

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：2024-008

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、兴业证券：赵宇、张健、程诚。
时间	2024年2月20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、公司内外销占比及变化趋势？</p> <p>答：目前公司内外销收入占公司营收比重分别约 65%和 35%左右，公司内销占比有一定提升。受宏观环境、市场需求、销售情况、客户结构、订单结构等因素影响，未来公司内外销占比可能会有一定变化。</p> <p>2、直销经销占比及变化趋势？</p> <p>答：近年来，公司积极推进产品和客户转型升级，产品和客户结构变优，优质客户占比提升，于 2020-2021 年左右初见成效，陆续成为苹果、耐克、威富集团、哥伦比亚、匡威、比亚迪等品牌客户供应商。公司直销比例从 2011 年上市时的 54.5%，提高至 2022 年的 88.1%。未来，随着公司品牌客户合作增多，公司直销经销比例可能会有一定变化。</p>

3、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？

答：（1）功能鞋材

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。

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。

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，公司其内部分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 年受其去库存影响，当年销售额略有下降。

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、特步中的内部分额处于稳步上升期，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、顾家等主要客户实现较快增长。公司在国内、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。公司在该品类建立培育了良好的客户梯度体系，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。目前该品类中最大的客户是比亚迪。

单车价值量根据不同品牌车型的定点项目、使用部位、材料性能、单价以及该款汽车的销量等，会有所区别，一辆车大约需要2-15米聚氨酯复合材料。

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增长，销售额较快提升。

(4) 电子产品

电子产品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。目前公司覆盖了较多国内外消费电子知名品牌客户部分终端产品及配件。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。

4、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 产品销售额及内部分额较快提升。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。

5、公司不同品类的毛利率情况？

答：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，向客户提供的均为定制化产品，因此不同客户、不同产品的毛利率不同。

一般来说，公司电子产品、汽车内饰品类毛利率较高。功能鞋材和沙发家居品类的毛利率根据不同客户、不同产品有所区别。

6、安利越南 2023 年经营情况及 2024 年预期？

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、市场开发投入等较大，且品牌客户对安利越南验厂认证需要周期等原因，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

	<p>安利越南 2024 年止亏并实现盈利。</p> <p>7、公司水性、无溶剂技术的开发过程，主要用在哪些品类？</p> <p>答：公司 10 余年前就积极推进研发水性、无溶剂等物性和环保性能更高的材料工艺技术，满足全球市场对生态功能型产品的良好需求，走在全球同行业前列，具有先发优势。</p> <p>公司 2011 年开始布局水性、无溶剂生产工艺技术，于 2015 年左右实现技术方面的突破，后经过 2-3 年的验证和批量试产，于 2018 年稳定量产。近年来，随着公司积极推进客户和产品转型升级，与国内外品牌客户合作增多，水性、无溶剂产品产量于 2020 年左右逐步提升；最初用于体育装备和电子产品品类，后逐渐拓展应用于沙发家居、汽车内饰等品类。</p> <p>目前公司水性、无溶剂技术成熟，产能具备，具有渠道优势，能够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。</p> <p>8、行业内其他竞争对手情况？</p> <p>答：公司主要对标日本、韩国、中国台湾等地区的聚氨酯合成革企业，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。</p> <p>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。日韩、中国台湾的聚氨酯合成革企业，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> <p>公司的优势在于，一是新工艺、新技术的开发与布局，积极开发经营水性、无溶剂、生物基、硅基、回收再生等核心技术工艺，通过产品创新和工艺技术转型升级，促进产品、技术迈向中高端。二是公司工艺设备先进，在全球同行业内具有领先水平，成为全球技术的领先者、产能规模的领先者、全球行业的领跑者。三是公司在新兴品类，如汽车内饰、电子产品等领域具有先发优势。四是公司产品质量优异，能批量稳定供货，持续为客户提供优质的产品与服务，且产品性价比高。</p>
附件清单（如有）	无。

日期	2024 年 2 月 20 日
----	-----------------