

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：2024-007

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、华福证券：张汪强。
时间	2024年1月31日 9:50-11:00
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、主要问题及回答：</p> <p>1、公司功能鞋材、沙发家居、汽车内饰、电子产品四个品类，2023年分品类及主要大客户销售情况，以及2024年销售预期？</p> <p>答：（1）功能鞋材</p> <p>功能鞋材是公司的优势品类，公司积累了良好的客户资源与渠道关系，享有良好声誉。公司与彪马、亚瑟士、安踏、李宁、特步、361度、鸿星尔克、中乔等合作良好，是耐克在中国大陆唯一一家中资鞋用聚氨酯合成革及复合材料合格供应商，口碑和影响力提升；公司正积极培育国际斐乐、匡威、锐步（REEBOK）、威富集团等品牌，积极联系阿迪达斯、NB、UA、昂跑、HOKA等品牌。</p> <p>2023年，国内外体育运动品牌去库存，扣除TPU后，功能鞋材销售同比2022年有一定下降。</p>

①耐克：公司积极推进与耐克鞋部合作，因进入耐克鞋部供应商体系较晚，目前处于打基础和蓄势积能的阶段，当前营收及占比相对较小。耐克鞋部 PU 年采购额约 30 亿元，公司其内部份额未来仍有较大提升空间。当前耐克鞋部有较多项目在安利开发，处于稳步起量阶段；同时积极推进耐克对安利越南的认证审核工作，未来动能强劲，空间广阔。

②彪马：公司是彪马鞋部的全球核心供应商，合作良好。2023 年受去库存影响，销售额略有下降。

③阿迪：公司正在积极联系接洽中。

④安踏、李宁、特步等国内运动品牌：2023 年受国内运动品牌去库存影响，李宁、361、鸿星尔克等销售有所下降。公司积极推进 TPU 开发与营销，取得初步成效，2023 年 6 月逐步量产，在安踏、特步中的内部份额处于稳步上升期，含 TPU 在内，2023 年公司对特步销售额保持稳定，对安踏销售额较 2022 年稳中有升。

从当前来看，运动品牌去库存基本结束，订单好转。公司销售部门对 2024 年功能鞋材销售预期良好，计划实现较快增长。

（2）沙发家居

沙发家居是公司的优势品类，2023 年，在房地产行业低迷的大环境下，从第二季度开始，公司沙发家居订单复苏增长，2023 年销售较 2022 年实现较快增长。

从客户来看，芝华仕、爱室丽、顾家等客户实现较快增长。公司在沙发家居品类建立培育了客户梯度体系，积累了良好动能，形成了核心优势。2024 年，公司在服务好现有品牌大客户的基础之上，积极拓宽市场、整合渠道，公司销售部门对 2024 年沙发家居品类销售充满信心，增长可期。

（3）汽车内饰

汽车内饰是公司的新兴品类之一，是公司未来重要的新动能和增量空间，2023 年拓展成效初显，销售额较 2022 年“低基数、高增长”。

公司目前服务的汽车品牌逐渐增多，相关产品终端应用覆

盖了比亚迪、丰田、小鹏、赛力斯、长城、极越、极氪、华人运通等较多汽车品牌。

公司坚定地看好汽车行业，是大空间、大市场、大机遇，在未来一段时期内，公司有信心期望通过努力，争取新的定点项目，提高现有客户的内部份额，同时积极推进新的品牌车企认证工作，实现汽车内饰品类较高速度增长，销售额较快提升。

（4）电子产品

汽车内饰是公司的新兴品类之一，是公司未来重要的新动能和增量空间，2023年，公司与苹果合作稳定，三星、Beats有所增长，销售情况较2022年大体相当。

2024年，公司将努力提升在现有客户中的内部份额，积极联系和拓展联想、谷歌、OPPO、VIVO、荣耀等品牌企业，努力扩大销售，提高市场份额，实现更好的效益，预计保持稳定增长和向好的态势。

2、2023年TPU销售情况，其中该产品销售额占比最大的客户？

答：TPU是行业发展的新动能，TPU产品可应用于功能鞋材、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。目前公司TPU产品主要用于亚瑟士跑鞋、苹果妙控键盘及相关配件，以及安踏、特步等国内运动休闲鞋中。

2022年下半年开始，公司与安踏、特步等国内外运动品牌，进行TPU开发打样，2023年6月逐步量产，初见成效，产销量处于稳步上升期；与耐克、彪马、361度、中乔等，在TPU产品的合作上处于起步阶段；其他如李宁、匹克等，正在推进协调中。

2023年，公司积极推进TPU产品的开发与营销工作，受到安踏的肯定与认可，TPU产品销售额及内部份额较快提升。TPU市场有空间，公司有能力，在2024年较快提高TPU产品销售额及占比。

3、公司有单独规划汽车产能吗？

答：公司积极优化调整产能结构和布局，新建汽车产品生

产专区，当前产能与订单需求基本匹配，并根据发展需要，适时研讨、推进公司新增产能事宜。

4、安利越南当前经营情况？

答：安利越南定位于中高端市场，主要立足于国际运动休闲、沙发家居等品牌客户，由于前期折旧、员工薪酬、市场研发投入等较大，且品牌客户对安利越南验厂认证周期等原因，目前开工率相对不足，产销量未达盈亏平衡点，不能覆盖成本费用，经营有一定亏损。

当前，安利越南正积极开拓市场，推进耐克、RTG、乐至宝等品牌客户在安利越南的认证，订单稳中有升，同时积极推进剩余2条生产线的建设，计划于2024年下半年投产。公司期望安利越南2024年止亏并实现盈利。

5、公司出口占比？汇率波动对公司的影响？

答：目前公司出口占公司营收比重约35%左右。公司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。

6、公司原材料构成及占比？

答：公司产品聚氨酯合成革及复合材料的主要原材料有基布、聚氨酯树脂、离型纸、色浆、助剂等；其中，聚氨酯树脂的主要原材料为DMF、AA、MDI、BDO、PTMEG等。

公司所处行业具有“料重、费中、工轻”的特征，对原材料、能源价格变化较为敏感。原材料占比约60-65%左右，能源占比10%左右。

7、2023年以来，公司毛利率稳步增长，主要来自于原材料价格回落，还是客户产品转型升级？

答：公司毛利率稳步提升的原因，主要是公司客户和产品转型升级的成果。

	<p>2023年以来，公司产销量、单价、收入、毛利率均呈现稳步提升态势，经营业绩逐季度好转，得益于公司客户和产品结构升级成效显现，国内外高端运动休闲和沙发家居、汽车和电子等品牌客户合作增多，高技术含量、高附加值、高单价和高毛利产品占比提高。</p> <p>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，对部分品牌客户、中小客户，以及自主开发的生态功能性差异化产品的定价话语权日渐提高，竞争优势显现。</p>
附件清单（如有）	无。
日期	2024年1月31日