

1.重要提示  
本年度报告摘要来自年度报告全文,投资者欲了解详细内容,应当仔细阅读同时刊载于深圳证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

公司简介

股票简称	孚日股份	股票代码	002083
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人 and 联系方式	董监事会秘书	证券事务代表	
姓名	周月凤	郭仕刚	
电话	0536-2380433	0536-2380433	
传真	0536-2315895	0536-2315895	
电子信箱	zqsb@fdz.com	zqsb@fdz.com	

2.主要财务数据和股东变化  
(1)主要财务数据  
公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据  
□是 √否

	2013年	2012年	本年比上年增减(%)	2011年
营业收入(元)	4,442,16,902.71	4,070,021,875.80	-0.61%	4,611,209,629.24
归属于上市公司股东的净利润(元)	90,183,749.90	11,164,863.70	707.75%	134,893,574.01
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	72,587,906.43	-88,145,047.45	-	97,348,993.70
经营活动产生的现金流量净额(元)	988,888,117.76	779,028,227.22	26.94%	464,828,326.68
基本每股收益(元/股)	0.11	0.01	900%	0.14
稀释每股收益(元/股)	0.11	0.01	900%	0.14
加权平均净资产收益率(%)	3.16%	0.04%	2706%	4.85%
	2013年末	2012年末	本年比上年末增减(%)	2011年末
总资产(元)	6,941,409,420.14	6,926,140,003.08	0.22%	7,395,444,658.99
归属于上市公司股东的净资产(元)	2,785,904,558.94	2,806,805,764.27	-0.74%	2,849,924,097.41

(2)前10名股东持股情况表

报告期末股东总数	89,715	年度报告披露日前5个交易日末股东总数	90,033
前10名股东持股情况			
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股数量

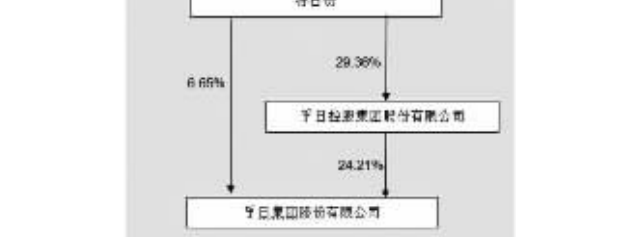
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有有限限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
孚日控股集团有限公司	境内非国有法人	24.21%	219,818,617		质押	143,000,000
陈伟强	境内自然人	6.65%	60,413,796	60,310,347	质押	53,500,000
平安银行股份有限公司-平安安享基金-香港富六号定期开放混合型	其他	2.2%	20,000,000			
孙勇	境内自然人	2.13%	19,359,664	16,822,398		
申庆朝	境内自然人	1.96%	17,729,258		质押	13,500,000
中信证券股份有限公司-定期专项资产管理计划	其他	1.56%	14,280,000			
张武亮	境内自然人	1.44%	13,041,071			
蔡文亮	境内自然人	1.18%	10,733,157			
蔡树华	境内自然人	0.82%	7,405,998			
广州美的六星电器有限公司	境内非国有法人	0.56%	5,091,640			

孚日董、孙勇、申庆朝、杨文强、张武亮、蔡树华均为孚日控股集团有限公司的股东,上述股东与平安银行股份有限公司-平安安享基金-香港富六号定期开放混合型证券投资基金不存在关联关系,中国平安银行股份有限公司与美的六星电器有限公司存在关联关系。

参与融资融券业务股东情况说明(如有)

无

(3)以方框形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



3.管理层讨论与分析

一、概述  
2013年度,世界经济缓慢复苏,增长动力不足,虽然国际上主要经济体出现触底回升迹象,但新兴国家经济增速放缓,国际市场需求总体疲弱,传统行业普遍出现季节性不旺现象,订单不足问题突出,国内经济上半年下行压力加大,下半年虽然稳中回升,但物价上涨预期仍存,通胀压力不减,制造业产能过剩,各行各业竞争加剧,举步维艰,同时,受棉花市场“双轨制”、国内棉花“内销外补”、中美贸易摩擦、改变部分棉花进口关税,以及成本上涨、人民币持续升值、资源环境压力加剧等多种因素影响,企业经营压力持续加大,对此,公司积极应对各种不利挑战,通过加快市场开拓,实施成本控制,提高运营效率,公司实现整体稳健发展,报告期内,公司共实现营业收入44.42亿元,与上年持平,实现利润总额9001.87万元,同比增长78%。

二、主营业务分析  
1.概述  
公司一直专注于由系列电子产品,床上用品和其他产品的产品研发设计,生产供应,品牌推广和管理运营,报告期内公司的利润构成和利润来源未发生重大变动,在外部环境不利的情况下,公司产品全部员工团结一致,迎难而上,合力攻坚,使主导产业竞争力不断提升,市场地位进一步稳固,公司继续保持平稳稳健发展的态势。

在报告期内,公司在国际上,公司围绕“深耕日本市场,巩固欧美市场,发展多元化市场”和“进军中高端市场”的发展战略,挖掘客户潜力,拓展海外市场,确保了传统销售市场地位不断巩固,其中,在日本市场,公司克服了市场低迷、中日政治关系不稳定等诸多不利影响,在品牌营销上,持续“两降”的促销手段,对日本市场投入1.02亿元,并且加大对持续优化,千万美元产能不断提升等;在海外市场,2013年,欧元区经济并没有走出困境,国际汇率波动,加之美国等国家对制造业对手的贸易保护,在此不利情况下,公司优化产品结构,不断优化产品质量,提升品牌竞争力,提升开拓特色产品,实现了海外市场稳定发展,其中出口实现8000万美元,市场控制力进一步增强;在美国市场,公司抓住美国经济回升的良好势头,千方百计开拓新客户,扩大了美国市场的开拓发展,毛出口产品同比增长,同比增长12%,公司产品一品牌单一市场出口超过2亿美元的优异成绩,实现了市场出口52800万美元,同比增长19%,整个美国市场出口额达到2.52亿美元,已经形成了毛出口“双轮驱动”的格局。

在国内市场上,公司通过优化营销网络,完善品牌运作架构,内销市场作用明显增强。“孚日”品牌影响力,加强与大商集团的合并,加大品牌宣传,快速抢占市场份额,全年开发新增网店1700多个,使国内可挖掘网店达到4000多个,形成了一个覆盖全国的营销网络,“孚日”品牌宣传与招商网络发展势头良好,为下一步业务开拓打下了基础,报告期内公司的发展战略和经营计划得到了较好的实施和执行。

三、公司未来发展展望  
1.公司所处行业发展的趋势及市场格局  
新的一年,纺织行业形势继续发生较大变化,国际竞争加剧,市场需求不足,各种要素成本上涨等影响行业发展的矛盾和问题突出,订单不足,开工不足,销售不畅,行业经营困难将长期存在,国内纺织行业面临着需求放缓的巨大压力,国内棉花“内销外补”、中美贸易摩擦、中高档产品加工订单向东南亚转移的速度明显加快,但总体看,行业景气度下降,有利条件少于不利因素,从宏观形势来看,国内主要经济体呈现逐步恢复向好的态势,将加快世界经济复苏,为“十二五”中企全面开拓市场在宏观层面中起关键作用,棉花市场双轨制政策有望调整,城镇化进程加快推动,经济持续稳定发展,居民收入不断增加,将给纺织行业持续增长带来更大空间,综合分析,国际国内环境有利于行业继续保持稳定持续发展,机遇和挑战并存,机遇大于挑战。

2.公司未来发展机遇、发展战略和年度经营计划  
2014年,是公司加快推进转型升级的关键时期,加快形成以质量、技术、品牌为核心的竞争优势,促进公司从数量规模型向质量效益型转变,实现由大到强的飞跃。

在品牌营销方面,公司将继续投入资源,灵活的营销方式,实施新的市场战略,全力开拓国际市场,实现全球贸易新突破。一是加快开拓中高端市场,目前,公司已具备了进军中高端市场的技术能力,下一步要充分利用有利条件,保持中高端品牌竞争力,加大海外市场开拓,提升增加附加值,提升逐步壮大品牌竞争力,二是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,不断提升品牌价值,三是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,四是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,五是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力。

3.公司未来发展的风险  
1.公司所处行业发展的趋势及市场格局  
新的一年,纺织行业形势继续发生较大变化,国际竞争加剧,市场需求不足,各种要素成本上涨等影响行业发展的矛盾和问题突出,订单不足,开工不足,销售不畅,行业经营困难将长期存在,国内纺织行业面临着需求放缓的巨大压力,国内棉花“内销外补”、中美贸易摩擦、中高档产品加工订单向东南亚转移的速度明显加快,但总体看,行业景气度下降,有利条件少于不利因素,从宏观形势来看,国内主要经济体呈现逐步恢复向好的态势,将加快世界经济复苏,为“十二五”中企全面开拓市场在宏观层面中起关键作用,棉花市场双轨制政策有望调整,城镇化进程加快推动,经济持续稳定发展,居民收入不断增加,将给纺织行业持续增长带来更大空间,综合分析,国际国内环境有利于行业继续保持稳定持续发展,机遇和挑战并存,机遇大于挑战。

2.公司未来发展机遇、发展战略和年度经营计划  
2014年,是公司加快推进转型升级的关键时期,加快形成以质量、技术、品牌为核心的竞争优势,促进公司从数量规模型向质量效益型转变,实现由大到强的飞跃。

在品牌营销方面,公司将继续投入资源,灵活的营销方式,实施新的市场战略,全力开拓国际市场,实现全球贸易新突破。一是加快开拓中高端市场,目前,公司已具备了进军中高端市场的技术能力,下一步要充分利用有利条件,保持中高端品牌竞争力,加大海外市场开拓,提升增加附加值,提升逐步壮大品牌竞争力,二是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,不断提升品牌价值,三是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,四是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,五是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力。

3.公司未来发展的风险  
1.公司所处行业发展的趋势及市场格局  
新的一年,纺织行业形势继续发生较大变化,国际竞争加剧,市场需求不足,各种要素成本上涨等影响行业发展的矛盾和问题突出,订单不足,开工不足,销售不畅,行业经营困难将长期存在,国内纺织行业面临着需求放缓的巨大压力,国内棉花“内销外补”、中美贸易摩擦、中高档产品加工订单向东南亚转移的速度明显加快,但总体看,行业景气度下降,有利条件少于不利因素,从宏观形势来看,国内主要经济体呈现逐步恢复向好的态势,将加快世界经济复苏,为“十二五”中企全面开拓市场在宏观层面中起关键作用,棉花市场双轨制政策有望调整,城镇化进程加快推动,经济持续稳定发展,居民收入不断增加,将给纺织行业持续增长带来更大空间,综合分析,国际国内环境有利于行业继续保持稳定持续发展,机遇和挑战并存,机遇大于挑战。

2.公司未来发展机遇、发展战略和年度经营计划  
2014年,是公司加快推进转型升级的关键时期,加快形成以质量、技术、品牌为核心的竞争优势,促进公司从数量规模型向质量效益型转变,实现由大到强的飞跃。

在品牌营销方面,公司将继续投入资源,灵活的营销方式,实施新的市场战略,全力开拓国际市场,实现全球贸易新突破。一是加快开拓中高端市场,目前,公司已具备了进军中高端市场的技术能力,下一步要充分利用有利条件,保持中高端品牌竞争力,加大海外市场开拓,提升增加附加值,提升逐步壮大品牌竞争力,二是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,不断提升品牌价值,三是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,四是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,五是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力。

3.公司未来发展的风险  
1.公司所处行业发展的趋势及市场格局  
新的一年,纺织行业形势继续发生较大变化,国际竞争加剧,市场需求不足,各种要素成本上涨等影响行业发展的矛盾和问题突出,订单不足,开工不足,销售不畅,行业经营困难将长期存在,国内纺织行业面临着需求放缓的巨大压力,国内棉花“内销外补”、中美贸易摩擦、中高档产品加工订单向东南亚转移的速度明显加快,但总体看,行业景气度下降,有利条件少于不利因素,从宏观形势来看,国内主要经济体呈现逐步恢复向好的态势,将加快世界经济复苏,为“十二五”中企全面开拓市场在宏观层面中起关键作用,棉花市场双轨制政策有望调整,城镇化进程加快推动,经济持续稳定发展,居民收入不断增加,将给纺织行业持续增长带来更大空间,综合分析,国际国内环境有利于行业继续保持稳定持续发展,机遇和挑战并存,机遇大于挑战。

2.公司未来发展机遇、发展战略和年度经营计划  
2014年,是公司加快推进转型升级的关键时期,加快形成以质量、技术、品牌为核心的竞争优势,促进公司从数量规模型向质量效益型转变,实现由大到强的飞跃。

在品牌营销方面,公司将继续投入资源,灵活的营销方式,实施新的市场战略,全力开拓国际市场,实现全球贸易新突破。一是加快开拓中高端市场,目前,公司已具备了进军中高端市场的技术能力,下一步要充分利用有利条件,保持中高端品牌竞争力,加大海外市场开拓,提升增加附加值,提升逐步壮大品牌竞争力,二是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,不断提升品牌价值,三是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,四是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,五是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力。

3.公司未来发展的风险  
1.公司所处行业发展的趋势及市场格局  
新的一年,纺织行业形势继续发生较大变化,国际竞争加剧,市场需求不足,各种要素成本上涨等影响行业发展的矛盾和问题突出,订单不足,开工不足,销售不畅,行业经营困难将长期存在,国内纺织行业面临着需求放缓的巨大压力,国内棉花“内销外补”、中美贸易摩擦、中高档产品加工订单向东南亚转移的速度明显加快,但总体看,行业景气度下降,有利条件少于不利因素,从宏观形势来看,国内主要经济体呈现逐步恢复向好的态势,将加快世界经济复苏,为“十二五”中企全面开拓市场在宏观层面中起关键作用,棉花市场双轨制政策有望调整,城镇化进程加快推动,经济持续稳定发展,居民收入不断增加,将给纺织行业持续增长带来更大空间,综合分析,国际国内环境有利于行业继续保持稳定持续发展,机遇和挑战并存,机遇大于挑战。

2.公司未来发展机遇、发展战略和年度经营计划  
2014年,是公司加快推进转型升级的关键时期,加快形成以质量、技术、品牌为核心的竞争优势,促进公司从数量规模型向质量效益型转变,实现由大到强的飞跃。

在品牌营销方面,公司将继续投入资源,灵活的营销方式,实施新的市场战略,全力开拓国际市场,实现全球贸易新突破。一是加快开拓中高端市场,目前,公司已具备了进军中高端市场的技术能力,下一步要充分利用有利条件,保持中高端品牌竞争力,加大海外市场开拓,提升增加附加值,提升逐步壮大品牌竞争力,二是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,不断提升品牌价值,三是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,四是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,五是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力。

3.公司未来发展的风险  
1.公司所处行业发展的趋势及市场格局  
新的一年,纺织行业形势继续发生较大变化,国际竞争加剧,市场需求不足,各种要素成本上涨等影响行业发展的矛盾和问题突出,订单不足,开工不足,销售不畅,行业经营困难将长期存在,国内纺织行业面临着需求放缓的巨大压力,国内棉花“内销外补”、中美贸易摩擦、中高档产品加工订单向东南亚转移的速度明显加快,但总体看,行业景气度下降,有利条件少于不利因素,从宏观形势来看,国内主要经济体呈现逐步恢复向好的态势,将加快世界经济复苏,为“十二五”中企全面开拓市场在宏观层面中起关键作用,棉花市场双轨制政策有望调整,城镇化进程加快推动,经济持续稳定发展,居民收入不断增加,将给纺织行业持续增长带来更大空间,综合分析,国际国内环境有利于行业继续保持稳定持续发展,机遇和挑战并存,机遇大于挑战。

2.公司未来发展机遇、发展战略和年度经营计划  
2014年,是公司加快推进转型升级的关键时期,加快形成以质量、技术、品牌为核心的竞争优势,促进公司从数量规模型向质量效益型转变,实现由大到强的飞跃。

在品牌营销方面,公司将继续投入资源,灵活的营销方式,实施新的市场战略,全力开拓国际市场,实现全球贸易新突破。一是加快开拓中高端市场,目前,公司已具备了进军中高端市场的技术能力,下一步要充分利用有利条件,保持中高端品牌竞争力,加大海外市场开拓,提升增加附加值,提升逐步壮大品牌竞争力,二是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,不断提升品牌价值,三是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,四是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,五是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力。

3.公司未来发展的风险  
1.公司所处行业发展的趋势及市场格局  
新的一年,纺织行业形势继续发生较大变化,国际竞争加剧,市场需求不足,各种要素成本上涨等影响行业发展的矛盾和问题突出,订单不足,开工不足,销售不畅,行业经营困难将长期存在,国内纺织行业面临着需求放缓的巨大压力,国内棉花“内销外补”、中美贸易摩擦、中高档产品加工订单向东南亚转移的速度明显加快,但总体看,行业景气度下降,有利条件少于不利因素,从宏观形势来看,国内主要经济体呈现逐步恢复向好的态势,将加快世界经济复苏,为“十二五”中企全面开拓市场在宏观层面中起关键作用,棉花市场双轨制政策有望调整,城镇化进程加快推动,经济持续稳定发展,居民收入不断增加,将给纺织行业持续增长带来更大空间,综合分析,国际国内环境有利于行业继续保持稳定持续发展,机遇和挑战并存,机遇大于挑战。

2.公司未来发展机遇、发展战略和年度经营计划  
2014年,是公司加快推进转型升级的关键时期,加快形成以质量、技术、品牌为核心的竞争优势,促进公司从数量规模型向质量效益型转变,实现由大到强的飞跃。

在品牌营销方面,公司将继续投入资源,灵活的营销方式,实施新的市场战略,全力开拓国际市场,实现全球贸易新突破。一是加快开拓中高端市场,目前,公司已具备了进军中高端市场的技术能力,下一步要充分利用有利条件,保持中高端品牌竞争力,加大海外市场开拓,提升增加附加值,提升逐步壮大品牌竞争力,二是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,不断提升品牌价值,三是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,四是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,五是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力。

3.公司未来发展的风险  
1.公司所处行业发展的趋势及市场格局  
新的一年,纺织行业形势继续发生较大变化,国际竞争加剧,市场需求不足,各种要素成本上涨等影响行业发展的矛盾和问题突出,订单不足,开工不足,销售不畅,行业经营困难将长期存在,国内纺织行业面临着需求放缓的巨大压力,国内棉花“内销外补”、中美贸易摩擦、中高档产品加工订单向东南亚转移的速度明显加快,但总体看,行业景气度下降,有利条件少于不利因素,从宏观形势来看,国内主要经济体呈现逐步恢复向好的态势,将加快世界经济复苏,为“十二五”中企全面开拓市场在宏观层面中起关键作用,棉花市场双轨制政策有望调整,城镇化进程加快推动,经济持续稳定发展,居民收入不断增加,将给纺织行业持续增长带来更大空间,综合分析,国际国内环境有利于行业继续保持稳定持续发展,机遇和挑战并存,机遇大于挑战。

2.公司未来发展机遇、发展战略和年度经营计划  
2014年,是公司加快推进转型升级的关键时期,加快形成以质量、技术、品牌为核心的竞争优势,促进公司从数量规模型向质量效益型转变,实现由大到强的飞跃。

在品牌营销方面,公司将继续投入资源,灵活的营销方式,实施新的市场战略,全力开拓国际市场,实现全球贸易新突破。一是加快开拓中高端市场,目前,公司已具备了进军中高端市场的技术能力,下一步要充分利用有利条件,保持中高端品牌竞争力,加大海外市场开拓,提升增加附加值,提升逐步壮大品牌竞争力,二是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,不断提升品牌价值,三是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,四是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,五是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力。

3.公司未来发展的风险  
1.公司所处行业发展的趋势及市场格局  
新的一年,纺织行业形势继续发生较大变化,国际竞争加剧,市场需求不足,各种要素成本上涨等影响行业发展的矛盾和问题突出,订单不足,开工不足,销售不畅,行业经营困难将长期存在,国内纺织行业面临着需求放缓的巨大压力,国内棉花“内销外补”、中美贸易摩擦、中高档产品加工订单向东南亚转移的速度明显加快,但总体看,行业景气度下降,有利条件少于不利因素,从宏观形势来看,国内主要经济体呈现逐步恢复向好的态势,将加快世界经济复苏,为“十二五”中企全面开拓市场在宏观层面中起关键作用,棉花市场双轨制政策有望调整,城镇化进程加快推动,经济持续稳定发展,居民收入不断增加,将给纺织行业持续增长带来更大空间,综合分析,国际国内环境有利于行业继续保持稳定持续发展,机遇和挑战并存,机遇大于挑战。

2.公司未来发展机遇、发展战略和年度经营计划  
2014年,是公司加快推进转型升级的关键时期,加快形成以质量、技术、品牌为核心的竞争优势,促进公司从数量规模型向质量效益型转变,实现由大到强的飞跃。

在品牌营销方面,公司将继续投入资源,灵活的营销方式,实施新的市场战略,全力开拓国际市场,实现全球贸易新突破。一是加快开拓中高端市场,目前,公司已具备了进军中高端市场的技术能力,下一步要充分利用有利条件,保持中高端品牌竞争力,加大海外市场开拓,提升增加附加值,提升逐步壮大品牌竞争力,二是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,不断提升品牌价值,三是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,四是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,五是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力。

3.公司未来发展的风险  
1.公司所处行业发展的趋势及市场格局  
新的一年,纺织行业形势继续发生较大变化,国际竞争加剧,市场需求不足,各种要素成本上涨等影响行业发展的矛盾和问题突出,订单不足,开工不足,销售不畅,行业经营困难将长期存在,国内纺织行业面临着需求放缓的巨大压力,国内棉花“内销外补”、中美贸易摩擦、中高档产品加工订单向东南亚转移的速度明显加快,但总体看,行业景气度下降,有利条件少于不利因素,从宏观形势来看,国内主要经济体呈现逐步恢复向好的态势,将加快世界经济复苏,为“十二五”中企全面开拓市场在宏观层面中起关键作用,棉花市场双轨制政策有望调整,城镇化进程加快推动,经济持续稳定发展,居民收入不断增加,将给纺织行业持续增长带来更大空间,综合分析,国际国内环境有利于行业继续保持稳定持续发展,机遇和挑战并存,机遇大于挑战。

2.公司未来发展机遇、发展战略和年度经营计划  
2014年,是公司加快推进转型升级的关键时期,加快形成以质量、技术、品牌为核心的竞争优势,促进公司从数量规模型向质量效益型转变,实现由大到强的飞跃。

在品牌营销方面,公司将继续投入资源,灵活的营销方式,实施新的市场战略,全力开拓国际市场,实现全球贸易新突破。一是加快开拓中高端市场,目前,公司已具备了进军中高端市场的技术能力,下一步要充分利用有利条件,保持中高端品牌竞争力,加大海外市场开拓,提升增加附加值,提升逐步壮大品牌竞争力,二是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,不断提升品牌价值,三是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,四是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,五是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力。

3.公司未来发展的风险  
1.公司所处行业发展的趋势及市场格局  
新的一年,纺织行业形势继续发生较大变化,国际竞争加剧,市场需求不足,各种要素成本上涨等影响行业发展的矛盾和问题突出,订单不足,开工不足,销售不畅,行业经营困难将长期存在,国内纺织行业面临着需求放缓的巨大压力,国内棉花“内销外补”、中美贸易摩擦、中高档产品加工订单向东南亚转移的速度明显加快,但总体看,行业景气度下降,有利条件少于不利因素,从宏观形势来看,国内主要经济体呈现逐步恢复向好的态势,将加快世界经济复苏,为“十二五”中企全面开拓市场在宏观层面中起关键作用,棉花市场双轨制政策有望调整,城镇化进程加快推动,经济持续稳定发展,居民收入不断增加,将给纺织行业持续增长带来更大空间,综合分析,国际国内环境有利于行业继续保持稳定持续发展,机遇和挑战并存,机遇大于挑战。

2.公司未来发展机遇、发展战略和年度经营计划  
2014年,是公司加快推进转型升级的关键时期,加快形成以质量、技术、品牌为核心的竞争优势,促进公司从数量规模型向质量效益型转变,实现由大到强的飞跃。

在品牌营销方面,公司将继续投入资源,灵活的营销方式,实施新的市场战略,全力开拓国际市场,实现全球贸易新突破。一是加快开拓中高端市场,目前,公司已具备了进军中高端市场的技术能力,下一步要充分利用有利条件,保持中高端品牌竞争力,加大海外市场开拓,提升增加附加值,提升逐步壮大品牌竞争力,二是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,不断提升品牌价值,三是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,四是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,五是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力。

3.公司未来发展的风险  
1.公司所处行业发展的趋势及市场格局  
新的一年,纺织行业形势继续发生较大变化,国际竞争加剧,市场需求不足,各种要素成本上涨等影响行业发展的矛盾和问题突出,订单不足,开工不足,销售不畅,行业经营困难将长期存在,国内纺织行业面临着需求放缓的巨大压力,国内棉花“内销外补”、中美贸易摩擦、中高档产品加工订单向东南亚转移的速度明显加快,但总体看,行业景气度下降,有利条件少于不利因素,从宏观形势来看,国内主要经济体呈现逐步恢复向好的态势,将加快世界经济复苏,为“十二五”中企全面开拓市场在宏观层面中起关键作用,棉花市场双轨制政策有望调整,城镇化进程加快推动,经济持续稳定发展,居民收入不断增加,将给纺织行业持续增长带来更大空间,综合分析,国际国内环境有利于行业继续保持稳定持续发展,机遇和挑战并存,机遇大于挑战。

2.公司未来发展机遇、发展战略和年度经营计划  
2014年,是公司加快推进转型升级的关键时期,加快形成以质量、技术、品牌为核心的竞争优势,促进公司从数量规模型向质量效益型转变,实现由大到强的飞跃。

在品牌营销方面,公司将继续投入资源,灵活的营销方式,实施新的市场战略,全力开拓国际市场,实现全球贸易新突破。一是加快开拓中高端市场,目前,公司已具备了进军中高端市场的技术能力,下一步要充分利用有利条件,保持中高端品牌竞争力,加大海外市场开拓,提升增加附加值,提升逐步壮大品牌竞争力,二是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,不断提升品牌价值,三是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,四是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,五是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力。

3.公司未来发展的风险  
1.公司所处行业发展的趋势及市场格局  
新的一年,纺织行业形势继续发生较大变化,国际竞争加剧,市场需求不足,各种要素成本上涨等影响行业发展的矛盾和问题突出,订单不足,开工不足,销售不畅,行业经营困难将长期存在,国内纺织行业面临着需求放缓的巨大压力,国内棉花“内销外补”、中美贸易摩擦、中高档产品加工订单向东南亚转移的速度明显加快,但总体看,行业景气度下降,有利条件少于不利因素,从宏观形势来看,国内主要经济体呈现逐步恢复向好的态势,将加快世界经济复苏,为“十二五”中企全面开拓市场在宏观层面中起关键作用,棉花市场双轨制政策有望调整,城镇化进程加快推动,经济持续稳定发展,居民收入不断增加,将给纺织行业持续增长带来更大空间,综合分析,国际国内环境有利于行业继续保持稳定持续发展,机遇和挑战并存,机遇大于挑战。

2.公司未来发展机遇、发展战略和年度经营计划  
2014年,是公司加快推进转型升级的关键时期,加快形成以质量、技术、品牌为核心的竞争优势,促进公司从数量规模型向质量效益型转变,实现由大到强的飞跃。

在品牌营销方面,公司将继续投入资源,灵活的营销方式,实施新的市场战略,全力开拓国际市场,实现全球贸易新突破。一是加快开拓中高端市场,目前,公司已具备了进军中高端市场的技术能力,下一步要充分利用有利条件,保持中高端品牌竞争力,加大海外市场开拓,提升增加附加值,提升逐步壮大品牌竞争力,二是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,不断提升品牌价值,三是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,四是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,五是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力。

3.公司未来发展的风险  
1.公司所处行业发展的趋势及市场格局  
新的一年,纺织行业形势继续发生较大变化,国际竞争加剧,市场需求不足,各种要素成本上涨等影响行业发展的矛盾和问题突出,订单不足,开工不足,销售不畅,行业经营困难将长期存在,国内纺织行业面临着需求放缓的巨大压力,国内棉花“内销外补”、中美贸易摩擦、中高档产品加工订单向东南亚转移的速度明显加快,但总体看,行业景气度下降,有利条件少于不利因素,从宏观形势来看,国内主要经济体呈现逐步恢复向好的态势,将加快世界经济复苏,为“十二五”中企全面开拓市场在宏观层面中起关键作用,棉花市场双轨制政策有望调整,城镇化进程加快推动,经济持续稳定发展,居民收入不断增加,将给纺织行业持续增长带来更大空间,综合分析,国际国内环境有利于行业继续保持稳定持续发展,机遇和挑战并存,机遇大于挑战。

2.公司未来发展机遇、发展战略和年度经营计划  
2014年,是公司加快推进转型升级的关键时期,加快形成以质量、技术、品牌为核心的竞争优势,促进公司从数量规模型向质量效益型转变,实现由大到强的飞跃。

在品牌营销方面,公司将继续投入资源,灵活的营销方式,实施新的市场战略,全力开拓国际市场,实现全球贸易新突破。一是加快开拓中高端市场,目前,公司已具备了进军中高端市场的技术能力,下一步要充分利用有利条件,保持中高端品牌竞争力,加大海外市场开拓,提升增加附加值,提升逐步壮大品牌竞争力,二是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,不断提升品牌价值,三是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,四是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,五是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力。

3.公司未来发展的风险  
1.公司所处行业发展的趋势及市场格局  
新的一年,纺织行业形势继续发生较大变化,国际竞争加剧,市场需求不足,各种要素成本上涨等影响行业发展的矛盾和问题突出,订单不足,开工不足,销售不畅,行业经营困难将长期存在,国内纺织行业面临着需求放缓的巨大压力,国内棉花“内销外补”、中美贸易摩擦、中高档产品加工订单向东南亚转移的速度明显加快,但总体看,行业景气度下降,有利条件少于不利因素,从宏观形势来看,国内主要经济体呈现逐步恢复向好的态势,将加快世界经济复苏,为“十二五”中企全面开拓市场在宏观层面中起关键作用,棉花市场双轨制政策有望调整,城镇化进程加快推动,经济持续稳定发展,居民收入不断增加,将给纺织行业持续增长带来更大空间,综合分析,国际国内环境有利于行业继续保持稳定持续发展,机遇和挑战并存,机遇大于挑战。

2.公司未来发展机遇、发展战略和年度经营计划  
2014年,是公司加快推进转型升级的关键时期,加快形成以质量、技术、品牌为核心的竞争优势,促进公司从数量规模型向质量效益型转变,实现由大到强的飞跃。

在品牌营销方面,公司将继续投入资源,灵活的营销方式,实施新的市场战略,全力开拓国际市场,实现全球贸易新突破。一是加快开拓中高端市场,目前,公司已具备了进军中高端市场的技术能力,下一步要充分利用有利条件,保持中高端品牌竞争力,加大海外市场开拓,提升增加附加值,提升逐步壮大品牌竞争力,二是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,不断提升品牌价值,三是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,四是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,五是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力。

3.公司未来发展的风险  
1.公司所处行业发展的趋势及市场格局  
新的一年,纺织行业形势继续发生较大变化,国际竞争加剧,市场需求不足,各种要素成本上涨等影响行业发展的矛盾和问题突出,订单不足,开工不足,销售不畅,行业经营困难将长期存在,国内纺织行业面临着需求放缓的巨大压力,国内棉花“内销外补”、中美贸易摩擦、中高档产品加工订单向东南亚转移的速度明显加快,但总体看,行业景气度下降,有利条件少于不利因素,从宏观形势来看,国内主要经济体呈现逐步恢复向好的态势,将加快世界经济复苏,为“十二五”中企全面开拓市场在宏观层面中起关键作用,棉花市场双轨制政策有望调整,城镇化进程加快推动,经济持续稳定发展,居民收入不断增加,将给纺织行业持续增长带来更大空间,综合分析,国际国内环境有利于行业继续保持稳定持续发展,机遇和挑战并存,机遇大于挑战。

2.公司未来发展机遇、发展战略和年度经营计划  
2014年,是公司加快推进转型升级的关键时期,加快形成以质量、技术、品牌为核心的竞争优势,促进公司从数量规模型向质量效益型转变,实现由大到强的飞跃。

在品牌营销方面,公司将继续投入资源,灵活的营销方式,实施新的市场战略,全力开拓国际市场,实现全球贸易新突破。一是加快开拓中高端市场,目前,公司已具备了进军中高端市场的技术能力,下一步要充分利用有利条件,保持中高端品牌竞争力,加大海外市场开拓,提升增加附加值,提升逐步壮大品牌竞争力,二是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,不断提升品牌价值,三是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,四是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,五是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力。

3.公司未来发展的风险  
1.公司所处行业发展的趋势及市场格局  
新的一年,纺织行业形势继续发生较大变化,国际竞争加剧,市场需求不足,各种要素成本上涨等影响行业发展的矛盾和问题突出,订单不足,开工不足,销售不畅,行业经营困难将长期存在,国内纺织行业面临着需求放缓的巨大压力,国内棉花“内销外补”、中美贸易摩擦、中高档产品加工订单向东南亚转移的速度明显加快,但总体看,行业景气度下降,有利条件少于不利因素,从宏观形势来看,国内主要经济体呈现逐步恢复向好的态势,将加快世界经济复苏,为“十二五”中企全面开拓市场在宏观层面中起关键作用,棉花市场双轨制政策有望调整,城镇化进程加快推动,经济持续稳定发展,居民收入不断增加,将给纺织行业持续增长带来更大空间,综合分析,国际国内环境有利于行业继续保持稳定持续发展,机遇和挑战并存,机遇大于挑战。

2.公司未来发展机遇、发展战略和年度经营计划  
2014年,是公司加快推进转型升级的关键时期,加快形成以质量、技术、品牌为核心的竞争优势,促进公司从数量规模型向质量效益型转变,实现由大到强的飞跃。

在品牌营销方面,公司将继续投入资源,灵活的营销方式,实施新的市场战略,全力开拓国际市场,实现全球贸易新突破。一是加快开拓中高端市场,目前,公司已具备了进军中高端市场的技术能力,下一步要充分利用有利条件,保持中高端品牌竞争力,加大海外市场开拓,提升增加附加值,提升逐步壮大品牌竞争力,二是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,不断提升品牌价值,三是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,四是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力,五是培育自主品牌,加大品牌宣传,提升品牌影响力。

3.公司未来发展的风险  
1.公司所处行业发展的趋势及市场格局  
新的一年,纺织行业形势继续发生较大变化,国际竞争加剧,市场需求不足,各种要素成本上涨等影响行业发展的矛盾和问题突出,订单不足,开工不足,销售不畅,行业经营困难将长期存在,国内纺织行业面临着需求放缓的巨大压力,国内棉花“内销外补”、中美贸易摩擦、中高档产品加工订单向东南亚转移的速度明显加快,但总体看,行业景气度下降,有利条件少于不利因素,从宏观形势来看,国内主要经济体呈现逐步恢复向好的态势,将加快世界经济复苏,为“十二五”中企全面开拓市场在宏观层面中起关键作用,棉花市场双轨制政策有望调整,城镇化进程加快推动,经济持续稳定发展,居民收入不断增加,将给纺织行业持续增长带来更大空间,综合分析,国际国内环境有利于行业继续保持稳定持续发展,机遇和挑战并存,机遇大于挑战。

# 孚日集团股份有限公司

证券代码:002083 证券简称:孚日股份 公告编号:定2014-001

## 2013 年度报告摘要

不适用

孚日集团股份有限公司  
法定代表人:孙日贵  
二〇一四年四月十五日

股票代码:002083 股票简称:孚日股份 公告编号:临2014-016