

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：2023-015

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	1、开源证券：蒋跨越。
时间	2023年9月27日 14:30-16:00
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 证券主任：王睿
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>1、公司股权结构和实际控制人情况？</p> <p>答：安利股份成立于1994年7月，目前股权结构为，以姚和平为首的安利管理团队组建的安徽安利科技投资集团股份有限公司（以下简称“安利投资”），是安利股份第一大股东，持股比例为21.9%；合肥市工业投资控股有限公司是安利股份第二大股东，持股比例为12.57%；其他为港资股东和社会公众股。公司是民营控股、国有和外资参股的企业。</p> <p>公司实际控制人是公司管理团队姚和平、王义峰、杨滌光、陈茂祥、黄万里、胡东卫、刘兵、李道鹏等8人一致行动人，合计持有控股股东安利投资的股份比例为65.17%，间接持有安利股份的股份比例为14.27%。根据《一致行动人协议书》，作</p>

为一致行动人，各方同意在安利投资及安利股份相关会议中行使表决权时，根据事先协商确定的一致意见进行投票；如各方无法就表决、提案、提名等事项达成一致意见的，各方同意在不违背法律、法规和公司章程的规定，不损害公司、股东和债权人利益的前提下，按照姚和平的意见进行表决、提案或提名，以提高安利股份和安利投资的经营管理和决策效率，统一决策意志和行动，实现更好的经济效益和价值回报。

2、公司生产基地及产能情况？

目前公司有 2 个生产基地，一是地处安徽合肥经开区的安利工业园，二是安利越南公司。

产能根据订单结构、生产工艺等，有一定弹性。目前，安利工业园产能利用率总体保持稳定。安利越南规划建设 4 条生产线，其中 2 条生产线于 2022 年末调试投产，另外 2 条生产线正在洽谈、采购中。

3、安利越南布局的考量？有何优势？

答：近年来，耐克、阿迪达斯、彪马、亚瑟士、ZARA、爱室丽等下游运动休闲、沙发家居等知名品牌客户，在越南投资建厂。公司在越南布局，优势明显，一是越南与美国、欧盟、东盟等国签订自贸协定，多重机遇叠加，机遇众多，市场空间广阔；二是适应国际品牌产能转移的趋势，更好地对接、服务国际品牌，扩大市场份额；三是积极化解国际贸易冲突带来的关税风险。总体来说，安利越南空间广阔。

4、公司下游主要客户情况？各应用领域需求分布占比？生产周期？

答：公司坚持品牌引领，深化“2+4”领域布局，努力构建梯队式的客户群体。其中，功能鞋材和沙发家居两项优势品类营收占比合计约 80%左右，汽车内饰、电子产品、体育装备和工程装饰四项新兴品类营收合计占比约 20%左右。公司与苹果、彪马、迪卡侬、安踏、特步、李宁等国内外头部客户合作良好，与耐克、宜家、比亚迪、长城等品牌客户合作态势向好，客户合作意愿增强，大客户战略成效显现。

公司所处的聚氨酯复合材料行业是一个快时尚行业，市场变化多、变化快，采取以销定产、订单驱动的经营模式，向客户提供定制化产品，产品具有小批量、多品种、交期紧、变化快、难度高等要求。根据客户要求，生产周期一般为3-15天不等。

5、普通 PU 合成革、超细纤维 PU 合成革和生态功能性 PU 合成革的区别？

答：普通聚氨酯合成革的优点是生产工艺和设备简单，色彩、花纹、品种较多，价格低。其缺点是在手感弹性、阻燃性、耐久耐用性、透气性、耐化学腐蚀性、耐黄变、耐酸耐碱、耐水解、耐低温曲挠性等功能，以及生态环保性方面明显劣于生态功能性聚氨酯合成革。

超细纤维聚氨酯合成革本质上就是聚氨酯合成革的一种，其优点是具有类似于天然皮革的外观，具有卓越的力学性能，抗张强度和撕裂强度高，切口类似真皮，但价格总体较高，大多数采用苯减量工艺，易残留甲苯等有害物质。

生态功能性聚氨酯合成革，主要以无纺布、机织布、针织弹力布、TPU膜、超纤基布等为基材，以聚氨酯树脂涂覆表层，以湿法、干法或湿法加干法等工艺制成的一种多功能、高性能的生态复合高新材料，具有颜值美丽、时尚流行、质感优良、功能出众、生态环保，应用领域拓宽，空间广阔。

6、汽车内饰领域需求情况？客户情况？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和增长动能。当前公司汽车内饰品类市场开拓取得了一定的成果，已通过丰田、长城、比亚迪等供应商认证，已获得部分定点项目且量产；公司正积极扩大定点项目，努力争取更多订单。此外，公司在积极联系、接洽更多汽车品牌。总体而言，公司在汽车内饰领域品牌口碑、影响力提升，态势向好，动能强劲。

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、单价以及该款汽车的销量等，会有所区别，一辆车大约需要2-15米聚氨酯复合材料，使用部位包括内饰、座椅、门

护板、仪表盘等。

7、最近下游需求情况？订单经营情况？

答：2023年上半年，在市场需求不振、国内外体育运动品牌去库存、房地产市场低迷的大环境下，下游需求偏弱，订单受到影响。随着下游需求恢复，公司二季度经营情况明显好于一季度，2023年二季度扣非后归母净利润扭亏为盈，好于2023年一季度、2022年三季度及四季度；目前公司生产经营总体保持稳定。

8、公司竞争优势？未来发展规划？

答：公司成立至今，坚持聚焦主业，坚持“目标导向、品牌引领、创新驱动、智能制造、智慧管理、绿色生态、员工幸福、关系和谐”的发展路径，积极扩大与全球头部企业合作，寻求特色化、差异化经营，品牌客户合作增多，产品技术含量和附加值提高，构建了良好的核心竞争能力，是全球聚氨酯复合材料行业的领先者、领导者和领跑者。

公司核心竞争能力是来自于技术开发、设备工艺、市场客户、人力资源、管理能力和企业文化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。

公司主要竞争优势有规模领跑、技术领军、品牌响亮、客户优质、产品卓越、绿色环保、管理优良、全球布局。

公司将坚持品牌引领、创新驱动，优化“2+4”市场布局，做大做强功能鞋材、沙发家居两大优势品类，努力提高在品牌客户内部的采购份额；积极培育电子产品、汽车内饰、体育装备、工程装饰四项新兴品类，获取新的增长机遇和增量空间，蓄势积能；加强安利越南经营管理，利用好安利越南发展平台，提升市场影响力，增强公司综合竞争实力。

“十四五”期间，公司期望计划形成年产生态功能性聚氨酯合成革及复合材料1亿米左右的生产经营能力，努力实现更好的效益，创造更大的价值。当然，这是一个稳步提升的过程，是公司期望通过奋力拼搏实现的规划目标，不代表对社会投资者的承诺。

附件清单（如有）	无。
日期	2023 年 9 月 27 日