

## 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：2022-010

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（线上策略会）
参与单位名称及人员姓名	1、信达证券：汲肖飞； 2、财通基金：杨费凡； 3、泰康保险：刘少军； 4、万丰友方投资：张荣福； 5、恩宝投资：周翔等。
时间	2022年5月12日 10:30-11:30
地点	信达证券线上策略会
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	<p>一、姚和平董事长简要介绍公司情况。</p> <p>二、主要问题及回答</p> <p><b>1、2022 Q2 公司订单及生产情况如何？受疫情影响是否有所缓解？</b></p> <p><b>答：</b>4 月份公司订单和生产情况总体保持稳定。当前疫情对沙发家居、汽车内饰等行业造成一定影响，需求转弱。但是公司并没有过度依赖单一客户、单一市场和单一技术，而是构建了梯队式的客户群体，培育了较多国内外大中型品牌客户，公司抗风险能力和应变能力较强。总体而言，公司行业地位突出，综合竞争优势显现，机遇与挑战并存，机遇大于挑战，处</p>

在高质量发展通道之中，公司对未来发展充满信心。

## 2、从行业来看，PU革对PVC革的替代空间还有多大？

**答：**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。

PVC人造革的优点主要体现在耐久性良好，价格相对低廉，但是PVC人造革也有一定缺点，主要是PVC人造革手感、皮感、质感较差，塑胶感重；PVC树脂透明性差，颜色不鲜艳，视觉感差；PVC人造革低温手感变硬，低温曲折性较差；PVC人造革含有的增塑剂长时间易析出迁移，表面发粘，PVC人造革变硬变脆，易开裂等。与PVC人造革相比，PU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”。

聚氨酯合成革及复合材料优势明显、特色鲜明、与众不同，沙发家居、汽车内饰和电子产品等终端市场正充分认识和了解到PU的优点。从中长期来看，PU正逐步替代或有别于PVC人造革等传统材料，优势逐渐显现，市场空间广阔。

## 3、目前公司水性、无溶剂型材料收入占比如何？产品毛利率较溶剂型产品高多少？目前下游客户主要是哪些品牌/品类较多使用水性、无溶剂产品？

**答：**随着人们对环保、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。目前公司水性、无溶剂产品营收占比约18%。

水性、无溶剂型产品和溶剂型产品毛利率不能一概而论，

根据不同客户、不同产品有所区别，相对而言，水性、无溶剂型产品毛利率相对较高，部分中高端客户溶剂型产品的毛利率也较高，达 30%-50%左右。

一般来说，国内功能鞋材品牌客户主要以溶剂型产品为主；国际功能鞋材品牌客户，国内外沙发家居、电子产品和汽车内饰等品牌客户，对水性、无溶剂型产品有着较强的需求。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。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。

**4、目前日韩、台湾等地区竞争对手在水溶、无溶剂型产品的技术储备、产品性能方面和公司比如何？**

**答：**从体量上来说，安利股份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、中国台湾等地区的竞争对手相比，劣势在于市场渠道和关系，他们与国际运动休闲鞋品牌及其代工厂渠道关系和客户关系整合良好，具有一定先发优势。

目前公司发展成为全球行业龙头，快速抢占市场份额，正与越来越多的世界领导品牌加快合作，由跟跑者成为并跑者和强有力的挑战者，在技术开发、设备工艺、市场客户、人力资源、管理能力和企业文化等方面，构筑了综合的、系统的优势，形成了竞争对手难以复制、模仿的核心竞争能力。

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、可回收、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。三是公司在新兴品类，如电子产品、汽车内饰等领域具有先发优势。四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。

**5、投资者担心毛利率、净利率的波动，目前天然气成本如何？22Q1 毛利率同比下降，二季度毛利率有无修复？历史上毛利率波动受原油影响较大，未来随着产品、客户结构优化，盈利能力能否更加稳定？**

**答：**一季度公司天然气价格同比上涨约 28%。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，公司一季度毛利率有一定波动。

当前宏观环境仍然复杂、严峻和多变，但公司认为挑战与机遇并存，机遇大于挑战。公司利润的获取不是靠行业、市场波动带来的短期机会，更不是抓机会、超短线、挣快钱，而是始终聚焦主业，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，盈利能力进一步提升。“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。

**6、公司去年取得了较好的业绩，今年一季度受疫情影响，营收仍实现增长，请问公司认为，安利股份是“周期股”还是“成长股”？**

**答：**公司认为，安利股份的发展不是靠机会驱动，而是靠品牌引领、创新驱动。安利股份不是“周期股”，而是“成长股”；不是“周期型、机会型”企业，正努力打造“成长型、价值型”企业。

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，与较多国内外优质头部客户深化合作。

近几年，公司年平均研发费用支出约 8000 万元左右，2021 年研发费用 1.28 亿元，同比增长 51%；2022 年一季度研发费用

3729.67 万元，同比增加 1007.14 万元，同比增长 37%。公司紧跟全球行业发展方向，积极开发经营生态环保、高性能、多功能的中高端聚氨酯合成革及复合材料，拥有专利 500 余项，制定国家行业标准 50 余项；年技改升级投入约 8000 万元左右，用于技术革新改造，安全、环保提标升级，以及信息化、智能化建设等，不断提质增效，为公司发展蓄能助力，公司“软件”和“硬件”都发生显著变化。

通过在市场、客户与技术上十年磨一剑的长期积淀和积累，公司战略清晰，工艺技术领先，渠道良好，设备精良，制度完善，管理优良，文化先进，品牌响亮，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，努力打造成为价值型、效益型、高成长型企业。

#### **7、请问俄乌冲突对安利俄罗斯有什么影响？**

**答：**当前俄乌冲突对公司出口到俄罗斯地区有一定影响，具有不确定性。但安利股份对安利俄罗斯整体投资规模较小，营收规模较小，预计对安利股份 2022 年经营业绩影响较小，未来公司会持续开拓欧洲市场。

**8、近期公司入选安徽省新材料产业优势企业，获准牵头组建“安徽省生态功能性聚氨酯复合材料创新联合体”，当地政府有哪些措施支持相关企业发展？公司功能性聚氨酯复合材料攻坚方向有哪些？**

**答：**2022 年 4 月，安徽省科技厅批复同意公司牵头组建“安徽省生态功能性聚氨酯复合材料创新联合体”，是对公司在生态功能性聚氨酯复合材料领域自主研发能力、创新能力、科研成果、技术人才队伍等方面的充分肯定；同月，公司入选首批“安徽省新材料产业优势企业”，是安徽省发改委对公司在新材料产业中先进技术工艺水平和行业地位的肯定，表明公司所处行业符合“十四五”期间国家和安徽省重点支持和鼓励的发展方向，是安徽省重点培育的新增长点和增长极，有利于公司在新材料领域进一步做大做强，推动区域和产业结构转型升级和高质量发展。这两项荣誉为公司创新发展、协同发展、融合

	<p>发展，创造了良好的政策环境。</p> <p>公司功能性聚氨酯复合材料攻坚方向主要有生物基、TPU、硅基、可回收、可降解、石墨烯聚氨酯合成革及复合材料等。</p> <p><b>9、公司今明两年与哪些新能源客户开展合作并确认收入？</b></p> <p><b>答：</b>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，汽车品牌开发验证周期较长，渠道关系正在拓展之中，需要一定时间的积累积淀。目前汽车内饰品类营收贡献较少，预计明后年会较快增长，呈现“低基数、较高增速”的发展态势。当然，公司与汽车内饰品牌的合作及订单份额，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。</p> <p>此外，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。</p>
附件清单（如有）	无。
日期	2022年5月12日