

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：2021-014

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	中泰证券 王雨丝、曾令仪、陈泉，华泰资产 吴张爽，钦沐资产 邓文慧，东海基金 袁郡、杨红，广发基金 陈樱子，中欧基金 王颖，上海健顺投资 何荣珩，太平资产 王紫艳，招银理财 赵宗原，交银施罗德 高逸云，金鹰基金 姜斌宇，上投摩根 冯自力，融通基金 李文海，万家基金 况晓，中银基金 宋方云，东证资管 唐亮。
时间	2021年7月20日 10:00-11:00
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 证券助理：王睿
投资者关系活动主要内容介绍	一、介绍公司基本情况 二、主要问题及回答 1. 请简要介绍公司半年度业绩预告情况 2021年上半年，公司延续了一季度以来的良好态势，转型升级成效显著，综合竞争力提升，营业收入、产品单价和利润均创历史新高，盈利能力增强，管理能力提升，成本费用大幅

下降，公司呈现出“经营高速度、盈利高增长、发展高质量”的态势，业绩喜人。具体来说主要体现公司主营产品销量、收入分别较上年同期增长约 49.2%、68.8%；计入当期损益的政府补助减少，公司经营利润比重进一步提升，利润构成不断向好。

安利股份 2021 年半年度业绩预告中，财务性指标已初步达到公司预期，可以说是“十年耕耘终不负，规模盈利双提速”。良好的利润只是“鱼”，是可喜的，但是，公司更为看重的和高兴的是“渔”的提升，反映在非财务性指标上，就是公司经营能力、获利能力和竞争能力显著增强，品牌客户合作增多，资产周转速度加快，主营产品销售单价较上年同期增长约 13.1%，主营产品毛利率较上年同期提高约 6.3 个百分点，为公司未来发展、获取更好的利润奠定良好基础。

公司坚持品牌引领，客户全面升级，深受全球头部客户青睐；公司坚持创新驱动，技术持续发力。“万丈高楼平地起，枝繁叶茂缘根深。”正是由于公司坚持管理为轴，营销技术双轮驱动，在客户与技术方面打下了坚实基础，有了良好的积累积淀，实现了市场全球领跑、技术全球领先，“守得云开见月明”，为公司未来持续健康发展、高质量发展蓄势赋能。

事实证明，赢在战略，胜在有“道”。安利股份坚持“专业化、特色化、品牌化、规模化”的发展战略，是正确的；坚持“品牌引领、创新驱动、智慧管理、智能制造、绿色生态”的发展策略，是正确的。安利股份是一家有梦想、有理想的企业，正在为实现“力争成为全球最优秀的聚氨酯复合材料企业”的美好愿景而持续努力、拼搏。

此外，企业是独立的企业法人，享有法人财产权，其业务、资产、人员、机构和财务等都独立于股东。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，且其持股比例下降，其减持对市场的影响越来越小，对公司经营发展并无影响。公司经营面呈现出持续向好、全面向好的态势，发展动能强劲，已步入高成长、高质量发展通道，公司对未来发展充满信心，期望实现更好的效益，

给予投资者更好的回报。

2. 今年主要有哪些新客户放量？从全年看，放量的节奏是怎么样的？

公司经营业绩的增长和竞争优势的构建，来自于公司综合优势的增强和综合能力的提升，并不是来自于技术、产品、市场和客户的单一优势，并不是一蹴而就，而是技术开发、设备工艺、市场、客户和管理体系等多要素集成、综合而成，是长期的培养和积淀。

公司经过十余年的客户耕耘，2020 年进入苹果、长城汽车、哥伦比亚、VF、TOMMY、CK 等供应链；2021 年进入 Nike 鞋材、丰田、宜家、匡威等供应链。从 2021 年上半年收入来看，公司销售增长主要来自于苹果（APPLE）、彪马（PUMA）、亚瑟士（ASICS）、爱室丽（ASHLEY）、迪卡侬（DECATHLON）、芝华仕（CHEERS）、特步等客户；耐克（NIKE）、丰田（TOYOTA）、宜家（IKEA）、威富集团（VF）、哥伦比亚（Columbia）、TOMMY、CK、匡威（CONVERSE）、长城汽车、李宁等品牌客户处于打基础和发展阶段，对公司上半年收入和利润的贡献尚未显现，明后年预计将有较快增长，为公司发展提供强劲动能。当然，具体合作与销售增长情况，受市场宏观环境，及以上品牌客户产品销售、订单、质量、公司开发等因素影响，不完全取决于公司，具有不确定性。

3. 2021 年二季度毛利率环比 2021 年一季度，呈现怎样的变化趋势？

2021 年二季度，公司综合平均毛利率较上年同期提高约 6.3 个百分点，环比 2021 年一季度有所提高；部分产品毛利率达 40%-50%。随着市场客户的全面升级和核心技术的持续发力，公司与众多优质头部客户深化合作，将带动毛利率提升，期望全年综合毛利率在 2021 年上半年的基础上，再提高 2-3 个百分点。但是毛利率的提升受多重因素影响，如汇率波动、原材料价格波动等，具有较大的不确定性。

4. 请问今年新增国内和越南产能的投放进度？越南投产

情况受近期越南疫情影响有多大？

截至 2021 年一季度末，公司生态功能性聚氨酯合成革综合升级项目的 2 条水性无溶剂生产线全部安装并投产，公司目前在国内具有年产聚氨酯合成革及复合材料 8300 万米的生产经营能力，能够满足客户订单及公司未来发展的需求。

目前越南疫情较为严重，对安利越南设备安装调试有影响，投产时间会有一定延迟，具体情况视越南疫情防控进展而定。公司已积极对现有生产线进行技改升级，提速增效，目前公司产能充足，安利越南延迟投产对公司不构成不利影响，如加快投产将会“锦上添花”。

5. 越南产能主要供给哪些客户？

越南是目前中国合成革出口第一大国。近年来聚氨酯合成革及复合材料下游运动休闲、沙发家居等国际一线知名品牌客户，如耐克（NIKE）、阿迪达斯（ADIDAS）、彪马（PUMA）、亚瑟士（ASICS）、ZARA、爱室丽（ASHLEY）等纷纷向越南转移，在越南投资建厂。

公司在越南布局，成本及销售优势明显，一是越南与美国、欧盟、东盟等国签订自贸协定，多重机遇叠加，机遇众多，市场空间广阔；二是适应国际品牌产能转移的趋势，更好地对接、服务国际品牌，扩大市场份额；三是积极化解国际贸易冲突带来的关税风险，且人工成本较低。

安利越南计划生产经营的产品主要是部分功能鞋材、沙发家居和工程装饰类产品。

6. 请问和苹果订单是根据其终端产品来确定吗？比如某一款手机，某一款 pad 之类的。还是其他什么方式？苹果某一款产品的销量会影响对我们的采购吗？

公司采取以销定产、订单驱动的经营模式，向苹果公司提供的均为定制化产品，主要由苹果根据终端产品来确定。公司生态功能性聚氨酯合成革及复合材料具有优异的亲肤触感、手感、质感，耐久耐用、耐磨耐刮、防污去污、耐黄变、耐老化性能卓越，生态环保性能优越，深受苹果公司青睐，呈现低基

数、高增长的态势。但具体订单情况，取决于苹果公司相关产品的市场需求情况、公司产品研发生产情况、产品的替代性、原材料供应、供应商的选择、双方未来合作情况，以及汇率波动等因素，存在复杂性和较多不确定性。

7. 公司与下游不同行业的客户定价模式有什么不同？当原材料价格上涨，公司传导给下游客户的周期约多久？

定价有多种策略和模式，比如以成本导向、竞争导向和价值导向等。公司在定价时从成本、市场、价值、客户认知等维度，进行客观分析，综合考量，合理定价，不同行业的下游客户采取不同的定价模式。总体而言，公司结合行业、品类和客户，以及竞争和利润情况进行综合定价。

公司是全球行业内的龙头企业，具有稳定良好的供应渠道和议价能力，在原材料价格上涨时，适时调动提高销售单价，使公司产品的售价基本与原材料价格的变动相适应，并快速传导给下游客户，化解主要原材料价格波动给企业带来的经营风险。一般而言，国内中小客户传导期约 1 个月左右，国内外头部企业传导期约 3 个月左右；耐克、PUMA 等部分国际品牌客户半年洽谈一次价格。

8. 除了水性、无溶剂工艺技术之外，公司还储备了哪些技术？这些技术未来的应用趋势是什么？

在工艺、技术、市场和客户的开发经营上，公司始终坚持以市场为导向、以客户为中心，坚持“四代同堂”和“四个一个”的策略，即“生产一代、开发一代、储备一代、构思一代”，以及“嘴里吃一个、手里拿一个、眼里看一个、脑里想一个”，研发费用占营业收入比重每年保持在 4.5% 左右的比例，积极开发应用水性、无溶剂、硅基、生物基、可回收、可降解等全球领先的工艺技术，不断增加花色品种，提升产品性能和功能，推进个性化定制，充分满足客户多样化的需求。

此外，公司还依托合肥丰富的科教资源，实行产学研三位一体的开发经营模式，在技术创新、项目合作、人才培养等领域，与中国科技大学、中科院合肥物质科学研究院、合肥工业

	<p>大学、安徽大学等众多高校院所广泛开展合作，积极探讨研究石墨烯、硅基、生物基等新材料、新技术、新工艺，与聚氨酯合成革及复合材料的融合结合，以及在汽车内饰、沙发家居和工程装饰等领域的推广应用，进一步提高和拓展安利聚氨酯合成革及复合材料耐刮耐磨、耐久耐用、耐腐蚀、耐撞击、防火阻燃、防污去污、生态环保等性能和功能。</p> <p>俗话说，“势能，势能，有势就有能”。公司已占领全球行业的技术高地和市场高地，成为全球行业的领先者、领跑者，综合优势明显，将释放出强大的能量。从长远来看，公司技术领先、工艺先进，有着良好的积淀和积累，构建了良好的市场格局与客户结构，厚积薄发，未来动能强劲，发展可期。</p> <p>企业前进的道路从来不是一帆风顺的，从来都是充满挑战的。总体而言，安利的机遇大于挑战，公司优势正日益凸显，可以说，安利股份“形好看、势看好”，“时已至、势在我”，正步入高速增长、高质量发展的全新通道，道路更加宽广，空间更为广阔，公司全面向好、持续向好的趋势、态势显现。公司将坚定不移地向着胜利的方向前进、前进、再前进，扬帆远航，努力追求更大的胜利。</p>
附件清单（如有）	无。
日期	2021年7月20日