

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：2025-010

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☒ 现场参观 ☐ 其他
参与单位名称及人员姓名	1、招商证券：赵希冕； 2、益沅成资管：马忠军； 3、岱熹投资：李俊； 4、毅达资本：陈志强； 5、陶山基金：王丹等； 6、喜世润投资：杨渝等； 7、海富投资：王友； 8、偕沅资管：易智娴； 9、赛智基金：张鹏； 10、国海证券：于旭； 11、华创证券：何家金； 12、平安养老：袁帅； 13、弘尚资产：沙正江； 14、浙商证券：汤永俊； 15、开源证券：蒋跨跃； 16、民生证券：李金凤； 17、国泰海通证券：李智； 18、万联证券：刘青； 19、阅度资本； 20、德邦证券：王华炳； 21、华西证券：唐爽爽、王鹤锟。

	(以上排序不分先后)
时间	2025 年 5 月 22 日 10:00-12:00
地点	公司行政楼九楼会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书兼副总经理：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	一、参观公司展厅、部分生产车间 二、主要问题及回答： 1、2025 年 4 月、5 月经营情况？产品单价情况 答：4 月份，公司部分品类受关税影响，产销量略有下降，但产品单价稳步提升。5 月份订单情况稳定，生产经营正常。公司整体经营向好的态势趋势不变，公司对未来发展充满信心。 2、公司产品单价上升的原因？是产能或者行业周期的原因吗？ 答：不同标准化产品，公司产品应用领域广，不同应用领域的周期性不同，且下游客户需求多样。公司采取以销定产、订单驱动的经营模式，向客户提供的均为定制化产品。公司产品单价上升的原因，主要是公司坚持品牌引领、科技赋能、创新驱动，成效正逐步显现的结果，并不是产能或行业周期原因所致。 公司通过长期实施大客户战略，与耐克、阿迪达斯、彪马、苹果、安踏、丰田、比亚迪等国内外知名品牌建立了深度合作关系。这些大客户对产品的品质、性能和环保等方面有较高要求，公司为满足其需求而开发的产品具有较高的技术含量和附加值，同时大客户的认可和合作具有良好的示范带动作用，吸引其他客户选择公司的产品，进而推动产品单价上升。 公司保持高强度研发投入，积极开发经营水性、无溶剂、回收再生、TPU 等一系列高技术含量、高附加值的产品，在公司产品结构中的占比不断提高，为公司带来更好的利润空间。公司对部分品牌客户、中小客户，以及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，从而提高了产品单价。 3、美国加征关税对公司的影响？ 答：4 月份，美国加征关税后，公司发布了自愿性信息披露公告，对当时情境下的关税调整可能给公司带来的影响进行分析。经审慎评估，认为对公司业务的影响有限、影响较小。 一是 2024 年，公司直接出口美国占比约 2.55%，影响较小。此外，公司直接出口美国的产品差异化强，技术含量高，短期内美国客户难以在国际市场找到替代品。 二是公司间接出口美国的业务，主要是公司沙发家居美线市场主要客户及体育运动、消费电子美国品牌主要客户。 其中沙发家居美线市场主要客户销往美国的产品，基本都在中国以外的国家生产加工后再出口到美国，该部分产品销售额占公司营收比重较小，影响有限。 体育运动品类，目前对公司可能有影响的主要是美国耐克公司。耐克是全球知名品牌、全球化公司，产品在全球销售。其对中国主要采取“本地生产、本地销售”策略，中国生产的基本不销往美国；销往美国的产品主要在中国以外的国家生产加工，该部分产品销售额占公司营收比重较小，影响较小。 消费电子产品类，目前对公司可能有影响的主要是美国苹果公司。苹果是全球知名品牌、全球化公司，主要在中国生产、全球销售。其销往美国的产品主要是在中国生产加工。2024 年，苹果从公司的采购额占公司营收比重不大，影响较小。 5 月份，中美经贸高层会谈后，关税政策有了新的变化，公司收到了一些客户新的反馈，表示在中美经贸磋商过程中看到了积极的迹象，期待关税能进一步降低。 4、公司产品有没有应用于机器人皮肤领域？ 答：公司现阶段产品暂不涉及，公司积极关注人形机器人等新兴领域发展，做好相关技术储备和开发。 5、公司未来的发展方向？ 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，发展成为独立品类，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，相比天然真皮、人造革和纺织品，特色鲜明，优势明显；应用广泛，未来可期。 安利股份坚持“专业化、特色化、品牌化、规模化”的发展战略，经过长期的积累积淀，水性、无溶剂、生物基、回收再生等工艺技术全球领先，正从 PU 聚氨酯合成革和复合材料领域，努力向新型生态功能复合材料方向转型发展。 6、沙发家居业务今年能实现增长吗？ 答：受外部环境影响，美线沙发家居品类业务有一定不确定性，公司力争实现沙发家居品类止跌企稳复苏，力争 2025 年实现反弹增长。 7、汽车内饰品类新的客户和项目？ 答：目前公司在汽车内饰品类技术水平和综合竞争优势优良，服务的汽车品牌增多、定点项目增多，公司产品在比亚迪、丰田、小鹏、长城、江淮、奇瑞等主流汽车品牌的部分车型上实现应用。 公司正积极联系、接洽新的车企品牌及其 T1 供应商，努力争取新的定点项目，有能力、有信心在未来一段时期内，实现汽车内饰品类呈现“低基数、高增长”态势。 8、目前公司估值不高，未来市值管理上有什么规划吗？ 答：估值不高反映出公司股价相对被低估，没有反映出公司应有价值。自上市以来，第一、二大股东始终未进行减持操作，表明两大股东对公司的发展前景充满信心，坚信公司具备持续成长与创造价值的能力。 近年来，公司积极研究股份回购、员工持股计划、股份增持等政策，并适时推出相关方案，向市场传递积极信号。公司于 2021 年、2022 年、2023 年连续三年实施股份回购，累计回购规模约 1 亿元；推进实施第 3 期员工持股计划，建立长效激
--	--

	励约束机制，构建企业与员工利益共同体；2025 年，公司积极研究中国证监会关于股票回购增持再贷款的相关规定，推进实施控股股东增持公司股份。 未来，公司将进一步丰富股东回报方式，依法合规运用好多种市值管理工具，努力促进公司市值与内在价值相匹配。 9、目前安利越南的开工率状况如何？其生产成本与国内相比是否更高？ 答：2025 年以来，安利越南产销量有所提高，经营业绩有所改善。现阶段产能利用率约 50%，计划 2025 年实现停亏、减亏，力争实现一定盈利。 越南产业链配套没有中国完善，部分原材料需要从中国进口，物流成本高于国内；人工成本低于国内，综合来看，生产成本与国内大体相当。 从生产成本角度来看，由于越南当地的产业链配套尚不及中国完善，部分原材料需要从中国进口，这导致其原材料和物流成本高于国内。不过，越南的人工成本低于国内。综合各方面因素考量，安利越南的生产成本与国内大体相当。 10、公司几个品类的成长性展望？ 答：公司无论是优势品类，还是新兴品类，均展现出良好的成长性。 功能鞋材品类：2025 年计划实现较快增长。公司与耐克升级为战略合作伙伴，合作进一步加深，同时与阿迪达斯、彪马、亚瑟士、国际斐乐、安踏、李宁、特步等国内体育运动品牌合作向好，正积极联系 NB、UA 鞋部等品牌，随着与这些品牌合作的推进，订单有望增加，推动该品类业务增长。 沙发家居品类：受外部环境影响，该品类面临一定挑战，但公司培育了较多国内外品牌客户，口碑和影响力提升，从长期来看机遇大于挑战。 汽车内饰品类：随着新能源车的流行和驾乘体验要求的提升，市场对汽车内饰材料的需求不断增加，作为公司重点开拓的新兴市场领域之一，2025 年计划实现较高速度增长，具有较
--	--

	好的成长前景。 消费电子品类：是公司的新兴品类之一，公司与苹果公司合作深化，与 Beats、三星、联想、谷歌等品牌建立合作，2025 年计划总体稳中有升。 11、公司战略上坚持专业化，品类和产品上坚持多元化，是否会分散公司资源？ 答：公司深耕聚氨酯复合材料行业，集聚资源，聚焦主业，坚持“专业化、特色化、品牌化、规模化”的发展战略，这意味着公司在核心技术研发、生产工艺优化、人才团队建设等方面持续投入，不断巩固在聚氨酯复合材料领域的专业优势。 同时，公司统筹兼顾品类和市场的适度多元化，是在稳固主业的基础上进行的拓展。公司通过市场促销和调研，发现不同行业对于聚氨酯复合材料的多样需求，进而有针对性地开发多元产品品类。公司开发经营的功能鞋材、沙发家居、汽车内饰、消费电子、体育装备、工程装饰等品类，虽然应用场景不同，但底层技术都基于公司擅长的聚氨酯复合材料技术。在生产过程中，部分原材料采购、生产设备以及基础的生产流程可以实现共享与协同。 同时，在市场渠道方面，适度多元化的品类可以借助公司已有的品牌影响力和销售网络进行推广。公司积累了丰富的品牌大客户服务经验与成熟的销售渠道，可以复制推广用于向新客户推广不同品类的产品。适度多元化能够让公司不依赖单一市场、单一客户，降低经营风险。当某一市场或客户出现需求波动时，其他市场和客户的业务可以促进公司的运营和发展。 所以，公司战略上的专业化与品类和市场的适度多元化是相辅相成的。前者为后者提供坚实的技术、资源和品牌支撑，后者则是前者在市场上的拓展与延伸，二者有机结合，不仅不会分散公司资源，反而能够促进资源的高效配置与利用，实现公司的可持续发展。
附件清单（如有）	无。

日期	2025 年 5 月 22 日
----	-----------------