

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：2022-018

投资者关系活动类别	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	1、海通证券：刘威； 2、方正富邦基金：刘蒙。
时间	2022年11月3日 14:00-16:00
地点	安徽安利材料科技股份有限公司行政楼 906 会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书、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、参观公司展厅。</p> <p>二、主要问题及回答：</p> <p>1、公司主要原材料（如 DMF、BDO、PTMEG、聚合 MDI）和天然气的成本占比？</p> <p>答：公司产品的原材料主要是基布、聚氨酯树脂以及其他辅料；其中，聚氨酯树脂的主要原材料为 DMF、AA、MDI、BDO 等，占公司材料比重大致约 60%以上。MDI、BDO、PTMEG 和 DMF 在溶剂型聚氨酯树脂中的比重分别约 8.5-9%、3.5%、5%和 70%。</p> <p>今年以来，公司大宗原材料价格同比上涨约 20%-40%，天然气平均价格同比上涨超过 30%，天然气成本增加约 2200 万元。当前部分原材料价格有所回落，但同比仍处于高位。</p> <p>2、请问公司下游应用领域中客户分布及营收占比是多少？未来不同品类的营收占比会有什么变化？</p>

答：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，目前营收占比合计约 80%左右；电子产品、汽车内饰、体育装备、工程装饰四项新兴品类合计占比约 20%左右。

今年前三季度，公司男女鞋、童鞋等一般鞋材基本平稳，功能鞋材品类增长较快；沙发家居受宏观形势、房地产行业低迷、疫情等因素影响，需求放缓，订单有所下降，虽短期业绩承压，但未来看好，动能强劲，发展可期。公司期望在功能鞋材和沙发家居领域继续发挥优势，努力做大做强电子产品、汽车内饰等新兴品类。

“十四五”期间，汽车内饰、电子产品等新兴品类营收占比可能会有一定变化，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。

3、请问公司与日韩、中国台湾竞争对手相比，优势和差距在哪里？

答：公司与日韩、中国台湾竞争对手相比，在运动鞋材领域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。

公司的优势在于，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。

4、公司功能鞋材实现快速增长的原因是什么？公司已进入耐克鞋材供应商体系，目前营收占比较小的原因是什么？

答：公司一直坚持大客户战略，在功能鞋材领域与彪马、亚瑟士、安踏、特步、李宁、361、中乔、鸿星尔克等国内外品牌客户合作深化，态势良好，2022 年上半年功能鞋材品类增长

约 30%以上。

耐克是全球最大的体育运动品牌企业之一，对聚氨酯合成革及复合材料需求大，市场空间广阔；公司是耐克唯一中资鞋用聚氨酯合成革及复合材料合格供应商，与耐克合作积极有序推进，在通材和特材中有较多项目在安利开发，尚处于磨合阶段。

公司与耐克合作从策划、设计、开发验证，到打样放样、试产、量产，再到份额提升，是一个稳步推进、循序渐进的过程；目前公司与耐克合作仍处于打基础和蓄势积能的阶段，营收占比较小，但未来态势向好，动能强劲，耐克是公司未来十分强劲的增长点之一。

当然，公司与耐克等运动品牌合作，受产品开发、品质、市场波动及行业竞争等多方面因素影响，订单情况并不完全取决于公司，具有不确定性。

5、请问公司与苹果、国内新能源汽车客户合作情况。

答：公司与苹果合作进展基本符合预期，预期全年订单量总体保持稳定。同时公司积极与谷歌、小米、vivo 等品牌客户加强产品开发与合作，努力扩大合作产品和领域，提高市场份额。

汽车内饰市场是公司重点开拓的新兴市场领域之一，公司已通过丰田、长城、比亚迪等供应商认证；尚未合作的汽车品牌客户，公司正积极联系、接洽，争取通过供应商认证审核；通过供应商认证审核的，公司正扩大项目定点；已经获得定点项目且试单量产的，公司正积极推进项目落地，争取更多订单，努力扩大销售额，提高利润。总体而言，公司与更多造车新势力品牌牵手，公司品牌口碑、影响力提升，合作进展基本符合计划预期，但当前仍处于打基础和培育阶段，营收占比较小，中长期看好。

6、请问公司经营性利润下降的主要原因？

答：一是原辅材料价格、运费价格上半年大幅上涨，三季度仍高位盘整；二是能源价格大幅上涨，天然气成本增加约 2200

万元；三是第 3 期员工持股计划计提相关费用，影响经常性收益约 1130 万元；四是研发费用投入约 1 亿元，较上年同期增加约 1580 万元。

面对复杂多变的宏观环境，虽然公司生产经营面临一定挑战，但公司坚持长期主义，对内加强管理，加大研发投入，加大技改投入，苦练内功，提升素质；对外加强品牌客户开发，积极开拓市场，为增长发展蓄势积能。

7、请问公司研发费用增长的原因及研发方向？

答：近年来，随着公司品牌客户合作增多，开发项目增加，研发费用呈增长态势。公司研发方向主要是生态功能性溶剂型和复合型产品，水性、无溶剂聚氨酯合成革及复合材料等新工艺、新技术，以及 TPU、再生纤维、生物基、硅基、可回收、可降解等新材料、新工艺。

凭借公司领先的自主创新能力和有竞争力的产品，公司与苹果、耐克、彪马、亚瑟士、安踏、特步、李宁、芝华仕等国内外头部企业合作。截至目前，公司及控股子公司拥有新产品 70 余项，拥有授权专利 580 余项，其中发明专利 120 余项，主持制定或参与制定国家和行业标准 50 余项，是全国同行业拥有专利最多、参与制定国家和行业标准最多的企业。

8、请问公司未来的成长点在哪里？

答：公司将聚焦聚氨酯合成革及复合材料主业，在“专业化、特色化、品牌化、规模化”的发展战略引领下，以“美好材料、造福社会”为使命，坚持瞄准全球不断变化的市场需求和技术发展动态，努力做大、做优、做强，努力将公司打造成“让员工自豪、受社会尊敬，具有国际竞争力和影响力”的企业，以先进的工艺技术，以美好的材料，努力丰富社会需求，造福社会，奋力实现“力争成为全球最优秀的聚氨酯复合材料企业”的美好愿景。

在开发创新方面，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，打造有竞争力、有后劲的产品技术，产品技术含量和附加值提高。

	<p>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，正构建梯队式的客户群体，与较多优质头部客户深化合作。公司行业地位突出，竞争优势显现，未来长期向好、根本向好、全面向好的态势不会改变。</p>
附件清单（如有）	无。
日期	2022年11月3日