

证券代码：300866

证券简称：安克创新

公告编号：2021-002

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 checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input 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_____
参与单位名称及人员姓名	9家机构10名参与人员，详见附件清单。
时间	2021年6月15日
地点	长沙市岳麓区中电软件园
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：张希 证券事务代表：袁浩、曾旖
投资者关系	<p>Q：公司的选品机制、产品设计机制是怎样的？</p> <p>A：公司在选品和产品设计上有一整套系统化的方法论。就选品而言，公司首先会通过VoC（Voice of Customers）系统数据分析、用户调研等方式倾听消费者声音，深入洞察用户需求，其次会持续保持对宏观市场和行业的关注，包括技术的发展趋势、用户痛点的解决方案等，进行综合判断。就产品设计和研发而言，公司也会以满足用户需求为核心，不断尝试发掘用户未被满足的潜在需求或引领用户需求。目前公司能看到的市场机会很多，关键是感受到机会后如何将用户痛点转变为商业机会落地。</p> <p>Q：公司不同品类用了不同品牌，公司选择这样的策略是为什么？</p> <p>A：我们相信“定位理论”，希望未来用户对于产品的印象可以精准地沉淀在细分的品牌上，而不是用户对一个品牌的认知逐渐模糊。这样可以帮助用户快速形成品牌印象和进行消费决策，比如购买充电产品时想到Anker，想买音质、降噪好的无线音频产品时想到Soundcore，如果是智能家居和安防产品有Eufy，这需要一个用户对品牌有逐步认可的过程。</p>

公司品牌意识觉醒较早，有意识地做好了用户归集，沉淀了私域流量。汇聚力量在第一个品牌完成突破后，让老品牌带出另一个新品牌，并在新品牌积累用户认知和口碑。公司旗下几个品牌的消费人群有一定共性，我们有机会向老用户推荐新业务和新产品。基于客户对公司产品和服务的信任，在推出一个新品牌时，我们可以方便的获得第一批用户反馈，有了他们的支持，我们有较高几率在新品类活下去来并持续打磨产品。新品牌有了一定业务量后，我们才能在市场上招到更多优秀的工程师，创造出在品类中技术和功能领先的产品。

Q: 除了充电类以外，公司未来的增长点在这些方向？

A: 公司在持续关注各个品类的机会，不断探索和创新，现有的无线音频类和智能创新类都是阶段性成果。除了探索和突破新品类，公司还坚持做技术和品牌的沉淀，希望能不断提升洞察新品类机会的能力，以及洞察机会后迅速响应和实现的能力。对于消费电子行业而言，不确定性是广泛存在的，我们无法预测未来收入增长会来自哪个具体品类，重要的是把基础能力打好，把事情做对。

Q: 公司很注重研发，品类发展很好，公司整个研发投入，是否可以支撑挖掘更多新品类？

2021年，公司持续加强对产品研发、技术等方面的投入，在巩固现有产品技术的基础上，通过不断加强新型研发中心建设，持续推进充电类、无线音频类等产品的技术创新；加大在智能创新类产品等消费电子产品领域的研发和创新力度。公司将在现有研发技术基础上，通过进一步吸引高端人才团队、采购先进设备、引进先进技术、优化研发流程、完善组织管理等措施，全面提升产品的技术水平、设计水平、品质、服务，实现技术和产品的多重领先。

在充电类产品领域，公司将持续紧跟市场发展趋势，在快速充电技术、无线充电技术、创新材料应用及创新结构设计等方面进行深入研究，继续提高产品的功能性、便携性和安全性水平，并持续关注充电类产品充电速度、数据线传输效率等方面技术提升，基于研发技术进一步优化移动电源、充电器和数据线等充电产品的功能。此外，在新兴技术日益发展的背景下，公司将在无线充电领域和环保能源充电等领域不断拓展，持续成为全球消费充电领域的领导品牌。

在无线音频类产品领域，公司将进一步通过开发和应用创新性的声学技术、材料和结构，在提升耳机和音箱产品的音质能力、降噪能力、数据传输能力等主要性能和抗腐蚀能力、防水能力、续航能力等辅助功能的同时，为用户提供兼具外观、功能、品质和使用体验的真无线耳机、头戴式耳机、运动耳机、普通蓝牙耳机、会议电话以及各类音箱产品，不断提升无线音频品牌的市场份额，持续塑造音频领域的标杆品牌。

在智能创新类产品领域，公司将持续深耕人工智能+物联网技术的应用和创新，进一步开发场景化交互式计算设备研发技术，将智能家居、智能安防、娱乐影音类产品的布局更为有效地切入家庭和消费者日常生活场

景，提升智能创新类产品在社交、生活和商务服务等领域的应用程度，在这个品类中不断推出划时代的创新产品，探索新品类和新品牌建设机会。

Q: 公司在中国市场的发展战略是怎样的？

A: 我们认为真正全球化的公司一定不能在中国市场缺席。2020年公司来自中国市场营收占比还不到2%，还有很多路要赶，这也是我们接下来重点着力的方向之一。

我们在全球市场的战略都是一样，都是致力于为当地市场的消费者提供满足他们需求的产品和服务。未来我们会持续深入市场和用户洞察，为消费者们提供满足他们个性化需求和期待的产品。

Q: 去年下半年公司存货有所增长的原因是什么？

A: 主要有三方面原因。一是疫情因素，为了应对可能出现的海外仓雇佣工人数量不稳定，公司自行建仓，相应需要提前备货。二是公司线下业务过去几年增长速度较快，覆盖的国家及地区数增加，以及品类本身有所增加，多重因素影响产品备货量提升。三是为了预防上游涨价，做了部分原材料的备货。公司也在密切关注存货管理，不能让存货长期高水位。

Q: 公司在发达国家销售很好，未来在渠道拓展方面有没有什么规划？

2021年，公司将继续实施市场开发计划，在巩固现有市场的基础上积极拓展新兴经济市场。一方面，公司将持续巩固主要发达国家和地区市场，扩大产品在北美、欧洲、日本和中东等国家和地区中的市场份额，提升公司品牌在上述国家和地区市场中的知名度和美誉度。未来公司将继续通过亚马逊等电商平台以及其本土大型超市、卖场等销售渠道加大市场扩展力度。

另一方面，公司将重点拓展新兴经济国家和地区的市场，提升品牌知名度和市场占有率。其中，中国市场、东南亚市场以及拉丁美洲区域市场将是公司未来布局的重点区域。公司亦将有针对性地在俄罗斯、印度和非洲等经济发展潜力巨大的市场完成线上及线下销售渠道的布局。

附件清单（如有）

请见附件《与会清单》

附件：《与会清单》

公司名称	参会人员
嘉实基金	彭民、杨欢
鹏华基金	黄奕松
长盛基金	衣桢永
长信基金	张子乔
鸿道投资	韩逸非
财通资管	黎来论
新华基金	蔡春红
Pinnacle	邹静圆
天风证券	吴慧迪