

证券代码：300866

证券简称：安克创新

公告编号：2026-002

债券代码：123257

债券简称：安克转债

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	线上参与安克创新（300866）2025年度网上业绩说明会的全体投资者
时间	2026年4月22日
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 董事、总经理：赵东平 独立董事：易玄 财务负责人：杨帆 董事会秘书：彭文婷 保荐代表人：胡健彬
投资者关系活动主要内容介绍	<p>Q1：公司港股上市的计划是否有变？目前进程如何？</p> <p>A：您好！感谢您对公司的关注。公司已在2025年12月2日向香港联交所提交了主板上市申请，当前推进正常，无异常情况。公司将根据审核进程，及时在指定信息披露媒体发布相关公告，敬请关注。</p> <p>Q2：请问安克在带线插排品类的产品规划以及智能灯具品类未来有什么具体规划？谢谢。</p> <p>A：您好，公司会持续围绕用户真实需求，拓展和完善不同场景下的产品布局。对于带线插排等产品，公司会继续围绕</p>

安全性、使用便捷性及多设备协同等方向持续迭代，结合不同使用场景不断优化产品体验。在智能灯具方面，公司也在持续推进相关布局。2025 年，公司已推出雷达驱动的户外灯带产品，进一步将智能感应、氛围照明与家庭安防场景结合起来，并支持接入主流智能家居生态。未来，公司会继续围绕用户在智能化、场景化和整体体验方面的需求，稳步推进相关产品规划。关于具体产品计划和上市节奏，请以公司后续官方信息为准。谢谢！

Q3: Eufy 可穿戴式吸乳器的销售情况？

A: 您好，eufy Mom & Baby 热敷穿戴吸奶器 S1 Pro 已面向全球市场销售，并于 2025 年在中国大陆地区上市。整体来看，公司母婴业务在报告期内实现了显著增长，并已形成一定规模的营收贡献。谢谢！

Q4: 请问公司 25 年储能业务收入情况是多少？为什么不在年报中披露？

A: 您好，2025 年公司储能业务收入超过 45 亿元，公司年报主要按照充电储能、智能创新、智能影音三大核心产业方向进行披露，谢谢！

Q5: 欧洲阳台储能增长率多少？

A: 您好，公司未单独披露欧洲阳台储能业务的具体增长率。2025 年，品类维度，公司储能业务收入超过 45 亿元；区域维度，欧洲市场总收入约 82 亿元，同比增长超过 40%，是公司增速较快的重要市场之一。阳台光储作为公司储能业务的重要组成部分，整体保持了良好的发展态势。谢谢！

Q6: 各位领导好，想请教一下从公司层面观察到欧洲市场的阳台储能需求怎么样？除了德国以外，还有哪些国家是下一阶段需求爆发的地区？公司在这些地区是否有相应的布局和期待呢？感谢！

A: 您好，从公司观察来看，欧洲阳台光储需求整体保持积极态势，核心驱动主要来自节约能源成本、节省电费需求以及产品回本周期改善。公司持续关注更多欧洲市场的政策放开和需求变化，也会结合不同市场的政策、认证和用户需求，持续推进本地化布局，并根据市场节奏推出更适配当地场景的产品。具体进展请以公司后续官方信息为准。谢谢！

Q7: 2025 年业绩增长的核心驱动力是什么？

A: 您好，2025 年公司业绩增长的核心驱动力，主要来自以下几个方面：三大核心产业方向整体保持增长，充电储能、智能创新、智能影音板块均实现较好表现；同时，公司的产品结构持续优化，盈利能力提升。公司将持续坚持研发创新和全球化业务布局，推动产品力、品牌力和经营质量同步提升。谢谢！

Q8: 2026 年在新兴市场有什么拓展计划？

A: 您好，公司将继续推进全球化布局。截至 2025 年底，公司产品已畅销全球 180 多个国家和地区，累计服务用户超过 2 亿。在巩固成熟市场基础上，公司也将持续关注拉美、东南亚等新兴市场的发展机会，并结合当地用户需求、渠道条件及合规要求，稳步推进本地化布局。公司将坚持长期主义，有序推进新市场拓展，具体区域和推进节奏请以公司后续公告及官方信息为准。

Q9: 公司维持竞争力的核心优势是什么？

A: 您好，公司维持竞争力的核心优势，主要体现在对用户需求的深度理解、持续的研发创新能力、全球化的品牌与渠道布局，以及供应链和组织协同能力。公司始终坚持以用户为中心，围绕真实需求持续推出更具竞争力的产品，并通过长期研发投入和全球化运营，不断提升产品竞争力、品牌影响力和整体经营质量。谢谢！

Q10: 今年的分红方案大概什么时候公布?

A: 您好, 公司 2025 年度利润分配预案已披露, 具体内容详见公司于 2026 年 4 月 10 日在巨潮资讯网披露的《关于 2025 年度利润分配预案的公告》(公告编号: 2026-013): 拟向全体股东每 10 股派发现金红利 17 元(含税)。在利润分配预案实施前, 公司股本如发生变动, 将按照分配比例不变的原则对分配总额进行调整。该方案已经第四届董事会第八次会议审议通过, 尚需提交公司 2025 年年度股东会审议。谢谢!

Q11: 关于 AI 的硬件投入 26 年是否会提速, 具体预算情况?

A: 您好, 公司会持续关注 AI 与硬件结合带来的产品机会, 并结合用户需求、技术成熟度和商业化前景稳步推进相关投入。未来, 公司仍将保持较大强度的研发投入。谢谢!

Q12: 汇率波动对公司利润影响大吗?

A: 您好, 本公司秉持汇率风险中性的原则开展以套期保值为目的的外汇业务, 以对冲汇率波动对公司损益的影响。2025 年在汇率波动较大且掉期点成本较高的客观环境下, 外汇远期交易有效对冲了被套期项目由于汇率波动给集团带来的损益影响, 从而部分规避了集团所面临的汇率波动风险, 增强本公司财务稳健性, 实现了预期的汇率风险管理目标。

Q13: 公司 2025 年来对美进口是否缴纳 20%IEEPA 对华对等关税? CBP 将于 4 月 20 日上线 ttss 退税系统, 公司是否已经准备申报? 请估算一下大致会有多少退税?

A: 您好, 公司部分对美销售产品适用 IEEPA 关税, 就公开信息看, 美国海关与边境保护局相关退税申报流程已于 2026 年 4 月 20 日启动第一阶段, 相关系统目前仍处于刚上线阶段, 公司将密切关注进展。

Q14: 请问 25 年安克的欧洲业务增速及一季度的情况?

A: 您好, 2025 年公司欧洲地区实现收入约 82 亿元, 同比增长超过 40%, 是公司增速较快的重要区域市场之一。公司 2026 年一季报将于 2026 年 4 月 30 日披露, 敬请关注, 谢谢。

Q15: 公司之前一直奉行浅海战略, 但现在也看到公司在做一些割草机器人等研发投入较高、硬件门槛较高的产品, 请问公司的浅海战略是否发生变化?

A: 您好, 公司所说的“浅海”, 主要是指市场规模在 800 亿美元以下的细分品类, 同样需要研发投入建立技术和产品优势。这类市场通常用户需求较为多元、竞争格局尚未固化, 因而具备较大的创新空间和增长潜力, 割草机属于该类市场。公司长期保持着较大的研发投入和较高的运营效率, 在三大核心产业方向建立优势, 深化多品类布局。未来, 公司仍会围绕用户需求, 在具备长期竞争力的方向上持续投入, 谢谢!

Q16: 公司对标拓竹的桌面 3D 打印机业务被砍掉的原因是什么? 有哪些经验和教训?

A: 您好, 公司在创意打印方向上的布局会根据用户需求、技术路径和资源配置持续动态优化。目前阶段, 公司重点聚焦 UV 打印方向, 相关产品 eufyMake UV Printer E1 于 2025 年 4 月上线 Kickstarter 众筹平台, 以超过 4,600 万美元的众筹金额刷新 Kickstarter 历史纪录, 位居全品类首位。UV 打印与 3D 打印在技术路线和应用场景上存在较大差异, 公司基于阶段性战略判断, 选择投入更符合公司产品规划、能力积累和业务机会判断的方向。感谢您的关注!

Q17: 公司割草机器人 2025 年出货量如何? 2026 年目标是多少?

A: 您好, 割草机器人是公司 2025 年重新推出产品的品类, 目前仍处于公司相关业务布局的早期阶段。公司正围绕用户需求、产品能力和场景体验持续发力, 稳步推进相关布局。感谢您的关注。

Q18: 关于公司的产品线，公司目前保留的 17 个产品线中，是否已实现“全球前三”的目标？市场排名如何？未来 3 年，公司计划将资源聚焦在哪些“确定性更高”的方向？目前研发进展如何？

A: 您好，公司长期围绕充电储能、智能创新、智能影音三大核心产业方向推进业务发展。关于相关品类的行业排名，公司已在港股上市申请文件中披露，在充电储能领域，按 2024 年零售销售额统计，公司稳居全球及北美最大的独立移动充电品牌；按 2024 年收入计算，在阳台光伏储能领域排名第一。在智能创新领域及智能影音领域，公司核心产品亦位居行业全球前列。未来，公司仍将主要聚焦三大核心产业方向，持续加大在氮化镓快充、储能全栈技术体系、声学算法、影像显示技术等方向的投入，不断提升产品竞争力和经营质量。

Q19: 我想请教管理层，在这些新领域，我们的竞争优势究竟是源于‘安克’这个品牌的背书，还是源于我们在特定技术上的领先？如果五年后，一个拥有更强流量优势的竞争对手（比如亚马逊自己的倍思品牌或手机厂商）推出类似产品并降价 30%，我们的用户为什么还会留在安克？

A: 您好，我们认为公司的竞争优势并不是源于单一维度，而是研发创新能力、供应链能力、品牌认知和全球化运营能力的综合体现。面对潜在竞争，公司坚信持续围绕满足并超越用户需求，提供更创新、更极致、更安全的综合体验将拥有长期竞争力。未来，公司会继续坚持长期主义，不断增强平台化能力和多品类协同，实现长远健康发展。

Q20: 关于储能，公司在便携储能领域的出货量占比（11.7%）低于营收占比（13.1%），但毛利率连续两年下滑，主要原因是什么？我们的储能产品竞争优势有哪些？

A: 您好，公司未单独披露便携式储能业务的具体财务数据。2025 年充电储能板块毛利率同比略有下降，主要受数码充电产品召回对短期销售节奏的扰动，以及三季度储能业务季节性波动等因素影响；整体来看，储能市场需求保持增长，公司

整体竞争力保持较强地位。从整体储能业务来看，公司目前已形成便携式移动储能、阳台光伏储能和户用储能等多元化产品布局。公司的竞争优势主要体现在对用户场景的深刻理解、持续提升的技术和产品创新能力，以及品牌、渠道和服务体系的综合优势。未来，公司也会继续围绕用户真实需求，持续提升储能业务的整体竞争力。

Q21：关于存货与盈利能力，Q4 净利润负增长中，召回成本、存货跌价、促销让利各贡献多少？2026 年 Q1，这些一次性因素是否已消化完毕？年报中近 50 亿的存货销售情况如何？原计提的 3.6 亿减值准备是否充足？是否存在进一步跌价风险？召回事件造成的直接经济损失（产品召回成本、赔偿、诉讼等）总计多少，品牌声誉损失如何量化？2026 年 Q1 充电宝品类的销售是否受明显影响？

A：您好，（1）Q4 净利润负增长：2025Q4 收入同比增长约 14.93%，净利润同比下降约 4.95%，其中经常性利润同比增加约 15.82%，净利润负增长主要是由于非经常性损益同比下降导致。召回成本大部分反映在了召回开始的第一个季度，对 Q4 净利润的影响有限；Q4 存货的资产减值损失主要受存货备货情况的影响且在公司持续一贯的会计政策下同比增加；促销和让利与各期业务情况保持同样变动趋势。（2）存货跌价准备：公司对存货跌价准备保持了一贯的会计政策和会计处理并进行了充足计提，2025 年末对 54 亿存货计提了 3.6 亿的存货跌价准备，比例约 6.81%。（3）召回影响：如上所述，召回的影响主要反映在了 2025 年，关于 2026 年 Q1 销售的具体情况，请您关注公司后续定期报告。

Q22：公司上市后通过增发、可转债等做了多轮再融资，请问贵公司如何平衡股东回报和公司增长的关系？是否会持续提升分红比例？

A：您好，公司上市后于 2025 年 7 月完成了可转换公司债券的发行，分红和融资服务的是不同层面的目标。公司将继续在提升股东回报和公司增长之间保持平衡，具体举措包括但不限于：推进公司创新引领的全球化战略布局，提升公司综合竞

争力；持续加强募集资金管理，保证募集资金合理使用，通过募投项目建设提升公司竞争力，促进增长；实施积极的利润分配政策，回报股东。公司会综合考虑经营情况、资金需求和股东回报，持续保持稳健的财务策略，谢谢。

Q23：公司产品线越来越多，内部实行赛马机制，必然面临管理瓶颈和激励机制不足问题，请问公司如何保持不同产品线团队的创业精神和对外竞争力？

A：您好，随着产品线不断丰富，公司也始终非常重视组织效率、创新活力和长期竞争力。我们保持不同产品线团队创业精神和对外竞争力，核心主要在几个方面：一是始终坚持以用户需求为中心，围绕真实痛点做产品，而不是单纯为了扩品类而扩品类；二是坚持平台化能力建设，在技术、供应链、品牌、渠道等方面形成共享支撑，同时让前端团队保持足够贴近用户和市场；三是持续完善人才培养和激励机制，鼓励长期创新和结果导向。公司希望在多品类发展的同时，既保持组织协同效率，也保持团队的创新活力。感谢您的关注！

Q24：储能、车载充电新业务今年目标是多少？

A：您好，公司会继续围绕储能相关业务稳步推进布局，包括便携式储能、阳台光储、户用储能等方向。车载充电也是公司家庭能源管理和储能生态延展的一部分。2025年9月，公司面向欧洲市场推出了全球首款搭载手势控制的智能充电桩 Anker SOLIX V1 Smart EV Charger，进一步融合光伏、户储与动态电价能力。感谢您的关注！

Q25：欧洲市场 2025 年增长 43.5%，增速远超北美。公司是否有意将欧洲打造成“第二主场”？中长期北美收入占比的目标是多少？H 股上市后，主要用于继续研发投入还是会加大在欧洲、东南亚等市场的并购力度？

A：您好，公司始终坚持全球化布局，欧洲和北美均为公司的重要市场构成，公司会结合不同区域的用户需求、市场特点和经营环境，持续推进本地化运营。关于 H 股上市后的募集

资金用途，公司已在港股上市申请文件中披露，主要用于推动产品迭代及创新、研发与人才引进、强化全球直销市场策略、升级供应链管理体系、提升品牌影响力与客户忠诚度等。谢谢！

Q26: 在经营现金流大幅下滑、存货高企的背景下，维持较高分红水平的决策逻辑是什么？是否应将更多现金留存用于运营或应对不确定性？为什么会一边高额分红一边去 H 股再融资，而不是直接用自有资金发展？

A: 您好，公司始终希望在研发投入、供应链韧性建设和股东回报之间取得良好的平衡。分红和融资服务的是不同层面的目标。分红体现的是公司对股东回报的重视；而筹划 H 股发行并上市则是为了进一步推进公司全球化战略布局，提升公司综合竞争力。公司会综合考虑经营情况、资金需求和股东回报，持续保持稳健的财务策略。谢谢！

Q27: 但作为股东，我想了解你们衡量研发投入成功与否的标准是什么？你们内部是否有一个留存收益的回报率指标？也就是说，每一块钱被留下来不分给股东，而是投入到新项目研发中，它是否在未来创造了超过一块钱的内在价值？

A: 您好，对研发投入是否有效，公司内部会结合不同业务阶段进行综合评估：对于成熟品类，更关注市占率、盈利能力等经营结果；对于创新品类，更关注用户体验、NPS 以及增长表现。归根结底，研发投入是否成功，还是要看它能否真正解决用户痛点、形成可持续的产品竞争力，并在中长期创造更好的经营成果和股东价值。感谢您的关注。

Q28: 如果用一个词概括 2025 年，管理层会选择什么？回顾 2025 年，管理层认为做得最对的三件事和最值得反思的三件事分别是什么？对于最值得反思的事件，从中吸取了什么教训？对于那些表现不及预期的业务线，‘止损’标准是什么？

A: 您好，如果用一个词概括 2025 年，公司会选择“极致创新激发可能”。公司始终围绕满足和超越用户真实需求，持

续推动技术创新、产品创新和场景创新，在充电储能、智能创新、智能影音三大核心产业方向上不断推出更具竞争力的产品，推动公司经营继续保持稳健发展。

回顾 2025 年，公司认为做得比较好的包括，坚持高强度研发投入，持续夯实核心技术和产品能力；三大核心产业方向整体保持了良好的增长势头，产品结构和经营质量持续优化；全球化布局进一步深化，品牌影响力和市场覆盖面持续提升。与此同时，公司也认识到，在复杂外部环境下，供应链管理和对外部变化的前瞻性应对能力等仍有持续优化和提升的空间。

对于表现不及预期的业务，公司会坚持长期主义的底色，但也会始终以用户价值、长期竞争力和经营效率为标准，动态评估资源投入与产出，持续优化资源配置。

Q29：请问公司对于国内市场是如何拓展的，是因为国内市场竞争激烈，毛利率低而不想发展吗？总感觉公司对国内市场不是很重视。

A：您好，公司始终重视国内市场，也会持续推进国内市场拓展，公司的策略是有质量的增长和有盈利的增长。在产品层面，公司会持续推出满足用户需求、具备较强产品力和定价能力的产品；在渠道层面，公司也在持续推进国内市场多渠道布局。感谢您的关注。

Q30：请问 2025 年，阳台储能营收为多少呢？

A：您好，2025 年公司整体储能业务收入超过 45 亿元，主要增长来自便携式移动储能和阳台光伏储能两大产品线，感谢您的关注！

Q31：请问：2025 年公司阳台储能的收入及增速情况？如何展望欧洲和北美市场今明 2 年阳台储能的需求趋势？谢谢。

A：您好，2025 年公司整体储能业务收入超过 45 亿元，从需求趋势看，欧洲阳台光储的核心驱动仍然来自节约能源成本、节省电费需求、回本周期改善以及安装便利性。北美市场

的用户需求则与欧洲有所不同，用户对更高输出功率、更大备电容量和全屋备电能力的需求更加突出。公司会继续围绕不同区域用户需求推进产品创新和本地化布局。感谢您的关注！

Q32：请问中东局势对公司在该地区业务的短期影响有多大？公司美国、欧洲和中东地区的储能收入占比情况？谢谢。

A：您好，中东地区收入占公司整体收入比重较低，因此当前中东局势对公司整体经营影响有限，暂不构成重大负面影响。公司将持续关注局势变化，并动态做好应对。感谢您的关注！

Q33：2026年一季度的阳台储能同比出货情况，以及二季度对于阳台储能出货情况的预期。中东冲突对于公司的阳台储能业务是否有正向影响。

A：您好，阳台光储需求的核心驱动仍主要来自节约能源成本、节省电费需求以及产品回本周期改善。局势冲突等外部事件可能会阶段性提升市场对能源问题的关注，并对需求形成一定催化，但对阳台光储业务而言，更长期、更核心的驱动仍是用户真实需求和政策环境。公司会持续推进产品创新和本地化布局，相关情况请以公司后续公告及官方信息为准。谢谢！

Q34：公司正在拓展的大健康业务相关产品是否考虑过争取提前进入欧美国家医疗保险认证名单？这样可以通过医疗保险报销降低欧美消费者的购买成本和门槛，惠及更多消费者，占领更大消费市场。请公司认真考虑这一建议。

A：您好，感谢您的建议。关于公司业务的具体规划及进展，请以后续公告及官方信息为准。谢谢！

Q35：1.2025年欧洲储能业务增长已经有所放缓。请问主要原因是什么？公司26Q1是否有措施来提高欧洲储能业务营收，以及毛利率？2.公司目前研发费用投入非常高，请问主要的产品方向，以及研发人员考核激励措施。3.请展望26H1的运营情况，尤其是面临美伊战争等多种不确定因素，是否会导

	<p>致海外业务暴增或者暴跌？</p> <p>A：您好，公司未单独披露欧洲储能业务的具体增速及季度经营数据。整体来看，2025 年充电储能板块毛利率同比略有下降，主要受数码充电产品召回对短期销售节奏的扰动，以及三季度储能业务季节性波动等因素影响；但储能市场整体需求仍保持增长，公司整体竞争力维持在较强水平。欧洲市场方面，储能需求的核心驱动并未发生变化，仍主要来自能源成本、节省电费需求以及回本周期改善。公司会结合不同市场的政策环境、认证要求和用户需求，持续推进本地化布局和产品迭代。关于 2026 年一季度收入和毛利率等具体情况，请关注公司后续定期报告。</p> <p>关于研发投入，2025 年公司研发费用为 28.93 亿元，同比增长 37.20%。公司始终坚持以技术创新驱动产品迭代与品类拓展，构建底层技术能力与平台化研发体系，持续完善由研发实验室、领域技术平台和产品交付团队构成的三层研发架构，覆盖前沿研究、共性技术沉淀及产品开发与市场落地等关键环节，不断提升技术成果转化效率和跨品类复用能力。</p> <p>关于 2026 年上半年运营情况，公司会持续关注国际局势变化，并有信心通过全球化布局、产品创新和供应链能力提升经营韧性，坚持稳健良好的经营，积极应对外部环境变化。感谢您的关注！</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>本次活动不涉及未公开披露的重大信息。</p>
<p>附件清单</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2026 年 4 月 22 日</p>