

湖北美尔雅股份有限公司

2024 年度董事会工作报告

2024 年，公司董事会严格履行了公司章程赋予的权利，对公司重大事项进行了审议，对公司法人治理结构进行了规范，一年来较好地履行了信息披露义务，发挥了董事会的决策作用，现将公司 2024 年的经营运行情况和 2025 年的经营计划及措施报告如下：

一、董事会日常工作情况

（一）报告期内董事会的会议情况及决议内容

2024 年度，公司共召开 4 次董事会，会议情况和决议内容如下：

会议届次	召开日期	会议决议
第十二届董事会 第十二次会议	2024-04-28	1. 《2023 年度总经理工作报告》 2. 《2023 年度董事会工作报告》 3. 《2023 年年度报告及报告摘要》 4. 《2023 年度财务决算报告》 5. 《关于 2023 年度利润分配及资本公积金转增股本的议案》 6. 《关于续聘 2024 年度审计机构的议案》 7. 《2023 年度内部控制评价报告》 8. 《董事会审计委员会 2023 年度履职情况总结报告》 9. 《董事会审计委员会对会计师事务所履行监督职责情况的报告》 10. 《关于会计师事务所 2023 年度履职情况的评估报告》 11. 《董事会对独立董事独立性自查情况的专项意见》 12. 《关于补充确认关联交易执行及预计 2024 年关联交易的议案》 13. 《关于 2024 年度使用自有资金购买理财产品的议案》 14. 《关于 2024 年度向银行申请综合授信额度的议案》 15. 《关于计提减值准备的议案》 16. 《关于会计差错更正的议案》 17. 《2024 年第一季度报告》 18. 《信息披露管理制度》 19. 《总经理工作细则》 20. 《重大信息内部报告制度》 21. 《关于召开 2023 年年度股东大会的议案》
第十二届董事会 第十三次会议	2024 年 8 月 12 日	1. 《关于实际控制人增持计划延期的议案》 2. 《关于召开 2024 年第二次临时股东大会的议案》
第十二届董事会 第十四次会议	2024 年 8 月 28 日	1. 《2024 年半年度报告》
第十二届董事会	2024 年 10	1. 《2024 年第三季度报告》

第十五次会议	月 29 日	
--------	--------	--

决议刊登的信息披露报纸为：《中国证券报》、《上海证券报》和《证券时报》。

（二）董事会对股东大会决议的执行情况

报告期内公司董事会根据《公司法》和《公司章程》以及有关法律法规的要求，严格执行了股东大会的各项决议。2024 年公司召开了一次年度股东大会和两次临时股东大会，公司董事会均按照每次大会决议及授权，认真执行各项决议。

（三）信息披露的执行情况

2024 年，公司全年共发布临时公告 52 份，其中定期公告 6 份。相关信息披露事项均按照法律、法规的要求及时、准确、完整的进行了发布，信息披露质量较高。

二、2024 年度公司主要经营情况的讨论与分析

2024 年，公司紧密围绕年度工作目标，扎实推进技术创新，持续加强生产、销售的精细化管理，严格产品质量控制并实施了一系列创新、改革和挖掘增效的措施，公司运营整体保持稳定。

1、服装业务

国内公司服装业务包括生产加工和销售，涉及品牌男装、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。“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。

公司国内营销渠道主要包括零售、团购定制和网购等，通过数据、场景与资源的整合，形成覆盖不同消费场景与客户群体的模式。零售以直营店、加盟店、商场专柜为主，通过直达消费者，满足即时购买需求，是公司品牌形象展示的重要窗口；团购主要包括对外承接各式品牌服装的团体加工、订制业务，为金融、电力、电信、政府机构、学校及其他企事业单位提供定制的商务职业装，主要受到宏观经济走势和企事业单位客户收入变动等因素的影响；网购主要通过京东、天猫、抖音等渠道销售与实体店差异化的品类为主，对公司的线下营销网络起到了一定的完善作用。

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，依托公司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海外一般贸易市场，以调整和丰富公司的产品和市场结构。

公司持续加强对电商新模式、新渠道的研究，努力提升线上渠道覆盖率和市场占有率；国内市场各业务单元围绕业务定位，以客户需求为导向，拓展业务领域，调整产品结构，强化应用技术服务、方案营销和战略合作，推进大客户深度服务与长尾市场覆盖互补；国际市场把握供应链弹性布局与区域市场精耕，以此确保业务的稳定。通过组织、数据、供应链的底层能力建设，最终实现从“规模扩张”到“质量增长”的范式升级。

2、药店连锁业务

公司根据区域聚焦的发展策略，全面提升组织效能，进一步强化门店精益化运营管理。公司连锁药店主要向顾客销售药品、医疗器械、保健品等，业务模式为通过规模化的商品采购、仓储物流及连锁门店网络，实现终端销售。公司在青海西宁通过拓展门店区域布局，深耕西北，专注区域化发展。通过在区域市场进行合理布局，结合良好的品牌形象、门店的专业化服务和规范运营，以及不断优化商品组合和成熟的会员管理体系，持续提升顾客的满意度和回头率，门店数及销售额居当地医药零售前列。

三、关于公司未来发展的讨论与分析

（一）发展战略

公司以市场为导向，围绕强化品牌建设和产业转型升级两大主题，继续坚持实施“质量立企、科技强企、品牌兴企”的发展战略。一方面，强化技术创新，完善和创新营销模式，深化品牌建设，合理调整产业布局，逐步实现生产布局规模化、工艺高新化、产品高端化、产业服务化、生产智能化，增加产品附加值，巩固市场美誉度，提高市场占有率，提升企业核心竞争力。另一方面，通过强化公司治理、创新商业模式来构建新的发展战略格局，通过多种方式整合市场资源，努力寻找及培育新优势，增加发展新动能，加快推动公司战略转型，以提升公司抗风险能力以及后续发展潜力。

（二）经营计划

在新的一年里，公司的总体经营目标仍是营业收入保持稳定增长，改善盈利能力水平。该经营目标存在不确定性，公司将根据宏观经济环境和市场发展趋势对经营目标进行适当的调整，该目标不构成对公司的业绩保证。

公司将继续坚持长期发展战略，综合考虑市场形势，不断提升公司产品的市场竞争力和公司的核心竞争力；加强市场推广和客户拓展，积极挖掘新的市场机会，提高公司市场销售规模；不断加强公司经营管理水平和人才队伍建设，对员工进行多种方式的激励。

一是要进一步改变发展观，坚持发展要更务实、更稳健，做优、做强、再做大。进一步回归产业本质，更关注效率效益的提高和适应性的变化，注重精益化

管理，走专精特新之路，不断锻造韧性。

二是要提升综合能力，要把科技、时尚、绿色更深入地内化到企业的运营之中，全面提升科技创新力，文化创造力和可持续发展的能力。积极消化吸收新技术，进而推动敏捷柔性能力、组织协调能力和价值创造能力的提升，从而带来企业的转型、蜕变和再造。

公司将通过业务突破、市场深耕、组织激活三大引擎，推动公司从“规模增长”向“价值增长”转型；坚持以客户为中心，确保战略目标扎实落地，为股东、员工及社会创造可持续价值。

2025 年，我们将紧紧围绕今年的工作目标，在各位股东和社会各界的大力支持下，团结一心，努力拼搏，攻坚克难，努力提升经营业绩，实现年度既定目标任务。

湖北美尔雅股份有限公司董事会

2025 年 4 月 28 日