

华孚时尚股份有限公司

2019年度董事会工作报告

2019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。在公司经营管理上，董事会紧紧围绕公司总体发展目标，以全年经营计划为中心，保持了生产经营的稳健运行。现将公司董事会2019年工作情况汇报如下：

一、报告期内公司总体经营情况

报告期内，我国纺织服装行业发展面临的国内外风险挑战明显增多，存在内外市场需求放缓、贸易环境更趋复杂、综合成本持续提升等多重压力，在上述客观因素的影响下，纺织服装行业受到较大冲击。公司在报告期内依然坚持做强主业，加快共享产业，完善全面经营，继续实施网链战略。受客观经营环境影响，公司产销平衡压力加大，2019年度经营增长速度有所放缓，报告期内公司实现营业收入158.87亿元，较去年同期增长11.04%；归属于母公司股东净利润4.02亿元，较去年同期下降46.14%。本报告期内我们做了以下主要工作：

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，2019年公司董事会共召开7次会议，审议并通过议案共42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。

2019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8次，内容涉及募集资金使用、股份回购、提供担保、关联交易、利润分配、对外投资等重大事项。

2、对股东大会决议的执行情况

2019年，公司董事会召集召开3次股东大会，审议议案32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>）。2019年度，公司发布公告及非公告上网文件 105 份，其中公告 63 份，非公告上网文件 42 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 2019 年度回复投资者互动平台投资者问题 81 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

2019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《2019年度内部控制自我评价报告》，未发现内部控制存在重大或重要缺陷。

二、未来发展展望

1、行业趋势

色纺产业作为纺织业中的朝阳产业，随着下游垂直一体化生产能力的出现，品牌商对供应链效率的要求使产业集聚度逐步提升。

环保标准趋严导致印染行业面临落后产能退出，未来纺纱、织布以及染整将呈现明显的集中化趋势。

纺织服装领导品牌正向智能化、数字化方向发展，平台融合、线上线下渠道融合、社交场景融合等快速发展，绿色、环保、责任贡献成为行业共识。随着消费个性化、多样、随意化，订单的不确定性增强，对供应链的协同快速响应提出了更高的要求。

2、公司发展战略

继续“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。

3、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，受供给、需求、政策、进出口等因素影响，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)、新冠疫情影响风险:全球疫情持续蔓延,经济发展不确定性增加,疫情导致消费减速,市场信心明显下降,将会对公司2020年的生产经营带来严峻挑战。

(4)、中美贸易战带来订单波动风险:逆全球化持续升温发酵,中美贸易战可能导致各国贸易政策的变化,带来订单波动加大的风险。

公司通过强化终端品牌的开发与合作,成立国内事业部和海外事业部,把握主要服装品牌在全球的订单流向,加大国际贸易力度,以规避订单波动带来的风险。

4、公司2020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)、拓展国内市场空间。抓住中国市场规模扩大、消费升级的历史机遇,国内品牌、市场、网络订单三分天下的新趋势,发挥公司头部客户的引领作用,深化区域市场开发、深耕细分市场,挖掘价值客户,提高价值客户占比。

(3)、创新运营价值。随着前端供应链的整合和产能布局的完善,通过SAP, ERP, CRM/SAP/PDM/ATP等信息网络化,打通产品、客户、流程与绩效,实现集聚订单、灵活染色、柔性生产、快速交货、定制服务的供应链系统。

(4)、创新产品价值。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

2020年,新冠肺炎疫情全球持续蔓延,国内外消费需求下滑,加之中美贸易战具有长期性、复杂性、反复性,纺织服装行业依然面临艰巨考验。

下一步公司将继续实行“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。

主营纱线业务加强产品创新力度,拓展市场空间。公司将围绕功能科技、时尚快反、可持续发展、高质量发展加快产品创新,合理组合产品结构,结合市场与客

户细分拓展市场空间；公司将继续实行集聚运营的策略，创新运营模式，优化标准品运营模式与快反品运营模式，实现降本增效。

继续发展网链业务，发力共享产业。在保证规模稳健成长的同时，深化拓展网链业务的商业模式。

加强产业协同。针对产业链垂直整合、强势崛起的态势，公司将做好主营纱线业务与前后端网链的协同运作，体现协同价值。

2020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

二〇二〇年四月二十七日