

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：2024-037

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、申万菱信基金：路辛之； 2、华安基金：辛大伟； 3、德邦证券：潘云鹤。
时间	2024年9月20日10:00
地点	安徽安利材料科技股份有限公司行政楼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><b>1、2024上半年公司各个业务板块营收情况？</b></p> <p><b>答：</b>公司构建了“2+4”业务布局，2024年上半年，功能鞋材呈现“高基数、高增长”态势；汽车内饰、电子产品呈现“低基数、高增长”态势，体育装备稳定增长。沙发家居品类短期内遇到一定挑战，略有下降，但总体稳定。</p> <p><b>2、公司上述几个品类的核心大客户分别有哪些？</b></p> <p><b>答：</b>公司在开发经营上坚持“四个一代”思想，即“经营一代、开发一代、储备一代、谋划一代”，努力构建客户梯度培育体系。</p> <p>功能鞋材品类，公司基本实现安踏、李宁、特步、361度、中乔、匹克等国内运动品牌全覆盖；国际运动品牌大客户有耐</p>

克、彪马、亚瑟士等。

沙发家居品类，公司在国内、美线市场覆盖了较多知名品牌，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。

消费电子品类，公司有着良好的优势，与苹果合作稳定向好，积极拓展联系三星、谷歌、联想、vivo、OPPO、小米、荣耀、Beats 等品牌客户。

汽车内饰品类，公司产品在比亚迪、丰田、小鹏、长城、极越、极氪等汽车品牌的部分车型上实现应用。

体育装备品类，公司与耐克装备、迪卡侬装备等合作良好。

总体而言，公司客户与产品转型升级成效初显，口碑和影响力日渐提升。未来，基于品牌客户自身发展、公司占其内部份额扩大、应用场景拓展等多方面因素，公司在“2+4”品类有增量机会和空间，前景广阔。

### **3、2024 上半年公司功能鞋材销量增长原因？**

**答：**功能鞋材是公司优势品类之一，公司已基本覆盖安踏、李宁、特步、361 度、中乔和匹克等国内主要运动品牌，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；公司是彪马、亚瑟士重要供应商，合作态势良好；与耐克合作有序推进，符合计划预期，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，未来动能强劲；2024 年上半年，公司成为阿迪达斯、安德玛装备部和供应商，培育新动能；正积极联系包括 NB、HOKA、昂跑等在内的国际品牌客户，努力为其服务。同时，TPU 等高端运动鞋材的销售增加，以及增量大客户拓展成效初显、逐步放量，公司功能鞋材品类实现较快增长。

### **4、人造革合成革行业国内市场规模及公司市场占有率？**

**答：**我国是人造革合成革生产大国及消费大国，据统计，人造革合成革市场规模约 800-900 亿元，其中，PU 合成革约占 40% 左右。国内聚氨酯合成革行业是开放和竞争的行业，市场规模大，企业数量较多，行业分散、集中度低。

目前，在部分中高端细分领域，公司产品市场占有率已超

过 20%，但总体的市场占有率仍有较大提升空间。公司是国家工信部认定的“全国制造业单项冠军示范企业”，行业地位突出。未来，公司将积极开拓市场，努力扩大销售，提高市场份额。

#### **5、2024 上半年公司毛利率提升的原因？**

**答：**毛利率提升明显的主要原因在于销售端和开发端。公司积极转型升级，加大产品创新和市场开拓力度，一是客户结构优化，品牌大客户增多；二是产品结构优化，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。三是对部分品牌客户、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。这三方面共同促进了公司单价的提升。

从成本端来看，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，且今年原材料价格基本稳定，公司内部持续开展降本提效工作，整体成本控制成效较好。

综合来看，单价提升、成本稳定，毛利率提升明显。

#### **6、公司各个品类毛利率水平如何？**

**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。

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。

#### **7、目前公司聚氨酯树脂自己配套使用占比多少？**

**答：**公司使用的聚氨酯树脂，主要是自主研发生产。公司控股子公司合肥安利聚氨酯新材料有限公司，具有年产聚氨酯树脂 7 万吨的生产能力，公司具有一体化研发生产优势，集成协同创新能力强。目前公司主要用于配套自用的聚氨酯树脂占比约 90%左右。

#### **8、原材料价格波动对下游客户的传导期约多久？**

**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。

	<p>公司根据宏观环境变化、原材料价格水平、供需形势等，适时调整销售单价，使公司产品的售价基本与原材料价格的变动相适应，谋求多方互利共赢。</p> <p><b>9、安利越南上半年情况及未来展望？</b></p> <p><b>答：</b>安利越南定位于中高端市场，主要立足于国际运动休闲、沙发家居等品牌客户。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，尚未达到盈亏平衡点，经营有一定亏损。</p> <p>安利越南加大市场开拓，积极加强与国际品牌合作与接洽，推进验厂审核工作，成为耐克、阿迪达斯和乐至宝合格供应商，通过耐克实验室认证，为未来发展带来更多机遇。</p> <p>目前，安利越南 2 条生产线已投产，产量提升至 30 余万米/月，亏损减少。公司期望安利越南 2024 年下半年止亏、停亏，2024 年较上年实现减亏。同时积极推进剩余 2 条线建设，计划于 2024 年年底调试，2025 年上半年投产。</p> <p><b>10、公司目前行业地位？</b></p> <p><b>答：</b>公司是国家工信部认定的“全国制造业单项冠军示范企业”，连续八年蝉联中国轻工业塑料行业（人造革合成革）十强企业，行业地位突出，综合实力强。</p>
附件清单（如有）	无。
日期	2024 年 9 月 20 日