

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：2025-027

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、国海证券：李永磊、孟美辰； 2、平安资管：张旭欣。
时间	2025年9月5日 14:30-16:30
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
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、公司产品做到中高端，难度在哪里？</b></p> <p><b>答：</b>公司所处的聚氨酯复合材料行业具有个性化、多品种、小批量、快交货等特点，对公司的研发、生产、交付都有极高的要求。公司产品定位中高端，销售的产品均为针对客户订单需求进行个性化开发和定制的产品，即便是同一品类的产品，不同订单在配方、工艺、物性、化性、功能、交期等方面的要求也存在差异，要精准满足客户“既要产品表现力且品质稳定、又要定制灵活、还要交付高效、更要成本可控”的复合型诉求，企业必须具备非常强的技术开发、生产组织与资源整合能力。</p> <p>经过多年的经营积累，公司已具备这些能力。近年来，公司大客户增多，高技术含量、高附加值产品占比提升，核心产品既具备优异的物理性能、化学稳定性与功能特性，又兼顾生</p>

态环保特性，能够满足客户的复合型需求。

此外，公司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的企业，进一步增强了产品附加值和企业自身的竞争力。

## **2、耐克占公司的收入体量？如何配合耐克进行开发？**

答：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。2025 年上半年，耐克装备及鞋材相关业务为公司贡献的收入呈现“低基数、高增长”态势，但当前公司在耐克 PU 材料采购总额中的占比仍较小，未来提升空间广阔。

在开发配套上，公司深度契合耐克的产品开发理念和周期，按其常规流程提前一年左右介入开发环节。

## **3、阿迪达斯上半年的业绩贡献？**

答：今年以来，阿迪达斯已有部分订单量产，实现一定销售，目前业绩贡献处于打基础和蓄势积能的阶段。

## **4、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。

## **5、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。

#### **6、公司所处行业的市场规模与竞争格局？**

**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，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企业”，行业地位突出。

过去，日本、韩国及中国台湾地区的 PU 合成革企业凭借技术先发优势，长期占据全球中高端市场。近年来，公司通过持续的技术开发与产品创新，部分核心产品达到国际领先水平，正逐步抢占国际竞争对手的市场份额，努力占领全球技术高地与市场高地，逐步实现从“跟跑”“并跑”到“领跑”的转变。未来，公司将依托技术积累与行业地位，进一步开拓国内外市场，扩大产品销售，提升市场占有率。

#### **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、半导体项目研发周期一般需要多久？对产品的性能要求有哪些？**

**答：**半导体作为公司的战略储备品类，其研发周期受产品差异、技术路径、客户需求及行业特性等多重因素影响，难以形成统一的时间标准。相较于公司功能鞋材、沙发家居等成熟品类，半导体项目的技术开发、性能测试、客户验证、产线适配等各阶段耗时弹性较大，因此整体研发周期更长。

在产品性能要求上，半导体材料对参数稳定性、高耐用耐久性、工艺适配性方面的标准极为严苛，以确保高性能和高良率。后续，公司将积极拓展相关客户，探索该领域的新增长点。

**9、相较于国内外同行业竞争对手，公司的竞争优势是什么？**

**答：**公司核心竞争力的构建，是技术开发、设备工艺、生态环保等多要素的有机综合体，是一种长期的、独有的、别人难以模仿与复制的综合竞争能力。具体体现在：

一是技术研发优势，公司是“国家重点高新技术企业”“国家认定企业技术中心”“国家技术创新示范企业”，是“国家知识产权示范企业”，拥有“国家级博士后科研工作站”，掌握多项核心技术和专利，能够根据客户需求快速开发定制化产品，满足不同应用场景的需求，技术研发能力和产品创新能力全球行业领先。

二是品牌与客户优势，公司与众多国内外知名品牌建立了长期合作关系，积累了良好的中高端客户资源，客户群体覆盖功能鞋材、沙发家居、汽车内饰、电子产品多个行业，具有较高的品牌知名度和美誉度，且产品质量优异、性价比高，赢得了客户的信任与信赖。

三是产能与成本优势，安利股份本部现有 40 条生产线，设备工艺精湛，能够实现高效率柔性生产，近年来对其中的部分生产线进行更新改造，调整优化产能结构，提升生产效率与产品质量，扩大整体产能，并逐步提高水性、无溶剂产能占比；公司与上游原材料供应商建立稳定的合作关系，确保原材料的稳

	<p>定供应和成本控制。</p> <p>四是生态环保优势，公司始终坚持“环保至上、绿色发展”的环保理念，积极开发经营水性、无溶剂、TPU、硅基、生物基、回收再生、可降解等具有国际领先水平的低碳环保工艺技术。公司是国家工信部认定的“国家绿色工厂”“全国工业产品绿色设计示范企业”，公司产品获国家工信部认定的“国家绿色设计产品”，六次获“安徽省环保诚信企业”，是“中国工业碳达峰领跑者企业”，连续六年高分通过国际 Higg FEM 环境模块认证。</p> <p>这些优势使公司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，为未来持续健康发展奠定坚实基础。</p>
附件清单（如有）	无。
日期	2025 年 9 月 5 日