公司代码:600107　　公司简称:美尔雅

湖北美尔雅股份有限公司

[2018] 年度报告摘要

一 重要提示

1 本年度报告摘要来自年度报告全文,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媒体上仔细阅读年度报告全文。

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。

3 未出席董事情况

未出席董事职务	未出席董事姓名	未出席董事的原因说明	被委托人姓名
董事	邢艳暇	因公出差	张龙

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。

5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

经中审众环会计师事务所(特殊普通合伙)审计,本公司2018年度实现净利润5,458,306.47元,归属于母公司所有者的净利润8,604,934.17元,加上年初未分配利润-6,981,328.54元,截止2018年12月31日,本公司实际可供股东分配利润为1,623,605.63元。

由于2018年度本公司母公司实际可供股东分配利润为-3,887,266.05元,尚未转正数,且实际可供股东分配利润转小,同时为补充发展所需流动资金,本公司拟定2018年度不进行利润分配,也不进行资本公积金转赠股本。

二 公司基本情况

1 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
办公地址	湖北省黄石市团城山开发区美尔雅工业园	湖北省黄石市团城山开发区美尔雅工业园
电话	07146360298	07146360293
电子信箱	guten@mailyard.com.cn	guten@mailyard.com.cn

2 报告期公司主要业务简介

(一)报告期内,公司主要业务。

报告期内,公司主要业务未发生重大变化。

美尔雅股份公司成立于1993年3月,公司的主营业务为服装、服饰和纺织品研发、设计、制造和销售;特种劳动防护用品的设计开发、生产和销售。目营和代理各类商品和技术的进出口。

公司生产的“美尔雅”牌男装、女装及配套服饰产品一直以其精湛的做工、高端的品质、时尚的版型以及完善的售后服务深受广大消费者青睐。

(二)报告期内,公司主要经营模式

报告期内,公司主要经营模式未发生重大变化。公司通过优化产品结构和市场结构,形成了加工贸易(含来料加工和进料加工)、一般贸易和自主品牌运营并重的格局,按面对市场和经营模式的不同,可分为国外市场的外贸生产加工业务、国内市场“美尔雅”品牌生产加工和销售业务、公司传统国外市场的外贸加工业务,主要包括来料加工、进料加工和一般贸易三种经营模式。

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。与此同时,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,以调整和丰富公司的产品结构和市场结构。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“美尔雅”品牌男装、女装及配套服饰产品。“美尔雅”男装主要包括西服、衬衣、毛衫、T恤、大衣、休闲服及裤子等,产品定位为中高档商政男装,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,主要包括职业装、礼服、时装、休闲装四大系列,产品定位为服务职业女性,主打商务时尚女装的风格,随着公司逐步加大了女装设计、研发及营销的投入,销售增长态势明显。公司国内营销渠道主要包括零售、团购订制和网购等,零售以直营店、商场专柜为主,团购主要包括对外承接男、女各式品牌服装的团体加工、订制业务,公司专门开发了网购产品,与实体店经营不同品类产品,以保证网购和线下实体店渠道销售的正常进行。公司模拟控股子公司——湖北美尔雅销售有限公司为“美尔雅”品牌国内市场经营、运作、管理的主体。

(三)2018年行业发展情况

2018年,中国服装行业紧紧抓住新技术、新模式、新业态的变革机遇,加快转型升级步伐,加快新旧动能转换,服装产业正在由规模发展向质量发展跃变。呈现出以下特征:

1.生产基本稳定,产量小幅下降

根据国家统计局数据,2018年服装行业规模以上企业累计完成服装产量222.74亿件,同比下降3.37%,比上年同期回落0.75个百分点,降幅比1-7月收窄4.13个百分点,其中梭织服装111.57亿件,同比下降3.10%;针织服装111.17亿件,同比下降3.62%。从梭织服装各品类产量来看,羽绒服装、西服套装和衬衫产量呈不同幅度的下降,分别比上年同期下降5.40%、2.39%和3.20%。

2.出口止跌回升

根据中国海关数据,2018年我国累计完成服装及衣着附件出口1576.33亿美元,同比增长0.3%,比上年同期提升0.7个百分点。其中,针织服装出口表现优于梭织服装,我国针织服装及衣着附件出口733.35亿美元,同比增长2.1%,梭织服装及衣着附件出口713.02亿美元,同比下降2.9%。

3.内销保持较快增长

2018年以来,我国服装内需市场保持平稳较快增长,根据中国服装协会测算,预计2018年全国服装销售总额将达308万亿元,同比增长7.32%。

4.行业投资降幅收窄

一方面是国内受成本上涨、盈利压力加大等因素影响,企业对上产能、补库存等项目保持谨慎态度,越来越多的优秀企业加大了海外产业投资力度;另一方面是在行业发展的新阶段,企业投资方向发生变化,更加注重供应链优化、品牌文化创意、科技创新等软实力的提升。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近3年的主要会计数据和财务指标

单位:元 币种:人民币

	2018年	2017年	本年比上年增减(%)	2016年
总资产	1,332,564,116.59	1,192,566,145.74	11.74	1,185,913,338.12
营业收入	418,458,684.52	443,660,878.19	-5.68	434,337,009.00
归属于上市公司股东的净利润	8,604,934.17	4,616,243.69	86.41	4,743,052.18
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-6,149,386.08	-418,541.08	不适用	-1,440,934.91
归属于上市公司股东的净资产	564,751,461.90	555,909,476.16	1.59	532,237,605.70
经营活动产生的现金流量净额	47,063,623.18	-87,545,002.14	不适用	115,103,805.78
基本每股收益(元/股)	0.0239	0.0128	86.72	0.0132
稀释每股收益(元/股)	0.0239	0.0128	86.72	0.0132
加权平均净资产收益率(%)	1.54	0.85	增加0.69个百分点	0.9

3.2 报告期分季度的主要会计数据

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	132,672,639.75	92,707,003.99	84,241,220.38	108,837,820.40
归属于上市公司股东的净利润	-5,679,833.17	5,124,871.36	-3,303,715.18	12,463,611.16
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-6,053,658.46	4,489,523.95	-4,552,434.78	-32,816.79
经营活动产生的现金流量净额	2,144,180.49	3,149,083.76	21,390,358.66	20,380,000.27

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用 √不适用

4 股本及股东情况

4.1 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)	29,849
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	29,798

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	无	0	境内非国有法人
太平洋证券股份有限公司	-2,417,695	9,085,005	2.52	0	未知	0	未知
林启锋	0	7,897,853	2.19	0	未知	0	境内自然人
武汉未来生物工程有限公司	6,066,000	6,066,000	1.69	0	未知	0	未知
刘常灯	0	4,223,164	1.17	0	未知	0	境内自然人
柯佳昕	-1,309,100	3,585,544	1.00	0	未知	0	境内自然人
张庆林	3,080,300	3,080,300	0.86	0	未知	0	境内自然人
王柯军	118,400	2,236,854	0.62	0	未知	0	境内自然人
柯希平	-1,065,950	1,936,100	0.54	0	未知	0	境内自然人
华烁	1,580,000	1,580,000	0.44	0	未知	0	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						

4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用

4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用

4.4 报告期末公司优先股股东总数及前10 名股东情况

□适用 √不适用

5 公司债券情况

□适用 √不适用

三 经营情况讨论与分析

1 报告期内主要经营情况

报告期,公司实现营业收入41,845.87万元,较上年度44,366.09万元下降5.68%,实现归属母公司股东净利润860.49万元,较上年度461.62万元,提高86.41%。扣除非经常性损益归属母公司股东净利润-614.94万元,较去年同期-41.85万元,出现下滑,经营活动产生的现金流量净额4,706.36 万元,上年度为-8,754.50万元。

2018年,面对国内外经济环境不确定性增强,公司经营情况保持稳定,紧抓市场开拓、产品开发、生产管理等主要工作,经营状态不断完善,管理效能有所提升,但经营效益有待进一步提升。

(1)加强品质管理,产品提质增效,推进供给结构创新

报告期内,为了适应新形势的产品加工需求,公司以增品种、提品质、创品牌为主要内容,采取优化产品工艺结构等有效举措,推动公司供给结构升级,公司一直本着质量立命的观念,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、严格的生产流程掌控,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。

(2)坚持精细化营销,调整产品结构,高效对接产销体系

报告期内,公司主动适应市场需求,调整产品结构,积极高效的对接产销体系,不断增加优质产品供给,公司积极把握时尚潮流和消费者需求,深化产品开发投入,丰富产品款式,强化主打产品的系列化,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,通过部分市场,把握目标客户群需求,迅速反馈到产品开发中心。在产品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。在男装注装西服产品上,更加注重用户体验的实用性,基于地域气候需求差异,分别开发适应不同市场需求的面料和产品。

服装行业品牌间产品同质化竞争日趋激烈,在消费者需求日益细分,消费者品位多元化和偏好切换的不断变化,销售渠道日益多样化,服装企业必须加强对目身的创新变革。

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。

(3)以效益为目标,优化管销网点,提高店铺运营水平

报告期内,公司直营店铺数量基本保持稳定,公司对现有营销网点进行优化管理,提升店铺形象,对店铺运营进行严格管理,提高运营水平。一方面调整营销网点设置,保持发展现有本土区域优势市场的同时,巩固原有市场占有率较高的重点区域市场,推进优质盈利网点建设,调整或关闭业绩不佳、亏损网点,稳步开展业务。另一方面加强网络营销,以多元化业态和营销为主,重点加大对女装设计、研发及营销的投入,销售增长态势明显。公司国内营销渠道主要包括零售、团购订制和网购等,零售以直营店、商场专柜为主,团购主要包括对外承接男、女各式品牌服装的团体加工、订制业务,公司专门开发了网购产品,与实体店经营不同品类产品,以保证网购和线下实体店渠道销售的正常进行。公司模拟控股子公司——湖北美尔雅销售有限公司为“美尔雅”品牌国内市场经营、运作、管理的主体。

(三)2018年行业发展情况

2018年,中国服装行业紧紧抓住新技术、新模式、新业态的变革机遇,加快转型升级步伐,加快新旧动能转换,服装产业正在由规模发展向质量发展跃变。呈现出以下特征:

1.生产基本稳定,产量小幅下降

根据国家统计局数据,2018年服装行业规模以上企业累计完成服装产量222.74亿件,同比下降3.37%,比上年同期回落0.75个百分点,降幅比1-7月收窄4.13个百分点,其中梭织服装111.57亿件,同比下降3.10%;针织服装111.17亿件,同比下降3.62%。从梭织服装各品类产量来看,羽绒服装、西服套装和衬衫产量呈不同幅度的下降,分别比上年同期下降5.40%、2.39%和3.20%。

2.出口止跌回升

根据中国海关数据,2018年我国累计完成服装及衣着附件出口1576.33亿美元,同比增长0.3%,比上年同期提升0.7个百分点。其中,针织服装出口表现优于梭织服装,我国针织服装及衣着附件出口733.35亿美元,同比增长2.1%,梭织服装及衣着附件出口713.02亿美元,同比下降2.9%。

3.内销保持较快增长

2018年以来,我国服装内需市场保持平稳较快增长,根据中国服装协会测算,预计2018年全国服装销售总额将达308万亿元,同比增长7.32%。

4.行业投资降幅收窄

一方面是国内受成本上涨、盈利压力加大等因素影响,企业对上产能、补库存等项目保持谨慎态度,越来越多的优秀企业加大了海外产业投资力度;另一方面是在行业发展的新阶段,企业投资方向发生变化,更加注重供应链优化、品牌文化创意、科技创新等软实力的提升。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近3年的主要会计数据和财务指标

单位:元 币种:人民币

	2018年	2017年	本年比上年增减(%)	2016年
总资产	1,332,564,116.59	1,192,566,145.74	11.74	1,185,913,338.12
营业收入	418,458,684.52	443,660,878.19	-5.68	434,337,009.00
归属于上市公司股东的净利润	8,604,934.17	4,616,243.69	86.41	4,743,052.18
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-6,149,386.08	-418,541.08	不适用	-1,440,934.91
归属于上市公司股东的净资产	564,751,461.90	555,909,476.16	1.59	532,237,605.70
经营活动产生的现金流量净额	47,063,623.18	-87,545,002.14	不适用	115,103,805.78
基本每股收益(元/股)	0.0239	0.0128	86.72	0.0132
稀释每股收益(元/股)	0.0239	0.0128	86.72	0.0132
加权平均净资产收益率(%)	1.54	0.85	增加0.69个百分点	0.9

3.2 报告期分季度的主要会计数据

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	132,672,639.75	92,707,003.99	84,241,220.38	108,837,820.40
归属于上市公司股东的净利润	-5,679,833.17	5,124,871.36	-3,303,715.18	12,463,611.16
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-6,053,658.46	4,489,523.95	-4,552,434.78	-32,816.79
经营活动产生的现金流量净额	2,144,180.49	3,149,083.76	21,390,358.66	20,380,000.27

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用 √不适用

4 股本及股东情况

4.1 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)	29,849
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	29,798

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	无	0	境内非国有法人
太平洋证券股份有限公司	-2,417,695	9,085,005	2.52	0	未知	0	未知
林启锋	0	7,897,853	2.19	0	未知	0	境内自然人
武汉未来生物工程有限公司	6,066,000	6,066,000	1.69	0	未知	0	未知
刘常灯	0	4,223,164	1.17	0	未知	0	境内自然人
柯佳昕	-1,309,100	3,585,544	1.00	0	未知	0	境内自然人
张庆林	3,080,300	3,080,300	0.86	0	未知	0	境内自然人
王柯军	118,400	2,236,854	0.62	0	未知	0	境内自然人
柯希平	-1,065,950	1,936,100	0.54	0	未知	0	境内自然人
华烁	1,580,000	1,580,000	0.44	0	未知	0	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						

4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用

4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用

4.4 报告期末公司优先股股东总数及前10 名股东情况

□适用 √不适用

5 公司债券情况

□适用 √不适用

三 经营情况讨论与分析

1 报告期内主要经营情况

报告期,公司实现营业收入41,845.87万元,较上年度44,366.09万元下降5.68%,实现归属母公司股东净利润860.49万元,较上年度461.62万元,提高86.41%。扣除非经常性损益归属母公司股东净利润-614.94万元,较去年同期-41.85万元,出现下滑,经营活动产生的现金流量净额4,706.36 万元,上年度为-8,754.50万元。

2018年,面对国内外经济环境不确定性增强,公司经营情况保持稳定,紧抓市场开拓、产品开发、生产管理等主要工作,经营状态不断完善,管理效能有所提升,但经营效益有待进一步提升。

(1)加强品质管理,产品提质增效,推进供给结构创新

报告期内,为了适应新形势的产品加工需求,公司以增品种、提品质、创品牌为主要内容,采取优化产品工艺结构等有效举措,推动公司供给结构升级,公司一直本着质量立命的观念,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、严格的生产流程掌控,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。

(2)坚持精细化营销,调整产品结构,高效对接产销体系

报告期内,公司主动适应市场需求,调整产品结构,积极高效的对接产销体系,不断增加优质产品供给,公司积极把握时尚潮流和消费者需求,深化产品开发投入,丰富产品款式,强化主打产品的系列化,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,通过部分市场,把握目标客户群需求,迅速反馈到产品开发中心。在产品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。在男装注装西服产品上,更加注重用户体验的实用性,基于地域气候需求差异,分别开发适应不同市场需求的面料和产品。

服装行业品牌间产品同质化竞争日趋激烈,在消费者需求日益细分,消费者品位多元化和偏好切换的不断变化,销售渠道日益多样化,服装企业必须加强对目身的创新变革。

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。

(3)以效益为目标,优化管销网点,提高店铺运营水平

报告期内,公司直营店铺数量基本保持稳定,公司对现有营销网点进行优化管理,提升店铺形象,对店铺运营进行严格管理,提高运营水平。一方面调整营销网点设置,保持发展现有本土区域优势市场的同时,巩固原有市场占有率较高的重点区域市场,推进优质盈利网点建设,调整或关闭业绩不佳、亏损网点,稳步开展业务。另一方面加强网络营销,以多元化业态和营销为主,重点加大对女装设计、研发及营销的投入,销售增长态势明显。公司国内营销渠道主要包括零售、团购订制和网购等,零售以直营店、商场专柜为主,团购主要包括对外承接男、女各式品牌服装的团体加工、订制业务,公司专门开发了网购产品,与实体店经营不同品类产品,以保证网购和线下实体店渠道销售的正常进行。公司模拟控股子公司——湖北美尔雅销售有限公司为“美尔雅”品牌国内市场经营、运作、管理的主体。

(4)全面加强管理,重整生产资源,提升企业生产效率

近年来,公司受主要外贸市场的汇率大幅波动和各项运营成本攀升的影响,导致公司经营压力增大。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,以加强财务管理和成本核算为契机,定期全面跟踪各下属生产销售及后勤服务单位的水、电、汽、交通运输等成本要素,通过调整生产工艺和设备技术改造,公司水、电、汽节能降耗成效显著。另一方面,公司进一步优化整合生产班组,调整各部门的人员配比,及时调整生产组织管理结构,设计和细化生产管理流程,提高生产现场管理的精细化水平,力求使生产线运行更流畅,生产布局更科学,努力提升公司整体生产效率。

(5)规范公司运作,完善各项制度,完成公司内部控制工作

报告期内,公司积极配合完成湖北证监局随机抽查现场检查,对公司经营状况、三会运作、内控制度建设、信息披露、利润分配、关联方及关联自然人交易、财务核算体系等方面的情况进行检查,公司以本次现场检查为契机,进一步增强规范运作意识,完善公司治理水平,不断提高信息披露质量。

加强对公司财务管理制度和内控管理制度的建设和执行,根据湖北证监局检查过程中提出的要求,对公司长期挂账的各类债权债务进行清查,并在2018年度完成对该项目的全面清理确认和处理,对涉及预付账款、应付账款和其他应付款相关债权债务进行核销。

切实履行相关人员等的职责,加强三会管理和内幕信息管理水平,提高上市公司透明度,维护公司及全体股东利益,促进公司健康、稳定、持续发展。

(6)做强主业酒店行业,调整思路,创新经营,提升服务质量

公司控股子公司磁湖山庄酒店,是一家在本地区市场具有较强硬件优势的高级涉外旅游酒店,其得天独厚的环境优势及其独树一帜的欧式主体建筑设计,使其在本地区具有较强区域竞争优势。但是近年来受国家宏观政策调整影响,市场高端消费需求下行,同时,本地区中高端酒店的同行业竞争逐渐显现,导致磁湖山庄酒店在餐饮、客房和会议等商务、政务接待业务的业绩压力加大,面对复杂的市场环境,磁湖山庄加大营销力度,加强经营策略创新,由政务接待向商务接待、政务接待及庆典活动衍生服务并重转型,采用扎根区域市场,辐射周边市场的营销策略,对周边城市酒店产的企业单位意向消费进行调研,开发潜在的商务消费群体。同时,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,不断提升服务品质,向不同类型的商务客户提供个性化服务,报告期内,磁湖山庄主动找准市场热点,搭载各项节庆活动,利用酒店硬件和场地优势,联手大型婚庆和庆典公司,大力发展婚庆市场和特色活动组织市场,打造服务特色,提升酒店整体服务品质。

在转变经营策略的同时,完善成本控制体系,通过成本控制提高运营效率,通过加强基础管理和设备维护,减少日常运营费用和维修成本,向节约要效益。在采购环节,加强供应商管理,提升供应链效率,控制住原料成本,降低采购成本。在提升服务上,有针对性的提高了各级员工在服务细节上水平和能力。

(7)2018年公司主要经营业绩及业务、互联网金融业务和主动性资产管理业务三大板块基本稳定,但由于报告期内,期货市场竞争不断加剧,金融业整体监管越发严格,整体经济环境较为严峻,对期货公司的发展带来了较大考验,导致公司业绩出现下滑。

2018年在股东的支持下,期货公司完成了资本金的扩大,目前公司注册资本达3亿,并取得了投资咨询业务牌照。报告期内,期货公司稳步开展传统经纪业务,做深做透专业领域。组建了新研发队伍,主动推介江浙沪等地区客户,推出调研项目,推出美期大研究持续资讯类产品,为新客户开发、市场份额的拓展打下坚实基础。通过营销会议模式,大力市场推广,2018年全年合计办会52场(交易所资源42场),会议纪要也被各大媒体转发。结合品种、热点开内的各类会议,为公司储备大量客户资源。主动性资产管理业务,完善投研体系,打造自主资管的能力,在细分市场上寻求突破,紧抓规划主线,资管业务取得了阶段性进展。加强服务,开创模式,新人佳境,依托24小时群服务、小类金融APP等核心产品,线上服务、线下引流,开发散户资源,提升小类金融品牌价值;联网金融板块,提供包括交易型、工具型、基本面、策略型、直播服务等等内容形式多样化的服务产品,做到产品的有形化输出。公司互联网团队立志将小类金融APP做成一款期货人必备的APP,报告期内,成功完成小类金融APP6.0版下发布会,6.0版本的小类金融APP拥有免费课程、交易圈子、主题培训、小类电台、精彩活动等功能,能更好地服务于客户,力聚为客户打造一个专业贴心便捷的期货交易平台。同时,2018年期货公司初步搭建了公司的品牌体系,公司整体品牌类价重期货,下分大雅和小类两个子品牌。并围绕品牌推出了诸多活动,不断探索如何更好地满足客户需求。

(8)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	418,458,684.52	443,660,878.19	-5.68
营业成本	240,077,404.08	268,665,301.99	-10.64
销售费用	112,612,011.19	104,118,058.32	8.16
管理费用	48,265,279.05	54,438,627.45	-11.34
财务费用	12,100,083.33	16,824,532.65	-28.08
经营活动产生的现金流量净额	47,063,623.18	-87,545,002.14	不适用
投资活动产生的现金流量净额	22,289,276.95	105,665,443.70	-78.91
筹资活动产生的现金流量净额	-85,650,249.77	37,365,808.65	不适用

(9)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	370,106,417.08	225,254,408.94	39.14	-5.90	-11.45	增加3.82个百分点
酒店	39,573,224.56	12,525,415.38	68.35	0.77	3.45	减少0.82个百分点
职工集资房	2,508,588.14	2,139,487.65	14.71	0.35	0.92	减少0.48个百分点
小计	412,188,229.78	239,919,311.97	41.79	-5.26	-10.68	增加3.53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	201,455.371.51	99,319,038.69	50.70	-13.32	-19.35	增加3.68个百分点
品牌女装	87,610,549.55	41,635,742.33	52.48	15.45	-11.31	增加14.34个百分点
出口加工类	81,040,496.02	84,299,627.92	-4.02	-4.67	0.01	减少4.86个百分点
酒店	39,573,224.56	12,525,415.38	68.35	0.77	3.45	减少0.82个百分点
职工集资房	2,508,588.14	2,139,487.65	14.71	0.35	0.92	减少0.48个百分点
小计	412,188,229.78	239,919,311.97	41.79	-5.26	-10.68	增加3.53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	331,147,733.76	155,619,684.05	53.01	-5.41	-15.57	增加5.66个百分点
国际	81,040,496.02	84,299,627.92	-4.02	-4.67	0.01	减少4.86个百分点
小计	412,188,229.78	239,919,311.97	41.79	-5.26	-10.68	增加3.53个百分点

(10)产销量情况分析表

√适用 □不适用

主要产品	生产量	销售量	库存量	生产量比上年增减(%)	销售量比上年增减(%)	库存量比上年增减(%)
美尔雅品牌男装	1,423,103	1,420,803	1,070,784	-10.66	-9.79	0.22
美尔雅品牌女装	599,395	578,225	372,368	-1.80	-3.34	6.03
合计	2,022,498	1,999,028	1,443,152	-8.20	-8.01	0.16

产销量情况说明

上述产销量情况分析表中,主要产品的生产量、销售量、库存量数据单位为件/套。

(11)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(%)	情况说明
服装	营业成本	225,254,408.94	93.83	254,386,799.66	94.69	-11.45	
酒店	营业成本	12,525,415.38	5.22	12,107,921.49	4.51	3.45	
职工集资房	营业成本	2,139,487.65	0.89	2,120,036.13	0.87	0.92	

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(%)	情况说明
品牌男装	营业成本	99,319,038.69	41.37	123,150,351.73	45.83	-19.35	
品牌女装	营业成本	41,635,742.33	17.34	46,946,860.59	17.47	-11.31	
出口加工类	营业成本	84,299,627.92	35.11	84,289,587.34	31.37	0.01	
酒店	营业成本	12,525,415.38	5.22	12,107,921.49	4.51	3.45	
职工集资房	营业成本	2,139,487.65	0.89	2,120,036.13	0.79	0.92	

(12)主要销售客户及主要供应商情况

前五名客户销售额8,662.25万元,占年度销售总额21.02%;其中前五名客户销售额中关联方销售额0万元,占年度销售总额0 %。

前五名供应商采购额3170.17万元,占年度采购总额14.33%;其中前五名供应商采购额中关联方采购额0万元,占年度采购总额0%。

(13)费用

√适用 □不适用

单位:人民币 元

科目	本期数	上年同期数	变动比例(%)	变动原因说明
销售费用	112,612,011.19	104,118,058.32	8.16	(未发生大幅变动)主要是工资福利费用、商场费用、中介费用及咨询费用增加。
管理费用	48,265,279.05	54,438,627.45	-11.34	(未发生大幅变动)主要是工资福利费用下降及酒店房屋装修费用摊销减少。
财务费用	12,100,083.33	16,824,532.65	-28.08	主要是本期银行贷款规模减少相应利息支出较上年同期减少。

(14)现金流

单位:人民币 元

科目	本期数	上年同期数	变动比例(%)	变动原因说明
经营活动产生的现金流量净额	47,063,623.18	-87,545,002.14	不适用	主要是上年归还湖往来款8195万元;本期购买商品支付现金较上年同期减少3621万元。
经营活动产生的现金流量净额	22,289,276.95	105,665,443.70	-79.81	主要是上年同期收回金融债权资产包置比款10,324万元及本期投资增时到期收回净额较上年同期增加1,986万元。
筹资活动产生的现金流量净额	-85,650,249.77	37,365,808.65	不适用	主要是本期银行贷款到期归还。

2 导致暂停上市的原因

□适用 √不适用

3 面临终止上市的情况和原因

□适用 √不适用

4 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

√适用□不适用

报告期内,2018年6月15日,财政部发布了财会15号文件,要求执行企业会计准则的非金融企业应当按照企业会计准则和通知要求编制财务报表,公司将按照财会15号文件的要求编制2018年三季度及以后期间的财务报表。本次政策变更目公司第十届董事会第十九次会议审议通过之日起执行。

本项议案需提交公司2018年年度股东大会审议。

五、审议通过了关于续聘公司2019年度审计机构的议案;

议