

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：2023-018

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：线上电话会议
参与单位名称及人员姓名	1、国元证券：许元琨、冯健然、夏毓麟、张欣悦； 2、青骊投资：金立伟、毛晓龙、安文杰； 3、臻垚基金：梁苡萍。
时间	2023 年 10 月 13 日 13:30-14:30
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
投资者关系活动主要内容介绍	一、董事会秘书、副总经理刘松霞简要介绍公司基本情况； 二、主要问题及回答： 1、公司与华为合作方向，未来合作预期？ 答：华为是优秀的、令人尊敬的中国民族企业。公司于 2016 年开始与华为公司建立合作关系，2019 年起至今，公司素皮材料应用于华为 Mate30、Mate40、Mate 50、Mate60、X2、X5 系列手机。 华为公司对安利公司信任，且双方合作友好，目前有新项目处于开发阶段。 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、华为合作良好，与三星、谷歌、ViVO、OPPO、小米、Realme、Beats 等国内外品牌客户牵手合作，态势良好；反映出公司自主创新能力领军、行业地位突出，在电子消费领域开拓成效显现。

	2、2022 年以来，公司利润水平有一定波动，未来提升盈利的举措？ 答：公司 2021 年营收和利润创历史同期最高水平；2022 年以来，受全球经济下行、市场需求不振、原材料和能源价格大幅上涨等多重因素叠加影响，公司经营性利润受到一定影响，但不具有可比性和参照性。 2023 年以来，为改善和提升盈利能力。公司一是对外积极开拓市场，坚持大客户战略，优化产品和客户结构，努力扩大营收，平均单价呈平稳上升趋势；二是对内加大高技术含量、高附加值产品的开发力度，加快推进水性、无溶剂、TPU 等新材料、新技术、新工艺的研究开发与市场转化；三是加强管理，降本提效，以先进的自动化、信息化、智能化系统建设，促进业务重组、流程再造和管理变革，努力提升管理能力和水平。 2023 年二季度以来，公司经营情况逐步恢复，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；目前公司订单情况逐季度回暖向好，生产经营总体保持稳定。 3、请问公司主要产品品类营收占比及变化？直经销占比？ 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。 公司产品和客户结构变优，优质客户占比提升，直销比例从 2011 年上市时的 54.5%，提高至 2022 年的 88.1%。 4、公司产品定价模式、交货期？ 答：公司根据业务领域、合作客户和具体产品情况，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。 公司所处的聚氨酯复合材料行业是一个快时尚行业，市场变化多、变化快，采取以销定产、订单驱动的经营模式，向客户提供定制化产品，产品具有小批量、多品种、交期紧、变化快、难度高等要求，交货期一般为 3-15 天不等。 5、请问公司下游客户去库存情况，是否已到拐点？ 答：目前来看，公司沙发家居业务较去年同期有一定回暖；功能鞋材延续了 2022 年四季度以来的去库存态势，但随着品牌大客户合作增多、合作深化，公司在国内外运动休闲品牌客户内部份额提升，新开发的 TPU 产品逐步放量，以及潜在品牌客户的联系接洽，2023 年二季度以来，功能鞋材品类总体态势向好，营收占比稳定。 6、公司聚焦聚氨酯复合材料行业做专做精，未来的客户和产品矩阵是怎样的？ 答：公司以市场为导向、以客户为中心，积极推行大客户战略，在“2+4”领域构建全品类、梯队式的客户群体，与国内外中高端品牌客户建立了良好合作关系，优质客户营收扩大、占比提高，转型升级成效显现。 客户方面，公司持续优化“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；做大存量客户，培育增量客户，做到“发力一批、成长一批、培育一批”。 产品方面，公司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、TPU、汽车内饰等重点增长业务产品销售，努力打造有后劲、有竞争力的产品工艺技术，增强企业发展后劲。 7、安利越南产线优势？
--	--

	答：近年来，耐克、阿迪达斯、彪马、亚瑟士、ZARA、爱室丽等下游运动休闲、沙发家居等知名品牌客户，在越南投资建厂。公司在越南布局，优势明显，一是越南与美国、欧盟、东盟等国签订自贸协定，多重机遇叠加，机遇众多，市场空间广阔；二是适应国际品牌产能转移的趋势，更好地对接、服务国际品牌，扩大市场份额；三是积极化解国际贸易冲突带来的关税风险。总体来说，安利越南空间广阔。 8、公司如何推进安利越南智能化建设和人才队伍建设？ 答：在安利越南项目建设上，公司超前谋划，科学部署，高标准、高质量、严要求，厂区规划设计科学，厂房规整大气，建设有国际水准的现代化的行政办公楼、综合楼、生产车间、仓库等配套设施，体现国际一流水平，展现良好优美的企业形象。 安利越南配置一流的生产设备，建有检测分析和技术开发实验室等研发检测设施，硬件配置完善，设备精良，具有当今国际领先水平。选用先进的生产工艺，生产流程科学合理，生产过程有序高效，体现高质量的生产管理水平；坚持信息化、智能化发展，开发应用 ERP、HR、应急广播、办公会议等信息化系统，努力提升智能制造和智慧管理水平。 在人才建设方面，目前安利越南处于起步阶段，安利股份从总部外派 30 余名员工赴越南工作，加强对子公司的协同；同时坚定推行“本土化”，努力为员工创造机会，坚持“高薪、高素质、高技能、高效率、高效益”，优先雇佣越南本地员工，向其提供竞争力的薪酬福利、良好的工作与生活环境，加强员工培训与人文关怀，努力培养发展一批越南籍管理技术骨干。 9、公司产能及产能利用率情况？ 答：产能根据订单结构、生产工艺等，有一定弹性。对公司而言，产能不是主要问题，公司更关注市场和客户需求变化。 目前，安利工业园产能利用率总体保持稳定。安利越南规划建设 4 条生产线，其中 2 条生产线于 2022 年末调试投产，另外 2 条生产线正在洽谈、采购中。
--	--

	10、公司近年来技改投入的回报？ 答：公司每年投入一定资金用于技改升级，一是优化生产设备，保持公司设备工艺的先进性和领先性。二是减少部分生产线工序之间能力不平衡、不协调问题，化解旺季时产能季节性、间歇性相对不足的瓶颈，提高公司资产要素的利用效率，获取良好效益。三是调整公司产品结构，提高产品竞争力，满足国内外品牌客户对产品生态环保性和功能性的高要求，为客户订单上量做好储备，更好地服务于国内外品牌客户，提高品牌客户粘性，提升企业品牌国际市场知名度和影响力，进一步扩大中高端市场占有率。四是改善工作环境，降低员工劳动强度，提高效率。 11、四季度及未来公司业绩增长点？ 答：公司坚持品牌引领、创新驱动，深化“2+4”领域布局，当前及未来一段时期内，仍围绕功能鞋材和沙发家居两大优势品类发力，努力提高在品牌客户内部的采购份额；围绕国内外头部客户、TPU 新材料、新能源汽车等新动能、新增长点积极发力；同时加强安利越南经营管理，利用好安利越南发展平台，提升市场影响力，增强公司综合竞争实力。 在功能鞋材领域，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。公司积极推进与耐克鞋部合作，合作符合预期，态势良好，未来动能强劲。 在材料方面，TPU 聚氨酯复合材料是行业发展的新动能，目前，TPU 聚氨酯复合材料主要应用于功能鞋材、电子产品和手袋箱包等领域，是公司今年及未来重要增长点之一，公司按照计划目标积极推进 TPU 开发与营销工作，市场有空间、公司有能力逐步提高 TPU 产品占比。 汽车内饰方面，随着新能源汽车快速发展，对内饰材料生态环保性能要求较高，为聚氨酯合成革和复合材料带来了广阔的市场空间。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，有增量机会和空间，预计
--	--

	未来将形成良好的动能。
附件清单（如有）	无。
日期	2023 年 10 月 13 日