

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：2021-020

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	中泰证券 王雨丝，国寿安保 余罡，恒越基金 葛翔，东海基金袁郡，交银施罗德 高逸云等
时间	2021 年 8 月 30 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：黄万里 副总经理兼财务总监：陈薇薇 证券部副经理：陈丽婷 证券主任：王睿
投资者关系活动主要内容介绍	一、简要介绍公司 2021 年半年度报告情况 二、主要问题及回答 1. 请问目前越南疫情对公司与耐克及其他运动休闲品牌客户合作有影响吗？请简要介绍 2021 年公司与耐克全年销售预期，及 2022 年与耐克合作情况展望。 当前全球新冠疫情加剧，特别是目前越南疫情恶化，高峰时日新增确诊病例逾 1.2 万例。受疫情影响，耐克、阿迪达斯、彪马等国际运动休闲品牌在越南的部分代工厂关闭停产，人流、物流受限，宏观形势严峻、复杂。在全球经济一体化时代，面对全球系统性风险，公司不可能“独善其身”。

	耐克是全球知名的体育运动品牌，在全球均有布局，在中国、越南、印尼等均设有代工厂，其中越南产能约 60%。耐克在越南的代工厂停工停产，当前影响较大。然而，2021 年公司与耐克合作处在启动和打基础阶段，2021 年公司向耐克的销售预计较少，对公司当前及 2021 年全年生产经营业绩不构成重大影响。 受疫情影响，从短期来看，公司当前耐克等鞋材订单会有一定影响，但对公司 2021 年经营业绩影响较小；从中长期来看，耐克对与安利的合作寄予期望，相关开发打样与验证工作仍在有序推进，耐克作为公司未来发展的重大机遇和强劲动能，公司与耐克合作长期向好的态势不会改变。公司对未来与耐克公司扩大合作充满信心。 此外，目前越南疫情对公司亚瑟士、彪马订单及销售都产生一定影响，但预计对公司 2021 年经营业绩不会构成重大不利影响。公司并不依赖于单一客户、单一市场和单一技术的单一优势，公司核心竞争能力是技术开发、设备工艺、市场客户、人力资源、管理能力和企业文化等多要素的有机综合体。公司资源、条件、要素整合良好，综合优势明显，相信能够化解单一客户、单一市场变化的风险。 当然，公司与运动休闲品牌的合作情况，受宏观环境、市场需求、公司开发、销售、质量等多种因素影响，不完全取决于公司，具有不确定性。 2. 请问近期海运货柜紧缺对公司出口业务的影响？ 近期国际海运运费的大幅度提升，货柜箱位紧缺，对公司出口业务有一定影响，一是外贸空箱紧缺、订船订舱困难；二是公司部分产品直接出口和间接出口，国内间接出口商和海外进口商的交易意愿有所下降，采购、交货速度放缓。虽然公司生产经营面临一定挑战，但目前订单充足，生产经营态势稳中向好，发展动能良好。 3. 请问安利越南公司具体投产时间？ 安利越南已基本完成厂房等基础设施建设，2 条生产线已基
--	--

	本安装完成。但目前越南疫情形势恶化，且疫情防控措施严格，公司生产技术人员无法进驻安利越南工厂，并开展辅助设施设备安装及生产线投产调试。因此，安利越南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。 安利越南若加快投产，对安利股份经营将会“锦上添花”，加强与国际品牌对接，促进销售，进一步提升市场占有率和影响力；安利越南若一定时间的延迟投产，对安利股份生产经营不构成不利影响。 4. 请问公司目前与汽车品牌客户尤其是新能源汽车品牌客户合作情况？ 汽车内饰领域供应商准入非常严格，需要有良好的渠道资源和介入契机，在产品开发设计、生产工艺技术与管理、品质管控、安全、环境、以及生产全过程等方面，要经过严格的供应商准入审核。一般而言，产品规划设计和开发验证周期较长，国内品牌约六个月至一年左右，国外品牌产品规划设计和开发验证周期约两至三年左右。 汽车内饰市场是公司重点开拓的新兴市场领域之一，公司积极寻找与国内外汽车品牌合作机会，努力扩大市场份额。目前，公司与丰田、长城、江淮、宇通等品牌客户合作态势良好。此外，公司正积极联系拓展小鹏、比亚迪等新能源汽车相关品牌企业，期望建立合作，扩大销售。但今年汽车品牌客户对公司营收贡献较小，仍处于打基础阶段，预计明后年会有较快增长。 当然，公司与汽车品牌的具体订单与合作情况，受市场需求、公司产品研发和生产、产品价格波动、原材料供应、品牌方对供应商的选择、双方未来合作情况等多种因素影响，不完全取决于公司，存在较多不确定性。 5. 苹果芯片短缺，对今年苹果订单有哪些影响？2021年全年苹果销售情况的预期如何？ 公司与苹果于2020年8月正式开展合作，目前合作稳定正常，正在积极开发新材料、新技术、新工艺，扩大应用范围和
--	---

	产品。由于芯片短缺和全球新冠肺炎疫情加剧，对苹果订单有一定影响，对公司 2021 年全年销售额影响较小。公司预计 2021 年下半年苹果订单及销售情况将保持平稳，苹果公司仍是公司重要的新动能和新增长点。 公司与苹果公司合作，对进一步开拓电子产品领域市场具有带动促进作用，公司积极与 Beats、华为、小米等品牌或其相关企业接洽，努力提高在电子产品领域的市场份额，不断做大做强。 当然，公司与电子产品国内外品牌合作，受产品开发、品质、市场波动及行业竞争等多方面因素影响，订单情况并不完全取决于公司，具有不确定性。 6. 公司目前的产能如何，其中水性、无溶剂产品占比是多少？能否满足公司未来三到五年的发展需求？ 公司目前在国内具有年产聚氨酯合成革及复合材料 8500 万米的生产经营能力，产能充足，能够满足客户订单及公司未来发展的需求。 公司一方面正积极对现有生产线进行技改升级，提速增效，另一方面加快安利越南建设投产，期望未来两三年内，计划形成年产聚氨酯合成革及复合材料 1 亿米左右的生产经营能力。 水性、无溶剂工艺技术是全球行业未来发展的大趋势、大方向，拥有大空间、大机遇。目前水性、无溶剂产品营收占比约 17.25%，公司将持续加大生态功能性聚氨酯合成革及复合材料关键核心技术的开发与突破，推动行业向生态、绿色、环保、健康、舒适等方向发展，大力提升水性、无溶剂产品比重。计划在“十四五”期间，公司水性、无溶剂产品营收占比约 40% 左右。当然，水性、无溶剂产品计划营收及占比情况，受产品开发、品质、市场波动及行业竞争等多方面因素影响，并不完全取决于公司，具有不确定性。 7. 根据公司 2021 年半年度报告显示，公司净利率约 7.3%，从全年看，净利率能实现更高的目标吗？ 公司利润增长和净利率的提升，其原因来自内外两个方面，
--	---

	即经营加长板，管理补短板。一是在经营开发上，安利二十余年，聚焦主业，坚持品牌引领、创新驱动，近年来每年研发费用约 8000 万元左右，积极开发水性、无溶剂、TPU、再生纤维、生物基、可回收、可降解等新技术、新工艺，积极扩大与全球头部企业合作，寻求特色化、差异化经营，构建了梯队式的客户群体和丰富的产品系列，产品技术含量和附加值不断提高。 二是在内部管理上，持续推进精益生产管理，提质增效、降本减耗，优化生产资源配置等，提高效率和效益。这两方面相辅相成，相互促进，为企业带来了实实在在的利润。 当然，公司经营发展也面临一些不利因素，主要有以下几个方面。一是当前原材料高位震荡攀升，二是全球新冠疫情加剧，对全球经济贸易造成冲击，三是国际天然气价格在欧洲、亚洲、美国等主要市场，创下多年来甚至历史新高，在每年 11 月至次年 3 月的需求旺季，天然气供应及价格等情况具有复杂性、不确定性和不可预见性。 总体而言，安利股份是一家有理想、有抱负的企业，不是靠要素、机会驱动，而是坚持“品牌引领、创新驱动、智慧管理、智能制造、绿色生态”的经营发展策略。虽然企业前进的道路从来不是一帆风顺的，从来都是充满挑战，但安利的机遇大于挑战，已步入高速、高质量发展的通道，“形好看，势看好”，已到了全面发力的时刻，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，扬帆远航，努力创造更好的业绩，回报股东和投资者。
附件清单（如有）	无。
日期	2021 年 8 月 30 日