

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：2024-041

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、国金证券：陈屹； 2、华商基金：黄露禾。
时间	2024年10月29日13:30
地点	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 证券助理：高杰晶
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、请问PU相比PVC、真皮等其他产品的特点是什么？</p> <p>答：PVC人造革虽然耐磨、耐水解，加工成型性好，价格低廉，但缺点较为明显，包括手感僵硬，皮感、质感差，透气性、曲挠性、回弹性差，低温易变硬脆裂，生产过程不环保等。PVC人造革被国家生态环境部列为“高污染、高环境风险”产品目录。</p> <p>真皮的优点是档次高、柔软舒适、透气透湿，但价格昂贵、资源来源及利用率有限，花纹和色彩相对较单调，不易裁剪，后段加工过程不环保。</p> <p>与PVC人造革、真皮相比，聚氨酯合成革及复合材料的生态环保性能更加优异，剥离强度、拉断强度、耐磨耐刮、撕裂</p>

强度等物理机械性能优良，阻燃性、抗菌防霉性、防油防污性、耐酸耐碱等功能和化学性能优越，且颜色、纹路和表面效果多样，尺寸规整、易于裁剪，性价比高。

总而言之，聚氨酯合成革及复合材料优势明显、特色鲜明、与众不同，形成对真皮、PVC人造革的良好替代，市场空间广阔。公司在与国内外品牌客户接触过程中，发现客户越来越深刻地认识到其优势与特点，并积极开发应用安利PU材料，期望扩大合作。

2、公司所处行业的壁垒？

答：聚氨酯复合材料行业是一个高度竞争和开放的行业，多为中小企业，行业较为分散。但是像安利股份这样拥有全品类众多下游品牌客户、掌握跨品类核心技术和稳定生产能力的企业，行业内鲜有。目前国内行业进入壁垒主要有设备改造升级壁垒、人才壁垒、技术壁垒、环保壁垒、资金壁垒、销售渠道壁垒与客户壁垒等，下游品牌客户筛选严格，新厂商进入难度较大。

3、截至 2024 年前三季度，公司各品类收入及占比情况？

答：公司核心业务为“2+2”品类，其中优势品类功能鞋材和沙发家居收入合计占比约 70%左右；新兴品类汽车内饰和电子产品收入合计占比约 20%左右。

4、汽车内饰品类全年销售预期？单车价值量约多少？

答：公司在汽车内饰品类拓展成效初显，目前服务的汽车品牌逐渐增多，今年以来总体呈现“低基数、高增长”态势。

公司汽车内饰产品可应用于汽车档位扶手、座椅、仪表盘、门护板等位置，部分产品已拓展至汽车顶棚等区域，未来应用场景将有可能进一步拓展。单车价值量根据不用品牌车型的使用部位、材料性能、单价等，会有所区别，一辆车大约需要 2-15 米聚氨酯复合材料。

5、比亚迪、小鹏合作情况？

答：比亚迪目前是公司汽车内饰品类最大客户，合作态势向好；公司与小鹏合作稳定。公司目前覆盖了较多车企品牌，

与丰田、长城、赛力斯、江淮、奇瑞、集度、极越等车企开展合作，积极拓展更多品牌客户，公司努力在汽车品类实现良好的增速。

6、电子产品品类全年销售预期？与苹果合作情况？该品类未来的增长空间？

答：公司在电子产品品类覆盖了国内外众多知名消费电子品牌客户部分终端产品及配件，积累了一定优势，今年前三季度增势良好。

公司与苹果合作深化，2024年前三季度销售情况较上年同期实现增长。同时公司积极与联想、谷歌、OPPO、vivo、荣耀等品牌客户，加强产品开发与合作，努力提高市场份额。

随着新客户拓展、新项目开发及应用领域扩大，预计该品类未来的增长空间良好。

7、功能鞋材品类主要客户合作情况？

答：功能鞋材是公司优势品类之一，目前已基本覆盖安踏、李宁、特步、361度、鸿星尔克、中乔和匹克等国内主要体育运动品牌，积累了良好的客户资源与渠道关系。

在国际体育运动品牌中，公司口碑、声誉良好，大客户增多。公司是彪马、亚瑟士重要供应商，合作态势良好；与耐克合作有序推进，符合计划预期，目前处于逐步放量阶段，开发项目增多，安利股份本部订单增加，未来动能强劲；2024年上半年，公司成为阿迪达斯、安德玛装备部供应商，培育新动能；正积极联系 NB、HOKA、昂跑等国际品牌客户。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初显，公司功能鞋材品类优势明显。

8、沙发家居品类主要客户合作情况？

答：沙发家居品类，公司在国内、美线市场覆盖了较多知名品牌，主要合作客户有敏华、顾家、爱室丽、乐至宝等，同时培育了一批 500 万-2000 万量级左右的品牌客户。今年受房地产不景气等因素影响，沙发家居业务销售遇到一定挑战，但按摩椅业务实现增长。该品类收入总体稳定，略有下降。

	<p>9、安利越南经营情况及剩余 2 条线投产时间？</p> <p>答：安利越南规划建设 4 条生产线，其中 2 条生产线于 2022 年末调试投产。因客户验厂认证周期较长，产销量未达盈亏平衡点，以及计提折旧，前期员工、产品和市场开发等投入较大，2023 年经营亏损。</p> <p>2024 年 8 月、9 月，安利越南产量提升，经营业绩有所改善，力争 2024 年全年较 2023 年亏损减少。</p> <p>目前，公司正积极推进安利越南剩余 2 条生产线的建设，计划于 2024 年年底调试，2025 年上半年投产。届时，安利越南将形成 4 条生产线的产能。</p>
附件清单（如有）	无。
日期	2024 年 10 月 29 日