美克国际家居用品股份有限公司

公司代码:600337　公司简称:美克家居

2019 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 公司全体董事出席董事会会议。

4 中审华会计师事务所(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

根据中审华会计师事务所(特殊普通合伙)年度审计,2019 年度公司实现归属于母公司股东的净利润 463,644,648.05 元,上年度结转未分配利润 1,743,732,641.15 元,可供股东分配利润共计 1,832,435,980.51 元,其中:母公司可供股东分配利润 1,279,761,351.92 元。

根据《上海证券交易所上市公司回购股份实施细则》第八条的规定:“上市公司以现金为对价,采用集中竞价方式、要约方式回购股份的,当年已实施的股份回购金额视同现金分红,纳入该年度现金分红的相关比例计算。”2019 年 1 月 1 日到 2019 年 12 月 31 日,公司通过集中竞价交易方式累计回购股份数量 74,055,671 股,占公司总股本的 4.18%,成交金额为 328,695,236.81 元(不含交易费用),占公司合并报表中归属于母公司股东的净利润 70.89%。

《公司章程》第一百七十三条(四)利润分配的条件和比例规定:“公司该年度实现盈利,且该年度实现的可分配利润(即公司弥补亏损、提取公积金后的税后利润)为正值;审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告;在上述条件同时满足时,公司应采取现金方式进行利润分配,公司单一年度以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 10%,且公司最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%”。

公司 2017 年至 2019 年以现金方式(包括以现金方式回购股份)累计分红金额占最近三年实现的年均可分配利润的比例为 291.85%,超过 30%。满足《上海证券交易所上市公司现金分红指引》及《公司章程》的相关要求。

故 2019 年度利润分配预案建议如下:公司 2019 年度不派发现金红利,不送红股,剩余利润结转下一年度。公司 2019 年度不进行资本公积转增股本。

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	美克家居	600337	美克股份

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	黄新	冯蜀军
办公地址	新疆乌鲁木齐市北京南路 506 号	新疆乌鲁木齐市北京南路 506 号
电话	0991-3836028	0991-3836028
电子信箱	mkzq@markor.com.cn	mkzq1@markor.com.cn

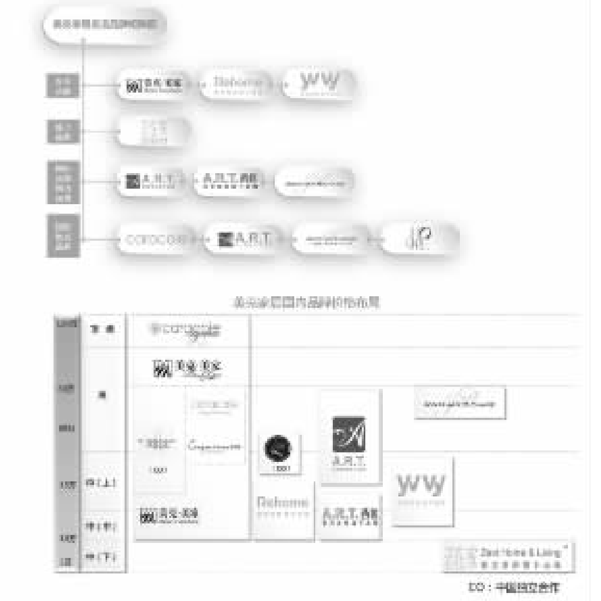
2 报告期公司主要业务简介

2.1　主要业务

美克家居是面向全球中高端优质市场,为客户打造高品位、一站式生活方式极致体验且国际化程度较高的上市公司,公司自主拥有以“美克美家”为主的多品牌经营模式,具备从商品创新迭代、智能制造、零售多品牌至售后服务,端对端的垂直供应链整合能力。作为正在由产品型公司向平台型公司转型的极具艺术品位的生活方式品牌公司,美克家居在新中产阶级以上的优质市场中有较高的知名度和美誉度。美克家居突破传统的店面陈列,升级产品实力,融入科技家居互动设施,创新下午茶/轻爵健餐模式,是美学经济模式的开创者和引领者。

2.2　经营模式

美克家居拥有包括国内直营、加盟的 7 个渠道品牌以及 4 个国际批发品牌,在国内 100 多个城市超过 300 家门店布局,旗下品牌产品在全世界 60 多个国家的 3600 余个门店进行销售,拥有 10 个国内制造能力领先的中高端家具制造工厂、越南以及美国制造基地,成熟的物流配送网络,以及以创新为驱动和引领风尚的设计中心。国内 7 个渠道品牌:美克美家、A.R.T.、A.R.T. 西区、YVVY、恣在家 Zest Home 及美克美家子品牌 Rehome、Jonathan Richard,以及国际批发品牌 Caracole、A.R.T.、Jonathan Charles 和 Rowe。公司还获得美国伊森艾伦(Ethan Allen)公司品牌特许经营权在国内美克美家店面渠道独家销售,并且获得多个国际设计师品牌在中国的独家销售权。



美克美家:作为美克家居旗下享有盛誉的生活方式品牌,荟萃世界各地不同国家和不同历史时期的艺术设计元素和家居风格,满足不同人群关于生活的需求,持续聚焦消费者体验需求的变化,致力于为消费者打造极致优雅的生活空间。品牌价值主张:高品位、经典、浪漫、优雅,品牌风格定位为传统风格、休闲风格、变迁风格、乡村风格、现代风格。美克美家采取直营连锁、线下体验并结合线上引流的经营模式。店内销售产品包括美克美家全线产品、伊森艾伦全线产品、Caracole、Compositions 全线产品、最高端定位的 Caracole Signature 与美克美家“Black Label”(黑标)产品以及窗帘、床垫和其他家居饰品。

美克美家一直关注市场和消费群体的变化,并结合对世界流行趋势的洞察,推出满足不同客户族群的全新产品和全新配置。2019 年设计团队整合世界优质设计资源,新增现代简约风格、新中式等风格,以满足精装房占比日渐升高的客户置家需求。设计团队针对当下中国人对现代优雅魅力的要求,推出了 Caracole Modern 系列产品,作为 Caracole 品牌之中的现代风格系列,设计别具一格,并自成一体。2019 年,美克美家全新引入享誉全球的 Kelly Hoppen MBE 设计,正式作为签约设计师品牌进驻店面,带来一种全新的生活方式,将全世界更好的软装设计,带给中国消费者。

美克美家 2019 年全新推出集下午茶/咖啡、健餐、酒吧和书舍为一体的休闲文化子品牌——美克美家下午茶/轻爵,是以居室文化打造的独一无二的文化休闲体验店,是从单一的餐饮业态向文化休闲的综合体演变,也是代表着美克美家品牌升级历程中对新零售领域多业态经营模式的全新探索。围绕着“年轻化”的方向,“体验感”的途径,轻爵在美克美家优质的家居文化中融入人文与艺术的气息,通过这种可以同时阅读、品茶、品酒、享用健餐的新业态模式让顾客能够置身于一种全方位的五感沉浸式体验之中,享受一段轻松惬意的时光和全新的美学生活方式。美克美家下午茶/轻爵现已成为城市的新地标,一个拥有五感体验的网红打卡地。

A.R.T.:以草原派设计风格为根基,融合了新传统与变迁元素,致力于打造符合精英人群生活方式的可传承的经典美式家具。品牌价值主张:新传统、建筑(感)、原汁原味、(可)传承。美克家居 A.R.T.是对草原派建筑风格的传承和创新,从产品开发到店面陈列展示,都在演绎着经典的建筑灵感,赋予每一件家居产品历久弥新的魅力。A.R.T.将建筑的精髓,与居家空间结合起来,帮助人们构建美好的生活场景,让生活有“居住”的仪式感,并通过一年两季的新品发布、一年两次的设计师之旅等营销活动,构建了完全不同于其他品牌的营销模式和独特之处。历经多年的高速发展,A.R.T.现已在中国形成了拥有近 200 家门店、分布于 100 多个城市、店面总面积超过 137,000㎡的品牌版图。自 2016 年推出“小空间、很美式”的新品套系之后,新品销售占比逐年快速提升。国内采取直营+加盟相结合的经营模式,销售 A.R.T.全线产品。

A.R.T.西区:A.R.T.西区作为美克家居旗下的年轻品牌线,它不同于以往传统的美式家居风格,它是为追求个性、自由、敢于打破生活界限的人群而生。A.R.T.西区设计灵感源于世界各地的艺术街区和城市,这些独一无二的艺术细胞,赋予了 A.R.T.西区这个年轻品牌更多的活力与艺术自信,精炼的轮廓、精确的线条,多彩的用色,注重个性和创造性的表现,讲究材料质地和室内空间的合理搭配,用有条不紊的节奏曲线打造出时尚的年轻生活风格。品牌价值主张:新锐、不羁、多样、自然,风格定位为波西米亚风与新现代风格的融合。采取直营+加盟相结合的经营模式,销售 A.R.T.西区品牌产品。

Rehome:着眼于时尚家居潮流趋势,从全球各地甄选魅力独具、风格尽显的专属设计,让温馨雅致的生活美学悄然传递。Rehome 品牌价值主张:温馨、雅致、愉悦、便捷,品牌风格定位为田园与休闲风格的融合,倡导“回归自然”,在舒适放松中体现自然、务实、温馨与简洁明快的特点。

Rehome 采取直营连锁及线上销售的经营模式,全国 17 家门店,布局在国内高端时尚购物中心,与美克美家共同推进引流政策和商品共享,借助与美克美家产品的互补性,全面满足客户的置家需求。在产品结构上,Rehome 的装饰品占比为 55%,家具占比为 45%。原创设计的家具产品套系,致力于将全世界更美妙的家居生活带回家中。全球甄选的装饰品,均源自最优质的供应商,致力于为消费者提供令人愉悦的品质体验以及国际视野下领先的生活方式。

YVVY:面向追求独特创新的年轻人和时下最敢于冒险的意见领袖,提供极具个性的家具和家居用品,以国际潮酷设计风格抢夺新生代消费群体,深受会生活的新中产阶级喜爱。品牌价值主张:潮、酷、惊喜、独特,品牌风格定位为后现代风格,主张多元化的统一,设计语言令人耳目一新,个性色彩独特,极具自由意识。

YVVY 设计团队平均年龄 30 岁,没有千篇一律循规蹈矩的造型,没有对潮流的刻意追赶,所有产品展现着天马行空的灵魂,鲜明张扬的个性。全国 6 家门店,采取直营的经营模式,产品为 YVVY 全线产品。2019 年在洞察到中国人对科幻、宇宙等热爱和追求的契机下,重磅推出了 YV05 迷雾系列与 YV06 Space 系列,其中 Space 系列从月球陆地、飞船仪表盘、火箭推进器、登月舱等各类太空元素中汲取灵感,将想象的触角伸向无垠的宇宙,并与知名的媒体、杂志、设计师、达人、意见领袖等进行深度合作,传递潮酷的品牌精神。同时首度引入设计师品牌首饰品类,并持续热销。YVVY 更是当下热播影视剧中的宠儿,通过植入多款热播影视剧及节目合作,拓宽了市场知名度及强化目标客户群对品牌的风格认知,获得更多人对 YVVY 品牌和产品的持续追捧。

恣在家 Zest Home:作为公司的互联网线上定制品牌,拒绝大众审美,让消费者成为自己生活的设计师。以 C2M 模式提出绿色家居新主张,恣在家为年轻一代的消费者提供风格多样,富有吸引力的产品组合,通过互动平台、互联网和 VR 技术,以及自动化的生产加工制造能力为消费者提供专属个性的定制化产品和极致的线上体验。首创实木家具的风格定制,从款式到颜色,从涂装到面料,甚至五金配件皆可定制。品牌价值主张:个性、百搭、多彩、时尚,品牌风格定位为轻波普风格。目前采取线上运营+线下体验店的经营模式。

Jonathan Richard 及其子品牌 Jonathan Charles:Jonathan Richard(简称 JR)品牌是 2018 年美克家居投资收购享誉世界的 Jonathan Charles(简称 JC)品牌后,重新创造和推出的极富匠心精神的品牌。JR 品牌呈现了“英伦、尊贵、工匠、荟萃”的品牌价值,风格定位为英国绅士与欧洲设计的交响乐的融合。自品牌诞生伊始,严谨的匠心执念与赤诚的艺术家情怀,便流淌于品牌血液之中。精美雕刻、手工镶嵌、复古镜画,多元融合,以匠人之心,至臻细节魅力,执着非凡品质,以艺术之名,荟萃精湛工艺,缔造传世臻品。于一刀一刻,一描一摹间,超卓的经典复刻艺术耀目而现,为您带来高雅、尊贵、极具英伦格调的品牌体验。

Jonathan Richard 品牌将作为 Jonathan Charles 品牌的母品牌,展现美克家居在艺术上极致追求的核心精髓和匠心传承。

在中国市场上,美克家居将通过加盟的形式,将 Jonathan Richard 品牌产品进行商业化推广,同时也为未来的发展预留出更大的成长空间。未来的产品开发方向,将继续秉承其一贯的品牌 DNA,为中国消费者提供更多的选择和更加极致的体验。

Rowe:　Rowe Fine Furniture 是来自于美国的一家拥有超过 70 年历史的沙发制造商,旗下拥有主品牌 ROWE 和高端品牌 Robin Bruce。Rowe Fine Furniture 是高质量的“美国制造”软包家具产品生产和营销的领航者,推出包括沙发,组合沙发,沙发床,装饰椅,脚垫和软包床等软包产品,在舒适性、产品样式、流行元素、质量、无与伦比的价值体现和行业内快速配送方面,享有盛誉,拥有超过 1000 种独特的面料,满足不同消费者的需求。其主打的沙发定制业务,擅长与用户一起打造高品质、有个性和设计感的沙发产品。通过优势互补,进一步满足定制家具消费市场的需求,在供应链服务和品牌打造两个方面同时受益。

Rowe 公司推出的 Kid-Proof 防污性能面料品牌,专注于耐用性,可清洁性和美观,具备耐污染、耐磨损、防水、抑制异味、抗紫外线以及抗褪色等特性。防污面料都能抵抗几乎所有的污渍,同时具备透气,满足防螨、抗敏、防霉、抗菌、易清洗以及环保要求。防污面料的推出不仅改变了消费者对面料的期待,也正在逐步改变大众的生活方式。

公司坚守“重塑顶级品牌”战略,致力于成为能够持续为消费者展示有价值、有情怀、有互动感、有归属感、有品质的品牌。公司将持续建立和完善线上线下融合的软装设计平台与生活方式体验平台,深切关注客户需求、市场动态变化,利用全球优秀的设计团队不断进行产品开发与迭代,同时推进和实施供应链改进战略。坚信“行稳致远,向上向善”,将优势做到极致,创建坚毅的文化,提升品牌价值。

2.3　行业情况说明

详见“第四节　经营情况讨论与分析、三、公司关于未来发展的讨论与分析、(一)行业格局和趋势”。

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

	2019年	2018年	本年比上年增减(%)	2017年
总资产	8,111,943,845.96	8,762,535,794.79	-7.42	6,924,777,814.10
营业收入	5,587,983,514.11	5,261,023,054.27	6.21	4,179,418,202.22
归属于上市公司股东的净利润	463,644,648.05	451,208,323.54	2.76	365,364,011.12
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	391,173,726.34	395,442,579.47	-1.08	332,484,674.45
归属于上市公司股东的净资产	4,621,242,377.18	4,801,692,210.39	-3.76	4,931,813,960.30
经营活动产生的现金流量净额	605,137,123.38	-124,560,726.50	不适用	684,545,880.54
基本每股收益(元/股)	0.28	0.25	12.00	0.24
稀释每股收益(元/股)	0.28	0.25	12.00	0.24
加权平均净资产收益率(%)	9.93	9.13	增加 0.80 个百分点	11.02

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	1,066,520,472.27	1,642,973,457.57	1,504,452,155.05	1,374,037,429.22
归属于上市公司股东的净利润	66,856,510.43	149,233,811.80	138,260,314.84	109,294,010.98
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	63,939,969.99	126,217,503.16	119,647,887.91	81,368,365.28
经营活动产生的现金流量净额	-296,939,075.61	577,554,579.37	192,075,653.34	132,445,966.28

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

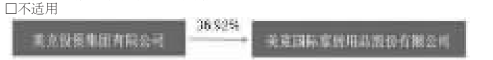
截止报告期末普通股股东总数(户)	26,591
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	26,326
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0

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	
美克投资集团有限公司	-274,232,609	305,506,244	17.25	38,461,538	质押	193,438,738	境内非国有法人
美克集团-中山证券-19 美克 EB01 担保及信托财产专户	137,500,000	137,500,000	7.76		质押	137,500,000	境内非国有法人
美克国际家居用品股份有限公司回购专用证券账户	74,055,671	132,382,337	7.48		无		境内非国有法人
民生加银基金-平安银行-四川信托-美克 1 号集合资金信托计划		85,961,538	4.85		未知		未知
美克集团-中山证券-19 美克 E2 担保及信托财产专户	72,000,000	72,000,000	4.07		质押	72,000,000	境内非国有法人
美克集团-中山证券-19 美 04EB 担保及信托财产专户	70,000,000	70,000,000	3.95		质押	70,000,000	境内非国有法人
泰达宏利基金-民生银行-华鑫国际信托-华鑫信托·智选 10 号证券投资集合资金信托计划		56,538,461	3.19		未知		未知
中海信托股份有限公司-中海信托-美克家居员工持股计划集合资金信托计划		47,534,034	2.68		无		未知
中国证券金融股份有限公司		46,265,317	2.61		未知		国有法人
新华基金-民生银行-四川信托-智隆优选 1 号集合资金信托计划	-17,749,765	41,288,695	2.33		未知		未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	美克投资集团有限公司合计持有本公司股份 653,806,244 股,占公司总股本的 36.92%,其中 348,300,000 股分别存放于“美克集团-中山证券-2018 年非公开发行可交换公司债券担保及信托财产专户”、“美克集团-中山证券-19 美克 EB01 担保及信托财产专户”、“美克集团-中山证券-19 美克 E2 担保及信托财产专户”、“美克集团-中山证券-19 美克 E3 担保及信托财产专户”、“美克集团-中山证券-19 美 04EB 担保及信托财产专户”中。其他无限售条件流通股股东之间以及前十名无限售条件流通股股东与前十名股东之间未知其关联关系或是否存在《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人情况。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

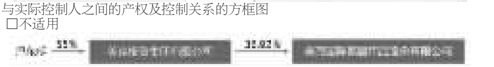
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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 5,587,983,514.11 元,同比增长 6.21%;营业成本 2,649,029,584.00 元,同比增加 5.25%;实现归属于母公司股东的净利润 463,644,648.05 元,同比增长 2.76%。净利润增长的主要原因是公司实施多品牌战略,聚焦核心品牌规模化发展,实现了国内零售业务的稳步增长。

2 经营情况讨论与分析

2019 年,公司坚守“重塑顶级品牌”战略,提出“永远不要浪费危机带来的机遇”,积极进行方法创新、技术创新和业务创新,推动全渠道、平台化转型。推进供应链改进战略,将供应链管理作为最重要的经营痛点加以解决,努力做好前端防杂、中间治乱、后端减重。报告期,公司有效达成供应链效率提升及总成本优化的阶段性目标,库存控制效果明显,现金流管理得以改善,资产效率持续提升。

2.1　零售数字化,驱动企业增长模式的重塑

报告期,公司通过数字技术、业务和经营管理的深度融合,围绕顾客重构整体价值链和生态体系,基于数据流的加速传递、价值深挖和创造的良性迭代循环,逐步建立“一切业务数据化”到“一切数据业务化”,再到“一切业务用数据说话”的能力,以财务价值为导向推进供应链管理进入实际的数字化转型,提高运营效率,驱动企业增长模式的重塑。

美克美家:通过建立基于 CRM(客户关系管理)完整链路的精准数字化营销和全渠道运营策略,跨职能协作完成客户从培育到转化、再到口碑管理的全渠道闭环运营,数字化营销转化达成率 35.59%;积极开展以品效为核心的市场营销活动,持续、全方位推进设计师、地产、硬装公司及楼盘营销合作,书面销售同比增长 45%;驱动客户消费中频化、轻场景化,提高客户粘性及下单客户规模,软装销售同比增长 16%。

公司依靠已建立的数字化平台能力,推动实现门店业务在线展示、在线咨询、在线设计、在线下单、在线预约配送、在线售后客服。2019 年共开展 39 次线上营销活动,数字化营销全品牌共计产生书面销售 1.65 亿元,其中美克美家书面销售 1.45 亿元,书面销售同比增长 3.6 倍。

A.R.T.&A.R.T.西区:发挥公司品牌优势,强化精细管理,坚决调整 A.R.T.红线触底加盟商;推出 A.R.T.双品牌的 3.0 混合店;持续推进加盟商分级管理策略,扩大专营商数量,提升整体经营品质,2019 年共有专营商 7 个,分布在 11 个城市。2019 年 A.R.T.持续深耕品牌,根据市场需求迭代推出 11 个系列产品,推出集定制衣柜和软装设计中心为一体的 A.R.T.理想家居定制设计中心,赋能加盟商,满足终端消费者定制个性化需求。在同品类业绩腰斩、门店规模大幅收缩的情况下,A.R.T.全国门店总数基本不变,加盟商总体提货金额不变,且在家居卖场中的门店数、面积及业绩表现位列同品类第一。

2019 年,A.R.T.西区引入了全球先锋设计师品牌 Bobby Berk,将这位世界上炙手可热的明星室内设计师和电视名人的独到眼光和设计思维巧妙融合,为人们实现了“更有样”的生活空间。同时,A.R.T.西区持续提升加盟商信心,尝试异业联合,如智能家居品牌、热播剧植入合作、短视频平台、音乐电台、各行各业卓有建树的意见领袖等联合打造全新品牌体验。

Rehome&YVVY:逐步建立符合购物中心渠道特征的销售运营模式,强化门店基础管理,提升单店绩效,加强门店及相关职能体系的专业能力建设及持续提升;2019 年打通了会员体系,充分利用美克家居其他品牌的客户、设计师、营销资源,促进销售协同。在客流下降明显情况下,全国 80%门店销售实现增长,其中 Rehome 下单率同比增长 4%,客单价同比增长 20%;YVVY 下单率同比增长 11%,客单价同比增长 8%。为未来快速复制奠定基础。

从品牌及渠道协同角度,规范线上、线下及各个自媒体的视觉、营销及销售政策,形成全渠道的统一品牌传达,并实现协同销售营销;启动数字化营销投放;根据购物中心销售模式特征,聚焦重点品类及核心单品,精准、深度备货,确保商品供给,Rehome 核心品类贡献了 83%的销售。梳理无效商品,库存结构调整趋向合理,同比下降 20%以上。

恣在家 Zest Home:针对年轻、中小户型、刚需等客户群,开发新产品,全年共计推出 11 套新产品,拉动销量的快速增长,截至年末,新品销量占到 25%,较上年增长 239%。同时与美克美家品牌合作,产品陆续进驻各地美克美家门店。

在探索粉丝营销新模式方面,携手腾讯云、阿里、专业家居类垂直媒体等第三方数据、流量平台开展线上、线下融合品牌营销及精准引流,品牌粉丝同比新增 74%,已初步形成了粘性较强的粉丝社群。

持续加大全渠道销售的推进,进一步借助美克家居旗下多品牌的渠道优势,体验优势,采用店中店的模式,快速布局线下体验场景。加大异业、地产等流量入口的合作,利用社交、团购等营销手段促进用户的触达及转化。用户基数快速增长,全年新增客户数同比增长 108%,复购率达到 30%。

Jonathan Richard:2019 年 3 月武汉店开业,引入了 Jonathan Richard(简称 JR)品牌。全年累计拜访 400 多名新客户,并通过召开品牌发布会以及邀约意向客户参观武汉店等方式开展加盟推广,目前在哈尔滨、重庆、西安、郑州、大连等城市的加盟业务正在推进中。

2.2　To B 业务,地产、酒店业务拓展

2019 年,公司积极推进地产、酒店业务合作,利用多年来积累的丰富制造资源、强大的产品制造能力和顶级的产品设计研发能力,启动了 To B 业务+地产商合作,通过与全国优秀的地产公司、硬装公司合作,实现软硬装整体交付;通过拓展国内外酒店业务,不断扩大公司的业务规模。

2.3　供应链改进战略落地,资产效率改善明显

公司通过提高计划、生产、销售和物流的适应性来改善供应链的柔性,再辅以数字化先进技术精准的实时性,提升速度和可靠性。将供应链原本存在的“失控点”转化为建立竞争优势的机会,从而为企业创造更大的财务价值。

报告期,公司开展全方位库存计划管理,明确各类库存目标及管理方案,通过供需协同来解决周转效率较低的问题。存货控制初见成效;开展供应链总成本及现金流管理,实行端到端供应链总成本的控制管理,对采购、物流、仓储及商品残次报废进行系统管理;打通供应链数字化信息孤岛,实现获利能力分析线上化、补货计划线上化、库存监控报表线上化,强化了全产业链获利能力分析。同时,支持美克全球供应链的 SAP 系统上线,实现中美越三地订单和库存数据集成,为美克全球供应链提供高效的数据分析支持。

2.4　打造生活方式艺术体验平台,刷新美学消费新模式

2.4.1　武汉品牌馆—跨品牌、跨生活方式的集合地

2019 年 3 月 9 日,美克美家武汉品牌馆盛装启幕,刷新了美学消费服务模式,将不同空间艺术置于近 15000 ㎡品牌馆之中,使美克家居“为客户打造高品位、一站式生活方式极致体验”的零售模式得以进一步延伸。通过卓越的服务、体验与消费者建立“强链接”。

武汉品牌馆内,美克家居旗下美克美家、Caracole、恣在家 Zest Home、Rehome、YVVY、Compositions,伊森艾伦及旗下迪士尼系列等品牌,公司收购的 M.U.S.T.公司旗下品牌 Jonathan Richard,以及国际顶级家居设计品牌 Kelly Hoppen 等国内外高端家居品牌在此汇聚和交流,生活和艺术的碰撞与融合造就了美克美家品牌馆的整体气质:一个跨品牌、跨生活方式的集合地。

2.4.2　MAC 盛装启幕—优化美克家居全球品牌形象

2019 年 4 月 4 日,恰逢美国高点国际春季家具展览会前夕,公司 MAC 设计研发中心在美国北卡罗来纳州高点市盛装启幕。MAC 不仅承载着美克家居产品展示的重任,还将作为在美国北卡罗来纳州高点的家居艺术中心,吸引来自世界各地的优秀设计师和艺术家进行交流。MAC 项目的投入使用,一方面提升了 Caracole 和 A.R.T.品牌的知名度和影响力,另一方面帮助公司优化美克家居的全球品牌形象,推进国际化战略,增加公司全球品牌竞争力。

2.4.3　北京生活体验式购物中心启动—打造 3.0 升级版的新零售业态

报告期,公司启动了“北京生活体验式购物中心”项目的筹备及建设,将购物中心打造成为 3.0 升级版的新零售业态。北京生活体验式购物中心功能业态由學居艺术、时尚餐饮和文化休闲三部分组成,并为消费者提供极致的生活体验营销环境和居室文化的“五感”艺术体验。具有文脉主义的独特性,深度吸引中高端消费者的好奇心,从而产生巨大的文化艺术价值,以满足人们对文化休闲更高品位的要求。项目建设正在有序进行中。

2.5　国际业务—推进销售网络全球布局

报告期,公司积极推进全球销售网络布局,销售网络已覆盖全球 60 多个国家。国际业务中独立零售商、设计师渠道、电商业务均实现较高的增长,库存控制明显改善。

Caracole 公司:通过 MAC 美国设计研发中心的启幕及系列活动的开展,设计能力得到了更多设计师和零售商的认可,Caracole 品牌迅速渗透到设计师社区以及其他社交媒体网站,品牌影响力持续提升,设计师渠道销售收入同比增长 11%,电商渠道销售收入同比实现 112%的大幅增长。

A.R.T.公司:加强公司内外部资源的协同,聚焦区域顶级设计师、大客户和零售商等核心客户群,不断强化销售团队能力转化提升,毛利率得到有效提升。

Rowe 公司:受中美贸易摩擦影响,沙发面料成本上涨幅度较大,Rowe 公司通过聚焦目标大客户,梳理电商渠道价格管理(IMAP),淘汰不盈利的电商,设计师业务继续提升等举措,不断巩固市场定位,持续提升竞争力,报告期保持盈利性增长,品牌竞争力不断提升,高端品牌 Robin Bruce 销售占比上升。

JCD 公司:运营团队重新启航,凭借工艺精湛的商品和全新设计,以及垂直生产的销售模式,并借助美克家居品牌形象,不断提升品牌知名度,销售规模稳步提升。

3 导致暂停上市的原因

□适用　√不适用

4 面临终止上市的情况和原因

□适用　√不适用

5 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

6 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

□适用　√不适用

7 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。

√适用□不适用

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定,包括本公司及本公司控制的子公司。本公司子公司的相关信息参见“附注十二、2、本企业的子公司情况”;本报告期内,新增加、减少子公司的情况参见“附注八、合并范围的变更,附注九、在其他主体中的权益”。

董事长:寇卫平
美克国际家居用品股份有限公司
2020 年 4 月 27 日

证券代码:600337 证券简称:美克家居　编号:临 2020-031

美克国际家居用品股份有限公司第七届董事会第二十九次会议决议公告

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。

美克国际家居用品股份有限公司(以下称“公司”)第七届董事会第二十九次会议于 2020 年 4 月 27 日在公司以现场与通讯表决相结合的方式召开,会议通知已于 2020 年 4 月 17 日以书面形式发出。公司董事共 9 人,参会董事 9 人,公司监事列席了会议,会议召开符合《公司法》和《公司章程》的规定。会议由董事长寇卫平主持,与会董事以举手表决和通讯表决相结合的方式一致通过如下决议:

一、审议通过了公司《2019 年度总经理工作报告》

表决结果:同意 9 票、反对 0 票、弃权 0 票

二、审议通过了公司《2019 年度董事会工作报告》

本预案需提交公司 2019 年度股东大会审议。

表决结果:同意 9 票、反对 0 票、弃权 0 票

三、审议通过了公司《2019 年度财务决算报告》

本预案需提交公司 2019 年度股东大会审议。

表决结果:同意 9 票、反对 0 票、弃权 0 票

四、审议通过了公司《2019 年年度报告及摘要》

本预案需提交公司 2019 年度股东大会审议。

表决结果:同意 9 票、反对 0 票、弃权 0 票

内容详见上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)。

五、审议通过了公司 2019 年度利润分配预案

根据中审华会计师事务所(特殊普通合伙)(以下称“中审华会计师事务所”)年度审计,2019 年度公司实现归属于母公司股东的净利润 463,644,648.05 元,上年度结转未分配利润 1,743,732,641.15 元,可供股东分配利润共计 1,832,435,980.51 元,其中:母公司可供股东分配利润 1,279,761,351.92 元。

根据《上海证券交易所上市公司回购股份实施细则》第八条的规定:“上市公司以现金为对价,采用集中竞价方式、要约方式回购股份的,当年已实施的股份回购金额视同现金分红,纳入该年度现金分红的相关比例计算。”2019 年 1 月 1 日到 2019 年 12 月 31 日,公司通过集中竞价交易方式累计回购股份数量 74,055,671 股,占公司总股本的 4.18%,成交金额为 328,695,236.81 元(不含交易费用),占公司合并报表中归属于母公司股东的净利润 70.89%。

《公司章程》第一百七十三条(四)利润分配的条件和比例规定:“公司该年度实现盈利,且该年度实现的可分配利润(即公司弥补亏损、提取公积金后的税后利润)为正值;审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告;在上述条件同时满足时,公司应采取现金方式进行利润分配,公司单一年度以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 10%,且公司最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%”。

公司 2017 年至 2019 年以现金方式(包括以现金方式回购股份)累计分红金额占最近三年实现的年均可分配利润的比例为 291.85%,超过 30%。满足《上海证券交易所上市公司现金分红指引》及《公司章程》的相关要求。

故 2019 年度利润分配预案建议如下:公司 2019 年度不派发现金红利,不送红股,剩余利润结转下一年度。公司 2019 年度不进行资本公积转增股本。

本预案需提交公司 2019 年度股东大会审议。

表决结果:同意 9 票、反对 0 票、弃权 0 票

六、审议通过了公司关于续聘 2020 年度财务审计机构及支付其报酬的预案

2020 年,公司拟继续聘任中审华会计师事务所担任公司的财务报告审计机构,审计费拟定为 85 万元人民币(不含差旅费)。

本预案需提交公司 2019 年度股东大会审议。

表决结果:同意 9 票、反对 0 票、弃权 0 票

内容详见公司在《上海证券报》、《证券时报》及上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)披露的《美克国际家居用品股份有限公司关于续聘会计师事务所的公告》。

七、审议通过了公司关于续聘 2020 年度内控审计机构及支付其报酬的预案

2020 年,公司拟继续聘任中审华会计师事务所担任公司内部控制审计机构,审计费拟定为 35 万元人民币。

本预案需提交公司 2019 年度股东大会审议。

表决结果:同意 9 票、反对 0 票、弃权 0 票

内容详见公司在《上海证券报》、《证券时报》及上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)披露的《美克国际家居用品股份有限公司关于续聘会计师事务所的公告》。

八、审议通过了公司《2019 年度内部控制评价报告》

表决结果:同意 9 票、反对 0 票、弃权 0 票

内容详见上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)。

九、审议通过了公司《2019 年度内部控制审计报告》

表决结果:同意 9 票、反对 0 票、弃权 0 票

内容详见上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)。

十、审议通过了公司《2019 年度社会责任报告》

表决结果:同意 9 票、反对 0 票、弃权 0 票

内容详见上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)。

十一、审议通过了公司《独立董事 2019 年度述职报告》

本预案需由独立董事在公司 2019 年度股东大会上进行报告。

表决结果:同意 9 票、反对 0 票、弃权 0 票

内容详见上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)。

十二、审议通过了公司《董事会审计委员会 2019 年度履职报告》

表决结果:同意 9 票、反对 0 票、弃权 0 票

内容详见上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)。

十三、审议通过了公司《关于 2019 年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告》

表决结果:同意 9 票、反对 0 票、弃权 0 票

内容详见公司在《上海证券报》、《证券时报》及上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)披露的《美克国际家居用品股份有限公司关于 2019 年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告》。

十四、审议通过了关于公司 2017 年限制性股票第三个限售期不予解除限售并回购注销的预案

董事牟莉、黄新、赵晶、张莉作为公司 2017 年限制性股票激励计划的激励对象,为关联董事,已回避表决,其他非关联董事进行了表决。

本预案需提交公司 2019 年度股东大会审议通过后实施。

表决结果:同意 5 票、反对 0 票、弃权 0 票

内容详见公司在《上海证券报》、《证券时报》及上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)披露的《美克国际家居用品股份有限公司关于 2017 年限制性股票第三个限售期不予解除限售并回购注销的公告》。

十五、审议通过了公司《2020 年第一季度报告》

表决结果:同意 9 票、反对 0 票、弃权 0 票

内容详见上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)。

十六、审议通过了关于修订《公司章程》的预案

本预案需提交公司 2019 年度股东大会以特别决议进行审议,并提请股东大会授权董事会向市场监督管理部门申请办理变更登记等相关手续。

表决结果:同意 9 票、反对 0 票、弃权 0 票

内容详见公司在《上海证券报》、《证券时报》及上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)披露的《美克国际家居用品股份有限公司关于变更注册资本暨修订公司章程的公告》。

十七、审议通过了关于召开公司 2019 年度股东大会的议案

公司拟定于 2020 年 5 月 20 日召开 2019 年度股东大会,审议以上第二、第三、第四、第五、第六、第七、第十一、第十四项、第十六项议案,以及监事会提交的公司《2019 年度监事会工作报告》。

表决结果:同意 9 票、反对 0 票、弃权 0 票

内容详见公司在《上海证券报》、《证券时报》及上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)披露的《美克国际家居用品股份有限公司关于召开 2019 年度股东大会的通知》。

特此公告。

美克国际家居用品股份有限公司董事会
二〇二〇年四月二十九日

证券代码:600337　证券简称:美克家居　编号:临 2020-032

美克国际家居用品股份有限公司第七届监事会第十三次会议决议公告

本公司监事会及全体监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。

美克国际家居用品股份有限公司(以下称“公司”)第七届监事会第十三次会议于 2020 年 4 月 27 日在公司会议室召开,会议通知已于 2020 年 4 月 17 日以书面形式发出。公司监事共 3 人,参会监事 3 人,符合《公司法》和《公司章程》的规定。会议由监事会主席侯冰主持,与会监事以举手表决方式一致通过如下决议:

一、审议通过了公司《2019 年度监事会工作报告》

本预案需提交公司 2019 年度股东大会审议。

表决结果:同意 3 票,反对 0 票,弃权 0 票

二、审议通过了公司《2019 年年度报告及摘要》

与会监事认为:

(一)公司 2019 年年度报告的编制和审议程序符合相关法律、法规、规范性文件以及《公司章程》和公司有关管理制度的各项规定;

(二)公司 2019 年年度报告的内容和格式符合中国证券监督管理委员会和上海证券交易所的各项规定,所包含的信息真实地反映了公司报告期内的经营管理和财务状况;

(三)在提出本意见前,没有发现参与 2019 年年度报告编制和审议的人员有违反保密规定的行为。

表决结果:同意 3 票,反对 0 票,弃权 0 票

三、审议通过了公司《2019 年度内部控制评价报告》

表决结果:同意 3 票,反对 0 票,弃权 0 票

(下转 B246 版)

美克国际家居用品股份有限公司

2020 第一季度报告

公司代码:600337　公司简称:美克家居

一、重要提示

1.1　公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证季度报告内容的真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并承担个别和连带的法律责任。

1.2　公司全体董事出席董事会审议季度报告。

1.3　公司负责人寇卫平、主管会计工作负责人张莉及会计机构负责人(会计主管人员)黄丽君保证季度报告中财务报表的真实、准确、完整。

1.4　本公司第一季度报告未经审计。

二、公司主要财务数据和股东变化

2.1 主要财务数据

单位:元　币种:人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	8,243,841,626.15	8,111,943,845.96	1.63
归属于上市公司股东的净资产	4,271,038,217.46	4,621,242,377.18	-7.58
	年初至报告期末	上年初至上年报告期末	比上年同期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	-121,909,845.09	-296,939,075.61	不适用
	年初至报告期末	上年初至上年报告期末	比上年同期增减(%)
营业收入	437,334,951.73	1,066,520,472.27	-58.99
归属于上市公司股东的净利润	-266,788,859.61	66,856,510.43	-499.05
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-308,876,857.93	63,939,969.99	-583.07
加权平均净资产收益率(%)	-5.94	1.39	减少 7.33 个百分点
基本每股收益(元/股)	-0.16	0.04	-500.00
稀释每股收益(元/股)	-0.16	0.04	-500.00

非经常性损益项目和金额

√适用　□不适用

单位:元　币种:人民币

项目	本期金额	说明
非流动资产处置损益	36,071,383.52	
越权审批,或无正式批准文件,或偶发性的税收返还、减免		
计入当期损益的政府补助,但与公司正常经营业务密切相关,符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	7,564,215.18	
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费		
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益		
非货币性资产交换损益		
委托他人投资或管理资产的损益		
因不可抗力因素,如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备		
债务重组损益		
企业重组费用,如安置职工的支出、整合费用等		
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益		
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益		
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益		
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外,持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益,以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益		
单独进行减值测试的应收款项、合同资产减值准备转回		
对外委托贷款取得的损益		
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益		
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响		
受托经营取得的托管费收入		
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-1,388,994.32	
其他符合非经常性损益定义的损益项目		
少数股东权益影响额(税后)	36,323.13	
所得税影响额	-194,929.19	
合计	42,087,998.32	

2.2 截止报告期末的股东总数、前十名股东、前十名流通股东(或无限售条件股东)持股情况表

单位:股

股东总数(户)	26,326

前十名股东持股情况

股东名称(全称)	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件股份数量	质押或冻结情况		股东性质
				股份状态	数量	
美克投资集团有限公司	305,506,244	17.25	38,461,538	质押	193,438,738	境内非国有法人
美克国际家居用品股份有限公司回购专用证券账户	155,459,577	8.78		无		境内非国有法人
美克集团-中山证券-19 美克 EB01 担保及信托财产专户	137,500,000	7.76		质押	137,500,000	境内非国有法人
民生加银基金-平安银行-四川信托-美克 1 号集合资金信托计划	85,678,438	4.84		未知		未知
美克集团-中山证券-19 美克 E2 担保及信托财产专户	72,000,000	4.07		质押	72,000,000	境内非国有法人
美克集团-中山证券-19 美 04EB 担保及信托财产专户	70,000,000	3.95		质押	70,000,000	境内非国有法人
国泰元鑫资管-赣州金融控股集团有限责任公司-国泰元鑫睿鑫一号单一资产管理计划	52,617,300	2.97		未知		国有法人
中海信托股份有限公司-中海信托-美克家居员工持股计划集合资金信托计划	47,534,034	2.68		无		未知
中国证券金融股份有限公司	46,265,317	2.61		未知		国有法人
美克集团-中山证券-2018 年非公开发行可交换公司债券担保及信托财产专户	37,800,000	2.13		质押	37,800,000	境内非国有法人

前十名无限售条件股东持股情况

股东名称	持有无限售条件流通股的数量	股份种类及数量	
		种类	数量
美克投资集团有限公司	267,044,706	人民币普通股	267,044,706
美克国际家居用品股份有限公司回购专用证券账户	155,459,577	人民币普通股	155,459,577
美克集团-中山证券-19 美克 EB01 担保及信托财产专户	137,500,000	人民币普通股	137,500,000
民生加银基金-平安银行-四川信托-美克 1 号集合资金信托计划	85,678,438	人民币普通股	85,678,438
美克集团-中山证券-19 美克 E2 担保及信托财产专户	72,000,000	人民币普通股	72,000,000
美克集团-中山证券-19 美 04EB 担保及信托财产专户	70,000,000	人民币普通股	70,000,000
国泰元鑫资管-赣州金融控股集团有限责任公司-国泰元鑫睿鑫一号单一资产管理计划	52,617,300	人民币普通股	52,617,300
中海信托股份有限公司-中海信托-美克家居员工持股计划集合资金信托计划	47,534,034	人民币普通股	47,534,034
中国证券金融股份有限公司	46,265,317	人民币普通股	46,265,317
美克集团-中山证券-2018 年非公开发行可交换公司债券担保及信托财产专户	37,800,000	人民币普通股	37,800,000
上述股东关联关系或一致行动的说明	美克投资集团有限公司合计持有本公司股份 653,806,244 股,占公司总股本的 36.92%,其中 348,300,000 股分别存放于“美克集团-中山证券-2018 年非公开发行可交换公司债券担保及信托财产专户”、“美克集团-中山证券-19 美克 EB01 担保及信托财产专户”、“美克集团-中山证券-19 美克 E2 担保及信托财产专户”、“美克集团-中山证券-19 美克 E3 担保及信托财产专户”、“美克集团-中山证券-19 美 04EB 担保及信托财产专户”中。其他无限售条件流通股股东之间以及前十名无限售条件流通股股东与前十名股东之间未知其关联关系或是否存在《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人情况。		
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用		

2.3 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东、前十名优先股无限售条件股东持股情况表

□适用　√不适用

三、重要事项

3.1 公司主要会计报表项目、财务指标重大变动的情况及原因

√适用　□不适用

3.1.1 资产负债表项目

单位:元　币种:人民币

项目	2020 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	变动比例
短期借款	1,092,554,091.08	751,881,958.62	45.31%
预收款项	478,368,856.13	201,409,175.11	137.51%
应交税费	41,385,528.15	185,625,767.53	-77.70%
其他应付款	226,858,459.58	48,183,361.83	370.82%
应付利息	3,147,832.43	5,344,571.33	-41.10%
其他综合收益	25,681,609.49	10,638,504.50	141.40%

(1)短期借款同比增加 45.31%,主要原因是本报告期为应对新冠病毒肺炎疫情(以下称“疫情”)对公司现金流的影响,增加了外部融资的资金储备所致;

(2)预收款项同比增加 137.51%,主要原因是受疫情影响,公司订单出货及配送延迟,预收客户销售款在本报告期末高于上年末所致;

(3)应交税费同比减少 77.70%,主要原因是本报告期营业收入减少,应缴纳的各类税费相应减少所致;

(4)其他应付款同比增加 370.82%,主要原因是本报告期公司收到控股股东美克投资集团有限公司(以下称“美克集团”)的临时性周转金增加所致;

(5)应付利息同比减少 41.10%,主要原因是本报告期末各类有息债务计算的应付利息余额少于上年末余额;

(6)其他综合收益同比增加 141.40%,主要原因是本报告期发生的外币报表折算差额较上年末增加所致。

3.1.2 利润表项目

单位:元　币种:人民币

项目	2020 年第一季度	2019 年第一季度	变动比例
营业收入	437,334,951.73	1,066,520,472.27	-58.99%
营业成本	284,093,795.85	486,397,581.11	-41.59%
税金及附加	4,841,194.25	8,903,470.61	-45.63%
其他收益	7,564,215.18	1,923,220.35	293.31%
资产处置收益	36,814,293.54	715,472.76	5045.45%
归属于母公司股东的净利润	-266,788,859.61	66,856,510.43	-499.05%

(1)营业收入同比减少 58.99%,主要原因是年初疫情爆发,公司国内零售和国际批发业务均受到影响,致使本报告期收入较上年同期下降;

(2)营业成本同比减少 41.59%,主要原因是由于营业收入减少,导致营业成本相应减少;

(3)税金及附加同比减少 45.63%,主要原因是由于营业收入减少,导致税金及附加相应减少;

(4)其他收益同比增加 293.31%,主要原因是本报告期公司收到政府各类奖励及补贴收入高于上年同期;

(5)资产处置收益同比增加 5045.45%,主要原因是公司资产处置产生的收益高于上年同期;

(6)归属于母公司股东的净利润同比降幅较大,主要原因是受疫情影响,公司营业收入较上年同期下降,人工费、租金物业费、折旧摊销、财务费用等固定的刚性支出正常发生,导致本报告期归属于母公司股东的净利润下降幅度较大。

3.1.3 现金流量表项目

单位:元　币种:人民币

项目	2020 年第一季度	2019 年第一季度	变动比例
销售商品、提供劳务收到的现金	740,800,968.64	1,170,655,901.48	-36.72%
收到其他与经营活动有关的现金	207,541,826.72	54,449,392.32	281.16%
购买商品、接受劳务支付的现金	362,375,303.27	699,622,856.66	-48.20%
支付其他与经营活动有关的现金	251,724,429.88	369,517,890.15	-31.88%
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	40,026,350.00	27,571.00	145075.55%
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	72,428,244.60	164,521,809.79	-55.98%
投资支付的现金		13,465,572.84	-100.00%
偿还债务支付的现金	370,378,904.51	659,256,785.19	-43.82%
支付其他与筹资活动有关的现金	100,110,000.00	157,930,000.00	-36.61%

(1)销售商品、提供劳务收到的现金同比减少 36.72%,主要原因是本报告期受疫情影响,营业收入较上年同期减少,导致销售商品、提供劳务收到的现金减少;

(2)收到其他与经营活动有关的现金同比增加 281.16%,主要原因是本报告期收到政府补助及美克集团临时性周转金所致;

(3)购买商品、接受劳务支付的现金同比减少 48.20%,主要原因是消费需求受疫情影响,订单延迟,本报告期发生的相关业务所支付的现金有所减少所致;

(4)支付其他与经营活动有关的现金同比减少 31.88%,主要原因是受疫情影响,公司生产经营各类开支较上年同期有所减少所致;

(5)处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额同比增幅较大,主要原因是本报告期收到的固定资产处置款较上年同期增加所致;

(6)购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金同比减少 55.98%,主要原因是本报告期公司根据投资计划,发生的相关业务支付的现金较上年同期减少所致;

(7)投资支付的现金同比减少,主要原因是本报告期公司没有对外支付投资款;

(8)偿还债务支付的现金同比减少 43.82%,主要原因是本报告期公司偿还银行借款支付的现金较上年同期减少;

(9)支付其他与筹资活动有关的现金同比减少 36.61%,主要原因是本报告期公司支付的股票回购款较上年同期减少。

3.2 重要事项进展情况及其影响和解决方案的分析说明

√适用　□不适用

公司于 2020 年 2 月 24 日召开 2020 年第二次临时股东大会,审议通过了《关于以集中竞价交易方式回购公司股份的议案》,并于 2020 年 2 月 25 日披露了回购报告书。2020 年 2 月 25 日公司实施了本次回购股份的首次回购,公司已按照有关规定及时发布了回购进展公告;相关事项详见公司在《上海证券报》、《证券时报》及上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)披露的相关公告。截至本报告披露前一交易日,公司本次已累计回购股份 2,344.86 万股。

3.3 报告期内超期未履行完毕的承诺事项

□适用　√不适用

3.4 预测年初至下一报告期期末的累计净利润可能为亏损或者与上年同期相比发生重大变动的警示及原因说明

□适用　√不适用

公司名称	美克国际家居用品股份有限公司
法定代表人	寇卫平
日期	2020年4月27日