

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：2023-026

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、华泰柏瑞：李飞
时间	2023年11月16日 13:30-15:30
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	<p>一、参观公司展厅；</p> <p>二、主要问题及回答：</p> <p>1、请简要介绍运动品类客户结构、主要客户，以及未来增量空间？</p> <p>答：功能鞋材是公司优势品类，2022年该品类势头良好，增长约30%；但2023年受品牌客户去库存影响，该品类收入有一定下降。</p> <p>公司在国内运动休闲领域基本实现全覆盖，与安踏、李宁、特步、361度、鸿星尔克、匹克、中乔等客户合作深化，内部份额稳步提升。</p> <p>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；积极培育国际斐乐、匡威、锐步（REEBOK）、威富集团、哥伦比亚、TOMMY、爱步等国际运</p>

动休闲品牌，正积极联系阿迪达斯、NB、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。

2、三季度鞋材去库存是否已到拐点？四季度鞋材订单情况？

答：根据营销部门走访市场、与客户交流反馈的情况，目前部分运动品牌还在去库存周期，也有部分品牌订单有好转。预计去库存周期将延续至 2024 年一季度。2023 年第三季度公司功能鞋材订单情况好于上半年，总体态势向好。

随着公司在品牌客户内部份额提升，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，公司期望在明年，功能鞋材订单恢复至往年正常水平甚至有所增长。

3、耐克 PU 年采购额约多少？公司占其内部份额？未来是否主要在越南生产？

答：根据营销部门走访市场、与客户交流得到的信息，耐克 PU 年采购额约 30 亿元。因公司进入耐克鞋部供应商体系较晚，目前处于起步、打基础和蓄势积能的阶段，营收及占比相对较小，在其内部份额未来仍有较大的提升空间。当前，公司与耐克合作积极有序推进，耐克有较多项目处于开发打样阶段。

因耐克大部分产能集中在越南，安利越南将成为服务耐克的重要平台，目前也正在积极推进耐克供应商认证。耐克鞋材未来预计动能强劲，空间广阔。

4、相比 PU 产品，TPU 产品有哪些特点？

答：PU 和 TPU 两种产品各有所长。TPU 的主要特点是轻薄、轻量化，生态环保、能耗低、耐折、耐曲挠等性能优异，且加工过程不需要车缝，成型美观，富含高技术含量和高附加值。

公司较早地布局 TPU 生产工艺技术，技术成熟，产能具备，具有渠道优势，可以稳定生产并快速转换成竞争优势，是公司未来发展的重要增长点之一。

5、汽车内饰合作客户？今明两年收入展望？

答：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。公司目前服务的汽车

品牌逐渐增多，营收贡献较大的客户主要是比亚迪。

今年公司汽车内饰品类拓展成效初显，预计今年和明年，该品类占主营业务收入比重呈现“低基数、较高增速”的态势。

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，期望通过努力，在明年以及未来一段时期内，汽车内饰品类保持良好增速，营收比重进一步提升。

6、公司在沙发家居品类的主要客户？未来有哪些增量客户？

答：公司沙发家居领域在国内、美线市场覆盖了较多知名品牌，欧线市场有待挖掘、开发和扩大。公司与芝华仕、顾家、爱室丽等品牌合作深化，同时积极扩大营销渠道，增加优质客户，培育了一批年销售额在 500 万-2000 万左右量级的品牌客户，构建了梯队式的客户群体，成效初显，增长可期。

7、公司出口业务情况？汇率波动对公司出口业务是否有一定利好因素？

答：目前公司出口占公司营收比重约 35%左右。公司上半年有一定汇兑损失，前三季度取得一定汇兑收益，对公司出口业务影响较小。

汇率变化是系统风险，公司主要是通过及时择机结汇，尽可能将外币收入、资产，与外币支出、负债进行合理配置；同时加大国内市场开拓力度，以减少对出口业务的依赖；积极开发新产品，以差异化新产品参与市场竞争，提高产品技术含量和附加值，努力化解汇率波动对公司的影响。

8、公司三季度毛利率和净利率水平明显提升，明年能保持合理区间吗？

答：公司将继续坚持品牌引领、创新驱动，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，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；优化产品和客户结构，以内部管理进步的确定性，努力应对宏观环境的不确定性，扩大营收，提升毛利率和净利率水平，努力实现更好的效益，创造更大的价值。

	<p>9、公司明年收入展望？</p> <p>答：近期，公司正在组织营销部门着手制定明年的销售计划，自下而上对市场和客户逐一讨论分析，目前公司营销部门销售预期鼓舞人心。</p> <p>公司营销部门认为，公司行业地位突出，综合实力强，在功能鞋材和沙发家居两大优势品类，客户内部份额及新客户拓展都有较大提升空间；电子产品、汽车内饰、体育装备和工程装饰四大新兴品类，未来将形成良好的增长动能，公司营销部门对公司未来发展充满信心。</p> <p>当然，最终的明年计划，还需自上而下、自下而上进行多轮讨论分析，公司将“乐观地计划-谨慎地分析-乐观地执行”，这个计划目标只是公司期望通过奋力拼搏去实现的计划目标，不代表对社会投资者的承诺。</p>
附件清单（如有）	无。
日期	2023年11月16日