

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：2025-028

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、华夏基金：吕佳玮、吴昊、王嘉伟； 2、中信证券：赵征。
时间	2025 年 9 月 11 日 16:00-17:30
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	一、参观公司展厅； 二、主要问题及回答： 1、2025 年上半年公司各品类营收占比，后续会呈现什么变化？ 答：2025 年上半年公司各品类营收占比，较一季度大体相当，个别品类有增有减。功能鞋材、沙发家居两大优势品类合计占比接近 70%，其中，功能鞋材营收占比总体稳定，沙发家居有所下降；汽车内饰品类营收快速增长、占比提升，电子产品稳定，体育装备略有下降，合计营收占比约 30%。 关于各品类收入占比变动趋势，取决于下游客户的订单需求情况，不同品类的订单量会随市场需求、客户合作进度等因素动态调整，将随实际订单落地情况呈现内部增减变动。 2、公司各品类的毛利率情况？

	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，向不同客户提供的产品均需根据其具体需求（如性能指标、工艺要求、环保标准、订单规模等）进行定制化开发与生产，因此不同客户、不同定制化产品的毛利率存在客观差异，无法形成统一的品类毛利率标准。 一般来说，公司电子产品、汽车内饰品类整体毛利率相对较高。功能鞋材、沙发家居品类毛利率呈现“分层分化”特点，既有毛利率稳定的基础款产品，也有高毛利率的高附加值产品，根据不同客户、不同产品有所区别。 总体而言，公司各品类毛利率的差异，本质上是产品技术含量、定制化程度、客户层级等因素共同作用的结果。公司通过持续优化产品结构、升级客户层级，提升高技术含量、高附加值产品占比，提高优质客户占比，进而推动整体盈利水平提升。 3、公司近些年毛利率不断提升的原因是什么？ 答：近年来，公司积极推进客户和产品转型升级，成效正逐步显现，品牌大客户增多，高毛利、高附加值产品占比提高，进一步增强了公司在市场中的核心竞争力。同时公司练好“内功”，加强内部管理，降本提效、节能降耗成果良好。 4、PU 材料未来的应用领域会越来越广吗？相较于真皮的区别是什么？ 答：从应用领域来看，PU 材料的应用场景正持续拓宽。除传统的鞋材、沙发家居等领域外，近年来在汽车内饰、消费电子等领域的渗透显著加速。未来，随着下游行业对高性能、多功能、生态环保型材料需求的提升，PU 材料在现有应用领域的渗透率有望进一步提高，同时在半导体、具身智能等领域的应用空间也将逐步拓展，空间广阔。 相较于真皮，PU 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，PU 材料顺应了全球消费者对生态、功能、绿色、环保的需求，受到国家产业政策鼓励和支持，形成对天然皮革的良好替代，市场前景广阔。

5、PU 材料在国内汽车内饰市场应用前景如何？

答：随着特斯拉推出 100%不含皮革的内饰车型，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。从当前应用格局来看，新能源汽车品牌是 PU 材料在汽车内饰领域的主要应用主体。随着新能源汽车市场渗透率持续提升，消费者对新能源汽车的内饰质感、环保性能、功能体验提出了更高要求。PU 材料凭借耐刮耐磨、耐水解、抗老化等高性能，抗菌、阻燃、低 VOCs 等多功能，以及生态环保特性，同时兼具较高的性价比，成为新能源车企打造差异化内饰竞争优势的重要选择，广泛应用于汽车座椅、门板包覆、中控台、方向盘等内饰部件。

从未来拓展潜力来看，PU 材料在燃油车领域的应用空间将逐步打开。随着消费者对汽车内饰的环保性、舒适性要求日趋统一，以及燃油车企为提升产品竞争力加速内饰升级，PU 材料的综合优势将逐步被燃油车市场认可，未来有望在燃油车中实现应用比例的提升。

6、公司产品在汽车内饰领域的单车价值量是多少？

答：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。

单车价值量根据不同品牌车型的使用部位、材料性能、单价等，会有所区别，通常一辆车使用聚氨酯合成革及复合材料 2-20 多米不等。

7、汽车内饰品类新增的定点项目及下半年展望？

答：公司在汽车内饰品类是后进入者，但通过近几年的技术攻关与能力建设，目前技术水平和综合竞争优势优良，公司产品在比亚迪、丰田、大众、鸿蒙智行系列、小鹏、长城、江淮、奇瑞等主流汽车品牌的部分车型上实现定点、应用，成效初显。

	凭借优质的产品质量与服务响应速度等，在巩固与现有客户合作的基础上，公司积极联系、拓展新的车企品牌，服务的汽车品牌和定点项目呈现增多态势，其中部分定点项目预计在2025年下半年或2026年进入量产阶段。 8、公司的定价策略？是否是成本加成？ 答：公司不简单地采用成本加成的定价方式，而是综合客户需求、竞品情况、应用领域、目标毛利率等多重因素，采取灵活、审慎的综合定价模式。 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。 9、短期内公司有融资需求吗？ 答：公司暂时没有融资计划。一是公司短期资本支出已基本完成，本部技改项目与安利越南剩余两条干法生产线已按计划落地，目前产能结构可充分满足国内外客户的订单需求；二是公司现金流保持稳健状态，资产负债率健康，抗风险能力较强。 10、公司目前在半导体领域的进展如何？ 答：半导体领域是公司重点关注的战略储备品类，依托公司在聚氨酯复合材料领域的技术积累，公司历经两年的技术开发与验证，目前首批小批量订单已实现量产交付，但该批次订单金额较小，短期内对公司营收不构成重大影响。后续，公司将积极拓展相关客户，探索该领域的新增长点。
附件清单（如有）	无。
日期	2025年9月11日