

## 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：2024-015

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：参加券商策略会
参与单位名称及人员姓名	1、盘京投资：马欣； 2、招商基金：于凡真。
时间	2024年2月27日 15:30-16:30
地点	中信建投证券2024年春季上市公司交流会（深圳）
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、目前公司有获得比亚迪新的定点车型吗？2024年汽车品类销售预期？</p> <p>答：比亚迪是新能源汽车中的龙头企业，目前有多款车型在公司定点，部分已量产，部分处于开发阶段，今年有新车型上市。公司进入比亚迪供应商体系较晚，占其内部分额有较大提升空间。公司努力扩大定点项目，争取更多订单。</p> <p>基于2023年部分定点项目在2024年实现量产，以及公司正努力争取新的、更多的定点项目，提高现有客户的内部分额，同时积极推进新的品牌车企认证工作，公司销售部门有信心在2024年及未来一段时期内，实现汽车内饰品类较高速增长，销售额较快提升。</p> <p>2、公司水性、无溶剂技术工艺的优势？</p> <p>答：公司10余年前就积极推进研发水性、无溶剂等物性和</p>

环保性能更高的材料工艺技术，满足全球市场对生态功能型产品的良好需求，走在全球同行业前列，具有先发优势。

公司 2011 年开始布局水性、无溶剂生产工艺技术，于 2015 年左右实现技术方面的突破，后经过 2-3 年的验证和批量试产，于 2018 年稳定量产。近年来，随着公司积极推进客户和产品转型升级，与国内外品牌客户合作增多，水性、无溶剂产品产量于 2020 年左右逐步提升。

目前公司水性、无溶剂技术成熟，技术全球领先，产能具备，具有渠道和国内外品牌客户众多优势，能够稳定生产并快速转换成竞争优势，是公司未来发展的重要增长点之一。

在水性、无溶剂技术全球领先和国内外品牌客户众多构筑的双重壁垒下，公司期望未来获取良好的经济效益。

### **3、公司功能鞋材品类 2024 年增长态势？**

**答：**功能鞋材是公司的优势品类之一，公司积累了良好的客户资源与渠道关系，享有良好声誉。

从当前来看，运动品牌去库存基本结束，品牌客户订单恢复增长，同时，TPU 等高端运动鞋材的销售增加，大客户拓展成效显著、逐步放量，以及 2024 年巴黎奥运会的召开，公司销售部门对 2024 年功能鞋材销售预期良好，计划实现较快增长。

### **4、公司进入安德玛装备部供应商体系，目前有量产订单吗？**

**答：**目前公司与安德玛装备部开始了一定的合作订单，当前订单量较小，公司正积极加强合作，努力扩大销售。同时以此为契机，积极推进安德玛鞋部的认证工作。

### **5、沙发家居品类 2024 年销售预期？**

**答：**沙发家居是公司的优势品类之一，2023 年，在房地产行业低迷的大环境下，从第二季度开始，公司沙发家居订单复苏增长，2023 年销售较 2022 年实现较快增长。

公司营销部门对今年及未来一段时期内沙发家居品类销售充满信心，计划实现较快增长。主要基于以下几个方面：

一是聚氨酯合成革和复合材料在沙发家居中应用比例提

升。从营销人员参加展会、走访市场、客户交流得到的信息，过去在沙发家居中较多使用烫金布（科技布）等布艺材料，目前应用大幅减少，PU 应用快速增加，呈上升趋势。主要原因是相对于烫金布（科技布）等布艺材料，PU 易打理、清洁和保养，防水防污性能、耐水解、耐用性能优异，体现“尊贵感”“高贵感”，为公司带来了重要机遇和良好的增长空间。

二是沙发家居品类客户增多和结构优化。公司积极拓宽市场、整合渠道，在国内、美线市场覆盖了较多知名品牌，欧线市场有待挖掘、开发和扩大，公司培育了一批 500 万-2000 万量级左右的品牌客户，建立了良好的客户梯度体系，口碑和影响力提升，形成了良好的增长动能。

#### **6、公司中长期发展规划？届时各品类的营收占比变化？**

**答：**“十四五”期间，公司期望通过努力拼搏，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。

未来，随着汽车内饰、电子产品等新兴品类的拓展，公司“2+4”品类营收占比可能会发生一定变化。

#### **7、2023 年公司毛利率增长是否来自于原材料价格回落的红利？**

**答：**公司毛利率稳步提升的原因，主要是公司客户和产品转型升级的成果。

2023 年以来，公司产销量、单价、收入、毛利率均呈现上升态势，经营业绩逐季度好转，主要得益于公司客户和产品结构升级成效显著，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、高单价和高毛利产品占比提高。

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，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。

#### **8、TPU 产品 2024 年销售预期？**

**答：**TPU 是行业发展的新动能，TPU 产品可应用于功能鞋材、

电子产品和体育装备等领域，是公司今年及未来重要增长点之一。

2014年，公司开始研发生产TPU产品，用于在亚瑟士（ASICS）跑鞋中；2020年，公司成功进入苹果公司供应商体系，将安利TPU产品应用在苹果妙控键盘及相关配件中。但过去TPU产品占公司营收比重较小，基于公司良好的综合实力和TPU的广阔空间，2023年公司决定做大做强TPU产品。

2022年下半年开始，公司与安踏、特步等国内外运动品牌，进行TPU开发打样，2023年6月逐步量产，初见成效，产销量处于稳步上升期；与耐克、彪马、361度、中乔等，在TPU产品合作上处于起步阶段；其他如李宁、匹克等，正在推进协调中。

2023年，公司积极推进TPU产品的开发与营销工作，受到安踏、特步等品牌客户的肯定与认可，在安踏、特步的TPU采购份额实现提升，同时，公司正积极向其他国内外体育运动品牌进行营销和推广，积极推进TPU产品在耐克、迪卡侬等体育装备领域的开发应用。TPU市场有空间，公司有能力，在2024年较快提高TPU产品销售额及占比。

**9、PU在燃油车中的应用趋势？公司有向燃油车供应PU吗？**

**答：**过去，聚氨酯合成革和复合材料在汽车内饰领域应用较少，随着新能源汽车快速发展，对内饰材料生态环保性能要求提高，聚氨酯合成革和复合材料替代真皮、PVC人造革、纺织品等传统材料，在新能源汽车中的应用逐渐成为一种趋势，为其自身发展带来了广阔的市场空间。

由于PU具有良好的物性和功能性，生态环保且性价比高，在燃油车中也有良好的应用空间，当然，实际应用还要受品牌方开发设计理念、定点车型、汽车销售价格、消费者定位等多种因素影响，不能一概而论。公司取得丰田、长城等部分燃油车型定点项目，但目前销售体量较小。

**10、公司主要原材料、天然气成本占比？**

**答：**公司原材料成本占比约60-65%左右；天然气成本占比

	约 8-10%左右。
附件清单（如有）	无。
日期	2024 年 2 月 27 日