

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：2024-044

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、海通证券：李智； 2、开源证券：蒋跨跃； 3、信达澳亚基金：陆毅楷。
时间	2024年11月6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、公司功能鞋材品类的客户结构？平均单价情况？</p> <p>答：功能鞋材是公司优势品类之一，国内品牌基本实现全覆盖，国外品牌客户合作增多，积累了良好的客户资源与渠道关系，口碑、声誉良好，品牌效应初显。</p> <p>从国际品牌客户来看，公司与耐克合作有序推进，符合预期，初显成效，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，但占耐克内部采购份额比重仍然较小，未来有重大机会和提升空间，动能强劲。</p> <p>公司是彪马、亚瑟士重要供应商，合作态势良好；积极培育阿迪达斯、安德玛等新动能；积极联系NB、HOKA、昂跑等客户。</p>

从国内品牌来看，公司积极推进与安踏、李宁、特步等品牌在革料、TPU 等产品方面的开发与营销，合作深化，但在国内品牌客户中的采购份额占比仍有较大提升空间。

公司功能鞋材品类随着品牌客户增多，水性、无溶剂、TPU、回收再生等高附加值、高技术含量产品占比提升，平均单价呈稳步增长趋势。

2、美国如果加征中国关税对公司的影响？

答：公司直接出口美国占比较小；如果加征关税，安利越南有利于积极化解国际贸易冲突带来的关税风险。

3、公司 PU 革产品出口额占销售收入比例多少？

答：公司是国内同行业出口额最大且出口发达国家最多的企业，近几年出口额占销售收入的比重约为 38%左右。

4、公司前三季度沙发家居品类情况？明年销售预期？

答：沙发家居品类是公司优势品类之一，受国内房地产行业不景气、海运费上涨等不利因素影响，沙发家居品类销售遇到一定挑战。得益于公司品牌客户众多、产品结构丰富、业界口碑良好和行业影响力，沙发家居收入及占比总体稳定。

公司在沙发家居品类的国内、美线市场覆盖了较多知名品牌，客户忠诚度较高，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，且美线沙发空间大、机会多，公司期望 2025 年沙发家居品类销售总体稳定。

5、公司的外汇管理策略？今年三季度汇兑损益情况？

答：公司目前采取中性的外汇管理策略，努力平衡好外汇资产与负债，并及时择机结汇，降低汇率波动带来的财务风险。今年三季度汇兑损益基本持平。

6、公司下游客户议价周期情况？原材料价格波动对下游客户的传导机制是怎样的？

答：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。

公司经营对原材料和能源价格变动较为敏感，原材料价格若发生波动，公司将根据宏观环境等情况，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，并传导给下游客户。

7、PU 革在汽车内饰领域应用趋势？

答：近年来，特斯拉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。

公司产品在比亚迪、赛力斯、丰田、集度、小鹏、长城、极氪等品牌的中高端车型上实现应用，成效初显，公司看好汽车行业，是大空间、大市场、大机遇。

8、公司产品在汽车内饰领域的单车价值量？

答：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 米聚氨酯合成革及复合材料。

9、公司电子产品领域客户结构？竞争对手情况？

答：电子产品是公司新兴品类之一，目前公司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。公司是美国苹果公司的核心供应商，合作深化；与三星、Beats 合作稳定，有新项目处于开发和量产阶段；正积极联系和拓展联想、谷歌、OPPO、vivo、荣耀等品牌，努力扩大应用场景，提高市场占有率，实现更好的经济效益。

公司在电子产品品类竞争对手主要是韩国、中国台湾的同行企业。与竞争对手相比，公司拥有全品类的工艺技术和梯队式的客户群体，行业地位突出，综合竞争优势显现，在电子产品品类积累了良好优势；公司控股子公司安利新材料研发生产

	<p>聚氨酯树脂，具有一体化研发优势，集成协同创新能力强。</p> <p>10、公司出口产品的单价和毛利率是否高于国内？</p> <p>答：公司产品的单价和毛利率根据客户需求、产品订单量、应用领域、材料性能等，会有所差异，与出口和内销无直接关系。</p> <p>11、公司各个品类毛利率水平如何？</p> <p>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。</p> <p>一般来说，公司电子产品、汽车内饰品类毛利率较高，另外，优势品类功能鞋材和沙发家居类的新产品等毛利率也较高。</p> <p>12、公司目前产能利用率情况？</p> <p>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，目前订单总体稳定，产能利用率处于良好水平。</p>
附件清单（如有）	无。
日期	2024 年 11 月 6 日