

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：2025-003

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、长江证券：王明； 2、工银瑞信：周鑫、高京霞。
时间	2025年2月17日 15:00-16:00
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？未来会有什么变化？</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；新兴品类汽车内饰和电子产品收入合计占比约20%左右；培育品类体育装备、工程装饰收入合计占比约10%左右。</p> <p>2024年，公司功能鞋材整体呈现“高基数、高增长”态势，沙发家居品类略有下降、总体稳定；汽车内饰、电子产品呈现“低基数、高增长”态势；体育装备稳定。</p> <p>2、2024年功能鞋材品类有哪些增量较大的客户？2025年预期及未来驱动增长的因素是什么？</p> <p>答：2024年，公司与耐克合作成效初显，实现“低基数、高增长”，符合计划预期；与安踏合作深化，销售实现较快增</p>

长；彪马、亚瑟士、李宁、特步等品牌实现增长。

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，对功能鞋材品类延续2024年的良好态势，充满信心。驱动增长的因素有以下几个方面：

一是公司于2025年1月升级成为耐克公司战略合作伙伴，合作加深，公司在服务耐克、份额提升、实现价值等方面，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。

二是阿迪达斯是全球第二大体育用品品牌。2024年，公司与阿迪达斯处于蓄势阶段，积极推进产品开发，计划在2025年努力实现较好的销售额并继续蓄势积能，为未来实现高增长打好基础。

三是与安踏、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。

四是公司加强TPU等新产品开发与推广，努力覆盖更多国内外品牌客户。

五是积极联系UA鞋部、NB、HOKA、昂跑等品牌，培育新动能。

### **3、2024年沙发家居品类收入情况及未来趋势？**

**答：**受房地产行业不景气等因素影响，2024年公司部分国内沙发家居客户下降，但美线沙发市场实现增长，总体稳定。

公司在沙发家居品类客户增多、结构优化，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。从目前看，计划在2025年沙发家居品类止跌企稳复苏，并力争实现增长。

### **4、2024年电子产品品类主要客户，以及在电子产品领域的应用场景？**

**答：**电子产品是公司新兴品类之一，具有良好的先发优势，覆盖了苹果、三星、Beats、谷歌、vivo、OPPO等品牌客户，在其部分终端产品及配件上实现应用，包括键盘、平板保护套、

手机保护壳、手机机身背面、头戴式耳机、无线充电器等产品，对公司经营业绩有良好的促进作用。

#### **5、2024 年汽车内饰品类主要客户及单车价值量？**

**答：**汽车内饰市场是公司重点开拓的新兴市场领域之一，公司产品在比亚迪、赛力斯、丰田、小鹏、长城、江淮、奇瑞等品牌车型上实现应用，成效初显，公司看好汽车行业，是大空间、大市场、大机遇。

单车价值量根据不同品牌车型的定点项目、使用部位、材料性能、单价等，会有所区别，一辆车大约需要 2-15 米聚氨酯合成革及复合材料。

#### **6、进入车企供应链的门槛？**

**答：**汽车领域进入壁垒相对较高，呈现准入难度大、技术门槛高的特点，具备一定的行业门槛和客户粘性。

一是进入汽车品牌供应链体系，需通过客户各种较为严格的专项认证和体系认证，从通过供应商认证，到项目定点、开发验证，再到试产、量产，通常需 1-2 年，甚至更长时间。在后续合作阶段，终端客户通常会持续对主要供应商进行考核，满足其相关认证要求。

二是车企对汽车内饰材料的性能要求较高，随着新能源汽车快速发展，对内饰材料的气味、阻燃、防污、生态环保、包覆加工性能等要求更高，有较为严格的检测标准。由于聚氨酯合成革和复合材料品质直接影响下游产品品质，下游客户更换供应商成本高、风险大，通常会将通过认证的供应商，列入合格供应商名录，一般不轻易更换。

三是汽车内饰领域具有产品类型多样、应用领域可扩展性强的特点，作为产业链上游环节，聚氨酯合成革和复合材料需要保持相应的创新质量和节奏，呈现出多品种、小批量、定制化、高品质、快交货等特征，以满足市场和消费者新质感、新视觉、新体感的需求。

#### **7、公司如何看待毛利率的波动性？**

**答：**公司产品应用领域广，下游客户需求多样，采取以销

	<p>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。</p> <p>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，高技术含量、高附加值产品占比提高。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p><b>8、公司的核心竞争优势？</b></p> <p><b>答：</b>公司的竞争优势体现在，一是新工艺、新技术的开发与布局，积极开发经营水性、无溶剂、生物基、硅基、回收再生等核心技术工艺，通过产品创新和工艺技术转型升级，促进产品、技术迈向中高端。二是公司工艺设备先进，在全球同行业内具有领先水平，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。三是公司在新兴品类，如汽车内饰、电子产品等领域具有先发优势。四是公司产品质量优异，能批量稳定供货，持续为客户提供优质的产品与服务，且产品性价比高。</p>
附件清单（如有）	无。
日期	2025 年 2 月 17 日