

证券代码：300866

证券简称：安克创新

公告编号：2024-002

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 2023 年度网上业绩说明会的投资者
时间	2024 年 05 月 11 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 独立董事易玄女士 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>Q1、请问户储业务的定价策略是怎样的？这块业务公司对美国前景和市场规模怎么看？因为是 to B 业务，模式变动毛利会影响很多吗？以及产品能并网的资质申请在各个州会比较困难吗？谢谢</p> <p>你好，我们希望凭借高质量的产品和服务赢得用户青睐，获得溢价利润；公司主要聚焦消费级储能，并认为该领域具有长期的发展前景。消费级储能不是传统意义上的 to B 业务，我们会处理好与第三方的合作、分利等问题，管控好利润水平。其他业务上需要攻克的问题</p>

题，相信都会逐步妥善地解决。感谢关注。

Q2、归母净利润同比增长41.22%，远高于营收增长率。这种净利润增速快于营收增速的现象是否可以持续？

你好，归母净利润增长受益于扣非归母净利润的增长（2023年同比增长71.88%）。扣非归母净利润的增长主要由于销售持续扩大、产品销售策略变化、公司持续降本等管理动作以及汇率变动等客观因素综合影响所致。公司将始终坚持长期主义，聚焦人才与技术创新，不断投入产品研发创新，升级自身产品力，推出符合客户最本质需求的产品，并通过不断提高整体管理和运营等方面的能力力求提供给用户更好的体验。谢谢。

Q3、恭喜公司在过去一年中创造了优异的成绩。在听过创始人对外几个分享后对公司战略有一些疑问想请教一下。创始人提到公司的远期愿景是成为3c行业的PG or TI。但是这两个行业的特点在于产品推出后，被消费者和工程师接受后不太容易更换使用其他品牌，而消费电子却没有这样的消费者粘性，请问公司是怎么思考的？另外品类拓得过宽研发费用虽随营收增长提高，但平均到每个品类上的费用却会比垂类专业选手少，如果在这些品类战胜对手？

你好，谢谢对公司的关注。我们认为消费电子的消费者粘性并不比其他品类低，且我们相信只有持续为消费者创造超出本质需求的价值，才能持续获得用户的坚定选择。在品类投入上，从产品端，我们会聚焦战略品类做重点投入，也在持续打造算法、硬件、结构、云平台等底层的平台能力，能加持新品类的开发效率和质量；从商业端，我们持续在全球品牌、渠道、体验和服

务上深化能力、强化优势。

Q4、想请问公司未来在销售端是否有在线下加大投入的计划。在欧美等国家线下销售仍是消费者主力购买渠道之一，在 TJmax 等商场的货架上仍是不知名杂牌产品居多。是否有在这些渠道继续发力的打算？

你好，公司一直致力于不断构建和优化市场拓展战略。在此过程中，公司重视线下市场的潜力，与多类线下渠道商建立了紧密的合作伙伴关系，各渠道的专业营销和管理团队也采用了一系列创新策略，以期更好地满足各个区域消费者的需求，不断提升公司在全球各地区的品牌知名度和美誉度。此外，公司也在逐步调整线下渠道策略，积极聚焦长期高质量发展，与此相对应，2023 年线下渠道毛利率同比提升了 6.91 个百分点。后续公司也会线上+线下持续发力，谢谢。

Q5、公司近期是否有股票回购计划？

你好，如果有相关计划，我们会进行公告。公司 2023 年年度分红预案已发布，2024 年中期分红在计划中，敬请关注。

Q6、请问对于在耳机充电等成熟品类公司计划通过哪些方式保持产品的差异化以扩大市场份额。如何应对友商的借鉴与细分市场玩家在功能与外形上进行的创新？

你好，谢谢关注。我们持续进行深入的用户需求洞察，并从底层技术、细分场景和产品设计等角度做差异化的创新，持续满足和引领消费者的本质需求。我们相信市场洞察只是“后视镜”，对于友商，我们保持尊重和关注，但不过分关注竞争，而是用更多精力关注用户

需求和技术趋势的“望远镜”，以此持续做出极致领先的产品。

Q7、公司境外营收占比很高，请问在国际市场的布局策略是什么？

你好，公司业务已覆盖超过 146 个国家和地区，在北美、欧洲、日本等成熟市场，公司稳健经营，依托于持续推出的创新产品，不断精进的本地化经营与深入的渠道建设，在消费行业整体增长承压的背景下仍实现稳定向上的增长。在中国大陆、澳大利亚、东南亚等重点潜力市场，公司积极探索平台及渠道特点和消费者需求偏好，针对性优化经营模式，以寻求与消费者更紧密的连接。

Q8、2023 年度总营收同比增长 22.85%，未来公司计划如何维持或加速这一增长？

你好，短期的营收增长情况不是公司关注的首要目标，我们在努力建设能力、开拓品类、创新产品、构建品牌、拓展市场，来提升为全球消费者提供超出最本质需求的产品和服务的能力，因此在组织和流程建设、人才吸引和培养、战略洞察、技术创新、产品研发、品牌营销、渠道销售、消费者体验和服务、全球供应上都全方位发力，并聚焦重点能力和业务投入，希望实现长期、高质量的企业竞争力和客户价值提升。谢谢。

Q9、未来三到五年的战略规划是什么？

你好，在可预见的范围内，公司将持续深耕细分品类消费电子的全球化业务。未来三到五年，一方面，公司时刻关注用户需求和技术的更迭，希望抓住新一轮 AI 技术的浪潮，持续深化现有品类的产品能力和探索新品

	类；另一方面，公司将持续在研发、市场、品牌和组织能力上构建能力，打造赋能全球化智能硬件品类创业和发展的平台。谢谢。
附件清单	无
日期	2024 年 5 月 11 日