

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：2023-028

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	1、华创证券：侯星宇； 2、申万宏源：梁丹妮。
时间	2023年11月17日 13:30-14:45
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、公司下半年以来，尤其是三季度经营业绩，较上半年明显好转的原因？</p> <p>答：2023 年上半年延续了 2022 年四季度以来，市场需求不振、国内外体育运动品牌去库存、房地产市场低迷等态势，公司经营业绩受到一定影响，但不具有可比性和参照性。</p> <p>2023 年以来，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，公司坚持大客户战略，积极开拓市场、开发产品，与品牌客户合作进一步加大，汽车内饰、电子产品、TPU 等新兴业务领域的拓展成效初显，产品结构优化，高附加值产品比重加大，销售单价和毛利率稳步提升，盈利能力有较大提升。</p> <p>2、汽车领域客户拓展，公司占比亚迪内部份额情况？</p>

答：汽车内饰市场是公司重点开拓的新兴市场领域，公司于2015年进入汽车内饰领域，最早是和合肥本土汽车品牌江淮汽车开展合作。因当时汽车内饰材料主要是真皮、PVC和纺织品，因市场机会少、渠道关系有限等因素，公司汽车内饰收入规模较小。后来公司陆续成为丰田、长城、小鹏、比亚迪等知名汽车品牌供应商，2023年下半年开始逐步放量。目前公司合作以及接洽、联系的汽车品牌较多，处于起步、打基础和蓄势积能的阶段。

比亚迪是新能源汽车中的龙头企业，目前有多款车型在公司定点，部分已量产，部分处于开发阶段。公司进入比亚迪供应商体系较晚，占其内部份额较小，有较大提升空间。公司努力扩大定点项目，争取更多订单。

3、目前汽车内饰产品产能占比？随着公司汽车革产品放量，公司有扩大产能的计划吗？

答：汽车内饰产品产能较过去有明显提升，当前占公司总产能份额较小，呈现“低基数、较高增速”的增长态势。同时受季节性因素影响，产能有一定弹性和波动。

目前公司产能与汽车内饰产品订单需求基本匹配，公司正积极优化调整产能结构和布局，研究、推进新增产能事宜。

4、电子产品收入展望？

答：电子产品是公司未来的重要新动能和增量空间，目前成效初显。公司与苹果合作稳定，主要应用在键盘、平板保护套、头戴式耳机、无线充电器等产品；公司积极联系和拓展Beats、三星、谷歌、OPPO、VIVO等电子产品相关品牌企业，努力扩大销售，提高市场份额，实现更好的效益，明年预计保持稳定增长和向好的态势。

5、安利越南主要服务哪些客户，当前的经营情况？

答：安利越南主要服务国内外功能鞋材、沙发家居中高端品牌客户。安利越南正积极推进品牌客户验厂审核及业务洽谈，积极谋求客户合作和争取订单等事宜，努力扩大销售，提高产能利用率，实现较好的经济效益。

安利越南 2 条生产线于 2022 年四季度末调试投产，由于在投产初期，折旧、员工工资、市场开发投入等较大，目前产销量未达盈亏平衡点，有一定亏损。公司积极推进剩余 2 条生产线的洽谈、采购，计划于 2024 年下半年投产。

长期来看，安利越南是安利股份发展的新“引擎”、新动能，空间广阔。

6、公司产品应用在汽车内饰里的优势？

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”。

聚氨酯合成革和复合材料过去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较高，为聚氨酯合成革和复合材料带来了广阔的市场空间，正加速替代或有别于真皮、PVC 人造革、纺织品等传统材料，有增量机会和空间。

7、公司各品类的竞争对手？

答：同行业竞争对手主要是日本、韩国、中国台湾，以及中国大陆的部分聚氨酯合成革企业，如日本帝人、日本可乐丽、日本世联，韩国伯产、韩国德成、韩国大元，台湾三芳、台湾南亚等。

日本、韩国的合成革企业主要在运动休闲鞋、汽车内饰领域的中高端市场有一定优势；中国台湾的合成革企业主要在运动休闲鞋、部分电子产品领域的中高端市场有一定优势。从中国大陆看，中国是聚氨酯合成革产能最大的国家，产业链完整，以中小企业居多。

公司与日韩、中国台湾竞争对手相比，在功能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。

	<p>公司正由日韩、中国台湾合成革企业的跟跑者，成为并跑者和强有力的挑战者。公司将加强产品推广和渠道拓展，提高客户认知，占领客户心智，与更多世界领导品牌加强合作，努力提升市场份额，做大做强。</p> <p>8、公司未来“2+4”领域还有哪些增量客户？</p> <p>答：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。</p> <p>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，增长可期。</p> <p>公司在汽车内饰、电子产品领域刚刚起步，成效初显，未来将围绕新动能、新增长点积极发力；培育和拓展户外、游艇、医疗等新兴领域，为公司谋求新的增长机遇和增量空间。目前已有部分量产订单，但营收占比较小。</p>
附件清单（如有）	无。
日期	2023 年 11 月 17 日