



LIANFA

---

# 海通证券2015年秋季 上市公司交流会 ——联发股份

汇报人：潘志刚

2015-09-08

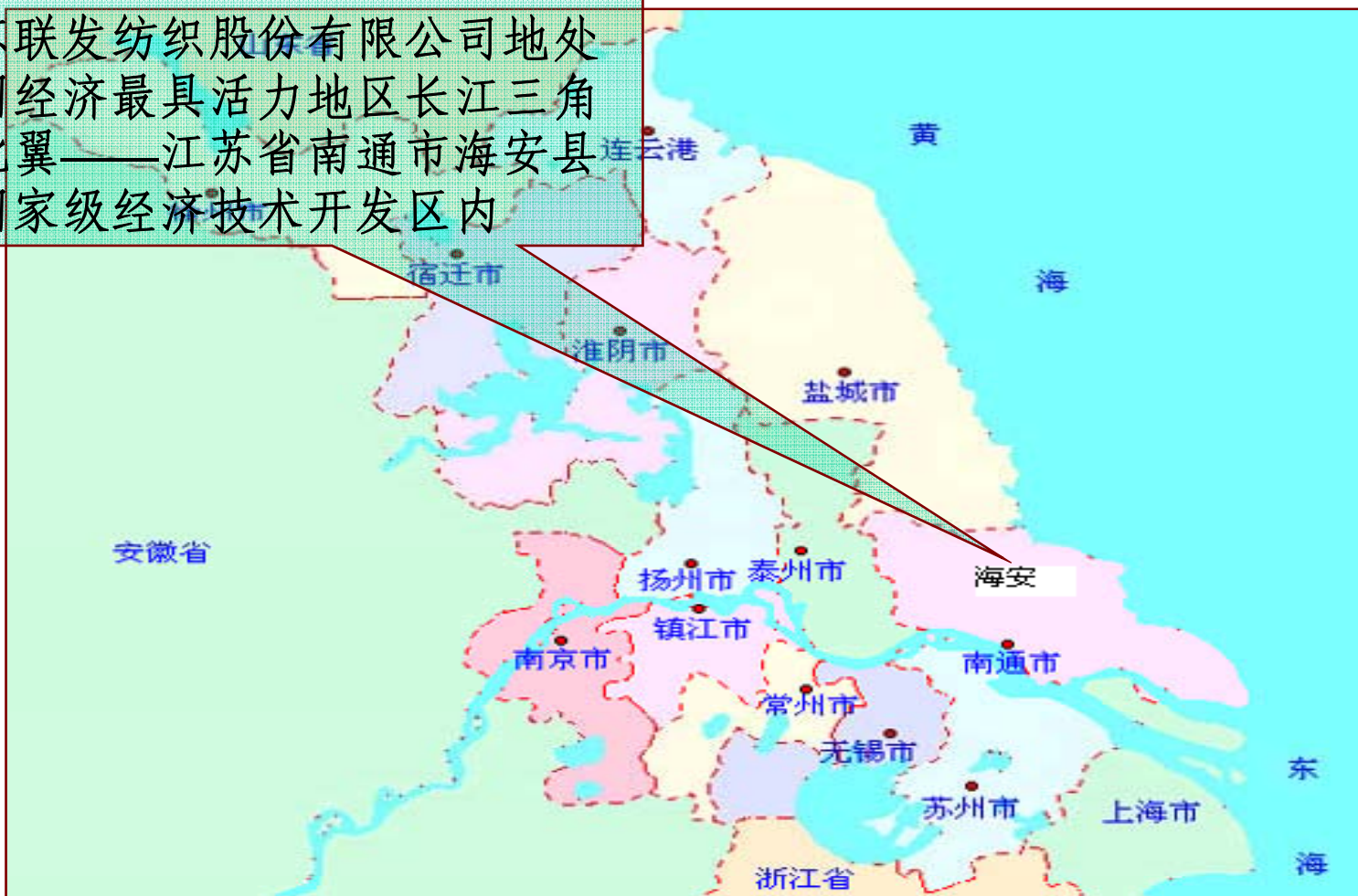
- ▶1、公司基本情况介绍
- ▶2、公司主营产品业绩情况
- ▶3、对当前全球主要生产制造基地的未来发展预测
- ▶4、公司未来发展战略





# 江苏联发纺织股份有限公司-地理位置

江苏联发纺织股份有限公司地处中国经济最具活力地区长江三角洲北翼——江苏省南通市海安县的国家级经济技术开发区内





## 江苏联发纺织股份有限公司-历史沿革

- 1955 生产互助组成立
- 1958 制线社、棉织社、印染社成立
- 1965 海安县染织厂成立
- 1994 江苏联发色织股份有限公司成立
- 1995 江苏联发集团成立
- 2002 南通港联纺织有限公司成立
- 2007 改制为江苏联发纺织股份有限公司
- 2010 公司在深圳证券交易所成功上市







## 江苏联发纺织股份有限公司-产业规模

江苏联发纺织股份有限公司 是一家集轧花、纺纱、染色、织造、整理、针织、家纺、印染、制衣、热电、品牌运营与仓储物流于一体的上市公司（股票代码：002394）。

面料产能全球第二，经营业绩排行第三







# 江苏联发纺织股份有限公司-产业规模



热电 (30MW)



棉纺 (16万锭)



色织 (1.6亿米)



印染 (6000万米)



家纺 (3000万米)



针织 (6000吨)



制衣 (900万件)



品牌



物流仓储交易中心

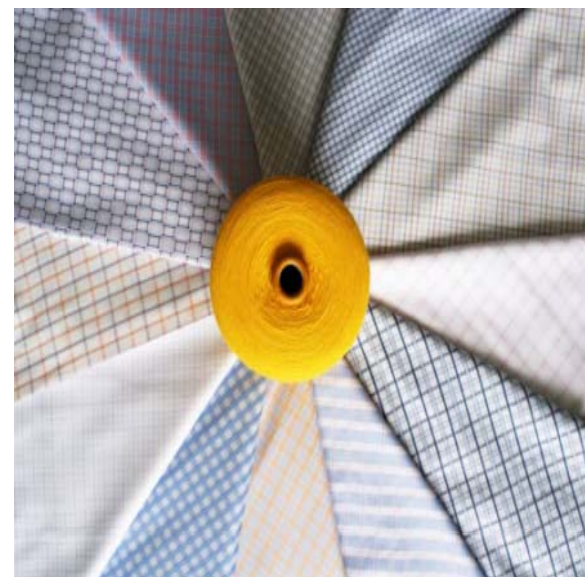




# 江苏联发纺织股份有限公司-主营产品

## 主要产品目录:

色织布、印染布、家纺面料、针织布、衬衫





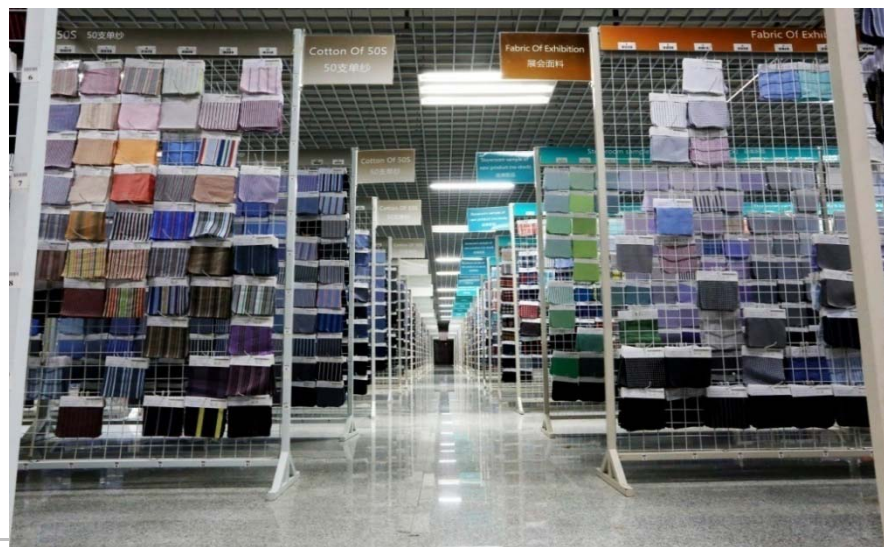
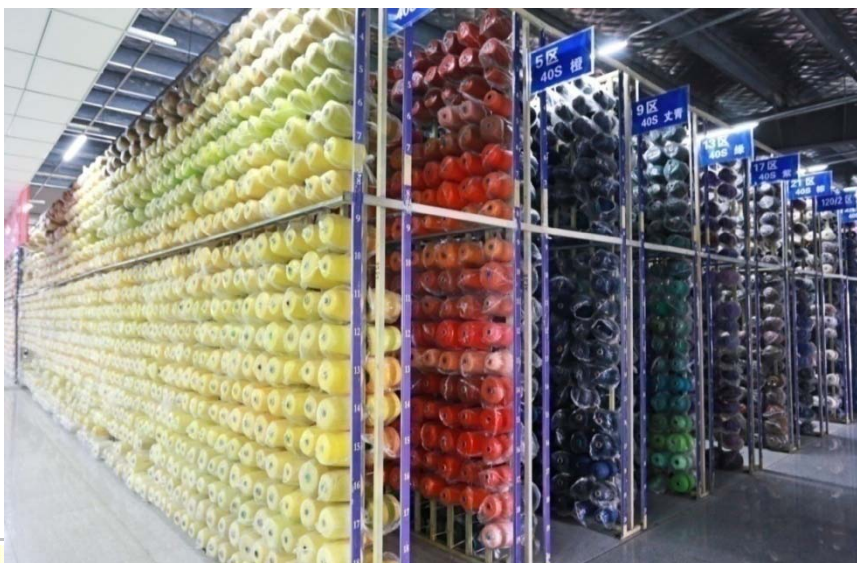


# 江苏联发纺织股份有限公司—核心竞争力

## ——面料设计与研发优势

面料图书馆：陈列7万多个不同花型

色纱种子库：陈列有40种纱支、17万种颜色







# 江苏联发纺织股份有限公司—核心竞争力

## ——成熟的管理优势

公司中高层管理人员从事纺织行业平均15年以上，积累了丰富的生产和管理经验。





## ——稳定的客户资源

公司经过多年发展，培养出了长期、稳定的客户群和客户美誉度。

- 发挥一站式服务的优势，以“快”取胜、以“质”取信
- 产品主要销往美国、欧盟、东南亚、香港等30多个国家和地区，形成品牌商、服装加工商为主体的国际贸易网络
- 与诸多国际品牌客户形成长期、稳定的战略合作关系





# 江苏联发纺织股份有限公司-主营业务构成

单位：亿元，未经审计

产品	指标	2011年	2012年	2013年	2014年	2015.6
色织布	收入	20.95	19.29	19.93	20.18	9.42
	净利润	1.94	1.40	1.65	1.91	0.78
现货面料	收入	1.88	1.78	2.08	2.41	1.14
	净利润	0.18	0.21	0.20	0.25	0.13
印染布	收入	2.29	2.95	4.46	6.61	3.34
	净利润	0.06	0.06	0.14	0.27	0.17
衬衫	收入	3.31	3.61	3.56	3.50	1.57
	净利润	0.32	0.39	0.22	0.24	0.14
热电	收入	1.75	2.10	2.47	2.81	1.39
	净利润	0.15	0.21	0.50	0.61	0.27
针织纱与布	收入	—	—	0.90	1.37	1.12
	净利润	—	—	-0.19	-0.17	-0.08
家纺面料	收入	—	—	—	—	0.17
	净利润	—	—	—	—	-0.13



## 江苏联发纺织股份有限公司-短期业绩展望

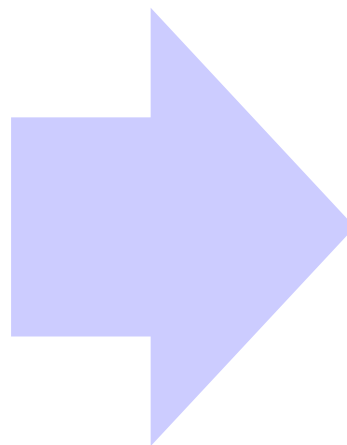
色织布、印染布、衬衫  
静待市场复苏

创新营销  
现货面料逆势上涨

收购热电资产  
40%的净利润并表

领才织染公司运营逐步  
完善，有望年底止亏

天翔家纺为新并购企业，  
未来家纺市场前景看好



提升  
盈利  
空间





## 江苏联发纺织股份有限公司-投资者回报

单位：亿元

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年6月
净利润	3.1	2.4	2.9	3.2	1.2
折旧	1.1	1.3	1.5	1.7	0.9
合计	4.2	3.7	4.4	4.8	2.1
利润分配	0.76	0.76	0.86	1.29	0.97

公司一直秉持价值投资理念，自上市以来，连续大规模现金分红，注重回报股东投资者。



## 对当前主要生产制造基地的未来发展预测

### ——中国

产业链配套，门类齐全，高效的劳动生产率，高品质，成熟发达的技术优势，十年内中高档品牌，产品，仍具有竞争优势。但中低档品牌，产品向东南亚转移势不可挡，速度会加快。

### ——东南亚各国

成本优势明显，成衣，纺纱，面料投资会加大，产能扩张较快，发达国家给予优惠政策的扶持，必然会在一定的时期内，承担中国的中低档纺织服装的转移，成为世界新的生产制造中心。同时也会成为中国中低档服装品牌的进口国。

### ——非洲

非洲资源优势明显，地理位置适中，气候良好，人力资源丰富，其他产业落后，轻纺业为国家主导产业，并拥有棉花资源，发达国家给予优惠政策力度最大。从纺织服装历史的发展轨迹来看，未来中低档产品向非洲转移也是肯定的！二十年内，中国会象美国，欧洲，日本一样，无大型纺织服装企业生存的空间。东南亚取而代之成为中高档品牌的生产制造中心。非洲取而代之东南亚，很有可能成为全球中低档纺织服装的制造中心。





## 一、深耕纺织服装业，做足产业链文章

- 1、继续加大研发设计投入，打造百人面料服装设计团队
- 2、重点经营和开发家纺和针织面料，品种经营多样化
- 3、全球推广占姆士现货面料品牌，加快占姆士服装品牌建设
- 4、建设纺织材料物流交易中心，集保税、储存、质检、交易、信息服务、仓单质押、定点交割、配送监管等多功能于一体，目标成为长三角地区棉花与棉纱的物流中转集散地。
- 5、整合全球资源，将制造基地布局非洲，新增产能，配套国际品牌全球供应链调整。

## 二、充分利用好闲置资金，适当多元化投资

谢谢!

