

2023

Financial Report

Jan-Dec



CONTENT

目录

- 年度重点工作
- 财务数据分析
- 面临主要问题
- 未来发展规划



01

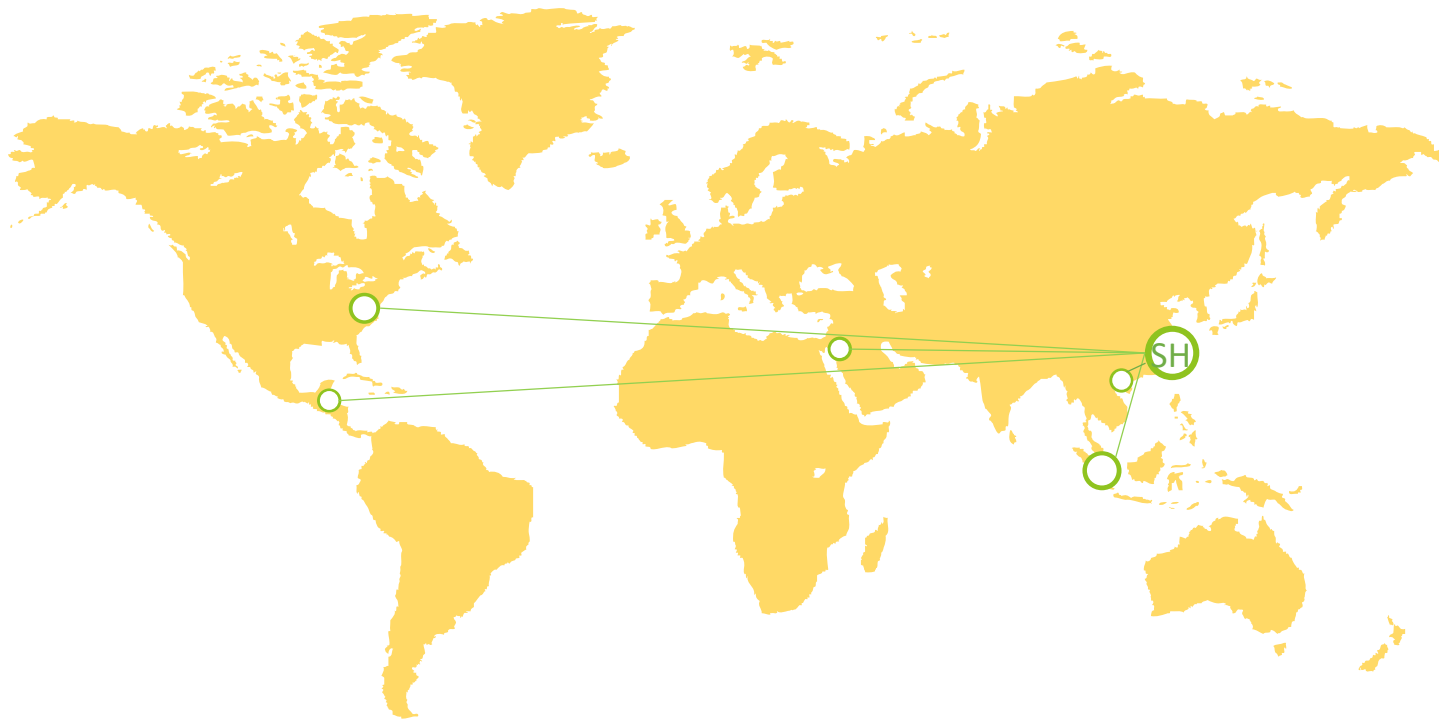
年度重点工作

Annual Key Work





年度重点工作



稳定

集团总部财务中心位于上海



管控

集权制和非集权制



责任

所有分公司对Captain负责



年度重点工作



About our bussiness

公司业务以服装贸易为核心，从易货贸易模式起步，逐渐增加了委外加工模式，电子商务模式等

30%

易货贸易
(2008)

60%

委外加工
(2019)

10%

电子商务
(2022)



年度重点工作



ABOUT B-Corp

B-Corp 认证

配合认证小组提供相关数据并最终通过B-Corp认证！

认证过程中涉及财务的全部数据，如本地费用占比，物流成本占比，人员工资明细占比、业务收入成本等，大部分数据是间接数据，需要根据认证要求筛选出相关数据并对其进行分类整合。



年度重点工作



会计/审计

日常的会计记账·内审外审等



财报/申报

纳税申报·出具财报等



收款/付款

收客人货款·支付供应商货款费用等



审单/归档

单据审核·凭证归档等





年度重点工作

税务

不管在哪个国家/城市，及时足额缴
税都是财务部门的最重要工作之一



上海



香港



阜阳



美国



新加坡



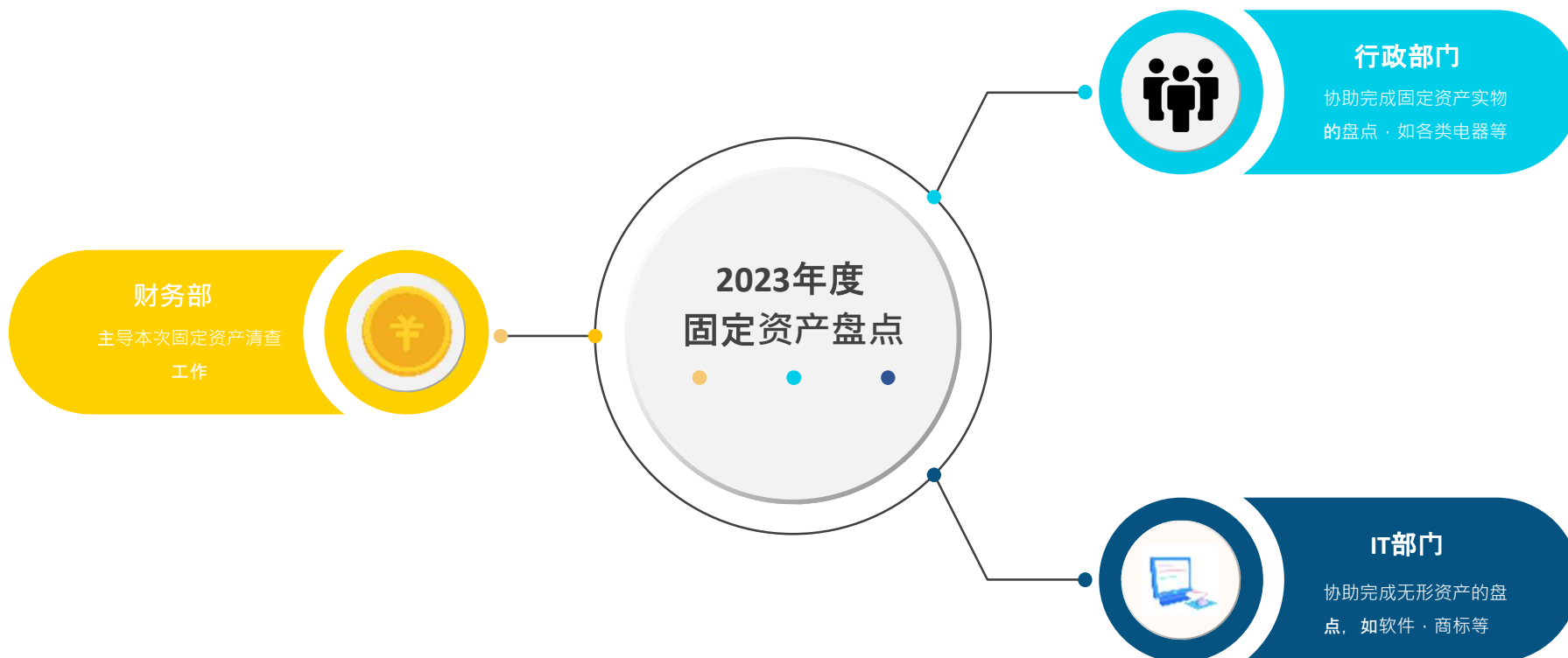
伯利兹





年度重点工作

开展多部门参与的固定资产清查工作





年度重点工作

开展多部门参与的固定资产清查工作

01.

确定固定资产的实际情况

请通过清查固定资产，了解企业目前拥有哪些固定资产、数量、规格、品种、使用状况等情况，从而为企业的资产管理提供准确的数据基础。



03.

确定固定资产的价值

通过清查固定资产，可以确定固定资产的实际价值，为企业的财务报表编制提供准确的数据基础，有助于企业的财务管理和决策。



02.

防止固定资产流失

通过清查固定资产，及时发现固定资产的流失情况，防止固定资产被盗、损坏或者遗失，保护企业的财产安全，达到降本增效



04.

为固定资产的折旧计提提供依据

通过清查固定资产，可以确定固定资产的使用寿命、残值、折旧方法等重要信息，为企业的固定资产折旧计提提供依据。





年度重点工作

数电票知识普及 IMPORTANT

我国自2021年起开始试点推行全面数字化的电子发票，至2023年年末实现中国大陆地区数电票全覆盖，意味着数电票全面替代纸质发票的日子正式到来，为了能让大家更好地适应新的环境，充分了解数电票，财务部对公司进行了大量的数电票知识普及。

[Read More](#)



数电票定义

与纸质发票具有同等法律效力的全新发票，不以纸质形式存在、不用介质支撑、无须申请领用、发票验旧及申请增版增量。

数电票特点

纸质发票的票面信息全面数字化，多个票种集成归并为电子发票单一票种，全国统一赋码、开具金额总额度管理、自动流转交付。“数电票”无需申领，不用税控盘、UKEY等常用介质，但与纸质发票具有同等法律效力，既能有效防范发票造假，也极大提高了发票的便利性。

数电票格式

以数电票的PDF、OFD格式文件的纸质打印件作为报销入账归档依据的，必须同时保存数电票含有数字签名的XML格式电子文件



年度重点工作

推行ERP系统



STEP 01

参加ERP调研工
作提供调研资料

1



STEP 02

向ERP开发人员提
出具体要求，构建
财务逻辑关系

2



STEP 03

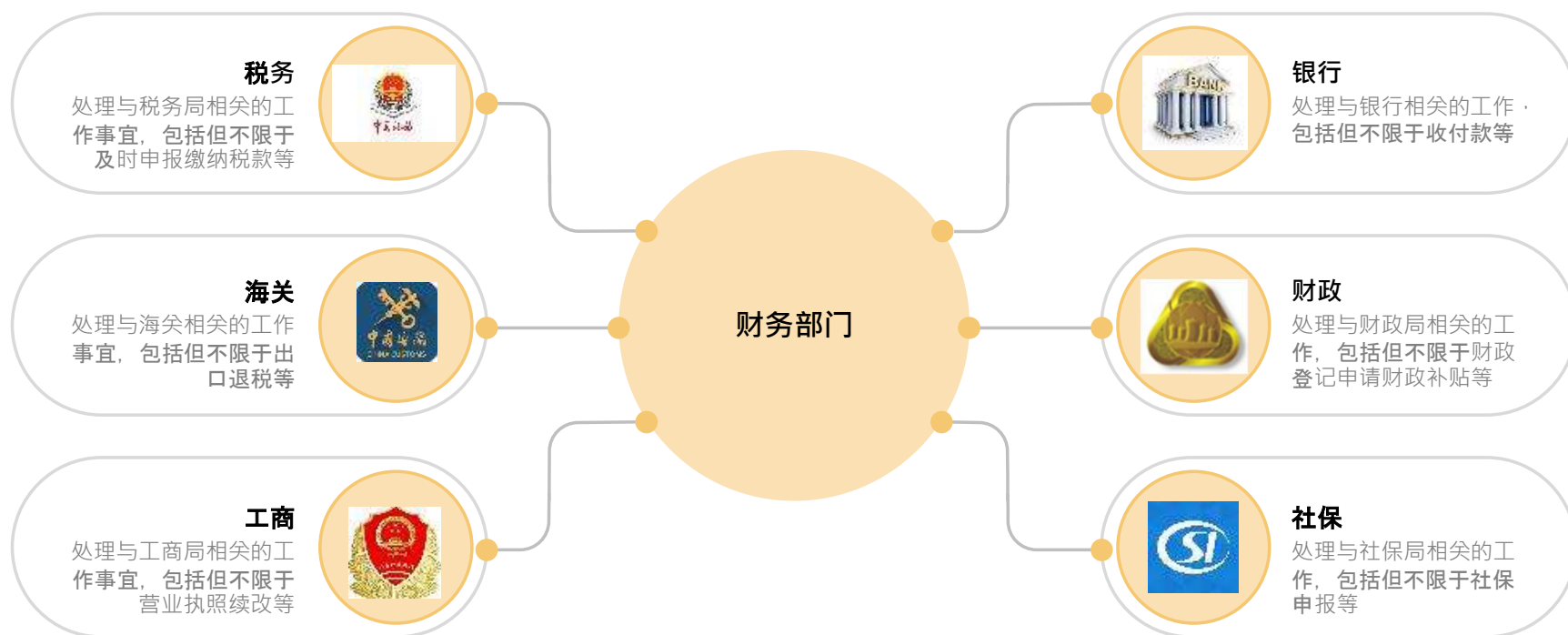
试用ERP系统，
并提出修改意见

3



年度重点工作

对外工作





年度重点工作

贷款

在资金不充裕的时候，为了防止资金链断裂，通过贷款等融资手段帮助企业度过难关。

保理

通过购买保理产品等金融手段，提前收款或委托收款，减少客户款项收不回来等风险。

保险

通过购买商保，海运险等保险产品，减少因人身意外，运输意外，客户破产等风险造成的损失。



02

财务数据分析

Chinese companies will no longer remain in the hard stage and they are also promoting a culture Chinese companies will no longer remain in the hard stage and they are also wang ling yan a culture

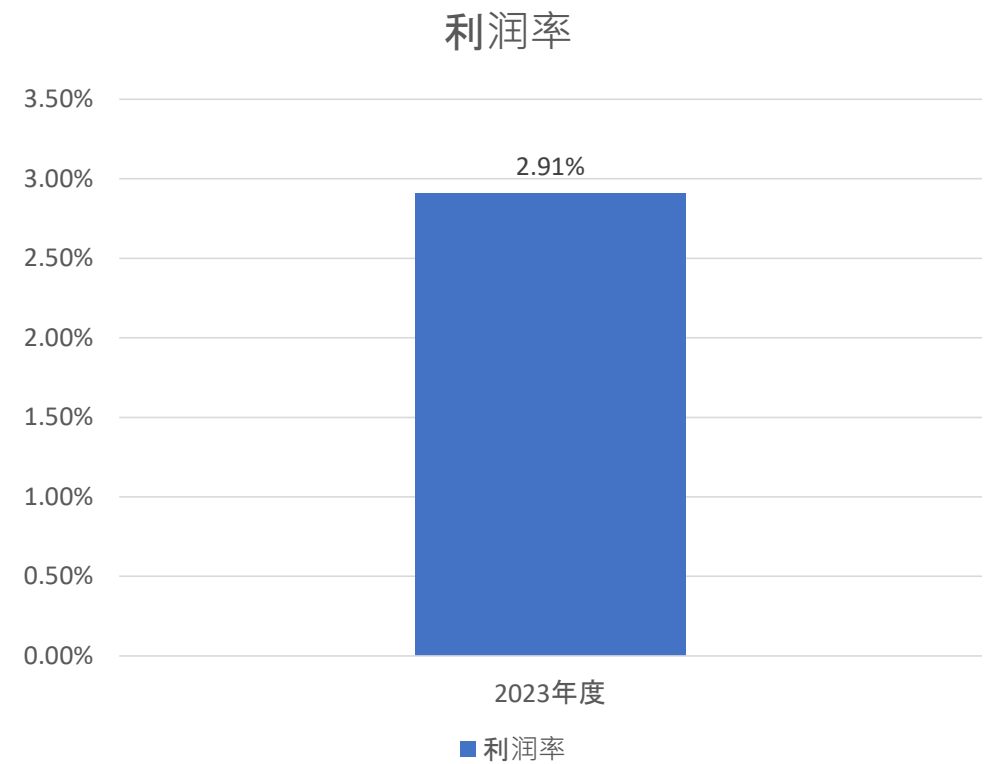




财务数据分析



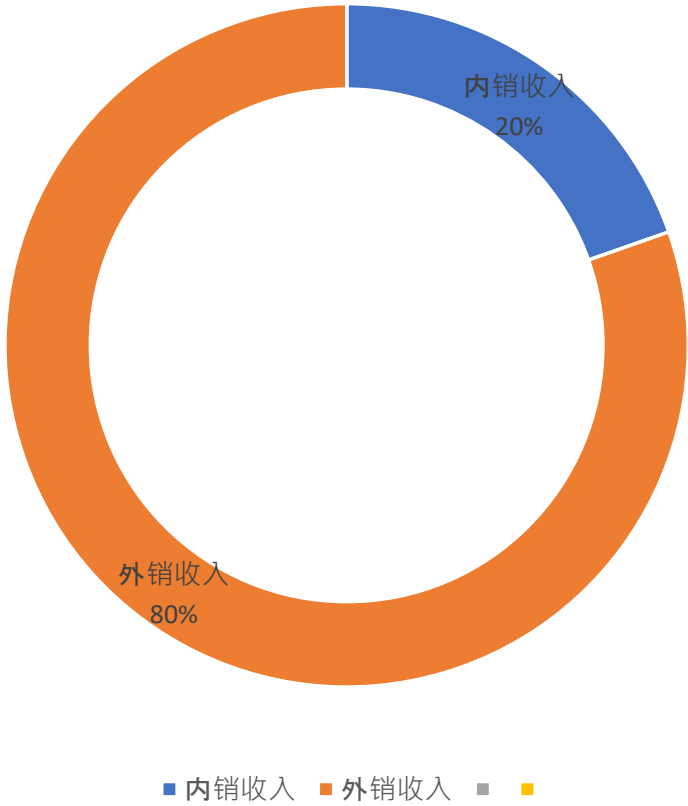
利润率	
2023年度	2.91%





财务数据分析

营业收入



营业收入	
内销收入	¥ 37380510.90
外销收入	¥ 153220883.16
年度总收入	¥ 190601394.06

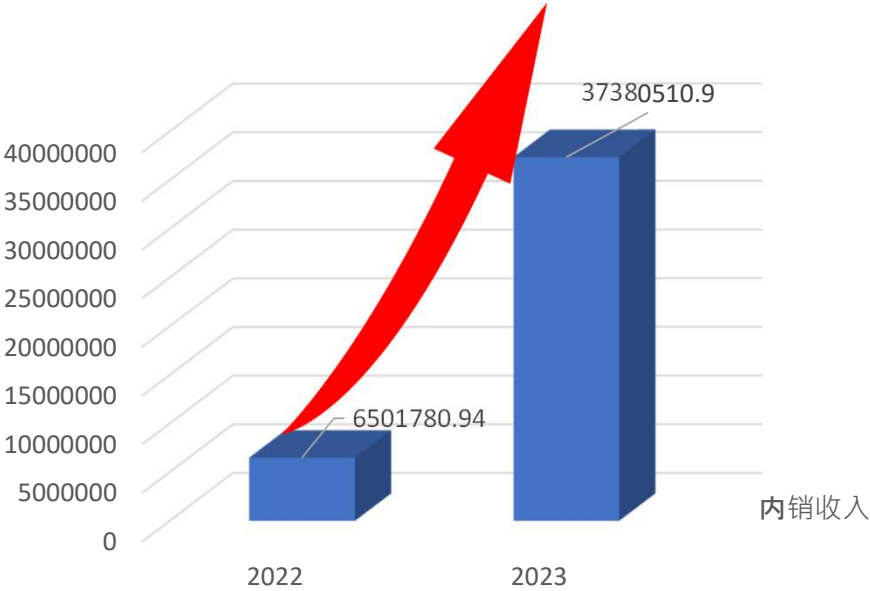
分析

公司2023年度总收入为RMB190601394.06，其中内销收入为37380510.90，占比20%左右，外销收入为37380510.90，占比80%，说明公司还是以外销收入为主，但是我们也应该同时看到内销收入在2023年度有了很大的增长。



财务数据分析

内销收入



■ 内销收入

内销收入

2022年度内销收入	¥ 6501780.54
2023年度内销收入	¥ 37380510.90
年度同比增长率	474.92%

分析

公司2022年度内销收入为RMB6501780.54，其中内销收入为37380510.90，同比增长474.92%，同时内销收入占总收入的比例也由3.2%上升到20%，说明公司内外兼修的经营策略取得了阶段性的成功。



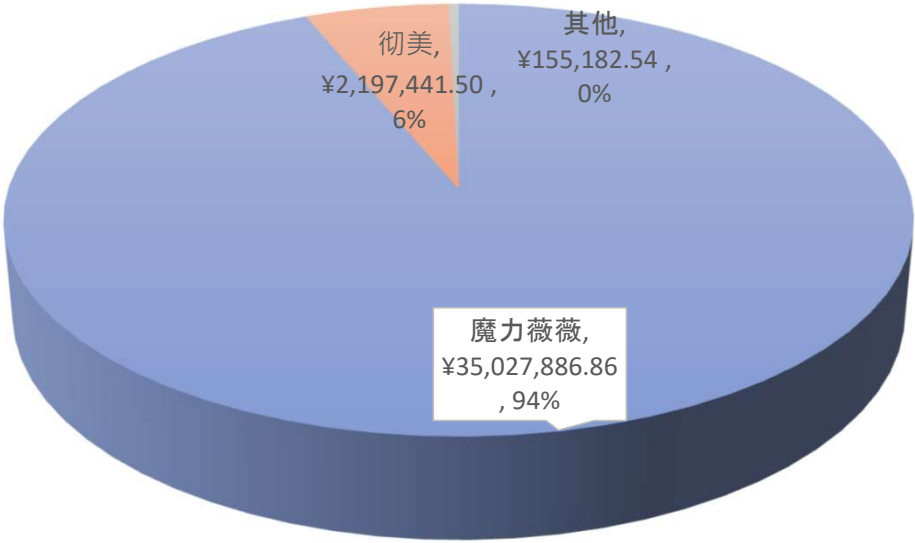
财务数据分析

内销收入明细	
魔力薇薇	¥ 35027886.86
彻美	¥ 2197441.5
其他	¥ 155182.54

分析

公司2023年内销最大的客人·魔力薇薇当仁不让·年度实现收入高达RMB3500万，占当年内销收入的94%，是第二名客人的收入16倍，该客人也是让公司年度内销收入远超去年的主要推动力。

内销收入



■ 魔力薇薇 ■ 彻美 ■ 其他



财务数据分析

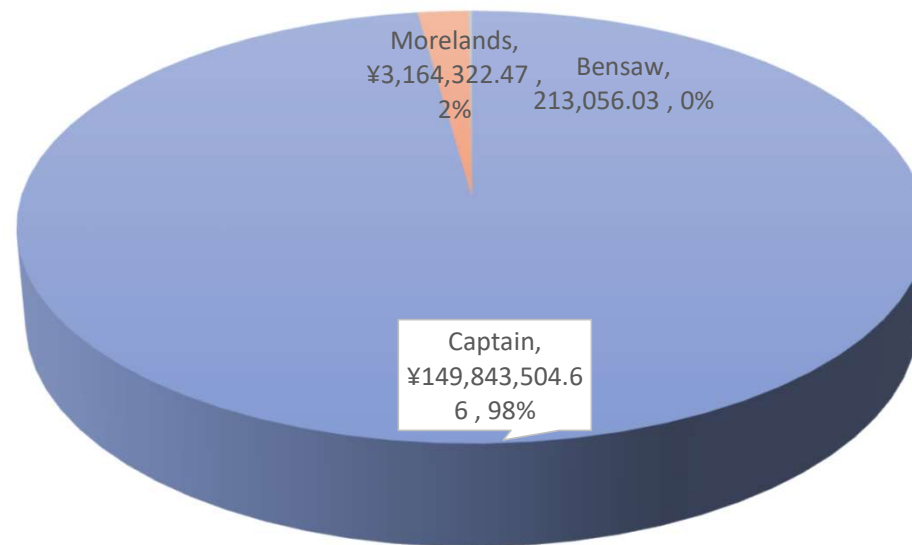
内销收入明细

Captain	¥ 149843504.66
Morelands	¥ 3164322.47
Bensaw	¥ 213056.03

分析

和内销收入相似，外销收入的客人也是一家独大，Captain的外销收入高达RMB149843504.66,约合美金2000万左右，占总外销收入的98%。

内销收入



■ Captain ■ Morelands ■ Bensaw



财务数据分析



Strength

优势

相比去年，公司今年内销收入大幅提升，对公司保持收入规模不变起了非常重要的作用，改变了公司以前只靠外销“一条腿走路”的格局



Weaknesses

劣势

内销收入较之外销收入仍有很大的差距，现在还未真正达到内外兼修，内销外销“两手抓两手都要硬”的目标



Opportunities

机会

我国是个有着14亿人口的大国，国民的购买力不弱，中国国内的巨大服装市场就是我们最大的机会，我们要继续在这个全球最大的市场深耕



Threats

挑战

不管是内销还是外销，我们都面临着收入主要都靠某一个客户的问题，鸡蛋不能都放在一个篮子里是基本的风险分散策略，还需要继续挖掘更多的新客人

03

面临主要问题

Chinese companies will no longer remain in the hard stage and they are also promoting a culture Chinese companies will no longer remain in the hard stage and they are also wang ling yan a culture





面临主要问题



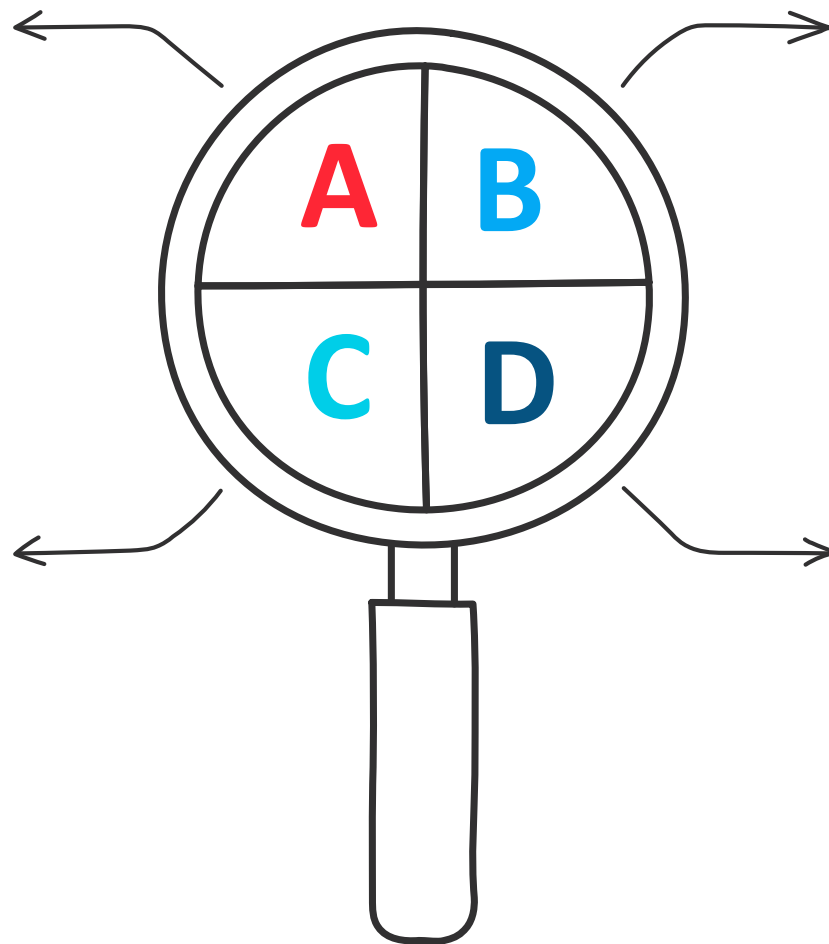
欧美经济萧条需求锐减

俄乌冲突，巴以冲突席卷全球，美联储不断加息造成美元回流，欧美社会通货膨胀居高不下，欧美经济下滑，种种原因造成外贸订单锐减



红海危机

海运是外贸企业最常用的运输方式，但巴以冲突外溢造成的红海危机，导致货轮绕道好望角，造成海运费用飙升，海运时间加倍



中美贸易摩擦

中美贸易摩擦频频，美国对中国挥舞着关税大棒，在各个领域打压中国，造成公司的成本上升，利润下降



国内出口贸易竞争激烈

随着欧美等主要外贸市场的萎缩，国内出口贸易竞争越发激烈，价格战愈演愈烈，公司利润率下降

04

未来发展规划

Chinese companies will no longer remain in the hard stage and they are also promoting
a culture Chinese companies will no longer remain
in the hard stage and they are also wang ling yan a culture

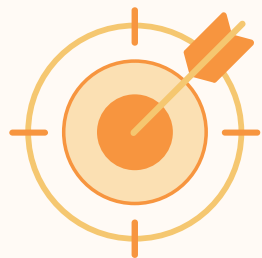




未来发展规划

“

先定一个小目标



拓展业务-电商业务

-2024年内销计划

RMB50,000,000



海外订单增加-开发新客人·多接大单

-2024年外销计划

订单量较去年增长20%-50%



业务模式拓展新方式新渠道

-2024年加强供应商强强合作

-2024年开发供应商·保质降本



未来发展规划

2024年中国服装外贸企业的前景将取决于全球经济复苏情况、贸易政策走向、供应链稳定性、市场需求变化以及企业自身的应对策略。尽管面临诸多挑战，但在全球消费需求回升、数字化转型和区域贸易协定的推动下，仍有较大的发展空间。企业需要积极应对外部环境变化，持续开拓国外市场的同时，也积极拓展国内市场，提升自身竞争力，以抓住市场机遇，再创佳绩！





THANK
YOU

谢谢