

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：2025-021

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、江海证券：刘文正； 2、立广投资：吴文立； 3、华泰证券：李思佳； 4、华创证券：苏千叶； 5、国金证券：任建斌； 6、凛冬资产：程波、吴真军。
时间	2025 年 8 月 7 日 10:00-11:30
地点	公司行政楼九楼会议室
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理：姚和平 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； 二、主要问题及回答： 1、公司功能鞋材品类主要客户结构及营收贡献？ 答：公司功能鞋材品类的客户结构覆盖广泛，既包括国际知名体育运动品牌，也涵盖国内主流体育运动品牌， 公司与耐克、阿迪达斯、彪马、亚瑟士等国际品牌保持良好的合作关系。其中，公司是耐克在中国大陆唯一一家中资鞋用聚氨酯合成革及复合材料合格供应商，自 2025 年 1 月公司升级为耐克战略合作伙伴以来，耐克给予公司的开发产品和项目

	有所增多，双方合作态势良好。 2024 年 5 月，公司成为阿迪达斯合格供应商。目前已有一定的订单量产并实现一定销售，公司努力在 2025 年继续蓄势积能，为未来实现高增长打好基础。 公司与彪马、亚瑟士合作稳步推进，今年通过美国 NB 供应商认证，并积极联系 UA 鞋部、HOKA、昂跑等品牌，培育新动能。 在国内市场，公司与安踏、李宁、特步、中乔、361° 等国内主流体育运动品牌的合作基本实现全覆盖，正通过加大开发、加强互动等方式，努力提升公司在品牌采购份额中的占比。 2、公司汽车内饰品类主要客户的营收贡献？ 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，成效初显。基于当前的发展基础，公司有能力和有信心在未来一段时期内，推动汽车内饰品类呈现“低基数、高增长”的发展态势。 3、公司消费电子品类未来的增量空间？ 答：公司在消费电子品类具有良好的先发优势，覆盖了国内外较多品牌客户，在其部分终端产品及配件上实现应用，包括键盘、手机和笔记本电脑机身背板，平板键盘和保护套，手机保护壳、头戴式耳机、无线充电器等产品。 未来，该品类的增量空间主要体现在两方面：一是持续拓展新客户，提高市场份额；二是积极开发新的应用场景，挖掘更多潜在需求，从而推动业务规模的进一步增长。 4、公司沙发家居品类今年以来的情况？ 答：今年以来，房地产市场景气度下行和美国关税政策反复等外部环境变化，终端沙发家居需求受到一定影响，进而传导至材料采购。公司沙发家居品类业务有一定波动，但公司通过客户拓展与结构优化对冲影响，与芝华仕、爱室丽、顾家等品牌客户合作态势向好，同时培育了一批 500 万-2000 万量级左右的品牌客户，场面逐步打开，特别是国内和美线沙发家居客
--	---

	户对公司认知度较高，公司知名度、美誉度提升。 5、安利越南亏损的原因？其生产成本与国内相比有什么区别？ 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。全部建成达产后，将形成年产生态功能性聚氨酯合成革及复合材料 1800 万米的生产经营能力。 由于前期折旧、员工薪酬、产品和市场开发投入较大，且品牌客户对安利越南验厂认证周期等原因，安利越南产销量未达盈亏平衡点，经营有一定亏损。但 2024 年三季度以来，安利越南产销量有所提高，经营业绩有所改善，趋势向好。 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。 6、公司于近期出售了第 3 期员工持股计划，又启动了第 4 期员工持股计划的原因？ 答：事业成败在于人，公司坚持人力资源是第一资源，人力资本胜于货币资本。公司实施员工持股计划，旨在将员工利益与公司长期发展深度绑定，建立和完善利益共享机制和风险共担机制，强化激励与约束并重，确保激励与公司长远发展目标紧密挂钩，构建员工与公司的利益共同体与命运共同体，促进公司持续、健康发展。 公司第 3 期员工持股计划于 2022 年实施以来，已逾三年，在第 3 期员工持股计划终止的同时，公司启动实施第 4 期员工持股计划，参与人数较第 3 期增加近 100 人，表明了公司经营管理层与员工坚定看好公司未来发展。 7、公司未来的扩产计划？ 答：安利越南剩余 2 条生产线具备投产条件，同时，公司积极推进本部生产线的技术革新改造，不断优化产能结构布局，逐步调整湿法生产线，增加可兼容生产水性、无溶剂产品的干法复合型生产线等，现有产能与订单基本匹配。现阶段，公司
--	---

	更聚焦市场与客户，产能并非首要关注因素。 8、展望未来，公司对现有品类和业务结构如何规划？ 答：在现有品类方面，对于消费电子、汽车内饰、高端体育运动等具备技术壁垒和高附加值潜力的品类，公司将持续加大开发，提升产品的核心竞争力和溢价能力，进一步扩大在中高端市场的份额。 在业务结构规划上，公司优先保障高技术含量、高附加值、高毛利的业务获得更多资源支持，平衡好优势品类与新兴品类的资源投入，逐步降低低附加值业务在整体结构中的占比，努力把安利打造成“成长型、效益型、价值型”企业。
附件清单（如有）	无。
日期	2025 年 8 月 7 日