

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：2025-004

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、民生证券：李金凤； 2、富荣基金：骆奕诚。
时间	2025年2月24日 14:30-15:30
地点	线上交流会议
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、2024年公司各品类收入及占比情况？今年来看，各品类的订单需求？</p> <p>答：公司构建“2+2+2”品类，经初步核算，2024年优势品类功能鞋材和沙发家居收入合计占比约70%左右；汽车内饰、电子产品等品类收入合计占比约30%左右。</p> <p>2025年，公司坚持大客户战略，积极开拓市场，拓展渠道关系，努力扩大业务，提升市场份额，对功能鞋材、汽车内饰品类延续2024年的良好态势充满信心；预计电子产品品类总体稳中有升；预计沙发家居品类止跌企稳复苏，力争2025年实现反弹增长。当然，不排除部分品类订单受上游材料价格和下游需求变化的双重影响，而有一定波动。</p> <p>2、2024年功能鞋材品类主要品牌大客户情况？</p> <p>答：一是2024年，公司与耐克合作成效初显，实现“低基</p>

数、高增长”，符合计划预期；公司于2025年1月升级成为耐克公司战略合作伙伴，合作加深，态势向好，动能强劲。耐克是公司重要的增长动能，计划在2025年实现较快增长。

二是彪马、亚瑟士2024年实现增长。

三是阿迪达斯是全球第二大体育用品品牌。2024年，公司及越南子公司通过阿迪达斯供应商认证，目前处于蓄势积能阶段，公司积极推进产品开发，计划在2025年努力实现较好的合作和销售，为未来实现高增长打好基础。

四是与安踏合作深化，2024年销售实现较快增长；与李宁、特步、中乔、361°等国内体育运动品牌加强互动，提升公司在TPU和革料的内部份额占比。

五是积极联系NB、UA鞋部、HOKA、昂跑等品牌，培育新动能。

### **3、近年来，公司毛利率呈现波动性上升的原因？**

**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。

毛利率波动主要受收入端和成本端影响。一是公司与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，水性、无溶剂、生物基、TPU等高技术含量、高附加值产品占比提高。

二是在定价策略上，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、竞品情况、应用领域、毛利率等，采取灵活、审慎的综合定价模式。

三是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。

因此，公司自主开发的生态功能性差异化产品的定价话语权日渐提高，竞争优势显现。

### **4、公司品牌客户的认证周期？**

**答：**进入品牌供应链体系，需通过客户各种较为严格的专项认证和体系认证，通常国际品牌客户认证周期约1-3年左右，

具体时长取决于品牌方要求、行业特性、认证类型及供应商材料准备情况而异。

总体而言，成为品牌客户的供应商不是轻而易举就能实现，背后需要企业长期的积淀和积累。品牌客户对供应商的要求通常非常严格，不仅关注产品质量和价格，更看重企业的综合实力，包括创新能力、交付能力、管理水平、社会责任等。

#### **5、公司聚氨酯合成革和聚氨酯复合材料未来发展的新趋势？**

**答：**随着新工艺、新技术、新材料的发展变化，公司开发经营的产品，已不再是传统意义上的聚氨酯合成革，逐步从过去单纯的 PU 聚氨酯合成革业务，正发展成为独立品类，自成一体自成一体。其本质上是“涂层复合+”，与水性、无溶剂、硅基等先进工艺复合，与生物基、纳米、回收再生、TPU 等新型材料融合结合。公司正向新型聚氨酯复合材料行业转型发展。

#### **6、公司的核心竞争优势？**

**答：**公司核心竞争力的构建，是技术开发、设备工艺、市场客户等多要素的有机综合体，是一种长期的、独有的、别人难以模仿与复制的综合竞争能力。具体体现在：

一是技术研发优势，公司是“国家重点高新技术企业”“国家认定企业技术中心”“国家技术创新示范企业”，是“国家知识产权示范企业”，拥有“国家级博士后科研工作站”，近年来保持高强度研发投入，积极开发经营水性、无溶剂、生物基、硅基、回收再生、TPU 等核心技术工艺，掌握多项核心技术和专利，在高性能、多功能、生态环保型聚氨酯合成革和聚氨酯复合材料方面，具有独特优势，能够根据客户需求快速开发定制化产品，满足不同应用场景的需求，技术研发能力和产品创新能力全球行业领先。

二是品牌与客户优势，公司与众多国内外知名品牌建立了长期合作关系，积累了良好的中高端客户资源，客户群体覆盖功能鞋材、沙发家居、汽车内饰、电子产品多个行业，具有较高的品牌知名度和美誉度，且产品质量优异、性价比高，赢得

了客户的信任与信赖。

三是规模与成本优势，公司拥有先进的自动化、智能化生产线，设备工艺精湛，能够实现大规模、高效率生产；公司与上游原材料供应商建立稳定的合作关系，确保原材料的稳定供应和成本控制。

四是全球化布局，公司积极开拓海外市场，产品远销全球 80 多个国家和地区，在国际市场上具有较强的竞争力。布局越南及俄罗斯，适应国际品牌产能转移的趋势，更好地对接、服务国际品牌，扩大市场份额，积极化解国际贸易冲突带来的关税风险，增强国际竞争力。

这些优势使公司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，为未来持续健康发展奠定坚实基础。

**7、公司成为耐克公司战略合作伙伴后，如何与耐克做好协同？**

**答：**公司与耐克的战略合作，不仅是商业层面的合作，更是技术、管理、文化和价值观的深度融合。公司将在技术研发、生产管理、质量控制、供应链协同、可持续发展等多个方面，积极与耐克紧密协同，提升自身的技术实力和市场竞争力，同时助力耐克实现创新和可持续发展等方面的目标，实现共赢。

**8、公司合作的车企对公司有没有年降要求？**

**答：**部分汽车品牌客户对公司有年降要求，但公司提供的是定制化、个性化产品，不完全适用年降要求。

竞争与发展是企业永恒的主题，在全球化市场中，不仅是汽车品牌，运动体育、沙发家居等品牌方对供应商的降价要求几乎是一种常态。公司是全球行业的龙头企业，具有稳定良好的供应渠道和议价能力，通过优化成本结构、加大技术创新、与品牌方开展战略合作等，进一步提升竞争力和盈利能力，努力为客户创造更大的价值。

**9、安利越南经营情况及剩余 2 条线投产时间？**

**答：**2024 年三季度以来，安利越南产销有所改进，经营业绩改善，2024 年全年较 2023 年亏损减少；同时积极推进剩余 2

	<p>条线建设，计划于 2025 年上半年调试投产。</p> <p><b>10、公司未来产能规划情况？</b></p> <p><b>答：</b>目前，安利股份本部及安利越南已投产的生产线合计 42 条，并积极优化调整产能结构和布局，产能与订单需求基本匹配。</p> <p>未来，公司计划形成年产生态功能性聚氨酯合成革及复合材料 1 亿米左右的生产经营能力。该产能规划是一个逐步提升的过程，是公司期望通过奋力拼搏实现的规划目标，不代表对社会投资者的承诺。公司努力做大做强，努力实现更好的效益，创造更大的价值。</p>
附件清单（如有）	无。
日期	2025 年 2 月 24 日