

证券代码：300866

证券简称：安克创新

公告编号：2023-001

安克创新科技股份有限公司 投资者关系活动记录表

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 checked="" 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	线上参与公司安克创新 2022 年度网上业绩说明会全体投资者
时间	2023 年 5 月 10 日 10: 00-12: 00
地点	价值在线（ https://www.ir-online.cn/ ）网络互动
上市公司接待人员姓名	董事长阳萌先生 董事、总经理赵东平先生 独立董事李国强先生 董事会秘书张希先生 财务负责人杨帆先生 保荐代表人赵欢先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1.你好，请问公司 Q1 毛利向好的原因是什么？哪些产品营收增长较快？</p> <p>答：您好，2023Q1 公司毛利率改善主要受益于公司内部提效降本、汇率变动和国际间运费下降。从产品维度看，主力的充电类产品在 2023 年第一季度同比保持了持续增长的趋势，无线音频类产品在 2023 年第一季度也有较好的业绩表现。</p> <p>2.请问户储产品年内是否上市，销售渠道是怎么的？</p> <p>答：您好，公司阳台光伏产品已经上市，目前在尝试线</p>

下渠道销售。

3.新品从概念设计到开发上架周期是多久？

答：您好，感谢您的关注。新产品的开发周期取决于具体品类的产品复杂度、已有技术储备、相关供应链成熟度等多种因素。

4.面对消费电子产品技术更新、产品迭代速度加快风险，公司生产研发新产品的速度是否能跟上时代的脚步？

答：您好，我们自认为是一家拥抱变化、擅于倾听的公司，关注用户需求，指导产品迭代是我们应对变化的主要措施，希望能够跟上时代步伐，谢谢。

5.想请问下，公司今年1到4月在户外储能产品的销量同比去年如何？对今年全年户外储能产品预期如何，对于户内家庭储能未来预期如何？谢谢。

答：您好，便携式储能我们今年预期能比去年有更好的表现，预计未来会有更多容量段的产品推出。阳台光伏相关产品已经上市，正在收集第一阶段用户反馈，我们希望未来在充电和储能板块都有较好的表现，谢谢。

6.看到公司有投资可以科技，公司也成立了自己的机器人公司，未来公司对于机器人，人工智能这块有什么明确的规划和未来行业发展预期吗？

答：您好，人工智能和机器人是科技企业重点关注和发展领域，我们希望未来能够与时代同频，谢谢。

7.我印象中的安克，太低调，太务实了，从不蹭热点。能简单说一下安克对于往后的发展愿景么？

答：您好，感谢认可。我们持续关注用户需求，希望用高质量的产品、服务赢得用户的信赖和认可。从公司角度，我们希望能深耕消费电子领域，拥有多个市场认可的成熟品牌，覆盖相对较多品类，穿越周期，成为一家与消费者共同成长的公司。

8.关于境内和境外市场占比公司是否有长期目标？

答：您好，感谢您的关注。对标其他优秀的消费电子全球化品牌，他们在中国境内市场的营收占比能到总营收的15%-20%左右，长期看我们期待对标这个目标。

9.公司新产品 eufyX9pro 扫拖一体拖地机器人是否可以用于工业用地等大面积的地面清扫？目前清洁程度如何？

答：您好，感谢您的关注。eufyX9pro 扫拖一体机器人主要定位家用清洁场景，采用了多项自主研发的前沿技术，可实现智能路径规划和避障规划以及高速双旋下压式拖把等功能，清洁力度和效率对比已有产品有显著提升。

10.欧美国家是安克的重要市场，2023 年以来，欧美国家的 3C 电子消费量明显下滑，请问公司未来有怎样的应对策略？是否会拓展在欧美的线下销售渠道？

答：您好，感谢您的关注。安克创新目前在欧美市场已完成沃尔玛（Walmart）、塔吉特（Target）、开市客（Costco）、百思买（BestBuy）、哈罗德百货（Harrods）、迪克森（Dixons）、塞尔福里奇(Selfridges)等线下渠道的入局，并在持续建设欧美市场的本地化的营销团队，以深化当地的渠道拓展和运营。

11.请问公司 2023 年一季度盈利能力高于 2022 年一季度的原因是？是大环境原因还是产品原因？

答：您好，2023Q1 公司毛利率和毛利额的改善主要受益于公司内部提效降本、汇率上升和国际间运费下降。存货减值计提的减少主要受益于备货政策变化以及供应链能力的提升。谢谢。

12.请问贵司在 2023 年，计划采取哪些方式来削减物流成本？

答：行业需求和政策环境是影响物流成本的关键因素。公司是国际间物流行业头部供应商的重点客户，通过长期稳

定的订单获得供应商在服务质量、价格、响应速度等方面的优先级，通过优化采购计划、提升海运比例实现部分降本，谢谢。

13.公司 23 年 Q1 的存货相比年初上升了 31%，但是 22 存货刚刚清理了一波库存，22 年末存货相较于 21 年末下降了 28%，请问一下，这个原因是什么呢？是因为 23 年业绩要实现增长吗？那么 23 年的预算目标是多少呢？

答：您好，22 年末存货余额较 21 年年末有所下降主要系公司在 22 年提升了供应链管理能力和合理规划及采购库存，调整备货策略所致。23 年 Q1 存货较期初上升系备货季节性影响所致。

14.2023 年第一季度公司毛利率同比上升 41.54%，请问主要驱动因素是？未来还会保持增长吗？

答：您好，2023Q1 公司毛利率改善主要受益于公司内部提效降本、汇率变动和国际间运费下降，我们会继续关注，希望能交出好的答卷。

15.近年智能手机换新周期变长，这一趋势是否对公司充电产品反而是利好因素？

答：您好，感谢您的关注。充电产品市场需求受多方面影响，目前与智能手机换新周期之间的关联关系还不够显性。

16.在智能化层面（AI 技术），公司是否有针对旗下部分产品有升级或者 AI 加持，例如音响，扫地机器人之类的。

答：您好，我们对创新的技术和工具积极、持续关注，目前暂无具体的产品计划。

17.请问一下安克创新的亚马逊站内广告费率，2020、2021、2022 的广告费率多少呢？

答：您好，亚马逊站内广告费用属于公司市场推广费用

的一部分。2020年至2022年，公司整体市场推广费占销售收入比例持续增加，从6.6%，7.04%到7.64%，谢谢。

18.公司计划在2023年下半年逐步推出户用储能产品，请问主要产品是哪几款？目前研发情况如何？

答：您好，谢谢关注。公司首批阳台光伏产品已在海外上市，我们将根据第一阶段的用户反馈指导改良产品。其他产品也在陆续迭代，希望能在2023年有更多的产品推出。

19.目前是否考虑进入非消费电子类的品类？

答：您好，公司目前主要专注消费电子产品类，未来将持续关注行业前沿技术与应用趋势，提升企业核心竞争力，持续为消费者提供优质的产品和服务，谢谢。

20.运动时耳机容易滑落、以及容易出汗影响耳机的功能，请问贵公司生产的运动耳机在这方面是否有做研究？

答：您好，感谢您的关注。佩戴舒适及稳固性、防汗及防腐蚀是安克创新研发运动耳机的重点方向，尤其在出汗影响上，公司有严苛的盐雾测试等设备和规范，确保相关产品的可靠性。

21.公司除充电类产品外，又积极拓展了智能创新类/无线音频类产品，这进行多元化业务拓展主要有哪些考虑？新业务和传统充电类产品的利润率孰高孰低？在产品研发方面是否有继承借鉴，或者起到摊薄研发成本的作用？

答：您好，感谢您的关注。随着技术发展，消费电子产品类持续有新品类机会出现，更好地满足用户需求的同时也为公司带来发展机会和空间。消费电子产品类的拓展中，在用户群体、洞察方法、底层技术、供应链等方向都有共通性，公司已经沉淀了经验丰富的研发团队和创新方法论，新品类的研发可以对已有资源进行较高比例的复用。

22.请问公司新推出的马赫（MACH）无线蒸汽洗地机与传统的洗地机相比有何创新点？是否存在什么不足？用户

反馈情况如何？

答：您好，感谢您的关注。首款马赫（MACH）无线蒸汽洗地机产品有如下创新点：美学上，马赫无线蒸汽洗地机采用一体化机身设计和胶囊轮廓。机身线条流畅，有种不张扬的和谐美；并且，一体化的设计使用户在收到产品时，不用组装，可以直接进行使用。创新上，马赫无线蒸汽洗地机搭载了全球首创 SteamWave™无线蒸汽技术，产生高温、高纯度、直喷地面的无线蒸汽，该项技术突破了行业瓶颈；此外还具备 82 分钟超长续航、地面速干、滚刷 3 重自清洁等功能。为解决用户除菌的焦虑，马赫还颠覆性地用到了钛铂合金，做出业界电解率最高、最安全，达到 99.99% 除菌率的活氧水发生器。相关创新点都能为用户带来显著提升的体验。细节上，做到了直觉式人机交互体验，产品按键设计会根据用户下意识动作习惯设计与呈现；用户不需要看产品说明书，一拿到产品就知道怎么用。目前主要收到的用户反馈都集中在深度清洁力十足、续航久，颜值很高，高温蒸汽除菌功能比较安心等方面。

23.公司产品音频眼镜是否具有防水功能？产品重量如何？是否舒适感？

答：您好，感谢您的关注。公司的音频眼镜产品具备防水功能，防水等级为 IPX4，重量约为 40g，在同类产品中佩戴舒适度较高。

24.能说一下贵公司的便携性储能产品么？包括家庭户储。

答：你好，2022 年公司推出的便携式储能产品获得了一定认可，2023 年预计产品更丰富，覆盖更多容量段。阳台光伏产品已经在海外上市，未来期待有更多的产品推出。谢谢。

25.请问公司充电产品在欧洲及日本销售量增长快的主

要原因？未来是否重点进军海外市场？

答：我们已在欧洲、日本市场深耕多年，对海外市场的用户需求、地缘文化、渠道通路进行了长期的学习和跟进，并使用本地化的团队来沟通、反馈、迭代产品和服务。在较长时间内，我们会是一家海外市场占比较高的公司。

26. 贵公司在降本增效上有何策略？

答：我们主要从两方面进行改进。1 优化品类组合，避免战线过长，确保战略、重点品类资源供给；2 用赋能+管控的方式，优化运营效率。

27. 贵公司与亚马逊云科技建立联合创新实验室，AI 如何赋能业务？是否有已经应用的？

答：我们与亚马逊云的联合创新实验室在智能广告投放等领域展开合作，实现了自动广告调价竞价机制，将广告投放从人工/规则模式转变为智能模式，优化广告展示效果，效率提升 30% 以上；并通过应用亚马逊云科技的机器学习服务 AmazonSageMaker，帮助更好地实现产品规划决策、产品质量优化、销售运营优化和营销投放策略优化等。

28. 贵公司生产的智能手表是否可以检测人体健康、打电话、连接手机 APP 等功能？

答：您好，公司暂未推出智能手表产品，谢谢。

29. 面对原材料供应链出现涨价等情况，公司将采取什么措施实现利润最大化？

答：您好，公司主要通过商务招标改善、产品升级替代、采购模式优化等方式持续降低产品成本，谢谢。

30. 请问公司无线音频产品在 2022 年圣诞节北美销售情况如何？2023 年会采取什么措施提高订单量？

答：您好，2022 年公司来自于北美的销售收入 72.53 亿，较 2021 年的 63.41 亿增加 14.39%，圣诞节和黑五等促销活动对无线音频类等类产品销售和收入的增加有较大影

	<p>响，2023 年公司会持续通过产品研发迭代更新，品牌力提升，成本管控等措施提高销售业绩和市场表现，谢谢。</p> <p>31.海运价格上下波动不断，贵公司是否考虑在海外开设生产基地？</p> <p>答：您好，公司不直接参与生产环节，主要依靠长期合作的优质供应商完成产品生产供给，其中部分供应商已经在海外耕耘多年。同时，运费目前不是产业链布局的决定性因素。感谢您的关注。</p> <p>32.公司产品在国内的品牌知名度不如国外，销量也不及国外，请问主要原因是？公司在这一方面未来会采取什么措施？</p> <p>答：您好，海内外市场在用户结构、消费习惯、渠道通路、营销资源等多方面有显著不同，这些差异直接影响了成本结构和品牌认同。虽然目前在线上细分品类取得了初步成绩，但我们在国内市场还需要不断的努力和学习，谢谢。</p>
附件清单	无
日期	2023 年 5 月 10 日