

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：2024-010

投资者关系活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 其他： <u>线上交流会议</u>
参与单位名称及人员姓名	1、开源证券：蒋跨越； 2、鹏华基金：陈金伟、刘玉江、姬长春、杨浩。 (以上排名不分先后)
时间	2024年2月23日 10:00-11:00
地点	线上交流
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、主要问题及回答：</p> <p>1、公司各品类营收占比？</p> <p>答：公司功能鞋材和沙发家居两项优势品类营收占比合计约80%左右，汽车内饰、电子产品、体育装备和工程装饰四项新兴品类营收合计占比约20%左右。</p> <p>未来，随着汽车内饰、电子产品等新兴品类的拓展，公司“2+4”品类营收占比可能会发生一定变化。</p> <p>2、2023年Q1-Q3毛利率提升的原因？哪些品类对毛利率提升有贡献？</p> <p>答：得益于公司客户和产品结构升级成效显著，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，高单价、高毛利产品占比提高，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。</p> <p>公司产品应用领域广，下游客户需求多样，采取以销定产、</p>

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。优势品类功能鞋材和沙发家居也有高毛利产品。

3、公司当前产能情况？

答：公司产能根据订单结构、生产工艺、产线车速等，有一定弹性。对公司而言，产能不是主要问题，公司更关注市场和客户需求变化。

目前，安利工业园产能利用率总体保持稳定，当前产能与订单需求基本匹配。公司根据客户和订单结构变化，积极优化调整产能结构和布局，积极研究、推进新增产能事宜。

4、汽车内饰品类 2023 年销售额，当前在手订单及 2024 年销售预期？

答：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，公司产品在比亚迪、丰田、小鹏、赛力斯、长城、极越、极氪等汽车品牌的部分车型上实现应用。

基于 2023 年部分定点项目，在 2024 年实现量产，以及公司正努力争取新的定点项目，提高现有客户的内部分额，同时积极推进新的品牌车企认证工作，公司销售部门有信心在 2024 年及未来一段时期内，实现汽车内饰品类较高速度增长，销售额较快提升。

5、比亚迪是公司汽车内饰品类的主要客户，2023 年下半年以来，公司占其内部分额提升的原因是什么？

答：从外部来看，近年来，安徽将汽车产业作为“首位产业”，顶格推进和壮大汽车产业发展；合肥大力发展新能源汽车，完善新能源汽车产业链条，丰富汽车产业业态，打造新能源汽车产业集群，对公司来说，是“天时、地利、人和”，为公司在新能源汽车领域加快发展、做大做强，创造了有利条件，带来

了良好机遇。

从材料应用来看，过去，聚氨酯合成革和复合材料在汽车内饰领域应用较少，随着新能源汽车快速发展，聚氨酯合成革和复合材料与真皮、PVC人造革，以及布类、烫金布（科技布）等纺织品相比，手感、触感、肤感、质感和视觉感优良，耐久耐用性、生态环保、阻燃、防污等性能更加优异，且性价比高，优势明显，契合了消费者对汽车内饰新的需求，市场空间广阔。

从内部来看，公司是全球聚氨酯复合材料行业的龙头企业，综合规模全球第一，行业地位突出，产品品种丰富、技术领先、工艺齐全、质量优良，可靠性高，公司的规模实力、开发能力、服务能力、质量稳定性、交期等方面，较好地满足客户需求，得到客户的肯定和认可。

6、公司电子产品品类 2023 年销售体量？未来增长预期来自于哪些客户的拓展？

答：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。公司与苹果合作稳定，公司产品主要应用在妙控键盘、平板保护套、头戴式耳机、无线充电器等产品，2023 年销售稳定。

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，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。

7、公司如何展望未来沙发家居品类的发展态势？

答：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。

沙发家居是公司的优势品类之一，公司销售部门对今年及未来一段时期内沙发家居品类销售充满信心，计划实现较快增长。主要基于以下几个方面：

一是聚氨酯合成革和复合材料在沙发家居中应用比例提升。从营销人员参加展会、走访市场、客户交流得到的信息，

过去在沙发家居中较多使用烫金布等布艺材料，目前应用大幅减少，PU 应用快速增加，呈上升趋势。主要原因是相对于布艺，聚氨酯合成革和复合材料易打理、清洁和保养，防水防污性能、耐水解、耐用性能优异，体现“尊贵感”“高贵感”，优势日益凸显，在沙发家居、汽车内饰、工程装饰等领域的应用进一步延伸拓展，为公司带来了重要机遇和良好的增长空间。

二是沙发家居品类客户增多和结构优化。公司积极拓宽市场、整合渠道，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，公司培育了一批 500 万-2000 万量级左右的品牌客户，建立了良好的客户梯度体系，口碑和影响力提升，形成了良好的增长动能。

8、2023 年功能鞋材品类扣除 TPU 后的销售体量？受去库存影响，2024 年销售预期？

答：功能鞋材是公司的优势品类之一，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。

从当前来看，运动品牌去库存基本结束，品牌客户订单恢复增长，同时，TPU 等高端运动鞋材的销售增加，以及增量大客户拓展成效显现、逐步放量，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。

9、2023 年公司 TPU 产品收入由哪些客户贡献？未来 TPU 产品的增长点？

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。

	<p>2014年，公司开始研发生产TPU产品，用于在亚瑟士（ASICS）跑鞋中；2020年，公司成功进入苹果公司供应商体系，将安利TPU产品应用在苹果妙控键盘及相关配件中。但过去TPU产品占公司营收比重较小，基于公司良好的综合实力和TPU的广阔空间，2023年公司决定做大做强TPU产品。</p> <p>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。</p> <p>2023年，公司积极推进TPU产品的开发与营销工作，受到安踏、特步等品牌客户的肯定与认可，在安踏、特步的TPU采购份额实现提升，同时，公司正积极向其他国内外体育运动品牌进行营销和推广。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。</p> <p>10、公司进入安德玛装备部供应商体系，目前有量产订单吗？</p> <p>答：目前公司与安德玛装备部开始了一定的合作订单，当前订单量较小，但有利于公司进一步提升品牌形象，拓展国际市场，公司正积极加强合作，努力扩大销售。</p> <p>11、公司2024年一季度展望？</p> <p>答：当前，公司生产经营稳定向好，2024年1月份产量创历史同期新高，反映出公司产品和客户转型升级成效显现，为未来发展蓄势积能，增长可期。2024年一季度尚未结束，公司经营业绩以最终财务核算和定期报告披露的信息为准。</p>
附件清单（如有）	无。
日期	2024年2月23日