

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：2023-013

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(2023年安徽辖区上市公司投资者网上集体接待日活动)
参与单位名称及人员姓名	线上参与2023年安徽辖区上市公司投资者网上集体接待日活动的投资者
时间	2023年9月12日 15:30-17:30
地点	公司通过“全景路演”（ https://ir.p5w.net ），采用网络远程的方式参加
上市公司接待人员姓名	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>公司于2023年9月12日（星期二）下午15:30-17:30，通过“全景路演”（http://rs.p5w.net）参加2023年安徽辖区上市公司投资者网上集体接待日活动。本次投资者网上集体接待日的主要问答情况如下：</p> <p>1、请问品牌客户的毛利率能达到多少 三芳毛利率 20.45% 安利 18.52%好像有进一步拉大的趋势。</p> <p>答：您好！公司产品应用领域广，下游客户需求多样，采取以销定产、订单驱动的经营模式，向客户提供的均为定制化产品，因此不同客户、不同产品的毛利率不同。2023年上半年，公司毛利率出现回升。公司将继续积极转型升级，加大产品创新和市场开拓力度，优化客户结构和产品结构，提高高附加值产品比重，同时控制相关成本，努力提升毛利率。谢谢您！</p> <p>2、第三期员工持股是否已减持？</p>

答：您好！第3期员工持股计划仍在存续期。谢谢您！

3、越南4条生产线已全部转入固定资产吗？安利越南年内能实现盈利吗？

答：您好！安利越南目前已完工投产两条线，其余两条生产线正在洽谈、采购中。安利越南目前处于起步阶段，已投产部分在建工程转固定资产，开始计提折旧费用；且在投产初期，品牌客户对安利越南进行验厂审核、试单，有一定周期，员工、市场开发等投入较大，目前开工率低，产销量未达盈亏平衡点，不能覆盖成本费用，经营有一定亏损。

公司调整安利越南经营管理层，加强管理，加强考核，积极拓展客户，全力开拓市场，一方面加快推进品牌客户验厂审核，争取品牌客户订单，另一方面多接越南本地中小客户订单，提高产能利用率，扩大销售，提高营收，努力实现良好的经济效益。谢谢您！

4、刘总，想问两个问题，一个是劲达目前持股多少？第二是中融信托理财，是否可能会逾期，公司对此与中融信托进行了沟通过么？谢谢！

答：您好！截至2023年6月底，劲达持股367.49万股，占公司总股本的比例为1.69%。公司购买的两笔中融信托产品，已安排专人关注、跟进。谢谢您！

5、您好，请问公司近期回购的315.77万股，后期该怎样运作？

答：您好！公司本次回购的315.77万股用于未来公司实施员工持股计划或者股权激励。谢谢您！

6、董秘你好，网上说在iPhone 15系列推出后，苹果将停止生产皮革iPhone保护壳，取而代之的是采用名为“FineWoven”的材料制成的配件，这事件对公司有什么影响？其中还提到苹果正向更环保材料过渡，比如“FineWoven”的材料，请问公司是否正在和苹果合作研发可回收，可降解的新型环保材料？

答：您好！公司与国内外头部企业合作深化，正积极开发

TPU、硅基、生物基、回收再生、可降解、石墨烯等新材料、新技术，努力占领全球市场和技术高地。公司与苹果的合作研发项目，涉及商业技术保密等因素，暂时不方便透露。谢谢您！

7、公司在铜基材料方面的研发投入的金额与同行海亮和博威合金相比大幅领先，但毛利率却大幅低于同行可以说投入产出比非常低，请问公司投入巨资研发的新品到什么时候才能体现出实质经济效益？公司的巨额研发费用为什么不能投入的顶立科技和天鸟高新，至少他们的行业成长空间很大毛利率远高于铜基材料？

答：您好！公司属橡胶和塑料制品业，行业代码 29，子行业为塑料人造革、合成革制造，子行业代码 2925。公司主营业务为生态功能性聚氨酯合成革及复合材料的研发、生产、销售与服务，主要产品为生态功能性聚氨酯合成革及复合材料。谢谢您！

8、公司一直宣称耐克是公司未来增长的强劲动能，为什么三年过去了，依然停留在口号，并没有为公司带来实质性增长？公司是华为素皮的主供应商，为什么公司一直强调销售额小，对公司业绩不会带来实质性影响，那么公司耗费巨资研发和品牌方合作意义在哪里？

答：您好！（1）耐克是国际著名的头部体育运动品牌，是公司重要的增量客户和增长空间，是公司未来十分强劲的增长点之一。目前公司是耐克装备部核心供应商，合作稳定；公司积极推进与耐克鞋部合作。目前耐克鞋部有较多项目在安利开发，部分项目已量产，但仍处于打基础和蓄势积能的阶段，合作符合预期，态势良好，未来动能强劲。

（2）公司是华为素皮的供应商，但答投资者问时会提示目前销售额较小，是本着对投资者负责的态度，真实、准确、完整地披露信息。

（3）关于研发费用：公司坚持长期主义，在产品开发上始终坚持“经营一代、开发一代、储备一代、谋划一代”思想，努力打造有竞争力、有后劲的产品技术。多年来，公司积极开

发经营高性能、多功能、水性、无溶剂、TPU、硅基、生物基、可回收、可降解、石墨烯等生态功能性聚氨酯合成革及复合材料，促进了公司产品结构和客户结构的优化升级，公司与国内外品牌客户合作增多，逐步占领全球技术高地和市场高地，发展后劲增强。谢谢您！

9、请介绍公司所处的行业地位。

答：您好！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规模最大的企业，综合规模行业全球第一，是国家工信部认定的全国“制造业单项冠军示范企业”，连续8年蝉联中国轻工业联合会评定的中国轻工业塑料行业（人造革合成革）十强企业。

公司是“国家重点高新技术企业”“国家认定企业技术中心”“国家知识产权示范企业”和“国家工业企业知识产权运用试点企业”，拥有“国家级博士后科研工作站”，获“中国专利优秀奖”，是全国同行业唯一一家“中国轻工业科技百强企业”，入选“全国民营企业发明专利500强”。

公司坚持自主创新，打造自主品牌，努力构建梯队式的客户群体，积极开发新工艺、新技术，打造满足市场需求、有竞争力、有后劲的高新产品，正占领全球技术和市场高地，综合竞争优势显著，行业地位突出。谢谢您！

10、公司在投资者关系维护上都做了哪些工作？

答：公司按照相关法律法规的要求，建立完善的法人治理结构和股东权益保障体系，建立尊重投资者和回报投资者的企业文化，将投资者保护融入信息披露、公司治理、投资决策、经营管理的全过程，有效保障广大投资者的信息知情权、决策参与权、股东监督权和分红回报权，增强投资者获得感。

公司重视投资者关系管理工作，积极与投资者保持良性互动。公司严格按照《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第2号——创业板上市公司规范运作》《上市公司投资者关系管理工作指引》《投资者关系管理制度》等相关规定，明确投资者关系管理机制，指定董事会秘书担任投资者关系管理负责人，

安排专人负责投资者来访接待工作，在会后及时将投资者关系活动记录表向交易所报备。同时，通过深交所互动易、网上业绩说明会、投资者热线、投资者关系邮箱等多种方式，与投资者就行业发展变化、公司经营规划等进行交流，保证投资者与公司信息交流渠道的畅通和良性互动，积极维护公司与投资者良好关系。谢谢您！

11、公司下半年的经营计划和重点工作是什么？

答：您好！公司坚持以经济效益为中心，以高速高效、高质量发展为主线，以“品牌引领、创新驱动、绿色生态、智慧管理、智能制造、员工幸福、关系和谐”为路径，持续优化“2+4”市场布局，做大做强功能鞋材、沙发家居两大优势品类，积极培育电子产品、汽车内饰、体育装备、工程装饰四项新兴品类；统筹好“规模、品种、质量、速度、生态、效益”，努力把公司打造成“价值型、效益型、高成长型”的企业，进一步增强企业综合实力，为努力打造全球行业领导者地位，实现“力争成为全球最优秀的聚氨酯复合材料企业”愿景，不懈努力奋斗。2023年下半年公司重点工作：

（1）市场营销

围绕努力扩大销量和销售收入来开展，在做大总量的同时不断调整优化结构，促进公司转型升级，抢占技术高地、市场高地，提升公司核心价值能力，增强发展质量和发展后劲。

一是坚持“大客户”战略，做到客户和产品转型升级。加大市场开拓和促销力度，把客户做深、做透；抓工厂、经销商、贸易商、国际买家的国内办事处，抓终端客户；在做好现有客户的同时，重视新兴市场和新兴客户的拓展，实施“三个一批”客户开发行动计划，即发力一批客户、成长一批客户、培育一批客户。

二是坚持一手抓大众市场和常规产品的增产增销，稳定扩大常规产品的销售，扩大市场份额和市场覆盖面，增份额、摊费用、扩销售；一手抓高技术含量、高附加值产品的开发销售，坚持中高端市场定位，以新优产品参与市场竞争，积极扩大水

性无溶剂产品、赛丽康、超绒皮、易去污、透气皮、TPU、电子产品等重点增长业务产品销售。

(2) 产品技术

按照面向市场重大需求、面向公司生产经营重大项目、面向关键和共性技术、面向行业前沿技术等层级，有序开发、精准开发、有效开发。同时对外要跨界联合、融合、整合各种资源，积极引入新材料，加强产品和技术储备，推进新工艺、新技术应用，展现公司研发实力和竞争力。总之，一切以市场为中心，整合开发优化更多、更适合市场需求的产品，丰富产品层次，增强企业发展后劲。

(3) 降本减耗

在重点推进精益生产的基础上，进一步提高生产运行效率，压缩原辅材料库存，提高资产利用率，降低综合生产成本。努力降低采购成本，提升采购水平；加强节能降耗，优化产品配方设计成本；努力降低费用，提高经营效率；提高生产速度，进一步改进交期；加快工程项目建设和技改速度，加强资产管理，加速资金回笼，减少应收账款，提高资产运营速度。

(4) 质量提升

进一步加强产品质量管理，提升全员质量意识，坚持“质量的标准在市场”的理念，推进全面质量管理，确保良好的产品品质，努力实现良好的品牌美誉度和知名度。一是重视质量事前预防，加强供应商管理和原材料检测，确保原材料检测准确性；二是加大质量事中控制，加强生产过程作业规范、生产工艺和产品配方标准的监督检查，推进完成重点产品的标准制修订，建立或优化产品检验方法；三是推进质量事后改进，持续推进质量改善活动，成立攻关小组，并组织制定常见质量问题的质量手册，细化控制措施；四是开展各项质量提升活动，完善质量管理体系。

(5) 项目建设

加快协调推进控股子公司安利（越南）材料科技有限公司工厂投产运营，努力开拓销售渠道，积极谋求客户合作，争取

订单，努力扩大销售收入，奋力实现良好的经济效益。积极推进本部生态功能性聚氨酯合成革技改提标升级项目，计划新增 2 条干法生产线（1 条干法复合型生产线、1 条全水性无溶剂干法生产线），优化改造 1 条干法生产线，增加水性、无溶剂产能。有序推进洁净车间改造、物料管道自动输送系统、检测中心、光伏发电等重点技改升级项目，提升公司设备工艺技术水平。感谢您！

12、公司目前有哪些技术储备？

答：您好！公司在开发经营上坚持“四个一代”思想，即“经营一代、开发一代、储备一代、谋划一代”，积极开发新产品、新技术、新工艺，努力提高产品技术含量和附加值。

公司积极开发和推广应用具有国际领先水平的环境友好型技术，围绕先进功能高分子复合材料、纳米新材料、生态功能性聚氨复合材料等高新技术领域，积极开发应用水性、无溶剂、TPU、硅基、生物基、石墨烯、回收再生等国际领先的工艺技术，努力实现低碳和绿色生产，开发颜值美丽、时尚流行、质感优良、功能出众、生态环保的高新材料，促进全球聚氨酯复合材料行业的技术进步和转型升级。感谢您！

13、上半年公司的生产经营目标完成情况如何？与预期相比是否存在差距？

答：您好！2023 年以来，中美贸易冲突加剧，国内外宏观形势复杂多变，市场低迷，下游需求不振，公司上下一心，锐意进取，经营情况总体平稳。

2023 年上半年，在市场需求不振、国内外体育运动品牌去库存、房地产市场低迷的大环境下，下游需求偏弱，订单受到影响，公司上半年销量同比下降约 8.9%；实现营业收入 87466.18 万元，同比下降 11.51%；实现利润总额 265.54 万元，同比下降 98.71%。

随着下游需求恢复，公司二季度经营情况明显好于一季度，2023 年二季度扣非后归母净利润扭亏为盈，好于 2023 年一季度、2022 年三季度及四季度；公司积极实施第三期股份回购，

积极增加生产线，加大市场开拓、技术开发和技改投入。随着国家各种积极政策的释放，市场的回暖，作为全球聚氨酯复合材料细分领域的龙头企业，公司对未来发展充满信心。谢谢您！

14、请介绍下公司是如何进行成本管理的，以及有哪些经验和需要改进的地方？

答：您好！公司在成本管控方面，一是强化采购价格监管，准确分析行情，提前实施策略性采购，推行大宗材料淡季集中洽谈采购，敏感材料波段采购，降低采购成本；二是优化产品配方工艺设计；三是加强过程管控，降低生产成本；四是鼓励引导全员参与精益改善；五是提高等级品率和劳动生产效率，努力降低综合成本。谢谢您！

15、公司目前主导性的产品有哪些？未来哪些产品会成为新的增长极？

答：您好！公司在高性能、多功能、水性、无溶剂等工艺技术上布局早，走在全球行业前列；积极开发应用 TPU、生物基、硅基、回收再生等新材料、新技术、新工艺，努力满足客户多样化的需求。谢谢您！

16、公司为开拓汽车内饰市场做了哪些工作，目前汽车内饰领域客户拓展情况怎么样？

答：您好！汽车内饰市场是公司重点开拓的新兴市场领域和增长动能。公司通过丰田、长城、比亚迪、小鹏、集度等供应商认证，已获得部分定点项目且试单或量产；公司正积极扩大定点项目，努力争取更多订单。此外，公司在积极联系、接洽更多汽车品牌。总体而言，经过多年的深耕，公司在汽车内饰领域品牌口碑、影响力提升，态势向好，动能强劲。谢谢您！

17、公司在人才培养和激励方面有哪些举措？

答：您好！公司坚持人力资源是第一资源，将为员工创造机会作为使命，以员工金钱、精神、知识“三个小富翁”为目标，推进员工“口袋”“脑袋”两袋双增长，“钱途”“前途”两途双促进，“面子”“里子”两子双提升，积极推行“员工满意五大工程”，即宽带多元的薪酬福利、优良工作环境、员

工素质提升、职业生涯规划 and 员工关爱，增加企业的凝聚力和向心力。

一是加强绩效考核，坚持“效率优先，兼顾公平，按劳分配，多劳多得”为主的激励与分配原则，综合运用职级晋升、评优评先、员工持股、股权激励、住房资助、改进奖励等形式，建立宽带多元复合的薪酬福利体系。

二是规范岗位职务体系，通过开展员工岗位职位调整晋升、技工技师队伍建设、“以师带新”、新员工导师制等，积极主动为员工提供良好的发展晋升通道，让员工有干头、有盼头、有奔头。

三是开展多种培训，通过外派培训、邀请外部专家授课、公司内部讲师授课、开展新员工培养“启航计划”、拓展训练等方式，打造“学习型组织”，提高员工队伍综合素质和能力，帮助员工不断成长进步。

四是打造员工关爱工程，提供班车、免费午餐、宿舍，建设阅览室、母婴室等设施。丰富精神文化生活，定期开展公开述职、民主评议、团建、活动竞赛等。多措并举营造风清气正、心齐劲足的氛围，提升员工的安全感、获得感和幸福感。谢谢您！

18、请介绍下公司在电子消费领域目前的客户情况，以及上半年又开拓了哪些新客户？

答：您好！电子产品是公司当前及未来的重要新动能和增量空间，公司与苹果、华为等合作良好，与三星、谷歌、ViVO、OPPO、小米等国内外品牌客户牵手合作，反映出公司自主创新能力强、行业地位突出，在电子消费领域开拓成效显著，态势向好，空间广阔。谢谢您！

19、后期公司对海外市场的拓展有哪些规划？

答：您好！公司坚持品牌引领、创新驱动，一是外抓市场，坚持大客户战略，加强海外市场开拓和品牌客户培育，进一步优化客户结构、产品结构；二是利用好安利越南发展平台，加强安利越南管理，加强考核，积极开拓市场、开发客户，加强

与国内外品牌客户的联系合作，多接订单，扩大销售，增强企业应变能力和国际竞争能力。谢谢您！

20、请介绍下上半年公司各业务板块的表现情况。

答：您好！2022年，由于国际经济环境的不确定性，消费能力下降等因素，导致国内外大多数运动品牌的产品库存有所走高，再加上大家存在对未来物价可能会下降的预期，从2022年四季度开始，多数运动品牌通过调整减少制造商订单等方式降低库存。受其影响，2023年以来，公司功能鞋材业务收入有一定下降。2023年，随着品牌大客户合作增多、合作深化，公司在品牌客户内部分额提升，新开发的TPU产品等逐步放量，以及潜在品牌客户的联系接洽，功能鞋材品类总体态势向好。

2022年，受房地产行业低迷、疫情，以及美国市场沙发家居去库存等因素影响，部分沙发家居品牌客户自身需求下降，或调整采购策略，延迟下单，公司沙发家居业务收入有所下降。目前来看，随着下游需求恢复，公司沙发家居业务较去年同期有一定恢复。

汽车内饰市场是公司重点开拓的新兴市场领域和增长动能。当前公司汽车内饰品类市场开拓取得了一定的成果，已通过丰田、长城、比亚迪等供应商认证，已获得部分定点项目且试单量产；公司正积极扩大定点项目，努力争取更多订单。此外，公司在积极联系、接洽更多汽车品牌。总体而言，公司在汽车内饰领域品牌口碑、影响力提升，态势向好，动能强劲。

电子产品是公司当前及未来的重要新动能和增量空间，较多国内外品牌客户正在积极开发包括水性、无溶剂、TPU在内的生态功能性聚氨酯合成革和复合材料，应用于手机配件、平板保护套、智能穿戴等领域，态势向好，空间广阔。目前公司与苹果合作稳定有序，积极联系和拓展华为、谷歌、OPPO、VIVO等电子产品相关品牌企业。谢谢您！

21、请问公司如何看待中小股东在公司发展中的作用？

答：您好！公司认为，中小股东在公司发展中起着重要的作用，中小股东是公司的重要组成部分，中小股东的合法权益

应得到充分保障，中小股东的参与和监督，对公司的规范化、制度化建设有着积极的推动作用。

公司建立尊重投资者和回报投资者的企业文化，努力增强投资者的获得感。一是完善公司治理结构，促进公司规范运作。在召开股东大会时，通过采用现场、网络表决相结合的方式，尽可能为中小股东参加股东大会提供便利；在审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决单独计票，并及时披露中小投资者的表决结果，确保全体股东特别是中小股东享有平等地位，充分行使股东权利。

二是强化信息披露，保障股东知情权。公司高度重视信息披露工作，严格按照有关法律法规和规范性文件的规定和要求，加强信息披露事务管理，真实、准确、完整、及时、公平地披露定期报告和临时公告等有关信息，确保了投资者及时、准确地了解公司的情况。同时加强 ESG 信息披露，通过官网、微信公众号、微博等渠道，与投资者和社会公众分享 ESG 信息和成果，增强 ESG 信息透明度。

三是加强投资者关系管理，保持良性互动。通过深交所互动易、网上业绩说明会、投资者热线、投资者关系邮箱等多种方式，确保中小投资者与公司信息交流渠道的畅通和良性互动，积极维护公司与投资者良好关系。

四是保持稳健的利润分配政策，积极回报股东。公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理、稳定投资回报。2020-2022 年度，公司累计现金分红占最近三年实现的年均归属于公司普通股股东的净利润的 108.62%。谢谢您！

22、安利越南工厂目前是否正常投产？订单获取情况怎么样？

答：您好！截至 2023 年上半年，安利越南 2 条生产线已投产，公司调整安利越南经营管理层，加强管理，加强考核，并积极推进品牌客户验厂及业务洽谈，争取订单，扩大收入；同时积极推进剩余 2 条生产线的洽谈、采购。谢谢您！

23、上半年公司的研发投入占营收的比例是多少？

	<p>答：您好！2023年上半年公司研发费用投入 6663.85 万元，占营业收入比重 7.62%，较上年同期提高 0.48 个百分点。谢谢您！</p> <p>24、刘总，您好！安利股份持续投入研发，不断深化与各行业头部客户的合作，行业领军企业地位稳固。请介绍下 2023 年上半年公司产品在消费电子领域的收入情况？ 目前已知华为 mate60 系列用到公司产品，IPHONE 15 系列会继续使用公司产品吗？还想请教下，有什么先行指标可以跟踪公司在消费电子领域的出货量？</p> <p>答：您好！消费电子领域是公司当前及未来的重要新动能和增量空间。2023 年上半年，公司产品在消费电子领域收入情况与去年同期基本相当。目前，公司与苹果合作稳定有序。公司在消费电子领域的订单情况，与相关合作品牌的市场销售正相关。谢谢您！</p> <p>25、越南另外 2 条线也转入固定资产了吗？今年能实现盈利吗？</p> <p>答：您好！安利越南另外两条生产线正在洽谈、采购中。安利越南目前处于起步阶段，在建工程转固定资产，开始计提折旧费用；且在投产初期，品牌客户对安利越南进行验厂审核、试单，有一定周期，员工、市场开发等投入较大，目前开工率低，产销量未达盈亏平衡点，不能覆盖成本费用，经营有一定亏损。</p> <p>公司调整安利越南经营管理层，加强管理，加强考核，积极拓展客户，全力开拓市场，一方面加快推进品牌客户验厂审核，争取品牌客户订单，另一方面多接越南本地中小客户订单，提高产能利用率，扩大销售，提高营收，努力实现良好的经济效益。谢谢您！</p>
附件清单（如有）	无。
日期	2023 年 9 月 12 日