

江苏联发纺织股份有限公司

2025 年度董事会工作报告

一、公司总体经营情况分析

2025 年，公司实现营业收入 401,889.36 万元，同比下降 3.83%；实现营业利润 36,834.56 万元，同比增长 60.23%；实现净利润 30,501.1 万元，同比增长 48.59%。

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《2025 年年度报告》。

二、董事会日常工作情况

2025 年度，公司共召开 6 次董事会，议案全部执行完成。

2025 年度，公司董事会主持召开了 3 次股东会，对于股东会形成的各项决议，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。

2025 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 2025 年度独立董事述职报告。

2025 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、2026 年经营发展展望

（一）行业格局和趋势

在全球局势复杂多变、供强需弱的现实挑战下，纺织行业顶住压力前行，整体呈现出稳中向好的态势。虽然国际经贸环境依旧严峻复杂，短期内纺织服装出口仍遭遇多重压力与挑战，但我国纺织行业凭借完善的产业体系优势、全球领先的创新能力和高效协同的供应链网络，在国际市场中依然拥有坚实的长期竞争优势。

面对新阶段，纺织行业坚持“科技、时尚、绿色、健康”的时代方向，坚定推进高质量发展，加速构建现代化产业体系，以资源优化配置、创新深度融合、

产业链自主可控为支撑点，持续防范和化解外部风险，稳步提升发展预期，全力推动经济运行向好发展，助力我国纺织行业迈向全球价值链高端，实现更水平的发展。

（二）公司发展战略

一是持之以恒，打造百年企业：坚持以客户为中心，追求极致的产品与服务，不将短期利润最大化作为唯一目标，始终保持战略眼光与思维，致力于企业的长期持续发展。

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，要赢得市场与客户的认可，必须在交期、质量、数量、服务和价格上具备竞争力，方能实现生存与发展。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：通过自动化改造、MES 系统应用及 ERP 升级优化等措施，推动企业从传统管理模式向现代企业管理模式转变。

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的理念，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、深化营销体制改革，推行商贸与工厂分离的市场化机制，激活营销贸易与工厂制造双引擎动力，释放市场活力；持续强化品牌建设，推动产品从衬衫核心品类向梭织全品类协同发展转型，构建并完善多元化品牌推广体系。

2、强化产品研发，推动营销与产品深度融合，建立定期对接机制，就产品市场推广的策略与力度展开充分沟通，力争提升新品转化率；注重产品开发的性价比，严格控制新品制造成本，为市场化转化提供有力支撑。

3、深耕精益生产，以减少资源浪费、提升效率为核心，着力提升产品质量、提高生产效能、降低生产成本，全面增强企业综合竞争力。

4、深化人力资源管理，完善人才培养体系，强化激励机制，激发组织活力，为联发高质量发展注入动力。

5、加快数智融合步伐，深化设备、计划、技术大平板系统应用，通过动态调整产能与精准匹配资源，全面提升生产效能；同时全力建设营销管理大平台，将数据资产转化为支撑市场洞察与决策的关键能力。

（四）风险及风险应对措施

1、宏观环境风险：全球经济增速放缓，国际市场需求分化且市场不确定性

增强，加之贸易保护主义抬头和地缘政治风险上升加速全球服装产业链重构，国际供应链竞争日趋激烈。公司将坚守既定战略方针，调整国内外产业布局和产品结构，持续推进全球产能布局，以减轻外部冲击。

2、原材料价格波动风险：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。公司将加强市场监测，合理制定采购策略，同时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。

3、汇率波动风险：公司境外贸易以美元结算为主，汇率受内外因素波动可能带来风险，对公司经营业绩会造成一定的影响。公司将密切关注国际金融市场动态和外汇市场走势，通过合同约定、金融工具等方式将汇率风险控制在可承受范围内，确保整体财务稳健。

江苏联发纺织股份有限公司董事会

二〇二六年四月二十四日