

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：2024-023

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、涌乐投资：岳雄伟； 2、浙商证券：马远方。
时间	2024年5月24日 14:15-16:00
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
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、安利越南当前经营情况，今年能实现盈利吗？</b></p> <p><b>答：</b>2023年四季度以来，随着客户订单逐步增加，产能逐步释放，安利越南产销量平稳增长，亏损减少，态势向好。公司期望安利越南2024年下半年减亏、止亏，并力争全年实现略有盈利。</p> <p><b>2、公司一般如何对下一年的收入进行规划和预测？</b></p> <p><b>答：</b>公司一般于每年四季度，开始制定下一年度的销售计划，首先由营销部门基于当时以及未来一段时期内的外部市场环境，自下而上对客户逐一讨论分析，形成初步的销售计划。</p> <p>公司经营管理层根据营销部门初步的销售计划，自上而下、自下而上地组织开展多轮的讨论分析，最终形成下一年度的销售计划。公司制定的年度计划目标是公司期望通过奋力拼搏去</p>

实现的计划目标，不代表对社会投资者的承诺。

### **3、今年安利股份总部有新的扩产计划吗？**

**答：**近年来，随着客户与市场转型升级，公司积极优化调整内部产能结构，调整部分湿法产能，新增干法复合型聚氨酯合成革生产线，为未来发展蓄势积能。

### **4、公司占耐克内部采购份额？**

**答：**公司与耐克装备部合作良好，是耐克在中国大陆唯一中资鞋用聚氨酯合成革及复合材料合格供应商。因公司进入耐克鞋部供应商体系较晚，2023 年公司与耐克合作处于蓄势积能、稳步起量阶段，销售业务较 2022 年同期实现增长，但营收及占比相对较小。

公司积极推进与耐克装备部和鞋部的合作，目前从耐克足球、运动包到运动休闲鞋材料，耐克有较多新项目、新产品在公司开发。公司机会加大，态势向好。

今年，控股子公司安利越南进入耐克全球鞋用材料供应商体系，是未来服务耐克的重要平台。耐克是公司重要的增量客户和重大的增长空间，未来动能强劲，空间广阔。

### **5、汽车内饰品类 2023 年收入？公司是怎么进入汽车领域的？**

**答：**汽车内饰市场是公司重点开拓的新兴市场领域，目前服务的汽车品牌逐渐增多，公司产品在比亚迪、丰田、小鹏、长城、极越、极氪等汽车品牌的部分车型上实现应用，处于积极拓展和蓄势积能的阶段，2023 年下半年以来初见成效，销售收入较 2022 年呈现“低基数、高增长”态势。

公司于 2015 年进入汽车内饰领域，最早是和合肥本土汽车品牌江淮汽车开展合作。因当时汽车内饰材料主要是真皮、PVC 和纺织品，因市场机会少、渠道关系有限等因素，公司汽车内饰收入规模较小。

公司坚定地看好汽车行业，正努力争取新的定点项目，提高现有客户的内部份额，同时积极推进新的品牌车企认证工作，公司有能力、有信心在未来一段时期内，努力提高汽车内饰品

类收入。

**6、电子产品品类未来两三年的预期？**

**答：**电子产品是公司的新兴品类之一，是公司未来重要的新动能和增量空间。目前公司覆盖了较多国内外消费电子知名品牌客户部分终端产品及配件，与苹果合作稳定，与三星、Beats 等合作向好，有新项目处于开发和量产阶段；积极联系和拓展摩托罗拉、联想、谷歌、OPPO、VIVO、荣耀等品牌企业。

电子产品应用场景丰富，行业门槛较高，准入难度大，对产品的精密性和稳定性要求较高，公司在该品类积累了一定的优势，正努力提升在现有客户中的内部份额，努力扩大销售，提高市场份额。公司对电子产品品类销售预期良好，努力做大做强，实现更好的效益。

**7、2024 年对公司收入可能贡献最大的品类或客户？**

**答：**随着公司产品 and 客户转型成效初显，公司主要品类销售全面提升。一方面，公司积极推行大客户战略，推进产品和客户结构升级，国内外品牌大客户增多，汽车、电子、高端功能鞋材、高端沙发家居等高毛利产品占比提升；另一方面，公司统筹兼顾，抓重点，建立梯队式的客户群体，不过度依赖单一客户，规避经营风险。

**8、公司在 2020 年前年均研发投入约 8000 万元左右，这两年平均在 1 亿元以上，研发投入增长的主要原因和主要投向？**

**答：**公司坚持长期主义，保持高强度的研发投入，加大高技术含量、高附加值产品的开发力度，加大市场开拓。近年来，公司国内外品牌大客户增多，转型升级成效初显。公司在研发方面的投入，为可持续成长和发展带来强有力的支撑。

公司在产品开发上始终坚持“经营一代、开发一代、储备一代、谋划一代”思想，坚持以市场为导向、以客户为中心的开发，坚持以市场为导向、以客户为中心的开发，努力开发经营水性、无溶剂、TPU、硅基、生物基、回收再生等差异化、有竞争力、有后劲的产品工艺技术。

**9、聚氨酯复合材料还会有新的应用场景吗？**

	<p><b>答：</b>公司所处的聚氨酯复合材料行业是一个快时尚行业，与人们的日常生活息息相关，下游应用领域广泛，有进一步拓展的空间和可能。</p> <p>公司积极关注行业发展动态，同时培育和拓展户外、游艇、医疗等新兴领域，努力满足不断变化的市场需求，获取新的增长机遇和增量空间，蓄势积能。</p> <p><b>10、阿迪达斯的发展空间？</b></p> <p><b>答：</b>获取阿迪达斯订单，无需像耐克一样先建实验室。目前公司及安利越南正在积极联系开发产品，处于打基础和蓄势积能的阶段。</p> <p>公司及控股子公司安利越南同时成为阿迪达斯合格供应商，表明公司的综合实力和水平，再次获得国际一流体育运动品牌的认可。阿迪达斯是公司未来重要的新动能、新增长点，有利于进一步扩大公司鞋类国际运动休闲品牌客户群体。</p> <p><b>11、从四五月份来看，公司二季度经营情况？</b></p> <p><b>答：</b>2024年以来，公司延续了2023年三四季度的良好态势，积极推进营销与开发工作，生产经营稳定向好。</p>
附件清单（如有）	无。
日期	2024年5月24日