

厦门延江新材料股份有限公司

2020年度董事会工作报告

一、2020年度公司整体运营情况

2020年受全球疫情冲击，世界经济严重衰退，产业供应链循环受阻，国际贸易投资萎缩，大宗商品市场动荡。国内经济也受到很大的冲击，企业特别是民营企业、中小微企业经营难度加大。具体到卫生用品行业，竞争持续激烈，尤其体现在产品领域，渠道的争夺日趋白热化。基于此，一方面，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，加大国内中小客户的开发，推进募投项目的投产进度。公司全体员工在管理层的带领下，克服困难，抢时间赶进度，填补了年初因新冠疫情延迟开工的影响，保障了公司传统主营业务的稳健增长。另一方面，针对新冠疫情造成的熔喷无纺布短缺的市场格局，公司利用自身优势，在短时间内开发出熔喷无纺布，满足了市场客户需求，促成了2020年度公司业绩的较大幅度增长。

2020年度在董事会的领导和全体员工的共同努力下，公司实现营业收入1,585,910,182.99元，比上年同期增长52.77%；实现归属于上市公司股东的净利润299,505,974.40元，比上年同期增长263.87%。报告期内，公司打孔热风无纺布业务实现营业收入589,192,616.36元，比上年同期增加13.70%，其中，热风无纺布实现营业收入172,402,519.50元，同比增长85.91%；PE膜业务实现营业收入465,112,778.69元，比上年同期增长4.84%；新产品熔喷无纺布实现营业收入425,174,349.05元。公司经营活动产生的现金流量净额为331,536,650.49元，比上年同期增加346.68%。

二、2020年经营管理工作回顾

（一）坚持精耕细作，促进主营业务稳健发展

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。经过多年的积累与沉淀，公司在业界享有良好的声誉，业务涵盖了国内外主流卫生巾纸尿裤生产厂家。与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。

自主研发成功打孔热风无纺布并将其商业化以来，公司一直与客户在生产、工艺、研发方面保持紧密联系。尤其在研发方面，公司基于自身在面层材料行业的丰富经验及前瞻性，并紧跟客户的市场战略，为客户提供更加专业化、定制化的服务，与大客户合作的深度及广度得到了不断拓展。

近年来热风无纺布产能逐渐过剩，市场竞争更加严峻。企业要想更好的生存发展，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。面对2018年公司打孔热风无纺布增长势头出现下滑，管理层进行了认真的市场调研分析，并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，更好地满足客户的需求，协助客户在激烈竞争的全球市场纸尿裤取得更多消费者的认同。经过不断的努力，使用公司打孔无纺布产品的纸尿裤得到了越来越多终端客户的认可，尤其在国内、日本等地区反应良好。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，还取得了全年6.3%的增长，2020年公司打孔热风无纺布业务继续保持增长，同比实现了13.7%的增长，其中热风无纺布同比更是大幅增长87.48%，这在当前市场环境下，尤其在今年上半年因新冠疫情导致年初开工较晚、客户订单延迟等不利因素影响下是很不容易的。

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，公司已经成为国内外

主要知名卫生巾制造商的重要供应商之一，未来将继续深化与下游客户之间的合作关系，推动公司PE打孔膜产品进一步深入全球市场。

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27,647.28万元、44,365.11万元、46,511.28万元，分别占公司营业收入的36.08%、42.74%、29.33%。2019年由于海外市场尤其是北美市场需求的释放，PE打孔膜销售增速明显加快，2020年PE打孔膜总体保持稳健。

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。

3、熔喷无纺布

报告期内，我国发生新冠疫情，口罩需求大幅上升，而用于生产口罩的关键材料熔喷无纺布出现短缺，政府有关部门、下游客户均向公司反映，希望公司能利用自身优势，在尽可能短的时间内，开发出熔喷无纺布，以缓解市场之需。为此，公司紧急立项，成立熔喷无纺布项目组，利用自身技术优势在短时间内开发出熔喷无纺布，于2020年2月中旬开始对外销售，并于3至4月份扩大了产能。报告期内特别是2020年上半年，公司熔喷无纺布产品销售情况良好，促进了公司业绩较大幅度增长。另一方面，公司不断投入研发力量，持续开发符合市场需求的新产品，以提升熔喷无纺布产品的质量，赢得市场客户口碑的同时，为今后公司拓展新的业务领域奠定了良好基础。目前公司开发生产的熔喷无纺布，已经可以用于生产平面医用口罩（中国、美国、欧洲标准）、N95口罩（中国、美国、日本标准）、欧盟FFP2技术标准的口罩以及儿童口罩（中国标准）等产品。

4、健康防护用品产业相关产品

在此次新冠疫情中，公司响应市场需求，开发生产熔喷无纺布，并以此为契机，开始布局健康防护用品产业。公司计划依托目前已初步建成的全球供应链体系，在海外生产销售口罩及相关个人护理用品。同时，公司将依托目前的供应

链布局，以及掌握的关键材料的生产工艺，结合再融资等计划，加快纺粘热风无纺布、擦拭巾等新产品的开发、生产，尽力打造出新的利润增长点。

（二）深化公司全球供应体系，实现海外业务持续增长

近年来，为降低国内一次性卫生用品市场日趋激烈的竞争环境对公司经营可能带来的不利影响，公司加快了国际市场的开拓以及全球供应的布局。经过近年来的努力，公司海外子公司的运营逐渐步入正轨。全球化供应体系的建设为公司发展带来了更多新的机遇，公司海外生产布局成效正日益显现。

2019年度，得益于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，公司海外销售额比2018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%。

2020年公司海外子公司继续发力，美国子公司Yanjan USA LLC不仅实现了同比扭亏为盈，而且实现自成立以来的年度最高盈利；埃及子公司亦创下年度业绩新高；印度子公司今年也实现首次年度盈利。整个2020年度，尽管受全球新冠疫情影响，公司海外各子公司均取得了经营上的较好成绩，公司海外业务（含出口及海外子公司销售）进一步增长。2020年度，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。自成立以来，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。

在2018年已经顺利实现财务收益及现金流可持续运转的基础上，埃及延江开始进入扩充产能，提升业绩的新阶段。2019年度埃及延江实现营业收入

67,782,134.87元，净利润15,674,550.18元。2020年度，埃及延江实现营业收入93,291,904.61元，净利润20,336,280.23元，与去年同期相比分别增长了37.63%及29.74%，创下自成立以来的业绩新高。埃及延江已成为集团重要的业绩增长点。

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，主要目的是打开原本空白的北美市场。美国延江从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。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2019年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2018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。2020年度美国延江同比扭亏为盈，实现自成立以来的年度最高盈利，实现营业收入202,795,848.97元，净利润11,795,760.28元。

3、印度延江

印度的人口规模即将超过中国，且近年来保持较快的经济增长速度，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，并于2019年三季度实现第一条生产线投产。2019年度印度延江亏损481.27万元，总体可控。2020年，受新冠疫情影响，印度延江开工时间比年初计划晚，开工后亦存在生产断断续续的情形，二季度开始生产逐步正常化，产能利用率不断提高，至二季度末，印度延江全部生产线实现投产。2020年度印度延江实现营业收入80,122,926.54元，净利润7,082,853.65元。

4、新加坡子公司

2020年上半年，新加坡子公司“新加坡控股”及“延江国际”完成注册登记。公司将建立以新加坡控股为境外控股主体的境外股权架构，由新加坡控股为公司海外子公司的设立和运营提供资金支持和统一的财务管理，优化全球化产业链的

管理流程，提高管理运营效率，同时进一步强化对子公司尤其是海外子公司的精细化管理，推进公司以“致力成为全球创新型卫生用品面层材料领导者”为宗旨的发展战略的执行。

此外，报告期内，公司在匈牙利设立了控股子公司匈牙利spintech，主要将作为未来公司服务、拓展欧洲客户的供应点。至报告期末，匈牙利spintech尚未正常运营。

（三）积极推进募投项目投产，提升产品生产能力

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。

截至报告期末募投项目已经完成投资进度89.78%，并于2020年4月逐步进入生产阶段。报告期内，募投项目产生效益3,498.47万元。余下募集资金将在2021年内全部完成。

（四）持续研发创新，推动公司技术进步

为了更好地满足客户需求，增强公司竞争力，近年来公司持续跟踪行业技术发展前沿，通过自主研发等形式，努力提升公司产品的使用效果，并取得了一定成果。

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，不仅增加了客户产品种类的多样性和功能差异性，更进一步增强了公司与客户间的合作粘性。

截止2020年12月31日公司共拥有19项发明专利，50项实用新型专利，25项外观专利；其中，2020年公司新增4项发明专利，5项实用新型专利和8项外观专利。

2021年，公司将继续加快推进纯棉水刺无纺布、纺粘热风无纺布、擦拭无纺布的开发、生产，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，逐步拓展到高端的卫生巾、纸尿裤面层、熔喷无纺布布及其相关护理产品、生活擦拭、婴幼儿擦拭及医用擦拭等领域。

（五）加强人力资源管理体系建设，持续引进优秀人才

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。2019年公司推出了上市后第一期限限制性股票激励计划，将核心员工的收益与公司中长期发展规划紧密的结合在一起。

报告期内，公司继续加大人才引进力度，提高公司核心团队的活力和创新力，增强公司核心竞争力，保障公司长期稳定的发展。

（六）强化精细化管控，提高集团化运营管理水平

目前公司已经在美国、印度、埃及、新加坡等国家设立了子公司，随着公司国际化战略的推进，海外运营实体在集团中所占的比重不断加大，而不同国家和地区在文化、法律、财税制度等方面的巨大差异，对公司的集团管控提出了新的课题和挑战。报告期内，公司继续坚持以“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。同时继续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，持续提升集团整体的运营管理水平。得益于较好的集团化管控机制，报告期内公司各子公司特别是海外子公司基本保持平稳运营，有效应对了新冠疫情的不利影响，并取得了较好的经营业绩。

自公司成立以来的发展之路特别是上市以来的历程让公司管理层更深刻的意识到市场竞争的激烈与残酷，公司既看到了中国和亚洲以及全球市场发展对卫生用品的巨大市场需求潜力，也感受到了汇率、物流及海外运营给公司发展带来的巨大挑战，更感受到了中国市场在互联网经济影响下产生的前所未有的变革。公司将继续坚持以研发技术立身、以客户需求为重、以投资者利益为本的发展宗旨，在现有业务的基础上，持续在卫生用品行业深耕与创新，继续从纵深角度全方位拓展市场需求，进一步深度融入公司核心客户的全球供应链体系；同时，公司将在做好现有主业的基础上，关注产业链的延伸机会或其它产业机会，伺机培育新的业务及增长点。此外，公司将继续优化公司治理，提高规范化运作水平，保障公司高速、可持续发展战略的推进，以更好的业绩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

2020年，公司董事会共召开7次会议，具体情况如下：

1、2020年3月5日召开的第二届第十三次董事会审议通过了《关于募集资金投资项目延期的议案》、《关于新加坡子公司对外投资暨架构调整的议案》。

2、2020年3月30日召开的第二届第十四次董事会审议通过了《关于2019年度总经理工作报告的议案》、《关于2019年度董事会工作报告的议案》、《关于2019年度财务决算报告的议案》、《关于2019年年度报告及年报摘要的议案》、《关于2019年内部控制自我评价报告的议案》、《关于2020年度董事、高级管理人员薪酬方案的议案》、《关于2019年度募集资金存放与实际使用情况专项报告的议案》、《关于2019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2020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2020年度外汇衍生品交易计划的议案》、《关于续聘2020年度审计机构的议案》、《关于2019年度利润分配预案的议案》、《关于会计政策变更的议案》、《关于为子公司提供担保事项延期的议案》、《关于召开2019年年度股东大会的议案》。

3、2020年4月27日召开的第二届第十五次董事会审议通过了《关于公司<2020年第一季度报告全文>的议案》。

4、2020年5月26日召开的第二届第十六次董事会审议通过了《关于向第一期限限制性股票激励计划激励对象授予预留限制性股票的议案》。

5、2020年7月28日召开的第二届第十七次董事会审议通过了《关于对第一期限限制性股票激励计划首次授予权益的回购价格进行调整的议案》、《关于对第一期限限制性股票激励计划的部分激励股份进行回购注销的议案》、《关于第一期限限制性股票激励计划首次授予权益的第一次解除限售条件成就的议案》、《关于变更注册资本暨修订<公司章程>的议案》。

6、2020年8月27日召开的第二届第十八次董事会审议通过了《关于公司2020年半年度报告及其摘要的议案》、《关于公司<2020年半年度募集资金存放与使用情况的专项报告>的议案》、《关于聘任证券事务代表的议案》。

7、2020年10月29日召开第二届董事会第十九次会议审议通过了《关于公司<2020年第三季度报告全文>的议案》。

四、董事会下设专门委员会在报告期内履职情况

公司董事会下设战略委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会和提名委员会四个专门委员会。报告期内，各专门委员会按照《公司法》等相关法律法规、规范性文件及《公司章程》等相关规定，勤勉尽责地履行职责。

各专门委员会在报告期内的履职情况如下：

1、审计委员会履职情况

报告期内，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》以及《董事会审计委员会工作细则》等有关规定，积极履行职责，包括提议聘任审计会计师事务所、审议公司内审部门提交的内审报告及工作计划、审议定期报告、督促公司内部控制的有效执行等。在 2020 年度财务报告编制过程中，审计委员会在审计机构进场前与会计师召开了沟通见面会，确定了审计机构进场审计的时间及 2020 年度财务报告的审计计划，并在审计过程中保持与会计师的沟通，督促其按计划开展审计工作，并与会计师就审计过程中发现的问题及时进行沟通与讨论，提高了审计效率，为公司 2020 年度财务报告的按时披露发挥了积极作用。

2、提名委员会履职情况

报告期内，提名委员会按照《公司章程》《董事会提名委员会议事规则》等相关要求，勤勉尽责地履行职责，积极参与研究公司的发展战略，对公司董事及高级管理人员的任职条件进行了持续关注，发挥了提名委员会的作用。

3、战略委员会履职情况

报告期内，公司董事会战略委员会按照《公司章程》《董事会战略委员会工作细则》等相关规定，深入了解公司的发展经营情况，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，促进公司董事会决策的科学性、高效性。报告期内，为强化对海外子公司的精细化管控，优化公司全球化产业链的管理流程，董事会战略委员会对公司境外投资的股权架构进行论证评估，建议公司建立以新加坡控股为境外控股主体的境外股权架构，建立统一的海外采

购、销售和资金管理的管理体系，提高公司全球化供应链管理效率。

4、薪酬与考核委员会履职情况

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。此外，报告期内，薪酬与考核委员会对公司第一期限限制性股票激励计划首次授予部分第一个解除限售期解除限售条件的达成情况进行了考评，认为公司层面和激励对象个人层面均满足第一个解除限售的条件。

五、2021 年公司经营计划

（一）发展战略

2021 年，公司将重点结合向特定对象发行股票的融资计划，进一步扩充产品品类，优化产品结构，在保持公司原有产品和业务稳步增长的同时打造新的利润增长点，提升公司实力与竞争力，增强盈利能力，促进公司的健康、可持续发展。

（二）经营目标

2021 年公司经营目标为：实现销售的稳步增长及单位生产成本的合理下降，提升公司经营效益。具体表现为：

（1）维持“以销定产”的方针不变，根据订单情况，适时增加产能，提升资金投入的产出效益；

（2）加大募投项目的产能发挥，提升募投项目效益；

（3）继续推进海外业务拓展，提高海外子公司业绩水平；

（4）加强成本分析、管控，努力降低生产成本，增强盈利能力。

（三）管理目标

继续通过 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，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

2021年，公司将继续加快推进纯棉水刺无纺布、纺粘热风无纺布、擦拭无纺布的开发、生产，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，逐步拓展到高端的卫生巾、纸尿裤面层、熔喷无纺布布及其相关护理产品、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，积极改善员工的待遇；创造良好的工作环境，开展丰富多彩的员工生活，逐步形成公司的制度文化。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，继续推进公司第一期限制性股票激励计划的执行，将主要核心员工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

2021年3月30日