

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：2024-019

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、信达证券：汲肖飞； 2、华鑫证券：林子健； 3、浙商证券：汤永俊、陈海波； 4、天弘基金：胡晓彤； 5、兴合基金：孙祺； 6、富国基金：沈衡； 7、驼铃资产：张姜； 8、中信资管：李有为； 9、运舟资本：邹伟； 10、瑞银资管：王海明。 (以上排序不分先后)
时间	2024年4月12日 10:00-12:00
地点	安徽安利材料科技股份有限公司行政楼 904 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	一、参观公司展厅、部分生产车间； 二、主要问题及回答： 1、公司 2023 年各品类收入占比？ 答：2023 年，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占比合计约 20%左右。其中，功能鞋材较上年同期下降约 9%，仍是收入占比最大的品类，当前态势向好；沙发家居复苏向好，较上年同期增长约 17%；电子产品和体育装备基本稳定，汽车内饰低基数、高增长，工程装饰占比较小。

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。

## 2、公司研发体系？

**答：**在开发经营理念上，公司坚持“四个一代”思想，即“经营一代、开发一代、储备一代、谋划一代”，坚持以市场为导向、以客户为中心的开发，努力打造水性、无溶剂、TPU、硅基、生物基、回收再生等差异化、有竞争力、有后劲的产品工艺技术。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。

在组织设置上，结合产品性能、功能及应用领域，公司技术开发部门下设 5 个二级开发部，即生态功能材料开发部、运动休闲材料开发部、生活科技材料开发部、沙发家居材料开发部和时尚材料开发部，由于不同品类之间的物性和功能要求不同，所以不同开发室的研发方向和侧重点有所区别。公司现有研发人员 400 余人，其中硕士、博士 30 余人。

在研发投入上，公司坚持长期主义，研发高强度投入，近三年研发投入分别为 1.28 亿、1.3 亿、1.26 亿，占公司营业收入比重均在 6%以上，发展后劲增强。

## 3、2024 年一季度订单情况，及全年收入占比会有什么变化？

**答：**公司 2024 年一季度经营情况延续了 2023 年三、四季度以来的良好态势，总体订单情况较好。其中，功能鞋材去库存基本结束，订单同比实现增长，占比稳定；沙发家居销售稳定向好；汽车内饰、电子产品同比实现增长、占比略有提升。经营业绩以最终财务核算和定期报告披露的信息为准。

**4、公司进入汽车领域是基于 PU 对其他材料的替代性需求吗？未来 PU 在汽车内饰的应用趋势？今年实现量产的新车型或新导入的汽车品牌？**

**答：**过去几十年来，欧美汽车内饰主要是布艺、PVC 人造革和真皮；日韩车系内饰从过去以真皮、布艺为主，近年来逐步开始使用 PU 合成革。

近年来，随着特斯拉率先推出纯素皮内饰车型，引领了国内新能源汽车使用 PU 合成革作为内饰材料的趋势。与布艺、PVC 人造革和真皮相比，聚氨酯合成革和复合材料手感、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，尤其是年轻一代消费者更青睐于 PU 材料呈现出的科技感和时尚感，促进带动了聚氨酯合成革及复合材料在汽车内饰领域的扩大应用，形成对天然皮革、PVC 人造革和布艺的良好替代，市场空间广阔。

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。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、长城、极越、极氪等汽车品牌的部分车型上实现应用，处于起步、打基础和蓄势积能的阶段。

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份额，同时积极推进新的品牌车企认证工作，公司有空间、有能力、有信心在 2024 年及未来一段时期内，实现汽车内饰品类呈现“低基数、高增长”态势。

**5、安利越南工厂今年预计的产量和收入？安利股份总部相比的毛利率水平？**

**答：**随着客户订单逐步增加，产能逐步释放，2023年下半年销量较上半年增长约316%，趋势向好。2023年四季度以来，安利越南产量已从5-10万米/月左右，上升至当前的20-30万米/月左右，亏损减少。公司期望2024年安利越南减亏、止亏，并力争实现一定盈利。

当前安利越南各项要素基本整合完成，2024年2月进入耐克供应链体系，正积极推进耐克实验室认证，同时积极推进其他品牌客户对安利越南的认证审核，努力拓展销售渠道、提高销售收入。安利越南定位于中高端市场，服务国际运动休闲和沙发家居品牌客户，毛利率水平总体良好。

**6、公司定价模式？大宗商品涨价对公司的影响，能否顺利地传导至下游客户？**

**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，基本是一单一议。因此不同客户、不同产品的销售价格会有差异。

公司不简单地采用成本加成的方式定价，而是综合客户需求、竞品、应用领域、产品开发和生产工艺难度、产品差异化、毛利率等情况，采取灵活、审慎的综合定价模式。一般来说，国际体育运动品牌，每半年洽谈一次价格；国内体育运动品牌和沙发家居企业，按季度洽谈一次价格；汽车品牌客户按项目或按年洽谈价格。

公司根据宏观环境变化，适时调整销售单价，科学、合理和灵活定价，使公司产品的售价基本与原材料价格的变动相适应，谋求多方互利共赢。当前，公司原材料价格总体稳定。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，公司对部分品牌客户、中小客户的定价话语权日渐提高，议价能力增强。

**7、电子产品2024年销售预期？**

**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。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，与苹果合作稳定，与三星、Beats 等合作向好。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。

#### **8、公司 TPU 产品的国内竞争对手有哪些？公司的优势？**

**答：**目前国内 TPU 竞争对手主要是一些中小企业。TPU 技术含量高，对生产设备精度要求高，工艺控制难度大，质量要求严格。和竞争对手相比，公司在规模、成本、开发、质量、服务等方面具有优势。

公司生产制造的 TPU 产品工艺技术领先，质量稳定，色彩艳丽、花纹多样，具有轻薄、轻量化、生态环保、能耗低、耐折、耐曲挠等特点，2023 年下半年在国内体育运动品牌中逐步增量，初见成效，受到安踏、特步等品牌客户的肯定与认可，份额提升。目前，公司正积极向耐克、彪马、迪卡侬、李宁、361 度、中乔、匹克其他国内外体育运动品牌进行 TPU 产品的营销和推广。

#### **9、公司水性、无溶剂产品收入占比？公司水性、无溶剂技术的优势？**

**答：**当前公司水性、无溶剂产品收入占比约 20-25%左右，未来趋势向好，预计收入将有一定提升。

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。公司该项技术的优势在于：

一是先发优势。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。

二是品类齐全优势。公司水性、无溶剂材料品种齐全，覆盖功能鞋材、沙发家居、汽车内饰、电子产品、体育装备、工程装饰等全品类、不同物性标准的产品。

	<p>三是连续化生产优势。公司水性、无溶剂定制化设备先进，自动化、智能化水平高，工艺控制和管理操作水平高，连续化生产质量稳定性好。</p> <p>四是高性能、多功能优势。公司水性、无溶剂产品界面结合强度高，耐磨耐刮、耐化学品、耐久耐用、耐水解老化等性能，优于市场同类产品。公司水性、无溶剂产品与 TPU、回收再生、硅基、生物基、石墨烯等新兴材料融合，实现多功能、高性能和生态环保。</p> <p>总体而言，公司水性、无溶剂技术成熟，技术全球领先，产能具备，具有渠道和国内外品牌客户众多优势，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><b>10、公司与耐克合作预期？</b></p> <p><b>答：</b>公司与耐克装备部合作良好，是耐克在中国大陆唯一中资鞋用聚氨酯合成革及复合材料合格供应商。因公司进入耐克鞋部供应商体系较晚，目前处于蓄势积能、稳步起量阶段，当前营收及占比相对较小。但目前耐克有较多新项目、新产品在公司开发，机会加大，态势向好。近期，控股子公司安利越南进入耐克全球鞋用材料供应商体系，目前正在积极推进安利越南耐克实验室认证。耐克是公司重要的增量客户和重大的增长空间，未来动能强劲，空间广阔。</p>
附件清单（如有）	无。
日期	2024 年 4 月 12 日