

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：2021-026

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；长城基金 张坚、余欢、廖瀚博。
时间	2021 年 9 月 3 日 13:00-17:30
地点	安徽安利材料科技股份有限公司行政楼 904 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：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、参观公司展厅、研发楼、生产车间 三、主要问题及回答 1、请问客户选择安利的主要原因是什么？ 公司获得国内外头部企业青睐的主要原因是公司构筑了良好、长期的综合竞争优势，主要体现在公司快速响应客户需求，产品质量稳定，品质优越，颜值美丽、功能出众、环保出彩，新产品、新技术、新工艺开发能力强，尤其在水性、无溶剂工艺技术上走在全球行业前列，率先成功将水性、无溶剂工艺产业化，成为全球技术的领先者、产能规模的领军者、全球行业

	的领跑者，快速抢占市场份额，与越来越多的世界领导品牌深化合作。 另一方面，与国内部分中小企业相比，安利股份经营规范，在品管、安全、环保、管理体系和履行社会责任等方面拥有一定的综合优势。与日本、韩国、台湾的企业相比，我国聚氨酯合成革行业快速发展，安利股份坚持创新驱动、价值导向，在产品配套能力和价格上都具有一定的竞争优势。 2、请问在合成革行业中的行业布局是怎样的，为什么目前行业比较分散？ 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。从静态来看，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，产量约 45 亿平方米左右，产值约 780 亿元左右，其中，PU 合成革占比约 42%。预计到“十四五”末，国内人造革合成革行业静态消费量预计达到 55 亿平方米左右，产值或突破千亿元。 从静态来看，据有关方面不完全统计，PU 在下游应用领域的大致占比约为：鞋材 25%，服装 17%，手袋箱包 18%，沙发 25%，电子产品、体育装备、文具证件等合计占比 15%。安利股份在下游应用领域的占比约为：功能鞋材和沙发家居分别占 40%左右，电子产品约占 10%左右，汽车内饰、体育装备、工程装饰合计约占 10%左右。 日本、韩国的合成革企业主要在运动休闲鞋、汽车内饰领域的中高端市场有一定优势；中国台湾的合成革企业主要在运动休闲鞋、部分电子产品领域的中高端市场有一定优势。从中国大陆看，中国是聚氨酯合成革产能最大的国家，产业链完整，以中小企业居多。安利股份是目前专业研发生产生态功能性聚氨酯合成革规模最大的企业，发展成为全球行业龙头，是行业中的领军者。 行业竞争目前呈现出强者愈强，两极分化明显的格局。随着国家环保政策越来越严格，监管力度进一步加强，国内许多
--	--

合成革中小企业的粗放式管理发展将会越来越困难，行业整合升级将会加速，落后产能逐步淘汰，行业集中度会进一步提高，行业整体工艺装备技术水平进一步提升，行业资源逐步向优势企业转移。目前行业已经逐步步入到良性发展的格局，行业的集中度也有所提高。这也将会给规模大、综合实力强的合成革企业在竞争中带来更多的发展机遇。

3、请问公司产品是如何定价的？

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。

4、请问目前是否大多数品牌客户都追求水性、无溶剂产品？

随着环境的挑战和时代的进步，人们对环保、绿色、健康生活的追求越来越高，对聚氨酯合成革材料提出了更高的环保要求，水性、无溶剂工艺技术成为全球行业未来发展的大趋势、大方向。安利水性、无溶剂聚氨酯合成革生态环保，性能卓越，手感好、弹性佳、高性能、多功能，物理机械性能优良，化学性能优越，符合国际绿叶标志产品要求、国际 Oeko-Tex Standard 100 标准和欧盟 REACH、ROHS 等环保标准。其最大的特点是，生产过程中 DMF 含量低，VOC 排放总量低，不含铅、汞、钴、镉、砷、六价铬等及芳香胺偶氮、多氯联苯、邻苯二甲酸酯、富马酸二甲酯、有机锡化合物、PFCS 等有毒有害物质。相对于部分油性产品，水性、无溶剂部分产品在透气透湿性和压花定型效果方面欠佳，价格相对价高。

目前在国际功能鞋材品牌客户以及国内外的沙发家居，电子产品，汽车内饰等品牌客户中对水性、无溶剂以及其他有关品类产品有着较强的需求；在国内的功能鞋材客户中，主要以溶剂型产品为主。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、舒适等发展方向。 目前公司水性、无溶剂产品营收占比约 17.25%，但公司的发展不是依靠水性、无溶剂单一技术的发力，而是以生态功能性、高固、硅基、生物基、可回收、可降解等多项全球领先的核心技术，参与市场竞争，不断占领全球市场高地和技术高地。 5、请问公司直销、经销占比情况是怎样的？ 过去，公司的客户以中小企业居多，营销模式以经销为主，十余年来，公司坚定不移、持之以恒地推进市场、客户与技术转型升级，统筹规划核心、重要、潜在三个层次的客户体系，巩固提升核心客户，积极拓展重要客户，培育发展潜在客户，构建了梯队式的优质客户体系与产品体系，品牌客户增多，直销比例上升。目前，公司收入中的直销占比大约为 80%，经销占比约为 20%。可以说，公司在市场、客户与技术上十年磨一剑的长期积淀和积累，已从量变到质变，“化蛹成蝶”，公司已占领全球行业市场高地和技术高地，核心竞争能力提升，后劲充足，空间广阔，发展可期。 6、请问公司不同品类的客户情况以及各个品类的毛利率大概为多少？ 公司积极构建“2+4”层次有序、动能强劲的市场格局，聚焦资源，发挥优势。在功能鞋材领域，目前与公司合作比较好的客户有：彪马、亚瑟士、安踏、特步、匹克、鸿星尔克和中乔体育等国内外知名运动休闲品牌，同时公司积极培育发展李宁、361° 等客户，未来态势向好。2021 年，安利成为耐克在中国大陆唯一一家中资鞋用聚氨酯合成革及复合材料合格供应商，目前处在培育期中；其他新增客户如威富集团、哥伦比亚、TOMMY、CK、匡威等也正在培育之中，初步展现了较好的态势。 在沙发家居领域，公司对美国最大的沙发家居企业爱室丽的销售实现低基数、高增长，与芝华仕等品牌深化合作。 在电子产品领域，公司已与苹果建立了良好的合作关系，努力培育华为、小米等品牌客户。 在汽车内饰领域，2021 年，公司已成为丰田、长城汽车的
--	---

	供应商，但尚处在培育期，目前营收贡献较少。同时公司积极寻找与国内外汽车品牌合作机会，加大与新能源汽车生产商的接洽，构建竞争优势，努力扩大市场份额。 在体育装备上，与迪卡侬、耐克装备类合作稳步向好。2021年公司新增的国内外知名品牌客户耐克、丰田、长城、宜家等尚处在培育期中，是公司的“增量机会和增量空间”，从短期来看，对公司2021年上半年及2021年全年营收贡献较小；预计明后年会较快增长。 2021年上半年，公司主营产品综合毛利率较上年同期提高约6.3个百分点，反映出公司经营能力、获利能力和竞争能力显著增强，为公司未来发展、获取更好的利润奠定良好基础。总体而言，公司在电子产品、汽车内饰领域产品毛利率较高，部分产品毛利率达30%-50%。功能鞋材和沙发家居品类的毛利根据不同客户有所区别，一般来说，销售给国内外头部企业的产品毛利较高，销售给中小客户的产品毛利相对较低。 当然，公司产品毛利率情况，受宏观环境、客户产品的市场需求、公司产品开发、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、请问公司是否会进行股权激励、再融资等操作？ 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。公司经营管理层和员工对公司发展充满信心。未来，公司会积极研究、推进包括员工持股、股权激励在内的激励约束机制，综合运用多种激励工具，有效激发员工内生动力，构建企业与员工利益命运共同体，不断提升企业凝聚力和向心力，促进企业持续、健康发展。 8、请问同行业会不会突破公司技术壁垒？ 我们认为，企业经营发展要有长远眼光和战略定力，不能炒短线、挣快钱，急功近利，否则企业走不长、走不远。公司瞄准全球行业中高端市场，坚持品牌引领，创新驱动，以新取胜、以快取胜、以优取胜，致力于开展基于以市场为导向、有价值的研发，为未来的发展提供强劲动能。十余年来，公司年
--	---

	研发费用占营业收入比重均保持在 4.5%左右，2021 年上半年研发费用约 5600 万元。 从技术方面来看，公司积极开发经营生态环保、高性能、多功能的聚氨酯合成革及复合材料，产品的高性能、多功能，以及生态、绿色、环保，是公司产品和技术的核心优势。一是产品的高性能体现在高剥离强度、高断裂强度、耐刮耐磨、曲挠强度高等优异的物理机械性能，及耐老化、耐水解、耐溶剂、耐寒、耐酸、耐碱、耐黄变等良好的化学性能；多功能体现在易去污、防水透气、阻燃、抗菌防霉等。公司将产品的高性能、多功能与生态、绿色、环保融合结合，可以说是“颜值美丽、时尚流行、质感优良、功能出众、生态环保”，其特色鲜明，与众不同，独具特色，独具优势，赢得了国内外头部企业的青睐。 因此我们认为，安利股份技术壁垒门槛较高，已经构建了良好的护城河，在水性、无溶剂工艺技术等方面，实现了全球领先，目前同行业对于挑战公司的技术水平还存在着一定的困难。
附件清单（如有）	无。
日期	2021 年 9 月 3 日