

2019 年度董事会工作报告暨 2020 年度工作计划

一、2019 年度工作概述

2019 年，复杂多变的市场环境和公司融资成本的上升，为公司业绩带来了巨大的不确定性：一方面，国际经贸环境复杂，中美贸易战升温，智能手机市场出货量持续下滑，公司在消费电子领域下游主要客户销量也出现下降，另一方面，新能源汽车销量下降、补贴政策放缓，对整个产业链上的企业都产生了较大的影响。国内金融市场环境变化，企业融资成本上升，公司以相对平稳的状态度过了最困难的时期。

2019 年，是公司业务转型升级的关键之年，公司通过剥离超净业务和高性能纤维业务迈出了转型过程中坚实的一步。公司凭借多年以来奠定的基础，以及股东、董事会、经营管理局、全体管理干部及员工永不言败的信心和努力，克服重重困难，生产经营总体维持稳定。

（一）电子功能材料业务

常州新纶 2019 年在稳定与苹果保持长期合作的基础上，完成了 Google 等国内外大客户的开发，同时关键核心材料通过了大客户产品认证。2020 年将保持原有核心客户稳定合作的基础上，继续加大力度开发创新，随着 5G 终端产品放量及 OLED 市场的发展，将继续扩大销售规模并保持领先优势。

（二）新能源材料业务

2019年，对于铝塑膜项目来说是非常关键的一年。在合作伙伴的支持下，常州铝塑膜工厂先后通过了ATL、锂威新能源等3C客户和LG、CATL等动力客户审厂。目前，公司3C铝塑膜已全部转产常州，动力铝塑膜计划在2020年三季度前全部转产常州。铝塑膜项目并购4年后，产地国产化已基本完成，填补了国家产业链空白。在市场销售方面，动力市场在巩固原有大客户的基础上，先后进入了LG、CATL、A123等知名产商供应链；3C市场与全球3C锂电池龙头企业ATL建立了战略合作关系。此外，公司国产原材料3C铝塑膜已完成研发设计，开始小批量向市场供货，原材料国产化工作稳步推进中。2019年，公司铝塑膜项目实现销售量约1500万平方米，近三年保持了50%以上的增速。

（三）光电显示材料业务

新恒东两条高精密纳米级涂布生产线于2018年底正式投产，2019年重点对国内大客户进行新项目新产品的合作开发，目前多个产品在客户端的测试验证均已通过，预计将于2020年逐步完成放量销售。

（四）电子材料构件业务

2018年公司成功并购OPPO、vivo战略供应商千洪电子，为公司产品及服务成功导入进入国内一流手机品牌OPPO、vivo产业链打通渠道。2019年千洪电子顺利完成业绩对赌目标。

（五）其他业务

实验室&净化系统业务：上海瀚广和净化工程深耕日化、食检、药监、核检、刑侦等领域，升级产品与服务，通过大客户战略不断开发新的客户，通过自身经验和技術优势为大客户提供定制化解决方案，满足客户需求。

智能模塑业务：通过，在医疗、日化、食品领域，稳扎稳打，不断提升技术，提高产品品质，对标世界一流企业，以智能模塑业务为基础，向产业链下游延伸，通过不断的研发形成精密模具和注塑产品齐头并进的模武，从而推动业务快速增长。

个人防护业务：公司积极响应国家防疫号召，动用一切资源支持国家及各级政府的防疫工作，启动深圳、苏州、天津、宁波等多地扩产工作，并按照“疫情不结束，我们不停产”的要求积极开展各类防护物资的生产工作。同时，公司践行社会责任，不但第一时间将赶制的6万只口罩全部捐赠武汉，还先后向深圳市南山区慈善会、光明区慈善会等组织和部门先后捐赠各类防护口罩、防护服数十万只（套）。

在管理层面，公司重新梳理组织管理架构，继续深化转型，强化合规建设，设立合规审计部。同时为应对快速市场变革，激烈市场竞争，持续优化组织结构，实现管理扁平化，提高组织管理效能。

2019年度，公司全年累计实现营业收入约332,196.96万元，较上年同期上升5.41%；归属于母公司所有者净利润约988.08万元，较上年同期降低了96.47%。截止2019年12月31日，公司总资产约956,373.74万元，净资产约478,527.67万元，资产负债率48.78%。

二、核心竞争力分析

公司从 2013 年启动业务转型升级战略，实现在精密涂布这一新材料细分领域的产业化纵深发展，将上市公司打造成为各个业务环节协调发展、具有自主知识产权和自主品牌、在客户供应链中具备相当影响力的新材料综合服务商。经过多年的积极努力，公司已经在研发、产业布局、销售网络、客户覆盖、人才储备等方面形成了综合竞争优势，具体如下：

（一）研发与技术储备

公司现已建立高分子材料（深圳）、功能材料（苏州、常州）研发中心、一个博士后工作站分站、一个博士后创新基地、一个先进材料科学研究院，以及美国、日本 2 个海外研发分支机构。

深圳研发中心是全国博士后管委会办公室正式批准的博士后工作站分站、广东省光电显示功能材料技术研究中心、深圳市市级研发中心；常州研发中心是江苏省博士后创新实践基地；苏州研发中心是国家级电子功能材料检测实验室、江苏省工程技术中心；基于研发能力和持续的研发投入，公司及下属多家全资子公司均取得国家高新技术企业资质。

目前，公司已与旭化成株式会社、东山薄膜株式会社、凸版印刷株式会社、共同技研化学株式会社等多家日本一流新材料企业通过签署技术合作协议、合资、并购等方式建立了战略合作伙伴关系。日方与公司共同进行产品研发，并派遣技术人员入驻公司产业基地给予技术支持与培训，协助公司建立高标准的生产管理与质量控制体系，确保公司产品品质及良率达到日本同类企业水平。

公司拥有专利成果超过 500 项，与美国、日本、中国的近 20 家科研院所形成了产学研合作关系，与国内外数十家企业建立了技术交流渠道，已在光电显示功能材料研发与成果转化、高性能新能源材料研发与成果转化、防静电/洁净室产品材料研发三大领域形成了国内领先的研发能力。

公司苏州电子功能材料研发中心拥有专职研发人员约 70 人，超过一半人员拥有在国际知名功能材料企业或研究机构从事研发工作五年以上经验；实验室通过 CNAS 认证。该中心成立以来已申请相关专利超过 100 项，研发的过百款产品获得客户品质认证，部分高端产品已直接进入包括苹果、OPPO、华为等知名手机厂商 BOM 清单。

（二）前瞻性的战略规划与产业布局

《国家制造业 2015~2025 规划纲要》明确提出，重点发展新材料、生物医药等十大领域，提升工艺水平和产品质量，提高中国制造在国际市场的竞争力。在此背景下，我国新材料产业迎来强劲发展阶段，全国新材料产值已过万亿元。

公司顺应国家产业政策，基于与国际一流品牌客户的紧密合作、对下游行业市场和技术发展趋势进行密切跟进的基础上，前瞻性地布局精密涂布行业，充分把握国内高端制造与新材料行业高速发展机遇，既有助于公司获得良好的业绩回报，也对逐步实现进口产品的国产化替代，推动国家制造业升级与培育自主知识产权均具有重要意义。

公司常州功能材料产业基地聚焦新材料领域中采用精密涂布技术

生产的各类功能性薄膜产品，其中：常州一期项目主要生产高净化保护膜、防爆膜、光学胶带等产品，下游客户为智能手机、笔记本电脑等消费电子厂商；二期项目主要生产软包锂电池铝塑膜封装产品，下游客户为消费电子和新能源汽车厂商；三期项目主要生产光学薄膜，下游客户为显示面板厂商及设备终端厂商。上述新材料行业顺应国家战略，下游需求空间广阔，具有良好的市场前景，公司在上述行业的前瞻性布局，为公司提供了巨大的市场拓展空间。

（三）完善的销售与服务网络与快速响应的行动能力

转型之前，公司长期为电子行业客户提供净化工程解决方案及洁净室产品。经过多年沉淀，公司在电子行业内积累了大量高端客户资源，与多家国内外知名企业建立了良好的合作关系，围绕公司下游客户集中区，布局深圳、苏州、常州、天津四大生产、储运基地，在国内主要城市设有办事处，在香港、日本、美国设有子公司。公司在国内已形成辐射珠三角、长三角、环渤海湾、中西部经济区的销售服务网络，能为区域内的客户提供快捷有效的服务，且依托公司与多家日本新材料企业的合作关系，在自有产品无法满足客户需求的情况下，还可以及时导入日方的同类产品，充分确立了以满足市场及客户需求为导向的业务拓展理念。

在整合公司各业务领域客户资源、深入分析客户个性化需求的基础上，公司将设计全方位、一体化的客户需求解决方案，与重点客户建立紧密的战略合作伙伴关系，最终实现双方共同发展。随着公司战略布局

的进一步完善，公司全产业链的模式将得到加强与深化，公司的客户黏性将增强、市场销售能力将提高，这些将为公司的进一步扩张提供有力保证。

（四）优质的客户资源

公司核心业务所在的下游行业存在较为严格的客户认证程序，成为下游品牌客户（尤其是国际大型品牌商）合格供应商的难度大，但如能成功通过认证，将会长时间保持合作关系。鉴于下游客户产品市场占有率高、产品规模较大以及下游行业产业集中度高，能够为公司持续、稳定发展提供保障。

公司凭借完善的销售服务网络、领先的技术优势和稳定的产品品质，已经拥有一大批优质、稳定的下游客户：在电子功能材料领域，公司成为苹果公司认证通过的胶带类原材料供应商，同时核心材料通过了 google 和华为等国内外大客户的认证产；公司铝塑膜已批量运用于孚能科技、LG、捷威动力、微宏动力、多氟多新能源等主流软包动力锂电池厂商，并通过了 CATL、ATL 等重要客户进行认证；在光电显示领域，已经基本完成了重要客户进行认证。在实验室系统工程领域，公司长期合作客户包括帝斯曼、欧莱雅、巴斯夫、罗氏制药、上海药检所等大型企业或权威机构；在精密模具领域，公司与欧莱雅、汉高、亨氏、资生堂、强生、泰马克、柯惠、石药集团、华仁药业等著名企业保持着长期合作关系。

（五）完善的激励机制与高效的管理团队

公司依照上市公司治理准则，建立了规范的现代企业管理制度。公司拥有一支经验丰富、具有奋斗精神的经营管理团队，全体董事、高管、事业部负责人等均具备十年以上同行业或资本市场的工作经验，并汇聚了一批各业务领域的优秀人才。

随着公司业务转型升级战略推进，公司的核心竞争力将进一步增强。

三、主营业务分析

（一）报告期公司营业收入、成本、费用等主要数据

单位：元

项目	2019 年	2018 年	±变动
营业收入	3,321,969,616.50	3,151,363,604.22	5.41%
营业成本	2,713,067,066.77	2,324,293,998.95	16.73%
销售费用	152,123,200.25	126,318,612.48	20.43%
管理费用	184,510,177.47	186,106,289.32	-0.86%
研发费用	96,203,910.53	80,432,843.96	19.61%
财务费用	193,004,382.61	121,317,583.87	59.09%
营业利润	-10,122,379.63	326,117,866.91	-103.10%
归属于母公司所有者的净利润	9,880,780.09	280,297,623.66	-96.47%

（二）营业收入构成

单位：元

	2019 年	2018 年	同比增

	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	减
营业收入合计	3,321,969,616.50	100%	3,151,363,604.22	100%	5.41%
分行业					
防静电、洁净室	796,206,763.63	23.97%	820,228,632.81	26.03%	-2.93%
精密模具	109,351,372.00	3.29%	105,649,562.02	3.35%	3.50%
功能材料	2,344,270,371.37	70.57%	2,123,053,102.65	67.37%	10.42%
其他业务收入	72,141,109.50	2.17%	102,432,306.74	3.25%	-29.57%
分产品					
净化产品销售	339,856,929.38	10.23%	424,655,131.53	13.48%	-19.97%
净化工程	414,484,080.00	12.48%	362,905,806.11	11.52%	14.21%
超净清洗	41,865,754.25	1.26%	32,667,695.17	1.04%	28.16%
精密模具	109,351,372.00	3.29%	105,649,562.02	3.35%	3.50%
功能材料	2,344,270,371.37	70.57%	2,123,053,102.65	67.37%	10.42%
其他业务收入	72,141,109.50	2.17%	102,432,306.74	3.25%	-29.57%
分地区					
国内销售	2,993,098,559.32	90.10%	2,809,188,234.07	89.14%	6.55%
国外销售	328,871,057.18	9.90%	342,175,370.15	10.86%	-3.89%

四、公司未来发展规划

（一）行业形势分析

1、电子功能材料与电子材料构件领域

公司常州一期项目主要生产高净化保护膜、光学胶带、功能胶带等产品，公司电子材料构件业务为功能性胶膜领域的下游，功能性胶膜产品经模切加工后，应用于智能手机、平板电脑等消费类电子行业。功能性胶膜产品由于存在较强的技术、认证和生产工艺控制壁垒，特别是高端产品基本被美国 3M、日本日东、德国德莎等少数境外公司垄断，国内主要依赖进口。电子材料构件业务目前由于主要消费电子生产集中在大陆地区，目前国内厂商占据主导地位。

根据 Counterpoint 发布的《2019 年全球智能手机出货量市场份额报告》数据显示，全球 2019 年智能手机总出货量为 14.86 亿台，同比下滑 1%。2020 年，由于全球疫情发酵，人们停工居家防疫，仅 2 月份全球智能型手机出货量减少 38%，创下史上最大单月跌幅。疫情导致全球生产端停滞与复工缓慢，需求端受限。随着疫情在全世界的蔓延，这一影响在接下来的一段时间依然会有所延续。但同时国内疫情已经得到有效控制，预计国内智能手机产业链将逐渐复苏，同时随着 5G 移动通信技术商用化，柔性屏良率提升进一步加速终端产品价格下调，将有助于刺激智能手机用户换机需求，预计该市场将恢复成长态势。

总体来看，短期内整个行业将受到一定影响，但长远来看，由于市场整体需求潜力巨大，发展依然向好。由于目前消费电子制造业大量集

中在中国国内，从疫情控制时间、产品交期、供应链保障、成本管控及技术支持等多方面考虑，未来市场空间巨大。

2、锂电池软包材料领域

公司生产的铝塑复合膜是软包锂电池的封装材料，具有较高的技术难度，目前国内主要依赖进口。软包电池在动力和 3C 领域得到广泛应用。由于软包锂电池使用了胶体电解质，不会产生液体电池漏液、爆炸等问题，加上采用叠片排列方式，安全性更高、更轻薄，通过使用铝塑膜作为电池的外壳，软包锂电池的能量密度等性能都有了较大提升。

根据中汽协公布的数据，2019 年我国新能源汽车产量约 124 万辆，同比下降 2.3%。随着退坡影响的边际减弱及国家对新能源汽车产业鼓励政策的推出，新能源车发展长期向好的趋势没有改变。但受疫情影响，根据中汽协发布 2 月份汽车产销数据。新能源汽车 2020 年 2 月产销分别完成 1.0 万辆和 1.3 万辆，同比分别下跌 82.9%和 75.2%，环比分别下降 77.3%和 72.4%。根据 GGII 动力电池装机数据，2020 年 2 月动力电池装机量约 0.60GWh，同比下降 73%。

虽然短期内新能源汽车行业受疫情影响较大，但从长远的发展来看，在国家产业政策和市场需求的双重影响下，高能量密度的软包动力电池渗透率有望不断提升其份额。国内铝塑膜行业依然有较大发展空间。

3、光电显示材料领域

2019 年全球经济增速放缓，贸易摩擦不断，智能手机面板市场起伏较大，整体仍处下行通道。2019 年 TOP5 智能手机面板供应商市场集中度提升到 68%，同比提升 3 个百分点，三星和京东方占据了前两名的位置。从技术趋势看，屏下指纹、瀑布屏等多个技术逐渐成熟。2019 年同样是折叠手机发展元年，包括三星、华为、柔宇等厂商均发布及量产了自身的折叠屏手机。预计 2020 年折叠智能终端产品将进一步延续，将会有更多的品牌发布折叠产品。而折叠产品的起量时间决定于整个供应链的完善程度，包含上游原材料的提供，中游面板厂的产能、良率、性能等。

但今年由于疫情爆发，整个行业的供给端和需求端都受到了很大影响。但是，目前大部分高端显示上游材料市场供应仍以国外厂商为主，不仅大大增加了国内企业获得一流原材料的难度，且增加了采购成本、延长了采购周期，客户具有强烈的国产化诉求。同时该行业为国家“一芯一屏”战略重点支持领域，本土化供给配套的市场空间巨大。例如偏光片中的使用的 TAC、COP 薄膜，柔性显示领域的透明 CPI 薄膜、可折叠 OCA 以及 OLED 制程保护膜，市场总体规模超过上百亿，国产厂商发展潜力巨大。

4、防静电/洁净室领域

从 2016 年开始，随着国家推动制造业转型升级战略，液晶显示、电子芯片等行业迎来了飞速发展，以京东方、清华紫光、业成光电等为代表的国内企业相继启动了规模巨大的新建项目。预计在 2020 年前，

全球在建的 OLED 产线超过 30 条，其中国内接近 20 条；以及将有 10 条以上 TFT 的 8.6 代或 10.5 代线、数十家芯片及相关的上下游工厂（如晶圆/光罩/封装/测试）投产，新项目建设热潮将推动电子行业洁净市场转入相对景气的阶段。

国内来看，我国正处于制造业升级过程中，全球精密电子业如 IC 半导体、平板显示等行业向我国产能转移，电子产业、新能源产业在国内得到了快速发展，航空航天、精密仪器等高新技术产业亦增长迅速；新版 GMP 标准的实施和我国医疗卫生体制改革进程的深入，带动了国内医药制造产能的快速增长，扩大了医药制造行业对洁净厂房升级改造的需求。

与此同时，随着经济高速发展与国民生活水平的不断提升，加上国内庞大的人口基数，社会对医药、食品等民生用品的需求量和品质要求越来越高，政府部门对品质的监控、检验呈现常态化，对企业生产环境的洁净标准也日趋严格，从两方面刺激了医药、食品等行业中洁净产业的快速增长。从 2016 年开始，各级政府均启动了本地食品药品检验检疫中心的建设，可以预见，医药、食品等民生行业生产标准提高与规模扩张将为国内洁净产业提供较大的市场空间。

5、个人防护用品领域

随着疫情在全球的发酵，口罩、防护服等防疫用品需求激增，据工信部统计，2019 年全国口罩最大产能是每天 2000 多万只，同时中国也是世界上最大的医用口罩生产国，其生产量占到全世界的 80%。随着各

个企业加入到共抗疫情的队伍中，全国口罩产能已经增长了十倍以上。2020年中国将同时成为人类历史上最大的口罩生产国、消费国、进口国和出口国。

疫情过后，人们对口罩的需求将会有较大幅度的下降，届时现有口罩产能将面临选择，口罩产业将会迎来产能的压缩和调整。疫情过后，一方面对于富余产能政府会进行部分收储，另一方面，日常防护也将成为人们重视事项，个人防护需求将在较长一段时间存在，人们将更关心口罩的质量、技术性 & 品牌，公司依托“亲净”品牌已经建立了较高的市场声誉，并将逐步打造为防护产业的领军品牌。

（二）公司发展战略

公司将继续以客户需求为导向，强化自主创新，加快产业转型升级步伐，依托国内高端制造业对原材料国产化的巨大需求，坚持向附加值高、国家政策支持的新材料产业方向转型。公司将进一步加快电子功能材料、新能源材料、光电显示材料项目的产业化纵深发展，广泛建立与境外知名新材料企业的合作关系，积极探索“内生”与“外延”并举的发展策略，在做好自身项目的基础上，择机吸收合并新材料、新能源产业链上的优质企业或项目，加强产业整合的深入力度，拓展企业技术储备、盈利水平，提升抗风险能力并推动企业可持续发展。

公司经营目标是通过在资金、技术、人才等方面的持续投入及经营、管理模式的优化创新，围绕精密涂布这一新材料领域的细分产业，消化吸收国外先进技术，逐步实现涵盖上下游的全产业链的综合服务模式，

力争将公司打造成为各个业务环节协调发展、具有自主知识产权和自主品牌、在客户供应链中具备相当影响力的国内以新材料为本的行业综合服务商。

(三) 公司 2020 年发展规划

1、内部管理层面

2019 年在股东和董事会的支持下，公司继续深化向新材料行业的转型，于 2019 年底剥离了超净业务、2020 年初剥离了高性能纤维业务，同时在疫情发生后第一时间成立了个人防护事业部，销售环节上组建大客户事业部，对核心客户实现一对一的定制化管理和服务。2020 年，公司将贯彻转型升级战略，实现新材料业务稳步发展，对内优化组织架构及职责，深化资源、资产整合，践行项目推进机制创新；同时公司将强化内部管控，逐渐实行扁平化管理，加强对内部各分子公司的考核和监控，进一步提升资产经营效率及 ROE。

2、生产经营层面

受疫情影响，公司面临巨大的考验，但在生产经营工作中，公司将在以下几个方面重点发展：

(1) 电子功能材料业务与大客户深度合作，推动业绩快速增长

电子功能材料业务直接服务的终端客户包括 MAGA (MS、Apple、Google、Amazon)、华为、小米、OPPO、VIVO 等国内外一线品牌客户。202

0 年将在终端客户创新需求的驱动下，开发更多具有市场前沿，引领方向的新材料，新产品。

(2) 产能向国内倾斜，推动原材料的国产化

2019 年常州铝塑膜工厂并先后通过了 ATL、锂威新能源等 3C 客户和 LG、CATL 等动力客户审厂。目前，公司 3C 铝塑膜已全部转产常州，动力铝塑膜计划在 2020 年三季度前全部转产常州，铝塑膜项目并购 4 年后，产地国产化已基本完成，填补了国家产业链空白。公司在动力市场在巩固原有大客户的基础上，将进一步和 LG、CATL、A123 等知名产商深入合作，增加 ATL 等龙头企业的供货量。同时公司正在积极与国内上游材料厂商合作开发符合标准的原材料，争取铝塑膜产品的原材料国产化，降低生产成本，进一步提升产品的竞争力。

(3) 光学膜客户认证，逐步放量销售

以公司全资子公司新恒东为主体实施的光学膜涂布项目 2 条产线已经投产，依托日本合作伙伴的技术优势，可根据客户需求订制生产差异化的高附加值产品。新恒东 2019 年重点对国内大客户进行新项目新产品的合作开发，目前多个产品在客户端的测试验证均已通过，将于 2020 年逐步完成放量销售。

(4) 电子材料构件业务

在电子材料构件领域，公司全资子公司千洪电子是国内一线的消费电子模切企业，已与 OPPO、vivo、富士康签署了长期供货协议，是 OPPO 和 vivo 的主力供应商之一。在现有客户领域，加强与上游电子功能材料业务领域的合作和融合，为客户定制开发高附加值的新产品、新工艺，

提升业务规模和盈利能力；提供全制程解决方案，增强客户依赖性；增强与电子功能材料业务的客户协同效应，相互渗透，扩大在客户端的市场份额。

(5) 其它业务板块经营目标

实验室&净化系统集成中心全面升级产品与服务，由传统实验室设备供应商转变为系统集成商，提出将实验室建成智能化、可视化，实现实验室大数据集成；全面进军食检、药监、核检、刑侦等领域，深耕挖潜，多领域出击，为大客户提供定制化解决方案，满足客户需求。

智能模塑业务板块 2020 年将继续专注于制造高腔、高精度医疗、食品、日化等注塑模具及产品，提升市场地位。优化产品结构，提高模具品质，完善海外销售布局，提高产品盈利能力。

个人防护用品业务板块将全力响应国家号召，配合各级政府部门抗击疫情。同时将做好疫情后新增产能的消化，进一步提高公司的综合竞争力。

3、资本运营层面

2020 年，公司将积极响应国家提升新材料、高端制造产业技术等级的号召，在密切跟踪行业市场动态的基础上，将结合自身战略发展需要与优势，继续寻求新材料、新能源产业链上的优质企业，把握契机实施并购项目，实现公司外延式发展；在现有业务的基础上，充分利用上市公司平台，通过资本运作多种方式，在新能源、光学显示领域提前布

局，扩大产能，主动向上游产业链延伸，掌握稀缺原材料供给资源，并积累高端产品的研发与技术储备，为未来市场需求快速增长打下基础。

（四）可能面临的风险与应对措施

2020年受疫情影响，公司面临巨大的考验，包括行业竞争加剧、更加严格的法规要求、成本上升压力、融资成本上升及经济增速放缓等困难。为保持稳健的成长，公司将持续关注以下几个方面：

1、客户认证市场开拓风险

公司各新材料项目的产品大部分为国内首次实现量产，主要竞争对手均为国际知名企业，能否迅速开拓市场面临一定风险；公司产品涉及对产品质量要求较高的新能源汽车及光电显示领域，下游客户认证周期长，能否快速通过重要客户的认证也存在一定的不确定性。公司将充分利用现有辐射珠三角、长三角、环渤海湾和中西部经济区的销售及服务体系，依托多年来与电子行业高端客户形成的良好合作关系，以及电子功能材料产品迅速进入苹果产业链带来的良好市场口碑，发挥研发创新与生产的本地优势，为客户提供快捷方便的差异化、定制化服务；通过对客户需求的快速反应、新产品的不断开发、产品品质的稳定性，逐步建立品牌优势并增加客户粘性；通过加强各业务间的协同效应，实现客户和资源共享，推进在重要客户的认证与合作。

2、商誉减值的风险

公司在推进新材料领域资源整合中，先后收购日本铝塑膜业务、千洪电子等优质资产，成交价格较账面净资产有一定程度增值，公司相应确认了商誉，若标的公司未来经营中不能较好地实现收益，那么收购标的资产所形成的商誉将会有减值风险，从而对公司经营业绩产生不利影响。

公司将做好并购企业的整合，与现有业务实现资源共享、优势互补，降低并购标的潜在运营风险。公司铝塑膜业务并购完成后，公司逐步消化吸收凸版印刷成熟技术，启动了常州功能材料产业基地产能为 600 万平方米/月的锂电池铝塑膜软包生产线项目建设，实现产品国产化落地，并逐步建立了完善的销售、服务网络及技术团队。目前，公司铝塑膜业务发展良好，不存在减值风险。千洪电子并购完成后，公司通过整合旗下模切业务，新组建了电子材料构件事业本部，共享客户资源，打通上下游产业链，实现了客户协同，目前千洪电子已经超额完成了业绩承诺，发展良好，并带动了公司功能材料业务的发展。

3、行业与政策风险

受疫情影响，公司所在的行业发展在 2020 年都有不同程度的放缓。消费电子行业受到终端需求影响，存在一定程度的波动，2019 年，智能手机出货量继续下滑，加上贸易争端的影响，公司主要客户销量也出现下滑，如果行业增速继续放缓、贸易政策的不确定都有可能对公司新材料业务产能负面影响。公司铝塑膜所在的新能源汽车行业受补贴政策影响较大，未来补贴的不断退坡，可能对公司业务造成一定影响。为减轻

上述风险因素的影响，公司将一方面提升提前预判的能力，另一方面推进新产品在重要客户的认证与合作，并不断为产品开发新的应用领域，从而提升销售规模。

4、汇率风险

公司部分原材料由国外采购并采用外币进行结算。汇率的波动可能对公司的利润造成影响。为减轻上述风险，公司将根据经营情况预测，采取远期外汇等金融工具来规避未来面临的汇率风险。同时加强开发国内原材料供应商，增强应对风险的能力。

深圳市新纶科技股份有限公司

董事会

二〇二〇年四月二十九日