

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：2021-009

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	国元证券徐偲、虞珂、夏毓麟、刘紫璇
时间	2021 年 5 月 20 日 9:30-14:00
地点	安徽安利材料科技股份有限公司行政楼 909 会议室
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 副总经理兼财务总监：陈薇薇 副总经理：黄万里 证券部副经理：陈丽婷 证券事务专员：王睿
投资者关系活动主要内容介绍	一、 参观公司展厅、研发楼、部分生产车间 二、 介绍公司基本情况 三、 主要问题及回答 1. 请简单介绍未来三到五年公司经营目标、战略定位、发展规划，以及公司愿景等情况。 公司使命、愿景、核心价值观及发展战略等理念，明确了公司“从何而来、现在何处、向何而去、如何而去”等问题，是企业持续健康发展的关键。公司始终以战略引领发展，坚持“先胜后战”而不是“先战后胜”，根据未来的目标来配置现在的资源，“干什么、想什么，缺什么、补什么”，不打无准

	备之仗，不打无把握之仗。公司在深交所创业板公开上市已十年，成为全球行业龙头，具备高速成长的新动能，完全可以支撑公司做强、做优、做大、做快。 “十四五”期间，公司将坚定不移地秉持“专业化、特色化、品牌化、规模化”的发展战略，以经济效益为中心，以高速高效、高质量发展为主线，坚持“品牌引领、创新驱动、智慧管理、智能制造、绿色生态、速度致胜”的经营策略，积极构建“2+4”市场新格局、新布局，即抓好两大优势品类功能鞋材和沙发家居用革的主阵地、主战场，培育四项新兴品类电子产品、汽车内饰、体育装备和工程装饰领域的新引擎、新增长极，提高产品技术含量、附加值和毛利率，与更多国内外头部企业深化合作，不断提升管理水平和员工素质，努力在全球聚氨酯合成革行业里做到数一数二，实现速度与规模、质量与效益统筹发展，努力把安利打造成“高价值型、高效益型、高成长型”的企业，努力将安利办成一个让员工自豪、受社会尊敬、具有国际竞争力和影响力的企业，奋力实现“力争成为全球最优秀的聚氨酯复合材料企业”的愿景目标。 2. 请简单介绍未来三到五年国内聚氨酯合成革行业规模，及公司的市场占有率情况。 中国是全球聚氨酯合成革及复合材料最大的生产国、出口国和消费国，下游空间广阔，与全球 70 多亿人口生活密切相关。随着聚氨酯合成革工艺技术的不断发展，真皮、纺织、化工、材料、自动化控制等领域的新工艺、新技术、新材料，逐渐在聚氨酯合成革生产技术中得到融合、集成和应用创新。 公司研发生产的生态功能性聚氨酯合成革及复合材料，逐渐与真皮、纺织品、TPU 等复合材料融合，已不再是传统意义上的聚氨酯合成革，正加速替代真皮、PVC 人造革、纺织品、塑料、合金等传统材料，应用领域不断拓展，市场空间巨大。据有关方面不完全统计，目前国内人造革合成革规模以上企业约 450 家左右，2020 年产量约 45 亿平方米左右，2020 年主营业务收入约 720 亿元左右，其中，PU 合成革（含超纤）占比约
--	--

	42%。预计到“十四五”末，国内人造革合成革行业消费量预计达到 55 亿平方米左右，产值或突破千亿元。目前公司在国内聚氨酯合成革行业综合市场占有率约 5%左右，部分高端产品细分市场占有约 20-30%。 3. 请问公司何时导入电子产品领域？公司积极培育的四项新兴品类，是未来公司毛利率提升的重点领域吗？ 公司 2014 年开始与三星电子等客户，在手机等电子产品领域上开展合作，2016 年开始与华为及华为供应链企业建立合作关系，2020 年成为美国苹果公司供应商并开展合作。 公司功能鞋材、沙发家居两大优势品类也发生显著变化。在功能鞋材领域，过去由日本、韩国、台湾等海外的供应商长期垄断耐克、阿迪达斯等高端市场，占有巨大份额，产品利润率高。目前公司发展成为全球行业龙头，步入高成长通道，逐步替代原有海外供应商，快速抢占市场份额，成为强有力的挑战者。在沙发家居领域，公司与全球沙发家居品牌合作基本实现全覆盖，与国内外头部企业合作不断深化，占品牌客户内部份额快速提升。 同时，公司积极拓展电子产品、汽车内饰、体育装备、工程装饰等四项新兴品类，机会多、发展快，是公司未来发展的新动能、新增长极。公司为品牌客户研发定制的新产品、新材料，技术含量高、附加值高，对公司综合毛利率的提升有一定拉动作用。 此外，公司积极培育手袋箱包、文具证件等成长品类，加大潜在客户开发，努力推进品牌客户合作，不断优化客户结构。因此，在优势品类、培育品类、成长品类的共同作用下，公司综合毛利率有望持续提升。 4. 最近一两年，公司与品牌客户合作取得重要突破，是什么原因使公司在市场开拓方面发生质变？ 过去公司因产能有限，部分销售力量不足，与品牌客户合作没有全面开花结果，或占品牌客户内部份额较小。 然而，公司始终坚持目标导向，不断转型升级，紧盯国内
--	---

	外头部企业，在市场和技術上的布局不是一朝一夕的，而是久久为功。公司利用 10 年时间先后与耐克装备部及鞋部联系、推进合作；2015 年与宜家接触，2020 年公司成为其供应商；公司与苹果、丰田联系、推进合作用了 3 年左右时间。可以说，公司过去 5 到 10 年的布局，在 2020 年逐步进入收获期。在此过程中，公司积极转型升级，坚定不移、持之以恒地开发研究生态功能性、水性、无溶剂、生物基、硅基、可回收、可降解等新材料，不断占领市场高地和技术高地，走在全球同行业前列，深受全球中高端客户青睐，为未来的竞争赢得了主动权。可以说，公司由过去的整合期、播种期，步入了现在的成长期、收获期。 5. 请问从资本市场角度来看，未来驱动公司持续稳健增长的动力有哪些？ 目前，公司已具备高增长的新动能，步入新通道，打开新空间，后劲充足，经营态势良好。具体来说，主要有以下几个方面的驱动因素： 一是从消费需求来看，随着消费理念与消费习惯不断升级，消费者更加追求高性能、多功能、绿色环保的生态功能性新材料。公司研发生产的高新材料更加符合当下的消费需求。 二是从应用领域来看，公司新材料颜值美丽、时尚流行、质感优良、功能出众、生态环保，正加速替代真皮、PVC 人造革、纺织品、塑料、合金等传统材料，应用领域不断拓展，替代空间巨大。 三是从产品结构来看，真皮、纺织、化工、材料、自动化控制等领域的新工艺、新技术、新材料，逐渐在聚氨酯合成革生产技术中得到融合、集成和应用创新。安利新材料正加速与真皮、纺织品、TPU 等复合材料融合，已不再是传统意义上的聚氨酯合成革，产品技术含量、附加值与毛利率不断提升。 四是从技术壁垒来看，公司自主研发的水性无溶剂、TPU，硅胶赛丽康，生物基，可回收、可降解等多项全球领先的核心工艺技术，在 2020 年下半年及 2021 年一季度逐步发力和规模
--	--

	量产，后续有望加速增量放量。 五是从市场渠道来看，公司客户、市场转型升级成效显著，众多国内外一线品牌客户合作愿望强烈，公司与国内外头部企业合作不断深化，占品牌客户内部分额快速提升。 六是从行业趋势来看，随着国家对环保、安全、职业健康要求越来越高，国内聚氨酯合成革行业集中度进一步提高，给优势大企业带来更多机遇。 6. 公司作为聚氨酯合成革行业的隐形冠军，预计未来在新兴品类的增长，能为市场带来多少容量？ 电子产品、汽车内饰、体育装备、工程装饰四项新兴品类是公司未来发展的新动能和新增长极，市场空间广阔，部分产品综合毛利率较高，利润贡献较好。 目前，公司在电子产品、汽车内饰品类实现了低基数、高增长，与苹果、华为、丰田、长城等品牌客户合作态势良好，实现了从无到有、从有到优的突破。公司期望在“十四五”期间，新兴品类产值占公司总产值的比例达到 40%左右。 7. 请问公司汽车内饰材料与市场上其他汽车内饰产品相比，有哪些特殊优势？ 汽车内饰材料与沙发家居材料类似，过去主要以真皮、PVC 人造革、纺织品为主，现正扩大应用、使用，比例较大幅度提高。 真皮的优点在于表面平滑细腻，手感、质感好，有良好的透气吸湿性，档次高、柔软舒适。其缺点是价格高，资源来源及利用率有限，花纹和色彩相对较单调，且表面不规整，不易裁剪，难以实现大规模生产，产品本身加工过程中残留较多的禁用物质，环保性能差。 PVC 人造革的优点在于耐刮耐磨性能较好，加工成型性好，价格低廉。其缺点是塑料感、橡胶感重，手感僵硬，皮感、质感差，颜色及色彩差，透气性差，易变硬脆裂，含增塑剂、重金属等禁用物质，气味重，环保性能较差，欧盟、日本和美国等发达国家已逐步限制使用。
--	--

	棉麻布料等纺织品的优点在于手感柔软、触感细腻，价格低廉，其缺点是耐磨、耐刮、色牢度、耐水解、耐用性能差；防水防污性能差，不易清洁清洗保养；易起绒、起球、变形，无尊贵感。 公司研发生产的生态功能性聚氨酯合成革及复合材料，手感、质感、皮感可与天然真皮相媲美，视觉感、触感等方面优于天然真皮，颜色鲜艳性、色彩丰富性、花纹饱满性优于天然真皮，且尺寸规整、易于裁剪加工，有利于大规模连续化生产，生产效率高，应用范围广。 与 PVC 人造革和纺织品相比，具有优良的耐磨耐刮、耐水解、阻燃、防水透气、抗菌防霉等性能，环保性能突出，易打理，易清洁；花纹、颜色多样，有与生俱来的高贵感，尊贵感，性价比高。 近年来，日系、韩系乘用车和新能源汽车厂商，积极扩大聚氨酯合成革在汽车内饰中的应用。聚氨酯合成革逐渐在新能源汽车内饰市场上中占据主导地位，并具有良好的示范带动效应，未来发展空间广阔。 8. 公司三、四股东减持，请问公司有没有相应的股份回购计划？ 公司三、四股东是财务投资者，其减持是根据自身资金需求做出的安排，是正常合理的市场行为。且公司基本面健康正常，综合实力突出，全球竞争优势显著，主业持续健康发展，优势品类快速回稳向好，新兴品类拓展加快，发展后劲充足，公司一、二股东对公司发展充满信心。未来，公司将会根据生产经营情况和实际需求，适时研讨相关事宜。 9. 目前公司发展所需的资金，主要是通过内生盈利能力提升来实现的，请问公司是否考虑通过其他方式，比如定增等再融资方式获取资金，促进企业发展？ 公司实力雄厚、资金充裕，资产负债率不高，自有资金能够满足生产经营发展需要，且主要银行信用等级高，没有一笔贷款是抵押贷款，没有一笔担保是担保公司提供担保。公司是
--	--

	小而美、小而专的优质企业。公司将努力经营好企业，提升企业价值，促进企业持续健康发展。 10. 请问公司未来“三费”情况是否会有所降低？ 公司销售费用、管理费用和财务费用总体上与营业收入保持一定比例。2021年一季度以来，因销售扩大，公司相应费用有所增加，但公司营业收入增长超过“三费”增长。
附件清单（如有）	无。
日期	2021年5月20日