

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：2025-024

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、中泰证券：王芳、鲍雅； 2、华泰柏瑞基金：沈雪峰； 3、鑫元基金：李彪； 4、申万菱信：苗琦； 5、招商基金：张西林； 6、投资者：葛军等。
时间	2025年8月27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、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、参观公司展厅、部分生产车间；</p> <p>二、主要问题及回答：</p> <p><b>1、请简要介绍公司现有的业务布局情况。</b></p> <p><b>答：</b>30余年来，公司始终聚焦聚氨酯复合材料主业，以“高性能、多功能、生态环保”为核心发展方向，在坚持产业专业化与产品特色化的基础上，兼顾品类及市场的适度多元化，构建起“2+2+2+2”的产品矩阵和业务格局，形成分层推进、协同发展的品类布局体系，是全国同行业为数不多的具备跨领域多品类协同开发与应用覆盖能力、拥有全球头部客户资源的企业。</p> <p>在业务布局中，公司以主业为根基，同步推动产品结构与</p>

客户结构升级。

一是深耕功能鞋材、沙发家居两大优势品类。通过多年的技术与客户的积累，公司在这两个品类有着稳定的全球知名客户资源和良好的竞争力，如耐克、阿迪达斯、亚瑟士、安踏、李宁、芝华仕、顾家等。

二是发力汽车内饰、电子产品两大新兴品类，依托聚氨酯复合材料的高性能、多功能和生态环保优势，满足新兴领域的需求。在汽车内饰领域，产品已切入比亚迪、丰田、大众、小鹏、长城、鸿蒙智行、江淮、奇瑞等车企供应链。在电子产品领域，公司聚氨酯复合材料已在苹果、三星等品牌的键盘、头戴式耳机、手机机身、手机与平板保护套等部分产品上实现应用，推动主业产品结构向高技术含量、高附加值领域升级。

三是拓展培育品类与战略储备品类。在培育品类层面，公司依托主业技术积累，向体育装备、医疗健康领域延伸，探索新的市场需求；在战略储备层面，关注半导体、具身智能等前沿领域，开展前瞻性技术研发与产品储备，为未来主业向更高技术含量领域突破奠定基础。

## **2、2025 年上半年公司各品类营收占比及变化情况？**

**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%。

## **3、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。

#### **4、功能鞋材品类的增量空间及下半年展望？**

**答：**功能鞋材是目前公司最具优势的品类，客户覆盖较为广泛，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，形成良好的客户渠道与竞争优势。

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。

从产品创新维度来看，TPU材料作为功能鞋材领域的新兴品类，为该业务带来了全新增量空间。目前TPU材料在运动品牌的推广虽处于起步阶段，但其具备优异的弹性、耐磨性与生态环保性，且在轻量化、时尚性等性能特点上，契合当前运动鞋

款的升级需求。未来，随着公司积极拓展 TPU 材料在更多品牌客户鞋型中的落地应用，将成为公司功能鞋材品类新的增长点。

综合来看，公司在耐克、阿迪达斯、安踏、李宁等品牌的采购份额占比，仍有较大提升空间，随着与新老客户合作的持续深化以及新动能的逐步释放，预计 2025 年下半年功能鞋材品类将保持良好的发展态势，未来市场空间广阔。

#### **5、2025 年上半年公司汽车内饰品类快速增长的原因？未来成长性展望？**

**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，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。2025 年上半年，公司服务的汽车品牌增多、定点项目增多，带动订单增长。

全球汽车市场扩容、新能源渗透率提升，为公司汽车内饰品类未来发展，提供广阔空间；公司正积极联系、接洽新的车企品牌，有能力、有信心争取更多定点项目。

#### **6、公司所处行业的市场规模？**

**答：**公司所处的人造革合成革行业市场体量大且发展态势良好。据相关统计，目前国内人造革合成革市场规模约 900 亿元左右，其中，PU 合成革作为重要细分品类，约占市场规模的 40%。国内聚氨酯合成革行业是开放和竞争的行业，市场规模大，但企业数量较多，行业分散、集中度低。

在细分领域，公司已展现出较强竞争力，在部分中高端细分市场，产品市场占有率超 20%，但整体而言，公司在行业中的综合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。

#### **7、安利越南什么时候扭亏为盈？**

**答：**因客户验厂认证周期较长，产销量未达盈亏平衡点，以及计提折旧，前期员工、产品和市场开发等投入较大等因素，安利越南公司 2023-2024 年经营有一定亏损。2025 年以来，安

	<p>利越南产销量有所提高，经营业绩有所改善，2025年上半年较上年同期亏损减少。</p> <p>安利越南剩余两条生产线于2025年8月完成设备安装调试及试生产，正式投产，进一步提升公司产能，有助于公司扩大销售，提升竞争能力，创造更好的经济效益。</p>
附件清单（如有）	无。
日期	2025年8月27日