华孚时尚股份有限公司

2022年度董事会工作报告

2022年，公司董事会严格遵守《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《深圳证券交易所股票上市规则》、《公司章程》、《董事会议事规则》等相关法律、法规、规范性文件及公司制度的规定，认真履行股东大会赋予的职责，勤勉尽责，规范运作，科学决策，积极推动了公司各项业务的稳妥发展，维护公司和股东的合法权益。现将公司董事会2022年工作情况汇报如下：

一、报告期内公司总体经营情况

公司作为全球最大的色纺纱制造商和供应商之一，主营中高档色纺纱线，配套提供高档新型的坯纱、染色纱，同时提供流行趋势、原料与产品认证、技术咨询等增值服务。通过色彩、材质、工艺技术的集成创新，为客户提供优质的产品和服务。公司在坚持主业的同时，共享产业，以纱线贯通纺织服装产业，整合棉花种植、棉花加工、仓储物流、花纱交易、纺服供应链，实现前后端产业贯通，致力成为全球纺织服装产业时尚营运商。

主营纱线方面，目前纱线产能206万锭，年产29万吨新型纱线，生产基地覆盖中国东部和新疆、越南等地。公司通过产业链协同，统筹市场及订单信息，制定“点（产地）对点（客户）”的供应链计划，分区域、分工厂、分生产线进行规模化定制，公司坚持以客户为本，品质至上，以趋势为方向，通过产品创新提升产品品质及附加值，赢得了客户的信赖。

前端网链以“棉花加工（含农业、物流）、棉花贸易和棉花金融投资”作为核心业务；后端网链目前已经设立阿大数智互联袜业平台，包括自主品牌经营、品牌授权经营、贴牌业务经营、纱线经营等业务模式。

2022年，受国内外发展形势错综复杂、制造业景气波动收缩、居民消费信心和市场预期下行等风险因素冲击，纺织行业经济运行持续承压，产销增速略有放缓，盈利水平同比有所下降。

报告期内，公司实现营业收入有所下降，归母净利润呈亏损状态。2022年因俄

乌冲突的持续发酵、美国涉疆法案的颁布实施等带来原料价格波动及供应链受限多重影响，形势急转直下，引发市场对经济衰退的忧虑加剧，消费者购买力持续下降。公司全年经营呈现明显逐步走弱的趋势，和纺织服装行业运行总体放缓态势保持一致。

2022年下半年市场订单持续下滑，工厂开台率不足，产能利用率缺口增加。公司以新疆为代表的主要生产区域四季度产能发挥受限，停产损失增加。下半年以来多重负面因素叠加导致棉价大幅急跌，公司买入套期保值业务出现浮亏，同时根据在手订单情况和库存规模对存货计提了充分的跌价准备。

展望未来，公司将：

1) 持续拓展内循环市场空间，深度挖掘国内供应链客户，抓住产业集中度提升机会，围绕功能科技、时尚快反、可持续发展、高质量发展四条主线，做全品类的供应商。

2) 积极推进数字化工厂建设，推行生产数智化管理，公司数字化架构100%搭建完成，新要素降本增效效果逐步体现。

3) 坚持做强主业，加快共享产业，2022年后端网链在继续小商品产业园袜机数字化建设的同时，开始推进诸暨当地数字化工厂改造，并通过SaaS平台连接新疆阿克苏地区以及淮北产业园，完成以数字驱动、产业互联、订单共享的集产品研发、袜品交易、纱线供应、物流金融支持的全产业链平台。

1、董事会会议召开情况

根据《公司章程》《董事会议事规则》的相关规定及公司2022年的实际经营情况，2022年公司董事会共召开9次会议，审议并通过议案共31项，确保了公司各项经营活动的顺利开展。公司全体董事勤勉尽责，能够按时出席会议。独立董事充分发挥了专业优势，在公司财务管理、内控建设、行业发展等方面提出了专业化建议，并就公司重大事项发表了独立意见，使公司董事会的决策更加科学有效。

2022年度，公司独立董事发表独立意见、事前认可意见及专项说明共计13次，内容涉及募集资金置换、闲置募集资金补流、对外担保、回购股份等重大事项。

2、对股东大会决议的执行情况

2022年，公司董事会召集召开5次股东大会，审议议案18项，确保了投资者的知

情权、参与权和决策权。公司董事会及时贯彻落实股东大会的各项决议，完成了股东大会授权董事会开展的各项工 作。

3、信息披露管理工作

公司严格依据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《上市公司信息披露管理办法》、《深圳证券交易所股票上市规则》等相关法律、法规、规范性文件 和《华孚时尚股份有限公司章程》等相关规定，真实、准确、完整地进行信息披露，保证投资者的合法权益，确保投资者及时、公平地获知公司信息，切实提高公司的透明度和治理水平。公司建立了完善的《信息披露管理制度》，并保证制度的实施和违反制度的监督、纠正机制，以及制度的更新机制。

公司指定的信息披露媒体为《中国证券报》、《证券时报》、以及巨潮网 (<http://www.cninfo.com.cn>)。2022 年度，公司发布公告及非公告上网文件 118 份，其中定期报告 4 份，临时公告 68 份，非公告上网文件 46 份。公司还将信息披露公告文稿和相关备查文件置备于公司场所，以方便提供给社会公众查阅。

公司建立信息保密制度，防止信息公开披露之前向第三人披露，利用该内幕信息买卖公司的证券，或者建议他人买卖该证券。内幕交易行为给投资者造成损失的，行为 人依法承担赔偿责任。

4、投资者关系管理工作

公司一直注重投资者关系管理，董事会办公室负责投资者关系的日常管理工作，通过电话沟通、接待投资者调研、网络互动平台、网上业绩说明会等形式，加强与投资者的沟通与联系。公司 2022 年度回复投资者互动平台投资者问题 70 条，对广大投资者关心的问题进行了解和及时答复。公司关注投资者的意见与反馈信息，并将信息收集整理后传达给公司决策层，并注意投资者利益的保护。公司高级管理人员积极参与各种投资者关系的活动。

为了加强与投资者的沟通和互动，公司制订了《投资者关系管理制度》，规范公司与投资者联络沟通工作，对投资者所提供的资料和沟通的问题都基于公平、公开原则。

公司把投资者关系管理作为一项长期、持续的工作来开展，不断学习、借鉴先

进的投资者关系管理经验，以更好的方式和更通畅的途径使投资者能够及时、平等地获取公司经营管理、未来发展等信息，力求维护与投资者密切的互动关系，树立公司良好的资本市场形象。

5、内控体系建设工作

2022年，公司按照内控体系建设的要求，继续完善业务和管理流程，进一步完善了战略管理、组织架构、人力资源、财务、采购、销售等管理的控制措施。由公司审计部门对内部控制的有效性进行检查、评价，形成了《2022年度内部控制评价报告》，未发现内部控制存在重大或重要缺陷。

二、未来发展展望

（一）行业趋势

展望 2023 年，随着国内市场的活跃和产业链的提升，行业未来发展既有挑战，更有机遇。总体来看，纺织行业面临的发展形势仍复杂严峻，世界经济复苏形势更趋复杂，地缘冲突持续、通胀压力犹存、加息周期延长等抑制因素持续存在，金融体系动荡新增不确定性，需求侧复苏动能明显不足，带动供给端同步走弱。

同时，我国经济发展转入新阶段，生产生活秩序有序恢复，稳增长政策持续显效发力，稳步向好的宏观基本面、全面恢复的消费场景、不断释放的内需潜力和稳定有利的政策环境，生产需求企稳回升，市场预期有所改善，将为纺织行业内循环畅通提供积极支撑。

加之，行业内大部分产品库存调降至正常年份水平，支撑产业链上游产能利用率保持在较好水平。国内服装消费总体处于恢复增长期，产业国际分工格局加快调整，国内市场的重要性进一步凸显，数智互联正在成为产业发展的重要动能和主要方向，绿色低碳发展成为产业共识，色纺产业环保、时尚、科技的特性，使其仍将是纺织业中的朝阳产业。

（二）公司发展战略

继续实施“坚持主业、共享产业”的发展战略，在稳健发展纱线主业的同时，深化推进前端网链，加速发展后端网链，着力抓好综合经营，以资产收益率为准绳，建立健全投资与资产经营管理体系。

主营纱线，公司进行产品细分、市场开拓、区域渗透，实施双循环战略，实现海外、国内市场均衡发展。公司运用三纱合一综合优势，利用新疆资源做品牌竞争力，做强全棉产品，着力创新非棉产品，建立长周期中位线原料购销机制，提高公司对整体库存的风险规避能力。

网链转型战略持续发力，前端网链提质增效，后端网链品类模式继续突破；通过价值服务，逐步实现产业转型升级。继续推行数智化升级和绿色低碳战略，推进数字化工厂建设，推行生产数智化管理，在原料取代、循环再生、技术革新、使用新能源等方面践行绿色低碳转型之路。

（三）可能面临的风险

1、原材料价格波动风险：棉花成本占总成本 60%以上，棉花等原料的金融属性加强，价格波动幅度增大。

2、人民币汇率风险：本公司棉花部分为从国际市场采购、纺织产品部分以直接或间接方式出口海外，利用境外融资平台配置有美元外债，公司也有境外项目投资，人民币汇率的波动将对公司生产成本、营业收入以及汇兑损益产生一定影响。

3、政治博弈带来订单波动的风险：地缘政治冲突、中美博弈、阿克苏华孚被美国商务部列入实体清单事件将导致外部经营环境不确定性增加，带来订单波动加大的风险。公司通过积极开发国内及非美市场，以规避订单波动带来的风险。

（四）公司 2023 年经营计划和工作措施

1、保持战略定力。继续实行“坚持主业，共享产业”的发展战略，在棉花、布衣、纱线领域继续发力。以纱线贯穿纺织服装产业，以产业互联网与柔性供应链实现产业转型，实现“原材料-纺纱-面料-成衣”全产业链覆盖，实现从时尚制造商向时尚运营商的转型。

2、实施双循环战略，实现海外、国内市场均衡发展。抓住中国市场规模大、消费升级的历史机遇，发挥公司创新快反、优良服务、资源整合的优势，系统对接头部国潮品牌、电商新锐品牌、专项市场供应链，深化区域市场开发、深耕细分市场，挖掘价值客户，持续巩固和扩大国内市场占有率。

3、数智化升级。完成其余可以数字化升级的产能改造。积极推行生产数据化管

理，充分挖掘数据价值，扩大应用广度深度，通过流程再造、组织变革、标准改进、操作优化，提质、提效、降耗。同时，积极推进贯通产业的网链业务数智化平台建设，为共享产业打下基础。

4、实施绿色低碳战略。从原料替代、产品开发、循环利用、能效提升等维度全面推进绿色低碳战略实施，办好华孚新能源公司，按既定计划推进清洁用能。

5、创新产品。坚定执行公司纱线主业三纱合一的产品战略，围绕功能科技、时尚快反、可持续发展、高质量发展四条主线，做全品类的供应商。

三、总结

下一步公司将持续拓展内循环市场空间，深度挖掘国内供应链客户，抓住产业集中度提升机会，围绕功能科技、时尚快反、可持续发展、高质量发展四条主线，做全品类的供应商。

积极推进数字化工厂建设，推行生产数智化管理，公司数字化架构100%搭建完成，新要素降本增效效果逐步体现。

坚持做强主业，加快共享产业，2023年后端网链在继续小商品产业园袜机数字化建设的同时，开始推进诸暨当地数字化工厂改造，并通过SaaS平台连接新疆阿克苏地区以及淮北产业园，完成以数字驱动、产业互联、订单共享的集产品研发、袜品交易、纱线供应、物流金融支持的全产业链平台。

2023年，公司董事会将继续从公司实际情况出发，认真执行股东大会的决议，坚持做大做强主营业务，努力提升公司整体盈利水平，积极维护公司及股东的利益，依法、高效、科学决策，发挥董事会在公司治理中的核心作用。

华孚时尚股份有限公司

董事会

二〇二三年四月二十七日