

安克创新科技股份有限公司 2021 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

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

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 8.00 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 | 曾旖 | |
| 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 6606 | 0731-8870 6606 | |
| 电子信箱 | IR@anker.com | IR@anker.com | |

2、报告期主要业务或产品简介

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、智能创新类、无线音频类三大系列。截至2021年底，公司业务已覆盖超过146个国家和地区，全球用户数已超1亿，全年全渠道销售额突破125亿元。

（1）充电类产品

伴随智能手机、平板、手表、耳机等电子设备深入消费者日常生活，消费级充电配件产品成为全球消费者的“刚需”，并成为新一代的电子消费品。随着新一代消费者的购买力提升、个性化需求显著增强，充电配件选

择也成为表达消费主张的方式之一，富有设计感的高性能高品质产品日益获得青睐。

公司的充电类产品主要为“Anker（安克）”品牌的高中端充电、移动电源、数据线以及其他数码周边等系列产品。充电类产品是公司最早推出的产品品类，目前仍是公司产品销售收入的主要来源之一，也是公司持续、重点发展的产品领域。作为全球零售额排名第一的第三方数码充电品牌（根据欧睿信息咨询报告于2021年11月统计），凭借对创新技术、高品质、极致用户体验的不懈追求，Anker在充电技术领域不断突破创新，在充电技术前瞻性、产品功能和品质领先性等方面具有显著优势。

报告期内，Anker从用户充电场景及习惯出发，持续推出多款技术领先、适配性较强的高品质新品，如搭载第二代氮化镓（GaN II）技术的 Anker Nano II充电器，搭载独家充电安全技术且在外观和性能进一步升级的 Anker Nano Pro充电器，以及利用磁吸充电技术提升产品体验“一贴即充”的Anker MagGo系列产品（覆盖充电宝、桌面及车载无线充及桌面充电站）等。未来Anker 将不断致力于技术及体验的创新，持续引领数码充电并为全球用户提供最佳充电解决方案。

（2）智能创新类产品

报告期内，公司智能创新品类持续丰富，包括以智能家居清洁科技产品为主的eufy（悠飞）clean，以智能家用安防产品为主的eufy security，以激光智能投影产品为主的Nebula（安克星云）等。公司未来还将继续拓展新品类，如主打智慧办公的音视频协作硬件等，为公司产品多元化道路持续加码。

公司子品牌eufy clean主打家庭智能清洁解决方案，用智能科技服务家庭清洁、守护家庭健康。报告期内，eufy clean重塑品牌定位，积极推动产品技术与品质升级，并于2021年下半年推出新品智能扫拖机器人X8系列和高端手持吸尘器H30系列。其中智能扫拖机器人X8系列主打双风机、全新自研激光导航技术，能有效提升空气吸入量和毛发处理能力，并能够快速识别家庭地形，用户通过手机APP即可实现定制化清扫；高端手持吸尘器H30主打小体积、大吸力，效率较同等体积吸尘产品提升40%。

公司子品牌eufy security主打智能家庭安防系统，通过智能可视门铃、智能门锁、智能无线安防摄像头等一系列安全、可靠、高品质产品构建创新家庭安防产品矩阵，通过“人脸识别+智能算法”全方位守护家庭安全。报告期内，eufy security推出多款创新性产品，并通过准确有效的品牌故事和策略实现精准营销，旗舰单品逐步实现高端客户群破圈，品牌影响力持续扩大。

（3）无线音频类产品

公司的无线音频类产品主要为“Soundcore（声阔）”品牌的无线蓝牙耳机、无线蓝牙音箱、音频眼镜等系列产品，为用户提供高品质听音的体验。作为最早布局蓝牙音箱产品和真无线耳机产品的智能硬件厂商之一，公司在无线音频方向已积累上百项专利，并拥有多项填补行业空白的发明专利，在产品形态、外观、技术、功能等方面均有独到创新。

通过聚焦用户细分需求，深入挖掘用户痛点，公司已基于不同的使用场景推出多个音频产品系列，如主打音质标杆的Soundcore Liberty系列，主打生活陪伴的Soundcore Life系列。同时公司作为先行探索者之一，入局智能眼镜品类，推出主打便捷舒适格调的Soundcore Frames系列。未来Soundcore将继续拓展新产品，持续迭代进步，从技术研发、用户服务和品牌影响力等各方面着手，为用户提供卓越听音体验。

报告期内，公司于上半年推出旗舰款无线蓝牙耳机Soundcore Liberty Air 2 Pro，国内上市首周成为天猫平台耳机品类销量Top3；于下半年推出升级旗舰款无线蓝牙耳机Soundcore Liberty 3 Pro，搭载业内首创的ACAA同轴圈铁声学专利技术，聚焦音质提升，新品上市后，“Soundcore”品牌的Google检索指数峰值较均值提升200%，品牌影响力持续扩大。此外公司还推出了Soundcore Life Q35头戴式耳机、针对商用场景的话务耳机Anker Work Headphone，以及在海外发布的旗下首款音频眼镜Soundcore Frames等。

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

按照财政部于2021年11月2日颁布的《企业会计准则实施问答》，本集团及本公司已采用上述实施问答编制2021年度财务报表，针对发生在商品控制权转移给客户之前，且为履行销售合同而发生的运输成本，本集团及本公司将其自销售费用

全部重分类至营业成本，并对上年同期数进行追溯调整。

单位：元

| | 2021 年 | 2020 年 | | 本年比上年 增减 | 2019 年 | |
|---------------------------|-------------------|------------------|------------------|---------------|------------------|------------------|
| | | 调整前 | 调整后 | | 调整后 | 调整前 |
| 营业收入（元） | 12,574,203,308.96 | 9,352,629,343.29 | 9,352,629,343.29 | 34.45% | 6,654,738,184.93 | 6,654,738,184.93 |
| 归属于上市公司股东的净利润（元） | 981,727,237.06 | 855,932,830.11 | 855,932,830.11 | 14.70% | 721,080,402.18 | 721,080,402.18 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元） | 707,686,268.98 | 727,215,391.09 | 727,215,391.09 | -2.69% | 575,883,190.27 | 575,883,190.27 |
| 经营活动产生的现金流量净额（元） | 449,042,613.60 | 187,801,106.38 | 187,801,106.38 | 139.11% | 383,415,813.34 | 383,415,813.34 |
| 基本每股收益（元/股） | 2.42 | 2.25 | 2.25 | 7.56% | 1.97 | 1.97 |
| 稀释每股收益（元/股） | 2.42 | 2.25 | 2.25 | 7.56% | 1.97 | 1.97 |
| 加权平均净资产收益率 | 17.32% | 26.34% | 26.34% | -9.02% | 44.20% | 44.20% |
| | 2021 年末 | 2020 年末 | | 本年末比上年 末增减 | 2019 年末 | |
| | | 调整前 | 调整后 | | 调整后 | 调整前 |
| 资产总额（元） | 8,474,231,920.67 | 6,982,753,874.14 | 6,982,753,874.14 | 21.36% | 3,012,436,592.57 | 3,012,436,592.57 |
| 归属于上市公司股东的净资产（元） | 6,049,422,702.76 | 5,398,515,452.21 | 5,398,515,452.21 | 12.06% | 1,964,086,143.72 | 1,964,086,143.72 |

公司最近三个会计年度扣除非经常性损益前后净利润孰低者均为负值，且最近一年审计报告显示公司持续经营能力存在不确定性

是 否

扣除非经常损益前后的净利润孰低者为负值

是 否

（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 | 2,426,873,839.61 | 2,943,703,049.00 | 3,054,614,544.21 | 4,149,011,876.14 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 204,441,412.16 | 203,855,422.17 | 237,252,633.01 | 336,177,769.72 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 159,565,365.26 | 140,708,792.45 | 196,986,535.21 | 210,425,576.06 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | -202,315,874.81 | 86,069,115.09 | -56,753,097.80 | 622,042,471.12 |

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 | 17,390 | 年度报告披露日前一个月末普通股股东总数 | 21,085 | 报告期末表决权恢复的优先股股东总数 | 0 | 持有特别表决权股份的股东总数（如有） | 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、标记或冻结情况 | | |
| | | | | | 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 | | | |
| 吴文龙 | 境内自然人 | 5.00% | 20,321,300 | 0 | | | |
| 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 | 0 | | | |
| 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 | 3.12% | 12,678,618 | 0 | | | |
| 高韬 | 境内自然人 | 2.39% | 9,725,137 | 7,593,750 | | | |
| 张山峰 | 境内自然人 | 1.70% | 6,923,079 | 5,192,309 | | | |
| 天津市海翼远景管理咨询合伙企业（有限合伙） | 境内非国有法人 | 1.49% | 6,046,774 | 0 | | | |
| 上海联时投资管理中心（有限合伙） | 境内非国有法人 | 1.09% | 4,411,500 | 0 | | | |
| 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；高韬先生同时担任天津市海翼远景管理咨询合伙企业（有限合伙）的普通合伙人兼执行事务合伙人。其余股东之间，公司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。 | | | | | | |

公司是否具有表决权差异安排

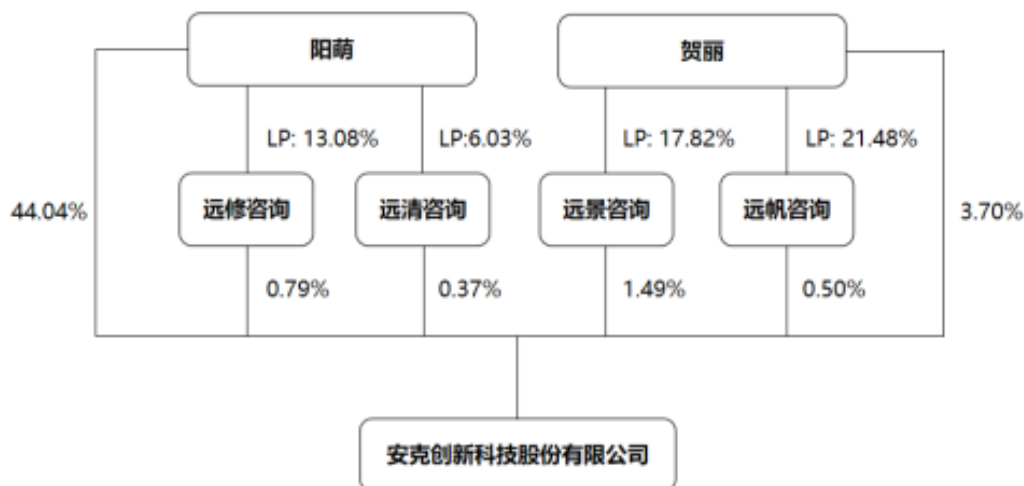
适用 不适用

(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、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

2021年，疫情影响持续发酵，海外运力紧张，对跨境企业的物流成本、及时交付、运转效率带来多方面的不利影响。与此同时，消费电子行业也面临芯片供应紧张，原材料价格持续上涨等诸多挑战。面对复杂的外部环境，安克创新依然保持稳步发展的节奏，坚定投入研发和产品创新，坚持为消费者提供优质的产品和服务，持续打造全球化的优质中国品牌。

报告期内，公司实现营业总收入125.74亿元，与上年同期相比增长34.45%；实现归属于上市公司股东的净利润9.82亿元，同比增长14.70%。

(1) 分品类收入情况

作为全球化消费电子品牌的新兴引领者，报告期内，公司持续专注主营业务，在充电类、无线音频类、智能创新类三大品类均实现较好增长。

充电类产品

报告期内，受益于快充类产品需求持续提升，以及公司适时推出无线充电配件等技术领先、适配性较强的新产品，公司充电类产品实现营业收入55.52亿元，同比增长34.00%，占营业总收入比例为44.16%。

智能创新类产品

报告期内，公司智能创新品类不断丰富升级，家用智能清洁产品、家用智能安防产品和家用投影设备等产品收入均实现稳定增长，智能创新品类全年实现营业收入41.04亿元，同比增长34.13%，占营业总收入比例为32.63%。

无线音频类产品

报告期内，公司无线音频品类持续推新，主打系列Life、Liberty等销售稳定增长，全年实现营业收入28.52亿元，同比增长34.44%，占营业总收入比例为22.68%。

(2) 分地区收入情况

公司致力于打造全球化智能硬件品牌矩阵，持续拓展海内外市场，深入当地本土市场建设销售渠道。在不断巩固北美、欧洲、日本等成熟市场的同时，公司持续加大在中国大陆、澳大利亚、东南亚、南美等重要新兴市场的布局，加强渠道和品牌本土化建设。报告期内，公司在欧洲、中国大陆、澳大利亚等国家和地区收入增速均超过30%。

截至2021年底，公司业务已覆盖超过146个国家和地区，全球用户数已超1亿。

| 地区 | 2021年1-12月 | | 2020年1-12月 | | 收入金额 同比变动 |
|------|--------------|---------|------------|---------|--------------|
| | 收入金额（万元） | 占比 | 收入金额（万元） | 占比 | |
| 北美 | 634,081.80 | 50.43% | 501,928.98 | 53.67% | 26.33% |
| 欧洲 | 254,237.15 | 20.22% | 182,327.25 | 19.49% | 39.44% |
| 日本 | 173,199.08 | 13.77% | 137,269.78 | 14.68% | 26.17% |
| 中东 | 56,136.78 | 4.46% | 43,699.29 | 4.67% | 28.46% |
| 中国大陆 | 41,957.28 | 3.34% | 14,248.59 | 1.52% | 194.47% |
| 其他 | 97,808.24 | 7.78% | 55,789.04 | 5.97% | 75.32% |
| 合计 | 1,257,420.33 | 100.00% | 935,262.93 | 100.00% | 34.45% |

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。

（3）分渠道收入情况

报告期内，公司基于“线上+线下”全渠道销售格局，继续实施渠道拓展计划，完善多渠道、多层次的销售体系，向全球消费者销售自有品牌的消费电子类产品。

线上，公司基于线上销售平台的精细化管理和运营，持续扩大现有市场的销售份额，并依托亚马逊等线上销售平台进驻更多新兴市场，在此基础上深化了与速卖通、ebay等知名电商平台的合作；在中国大陆市场主要通过天猫、京东等平台进行线上销售，并取得一定突破。

线下，公司主要通过全球性零售卖场、区域性大型零售卖场、独立3C商店和专业渠道卖家等渠道合作，进行产品销售。目前已入驻北美地区沃尔玛、百思买、塔吉特、开市客等全球知名连锁商超，以及日本零售巨头7-11便利店集团，在欧洲、澳大利亚、东南亚、南美等国家和地区的线下拓展也取得一定进展。

| 销售渠道 | 销售模式 | 平台名称 | 2021年 | | 2020年 | | 收入同比变 动（%） |
|------|--------|------|--------------|---------|------------|---------|---------------|
| | | | 收入（万元） | 占总营业收入比 | 收入（万元） | 占总营业收入比 | |
| 线上 | 第三方平台 | 亚马逊 | 687,327.56 | 54.66% | 577,411.04 | 61.74% | 19.04% |
| | | 其他 | 73,270.10 | 5.83% | 38,068.86 | 4.07% | 92.47% |
| | 自有平台 | 独立站 | 39,378.97 | 3.13% | 21,451.76 | 2.29% | 83.57% |
| | 线上收入小计 | | 799,976.63 | 63.62% | 636,931.66 | 68.10% | 25.60% |
| 线下 | 线下收入小计 | | 457,443.70 | 36.38% | 298,331.27 | 31.90% | 53.33% |
| 合计 | | | 1,257,420.33 | 100.00% | 935,262.93 | 100.00% | 34.45% |