

# 厦门延江新材料股份有限公司

## 董事会工作报告

### 一、2018 年度公司整体运营情况

2018 年国内宏观经济中的不确定性因素在增加，以及新生婴幼儿人数下滑，但国内一次性卫生用品市场规模依旧保持增长态势；另一方面，随着中国市场消费升级的趋势已经形成并不断深化，以及公司所处行业的市场竞争更趋激烈，一次性卫生用品生产商需要向消费者提供更高性价比、高品质和差异化的产品，这对每个市场参与者都提出了更高的要求。

作为一家一次性卫生用品面层材料细分市场的龙头公司，公司根据国家形势和行业变化情况在年初制定了夯实基础、稳中求快的发展总基调，为公司 2018 年的发展提供了方向。

2018 年度，国内纸尿裤市场竞争日趋白热化，伴随着中美贸易争端、人民币汇率震荡等一系列宏观经济事件的发生，整体外部环境压力增大。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，加快海外子公司的投资建设。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，2018 年，公司实现营业收入 76,627.22 万元，比上年同期增长 3.81%；实现营业利润 4,997.83 万元，比上年同期增减少 52.21%；实现利润总额 4,999.32 万元，比上年同期减少 53.16%；实现归属于上市公司股东的净利润 4,861.14 万元，比上年同期减少 46.07%。其中，打孔无纺布业务实现营业收入 40,094.64 万元，比上年同期减少 12.39%，PE 膜业务实现营业收入 27,647.28 万元，比上年同期增长 42.85%。公司经营活动产生的现金流量净额为 3,946.68 万元，比上年同期减少 49.16%。

### 二、2018 年经营管理工作回顾

#### （一）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%。公司作为国内一次性卫生用品面层材料的龙头供应商，受此影响，本报告期国内销售下滑。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。2018 年，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 54.68%，同比增加 12.97%。

### 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 L.T.D，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。在一年多的时间以来，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 2,133.51 万元，净利润 181.54 万元，基本完成了自己的初步任务，已经顺利实现了财务收益及现金流的可持续运转，为下一阶段扩充产能，提升业绩打下了坚实的基础。

### 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。

报告期内，美国延江在 8 月份正式出货，在不满 5 个月的时间内即实现营业收入 2,737.87 万元，其产品的质量已通过当地客户的认证，逐步替换原同类产品供应商的市场份额，为公司未来开拓北美市场起了一个良好的开端。

### 3、印度延江

人口规模即将超过中国，近年来经济增速亮眼，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正有条不紊的进行着，预计在 2019 年年中实现正式投产。

## （二）公司各类产品的基本情况

## 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，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，公司将致力于与客户一起，制订优化方案，加大研发投入，推出新的产品系列，尤其是募投项目产生的新产能，对应的主要是目前打孔无纺布产品的升级系列，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市场取得更多消费者的认同；另一方面，公司将致力于通过全球化进程，开拓亚洲以外的地区市场，加大打孔无纺布的海外受众与市场需求。

## 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 13,261.89

万元、19,354.15 万元、27,647.28 万元，分别以 20.47%、45.94%、42.85%的增速增长，分别占公司营业收入的 22.14%、26.22%、36.08%。尤其是 2017 年及 2018 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）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 57.89%。如无重大变化，余下进度预计将在 2019 年内全部完成。

（三）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，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。

2018 年度，公司共获得 1 项发明专利，10 项实用新型专利，6 项外观专利。同时，一批新的研发立项也在有条不紊的进行当中。

#### （四）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。

#### （五）开展集团化管理，强化精细化管控

报告期内，公司的集团架构内新增了海外子公司，未来随着国际化的深入，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。

#### （六）综述

2018 年度，公司业绩与去年同期相比有所下滑，其主要原因如下：

1、中国的纸尿裤市场零售端竞争趋于白热化，传统主流品牌商受到的冲击尤甚，公司作为主流面层供应商不可避免地受到较大影响。

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。为此，公司将和我们的客户一起，通过加大研发投入、优化产品品质、降低产品成本等一系列手段，以更好的产品赢得市场和消费者的认同，协助我们的客户在此次国内纸尿裤市场品牌竞争中取得最后的胜利；另一方面，公司也会在全球化的过程中，尽可能的去开拓亚洲以外的打孔无纺布市场，增加产品受众面，做大整体的市场份额。

2、公司海外子公司处于起步阶段，财务方面暂时拖累公司整体业绩，但未来潜力巨大。

本报告期内，美国延江亏损金额为 2,348.66 万元，是导致公司总体业绩下滑的重要因素之一。为了满足客户需求及开拓北美市场，公司早于 2017 年就制订了设立美国子公司的战略规划，并于 2018 年初实施。经过紧张筹备，美国延江于 2018 年 7 月开始生产线认证及试生产，并于 12 月完成所有生产线以及质量保证体系的审核，这为 2019 年的正式生产打下了坚实的基础。另一方面，由于美国当地的新工人操作不熟练使得在生产过程中的产品消耗较高；同时，2018 年度是美国延江的生产线认证和质量保证体系审核的年度，导致生产订单量相对较少，再加上中美贸易争端导致了一些临时的额外成本，使得 2018 年度美国延江的经营业绩不佳。但可喜的是美国延江的产品在很短的时间内就通过了客户的严格认证，生产管理能力得到了客户的高度认可。公司预计美国延江产能将逐步在 2019 年开始释放，北美市场供应量将按原计划顺利进行，公司对未来美国延江的中长期发展潜力深具信心。

3、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，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。无论是过程还是结果都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

2018 年，公司董事会共召开 7 次会议，具体情况如下：

1、2018 年 2 月 7 日召开的第一届第二十次董事会审议通过了《关于向银行申请授信额度的议案》。

2、2018 年 3 月 28 日召开的第一届第二十一一次董事会审议通过了《关于公司 2017 年度总经理工作报告的议案》《关于公司 2017 年度董事会工作报告的议案》《关于公司 2017 年度财务决算报告的议案》《关于 2017 年年度报告及年报摘要的议案》《关于确认公司审计报告数据并对外报送的议案》《关于公司 2017 年内部控制自我评价报告的议案》《关于公司 2018 年度董事、高级管理人员薪酬方案的议案》《关于 2017 年度募集资金存放与实际使用情况专项报告的议案》《关于 2017 年度利润分配的议案》《关于 2017 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》《关于公司申请 2018 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》《关于续聘 2018 年度审计机构的议案》《关于召开 2017 年度股东大会的议案》。

3、2018 年 4 月 25 日召开的第一届第二十二次董事会审议通过了《关于公司<2018 年第一季度报告>的议案》。

4、2018 年 6 月 11 日召开的第一届第二十三次董事会审议通过了《关于选举公司第二届董事会非独立董事的议案》《关于选举公司第二届董事会独立董事的议案》《关于调整印度子公司注册资本的议案》《关于修改公司章程并授权董事会办理工商变更登记的议案》《关于使用闲置自有资金进行现金管理的议案》

《关于召开 2018 年第一次临时股东大会的议案》。

5、2018 年 8 月 28 日召开的第二届第一次董事会审议通过了《关于选举公司第二届董事会董事长及副董事长的议案》《关于选举公司第二届董事会专门委员会成员的议案》《关于聘任公司高级管理人员的议案》《关于聘任公司董事会秘书的议案》《关于聘任公司证券事务代表的议案》《关于公司 2018 年半年度报告及其摘要的议案》《关于〈2018 年半年度募集资金存放与使用情况的专项报告〉的议案》《关于开展外汇衍生品交易业务的议案》《关于制定金融衍生品交易业务管理制度的议案》。

6、2018 年 8 月 31 日召开的第二届第二次董事会审议通过了《关于公司对外投资的议案》。

7、2018 年 10 月 25 日召开的第二届第三次董事会审议通过了《关于公司〈2018 年第三季度报告全文〉的议案》《关于公司财务报表格式变更的议案》。

#### 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 2018 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 2018 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 2018 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、2019 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

2019 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

2019 年，公司仍将对现有产品的生产工艺、产品性能加大研发投入，提升产品品质的同时，加强内部管控，争取为客户提供更优质的产品；另一方面，公司引进纺粘线，并正式启动纯棉水刺投产。

#### （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。

厦门延江新材料股份有限公司

董事会

2019年3月30日