

## 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：2023-027

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、中金银行（香港）基金管理有限公司：雍兴、曾彦凝； 2、蜂投基金：陈正标； 3、北京资翼：吴迪、卜毅； 4、深圳中嘉科技传媒有限公司：黄溪； 5、个人投资者：吴远志。 （排名不分先后）
时间	2023年11月17日 9:30-11:30
地点	安徽安利材料科技股份有限公司行政楼 909 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、参观公司展厅；</p> <p>二、主要问题及回答：</p> <p><b>1、与同行业相比，公司毛利率较高、净利率偏低的原因？</b></p> <p><b>答：</b>2023年下半年以来，公司毛利率呈现稳步提升态势，主要是公司坚持品牌引领、创新驱动，客户和产品结构转型升级，国内外中高端品牌客户合作增多，高单价、高毛利产品占比提高。</p> <p>净利率方面，过去公司因搬迁改造、市场客户拓展、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，但是2023年第三季度，公司单季度净利率水平明</p>

显回升向好。

公司坚持长期主义，即使在宏观形势严峻、全球经济下行的大环境下，公司依然保持高强度的研发投入，加大高技术含量、高附加值产品的开发力度，加大市场开拓。今年公司销售费用有一定增加，主要是疫情放开后，营销人员国内外出差增多，积极开拓市场，扩大营销渠道，培育发展客户等。公司成本费用整合较好，期间费用总体保持合理水平。公司在研发和营销方面的投入，为公司可持续成长和发展带来强有力的支撑。

## **2、公司研发模式？**

**答：**公司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，坚持以市场为导向、以客户为中心的开发，努力打造有竞争力、有后劲、梯队式的产品技术。一是结合市场需求、公司产品优势和特点，进行自主开发；二是与客户、供应商共同谋划，联合定向开发；三是开展具有前瞻性、应用型的新材料、新工艺的持续开发，做好技术储备。

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、回收再生等生态功能性聚氨酯合成革及复合材料，促进了公司产品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。

## **3、公司石墨烯聚氨酯合成革研发进展？**

**答：**石墨烯是一种功能性新材料，与聚氨酯合成革配方体系有机结合，能够赋予聚氨酯合成革和复合材料某些新的功能，可大幅提高其耐磨耐刮、抗静电、阻燃抑烟、电磁屏蔽等物性，是公司的储备技术之一，目前处于开发推进阶段，对公司经营业绩不构成重大影响。

## **4、户外、游艇和医疗会是公司增长的第二曲线吗？**

**答：**户外、游艇、医疗等是新兴的应用场景，公司将其列入工程装饰品类，反映出聚氨酯合成革和复合材料与人们的日常生活息息相关，应用领域广泛。作为“四个一代”中的“谋划一代”，公司正在积极培育和拓展户外、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。

**5、安利越南投资背景和经营现状，以及未来对公司经营业绩的贡献？**

**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。

安利越南规划建设 4 条生产线，全部建成达产后，将新增年产生态功能性聚氨酯合成革及复合材料 1200 万米的生产经营能力。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。

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。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、公司未来战略上是否会有所调整，更加聚焦于汽车和电子，提高其投入产出比？**

**答：**公司成立至今，集聚资源，聚焦主业，坚持专业化、特色化、品牌化、规模化的“四化”发展战略，把“专业化”放在发展战略的第一位，成为全球聚氨酯复合材料这个细分领域的领军企业。

目前公司构建了“2+4”的业务领域，未来发展的总体思路是调整提高“高毛利、高技术含量、高附加值”产品占比；针对优势品类和新兴品类，公司采用不同的经营策略，“两手抓两手硬”，做大做强功能鞋材、沙发家居两个优势品类，把客

	<p>户做深、做透，努力扩大销售，扩大市场份额和市场覆盖面；重视汽车内饰和电子产品等新兴客户的拓展，实现一定突破、形成一定规模，争取更多的项目落地，获取良好的经济效益。</p> <p><b>7、公司销售模式？</b></p> <p><b>答：</b>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，向品牌客户提供的均为定制化产品。公司的销售模式以直销为主。近年来，公司产品和客户结构变优，优质客户占比提升，2022年度直销比例提高至88.1%</p>
附件清单（如有）	无。
日期	2023年11月17日