考虑所作出的审慎决定，相关年度的利润分配方案和决策程序均符合《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》和《公司章程》的相关要求。

公司将坚定不移地围绕品牌升级、产品升级、零售升级的路径，进一步强化组织效率能力，深入挖掘市场空间机会，努力实现经营效益及规模的同步提升。力争在公司经营业绩得到实质性好转后，以包括现金分红在内的多种股利分配方式来持续回报广大投资者。

特此公告。

上海美特斯邦威服饰股份有限公司董事会

2018 年 5 月 21 日