证券代码：300218 证券简称：安利股份

**安徽安利材料科技股份有限公司投资者关系活动记录表**

编号：2020-004

|  |  |
| --- | --- |
| 投资者关系活动类别 | ☑特定对象调研 □分析师会议  □媒体采访 □业绩说明会  □新闻发布会 □路演活动  □现场参观  □其他 |
| 参与单位名称及人员姓名 | 申万宏源研究所 任慕华；珩生资产管理（上海）有限公司 陈乐天；深圳鸿汇资产管理有限公司 侯静超；上海天猊投资管理有限公司 曹国军；红土资产管理有限公司 李翔；上海晅瀚资产管理中心（有限合伙） 魏晓红等。 |
| 时间 | 2020年9月16日下午15:00 |
| 地点 | 通讯会议 |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事长：姚和平  董事会秘书兼副总经理：刘松霞  副总经理：黄万里  财务总监兼副总经理：陈薇薇 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | 1. 介绍公司情况和竞争优势等 2. 主要问题及回答 3. **关于越南市场空间公司是如何预计的，疫情变动对公司的影响情况如何？**   答：越南市场广阔，安利于2017年开始在越南进行战略布局，投资控股设立安利越南公司，注册资本2200万美元，所有注册资本都已经到位。目前安利越南工厂厂房等基础设施建设基本完工，规划建设4条生产线，其中2条生产线及主要设备合同已签订，计划争取2020年12月份左右完成2条生产线投产，2021年计划完成全部生产线安装及投产。安利越南投产后，为公司带来巨大的市场空间。目前，受新冠肺炎疫情影响，安利越南工厂建设进展具有不确定性。  今年上半年，国内外疫情爆发对公司造成了较大的影响。由于公司出口占营收的40%左右，上半年公司出口下降了30%左右。但7月份以来，内外销总体订单情况良好，车间满负荷生产，产销两旺，呈现出良好的发展态势。   1. **公司与苹果的合作情况如何？**   答：公司于2019年3月开始与美国苹果公司进行前期合作沟通及产品开发，先后通过苹果公司品质控制、管理能力等资质审核，以及多轮产品加工性能、环保、安全、社会责任等验证、审核和评价，取得供应商资格，并签订了《开发与供应框架性协议》，2020年8月份开始正式接单。目前，公司与苹果及其相关代工厂合作顺利且稳定，订单情况良好。   1. **2020年上半年全球合成革行业需求下滑，公司为此做了哪些调整？**   答：上半年受到疫情影响，合成革行业整体需求有所下滑，但公司积极行动，采取七个扩大等一系列措施，稳定公司经营，增强发展后劲。一是扩大公司与客户在线上的互动交流；二是扩大产品的开发；三是加强对新技术、新工艺的研究；四是加大优势品类样品的推广；五是加大对员工的培训力度；六是加强内部管理流程的整合；七是积极推进品牌客户认证，为未来发展奠定坚固基础。   1. **未来聚氨酯合成革产能将持续扩大，价格压力大，公司怎样去扩展自身的利润空间？**   答：目前国内的人造革合成革中小企业在整合之中，一些缺少技术，依靠机会驱动的企业，生存空间和竞争能力都会大大下降，行业的集中度将进一步提高，更有利于优势企业发展。安利始终坚持品牌引领、创新驱动、智能制造、绿色生态，未来将从优势品类（如鞋、沙发家居），以及新兴品类（如电子、装备、汽车、工程装饰等）发挥我们的优势，拓展利润空间。一、鞋类，包括运动休闲、生活休闲、时尚休闲、户外休闲等方面。当下全球的消费者更加注重舒适、轻便、健康的体验，随着合作品牌扩大和越南的布局，公司会进一步提高在全球运动休闲品牌市场的份额。公司目前鞋类的核心客户主要有彪马、艾斯克斯、安踏、特步、乔丹、鸿星尔克等，未来积极发展或扩大合作的客户有耐克、阿迪达斯、威富集团、李维斯、李宁、361等。二、沙发家居类，安利生态功能材料的手感、肤感、质感都很好，颜色优于PVC和纺织面料，体现出尊贵感、时尚感、符合当今消费者追求轻奢、简约的风格。全球众多著名的主要沙发家居品牌表现出了非常好的合作愿望，当前公司同国内的芝华仕、全友等都有着很好的合作，同时也在积极推进与更多知名品牌的认证和合作。三、新兴品类，包括电子、体育装备、汽车内饰、工程装饰等领域，公司将继续积极拓展这些新兴领域，为公司发展提供新动能。  总体而言，当前公司国内外合作品牌增多，合作愿望增强，合作份额扩大，呈现出良好的态势，未来增长可期。沙发家居、运动休闲鞋两大优势品类回稳向好，体育装备、汽车内饰、电子包装、工程装饰四大新兴领域动能强劲，安利股份已逐渐步入发展的快车道。   1. **请问公司在同质化现象严重的行业中，有什么差异化的发展战略？**   答：安利始终坚持“专业化、特色化、品牌化、规模化” 的四化发展战略。我们主要在营销模式、市场、渠道、产品、工艺等方面寻求差异，不是简单的成本领先，我们要占领全球市场高地、技术高地，追求材料的高性能、多功能、生态环保，实现与国内外同行的差异化格局。  此外，安利的使命一是“为员工创造机会，为客户创造价值，为股东创造回报，为社会创造财富”；二是“美好材料，创新生活”。安利股份定位于全球中高端市场，与全球70多亿人口的穿用住行玩密切相关，为社会提供时尚、功能、生态的美好材料，充分满足全球消费者舒适、健康、便捷的生活需求。  公司先知先觉，先觉先行，积极开展水性、无溶剂、高固和赛丽康产品研发生产，在全球实现重大突破。目前，公司水性无溶剂前沿设备和工艺技术走在全球前列，深受耐克、苹果、ZARA等国际知名品牌客户青睐。我们超前谋划，提前布局，为公司未来五到十年的发展积蓄能量，打下良好基础，客户与产品结构不断优化，已经占领了良好的市场高地和技术高地。公司坚持品牌引领、创新驱动、智能制造、生态环保，走的是一条与众不同的特色化发展之路，公司正实现“行业领军、市场领跑、技术领先、全球布局”，蓄势成型，聚势谋远。   1. **目前行业集中度不高，公司在细分行业领域的市场占有率如何？**   答：公司产品应用领域广泛，目前主要应用于男女鞋、时装鞋、工作鞋、劳保鞋、童鞋、运动休闲鞋、沙发家居、办公椅、按摩椅、手袋、证件、文具、球类及体育用品、电子包装、室内和工程装饰、汽车内饰等。公司在国内人造革合成革市场综合市场占有率大约为5%左右，部分细分市场占有率超过20%，是全球运动休闲鞋类、沙发家居和座椅类、体育装备类、消费电子及包装类材料领导品牌，而且份额正逐步扩大。   1. **面对市场竞争激烈的中国市场，公司的竞争优势是哪些，通过什么方式去占领有限的市场，是否考虑开拓新的领域？**   答：公司坚持走专业化发展道路，握紧拳头，集聚资源发挥我们的优势，专心、专注、专业地将主业做成全球第一、第二。公司目前涉及的各应用领域，并没有到达天花板，还有很大的发展空间，很多知名品牌还能够继续推进、深挖、加大合作。公司技术领先、市场领跑、行业领军，管理优秀，品牌响亮，环保生态，竞争优势明显，已经占领一定的技术高地和市场高地。  虽然目前没有实现最好的经济业绩，但过去不代表现在，现在不代表未来，过去我们在整合资源，积蓄能量，现在这些能量正在释放，并预计将形成强大的动能和力量，安利股份将积极把握有利的态势，发挥自身的优势，形成良好的胜势。  当前全球宏观经济形势复杂多变，较为严峻，公司面临一定的挑战。但总体而言，公司发展呈现出稳中向好、长期向好的趋势，处于良好的战略机遇发展期，公司对未来充满信心，期望大有可为。   1. **公司合成革最大年产能多少？现阶段市场消化该产能的能力怎么样？**   答：目前公司生态功能性聚氨酯合成革产能为8150万米/年，近年产能利用率在83%左右。现阶段，从7月到现在车间满负荷生产，产销两旺。此外，公司目光远大，产能布局具有前瞻性。一是，今年10月份，我们计划将有1条新的水性无溶剂生产线完成设备安装并投产。二是，公司正积极研讨再新增1条水性无溶剂生产线。三是，安利越南正在加快建设，计划2021年年初先投产2条生产线，全部建成后将新增1200万米/年产能。未来公司将继续做大做强，不断适应下游国际品牌产业产能转移的趋势，搭建新的发展平台，实现更好的全球化布局发展。   1. **安利俄罗斯公司经营情况如何？**   答：安利俄罗斯经过这两年的整顿整合，基本上已经停亏。今年的经营情况比去年特别是下半年有显著的改进。具体经营情况请关注公司相关定期报告。   1. **生态功能性聚氨酯合成革材料目前的市场格局是怎样的？**   答：聚氨酯合成革行业主要集中在欧洲和亚洲这两个区域，欧洲主要是西班牙、葡萄牙、意大利、德国等，以生产时尚产品为主，优势品类集中在服装和箱包等领域；亚洲主要集中在日本、韩国和中国大陆，如韩国的德成、伯产，台湾的三芳等公司。在国内，安利可以说是遥遥领先的。此外公司率先在全球实现了无溶剂工艺的产业化，与苹果公司进行了良好的水性无溶剂的技术合作。同时我们现在正在开发硅胶、生物基材料、可回收材料等，生态环保技术在全球领先。当然目前从全球来看，日本、韩国企业主要应用于汽车领域的生态功能产品良好，目前公司正在积极蓄势、积势、识势、造势、用势，争取在汽车内饰领域挑战超越日韩企业。 |
| 附件清单（如有） | 无 |
| 日期 | 2020年9月16日 |