

## 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：2023-017

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： <u>线上电话会议</u>
参与单位名称及人员姓名	1、民生证券：刘海荣、李金凤； 2、嘉实基金：孟夏。
时间	2023年10月13日 9:00-10:00
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、主要问题及回答：</p> <p><b>1、公司汽车内饰品牌客户合作、定点项目，以及单车价值量？未来业务展望？</b></p> <p><b>答：</b>汽车内饰市场是公司重点开拓的新兴市场领域，经过长期蓄势积能，目前成效初显。</p> <p>公司陆续成为丰田、长城、小鹏、比亚迪等知名汽车品牌供应商，获得部分定点项目并量产；公司正积极联系、接洽更多汽车品牌，努力扩大定点项目，争取更多订单。公司在汽车内饰领域品牌口碑、影响力提升，态势向好，预计未来将形成良好的增长动能。</p> <p>单车价值量根据不同品牌车型的定点项目、使用部位、材料性能、单价以及该款汽车的销量等，会有所区别，一辆车大约需要 2-15 米聚氨酯复合材料，使用部位包括内饰、座椅、门</p>

护板、仪表盘等。

公司与较多新能源汽车品牌客户的开发合作，都在积极推进之中。预计今年及未来一段时期内，汽车内饰品类将呈现“低基数、较高增速”的发展态势。公司也在积极与更多新能源汽车品牌联系、接洽，拓展渠道关系，寻求合作机会，努力扩大业务，提升市场份额。

## 2、PVC 和 PU 在汽车内饰材料中的各自占比？

**答：**汽车内饰材料主要有真皮、PVC 人造革、纺织品和聚氨酯合成革等。

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”。

过去，聚氨酯合成革和复合材料在汽车内饰领域应用较少，随着新能源汽车快速发展，对内饰材料生态环保性能要求提高，聚氨酯合成革和复合材料替代真皮、PVC 人造革、纺织品等传统材料，逐渐成为一种趋势，为其自身发展带来了广阔的市场空间。

## 3、进入汽车行业的难度？研发周期一般多久？

**答：**汽车领域进入壁垒相对较高，呈现准入难度大、技术门槛高的特点，具备一定的行业门槛和客户粘性。

一是进入汽车品牌供应链体系，需通过客户各种较为严格的专项认证和体系认证，从通过供应商认证，到开发验证、打样放样，再到试产、量产，通常需 1-2 年，甚至更长时间。在后续合作阶段，终端客户通常会持续对主要供应商进行考核，满足其相关认证要求。由于聚氨酯合成革和复合材料品质直接影响下游产品品质，下游客户更换供应商成本高、风险大，通常会将通过认证的供应商，列入合格供应商名录，一般不轻易更换。

二是汽车内饰领域具有产品类型多样、应用领域可扩展性强的特点，作为产业链上游环节，聚氨酯合成革和复合材料需要保持相应的创新质量和节奏，呈现出多品种、小批量、多样化、定制化、个性化、时尚化、高品质、快交货等特征，以满足市场和消费者新质感、新视觉、新体感的需求。

#### **4、请问公司主要产品品类营收占比及变化？**

**答：**目前，公司功能鞋材和沙发家居两项优势品类营收占比合计约 80%左右，汽车内饰、电子产品、体育装备和工程装饰四项新兴品类营收合计占比约 20%左右。当然，短期内根据实际订单结构，部分品类营收占比会有一定波动和变化，但总体营收占比保持稳定。

从长远来看，随着品牌客户合作增多，产品和客户结构升级，高毛利产品占比提升，“2+4”品类在营收占比方面，可能会有一定变化，当然这是一个循序渐进的过程。

#### **5、公司在功能鞋材和沙发家居两大优势品类中，占客户内部份额情况？**

**答：**公司在国内运动休闲领域基本实现全覆盖，与安踏、特步、李宁、361 度、鸿星尔克、匹克、中乔、贵人鸟等运动休闲品牌客户均有合作，基本是其战略供应商或主力供应商，内部份额提升。

在国际运动休闲鞋材领域，公司是 PUMA、ASICS 重要供应商，合作态势良好；积极推进与耐克鞋部合作，符合计划预期，耐克是公司未来增长的强劲动能；积极培育威富集团、哥伦比亚、TOMMY、爱步等国际运动休闲品牌，未来将积极联系阿迪达斯、NB、斯凯奇、UA 等国际运动休闲品牌，作为驱动公司未来中长期发展的储备客户。

在沙发家居领域，公司与芝华仕、顾家、爱室丽、欧派等品牌深化合作，同时有较多年销售额在 500 万-2000 万左右量级的品牌客户，正在拓展和积极培育之中。公司在沙发家居领域打开了新局面，构建了梯队式的客户群体，增长可期。

#### **6、人造革合成革市场规模？公司市场占有率？**

**答：**据有关方面统计，我国人造革合成革产量占世界总产能的70%以上。目前，全国聚氨酯合成革行业规上企业500多家，市场规模约900亿元，其中聚氨酯合成革市场规模约占40%。据中国塑料加工工业协会有关数据统计，公司聚氨酯合成革产品国内市场占有率约5.3%，其中生态功能性聚氨酯合成革产品细分市场市场占有率约25%左右，为国内第一，是国家工信部认定的“全国制造业单项冠军示范企业”，行业地位突出。

#### **7、公司如何规避原材料价格波动风险？**

**答：**公司是全球行业内的龙头企业，具有稳定良好的供应渠道和议价能力。公司主要采取以下措施，化解主要原材料价格波动带来的经营风险：

一是密切关注和准确分析行情，比价议价，择优采购，合理储备原材料；二是整合优化供应链，稳定供应渠道，保障原材料供应；三是采取成本导向、竞争导向、需求导向和毛利率等相结合的定价模式，根据宏观环境变化，适时调整销售单价，科学、合理和灵活定价，使公司产品的售价基本与原材料价格的变动相适应，并传导给下游客户；四是积极开发个性化、差异化产品，提升产品技术含量与附加值，促进产品和客户结构优化升级。

#### **8、过去公司净利率水平有一定波动，从当前来看，有没有恢复向好的趋势？**

**答：**过去公司因搬迁改造、客户拓展、研发投入和汇率波动等因素，净利率水平与制造业中优秀企业相比，有一定差距。

公司坚持品牌引领、创新驱动理念，对外积极开拓市场，培育发展客户，加强与国内外知名品牌的联系合作，努力提升市场份额；对内加大高技术含量、高附加值产品的开发力度，加强管理，降本提效；实现产品结构、客户结构、研发及管理水平的提升，以内部管理进步的确定性，努力应对宏观环境的不确定性。

随着公司在市场、客户与技术上的长期积淀和积累，转型升级成效显著，高技术含量和高附加值产品销售扩大、比重提

	高，客户结构改善，公司 2023 年二季度经营情况明显好于一季度，当前订单情况逐季度回暖向好，生产经营总体保持稳定。
附件清单（如有）	无。
日期	2023 年 10 月 13 日