

厦门延江新材料股份有限公司

董事会工作报告

一、2019年度公司整体运营情况

2019年度的整体宏观经济环境，无论国际还是国内，都延续了2018年的波动性与不可预测性。随着新生儿数量的持续下降，国内纸尿裤市场竞争异常激烈，市场上各品牌的整合过程日趋白热化；另一方面，伴随着中美贸易争端的持续，整体外部环境压力依旧较大。为此，公司管理层认真贯彻执行董事会年初制订的目标，重点落实公司的全球化战略规划，加快海外子公司的运营优化。同时，加强各个部门成本管控，加强国内中小客户的开发，加快募投项目的投资建设。

在以上背景下，在董事会的领导和全体员工的共同努力下，2019年度，公司实现营业收入103,811.25万元，比上年同期增长35.48%，销售额首次突破10亿大关；实现营业利润8,230.52万元，比上年同期增加64.68%；实现利润总额9,788.21万元，比上年同期增加95.79%；实现归属于上市公司股东的净利润8,231.07万元，比上年同期增加69.32%。其中，打孔无纺布业务实现营业收入42,623.60万元，比上年同期增加6.31%，PE膜业务实现营业收入44,365.11万元，比上年同期增长60.47%。公司经营活动产生的现金流量净额为7,422.31万元，比上年同期增加88.06%。

二、2019年经营管理工作回顾

（一）落实各项工作计划，积极推进业务进展

报告期内，公司各类产品的基本情况如下：

1、打孔热风无纺布

公司的打孔热风无纺布产品主要应用于婴幼儿纸尿裤的面层，在打孔热风无纺布方面，公司业务涵盖了国内外主流卫生巾纸尿裤生产厂家。经过多年的积累与沉淀，公司在业界享有良好的声誉。同众多一线品牌的合作，已由初期的一般性供货，逐渐深化为供求双方的战略合作。

公司自研发成功打孔热风无纺布并将其商业化以来，一直与客户在生产、工艺、研发方面保持紧密联系。尤其在研发方面，公司始终紧跟客户的市场战略，

结合自身在面层材料行业丰富的经验及前瞻性，力求为客户提供专业化、客制化服务。

近几年由于行业热风无纺布产能逐渐过剩，导致市场竞争更加严峻，企业要想更好的生存发展，其提供的产品除了质量外，在产品性能上必须有其独特性与实用性。在此背景下，作为公司主打产品之一的打孔热风无纺布因其更好的渗透性与干爽性，逐步被市场上更多的客户认可，自问世以来销售额一直保持较快增长。但在2018年，公司的打孔热风无纺布增长势头首次遇到挫折，经历了自产品问世以来的首次销售下滑，究其原因，主要是因为前几年由于纸尿裤市场保持较快增长，吸引了大量资本进入这一行业，导致产能激增、过剩，引发中国市场空前激烈的竞争，加上电商、微商销售方式的兴起，市场碎片化趋势愈演愈烈，今年以来，中国新生儿出生数量延续下滑趋势，多重因素叠加，导致下游主流传统纸尿裤生产商在终端面临很大的压力，加上打孔无纺布主要应用于亚洲及中国市场，其他市场的需求尚未成气候，这些因素导致公司作为面层材料供应商，打孔无纺布业务因此遇到了较大挑战。对此，公司致力于与客户一起，制订优化方案，加大研发投入，不断改进升级产品性能，更好的满足客户的要求，协助客户在激烈竞争的纸尿裤国内与国外市场取得更多消费者的认同。经过不断的努力，使用公司生产的打孔无纺布产品的纸尿裤产品得到越来越多终端客户的认可，尤其今年在国内、日本等地区反映良好。在公司自主研发的打孔无纺布产品受到了市场肯定的同时，也促使公司打孔无纺布业务在2019年不仅扭转了2018年下滑的局面，同时还取得了全年6.3%的增长，这在当前市场环境下是很不容易的。

2、PE膜

公司生产的PE打孔膜产品，主要供应给下游厂商生产卫生巾。通过多年来对公司整体的运营能力、研发能力、产品质量体系的认证，公司已经成为国际知名卫生巾制造商的重要供应商之一，双方在未来将继续深化彼此之间的合作关系，从而推动公司的PE打孔膜产品走向全球市场。

在此背景下，作为公司主打产品之一的PE打孔膜近三年销售额为19,354.15万元、27,647.28万元、44,365.11万元，分别以45.94%、42.85%、60.47%的增速增长，分别占公司营业收入的26.22%、36.08%、42.74%。尤其是2019年，销售增速明显加快，最主要的驱动因素就是PE打孔膜海外市场尤其是北美市场需求的释放。

从目前以及未来的一段时间来看，PE打孔膜都是公司海外生产基地重要的产品组成部分，也是这些地区初始投产时的主打产品。公司将以PE打孔膜作为立足海外市场的业务切入点，打造公司海外市场的平台，为其他产品进入海外市场建立坚实的基础。

（二）构建全球供应体系，深化国际客户合作

近几年来，由于资本的持续涌入，国内纸尿裤行业产能呈现出过剩局面，根据生活用纸委员会的统计，虽然中国总体市场渗透率还在上升，但由于出生人口的下降，以及品牌价格战拉低了市场的单片平均售价，2018年纸尿裤市场规模仅增加1.2%，增速同比减少9%，目前2019年数据尚未公布，但业界也对市场现状持保守态度。公司作为国内一次性卫生用品面层材料的龙头供应商，受市场变化的影响，2018年公司国内销售下滑。2019年度，在公司全体员工的努力下，国内市场销售恢复增长，但由于国内纸尿裤市场产能过剩的出清还需要一定时间，为克服其对公司业绩的不利影响，公司加快了国际市场的开拓以及全球供应的布局。2019年度，公司海外业务（含出口及海外子公司销售）已经占到公司总体销售额的64.53%，同比增加59.88%。公司重要的海外子公司情况如下：

1、埃及延江

公司于2017年3月在埃及成立了子公司Egypt Yanjan New Material Co., Ltd，并于同年的第三季度顺利投产。埃及延江作为公司第一个海外独立运营的子公司，不仅肩负着拓展海外业务的重要战略任务，还要为公司全球化布局的推动起到引领和示范的作用。在近两年的时间以来，通过当地经营团队的努力以及母公司给予的大力支持，埃及延江迅速成长，目前已经逐步成为公司拓展欧洲、中东以及非洲市场的重要供应点，其产品质量以及运营管理得到了客户的高度肯定；另一方面，埃及延江也因其守法经营、解决就业等方面的表现，获得了当地政府的充分认可与支持。

报告期内，埃及延江实现营业收入6,778.21万元，净利润1,567.46万元，与去年相比分别增长了3.18倍及8.63倍。在去年已经顺利实现财务收益及现金流可持续运转的基础上，开始进入扩充产能，提升业绩的新阶段，埃及延江已成为集团主要的业绩增长点。

2、美国延江

在美国设立子公司是公司2018年的重点战略项目，主要目的就是打开原本空白的北美市场。从公司注册到产品正式投产仅用了7个月左右的时间，公司管理团队的执行力得到了充分体现，也获得了客户的高度肯定。在2018年度，美国延江由于生产周期短，且前期投入较大，产能释放有限，工人效率低等原因，同时由于客户供应商切换的尾部效应，导致出现较大的亏损，此种情况一直持续到2019年一季度。从2019年一季度末开始，随着客户北美供应商切换完成，加上经过半年多的磨合，生产成本管控效率提升，美国延江的经营开始步入正轨，在二季度末已实现单月盈利。2019年度，虽然美国延江总体尚处于亏损状态，但亏损额比上年减少了63.29%，使得公司管理层对北美市场未来发展充满了信心，将争取在2020年实现盈利。

3、印度延江

印度的人口规模即将超过中国，近年来经济增速亮眼，但卫生巾纸尿裤渗透率还较低，这些因素使得印度市场被视为继中国后一次性卫生用品的下一片蓝海。为此，公司于2018年4月注册成立了印度延江，着手布局这一战略新兴市场。目前，印度延江各项前期生产筹备工作已经完成，并于在2019年三季度实现第一条生产线的投产。2019年度，印度延江亏损481.27万元，总体可控，随着产能的逐步释放，预计2020年会实现盈利。

（三）积极推进募投项目的相关工作，适时扩大产能，提升产品制造能力

经中国证券监督管理委员会证监许可[2017]619号文核准，公司于2017年6月2日在深圳证券交易所挂牌上市，首次公开发行人民币普通股股票2,500万股。通过发行上市，公司获得募集资金净额为43,403.13万元，该募集资金将用于公司“年产22,000吨打孔无纺布”项目。一方面，该项目可以满足客户对于打孔无纺布的巨大需求，突破现有产能限制所导致的局限性；另一方面，通过募投项目筹集的技术研发中心，作为公司各类产品的科研成果转化与产业化应用的技术开发平台，对于公司未来立足市场需求，强化产研结合，大力推动新材料、新技术科研成果的工程转化和市场化应用具有重要的战略意义，这将进一步巩固公司在国内一次性卫生用品面层材料领域的市场领先地位。

目前公司募投项目已经完成 82.57%。如无重大变化，余下进度预计将在 2020 年内全部完成。

（四）加强研发创新，推动公司技术进步

作为一家高新技术企业，公司深知研发能力对业务开拓的重要性。为了更好地满足客户需求，达到使用效果最优，提升公司竞争力，公司通过自主研发等形式，跟踪行业技术发展前沿，取得了一定成果。

在PE打孔膜领域，公司开发了棉柔触感3D立体打孔膜及其一步成型工艺等项目，使得小孔真空打孔生产和大孔机械打孔生产实现快速同步生产，较二次打孔节省了收卷设备和放卷设备及运输环节，同时起到节省能耗，降低成本，提高生产效率，防止材料二次污染的作用。

在打孔无纺布领域，公司开发了3D plus压花打孔复合系列无纺布产品及其工艺优化设计，创新性的通过两层无纺布的粘结，防止凸起部分被挤压，有效地形成气流通道，防止通道堵塞，压塌，提供气流的内外循环，减少湿闷感；并且第一层开孔无纺布凸起部分的内部连续空间与第二层开孔无纺布之间形成有气流通道，令无纺布在保持凸起的立体结构的同时，为无纺布的渗透提供一个渗透通道，进而加快液体，排泄物软便的渗透，减少残留。

无论是PE打孔膜，还是打孔无纺布，公司均能根据客户需要，为客户提供定制专属产品。同时，根据公司对行业的了解，结合以往服务客户的经验，为客户未来产品的研发提供专业意见，增加了客户产品种类的多样性和功能差异性。

目前公司共拥有15项发明专利，47项实用新型专利，17项外观专利；其中，2019年度公司新增7项发明专利，13项实用新型专利和5项外观专利。

2020年，在经过研发测试准备基本完成的前提下，公司将推出纯棉水刺无纺布和擦拭无纺布，丰富公司下游产品线，将公司下游产品从卫生巾、纸尿裤面层材料，拓展到高端的卫生巾、纸尿裤面层、生活擦拭、婴幼儿擦拭及医用擦拭等领域。

（五）着力抓好人力资源管理体系建设，持续推进优秀人才引进

人力资源的开发和管理是公司发展战略的重要组成部分之一。公司的研发团队是保持公司技术创新能力的核心资源。报告期内，公司加大人才吸引力度，提高公司核心技术团队的活力和创新能力，从而增强公司核心竞争力，保证公司长期稳定的发展。

报告期内，公司推出了上市后第一期限限制性股票激励计划，将核心员工们的收益与公司中长期发展规划紧密的结合在一起。

（六）开展集团化管理，强化精细化管控

报告期内，随着国际化的深入，海外运营实体在集团中所占的比重将不断加大。同时，在国际化的过程中，公司避免不了地将面对不同国家和地区在文化、法律、财税制度等方面的巨大差异，这些都对公司的集团管控提出了新的课题和挑战。公司将以企业整体战略，即“致力成为全球创新型卫生用品面层材料领导者”这一宗旨为导向，遵循现代化企业管理理念，优化集团总部和各子公司职能定位，充分调动各子公司的积极性，进一步优化管理流程，提高管理运营效率。同时将进一步强化对子公司尤其是海外子公司的精细化管控，着重于子公司的财务管控及风险控制，通过全面预算管理、重大事项报告及监督等机制，提升集团整体的运营管理水平。

（七）综述

2019年度，公司业绩与去年同期相比较有大幅度增长，其主要原因如下：

1、海外生产布局初见成效，全球化供应带来新机遇。

近年来，受“二胎”政策的影响，以及消费升级的带动，中国纸尿裤市场迎来了一波发展高潮。各路资本纷纷踏足该领域，使得目前的中国纸尿裤品牌达到2000多种，远远高于海外成熟市场的品牌数量，行业产能在几年来高歌猛进之下已开始显现出过剩趋势。另一方面，在原本就已经品牌林立，众多地方性区域性品牌竞争激烈的基础上，近年来微商以及互联网电商品牌也不断加入其中，使得整个中国纸尿裤市场碎片化趋势日益明显。产能过剩叠加市场碎片化因素，导致各品牌的竞争趋于白热化，市场格局的洗牌不可避免。在此情况下，零售端铺货的时点更趋均衡，淡旺季差异显著缩小，各品牌渠道去库存压力增大，价格战开启，这些都会传导到上游的供应商。2018年，公司业绩的下滑主要是打孔无纺布的下滑，也从侧面印证了国内纸尿裤市场的竞争之激烈。由于国内市场的这一情况还将持续且难以预测，因此，公司早在2017年就开始进行全球化布局。经过近两年的努力，公司海外子公司的运营逐渐步入正轨。2019年度，公司海外销售额比去年同期增长了25,088.56万元，占到公司总体销售额增长的比重为92.29%，这主要是由于PE打孔膜逐步替换客户原有的海外供应商，以及打孔无纺布产品海外受众增加所致。另一方面，公司严格管控成本费用，使得增长的销售能较好的转为利润，使得2019年度的整体业绩较去年同期有较大幅度增长。

2、关于中美贸易争端对公司业务的影响。

2018年度，中美贸易争端无疑是重要的经济事件，此影响一直持续到2019年且尚无短期内消失的迹象。从目前的情况来看，该事件对公司有一定影响，但影响相对有限，原因在于：1、公司先前产品出口的主要地区，并不包括美国，因为地缘位置关系，如果从公司直接出口产品至美国，其物流成本过高，大幅削弱了公司产品的竞争性，因此公司一直以来直接出口到美国的产品金额很小；2、公司建立美国延江子公司服务北美市场，未来由其在当地或邻近地区采购绝大部分的原材料，在美国实现当地生产与销售，受关税影响较小。

综上所述，在经历了多年的快速发展，以及2017年登陆A股资本市场获得平台提升的巨大机遇后，公司在2018年遭遇了业绩下滑，尽管2019年度公司业绩经过全体人员的努力，重回较快增长的轨道。但此过程还是让公司管理层更深刻的意识到市场竞争的激烈与残酷，也更坚定了公司坚持以研发技术立身、以客户需求为重、以投资者利益为本作为发展宗旨。公司既看到了中国和亚洲以及全球市场发展对未来业绩增长的巨大需求和潜力，也感受到了汇率、物流及海外运营给公司的成本带来的巨大挑战，更感受到了中国市场在互联网经济影响下产生的前所未见的变革。公司管理层将在继续深耕公司现有业务的基础上，持续不断的学习，引进人才并借助公司登陆A股资本市场的契机，继续全方位深度拓展市场需求，深耕细作，尽快融入公司核心客户的全球供应链体系，优化完善公司治理，稳健推进公司高速、可持续的发展战略，以回报广大投资者对公司的支持与厚爱。

三、报告期内董事会召开情况

2019年，公司董事会共召开9次会议，具体情况如下：

1、2019年1月10日召开的第二届第四次董事会审议通过了《关于使用募集资金置换预先投入募投项目的自筹资金予以确认的议案》。

2、2019年2月28日召开的第二届第五次董事会审议通过了《关于使用银行承兑汇票、信用证及自有外汇等方式支付募集资金投资项目并以募集资金等额置换的议案》、《关于对外担保的议案》。

3、2019年3月28日召开的第二届第六次董事会审议通过了、《关于2018年度总经理工作报告的议案》、《关于2018年度董事会工作报告的议案》、《关于2018年度财务决算报告的议案》、《关于2018年年度报告及年报摘要的议案》、《关于2018年内部控制自我评价报告的议案》、《关于2019年度董事、高级管

理人员薪酬方案的议案》、《关于 2018 年度募集资金存放与实际使用情况专项报告的议案》、《关于 2018 年度控股股东及其他关联方资金占用情况的专项说明的议案》、《关于申请 2019 年度银行综合授信额度及相关授权事宜的议案》、《关于使用闲置募集资金进行现金管理的议案》、《关于使用闲置自有资金进行现金管理的议案》、《关于未来三年（2018 年-2020 年）股东回报规划的议案》、《关于 2019 年度外汇衍生品交易计划的议案》、《关于续聘 2019 年度审计机构的议案》、《关于 2018 年度利润分配的议案》、《关于修改公司章程的议案》、《关于召开 2018 年年度股东大会的议案》。

4、2019 年 4 月 25 日召开的第二届第七次董事会审议通过了《关于公司<2019 年第一季度报告>的议案》。

5、2019 年 5 月 10 日召开的第二届第八次董事会审议通过了《关于<厦门延江新材料股份有限公司第一期限限制性股票激励计划（草案）>及其摘要的议案》、《关于<厦门延江新材料股份有限公司第一期限限制性股票激励计划实施考核管理办法>的议案》、《关于提请厦门延江新材料股份有限公司股东大会授权公司董事会办理第一期限限制性股票激励计划相关事宜的议案》、《关于召开 2019 年第一次临时股东大会的议案》。

6、2019 年 5 月 30 日召开的第二届第九次董事会审议通过了《关于对厦门延江新材料股份有限公司第一期限限制性股票激励计划首次授予价格进行调整的议案》、《关于对厦门延江新材料股份有限公司第一期限限制性股票激励计划首次授予权益的激励对象名单及数量进行调整的议案》、《关于向厦门延江新材料股份有限公司第一期限限制性股票激励计划激励对象首次授予限制性股票的议案》。

7、2019 年 8 月 1 日召开的第二届第十次董事会审议通过了《关于对外投资并设立全资子公司的议案》、《关于调整 2019 年度外汇衍生品交易计划的议案》、《关于修改公司章程的议案》、《关于召开 2019 年第二次临时股东大会的议案》。

8、2019 年 8 月 29 日召开第二届董事会第十一次会议审议通过了《关于公司 2019 年半年度报告及其摘要的议案》、《关于公司<2019 年半年度募集资金存放与使用情况的专项报告>的议案》、《关于公司会计政策变更及财务报表格式调整的议案》。

9、2019 年 10 月 29 日召开第二届董事会第十二次会议审议通过了《关于公司<2019 年第三季度报告全文>的议案》、《关于变更<对外投资并设立全资子公司>事项的议案》。

四、董事会下设专门委员会在报告期内履职情况

（一）董事会审计委员会

公司董事会审计委员会根据《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《董事会审计委员会工作细则》等有关规定，积极履行职责，认真审议公司内审部门提交的内审报告及工作计划，指导公司审计部在内部审计过程中应重点关注和检查的事项，督促公司内部控制的有效执行。在 2019 年度审计报告编制过程中，审计委员会在审计机构进场前与会计师召开了第一次沟通见面会，确定了审计机构进场审计的时间及 2019 年度财务报告的审计计划，并在审计过程中加强了与会计师的联系，督促其按计划进行审计工作，对发现的问题保持及时有效沟通，积极提出建议，提高审计效率，为公司 2019 年度报告的高质、高效披露提供了有力保障。

（二）董事会薪酬与考核委员会

报告期内，公司董事会薪酬与考核委员会严格按照相关法律法规及《公司章程》、公司《董事会薪酬与考核委员会工作细则》的规定开展相关工作。根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案，审查公司董事及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评，监督公司薪酬制度的执行情况。

（三）董事会战略委员会

报告期内，公司董事会战略委员会按照《独立董事工作细则》《董事会战略委员会工作细则》等相关制度的规定，深入了解公司的经营情况及发展状况，对子公司的战略规划进行审核，积极研究符合公司发展方向的战略布局，为公司的健康、快速发展出谋划策，对公司重大投融资方案、对外投资等重大事项提出了合理化的建议，促进了公司董事会决策的科学性、高效性。

（四）董事会提名委员会

报告期内，公司董事会提名委员会严格按照《公司章程》《董事会提名委员会议事规则》的相关要求，秉着勤勉尽职的态度履行职责，在公司董事会、高级管理人员的选任方面发挥了重要作用。

五、2020 年公司经营计划

（一）经营目标

降低生产成本、实现销售及利润的稳步增长，特别是人均效益的稳步增长，

提升公司经营效益的内涵；实现募投项目的投产与达产，形成新的增长点。

（二）发展战略

2020年，公司将加快募投项目的建设，确保厂房建设顺利完工并完成原有机器设备的搬迁调试工作，确保产能的平稳过渡；另一方面，公司将维持“以销定产”的方针不变，根据订单情况，适时增加产能，以使得资金投入能尽早见到相关效益。

（三）管理目标

通过ERP系统、OA系统的升级与实施，全面提升公司的运行管理水平与效率；全面梳理与建立部门管理架构，全面整合各岗位的工作职责，完善部门各项管理制度。

（四）产品目标

2020年，在经过研发测试准备基本完成的前提下，公司将推出纯棉水刺无纺布和擦拭无纺布，丰富公司下游产品线，将公司下游产品从卫生巾、纸尿裤面层材料，拓展到高端的卫生巾、纸尿裤面层、生活擦拭、婴幼儿擦拭及医用擦拭等领域。

（五）人力资源目标

全面建立适应公司发展的人力资源发展战略，完善从招聘用人的模式到全面的人力资源规划的选人用人模式的转变；全面落实人力资源的后备队伍建设工作。加强培育生产队伍生产技能的提升，以提高各产线的生产效率，确保完成年度销售与检维修队伍增长的目标；加强技术研发队伍建设，提升制造工艺能力和研究开发能力；持续提升员工薪资福利，开拓思路，运用一切条件积极改善员工的待遇；创造丰富多彩的员工生活与工作环境，逐步形成制度文化。落实部门架构的组织体系建设工作，全面建立与落实全员绩效考核机制，推行员工晋升公开选拔的机制，提升员工的工作积极性与成长性。同时，推进2019年-2022年第一期限限制性股票激励计划的执行，将核心员工们的收益与公司中长期发展规划紧密的结合在一起。

厦门延江新材料股份有限公司

董事会

2020年3月31日