

证券代码：300866

证券简称：安克创新

公告编号：2023-011

安克创新科技股份有限公司

2022 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。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

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情况：公司本年度会计师事务所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 12 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	曾旂	
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-in.com	ir@anker-in.com	

2、报告期主要业务或产品简介

安克创新是全球化的知名消费电子品牌企业，通过自主研发、产品设计、品牌打造、渠道销售等方式塑造享誉全球的智能硬件品牌，目前已经成功打造由 Anker、soundcore、eufy、Nebula、Ankerwork、AnkerMake 等六大品牌组成的全球化品牌矩阵，覆盖了充电、智能创新、无线音频等多个产品品类。报告期内，公司不断深耕主业，在聚焦重点战略品类的基础上持续探索和布局新的智能硬件品类，致力于打造赋能全球化智能硬件创业者的平台。

报告期内，公司实现营业总收入 142.51 亿元，与上年同期相比增长 13.33%；实现归属于上市公司股东的净利润 11.43 亿元，同比增长 16.43%。

（1）充电类产品

公司充电类产品主要为“Anker（安克）”品牌的数码充电及周边产品、家庭用储能产品（含户外储能、户用储能）等。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。报告期内，公司充电类实现收入 68.76 亿元，营收同比增长 23.84%，占总营收的 48.25%。

在数码充电领域，凭借对创新技术、高品质、极致用户体验的不懈追求，Anker 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。通过深入洞察用户多种充电场景及各类习惯，2022 年 Anker 持续推出多款技术领先、适配性较强的高品质新品，如 GaNPrime 全氮化镓快充家族的 7 款多口快充产品，搭载独家充电安全技术且在外观和性能持续升级的 Anker Nano Pro 充电器等。

在家用光伏和储能领域，公司目前已推出的产品以户外储能为主。2022 年 5 月公司推出应用磷酸铁锂电池并搭载自主研发的双向逆变技术的户外储能旗舰产品 Anker PowerHouse 757，此款产品是公司首次推出功率在 1500W 以上的户外储能产品；同年 12 月公司推出升级版户外储能产品 Anker PowerHouse 767，功率为 2400W，持续丰富产品矩阵。在户用储能领域，公司目前积极储备相关技术并大力投入研发，预计将于 2023 年下半年逐步推出产品形态。

（2）智能创新类产品

公司智能创新类产品包括 eufy（悠飞）智能家居、Nebula（安克星云）激光智能投影产品及其他创新类产品系列。报告期内，公司智能创新类实现收入 43.91 亿元，营收同比增长 7.02%，占总营收的 30.82%。

公司 eufy 旗下包含两大品线，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；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，使用“人脸识别+智能算法”全方位守护家庭安全。

在智能清洁领域，2022 年公司全面开展品牌重塑，并基于品类消费者洞察和发展战略，持续积累产品能力，产品定位向中高端转移。2023 年 1 月，公司在国际消费类电子产品展览会 CES（Consumer Electronics Show）展出升级款扫拖一体机产品 eufy clean X9 pro，配备恒定动态压力的双涡轮动力 MopMaster™ 系统，支持自回充、拖布自清洁等功能，拥有 5500pa 超强吸力。在洗地机方面，公司于 2022 年 10 月推出高端智能清洁产品“马赫（MACH）无线蒸汽洗地机”，突破无线洗地机应用蒸汽技术瓶颈，充分实现深度清洁。

在智能户用安防领域，公司聚焦于中高端市场，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，主打“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，包括智能双摄门铃系列和最新一代旗舰智能安防摄像头 eufyCam 3 系列。其中智能双摄门铃 eufy Security Video Doorbell Dual 系列为全球首款搭载双摄像头的智能门铃，创新应用双摄像头设计，有效消除了传统门铃的监控盲区，同时通过 PIR 运动检测和雷达运动检测的双重检测，给用户带来更好的家庭安防体验；智能安防摄像头 eufyCam 3 系列，搭载 eufy Security 专有的 BionicMind™ 识别技术并配备嵌入式太阳能充电板，为用户提供更精确、更长久的家庭安防服务。

公司 Nebula 激光智能投影产品目前主要包含三个系列，Cosmos 旗舰系列主打家庭影院、Mars 系列主打户外影音、Capsule 系列主打极致便携。2022 年下半年，公司全新推出 Capsule 3 Laser 便携激光投影仪，实现小体积、高亮度，在极致空间里将亮度、分辨率、系统、智能化、画质处理进行全方位升级，为用户提供更好的使用体验。

此外，公司也在智能创新品类下持续探索新的产品领域。2022 年 4 月，公司在海外全新推出消费级 3D 打印设备品牌 AnkerMake，首款桌面级产品 M5 在海外众筹平台 Kickstarter 众筹金额达到 888 万美元，突破该平台 3D 打印品类历史众筹记录。AnkerMake M5 主打智能高速打印，通过技术创新大幅提高 3D 打印速度和精度，现已正式推向市场。

(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。报告期内，“soundcore（声阔）”品牌在“第八届中国(广州)国际耳机展”上被评为 2022 年度“中国十大耳机品牌”。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，如入耳式耳机音质标杆 Liberty 系列、防汗运动耳机 Sport 系列、睡眠耳机 Sleep 系列以及派对音响 Flare 和 Rave 系列、Motion 户外系列等。报告期内，公司无线音频类实现收入 28.22 亿元，占总营收的 19.80%；受市场需求影响，无线音频类营收同比下降 1.06%。

2022 年，公司在海外打造全新 Sport 系列，推出全球首款可旋转耳挂类运动耳机 soundcore Sport X10，佩戴牢固舒适且防水防汗，精准解决消费者运动需求痛点。针对海内外户外探索、露营等大热趋势，公司也重磅推出 Motion Boom Plus 户外音箱，震撼声浪以及轻量化肩带设计，让消费者更自在地享受户外生活。

此外，公司于 2022 年下半年推出旗舰款降噪舱 2 代耳机 soundcore Liberty 4，首次搭载心率与压力值检测的健康检测功能，迭代 ACAA 3.0 同轴双单元声学架构，聚焦音质提升。此外公司还推出了旗舰款降噪头戴式耳机 soundcore Space Q45、全球首个获“made for meta”官方授权的真无线游戏耳机 soundcore VR P10 游戏耳机等产品。未来 soundcore 将基于消费者需求洞察继续拓展新产品，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。

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

元

	2022 年末	2021 年末	本年末比上年末增减	2020 年末
总资产	10,131,988,869.18	8,474,231,920.67	19.56%	6,982,753,874.14
归属于上市公司股东的净资产	6,842,761,230.81	6,049,422,702.76	13.11%	5,398,515,452.21
	2022 年	2021 年	本年比上年增减	2020 年
营业收入	14,250,519,798.29	12,574,203,308.96	13.33%	9,352,629,343.29
归属于上市公司股东的净利润	1,143,003,519.58	981,727,237.06	16.43%	855,932,830.11
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	781,226,366.93	707,686,268.98	10.39%	727,215,391.09
经营活动产生的现金流量净额	1,423,925,484.01	449,042,613.60	217.10%	187,801,106.38
基本每股收益（元/股）	2.81	2.42	16.12%	2.25
稀释每股收益（元/股）	2.81	2.42	16.12%	2.25
加权平均净资产收益率	17.81%	17.32%	0.49%	26.34%

(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	2,864,706,247.87	3,022,665,109.02	3,649,153,571.33	4,713,994,870.07
归属于上市公司股东的净利润	198,833,945.32	376,921,804.78	254,427,555.43	312,820,214.05
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	158,178,690.13	147,908,984.17	228,171,012.80	246,967,679.83
经营活动产生的现金流量净额	-193,232,216.83	279,946,680.83	292,631,777.71	1,044,579,242.30

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	22,302	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	23,450	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	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%	178,974,000.00	178,974,000.00					
赵东平	境内自然人	11.98%	48,700,000.00	48,700,000.00					
吴文龙	境内自然人	4.99%	20,289,800.00	0.00	质押			800,000.00	
贺丽	境内自然人	3.70%	15,027,000.00	15,027,000.00					
和谐成长二期（义乌）投资中心（有限合伙）	境内非国有法人	2.83%	11,507,915.00	0.00					
香港中央结算有限公司	境外法人	2.27%	9,225,889.00	0.00					
高韬	境内自然人	2.21%	8,985,137.00	7,293,853.00					
全国社保基金	其他	1.91%	7,767,039.00	0.00					

五零三组合						
张山峰	境内自然人	1.70%	6,923,079.00	5,192,309.00		
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	1.08%	4,392,114.00	0.00		
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。高韬先生曾担任天津市海翼远景管理咨询合伙企业（有限合伙）的 GP。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。					

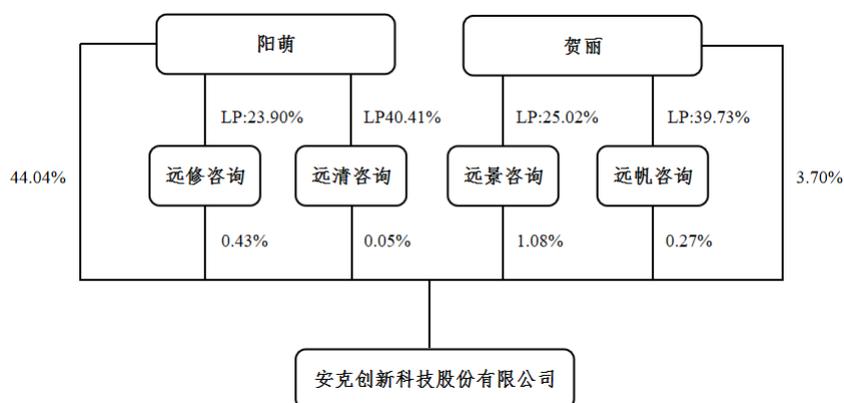
公司是否具有表决权差异安排

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

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

2022 年海运费上涨、原材料涨价等不利因素影响较去年同期有所减弱。但受国际地缘争端升级、能源短缺等多重因素影响，全球宏观经济呈现愈加复杂严峻的形势，下行压力持续加大，多个国家和地区陷入“通胀潮”，居民购买力不同程度受到影响，外销型企业面临诸多挑战。

面对艰难的外部环境，安克创新坚定保持稳步发展的节奏，坚持投入研发和产品创新，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。

（1）分品类收入情况

详见本摘要第二节“2、报告期主要业务或产品简介”。

(2) 分地区收入情况

2022 年，受全球宏观经济环境下行、部分经济体发展放缓、汇率变动等影响，公司在全球各个市场的发展呈现不同增速。在北美、欧洲、日本等成熟市场，公司稳扎稳打，依托于持续推出的优秀产品，加强市场推广力度，在消费行业整体下滑的情况下仍保持一定增速，尤其日本市场，在日元对人民币平均汇率下降 12.61% 的情况下仍实现正向增长。在中东市场，公司在线下渠道大力开拓，结合线上渠道运营、宣传等多方面经验，不断加深消费者对公司优秀产品的感知与体验，提升转换率，整体维持较快发展。在国内市场，由于消费需求疲软及市场竞争激烈，公司国内收入占比仍较低，未来公司将继续搭建专业团队，加大国内市场的投入，努力提高国内市场份额比例，从而提升渠道覆盖面和稳定性，减少国际环境风险。

地区	2022 年 1-12 月		2021 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	725,317.65	50.90%	634,081.80	50.43%	14.39%
欧洲	282,898.40	19.85%	254,237.15	20.22%	11.27%
日本	179,560.43	12.60%	173,199.08	13.77%	3.67%
中东	76,182.29	5.35%	56,136.78	4.46%	35.71%
中国大陆	52,114.00	3.66%	41,957.28	3.34%	24.21%
其他	108,979.21	7.64%	97,808.24	7.78%	11.42%
合计	1,425,051.98	100.00%	1,257,420.33	100.00%	13.33%

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。

公司在电商领域深耕多年，在线上渠道运营有深厚积累，同时借助于线上建立的良好口碑和品牌势能，快速开拓线下市场，建立起“线上+线下”立体式销售模式。目前公司已打入多个国家和地区的线下市场，与当地知名连锁商超、电信商开展深度合作，并根据不同的销售渠道特点，分别组建了专业化的营销队伍与渠道管理团队，在产品定位、产品定价、推广以及售后服务方面根据本地市场、本土渠道的特点进行优化，能够更好地满足不同地区消费者的差异化需求，持续提升用户口碑。

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，公司线上主要通过天猫、京东、抖音等平台进行销售。同时，伴随独立站持续加强建设以及公司产品复杂品类占比提升，报告期内公司六大独立站（Anker/ eufy/ soundcore/ Nebula/ AnkerMake/ AnkerWork）合计实现收入 6.76 亿元人民币，同比增长 71.75%；独立站渠道收入占比提升至 4.75%，较去年提升 1.62%。

线下，公司主要通过与全球性零售卖场、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	2022 年		2021 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	797,334.59	55.95%	687,327.56	54.66%	16.01%
		其他	80,351.28	5.64%	73,270.10	5.83%	9.66%

	自有平台	独立站	67,632.85	4.75%	39,378.97	3.13%	71.75%
	线上收入小计		945,318.72	66.34%	799,976.63	63.62%	18.17%
线下	线下收入小计		479,733.26	33.66%	457,443.70	36.38%	4.87%
	合计		1,425,051.98	100.00%	1,257,420.33	100.00%	13.33%