

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：2022-003

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	1、贝莱德基金：唐华、邹江渝、贺维艺、施林彤； 2、东证资管：杨仁眉、唐亮； 3、海通证券：刘海荣； 4、兴业证券：赵树理、韩欣； 5、国信证券：黄盈； 6、金鹰基金：李龙杰； 7、集元资产：朱彦頔； 8、高毅资本：王治璇； 9、浙商证券：李陈佳。
时间	2022 年 2 月 15 日 9:30-12:00
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、总经理：姚和平 副总经理、董事会秘书：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、参观公司展厅、研发楼和部分生产车间 二、简要介绍公司情况 三、主要问题及回答 1. 公司产品众多，品质优良，请问公司产品与国内外同行

	相比，竞争优势体现在哪些方面？ 答：聚氨酯合成革及复合材料可广泛应用于功能鞋材、沙发家居、电子产品、汽车内饰、体育装备、工程装饰、手袋箱包、服装服饰等领域，公司产品在手袋箱包和服装服饰领域不具有优势，但是在其他品类竞争优势明显，其中功能鞋材、沙发家居是公司两大优势品类，电子产品、汽车内饰、体育装备、工程装饰是公司积极培育的新兴领域。 与日韩、台湾地区的合成革企业相比，公司劣势在于国际运动休闲鞋品牌及其代工厂的市场渠道和关系，还需要进一步整合。公司优势在于，一是公司水性、无溶剂、生物基、硅基、回收再生、可降解等新技术、新工艺开发方面，具有先发优势；二是公司在电子产品、汽车内饰、体育装备等新兴领域，具有先发优势；三是公司积极推进产品结构、客户结构转型升级，构建了梯队式的产品系列与客户群体；四是公司工艺设备先进，员工队伍素质良好，管理和服务水平总体良好，越来越受到国内外品牌客户的青睐。 2. 请问公司目前水性、无溶剂产品营收占比约多少？今明两年该比例会提升吗？ 答：目前水性、无溶剂产品营收占比约 18%左右，今年期望通过努力提升至 20%左右，在“十四五”期间，期望提升至 40%左右。当然，这是一个循序渐进的过程，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。 3. 请问水性、无溶剂产品与油性产品的差异在哪里？水性、无溶剂产品在物性、价格等方面是否高于油性产品？ 答：一般来说，二者在物性、产品成本、销售客户、目标市场等方面存在一定的差异。 水性、无溶剂产品最大特点是生产过程无味、净味，DMF 含量低，VOC 排放总量低，不含有毒有害物质，环保性能好。相比油性产品，水性、无溶剂产品对生产设备和工艺要求严格，
--	--

	成本较高；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。 在沙发家居、电子产品和汽车内饰等领域，部分国际品牌更倾向于使用水性、无溶剂产品，需求强劲；在功能鞋材领域，国内品牌对油性产品诉求更高。 在价格方面，油性产品不完全都是低单价产品，在中高端运动休闲品牌使用的油性产品单价水平较好。 4. 请问耐克、苹果、丰田、宜家等国内外品牌客户选择与公司合作的原因是什么？ 答：公司受到众多品牌客户的青睐，并不是因为全球新冠疫情影响下的供应链不稳定，品牌客户需要增加供应商来化解风险；也不是因为产品价格或者单一技术、单一产品的优势，而是公司技术开发、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构成的综合的、系统的优势。 具体来说，一是新工艺、新技术的开发与布局，尤其是水性、无溶剂、生物基、硅基、回收再生、可降解等核心技术全面发力，走在全球同行业前列，通过产品创新和工艺技术转型升级，促进产品、技术迈向中高端。二是公司工艺设备先进，在全球同行业内具有领先水平，成为全球技术的领先者、产能规模的领先者、全球行业的领跑者。三是公司产品质量优异，能批量稳定供货，持续为客户提供优质的产品与服务，更可靠，更可信。四是公司诚信经营，规范运作，20 多年来深耕主业，有着良好的积淀和积累，形成了竞争对手难以复制、模仿的核心竞争能力。 5. 请问公司与耐克合作进展情况？ 答：目前公司与耐克保持良好的业务关系，处于前期开发和小批量量产阶段，合作趋势向好、长期向好。虽然，耐克对公司 2021 年全年经营业绩贡献较小，但耐克将是公司未来增长的强劲动能，预计明年、后年会有较大、较快增长。当然，公司与耐克的合作及订单份额，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。 6. 2019 年之前，公司毛利率约 18%左右，2020 年以来，公司毛利率水平稳步提升，未来公司毛利率会达到什么水平？ 答：2021 年，公司毛利率水平由过去的 18%左右提升至当前 24%左右，部分产品和品牌客户的毛利率高于平均水平，反映出公司竞争能力和获利能力进一步提升。 当前宏观环境仍然复杂、严峻和多变，实体经济面临需求收缩、供应冲击、预期转弱三重压力。公司主要原材料价格大幅上涨，天然气价格为近十年来最高，公司成本费用快速上涨，且向部分下游客户传导有一定滞后性，公司仍面临较大的经营风险与挑战，毛利率水平具有重大不确定性。 然而，公司认为挑战与机遇并存。十余年来，公司始终聚焦主业，不以机会驱动，不是抓机会、超短线、挣快钱，而是坚持“战略导向、品牌引领、创新驱动、智能制造、智慧管理、绿色生态”的发展路径，积极扩大与全球头部企业合作，品牌客户合作增多，寻求特色化、差异化经营，产品技术含量和附加值不断提高。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，不断占领全球行业市场高地和技术高地，构建了良好的核心竞争能力，具有提高毛利率水平的能力。 “十四五”期间，公司将奋力拼搏，稳步提升毛利率水平，努力实现经营业绩再上新台阶。 7. 请问公司对 TPU 材料市场规模的预判，及 2022 年 TPU 增量情况？ 答：TPU 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 0.8:1。公司 TPU 生产工艺技术成熟，产能具备，具有渠道和技术优势，可以稳定生产并快速转换成竞争优势，因此，TPU 材料是公司在功能鞋材领域的新动能和重要增长机遇。 公司与苹果、艾斯克斯在 TPU 材料方面合作较好。由于国内一些中小企业生产供应的 TPU 材料，较多存在材料收缩、黄
--	---

	变、起雾、熔断粘接不牢、溢胶、起泡、脱层、厚度不均、颜色批次色差等质量问题，因此，2021 年下半年以来，安踏、特步、361 度、鸿星尔克、匹克、中乔等国内地区运动休闲品牌客户及代工厂，在 TPU 材料方面表现出强烈的合作愿望，希望与安利扩大合作。目前，公司按照年度计划目标积极推进 TPU 开发与营销工作。 8. 请简要介绍公司今年在汽车领域的拓展情况？ 答：今年，公司与长城、丰田、比亚迪等客户合作都在积极开发推进，公司产品主要应用于仪表盘、汽车座椅等部位，渠道关系正在拓展之中，需要一定时间的积累积淀。预计今年汽车内饰领域将呈现“低基数、较高增速”的发展态势，目前营收贡献较少，预计明后年会较快增长。 公司也在积极寻找与国内外汽车品牌合作机会，积极与新能源汽车生产商进行接洽，寻求合作机会，努力拓展业务，扩大市场份额。 当然，公司与汽车品牌及相关方的合作情况，取决于品牌方相关车型的市场需求情况、公司产品研发和生产情况、产品价格的波动、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，最终以双方日常业务往来的正式订单为准，不完全取决于我公司。 9. 请问公司今年在沙发家居领域的发展趋势？ 答：目前公司与较多国内外沙发家居品牌开展合作，沙发家居的应用场景也从传统的软体沙发，拓展到全屋定制，市场空间广阔。目前公司有较多年销售额在 500 万-2000 万左右量级的品牌客户，正在积极拓展和培育之中，初步打开了新局面，增长希望较大。 10. 请问公司安利越南投产时间及未来的产能规划？ 答：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，目前公司产能充足，能够满足公司发展需要。安利越南公司 2 条生产线已基本具备投产条件，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。 此外，公司对安利工业园现有生产线进行优化调整，计划改造或新增部分水性、无溶剂生产线，目前正处于研究、评估和评价阶段。
附件清单（如有）	无。
日期	2022 年 2 月 15 日