

证券代码：300658

证券简称：延江股份

公告编号：2025-007

厦门延江新材料股份有限公司 2024 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

华兴会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所由变更为华兴会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

适用 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以总股本 332,764,105 股扣除公司回购专用证券账户中的股份数 4,757,800 股后的股本 328,006,305 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.3 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	延江股份	股票代码	300658
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	黄腾	朱小聘	
办公地址	厦门市翔安区(内厝)工业集中区后堤路 666 号	厦门市翔安区(内厝)工业集中区后堤路 666 号	
传真	0592-5229833	0592-5229833	
电话	0592-7268020	0592-7268020	
电子信箱	yanjanxincal@yanjan.com	yanjanxincal@yanjan.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）公司的经营范围和主营业务

公司成立于 2000 年，主要从事一次性卫生用品面层材料的研发、生产和销售，在 20 余年的发展历程中，公司一直致力于创新型面层材料的生产与研发，与客户紧密合作，为客户量身定制了各种面料。公司的主要产品为 3D 打孔无纺布和 PE 打孔膜等，主要是用作妇女卫生用品、婴儿纸尿裤等一次性卫生用品的面层材料，其中 3D 打孔无纺布是应用于

高端纸尿裤的面层材料。公司与国内外众多知名品牌企业建立了良好、稳固的合作伙伴关系，是国内极少数进入下游客户高端产品领域的供应商之一，已逐步形成强大的人才、技术和品牌优势。

（二）公司主要经营模式

1、采购模式

公司设置了采购中心，下设采购部，由其负责维持公司生产经营活动所必需的原辅材料的采购以及供应商的开发和管理。公司建立采购业务岗位责任制，明确规定相关的部门和岗位的职责与权限，确保办理采购业务的不相容岗位相互分离、制约和监督。

公司目前实行以订单为导向的直接采购模式，在保证完成订单生产目标的前提下，遵循合理的储备指标及严格的采购流程，确定采购数量，减少因盲目采购而导致材料的积压闲置。

公司十分重视合格供应方的开发，以持续保证原材料的品质符合要求并紧跟市场新产品、新材料的发展趋势。公司建有供应商名录，通过完整、严格的筛选体系来确定进入名录的供应商，并会在每年都会对供应商进行定期与不定期相结合的质量考核。供应商名录制度保证了原材料的采购质量，有效控制了采购成本。

2、生产模式

在生产架构设置方面，公司的生产中心由主管生产的副总经理领导，下辖计划物流部、生产部和设备维护部。其中，计划物流部负责生产计划和材料需求计划的制定、仓储管理和物流安排；生产部负责领料、生产、包装等整个生产过程；设备维护部负责机器设备的日常运行维护保养工作。各部门间分工明确、配合良好，充分保证了产品生产过程的正常运转。

公司的生产主要根据产品的销售计划和订单情况，制定生产计划，组织安排生产。公司对于生产计划的完成情况制定了明确的奖惩制度，以确保各生产车间能严格按照生产计划安排生产，有效避免了超量生产带来的库存商品呆滞情况的发生。公司亦制定了严格的生产质量控制制度，确保各步骤生产工艺流程均按照质量控制程序规范操作。

3、销售模式

公司的销售主要以直接销售的形式进行。公司营销中心负责对外开拓市场、展开营销。公司目前设有卫材事业部和擦拭事业部两个营销事业部，分别负责国内外的卫材及擦拭的销售。

公司十分重视营销过程中对客户的技术服务支持，通过面谈、信函、电话、传真、邮件等形式为客户全程提供产品技术咨询服务。营销部设专人负责组织、协调产品的服务工作，与客户进行日常联络，了解分析客户的需求和潜在需求，并作出相应的应对措施。公司每年都会对客户发出满意程度调查，并妥善处理客户的投诉，通过持续的改进不断提升公司的品牌形象。

（三）报告期内主要的业绩驱动因素

1、卫材业务取得新进展

报告期内，公司积极为国内外客户提供更符合市场需求的一次性卫生用品面层材料，采用不同的方案、不同产品满足终端消费者更加个性化的需求，这些措施正逐步为公司争取到越来越多国内外客户的青睐。2024 年，公司卫材业务的运营和销售取得进一步成效，促进公司销售收入及业绩的正向增长。

2、海外子公司生产经营日趋成熟、稳健

自 2017 年下半年以来，公司先后在埃及、美国和印度设立了海外生产基地，分别对应了中东非洲地中海市场、北美市场和印度市场。这些海外生产基地建成后，缩小了公司的运输半径，缩短了物流时间，减少了物流成本。客户的海外公司将相关市场及周边地区的订单转移给公司对应的海外生产基地，使得公司的海外需求得到快速提升，且海外子公司生产经营日趋成熟、稳健。

报告期内，海外子公司保持了较好的生产经营状态，海外业务对公司总体业绩作出了很大贡献。

3、内部管理持续优化，管理效益持续提升

报告期内，公司继续强化内部管理，通过更细化的分解运营指标，控制成本、费用增速，以保证全球化运营效率的提升，使得业绩的增长能有效的转化为公司的利润。2024 年度，通过成本、费用的细化、管控，使得公司的成本费用率进一步下降。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

元

	2024 年末	2023 年末	本年末比上年末增减	2022 年末
总资产	2,733,129,491.18	2,701,893,356.75	1.16%	2,708,498,958.71
归属于上市公司股东的净资产	1,323,607,016.21	1,376,905,407.09	-3.87%	1,380,713,515.93
	2024 年	2023 年	本年比上年增减	2022 年
营业收入	1,484,614,931.80	1,258,609,834.13	17.96%	1,230,401,898.05
归属于上市公司股东的净利润	27,284,341.52	20,871,767.22	30.72%	29,377,334.48
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	17,928,916.98	10,724,570.43	67.18%	5,527,301.75
经营活动产生的现金流量净额	129,516,188.73	273,682,276.46	-52.68%	131,739,711.71
基本每股收益（元/股）	0.08	0.06	33.33%	0.12
稀释每股收益（元/股）	0.08	0.06	33.33%	0.12
加权平均净资产收益率	2.02%	1.51%	0.51%	2.54%

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	314,824,431.40	350,640,368.32	387,546,721.72	431,603,410.36
归属于上市公司股东的净利润	9,202,526.41	18,624,182.00	5,390,751.88	-5,933,118.77
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	6,910,383.08	14,249,106.09	1,720,078.69	-4,950,650.88
经营活动产生的现金流量净额	33,735,956.34	39,233,171.36	-54,447,747.60	110,994,808.63

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股	12,829	年度报告披露	12,183	报告期末表决权	0	年度报告披露前一个月末表决权恢复	0	持有特别表决	0
---------	--------	--------	--------	---------	---	------------------	---	--------	---

股股东总数		目前一个月末普通股股东总数		权恢复的优先股股东总数		复的优先股股东总数		权股份的股东总数（如有）	
前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）									
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		股份状态	数量	
谢继华	境内自然人	21.65%	72,027,927.00	54,020,945.00	不适用			0.00	
谢继权	境内自然人	9.65%	32,121,789.00	24,091,342.00	不适用			0.00	
谢影秋	境内自然人	5.58%	18,553,060.00	13,914,795.00	不适用			0.00	
谢淑冬	境内自然人	5.53%	18,408,263.00	13,806,197.00	不适用			0.00	
林彬彬	境内自然人	4.92%	16,355,700.00	0.00	不适用			0.00	
谢道平	境内自然人	4.92%	16,355,700.00	0.00	不适用			0.00	
山西天星能源产业集团有限公司	境内非国有法人	2.24%	7,454,512.00	0.00	不适用			0.00	
厦门中略投资管理有限公司一中略万新 4 号私募证券投资基金	其他	1.58%	5,260,000.00	0.00	不适用			0.00	
刘福娟	境内自然人	0.69%	2,291,547.00	0.00	不适用			0.00	
吕雪才	境内自然人	0.38%	1,261,360.00	0.00	不适用			0.00	
上述股东关联关系或一致行动的说明	截至报告期末，谢继华、谢继权、谢影秋、谢淑冬、谢道平、林彬彬为父母子女关系，在上市前已共同签署《一致行动协议》，并且为公司的共同实际控制人。除上述情况外，未知其他股东间是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。								

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

适用 不适用

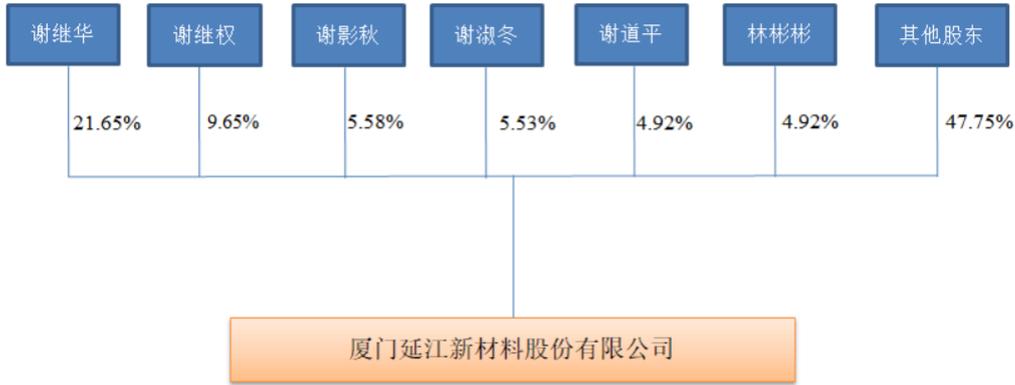
公司是否具有表决权差异安排

适用 不适用

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

一、2024 年度公司整体运营情况

近年来国内外形势复杂多变，2024 年仍是充满不确定性的一年。从国际来看，全球形势复杂严峻，国际贸易摩擦加剧，全球金融风险增大，地缘政治紧张局势升级。从国内来看，我国不断优化宏观调控，推出一揽子增量政策措施，经济运行总体平稳、稳中有进，但内需增长动力不足，消费恢复不及预期。具体到卫生用品行业，消费者的消费行为趋向保守，层级分化明显；另一方面，由于中国近年来婴儿出生率始终在低位运行，相关卫生用品消费人群数量继续降低，卫生用品行业的经营仍面临较大的压力。

在此背景下，公司管理层认真贯彻执行董事会年初制订的目标，稳扎稳打，逐步落实公司的发展战略规划，积极调整产品组合和业务策略，深化与重要客户的战略合作，优化海外子公司运营管理。同时，继续加强生产成本及费用管控，加大国内客户的开发，推进擦拭无纺布等新产品商业化。2024 年度公司在董事会的领导和全体员工的共同努力下，克服了各种不利因素影响，在国内外业务拓展及成本费用控制等方面都取得了一定的进展。

报告期内，公司实现营业收入 1,484,614,931.80 元，比上年增长 17.96%，其中，在全球一次性卫材面层升级的大趋势下，打孔热风无纺布业务合计实现营业收入 986,646,935.27 元，比上年同期增长 29.37%；PE 打孔膜及复合膜业务实现营业收入 356,987,545.20 元，整体保持稳定。另一方面，报告期内公司实现归属于上市公司股东的净利润 27,284,341.52 元，比上年同期增长 30.72%。综合来看，本报告期公司的运营质量及成果与上年同期相比继续保持稳中有升，在当前宏观经济环境下，这一成绩的取得是殊为不易的。

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额为 129,516,188.73 元，比上年同期下降 52.68%。主要是因为报告期内业务的增长导致了存货及其他运营资金相应增加，而客户的回款跨期而导致的。

二、2024 年经营管理工作回顾

(一) 发挥研发优势拓展与客户合作的深度和广度，传统主营业务保持稳中有升

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、客制化的服务，与大客户合作的深度及广度得到了不断拓展。

近年来国内普通热风无纺布产能逐渐过剩，市场竞争更加严峻。面对市场越来越多的挑战，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纸尿裤市场取得更多消费者的认同。经过不断的努力，差异化的产品不仅让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，同时也能使公司在当前竞争日益激烈的市场上保证合理的利润。2024 年，公司国内打孔热风无纺布销售同比增长 20.72%，公司通过加大研发投入，在技术上与竞争对手保持领先，帮助客户利用差异化优质化赢得市场的策略迎来了回报。

公司打孔热风无纺布增长的另一主要原因为来自于当前全球一次性卫材面层材料的升级。报告期内，公司国外打孔热风无纺布的销售同比增长 44.43%。从目前发展的趋势来看，原本主要使用纺粘无纺布作为纸尿裤面层材料的海外市场，热风无纺布作为替代品的态势正在形成当中，未来热风无纺布的全球需求量将会有很大的上升潜力。而公司不仅拥有先进的打孔热风生产工艺，同时是行业内少有的已完成全球化的供应链布局的厂商，尤其是在当前因美国关税政策导致的全球贸易、生产环节大重置导致极大不确定性因素的环境下，显示出了极大的优势与发展潜力。

基于此行业趋势及公司技术与客户资源储备，报告期内，公司将非公开发行股票募投项目变更为热风无纺布项目，拟进一步扩大热风无纺布产能。

2、PE 打孔膜

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 PE 膜的重要供应商之一，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。近年来海外客户部分原有采用 PE 打孔膜的产品，开始使用热风无纺布进行升级替换，导致 2024 年公司 PE 打孔膜的销售规模略有下滑，同比略微下降了 3.04%。

对于 PE 打孔膜未来的业务，公司主要从两个方面着手，一方面公司会开拓新的卫材客户使用公司的 PE 打孔膜产品，目前在美国和印度两个市场都有不错的进展；另一方面，公司正在尝试将 PE 打孔膜用于一次性卫生用品以外的领域，希望通过应用场景的扩展，使 PE 打孔膜尽早重回增长态势。

3、纺粘热风无纺布以及擦拭巾等新产品

报告期内，公司继续推进纺粘热风无纺布、擦拭巾、发泡芯体等新产品的开发、生产，培育公司新的利润增长点。

未来公司将依托目前已初步建成的全球供应链体系，以及掌握的关键材料的生产工艺，进一步在全球范围内对公司的相关新品进行推广。

（二）公司全球供应体系日益成熟完善，助力公司应对复杂国际环境

由于公司的客户涵盖了全球知名的卫生巾纸尿裤厂商，且公司的海外业务占比常年超过 50%，因此全球化布局一直是公司的重要经营策略。公司从 2017 年投资埃及子公司开始，先后设立了美国与印度子公司。通过 7 年左右的时间，完成了全球的产业链布局。这其中，埃及子公司对应中东、地中海及非洲市场，美国子公司对应北美洲市场，印度子公司对应印度市场。这些子公司的建立，除了帮助公司拓展海外业务，在当今全球宏观经济环境日趋复杂严峻的背景下，起到了越来越重要的平衡稳定作用。

公司美国子公司主要生产 PE 打孔膜和热风无纺布，对接公司美国当地及北美市场客户。近两年，美国延江业务量持续增长，2024 年，美国延江实现营业收入 241,868,047.24 元，实现净利润 5,331,657.87 元。自美国延江成立以来，其一直致力于打造美国本土的经营生态圈。无论是本土化的管理团队与工人，还是以北美客户及供应商为主的业务链条，都保证

了美国延江能够完全适应美国的营商环境，在中美竞争加剧的大背景下，不仅受到的影响较小，而且能够增强公司的产业优势。

埃及延江作为公司最早投资的海外生产基地，主要针对的是欧洲、中东以及非洲市场。埃及延江自成立以来，业绩一直保持稳定。近年来由于俄乌战争持续，在传统以中东非洲客户为主的基础上，埃及公司开始承接客户的欧洲订单需求。此外，公司可以利用埃及延江所处的地理位置，灵活安排产能以满足周边市场（欧洲、美洲）的需求。

印度子公司主营 PE 打孔膜，主要满足当地客户及公司全球客户在印度的市场需求。在克服了 2023 年度重点客户产品调整带来的不利影响后，印度延江在 2024 年重拾增长，实现主营业务收入 79,322,618.55 元，实现净利润 6,681,019.55 元。与此同时，印度延江开发了印度本土品牌客户，使得印度延江的业务更趋多元与健康。

（三）研发创新持续推进，产品服务能力不断提升

报告期内，公司持续跟踪行业技术发展前沿，结合客户需求，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，公司产品服务能力不断提升，客户满意度水平较高。无论是 PE 打孔膜，还是打孔无纺布等产品，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 2024 年 12 月 31 日公司共拥有 38 项发明专利，51 项实用新型专利，49 项外观专利；其中，2024 年公司新增 1 项发明专利、3 项实用新型专利，3 项外观专利。

（四）人力资源管理体系建设持续完善，核心团队继续优化

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，公司根据业务发展规划完善绩效考核体系和培训体系，优化专业人才团队，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。

（五）精细化管控进一步强化，集团化运营管理水平持续提高

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。报告期内，公司管控效益进一步提升。

厦门延江新材料股份有限公司

董事会

2025 年 4 月 21 日