

证券代码：300866

证券简称：安克创新

公告编号：2023-002

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 checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>线上会议</u> |
| 参与单位名称 | 线上 93 家机构共 121 位参会人员，线下 23 家机构共 37 位参会人员，详见附件清单 |
| 时间 | 2023 年 5 月 11 日 |
| 地点 | 线上会议：网络平台 线下会议：公司会议室 |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事长：阳萌 总经理：赵东平 董事会秘书：张希 财务负责人：杨帆 |
| 投资者关系 活动主要内容介绍 | <p>Q1、面对充电品类新的竞争态势，公司如何维持和加强在这品类的竞争优势？</p> <p>您好，长期而言公司会坚持两个方向，一方面是持续保持极致的产品竞争力，即往更高端、更高功率、更小体积、更多场景去不断拓展，让充电品类持续成为公司发展的重要贡献来源之一。另一方面，公司也会聚焦于产品成本改善，在部分中低端产品中思考用创新方案来打造更具成本竞争力的产品。综合上述，再结合公司品牌优势，相信公司仍能在这个激烈的市场中保持较强竞争优势。</p> <p>Q2、储能品类目前通过研发来改进产品的空间还有多少？</p> <p>公司认为储能产品目前距离品类进入成熟阶段还存在一定距离，技术方案和用户需求都还在不断发生变化。比如，公司刚进入储能赛道时，市场更多采用的是三元锂电池方案，优势在于产品重量较轻，但同时循环次数相对有</p> |

限；伴随储能产品容量越来越大、使用场景不断丰富，公司当初选用磷酸铁锂方案的高循环次数优势则逐渐显现。此外，公司去年在储能产品上推出微创新，比如在两度电的储能产品里增加了轮子设计，让单个20至30公斤的产品可以方便携带，也成为市场追随的小风潮。我们作为便携储能领域的后来者，随着一系列新品发布，规模呈现了比较好的上升态势，公司未来将继续保持用户洞察、提升用户体验，加强产品竞争力。

Q3、公司拓展复杂品类比如储能时，是否还能采用原来的研发和竞争思路？

您好，公司认为研发本质上分两件事情，一件事情是做正确的事，第二件事情是把事情做对。做正确的事某种程度上其实更重要，我们现在至少从公司角度看认为便携式储能已经非常成熟，也还没达到大家对这个品类已没有新鲜感或者没有创新点的程度。我们觉得产品定义非常重要，也一直在关注用户侧的真正场景和需求，我们认为其中还是有大量可以去创新的空间，比如便携储能在欧洲和北美售价达到几百到上千美金，但实际使用频率很低，那我们如何帮助用户在更多生活场景、更多设备去方便使用储能产品等，这些其实是决定了我们的产品定义。我们认为至少在产品定义这一方面，我们做了很多洞察和探索来帮助我们更好地定义。

Q4、公司非常强调投入和研发积累，请问研发投入的内部分配机制是怎么样的？

公司去年整体研发费用率在7%以上，在内部各个事业部不会有显著差异，每个事业部根据各自品类的竞争需要来制定相应的研发计划，并做出领先的产品，同时对定价权产品进行提前布局投入。此外，公司也会在一些共性的技术领域做一些共性的投入，让其成为公司层面的公共积累，帮助公司在研发方面实现更高效率。

Q5、公司作为一家全球化企业，从产品或品牌矩阵维度的整体调性如何考量？

一方面，每个国家都是一个分层的金字塔，金字塔的上层会有较大空间，我们不论从产品力和价格相对还是具备一定竞争力。另一方面，市场上成功的消费电子品牌，在成功推出旗舰品牌后通常也会考虑推出下沉品牌，对安克而言我们希望既能有高端化的极致创新和极致品牌，又能在做到极致成本后覆盖到中端或者中低端，做到两者相结合的状态。

Q6、公司如何看待未来利润率提升的稳定性？

| | |
|------|---|
| | <p>公司长期目标是希望能做一个卓越的公司，能有持续创新的产品和不错的利润率，但这也意味着相比市场上其他参与者要有更深、更长时间内不可复制的护城河，因此我们往往会把短期损益让渡给战略判断。公司未来更希望去找准方向，坚定投入，并把自己推向有定价权的位置上去。</p> <p>Q7、当出现新竞争对手，公司过往积累的投入和研发形成的壁垒是否会有边际性弱化？</p> <p>通常来说，产品发展存在一定的生命周期，比如某个品类在早期发展时，产品使用体验会伴随技术发展而快速提升，但伴随产品进入生命周期的成熟阶段，这个提升过程会逐步趋于平缓。对企业而言，在产品体验曲线提升陡峭时，本质享受的是研发和产品红利，但到第二阶段曲线停下来后，产品红利差异不会很大，这时企业的品牌沉淀就十分重要。目前很多品类还在价值提升的早期阶段，因此企业还需要保持高投入的研发，在用户体验曲线趋于稳定也就是进入成熟阶段后，企业通常会依靠品牌和全球经营体系来跑得更远。</p> <p>Q8、公司是否会考虑采用重资产的方式来降低成本，如自建工厂？</p> <p>公司认为，当产品处于一定的市场阶段，研发和品牌相对价值比较高，制造附加值相对较低。而对于特别高整合度的品类如汽车等，则会有较高的制造附加值。根据我们对当下消费电子行业的观察，大部分情况下还是有良好的社会化分工，因此公司希望聚焦在能创造更多价值的地方，并对不同的方式进行谨慎科学的评估判断。</p> <p>Q9、AI提效目前和公司结合的情况如何？</p> <p>您好，公司目前主要尝试运用AI提效工具在程序员、客服、设计等岗位进行效率提升，这个过程并不止步于成本的下降，还包括用户体验的提升等。公司未来会继续思考如何通过AI进一步提升用户体验，以及提高整体服务质量，并且在内部正向推导这个过程向前。</p> <p>Q10、今年年度分红比例对比去年提升不少，是否对长期分红政策有一定指引？</p> <p>公司会结合实际经营情况、未来资金使用计划和投资计划，在满足证券监管机构要求的前提下开展分红。</p> |
| 附件清单 | 详见后附清单 |
| 日期 | 2023年5月11日 |

附件：参会单位名称

| 公司名称 | 公司名称 |
|----------------------------|--------------|
| 3W Fund Management | 华泰证券 |
| dc investment | 华西证券 |
| Enreal Asset Management | 华夏基金 |
| FOUNTAINBRIDGE | 华夏久盈资产管理 |
| Hel Ved Capital Management | 汇丰环球投资管理(香港) |
| Point72 Hong Kong | 汇丰晋信基金 |
| 宝盈基金 | 汇丰前海证券 |
| 鲍尔赛嘉(上海)投资 | 汇泉基金 |
| 北京淙峦投资 | 惠升基金管理 |
| 北京颐和久富投资 | 嘉实基金 |
| 北京禹田资本 | 嘉御资本 |
| 北京源峰私募基金 | 交银国际证券 |
| 北京遵道资产 | 景林资产 |
| 碧云银霞投资 | 景顺长城基金 |
| 博时基金 | 君和资本 |
| 财通证券 | 君义振华(北京)管理咨询 |
| 创金合信基金 | 开源证券 |
| 大成基金 | 马可孛罗至真资产管理公司 |
| 大和资本市场（香港） | 民生加银基金 |
| 淡水泉(北京)投资 | 明润投资 |
| 长江证券 | 摩根大通证券(中国) |
| 东方证券 | 摩根士丹利亚洲 |
| 东海证券 | 南方基金 |
| 方圆基金管理(香港) | 南京璟恒投资 |
| 福州开发区三鑫资产 | 宁波梅山保税港区信石投资 |
| 高盛高华证券 | 农银汇理基金 |
| 工银国际控股 | 鹏华基金 |
| 光大证券 | 平安基金 |
| 广东鹏乘私募证券投资基金 | 平安证券 |
| 广发证券 | 青岛城投嘉御股权投资基金 |
| 国金证券 | 上海保银私募基金 |
| 国盛证券 | 上海高毅资产 |

| | |
|-------------|-------------|
| 国泰基金 | 上海景林资产 |
| 海通证券 | 上海宽潭私募基金 |
| 杭州星泰投资 | 上海瓴仁私募基金管理 |
| 弘鼎资本 | 上海勤辰私募基金管理 |
| 红杉资本投资 | 上海睿亿投资发展中心 |
| 红塔证券 | 上海申银万国证券研究所 |
| 华安基金 | 上海域秀资产 |
| 华润元大基金 | 上海煜德投资管理中心 |
| 长盛基金 | 申万菱信基金 |
| 深圳丞毅投资 | 招商基金 |
| 深圳市景泰利丰投资发展 | 浙江浙商证券资产 |
| 太平资产 | 正心谷资本 |
| 腾跃基金 | 中国国际金融 |
| 天风证券 | 中国人寿 |
| 天弘基金 | 中国银河证券 |
| 五地投资 | 中科金控资本 |
| 信达澳亚基金 | 中融基金 |
| 兴业基金 | 中信保诚资产管理 |
| 兴业证券 | 中信建投证券 |
| 颐和久富投资 | 中信证券 |
| 易米基金 | 中邮创业基金 |
| 众安在线财产保险 | 中邮证券 |
| 永安国富资产 | 中原证券 |