

安克创新科技股份有限公司 2020 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所由天健会计师事务所（特殊普通合伙）变更为毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以权益分配前总股本 406,427,207 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 8 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	安克创新	股票代码	300866
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	张希	袁浩	
办公地址	长沙高新开发区尖山路 39 号长沙中电软件园	长沙高新开发区尖山路 39 号长沙中电软件园	
传真	0731-8870 9537	0731-8870 9537	
电话	0731-8870 6602	0731-8870 6602	
电子信箱	IR@anker.com	IR@anker.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）主要业务及产品

安克创新主要从事自有品牌的移动设备配件、智能硬件等消费电子产品的自主研发、设计和销售，是全球消费电子行业

知名品牌商，产品主要有充电类、无线音频类、智能创新类三大系列。截至2020年底，公司全球用户数已超8000万，并凭借综合实力和科技创新水平位列“2020胡润中国500强民营企业”第184位和“2020中国新经济企业500强”企业第206位；旗下品牌Anker连续4年入选BrandZ“中国全球化品牌50强”榜单，其中2020年位列该榜单第11名。2020年度，公司全渠道销售额突破93亿元。

1、充电类产品

公司的充电类产品主要为“Anker”品牌的移动电源、充电器、充电线、拓展坞、带线多位插座等系列产品。其中，移动电源系列产品主要包括便携式移动电源、二合一超极充、大功率储能设备电源等；充电器产品系列主要包括桌面充电器、车载充电器、无线充电器等；充电线材产品系列主要包括Lightning数据线、Micro数据线及USB-C数据线。根据“充电头网”统计数据，2020年底，Anker品牌的20W充电器在美国亚马逊单品销量仅次于苹果官方，排名第2；根据亚马逊页面2020年12月31日数据，Anker品牌的数据线产品在日本亚马逊消费电子品类单品销量排名第1。

2、无线音频类产品

公司的无线音频类产品主要为“Soundcore”品牌的无线音箱和蓝牙耳机等系列产品。其中，蓝牙音箱系列产品主要包括手持式蓝牙音箱，便携式蓝牙音箱和便携运动式音箱等；蓝牙耳机产品包括头戴式耳机、运动款挂脖耳机和旗舰款真无线耳机等；产品具有高品质的音效、优异的设计、优质的质量和持久耐用的特点。根据研究机构Futuresource数据，2020年第二季度，Soundcore品牌在全球耳机品牌市场份额排名第7；根据亚马逊2020年12月31日实时排行榜数据，Soundcore品牌无线耳机在日本亚马逊品类销量排名第1。

3、智能创新类产品

公司的智能创新类产品主要包括“Eufy”品牌的智能家居产品和智能家居安防产品，以及“Nebula”品牌的家用投影仪产品以及其他新品类产品。其中，公司的智能家居产品主要包括智能扫地机器人、手持和便携吸尘器、智能开关、灯泡和插座等多种智能化产品；智能家居安防产品包括智能无线安防摄像头、智能门锁、智能门铃、智能家用摄像头等多种智能化产品。智能创新产品包括高清安防摄像机、车载智能语音助手、智能便携式家庭影院等产品。根据亚马逊2020年12月31日实时排行榜数据，Eufy品牌扫地机器人多款产品在日本亚马逊品类销量排名第1，在美国亚马逊品类销量分别排名第2和第3。

报告期内，公司通过以亚马逊、eBay、天猫等第三方线上平台及公司官网为主的线上渠道，以及沃尔玛、百思买、塔吉特和7-11等商超、贸易商等线下渠道，实现“线上+线下”全渠道覆盖，向全球消费者销售自有品牌的消费电子类产品，业务覆盖了超过100个国家和地区，在行业内具有很高的知名度和美誉度。

本报告期内，公司主营业务未发生重大变化。

（二）主要经营模式

公司秉承“弘扬中国智造之美”的企业使命，通过汲取全球消费电子行业领先品牌公司的品牌管理体系特点，结合自有商业模式运营情况，建立了多品类、多品牌交叉发展的品牌体系。目前，公司拥有以“Anker”为主的充电类产品品牌，以“Eufy”和“Nebula”为主的智能创新类产品品牌，以及“Soundcore”中高端音频类产品品牌等，各类产品远销北美、欧洲、日本和中东等全球主要发达国家和地区，占据领先的市场地位，在拉美、澳新、亚太等新兴市场也实现了较快发展。

1、研发模式

公司高度重视研发创新，以自主研发为主，以市场为导向进行产品开发，并对消费电子产品设计、工艺及质量要求持续改进。公司设立了产品开发部、研发中心、设计中心、软件开发部及产品测试部，构建起多维度的研发体系，形成了产品部门与支持部门交叉的矩阵式研发团队结构，并在充电产品、无线音频产品及智能创新产品等消费电子产品领域拥有多项核心技术。卓越的消费电子产品设计、研发能力，并已成为公司的核心竞争力之一。

2、销售模式

公司的销售模式包括线上销售和线下销售两种模式，其中线上销售（尤其是线上B2C平台销售）为公司传统主要的销售渠道。近年来，伴随公司在全球品牌影响力提升、渠道完善以及战略规划稳步推进，线下销售占比快速提升。电子商务研究机构Marketplace Pulse通过对亚马逊全球所有第三方店铺的用户评论数进行排名，统计得出安克创新官方店铺在美国市场常年排名第2，德国、日本、加拿大市场均排名第5，英国市场排名第9。

2020年，公司线上销售收入占主营业务收入的比例为68.06%。

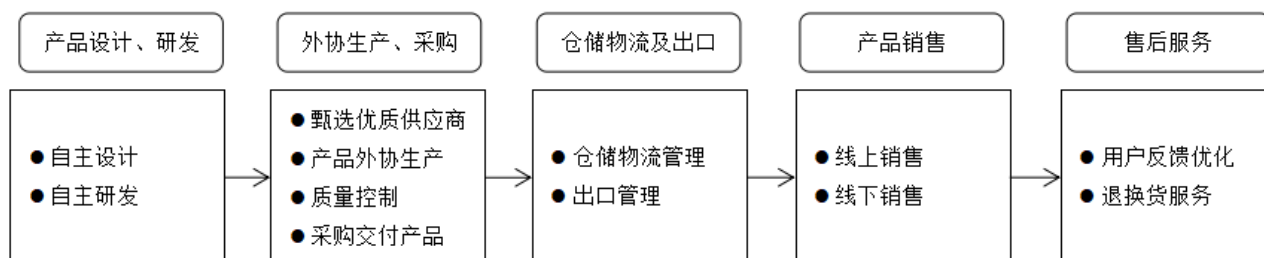
3、采购模式

公司采用“自主研发设计+外协生产”的产品供应模式，通过严格把控供应商甄选标准、严格进行质量检测，保证产品的质量可靠及使用安全性，并建立了完备的供应商管理体系和产品质量管理体系。

4、仓储、物流及出口管理模式

公司具有较强的产品仓储、发运和交付能力。仓储方面，公司在国内设有普通仓和保税仓、于海外租赁部分仓库，负责国内外的调拨备货、发货和退货等业务。针对物流管理，公司建立了集销售、采购、物流和仓库于一体的管理模式，实现由仓库入库、库存检查到提货、运单追踪和订单完成的全流程管理。公司与境内外物流服务商建立合作关系，以满足公司物流服务需求。此外，公司专设物流部门负责全面考察第三方物流服务商注册资金、运载能力、商业背景并对其进行认证。针对亚马逊平台的产品销售以及部分其他境外平台的销售，公司选择使用亚马逊所提供的物流仓储服务（即FBA，Fulfillment by Amazon服务）。

通过自主研发、外协生产及采购、仓储物流及出口、境内外线上线下销售等业务环节，公司将上游供应商、物流服务商以及遍及全球的下游消费者客户连接起来，整体经营模式如下所示：



（三）所处行业情况

近年来，在主要发达国家和地区经济持续复苏、消费电子技术创新等因素驱动下，全球消费电子行业呈现持续稳定向好的发展态势。

1、移动设备及周边市场发展情况

伴随消费电子产品技术持续进步、消费者对于移动电子设备的消费需求不断升级，全球智能手机、平板电脑等移动设备市场呈现出了爆发式增长。依托于全球移动设备市场规模的快速增长，以移动设备充电器和线材产品为代表的移动设备周边产品市场也快速崛起，据咨询机构Research and Markets统计，智能手机充电器、线材等周边产品市场规模预计至2022年将达到1,040亿美元。移动电源、充电器及线材、无线耳机及音箱等满足消费者新兴需求的前沿产品层出不穷，成为移动设备周边主流、必备产品。

未来，在全球移动设备市场持续稳定增长的预期下，伴随苹果、三星、小米等全球主流手机厂商相继宣布取消标配充电头，消费者对于充电器、线材的需求量预计将持续增加，相关市场也预计呈现持续上升的发展趋势。

同时，伴随移动设备的普及、无线传输技术的突破以及消费者使用习惯向无线化方向转变，无线耳机、无线音箱等无线

音频类产品的市场占比快速提升，消费者对无线音频类产品的接受度和满意度不断提升，产品普及度及市场份额也出现明显增长，未来发展空间广阔。

2、智能硬件行业发展情况

全球智能硬件行业消费电子产品市场广阔，包括智能可穿戴设备、智能家居及健康领域产品，涵盖智能音箱、智能插座、智能摄像头、智能照明和智能体重器等各类智能化消费电子产品。当前，新一代5G通讯信息技术正与自动驾驶、智能穿戴、交通出行、医疗健康、生产制造等行业领域集成融合，全球智能硬件产业，特别是个人电子消费品市场蓬勃发展、市场空间巨大。在人工智能、移动互联网和大数据等领先前沿技术的引领下，全球智能硬件市场方兴未艾，成为推动全球消费电子行业可持续发展的驱动因素之一。

综上，预计未来全球消费电子行业及各细分市场将保持持续、稳定向好的发展趋势，为消费电子行业内主要面向全球市场销售的知名品牌商提供良好的行业发展基础和广阔的发展空间。

（四）行业地位

作为全球消费电子行业的新兴引领者，公司秉承“弘扬中国智造之美”的企业使命，在创造良好经济效益的同时为树立并宣扬中国优秀品牌添砖加瓦。

自2011年成立以来，公司产品连续多年位列亚马逊市场品类“Best Seller”，并多次提名入围全球性电商奖项；

2019年，安克创新蝉联灵眸奖2019十大全球化领军企业，并入选2019福布斯中国AIoT百强企业榜单；

2020年，公司入选“胡润中国500强民营企业”，旗下品牌Anker连续4年入选全球最大传播集团WPP与Google联合发布的“BrandZ™中国全球化品牌50强”榜单，位列第11名；报告期内多项产品斩获国际权威设计奖项，如荣获6项德国红点设计（Red dot）奖、2项汉诺威工业（iF）设计奖，7项日本优良设计奖（Good Design Award）等。

截至报告期末，公司全球用户数已超8000万，在境外主要发达国家或地区市场拥有较高的知名度和美誉度。

3、主要会计数据和财务指标

（1）近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

	2020 年	2019 年	本年比上年增减	2018 年
营业收入	9,352,629,343.29	6,654,738,184.93	40.54%	5,232,218,241.52
归属于上市公司股东的净利润	855,932,830.11	721,080,402.18	18.70%	427,056,145.37
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	727,215,391.09	575,883,190.27	26.28%	415,260,358.17
经营活动产生的现金流量净额	187,801,106.38	383,415,813.34	-51.02%	347,871,458.33
基本每股收益（元/股）	2.25	1.97	14.21%	1.17
稀释每股收益（元/股）	2.25	1.97	14.21%	1.17
加权平均净资产收益率	26.34%	44.20%	-17.86%	36.66%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年末增减	2018 年末
资产总额	6,982,753,874.14	3,012,436,592.57	131.80%	2,050,731,333.65
归属于上市公司股东的净资产	5,398,515,452.21	1,964,086,143.72	174.86%	1,344,200,647.44

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1,536,572,827.32	1,991,140,566.22	2,490,875,080.30	3,334,040,869.45
归属于上市公司股东的净利润	138,819,079.32	137,744,363.23	256,217,617.61	323,151,769.95
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	130,057,467.58	114,414,673.85	234,914,223.19	247,829,026.47
经营活动产生的现金流量净额	-37,435,290.14	221,523,932.06	-123,182,129.63	126,894,594.09

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	12,882	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	11,664	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
阳萌	境内自然人	44.04%	178,974,000	178,974,000			
赵东平	境内自然人	11.98%	48,700,000	48,700,000	质押	150,000	
吴文龙	境内自然人	5.05%	20,520,000	20,520,000	质押	1,000,000	
和谐成长二期（义乌）投资中心（有限合伙）	境内非国有法人	3.77%	15,340,984	15,340,984			
贺丽	境内自然人	3.70%	15,027,000	15,027,000			
苏州维特力新创业投资管理有限公司—苏州维新仲华创业投资合伙企业（有限合伙）	其他	3.36%	13,657,118	13,657,118			
上海联时投资管理中心（有限合伙）	境内非国有法人	3.22%	13,082,536	13,082,536			
高韬	境内自然人	2.49%	10,125,000	10,125,000			
深圳市海翼远景管理咨询合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	2.43%	9,870,676	9,870,676			
深圳市海翼远见管理咨询合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.78%	7,253,676	7,253,676			
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，阳萌先生和贺丽女士二者为夫妻关系；高韬先生同时担任深圳市海翼远景管理咨询合伙企业（有限合伙）、深圳市海翼远见管理咨询合伙企业（有限合伙）的普						

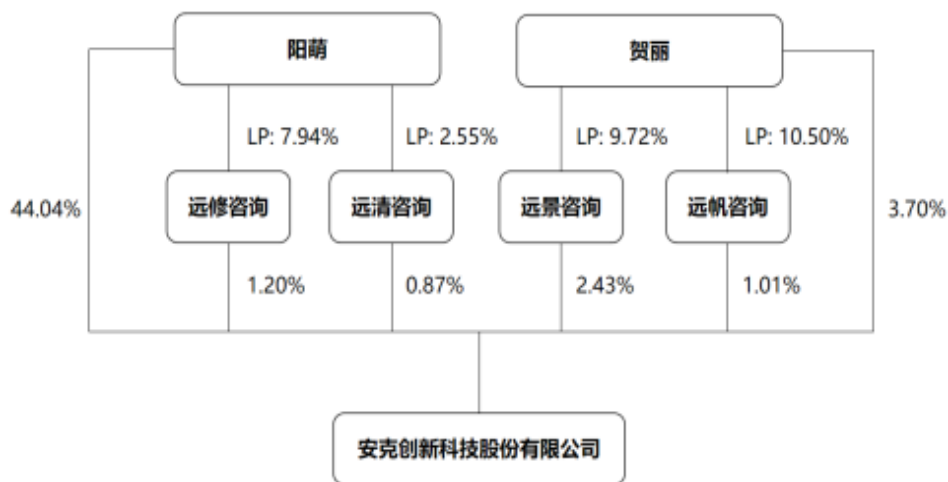
通合伙人兼执行事务合伙人。其余股东之间，未知是否存在关联关系或属于《上市公司股东持股变动信息披露办法》规定的一致行动人。

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

2020年，全球宏观经济环境波动、新冠疫情蔓延，为全球消费电子行业及跨境电商行业发展带来不确定性。作为一家全球化科技公司，安克创新快速应对外部环境变化，加强研发创新及产品开发，积极践行企业社会责任，坚持为消费者提供有价值的优质产品和服务，为全球员工提供稳定、安全的工作环境，并适当开放高质量就业机会，吸引人才就业。

报告期内，公司实现营业总收入93.53亿元，与上年同期相比增长40.54%；实现归属于上市公司股东净利润为8.56亿元，同比增长18.70%；实现扣除非经常性损益后的归属于上市公司股东净利润为7.27亿元，同比增长26.28%，持续展现了稳定的盈利能力。

(一) 强化公司主营业务，智能创新类、无线音频类产品实现快速增长

作为全球消费电子行业的新兴引领者，报告期内，公司持续专注主营业务，充电类、智能创新类、无线音频类三个主要产品品类均实现较好增长。

其中，公司的充电类产品主要为“Anker”品牌的移动电源、充电器、充电线、拓展坞、带线多位插座等系列产品。充电类产品是公司最早推出的产品品类，系公司产品销售收入的主要来源，也是公司持续、重点发展的产品领域。报告期间，由于疫情影响差旅需求大幅下降，移动电源业务收入有所降低，但受益于快充类产品需求的快速提升，公司充电类产品收入仍

呈现同比增长，实现营业收入41.44亿元，占营业总收入比例为44.31%。

公司的智能创新类产品主要包括“Eufy”品牌的智能家居产品（智能扫地机器人、无线吸尘器等）和智能家居安防产品，以及“Nebula”品牌的家用投影仪产品及其他新品类产品。报告期内，公司智能创新类产品实现营业收入30.59亿元，与去年同期相比增长102.63%。通过持续加大产品研发投入、不断推出创新产品，公司智能创新类产品收入占比大幅提升，占营业总收入比例为32.71%，与去年同期相比增加10.02个百分点。该领域已成为公司未来产品多元化的发展方向。

公司的无线音频类产品主要包括“Soundcore”品牌为主的无线音箱和蓝牙耳机等系列产品。伴随声学技术在消费级耳机、音箱等领域的不断发展成熟，TWS耳机等多种新形态的产品不断涌现，逐步被广大消费者接受和认可。公司提前预判行业趋势，储备相关人才和技术，适时推出高品质的创新产品，用多款旗舰机型塑造标杆品牌，迅速占领一定市场份额，并在2020年实现较大增长。报告期内，公司无线音频类产品在报告期内实现营业收入21.21亿元，与去年同期相比增长65.78%，占公司营业总收入比例为22.68%。伴随产品品类不断丰富，收入及占比持续呈上升趋势，无线音频类产品已成为公司重要的收入来源之一。

（二）推行组织创新，打造学习型、流程型组织，提升公司长期竞争力

为更好地适应不断变化的外部环境和变幻莫测的行业发展动向，公司在2020年着重推行了多项组织创新工作，以持续提升内部治理和持续盈利等各项能力。

一方面，公司对各职能部门实施“平台化”运作，推行每个部门专注业务、重点培养人才。公司为每个部门派驻人力资源、数据分析、流程管理和战略分析等职能角色，用以为各部门实施赋能，让各部门能更好地专注业务能力提升和人才培养，为业务提供保障；另一方面，公司推行流程化管理体系，并派驻流程和项目管理人员深入各大业务和职能团队，帮助梳理和沉淀现行有效的业务流程，集体讨论和提炼适用于解决具体业务问题的方法论，并在全公司拉通推行。公司以此建立流程型组织，帮助每个员工在科学的方法指导下用制度和流程开展工作，从而提升整体决策能力和决策效率。

为进一步提升灵活作战能力，公司设立了以产品线总经理为核心的最小化业务单元，予以充分自主决策权限和资源，辅之以公司构筑的用户洞察和市场分析体系，帮助公司尽早预判和发现新的行业机会，并迅速响应，通过公司的平台能力和组织能力帮助实现，在新市场机会中占得先机。

除了通过组织建设和战略赋能，公司还不断健全人才培养和激励体系，帮助公司长期竞争力的提升。在人才培养方面，公司致力于打造学习型组织，通过建立安克创新大学、组织多种公司层面的培训赋能活动等，提升员工工作和协同能力；在人才激励方面，公司设置了多种短期和长期激励机制，如季度“Spot Bonus”，年度“卓越奖”和设置年度经营奖励基金（2020年计提经营奖励基金1.69亿元）等。

（三）积极支持抗疫行动，践行企业社会责任

2020年上半年，新冠疫情在全球范围内爆发和蔓延。作为最早加入抗疫支持的中国企业之一，公司积极履行社会责任，在2020年1月底即通过基金会向武汉地区捐赠了30万只口罩，并持续向国内防疫一线及海外疫情严重地区积极捐赠口罩、额温枪、消毒液等防疫物资。整个疫情期间，公司在全球累计捐赠了200万只口罩，10吨消毒液，2000支额温枪等物资，助力全球抗疫。

作为出海品牌标杆企业，公司积极投身全球抗疫支持，为消费电子和品牌出海行业树立典范，有效带动行业周边企业加入抗疫行动，并为部分企业提供资源对接。公司坚持把社会责任意识融入到发展实践当中，与社会共享企业发展成果。

（四）完成首次公开发行上市，为业务发展增加新动能

经中国证券监督管理委员会《关于同意安克创新科技股份有限公司首次公开发行股票注册的批复》证监许可[2020]1592号同意注册，公司向首次社会公众公开发行人民币普通股（A股）股票4,100万股，发行价为每股人民币66.32元，募集资金总额为人民币271,912.00万元，扣除发行费用募集资金净额共计人民币257,418.53万元，其中超募资金117,535.10万元。本次公开发行上市的募集资金主要用于深圳产品技术研发中心升级项目、长沙软件研发和产品测试中心项目、长沙总部运营管理

中心建设和升级项目和补充营运资金。

本次公开发行上市有助于增强公司资本实力，改善公司财务结构，扩大公司行业及社会影响力，吸引更多优质、高素质人才，为公司未来业务发展增添新动能。公司将持续通过产品、品牌、渠道、服务等各方面的创新升级为广大投资者及消费者创造新的价值。

（五）2020年线上及线下销售情况

报告期内，公司主要通过第三方平台（如亚马逊、eBay、天猫和日本乐天等国内外知名线上B2C平台）和自有平台安克创新官网（<https://www.anker.com/>）进行线上产品销售，线上销售额占主营业务收入比重为68.06%。

在线上B2C销售平台及公司官网积累品牌优势的基础上，公司大力拓展线下B2B销售渠道，通过将产品销售给当地大型零售集团（如沃尔玛、百思买等）、电信运营商和区域性贸易商等，实现对目标地区线下市场的快速覆盖，构建线上+线下立体化销售模式。期内公司线下销售额占主营业务收入比重为31.94%，较2019年提升2.96个百分点。

（六）2020年分地区收入情况

公司多年来在全球消费电子行业中积累了良好的口碑，各类产品远销北美、欧洲、日本和中东等全球主要国家和地区，占据领先的市场地位。在积极巩固成熟市场的同时，公司也逐步大力推进在中国大陆、东南亚、南美等新兴市场的布局，实现了较显著的成果。2020年，公司在北美、欧洲、日本、中国大陆等主力市场均实现了30%以上的大幅增长。

地区 单位：元	2020年营业收入		2019年营业收入		同比变动
	收入金额	占比	收入金额	占比	
北美	5,019,289,774.74	53.67%	3,752,412,306.13	56.39%	33.76%
欧洲	1,823,272,476.97	19.49%	1,156,969,872.46	17.39%	57.59%
日本	1,372,697,818.89	14.68%	858,657,358.36	12.90%	59.87%
中东	436,992,935.80	4.67%	406,053,591.07	6.10%	7.62%
中国大陆	142,485,929.80	1.52%	103,936,735.83	1.56%	37.09%
其他	557,890,407.09	5.97%	376,708,321.08	5.66%	48.10%
合计	9,352,629,343.29	100%	6,654,738,184.93	100%	40.54%

注：线下销售收入以客户所在销售地区统计，线上销售收入以平台所在销售地区统计。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分产品						
充电类产品	4,143,628,643.42	1,842,400,918.34	44.46%	8.74%	-10.56%	-9.59%
智能创新类产品	3,059,459,719.69	1,376,951,382.57	45.01%	102.63%	91.88%	-2.52%
无线音频类产品	2,121,462,014.42	871,457,614.57	41.08%	65.78%	71.81%	1.44%

注：公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。对于为履行合同而发生的运输费用，在原收入准则下，本集团计入“销售费用”科目。在新收入准则下，自 2020 年 1 月 1 日起，本集团将为履行合同而发生的运输费用作为合同履约成本，最终结

转为主营业务成本。该变化造成 2020 年与 2019 年的营业成本及毛利率不可比。为统一两年营业成本及毛利率口径，公司对 2019 年按报告期末口径进行调整，调整后毛利率变动详见下表。

公司主营业务数据统计口径在报告期发生调整的情况下，公司最近 1 年按报告期末口径调整后的主营业务数据

适用 不适用

单位：元

	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分产品						
充电类	4,143,628,643.42	1,842,400,918.34	44.46%	8.74%	13.66%	1.92%
智能创新类产品	3,059,459,719.69	1,376,951,382.57	45.01%	102.63%	109.61%	1.50%
无线音频类	2,121,462,014.42	871,457,614.57	41.08%	65.78%	105.89%	8.00%

变更口径的理由

2017年7月5日，财政部发布了《关于修订印发〈企业会计准则第14号—收入〉的通知》（财会〔2017〕22号）（以下简称“新收入准则”），根据财政部要求，在境内外同时上市的企业以及境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报表的企业，自2018年1月1日起施行；其他境内上市企业，自2020年1月1日起施行；执行企业会计准则的非上市企业，自2021年1月1日起施行。本集团自2020年1月1日起执行新收入准则。对于为履行合同而发生的运输费用，在原收入准则下，本集团计入“销售费用”科目。在新收入准则下，自2020年1月1日起，本集团将为履行合同而发生的运输费用作为合同履行成本，最终结转为主营业务成本。

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

6、面临退市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

（1）与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

与上年度财务报告相比，公司会计政策、会计估计的变更具体情况详见“第十二节 财务报告/三、公司重要会计政策、会计估计/31、主要会计政策、会计估计的变更”之说明。

（2）报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

（3）与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

报告期末，公司因新设主体导致纳入合并范围的子公司发生变动，主要变动如下：

	股权取得方式	公司登记日期	出资额	出资比例
Anker Malta Holdings Co.Ltd.	通过设立或投资等方式取得	2020年1月	1,200欧元	100%
Anker Innovation (Malta) Co., Ltd.	通过设立或投资等方式取得	2020年1月	1,200欧元	100%
Digimarket Co., Ltd.	通过设立或投资等方式取得	2020年5月	150万日元	100%
深圳远弘智新管理咨询合伙企业(有限合伙) (注)	通过设立或投资等方式取得	2020年10月	155万人民币	3.23%

注：本公司通过子公司深圳海翼翱翔科技有限公司作为普通合伙人以达到对深圳远弘智新管理咨询合伙企业(有限合伙)的控制。