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：2021-034

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	兴业证券 纪宇泽，汇安基金 沈锦婷、杨坤河、丁盛等。
时间	2021 年 11 月 24 日 15:00-16:00
地点	通讯会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书兼副总经理：刘松霞 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	<p>一、主要问题及回答</p> <p>1. 请问安利越南公司进展及当前公司生产经营情况？</p> <p>安利越南公司 2 条生产线已基本具备投产条件，但目前因越南疫情影响，投产进度受阻，具有不确定性。目前公司正在为部分生产技术人员办理有关入境越南申请手续，期望 2022 年上半年部分生产线投产。当然，安利越南产能推迟投放，对安利股份生产经营不构成不利影响；安利越南若加快投产，安利股份生产经营将会“锦上添花”。</p> <p>当前公司订单充足，品牌客户合作增多，同时公司积极提价，限电、错峰有序用电和原材料价格上涨对公司生产经营造成的风险和影响已基本化解，公司生产经营保持稳定。但是，在当前及未来一段时间内，公司生产经营可能面临天然气价格上涨及供应短缺的风险，增加公司能源成本，具有一定不确定</p>

性。

2. 请问天然气价格对公司生产成本影响有多大？

天然气消费呈现明显季节性特征，一般来讲，每年11月至次年3月采暖季为需求旺季，每年4月至10月为需求淡季。在现行价格政策体系内，天然气上下游执行季节性价差政策，旺季价格在门站基准价格基础上浮、淡季价格回落。目前为天然气需求旺季，天然气供求及价格等情况，具有复杂性、不确定性和不可预见性，可能会造成公司能源成本上升。一般来说，公司月均用气成本约1100-1300万元左右。

3. 请问公司与苹果等电子产品领域品牌客户合作情况，苹果为什么会选择与安利合作？

公司与苹果公司及其相关代工厂合作保持稳定，多个新项目开发正在积极推进中，未来合作态势良好，但具体合作项目信息尚处于保密期。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，公司与谷歌公司签订硬件供应协议，正积极推进与华为、小米等客户的合作，努力做大做强，提升份额。

公司能获得苹果等国内外品牌客户的青睐，主要原因一是坚持以生态功能性为特色，发挥工艺、技术组合多样等优势，开展柔性生产、定制生产，以多品种、小批量、高性能、多功能的优质产品满足不同需求。二是坚持以市场为导向，根据客户需求开发特色化产品。三是围绕生态、绿色、环保、健康、舒适等发展方向，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，实现规模化量产、稳定量产，良品率高。四是快速响应客户需求，积极配合客户进行新产品开发、打样、批量生产，提升主动服务客户的能力，在共同发展中加强互动交流，增进了解，加深默契，建立长期、稳定的合作关系。总体而言，包括苹果在内的国内外品牌客户，对公司的开发、生产、品控、服务等均表示充分认可。

4. 请问在汽车内饰领域，公司与品牌客户合作进展情况，及公司汽车内饰材料单车的价值量是多少？

汽车品牌客户新产品研发及验证周期长，国内品牌通常需要6个月至1年，国际品牌通常需要1-2年，甚至更长时间。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、比亚迪、江淮、宇通、奔驰重卡等品牌客户开展合作，态势良好。此外，公司正积极联系新能源汽车相关品牌企业，期望建立合作。从中长期来看，汽车内饰领域是公司未来强劲的新增长点和重要的新动能。

根据不同品牌车型和使用部位，一辆车大约需要5-15米聚氨酯合成革，用于汽车内饰、座椅、门护板、仪表盘等部位，根据车型、材料性能、单价的不同，价值量会有所区别。

5. 汽车内饰材料中有使用超纤革的，请问客户对于超纤革和PU革的选择倾向，及未来汽车内饰材料发展趋势是什么？

聚氨酯超纤合成革和生态功能性聚氨酯合成革应用范围有所不同，各有优点，各具特色。

超纤合成革本质上是聚氨酯合成革的一种。其优点是类真皮，具有卓越的力学性能，抗张强度和撕裂强度高，物性较好。其缺点是相比生态功能性聚氨酯合成革，花纹、颜色、外观等方面有一定局限，价格相对较高，大多数采用苯减量工艺，环保性能不如生态功能性聚氨酯合成革。

公司外购超纤基布，现有工艺设备可兼容生产聚氨酯超纤合成革。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、石墨烯、硅胶、生物基等高新复合材料融合，已不再是传统意义上的聚氨酯合成革，正加速替代或有别于真皮、PVC人造革、纺织品等传统材料，颜值美丽、时尚流行、质感优良、功能出众、生态环保。安利材料特色鲜明，应用领域不断拓展，市场空间巨大，一定程度上代表着未来聚氨酯合成革行业的发展方向。

6. 公司能切入品牌客户的供应链，请问与日本、韩国、台湾企业比公司的核心优势是什么？是否了解日本韩国企业的利润率水平？

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。

安利股份二十余年来聚焦聚氨酯复合材料主业，咬定青山不放松，坚持品牌引领、创新驱动，管理水平良好，工艺设备先进，构建了良好的核心竞争力，且公司认为，综合优势的增强和核心竞争能力的提升，并不是来自于技术、产品、市场、客户、人才和资金的单一优势，并不是一蹴而就，而是技术开发、设备工艺、市场客户、人力资源、管理能力和企业文化等多要素的有机综合体，是一种长期的、独有的、别人难以模仿的核心能力，对竞争对手造成一定挑战。

从市场方面来看，公司坚持以市场为导向、以客户为中心，瞄准全球中高端市场，构建了“2+4”的市场格局，在功能鞋材、沙发家居两大优势品类，及电子产品、汽车内饰、体育装备、工程装饰四大新兴品类领域全面布局，客户、市场持续升级，与国内外品牌客户加强产品开发、扩大合作，市场知名度和品牌形象进一步提升。

从技术方面来看，公司专注于定位于“生态功能材料专家”，致力于研发经营生态环保、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。尤其是公司在水性、无溶剂聚氨酯合成革工艺技术上布局早，同时积极开发应用 TPU、再生纤维、生物基、硅基、可回收、可降解等新技术、新工艺，构建了系列化、层次化的产品结构，产品技术含量和附加值提高，赢得了国内外头部企业的青睐。

7. 请问公司下游应用领域中，各个品类的营收占比是多少？未来不同品类的营收占比会有什么变化？

公司构建了 2+4 的市场格局，功能鞋材和沙发家居两大优势品类，目前营收占比分别约 40%左右，合计约 80%左右；电子产品、汽车内饰、体育装备、工程装饰合计占比约 20%左右。目前来看，四大新兴品类动能强劲，发展可期，在“十四五”期间营收占比方面可能会有一定变化，但这是一个循序渐进的过

程，而且受产品开发、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。

8. 请问公司目前与李宁合作进展情况，未来在功能鞋材领域还有哪些提升空间？

目前安利股份与李宁公司合作态势良好，去年销售额基数较小，今年销售额增长较快。公司期望通过努力，大力提升在李宁公司的内部份额。安利股份对与李宁公司扩大合作充满信心。

在客户端，公司在国内运动休闲鞋材领域，基本实现全覆盖，与安踏、特步、李宁、361度、鸿星尔克、匹克、中乔、贵人鸟等运动休闲品牌客户均有合作，基本是其战略供应商或主力供应商。在国际运动休闲鞋材领域，公司与PUMA、ASICS合作态势良好，同时积极培育耐克、威富集团、哥伦比亚、TOMMY等国际运动休闲品牌，未来将积极联系阿迪达斯、NB、斯凯奇、UA等国际运动休闲品牌，作为驱动公司未来中长期发展的储备客户。

在材料端，TPU聚氨酯复合材料在功能鞋材中的应用比例不断提升，其体量与聚氨酯合成革的比例接近1:1。公司较早地布局TPU生产工艺技术，技术成熟，产能具备，具有渠道优势，可以稳定生产并快速转换成竞争优势，是公司未来发展的重要增长点之一。

9. 请问未来三年公司大客户放量节奏及对应的利润率情况？

公司与苹果公司合作保持稳定，与NIKE、丰田、长城、比亚迪、宜家等品牌客户，在2021年及2022年上半年都处于培育和打基础阶段，从短期来看，对公司2021年全年营收贡献较小；从中长期来看，是“增量机会和增量空间”，是公司未来强劲的新增长点和重要的新动能，从培育到逐步放量，是一个循序渐进的过程。

总体而言，公司构建了全品类、梯队式的客户群体，在鞋材和沙发品类呈现“高基数、高增长”的良好态势，在电子、

	<p>汽车等新兴品类呈现“低基数、高增长”的发展态势，动能强劲，增长可期。</p> <p>10. 请问公司未来的产能规划是怎样的，其中水性、无溶剂产品占比约多少？</p> <p>公司现具有年产聚氨酯合成革及复合材料 8,500 万米的生产经营能力，其中水性、无溶剂产品营收占比约 18%左右。在“十四五”期间，公司期望计划形成年产生态功能性聚氨酯合成革及复合材料 1 亿米左右的生产经营能力，其中水性、无溶剂产品营收占比期望提升至 40%左右。</p> <p>当然，这是一个循序渐进、逐步提升的过程，是公司期望通过奋力拼搏实现的规划目标，不代表对社会投资者的承诺。公司规划目标的实现，受宏观环境、客户合作、市场波动及行业竞争等多方面因素影响，不完全取决于公司，具有不确定性。</p>
附件清单（如有）	无。
日期	2021 年 11 月 24 日