

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：2022-008

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，唐圣炀； 2、东吴基金：姜怡； 3、中国人寿养老保险：崔恒旭 4、澜庭资本：柴珊珊等。
时间	2022 年 4 月 28 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、姚和平董事长简要介绍公司 2022 年一季度经营业绩情况。 2022 年一季度，宏观经济形势复杂多变，经济下行压力加大，外部环境存在较大不确定性。国际形势突变，俄乌冲突造成地缘政治局势紧张，石油、天然气等价格上涨，上游原材料价格大幅上涨，汇率波动加大；特别是 3 月份以来，国内疫情点多面广频发，疫情防控形势严峻复杂，公司主要产品销售地和主要原材料采购地部分城市封闭运行，物流不畅，需求收缩，对公司部分产品销售和原材料采购，以及出口业务造成不利影响，公司生产经营面临的风险挑战增多。 面对复杂形势，公司迎难而上，锐意进取，加强管理，整

	合要素，努力化解风险。公司 2022 年一季度主营产品产量同比增长约 1.6%，因物流受阻，销量同比下降约 2.62%；实现营业收入 48442.05 万元，同比增长 9.44%；实现利润总额 19877.04 万元，同比增长 566.02%；实现归母净利润 16899.65 万元，同比增长 512.32%；实现归属于上市公司股东的扣非净利润 1302.29 万元，同比下降 52.81%，生产经营总体呈现稳中求进、稳中向好的态势。 虽然当前宏观环境充满挑战，但是公司行业地位突出，综合竞争优势显现，公司稳中向好、稳中提质、根本向好、持续向好、全面向好的态势明显，处在高质量发展通道之中，公司对未来发展充满信心。公司管理层会勤勉尽责，加倍努力，不断提升经营管理能力，实现良好的经济效益，努力创造更大的价值。 二、主要问题及回答 1、公司一季度面临原材料上涨和疫情压力，请问公司如何判断二、三季度生产经营态势？ 答：从目前来看，宏观形势复杂多变，叠加需求不振、疫情频发等不利因素，公司生产经营面临较大不确定性。但是公司对外坚持品牌引领与产品升级，不断加强开发创新，积极开发市场、开拓客户，转型升级成效显现，公司对未来发展仍充满信心。总体而言，公司挑战与机遇并存，机遇大于挑战，虽短期承压，但公司态势向好，为未来发展蓄势积能。 2、请问当前上海疫情，对公司物流的影响。 答：上海疫情对公司物流影响主要有两方面，一是运输受阻，在上海港口无法正常发货；二是运费上涨，近期内陆、海外货物运费及油费居高不下，公司运输成本上升。 公司积极与主要供应商沟通，保障主要原材料的供应。公司积极与主要客户和物流公司沟通，努力打通物流通道，在上海港口无法正常发货的情况下，公司积极协调从秦皇岛、青岛、广州、宁波等港口发货，保证产品能及时交付，满足下游客户需求。
--	---

	目前公司物流问题正逐步缓解，总体呈好转态势。 3、请问随着海外在疫情下“躺平”，对公司在国内供应链的订单有什么影响？ 答：公司海外渠道畅通，对公司在国内供应链的订单影响不大。按照美元计价，公司一季度出口总额同比增长约 22.54 左右%，且国内广东、福建地区疫情缓解，国内运动休闲品牌订单正在逐步恢复。 当前公司面临的挑战主要是，海外疫情变化导致运费高涨，影响部分客户下单意愿；二是原材料涨价上涨；三是受房地产市场调控政策和景气程度影响，国内沙发家居市场消费需求有一定波动。 4、请问从量价分拆来看，公司毛利情况呈现怎样的变化？公司调价的传导周期是多久？ 答：公司一季度销量同比略有下降，平均单价同比增长约 10%左右，但受原材料价格高位运行、冬供用气价格上涨，春节假期及主要产品市场需求波动，部分客户调价有一定滞后期等综合因素影响，公司一季度毛利率同比有所下降。 一般而言，国内中小客户传导期约 1 个月左右，安踏、特步、迪卡侬、彪马等国内外头部企业，每季度或每半年洽谈一次价格，亚瑟士等部分国际品牌客户一年洽谈一次价格；苹果供应链管控较好，价格较为稳定。 目前原材料价格基本稳定，公司用气价格由冬供转为夏供，正在洽谈之中，当前公司毛利率情况总体稳定。 5、请问公司主要品牌客户的预期收入规模，目前有无调整？ 答：从部分品牌客户下达的预告订单来看，基本保持稳定或略有增长。 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，其中，耐克公司将是公司未来发展的强劲动能；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“调存量、做增量”，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。 6、TPU 是公司今年和未来较大的增长点，是否意味着公司未来能够获取更高的毛利？ 答：TPU 材料用途广泛，可应用于功能鞋材、服装服饰、箱包手袋、电子产品、医疗等领域。在功能鞋材领域，随着消费者对轻量化、减量化、回弹舒适、时尚感和科技感的不断追求，TPU 材料应用比例大幅提升，NIKE、PUMA、ASICS、安踏、特步等国内外知名品牌都积极推广应用 TPU 材料，其在运动休闲鞋中的用量与聚氨酯合成革大体相当。 在电子产品领域，TPU 材料轻薄、耐刮耐磨、易去污、生态环保、时尚美观等性能，符合电子产品的相关特性，因此在电子产品领域的比重不断提升。 目前国内 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，不具备向品牌客户稳定供货的能力。 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。 7、请问与日韩、台湾等合成革企业相比，未来公司如何获取更高的市场份额？ 从体量上来说，公司是目前国内专业研发生产生态功能性聚氨酯合成革及复合材料最大的企业，行业地位全球领先。公司与日韩、台湾的合成革企业相比，劣势在于市场渠道和关系，他们与耐克、阿迪达斯等高端运动休闲品牌的渠道关系和客户关系整合良好，具有一定先发优势。 公司的优势一是积极开发与布局水性、无溶剂、生物基、硅基、回收再生、可降解等新技术、新工艺，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。三是公司员工队伍素质良好，持续推进内部精益生产管理，不断进行成本优化、节能降耗、优化生产资源配置等，管理和服务水平总体良好。四是公司在新兴品类，如电子产品、汽车内饰等领域具有先发优势。公司正由日韩、台湾合成革企业的跟跑者，成为并跑者和强有力的挑战者。 未来，公司将加强产品推广和渠道拓展，提高客户认知，占领客户心智，与更多世界领导品牌加强合作，努力提升市场份额，不断做大做强。
附件清单（如有）	无。
日期	2022 年 4 月 28 日