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：2022-006

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、天风证券：孙海洋； 2、信达证券：汲肖飞； 3、兴业证券：韩欣； 4、浙商证券：李陈佳； 5、广发证券：何雄； 6、国元证券：徐偲； 7、国信证券：黄盈； 8、诺安基金：赵森。
时间	2022年3月31日 10:00-11:00
地点	通讯会议
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理：姚和平 董事会秘书兼副总经理：刘松霞 证券事务代表：陈丽婷 证券主任：王睿
投资者关系活动主要内容介绍	一、主要问题及回答 1、请简要介绍公司2021年高端产品毛利率情况，以及重要客户拓展情况。 答：2021年，在疫情反复多变，经济复苏脆弱，节能减排和环保安全要求提高，停电限产，经济下行等不利宏观环境下，公司提质增效，主营产品毛利率为23.7%，较上年同期提升了4.21个百分点，实现了良好的盈利水平。

目前公司毛利率在 30%以上的客户，约占公司客户总数的 30%。公司坚持品牌引领、创新驱动，客户结构与产品结构转型升级成效显著，促进毛利率稳步提升。

在开发创新方面，公司坚持品牌向上、产品向上，加大研发投入，加强产品开发创新，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，构建了丰富有序的产品层次，产品技术含量和附加值不断提高。

在客户经营上，公司坚持大客户战略和“四个一代”思想，即“经营一代、开发一代、储备一代、谋划一代”，加强市场开发、客户开拓，积极扩大与全球头部企业合作，构建了梯队式的客户群体，与较多优质头部客户深化合作。

目前苹果、彪马、亚瑟士、迪卡侬、芝华仕、安踏、特步等品牌客户，属于“经营一代”，公司努力与其深化合作；耐克、丰田、长城、比亚迪、爱室丽、全友、喜临门、宜家、李宁、361 度等品牌客户，属于“开发一代”，公司努力扩大其内部采购份额占比；谷歌、欧派、匡威、哥伦比亚、CK、TOMMY 等品牌客户，属于“储备一代”，是公司未来重要的“增长空间”；阿迪、UA、NB，以及其他新能源汽车等品牌客户，属于“谋划一代”。

公司将做大做强现有优势存量客户，积极培育发展未来新兴增量客户；储备联系功能鞋材、沙发家居、电子产品、汽车内饰等领域的潜在战略性大客户。在做大总量的同时不断调整优化结构，促进公司转型升级，增强发展质量和发展后劲。

2、请简要介绍公司第 3 期员工持股计划（草案）中设置的业绩条件？

当前宏观经济形势严峻，经济下行压力加大，公司面临一定风险和挑战，外部环境存在较大不确定性。为了处理好风险、挑战与机遇的关系，平衡好持有人的权利、义务与责任，让关键岗位的经营管理骨干既有压力，又有动力，充分调动他们的积极性和创造性，建立、健全公司中长期激励与约束机制，公司将本次员工持股计划公司层面业绩目标考核指标设置为，以

公司前三个会计年度扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润平均值为基数，2022 年度实现的扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润增长率不低于 25%。公司认为，综合考虑公司当前面临的外部环境，以及内部激励约束机制，该考核指标具有一定的挑战性、合理性与科学性。

虽然公司并没有简单地以上一年度扣非后归母净利润为基数，但是不代表公司目标不高，基于对公司未来发展的信心和对公司价值的认可，公司内部仍立足于较高的生产经营计划目标，积极推进各项生产经营管理工作，努力实现更好的经营业绩。

3、请问公司 2022 年一季度在手订单情况及客户开拓情况。

公司 2022 年一季度产能利用率基本处于正常水平。然而 3 月份以来，国内疫情高位频发、多点散发，局部封城，物流受阻，运输不畅，运费上涨，实体经济面临需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力，与往年同期相比，今年三月份需求低迷。公司生产经营面临成长中的烦恼和困扰，面临发展中的风险和挑战，存在不确定性。公司将迎难而上，努力战胜困难，向着更高的目标奋力拼搏。

4、请问品牌客户更加青睐生态功能性聚氨酯合成革的原因？

答：从外因来看，PVC 人造革被列入国家限制类发展项目，而欧盟、日本等国家的绿色壁垒，也较大程度地限制了 PVC 人造革的消费，且天然皮革具有资源有限性和加工受限性，生态功能性聚氨酯合成革因其既具备生态环保性，又可实现高性能、多功能，受到国家产业政策鼓励和支持，形成对天然皮革、PVC 人造革和纺织品的良好替代，市场前景广阔。生态功能性聚氨酯合成革顺应了全球消费者对生态、功能、绿色、环保型聚氨酯合成革的需求，成为行业发展的主流。

从内因来看，生态功能性聚氨酯合成革与真皮、PVC、布艺等纺织品相比，优势明显、特色鲜明、与众不同，正加速替代或有别于真皮、PVC 人造革、纺织品等传统材料。与真皮和 PVC

相比，聚氨酯合成革的生态环保性能更加优异，且颜色、纹路和表面效果多样，尺寸规整、易于裁剪，性价比高。与纺织品相比，聚氨酯合成革更易打理、清洁和保养，防水防污性能、耐水解、耐用性能优异，有着与生俱来的“尊贵感”、“高贵感”。

公司在与国内外品牌客户接触过程中，发现客户越来越深刻地认识到聚氨酯合成革及复合材料的优势与特点，并积极开发应用安利 PU 面料，期望扩大合作。

5、请问 TPU 聚氨酯合成革的技术壁垒和竞争格局是怎样的？

答：国内 TPU 聚氨酯合成革供应商主要是一些中小企业，其生产供应的 TPU 聚氨酯合成革，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。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。

在 TPU 材料开发应用方面，公司与苹果、亚瑟士合作较好；安踏、特步、361 度、鸿星尔克、匹克、中乔等国内运动休闲品牌客户及代工厂，合作愿望强烈，希望与安利扩大合作，目前公司正积极有序推进 TPU 开发。TPU 材料是公司在功能鞋材和电子产品领域的新动能和重要增长机遇。

6、请问公司今年在汽车内饰领域的销售体量约多少？今明两年哪些汽车品牌客户会有较大放量？

答：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。

7、请问今年苹果订单预计会有怎样的变化？谷歌订单什么时候能量产？

	<p>答：目前苹果订单较上年同期保持稳定，预计下半年可能会有一定增长，但具体订单情况受宏观环境、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。</p> <p>公司与谷歌合作有序推进，公司每周与谷歌召开项目例会，目前处于项目积极开发推进阶段，尚未形成订单。</p> <p>8、请问安利越南投产时间，以及公司在国内水性、无溶剂生产线，TPU 生产线和生态功能性聚氨酯合成革生产线的分布情况？</p> <p>答：目前安利越南 2 条生产线及主要设备已安装完毕，具备投产条件。受疫情影响，公司主要生产、技术和业务骨干赴越南工作签证的审批程序环节多、时间长，预计 4 月中下旬能前往越南，安利越南计划 2022 年上半年 2 条生产线调试投产。</p> <p>安利越南延迟投产，对公司 2022 年经营业绩不会产生重大影响，不会影响公司发展态势和格局；安利越南加快投产，是“锦上添花”，有利于增强公司与功能鞋材、沙发家居等领域的国内外品牌客户合作。</p> <p>此外，为有效满足未来生态功能性聚氨酯合成革市场需求，公司计划投资约 4000 万元，拟对部分聚氨酯合成革生产线实施技改提标升级，项目技改提标升级后，4 条聚氨酯合成革生产线的生态功能性聚氨酯合成革计划产量为 1800 万米/年，计划建设期 1.5 年，计划投产期 1 年，不断做大做强公司规模，扩产提效，努力获取更好的效益。</p> <p>公司有水性、无溶剂专线，同时现有的干法工艺设备，通过一定的技术改造，可以兼容生产生态功能性、水性、无溶剂和 TPU 聚氨酯合成革及复合材料。对公司而言，产能不是主要问题，公司供给端和客户端基本匹配，公司将积极开拓市场、开发客户，加强开发创新，努力扩大收入，提质增效，实现规模、速度、质量和效益统筹发展。</p>
附件清单（如有）	无。

日期	2022 年 3 月 31 日
----	-----------------