

公司代码：600107

公司简称：美尔雅

湖北美尔雅股份有限公司 2016 年年度报告摘要

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，公司 2016 年度实现净利润为 5,208,501.12 元，归属于母公司所有者的净利润 4,743,052.18 元。加上年初未分配利润-16,340,624.41 元，截止 2016 年 12 月 31 日，公司实际可供股东分配利润为-11,597,572.23 元。

由于本年度公司实际可供股东分配利润为负数，同时为补充发展所需流动资金，公司拟定本次利润分配预案为：本年度不进行利润分配，也不进行资本公积金转增股本。

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	07146360283
电子信箱	gufen@mailyard.com.cn	gufen@mailyard.com.cn

2 报告期公司主要业务简介

（一）主要业务及经营模式

公司的主营业务为服装、服饰类产品的研发、设计、生产和销售。近年来，公司调整了发展战略，优化了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和国内市场“美尔雅”品牌生产加工和销售业务。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方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，以保证网购和实体销售的正常进行。公司控股子公司——湖北美尔雅销售有限公司是“美尔雅”品牌国内市场经营、运作、管理的主体，也是公司国内服装销售收入和利润的主要来源。

（二）行业情况说明

2016年是“十三五”规划的开局之年，纺织服装行业进入转型升级、着力创造竞争新优势的持续调整期。受全球经济低迷、消费需求下降的影响，纺织服装行业发展压力继续加大，市场需求明显不足。

在行业发展速度趋缓的同时，企业成本负担依然较重，行业面临较大发展压力，服装行业整体盈利增速趋缓。据国家统计局数据，2016年纺织行业规模以上企业工业增加值同比增长4.9%，低于上年同期增速1.4个百分点；实现主营业务收入73302.3亿元，同比增长4.1%，增速较上年同期放缓0.9个百分点；实现利润总额4003.6亿元，同比增长4.5%，增速较上年同期放缓0.9个百分点；固定资产投资完成额12838.7亿元，同比增长7.8%，增速较上年同期降低7.2个百分点。（上述数据来源：中国纺织工业联合会网站）

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

	2016年	2015年	本年比上年 增减(%)	2014年
总资产	1,185,913,338.12	1,248,614,929.46	-5.02	1,246,655,876.18
营业收入	434,337,009.00	470,953,799.24	-7.78	539,522,885.52
归属于上市公司股东的净利润	4,743,052.18	3,438,851.94	37.93	-7,464,659.00
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-1,440,934.91	-5,710,206.07	不适用	-18,947,524.44
归属于上市公司股东的净资产	532,237,605.70	527,388,102.58	0.92	524,046,525.30
经营活动产生的现金流量净额	115,103,805.78	717,619.05	15,939.68	603,489,168.13
基本每股收益 (元/股)	0.0132	0.0096	37.50	-0.02
稀释每股收益 (元/股)	0.0132	0.0096	37.50	-0.02
加权平均净资产收益率(%)	0.90	0.65	增加0.25个百分点	-1.41

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	133,302,380.88	77,504,784.88	91,340,212.69	132,189,630.55
归属于上市公司股东的净利润	-4,474,941.68	-8,038,553.80	1,911,064.05	15,345,483.61
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-4,471,921.93	-9,827,387.44	875,271.56	11,983,102.90
经营活动产生的现金流量净额	3,635,467.54	12,244,372.09	62,179,954.65	37,044,011.50

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）					23,979		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					30,345		
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	冻结	350,000	境内非国有法人
太平洋证券股份有限公司	10,985,320	10,985,320	3.05	0	未知		未知
林启锋		7,897,853	2.19	0	未知		境内自然人
柯佳圻		4,894,644	1.36	0	未知		境内自然人
刘常灯		4,223,164	1.17	0	未知		境内自然人
熊雨昊		3,055,362	0.85	0	未知		境内自然人
柯希平		3,001,650	0.83	0	未知		境内自然人
马传文		2,383,798	0.66	0	未知		境内自然人
詹东征		2,366,600	0.66	0	未知		境内自然人
李雪		2,271,500	0.63	0	未知		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						

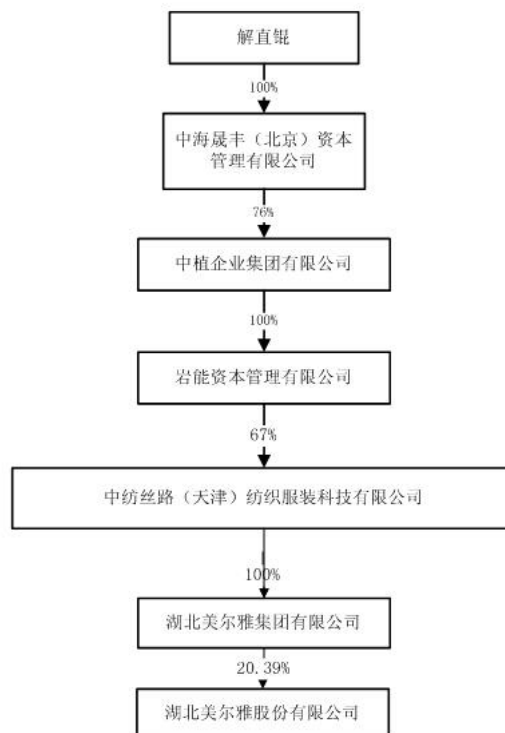
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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



5 公司债券情况

不适用。

三 经营情况讨论与分析

1 报告期内主要经营情况

报告期内，公司实现营业收入 43,433.70 万元，较上年度 47,095.38 万元下降 7.78%，实现归属母公司股东净利润 474.31 万元，较上年度 343.89 万元，提高 37.93%。扣除非经常性损益归属母公司股东净利润 -144.09 万元，较上年度-571.02 万元，实现减亏。经营活动产生的现金流量净额 11,510.38 万元，较上年度 71.76 万元，大幅度提高。截止报告期末公司总资产为 118,591.33 万元，同比降低 5.02%，归属于母公司的所有者权益 53,223.76 万元。

2、2016 年总体经营工作的回顾

报告期内，面临激烈行业竞争局面和整体经营环境挑战，公司管理层和全体员工按照年初董事会制定的经营计划，秉持“促增长、稳效益、强管理、抓改革”的核心任务，以市场开拓为龙头，以强化内部管理为主线，以调整结构、集中效益为手段，对内加强营销队伍建设，对外积极开拓市场，各项主要经济指标保持基本平稳。但报告期内，国内服装消费终端需求仍未有明显复苏，整个纺织服装行业产能过剩，去库存压力加大，市场竞争激烈，公司主要外贸市场需求增速放缓，导致公司主营纺织服装业务盈利能力仍然较弱。

3、2016 年度公司主要经营情况的讨论与分析

面对复杂市场形势，2016 年公司经营情况保持稳定，公司在市场、产品、管理等方面取得一定进展，管理效能有所提升，经营体系不断完善，经营效益有待进一步提升。

（1）精简优化网点布局，推动营销策略转型

报告期内，公司坚持以营销为主导，以效益为目标，稳定和发展盈利网点，果断撤销亏损网点，在稳固市场的基础上，将更多资源向其他盈利网点集中，2016 年主动撤销亏损、盈利不佳网点 46 家，与此同时科学选址稳步推进网点布局工作，新开网点 10 家，保证了公司在重点城市的品牌影响力，提升了公司的营销效率和经济效益。为迎合互联网时代服装行业的新特征，坚持逐步实现零售、网购和团体订制齐头并进的营销策略。公司依托核心技术优势、管理全要素化优势、人员作风优势和品牌优势，从市场开发与互联网跨界融合的角度出发，从建立适应融合发展的技术体系、标准规范、商业模式和发展规则入手，积极整合线上线下交易资源，开发网销差异化产品，全年网上销售收入较去年提高 29.03%，但由于物流售后管理体系薄弱、区域市场保护和产品种类多样化等因素的限制，线上销售规模及其在主营业务收入中的占比依然较小。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。

（2）产品提质增效升级，推进供给结构创新

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，稳定效益增长。注重以市场为导向，更新设计理念，丰富产品种类，注重系列开发，四大系列的女装销售业绩迅速提高，不断增加优质产品供给，满足更多消费者需求。针对消费市场热点，加快开发、设计和制造，及时推出新产品，

精准设计生产并销售韩国个性时尚西服、西班牙休闲上衣、葡萄牙欧式男女正装和适应澳大利亚海洋气候的长裤等不同风格的产品，赢得消费市场青睐。

2016年，公司适时更新了女装设计理念，更加注重品种搭配和系列开发，推出了多款女装新品，包括真丝、针织连衣裙、衬衣、单上、风衣、毛衫、羽绒服、尼克服、皮草等，品种类型丰富多彩，色彩款式可搭配性更强，有望助推女装销售业绩稳步提升。

（3）强化质量管理，力求品质精益求精

“质量立企”是企业一直秉承的发展理念和核心优势所在，公司积极推行全员质量管理，坚持贯彻执行 ISO9000 质量认证体系，力求通过精准的设计、严格的过程掌控，细致的结构优化，实现产品的精益求精。在日常生产管理过程中，每道工序严格把关，注重生产线的质量监督和检验，在质量控制流程中加入了巡检环节，从细微处紧抓生产现场管理，产品及半成品返修率直线下降。公司今年将工艺、式样书、样衣融为一体的生产工艺流程创新，进一步增强了样衣和定制产品在高端客户群体中的美誉度，公司多年来均未发生重大质量事故。

（4）创新成本管理，实现全要素成本管控的精细化

降成本、补短板，推动集团健康持续长远发展。报告期内，公司完善生产成本管理方式，强化对生产全要素的精细化管理。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、就餐补贴等成本要素，通过调整生产工艺和设备技术改造，全年公司水、电、汽消耗分别比去年同期下降，节能降耗成效显著。另一方面，以充分发挥基层管理团队最大效率为出发点，通过优化生产线班组和人员配比，人均月产值得以明显提升，公司全员劳动生产率得到整体提高。

（5）酒店行业，磁湖山庄面对困难，创新经营，提升服务

2016年，高档酒店行业的经营形势更加严峻，再加上本地同行业竞争日趋恶化，公司磁湖山庄酒店的餐饮、客房和会议、商务接待等业务业绩持续下滑，全年实现营业收入 3,583.24 万元，较去年同比降低 5.55%，利润总额-1588.14 万元，同比实现减亏。

面对不利的市场形势，磁湖山庄以市场需求为导向，积极调整思路，创新经营，将消费群体锁定在商务团队及商务散客上，以弥补政务接待的不饱和状态，采取调低房间价格和用餐标准等一系列措施稳定公务消费，并利用会场优势，推行全员销售拓

展会议市场，开发潜在的商务消费群体。开拓婚宴市场，专门成立婚庆部，负责场地预定又负责婚庆服务，为新人提供婚庆一站式和个性化服务，赢得了更多新人的青睐和信任，也赢得了更大的婚宴市场，2016年，山庄婚宴营收1231.34万元，较去年同期上涨4.53%。开发网络客户资源，在与携程网、艺龙网、去哪儿网等网络公司合作的前提下，积极与阿里旅行的信用平台联系，推促上线，加强了网络平台预订宣传力度，促进了网络订房收入的增加。

在转变经营策略的同时，磁湖山庄还以控制成本为抓手，在提升服务上苦下功夫，在内部管理上巧做文章。为控制成本、节能降耗，积极应对营业收入大幅下滑，经营成本直线上涨的不利局面，山庄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，控制住源头，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，同时为了强化山庄员工服务意识，提升服务品质，山庄将服务准则作为质检的重点工作。

（6）房地产行业，加强项目管控，着眼未来发展

公司房地产项目均采用本公司控股子公司美尔雅房地产公司与其他合作方联合开发的经营模式，本公司占各项目分成比例均不构成控股，且合作方式并不构成持股关系，只是采用与合作方协商参与利润分成的方式进行。现有主要在建项目，分别是团城山开发区三九制药厂片地块，成立了美尔雅新西兰国际花园项目部；团城山经济开发区杭州路延伸路西南侧地段美尔雅女装基地地块，组建美尔雅美鑫·锦绣华庭项目部；黄金山生活小区商住用地，组建美尔雅美地金城项目部。公司按内部控制制度的要求，积极指导美尔雅房地产公司在项目合同拟定、风险控制、资金使用、印鉴管理、项目运营等方面，开展项目管理和风险控制工作。

根据美尔雅房地产公司业务发展的需要，公司以现金增资4000万元，拟将其资质由现在的三级资质提升到一级资质，有助于房地产公司拓展本地区区域外业务，有利于加快房地产公司相关项目的运作，并优化房地产公司的财务结构，提高抗风险能力。

（7）报告期内，公司参股的美尔雅期货公司是谋求向非银金融机构转型的一年。2016年期货市场大事件层出不穷，市场风险大增，监管措施接连出台，期货市场创新业务也受到监管收紧的影响。美尔雅期货公司经历了严峻的考验，在互联网金融、品牌建设、区域拓展等方面取得了不错的成绩，实现净利润4969.37万元，达到近年来的最高值。

在经纪业务上，期货公司依托当地优势，找准定位，积极拓展市场加快布局，通过营业部的轻型化和实施全员销售，提升了收入消减了成本。在研发服务上，期货公司紧抓专业人才梯队建设，同时积极整合内外部资源，服务大客户能力进一步增强。在资管业务上，期货公司积极应对资管新规，稳扎稳打拓展渠道，积累优秀投顾，构建资管大平台。在互联网金融上，期货公司抢占行业先机，推出业内第一款网上开户移动交易终端“小美金融APP”，良好的线上线下体验，客户好评不断，在业内引起巨大的反响。“美期大研究”微信公众号也已上线，专业信息可以直达客户。传统媒体和会议营销等多方面的宣传巩固了产业关系渠道，深化了期货公司的品牌形象和知名度。在风险控制上，期货公司通过在推行移动办公，精简流程，提升信息流转效率，建立营业部分类评级制度和考核指标，指导营业部规范发展，在全年市场大幅波动下，实现了风控零问题，保障了各项业务的正常开展和客户的权益。

主营业务分析

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	434,337,009.00	470,953,799.24	-7.78
营业成本	244,430,720.56	256,722,452.69	-4.79
销售费用	111,141,721.19	106,896,144.25	3.97
管理费用	58,197,116.73	55,131,479.93	5.56
财务费用	16,407,349.10	15,944,931.24	2.90
经营活动产生的现金流量净额	115,103,805.78	717,619.05	15,939.68
投资活动产生的现金流量净额	-45,541,089.18	41,100,187.91	-210.81
筹资活动产生的现金流量净额	-75,329,471.30	-31,164,845.18	不适用

(1). 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	384,791,921.73	228,916,098.29	40.51	-5.05	-1.61	减少 2.08 个百分点
酒店	34,955,260.28	13,429,486.37	61.58	-3.03	-3.60	增加 0.23 个百分点

职工集资房	2,721,264.10	2,147,141.24	21.10	-79.43	-78.23	减少 4.34 个百分点
小计	422,468,446.11	244,492,725.90	42.13	-7.05	-4.66	减少 1.45 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	214,028,121.21	99,648,352.36	53.44	-6.94	-8.80	增加 0.95 个百分点
品牌女装	76,674,138.86	37,541,703.25	51.04	-7.88	19.99	减少 11.37 个百分点
出口加工类	94,089,661.66	91,726,042.68	2.51	2.24	-0.41	增加 2.60 个百分点
酒店	34,955,260.28	13,429,486.37	61.58	-3.03	-3.60	增加 0.23 个百分点
职工集资房	2,721,264.10	2,147,141.24	21.10	-79.43	-78.23	减少 4.34 个百分点
小计	422,468,446.11	244,492,725.90	42.13	-7.0	-4.66	减少 1.45 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	328,378,784.45	152,766,683.22	53.48	-9.41	-7.05	减少 1.18 个百分点
国际	94,089,661.66	91,726,042.68	2.51	2.24	-0.41	增加 2.60 个百分点
小计	422,468,446.11	244,492,725.90	42.13	-7.05	-4.6%	减少 1.45 个百分点

(2). 产销量情况分析表

适用 不适用

主要产品	生产量 (件/套)	销售量 (件/套)	库存量 (件/套)	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	1,553,544.00	1,738,782.00	1,050,532.00	-15.36	1.78	0.30
美尔雅品牌女装	523,870.00	522,686.00	339,012.00	0.76	1.82	20.72
合计	2,077,414.00	2,261,468.00	1,389,544.00	-11.80	1.79	4.62

(3) 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	228,916,098.29	92.25	232,657,454.03	90.63	-1.61	
酒店	营业成本	13,429,486.37	5.41	13,930,844.08	5.43	-3.60	
职工集资房	营业成本	2,147,141.24	0.87	9,863,823.30	3.84	-78.23	
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	99,648,352.36	40.16	109,269,217.84	42.56	-8.80	
品牌女装	营业成本	37,541,703.25	15.13	31,286,371.28	12.19	19.99	
出口加工类	营业成本	91,726,042.68	36.96	92,101,864.91	35.88	-0.41	
酒店	营业成本	13,429,486.37	5.41	13,930,844.08	5.43	-3.60	
职工集资房	营业成本	2,147,141.24	0.87	9,863,823.30	3.84	-78.23	

(4) 费用

单位：元

项目	2016 年度	2015 年度	变动比例(%)	变化原因说明
销售费用	111,441,721.19	106,896,144.25	4.25%	主要是：1、由于社保基数等用工成本逐年上升，本期工薪及福利费较上年同期增加 310 万元；2、由于市场竞争激烈，商场促销活动增加致商场费用较上年同期增 106 万元。
管理费用	58,197,116.73	55,131,479.93	5.56%	影响较小。
财务费用	16,407,349.10	15,944,931.24	2.90%	主要是汇兑收益本期较上年同期减少所致。

(5) 现金流

√适用 □ 不适用

单位：元

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)	变动说明
经营活动产生的现金流量净额	115,103,805.78	717,619.05	15,939.68	主要：1、原料采购等支出较上年同期减少 5900 万元； 2、收到湖北美尔雅集团有限公司往来款 7550 万元； 3、由于社保基数等用工成本逐年上升，本期支付给职工以及为职工支付的现金较上年同期增加 1400 万元。
投资活动产生的现金流量净额	-45,541,089.18	41,100,187.91	-210.81	主要是：1、投资活动产生的现金流量净流入较上年同期减少 1823 万元，其中上年收回委贷 500 万元、拆借利息 323 万元、山南项目政府补贴 1000 万元，本期无； 2、投资活动产生的现金流量净流出较上年同期增加 6369 万元，其中：购买理财产品较上年增加 7000 万元，购买固定资产、无形资产和其他长期资产较上年同期减少 631 万元。
筹资活动产生的现金流量净额	-75,329,471.30	-31,164,845.18	不适用	公司还归银行借款较上年同期增加所致。
汇率变动对现金的影响	1,163,731.46	3,428,580.54	-66.06	主要是日元汇率变动所致。

(6) 资产及负债状况

单位：元

项目名称	本期期末数	本期期末数占总资产的比例(%)	上期期末数	上期期末数占总资产的比例(%)	本期期末金额较上期期末变动比例(%)	变动情况说明
货币资金	140,684,945.07	11.86	205,287,968.31	16.44	-31.47	主要是公司根据经营需要归还银行借款及购买理财产品所致。
其他流动资产	162,070,801.53	13.67	119,710,094.67	9.59	35.39	主要是公司购买理财产品增加所致。
长期待摊费用	24,324,418.06	2.05	36,538,043.17	2.93	-33.43	本期摊销所致。
其他非流动资产	2,356,197.00	0.20	8,254,180.80	0.66	-71.45	主要是前期预付土地款转无形资产所致。
短期借款	185,000,000.00	15.60	269,500,000.00	21.58	-31.35	公司根据经营需要归还银行借款所致。
预收账款	26,202,929.08	2.21	40,726,127.44	3.26	-35.66	公司上年预收货款本期确认收入所致。
其他应付款	182,878,106.16	15.42	111,677,619.37	8.94	63.76	主要是对美尔雅集团公司往来款增加所致。
其他流动负债	0	0	8,857,290.02	0.71	不适用	期末应付美尔雅集团公司往来款重分类到其他应付款所致
长期借款	62,222,000.00	5.25	93,333,200.00	7.47	-33.33	归还银行借款所致。

4 导致暂停上市的原因

适用 不适用

5 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

6 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

7 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

8 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

截至报告期末，纳入合并财务报表范围的子公司共计 7 家，详见本附注（九）1。

本报告期合并财务报表范围变化情况详见本附注（八）。

湖北美尔雅股份有限公司

董事长：李轩

董事会批准报送日期：2017 年 4 月 26 日