

江苏联发纺织股份有限公司

2024 年度董事会工作报告

一、公司总体经营情况分析

2024 年，公司实现营业收入 417,879.54 万元，同比下降 1.93%；实现营业利润 22,988.65 万元，同比增长 16.29%；实现净利润 20,527.05 万元，同比增长 39.11%。

报告期内，公司主营业务及其结构、主营业务盈利能力未发生重大变化。公司主营业务市场、主营业务成本结构未发生重大变化。具体情况详见公司《2024 年年度报告》。

二、董事会日常工作情况

2024 年度，公司共召开 4 次董事会，议案全部执行完成。

2024 年度，公司董事会主持召开了 2 次股东大会，对于股东大会形成的各项决议，董事会认真贯彻落实，确保各项议案得到充分执行，以保证所有股东的合法权益。

2024 年度，公司独立董事在涉及公司重大事项方面均充分表达意见，充分发挥了独立董事作用，为董事会的科学决策提供了有效保障。具体请见 2024 年度独立董事述职报告。

2024 年度，董事会各专门委员会根据政策要求与制度规范，认真履职，充分发挥了专业优势和职能作用，为董事会决策提供了良好的支持。

三、2025 年经营发展展望

（一）行业竞争格局和发展趋势

中国纺织行业是服务全球发展的中坚力量，在世界纺织版图中的枢纽地位、辐射范围、外溢效应持续强化，虽外部形势高度复杂，但纺织行业总体上仍处于机遇与挑战并存的战略机遇期。

一方面，全球经济和终端消费增长乏力，贸易摩擦风险频发，国际纺织供应链布局深度调整，各种不确定不稳定因素仍然较多；国内有效需求不足，市场竞争加剧，企业经营压力较大等困难挑战也仍有赖于行业通过深化供给侧改革和推动高质量发展予以化解。另一方面，在我国宏观经济基本面长期向好，超大规模

内需市场“压舱石”作用释放，宏观存量增量政策协同发力，为纺织行业加快升级发展提供稳定基石，行业坚守“科技、时尚、绿色、健康”的产业新定位，持续优化产业结构，加快培育新质生产力，扎实推进行业现代化产业体系建设和高质量发展。

（二）公司发展战略

一是持之以恒，打造百年企业：以客户为中心，追求极致的产品与服务，不以短期利润最大化作为唯一目标，要有战略眼光和思维，追求企业长期持续发展。

二是规范管理，打造优秀制造商：市场可以没有联发，但联发不能没有市场，要想赢得市场客户的认可，必须要在交期、质量、数量、服务和价格上有竞争力，才能生存。要以行业内标杆企业为榜样，向优秀制造商看齐。

三是着眼未来，建设智能化工厂：通过自动化的改造、MES 系统的应用及 ERP 的改进升级等措施，推动企业由传统管理向现代企业管理转变。

四是以人为本，建设幸福家园：打造联发的“家文化”，树立企业是事业共同体、命运共同体和利益共同体，实现员工个人价值与企业发展的双赢。

（三）经营计划（该计划不构成公司的承诺）

1、推进营销管理体系改革，调整和完善营销组织架构，形成内外循环两大营销体系，加大传统服装产业链内销市场和“一带一路”新市场的拓展；

2、强化应用已建立的计划、技术、设备管理系统，通过对工序的智能化、数字化改造，全面提升装备水平，提高生产效能；

3、坚持技术创新，支撑产品转型升级。完善公司三级创新机制，力争产业化一批有技术门槛和联发特色的产品，储备一批国内、国际领先的新工艺、新技术，调整产品结构，提高产品附加值；

4、深耕人力资源管理，完善人才培养机制，强化激励机制，推行高效高薪，激发组织活力，赋能联发高质量发展动力。

（四）风险及风险应对措施

1、经济环境影响：当前国际市场需求复苏动能偏弱，欧美等发达经济体补库存周期进入尾声，叠加地缘政治冲突、贸易保护主义等不稳定不确定因素，未来公司仍然面临国际贸易政策和市场格局变化的挑战，公司将坚持既定的战略方针，调整国内外产业定位和产品结构，持续布局全球产能。

2、原材料价格波动：公司生产主要原材料为棉花和动力煤，其价格受市场

供需、气候、政策、汇率、配额等诸多因素的影响。公司为了规避原材料价格波动对公司生产销售造成的不利影响，控制经营风险，一是借助期货市场的价格发现、风险对冲功能，利用套期保值工具规避市场价格波动风险，保证公司经营业绩的稳定性和可持续性；二是深入研究全球棉花市场动态，合理制定采购策略。

3、汇率波动：公司出口业务占比较大，结算主要以美元计价，近年来人民币汇率波动日趋常态化，弹性不断增强，汇率波动对公司经营业绩会造成一定的影响。公司为降低汇率波动带来的影响，一是密切关注国际金融市场动态和外汇市场走势，适度开展外汇套期保值业务，运用远期结售汇、远期外汇买卖等金融衍生产品规避汇率风险；二是通过合理安排结算期、结算币种以及大力推动跨境人民币结算等多种方式规避汇率风险。

江苏联发纺织股份有限公司董事会

二〇二五年四月二十五日