证券代码：920065　　证券简称：千岸科技　　公告编号：2026-140

深圳千岸科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带法律责任。

一、 投资者关系活动类别

√特定对象调研

□业绩说明会

□媒体采访

√现场参观

□新闻发布会

□分析师会议

□路演活动

□其他

二、 投资者关系活动情况

活动时间：2026 年 11 月 6 日

活动地点：公司会议室

参会单位及人员：天风证券、信达澳亚基金

上市公司接待人员：董事会秘书高娜

三、 投资者关系活动主要内容

问题 1：艺术创作、数码电子、运动户外、家居庭院四大领域产品，与竞品相比有哪些产品技术上的优势？

公司艺术创作领域产品主要为绘画笔，绘画笔产品性能优势主要体现为：①绘画性能表现突出，保障了用户艺术创作的高品质。公司马克笔产品绘画过程中

墨水干湿前后颜色变化小，同色叠色或多色融色后画面不易变脏、不泛白，遇水、遇光条件下无明显褪色，负压等高海拔环境下不易漏墨。②为用户提供更灵活便捷的使用体验。在颜色组合方面，公司马克笔已积累了丰富的墨水颜色配方方案，同时提供多个色系套装选择，合计可提供 500 余种鲜艳色彩组合，颜色布局全面，色阶丰富，是目前市面上颜色最全的马克笔品牌之一，可灵活满足用户的各种创作需求。在个性化设计方面，公司根据国际瑞典 NCS 自然色彩体系颜色理论，将颜色的色相、饱和度、明度等量化指标应用在酒精马克笔颜色色号管理及识别上，对每个颜色进行编码化，形成有颜色色相、饱和度、明度量化的色号。在笔尖组合方面，公司双头酒精马克笔提供粗头、软头、细头、软粗头、薄粗头、Mini 软头等丰富笔尖组合，可满足绘画初学者、绘画爱好者、专业绘画者、涂色爱好者、设计师等不同用户人群的不同创作场景需求，用户人群广泛。

公司针对数码电子的研发创新工作主要围绕提升听觉体验、使用续航与环境耐受性、佩戴舒适性和耐用性展开。公司儿童耳机产品性能指标优势主要体现为：①公司儿童耳机拥有更成熟的听力保护技术。基于人类听觉系统特性的听力保护技术采用更科学准确的 dBA（A 计权分贝）方式进行音量测试，通过模拟人耳听力环境，对声音进行全频段的 dBA 计权，使声音整体不超过 74/85dB，对儿童的听力保护效果更为显著。同时公司经过多年的持续投入，成功推出的基于耳蜗共振预衰减的听力保护技术，对容易造成听力障碍的声音频段进行衰减，在兼顾声音清晰度的同时，有效预防高频听力损失。②公司儿童耳机提供更全面的降噪处理方案，拥有主动和被动两种降噪模式选择，且公司双馈主动降噪模式相较大部分在售儿童耳机的单馈主动降噪模式对噪音的采集更为精准，降噪效果更佳，最大降噪深度可达 40dB。③公司产品拥有更强的续航能力，单次充电续航时间长，快充能力突出。④儿童耳机领域产品布局完善，产品矩阵丰富，产品外观多样，佩戴舒适，耐用性能突出，覆盖场景全面。公司蓝牙音箱产品性能指标优势主要体现为：①音质效果：公司自研 XBass 低音增强虚拟算法，通过数字信号处理技术来改善有限体积的扬声器低频表现，即通过生成低频谐波来模拟低音效果，达到低音增强的目的，带来低音的下潜深度和胸腔共振的震撼感，最低频率可以达到 40Hz。②续航能力：公司自研 RunStretch 自适应动态增压和降压算法实现的电池管理技术。通过硬件与软件的精准控制，精确计算电子功率需要的能量进行

合理动态增压和降压算法，从而将功耗控制在相对较低的水平，目前最高续航可达 30 小时。③防水防尘性能：公司通过开发多样化防水结构设计技术，使产品具备 IPX7 级防水性能，即在 1 米深的水中浸泡 30 分钟而不受损害，有效满足消费者对产品耐用性和可靠性的需求。

公司针对运动户外类产品的研发创新工作主要围绕人体工学结构设计与提升工艺质量方面展开。主要优势：①公司运动户外产品结合具体使用场景与用户需求，多使用在强度、韧性、弹性、密度、环保、吸湿透气等方面具有优异性能的材料，产品在承重性、抗冲击性、轻量化和透气舒适性等方面的性能表现具备竞争优势。②公司运动户外产品注重结构设计的合理性，基于目标消费人群的身体特征分析实现人体工学适配，同时通过功能分区设计与可调节性等满足用户多场景的使用需求。③公司运动户外产品具备良好的工艺质量，注重做工细节与配件可靠性，持久耐用。

公司针对家居庭院类产品通过精益求精的产品结构设计和工艺管控，不断进行创新提高产品性能和产品竞争力，采用新型替代材料，兼顾使用体验与美观的结构设计，适配多场景用户需求，以打造兼具专业品质和实用功能的家居庭院必备产品和创新型产品。

问题 2：公司如何打造品牌 Ohuhu 的，在品牌建设上做了哪些工作？

公司通过 Ohuhu 品牌向消费者传递灵感创作和艺术解压观念，鼓励绘画爱好者通过马克笔绘画进行自我表达与创意实现，在释放压力的同时焕发生活热情，与用户构建情感共鸣和文化认同。

公司通过打造 Ohuhu 品牌独立站，建立全球绘画爱好者社群，提高用户圈层认同感和 Ohuhu 品牌归属感；通过举办主题绘画活动，提高 Ohuhu 用户参与度；通过与垂类红人、专业画师的深度合作，提高 Ohuhu 品牌的知名度和影响力。经过持续的努力，公司 Ohuhu 品牌建设成果显著，与绘画笔用户构建了情感联结，建立了较高的用户忠诚度，进而提升相关产品的溢价能力；同时 Ohuhu 品牌自然流量的增长，提高流量转换效率，降低获客成本，优化盈利结构。绘画笔产品在亚马逊平台的复购率、用户粘性和用户忠诚度持续增长。

问题 3：公司未来的发展规划是什么？

公司将围绕四大方向夯实长期发展根基：

一、锚定品牌差异化战略。清晰界定 Ohuhu、Tribit、Sportneer、iClever 四大品牌的风格定位与发展路径，强化品牌用户心智，持续提升品牌价值。

二、深耕产品创新。持续洞察消费者多元需求，坚持场景化、精细化、差异化研发导向，精准把握目标人群消费偏好，依托自研设计技术迭代扩充产品矩阵。

三、推进技术创新赋能。加速数字化与智能技术在跨境电商全业务流程落地融合，依托 AI 赋能系统迭代、业务决策与流程优化，驱动产业链效率提升、成本优化，筑牢核心竞争力。

四、拓宽全球销售渠道。依托品牌优势，统筹线上线下渠道布局，促进渠道协同联动，持续扩大市场覆盖面。

深圳千岸科技股份有限公司

董事会

2026 年 11 月 9 日