仅供内部参考，请勿外传！

安克创新(300866) 电子

发布时间：2026-10-14

证券研究报告 / 公司深度报告

全球化消费电子平台公司，创新驱动业绩持续增长

买入

上次评级：买入

报告摘要：

安克创新：以创新为内核的全球化智能硬件科技企业。（1）公司 2011 年成立，起家于移动充电，逐步构建起充电储能、智能创新与智能影音三大业务矩阵；充电储能作为基本盘，2025 年营收占比 50%以上，创新/影音 2025 年营收占比分别为 27.1%/22.4%。(2) 区域结构以境外为主，2025 年海外整体收入占比超 95%，北美为公司核心基本盘，2025 年占比 46.3%，欧洲市场增长势能突出。(3) 渠道结构以线上为主，亚马逊营收占比自 2022 年的 56%降至 2025 年的约 52%，线下占比约 29%，自有独立站及其他三方平台占比稳步提升。(4) 持续加码研发创新，2025 年研发费用率升至 9.48%居同业前列、研发人员占比升至 56.3%。

欧洲电价提升+政策松绑驱动消费级储能需求上行，公司充电储能收入高增。（1）2025 年全球消费级储能市场规模约 2290 亿元，预计 2030 年增至 5605 亿元，CAGR 约 19.6%。(2) 2025 年全球移动充电市场规模约 2441 亿元，预计 2030 年增至 3875 亿元，CAGR 约 9.7%；公司 Prime/Nano/Zolo 等系列持续迭代，2025 年全球份额 4.8%居首，叠加小充安全标准趋严推动行业整合，有望稳健增长。(3) 阳台储能凭借即插即用、适配多场景及投资回收期较短等优势，较户用储能更易渗透，有望延续高景气。公司 Anker SOLIX 阳台储能产品持续迭代、技术性价比领先，2025 年全球份额 14.6%居首；叠加户用与便携储能进一步完善产品矩阵。(4) 便携式储能受益于北美露营户外家庭渗透率高，未来有望延续高增速，公司凭借技术迭代、渠道协同及产品性价比，在全球便携式储能市场销售额排名第三，2025 年估算贡献收入超 24 亿元。

公司智能安防、智能影音保持强韧，3D UV 打印机新增长极。(1)全球智能家居市场预计由 2025 年的 1628 亿美元增至 2033 年的 8874 亿美元，CAGR 约 23.1%；其中安防预计由 414 亿美元增至 1046 亿美元，CAGR 约 11.4%。(2) 公司已构建成熟的清洁产品迭代能力，2025 年密集落地多款旗舰完善中高端矩阵。eufyMake 3D UV 打印机以 4676 万美元募资登顶全球众筹历史第一且壁垒显著。

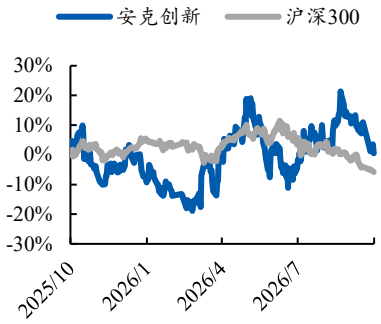
投资建议：公司作为消费电子赛道平台型，有望持续受益于海内外消费需求升级、硬件产品创新带来的行业增长红利，储能类产品有望受益于欧洲消费级储能加速渗透；持续创新打开中长期成长空间，支撑业绩持续向好。我们预测公司 2026-2028 年营业收入为 391.5/488.8/594.2 亿元，归母净利润为 34.1/42.3/51.6 亿元，PE 为 19.5/15.7/12.9 倍，维持“买入”评级。

风险提示：国际贸易摩擦与贸易保护风险，行业竞争加剧风险，供应链与产品质量管控风险，业绩预测和估值不达预期。

财务摘要（百万元）	2024A	2025A	2026E	2027E	2028E
营业收入	24,710	30,514	39,151	48,882	59,416
(+/-)%	41.14%	23.49%	28.30%	24.86%	21.55%
归属母公司净利润	2,114	2,545	3,407	4,234	5,161
(+/-)%	30.93%	20.37%	33.86%	24.28%	21.90%
每股收益（元）	3.99	4.77	5.78	7.18	8.76
市盈率	24.45	23.97	19.53	15.71	12.89
市净率	5.79	5.83	5.11	4.16	3.39
净资产收益率(%)	24.87%	26.10%	26.14%	26.47%	26.32%
股息收益率(%)	2.15%	2.10%	1.54%	1.91%	2.33%
总股本（百万股）	531	536	589	589	589

股票数据	2026/10/13
6 个月目标价（元）	/
收盘价（元）	112.87
12 个月股价区间（元）	92.93~137.16
总市值（百万元）	66,529.21
总股本（百万股）	589
A 股（百万股）	539
B 股/H 股（百万股）	0/50
日均成交量（百万股）	3

历史收益率曲线



涨跌幅（%）	1M	3M	12M
绝对收益	-11%	5%	-3%
相关收益	-6%	14%	4%

相关报告

《2026 年美护行业策略报告：医美以新品驱动增长，美妆国货以极致性价比突围》

--20251102

《香水行业报告：情绪消费催生嗅觉经济，东方香氛重塑市场新格局》

--20260803

证券分析师：李强
执业证书编号：S0550515060001
liqiang@nesc.cn

证券分析师：李森董
执业证书编号：S0550520030003
lism@nesc.cn

仅供内部参考，请勿外传！

目 录

1. 消费电子平台型公司，持续创新聚焦中长期发展 4
1.1. 亚马逊充电产品起家，打造全球化消费电子平台 4
1.2. 股权结构稳定，管理层经验丰富 5
1.3. 业绩稳健增长，加大研发投入强化产品竞争力 7
2. 充电类：小充构筑业绩基本盘，消费级储能迎海外高增 10
2.1. 小充类：业绩稳健贡献公司业绩基本盘，行业仍存结构性机会 10
2.1.1. 移动电源向大功率、自带线发展，充电器向快充、无线充发展 10
2.1.2. 充电类产品贡献公司收入基本盘，创新迭代延续强势增长性 14
2.2. 消费级储能：政策松绑+电价提升驱动行业高增 15
2.2.1. 阳台光储：行业高景气增长，公司市占率全球第一 17
2.2.2. 便携式储能：消费级储能赛道中体量最大、成熟度最高的细分领域 21
3. 智能家居：多品类协同发展，构建智能家居生态体系 23
3.1. 智能安防：本地化部署+高性价比，打开市场空间 23
3.2. 智能清洁：千亿市场空间广阔，技术升级推进产品持续迭代 25
3.3. UV 打印机：新兴品类探索新市场，先进技术引领行业 26
4. 投资建议 27
5. 风险提示 28

图表目录

图 1：公司发展历史 5
图 2：公司股权结构（截至 2026H1） 6
图 3：公司 2015-2026H1 营业总收入（亿元）及增速 7
图 4：公司 2015-2026H1 归母净利润（亿元）及增速 7
图 5：公司 2020-2026H1 分板块收入（亿元） 7
图 6：公司 2020-2026H1 分板块收入占比 7
图 7：公司 2018-2025 年分区域收入占比 8
图 8：公司 2018-2025 年分渠道收入占比 8
图 9：公司 2016-2026H1 毛利率和净利率 9
图 10：公司 2016-2026H1 各项费用率 9
图 11：2016-2025 年公司研发支出（亿元）及占营收比例 9
图 12：2017-2025 年公司研发人员数量（人）及占员工总数比例 9
图 13：公司产品开发全流程 10
图 14：2011-2025 年中国智能手机出货量（万台） 10
图 15：2016-2025 年全球智能手机出货量（亿台） 10
图 16：美国消费者更换智能手机的平均时长（年） 11
图 17：全球移动充电和充电器及配件产品市场规模（亿元） 11
图 18：全球移动充电产品市占率 11
图 19：2022H1-2025H2 国内天猫、抖音和京东三大平台移动电源细分品类市场份额 12
图 20：全球氮化镓充电器市场规模（十亿美元）及增速 12
图 21：2022-2025 国内天猫、抖音和京东三大平台充电器细分品类市场份额 13
图 22：公司移动电源三大品牌 14
图 23：公司 2016-2025 年小充品类收入（亿元）及增速 15
图 24：传统户储和阳台光储的安装路径区别 16
图 25：全球户用储能市场规模（亿元）及增速 17
图 26：全球便携式储能市场规模（亿元）及增速 17

仅供内部参考，请勿外传！

图 27：全球阳台光伏储能市场规模（亿元）及增速 17
图 28：各地区消费级储能市场规模（亿元） 17
图 29：2025 年欧盟及欧盟部分国家居民居住于公寓住宅的人口占比 18
图 30：2025 年欧盟及欧盟国家租赁人口占比 18
图 31：欧洲年度居民零售平均电价（€/100kWh） 18
图 32：北美活跃露营家庭数量（万户） 22
图 33：北美露营家庭占比 22
图 34：全球智能家居市场规模（亿元）及增速 23
图 35：按地区划分智能家居市场规模（亿元） 23
图 36：全球智能安防市场规模（亿元）及增速 23
图 37：公司室内安防产品使用场景 24
图 38：公司室外安防产品使用场景 24
图 39：eufy Security 多款产品位列亚马逊安防产品畅销榜 24
图 40：全球智能清洁市场规模（亿元）及增速 25
图 41：全球消费级 3D 打印市场规模（亿美元） 26
图 42：公司众筹 UV 打印机性能突出 27

表 1：公司五大品类产品介绍 4
表 2：公司高管团队 6
表 3：近几年推出的移动电源监管政策 13
表 4：安克创新与其他品牌同类产品对比 15
表 5：便携式储能、阳台光储和传统户储的区别概览 16
表 6：阳台储能回本周期测算 19
表 7：欧洲主要国家阳台光储相关政策 20
表 8：全球阳台光伏储能行业竞争格局 21
表 9：安克创新阳台光储产品与其他品牌对比 21
表 10：全球便携式储能行业竞争格局 22
表 11：安克创新便携式光储产品与其他品牌对比 22
表 12：安克创新扫地机器人与同行产品对比 25
表 13：创意打印市场细分方向对比 26
表 14：公司营收预测（亿元） 27

仅供内部参考，请勿外传！

1. 消费电子平台型公司，持续创新聚焦中长期发展

1.1. 亚马逊充电产品起家，打造全球化消费电子平台

公司以亚马逊充电产品起家，持续拓展品类，打造全球化消费电子平台。安克创新是一家全球智能硬件科技公司，成立于 2011 年。早期以充电产品进入跨境电商领域，依托亚马逊渠道红利快速扩张，积累品牌声誉。公司持续在智能硬件、软件与 AI 领域创新，横向拓展新品类，从单一品类成长为一家覆盖充电、能源、智能家居、影音和创意工具的全球智能硬件科技公司。目前公司拥有 Anker Charging（移动电源与配件）、Anker SOLIX（家用与便携能源）、Anker eufy（智能家居）、Anker soundcore（影音）、Anker eufyMake（创意工具）五大品类。

表 1：公司五大品类产品介绍

品类	主要产品	图例
Anker Charging（移动电源与配件）	Anker Charging 是移动充电领域的全球 No.1，也是覆盖日常、旅行与桌面场景的全球充电技术领导者。充电产品与配件产品阵容涵盖移动电源、充电器、数据线、无线充电器、充电站、集线器、拓展坞等。	
Anker SOLIX（家用与便携能源）	Anker SOLIX 是智能能源领域的全球领导者，为每个家庭带来可靠、易用、可持续的能源解决方案。公司是即插即用太阳能储能领域的全球第一，以及连续多年阳台太阳能电池储能领域第一。	
Anker eufy（智能家居）	Anker eufy 专注于 AI 驱动的智能生活解决方案。自 2016 年以来，公司推出了丰富的产品，涵盖家庭安防系统、扫地机器人、割草机器人、婴幼儿看护设备和个人健康设备等。	
Anker soundcore（影音）	Anker soundcore 是影音领域的全球领导者，已向全球 7500 万用户售出超过 1.2 亿件产品。产品包含无线耳机、头戴式耳机、睡眠耳机、音箱和便携投影仪。	
Anker eufyMake（创意工具）	Anker eufyMake 是个人创意工具领域的全球创新者，率先推出全球首款个人 UV 打印机，并以 3D 纹理与逼真色彩，将数字创意化为触手可及的现实。秉持“Make It Real”的价值主张，直观易用的生态系统助力创作爱好者与小型企业主，在丰富多元的创意场景中轻松实现个性化创作。	

数据来源：公司官网，东北证券

仅供内部参考，请勿外传！

公司发展历程：

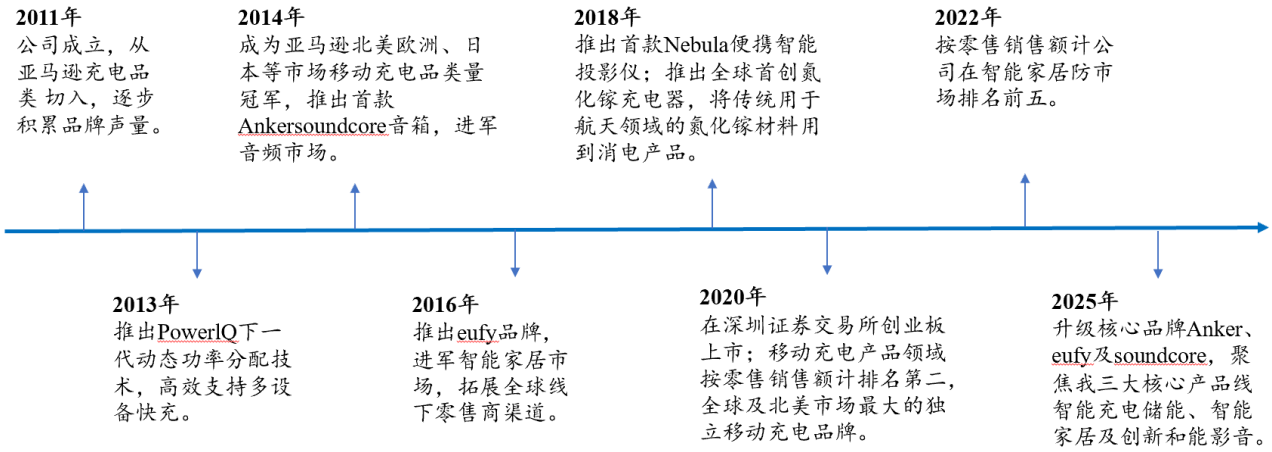
1. 初创深耕期（2011–2016 年）：安克创新由阳萌 2011 年创立，初期以移动电源、充电配件为核心，依托亚马逊跨境渠道快速起量。凭借过硬产品口碑，公司迎来高速增长，2014–2016 年营收复合增速超 80%。同期推出 Soundcore 音频品牌，初步完成自有品牌体系与海外供应链搭建，夯实跨境出海基本盘。

2. 多元扩张期（2016–2020 年）：公司开启多品类自发扩张，陆续推出 Eufy 智能硬件等子品牌，业务延伸至音频、智能家居、投影等赛道，从单一 3C 卖家向多品牌平台化企业转型。同时渠道结构持续优化，从纯线上逐步切入沃尔玛、百思买等欧美线下主流零售体系，品牌影响力持续扩大。

3. 战略升级与调整期（2020–2022 年）：2020 年公司创业板上市，正式确立**浅海战略**，聚焦低竞争、高毛利的消费电子细分品类，大幅扩充产品线至 27 条。受益于氮化镓快充技术迭代与居家硬件需求爆发，2020–2021 年营收增速维持 30%以上。2022 年受海外通胀、渠道去库存及品类扩张冗余影响，公司增速阶段性承压。

4. 收敛提质与二次增长期（2023 年至今）：公司启动战略收敛，砍掉低效产品线，将品类精简至 17 条，优化资源配置。后续聚焦充电、储能、智能家居三大核心赛道，搭建技术研发平台。2024 年受益于欧洲阳台光储赛道爆发实现 41%的营收增长，后续布局 UV 打印、割草机等新兴领域，持续验证新品类孵化能力，稳固消费电子跨境龙头地位。

图 1：公司发展历史



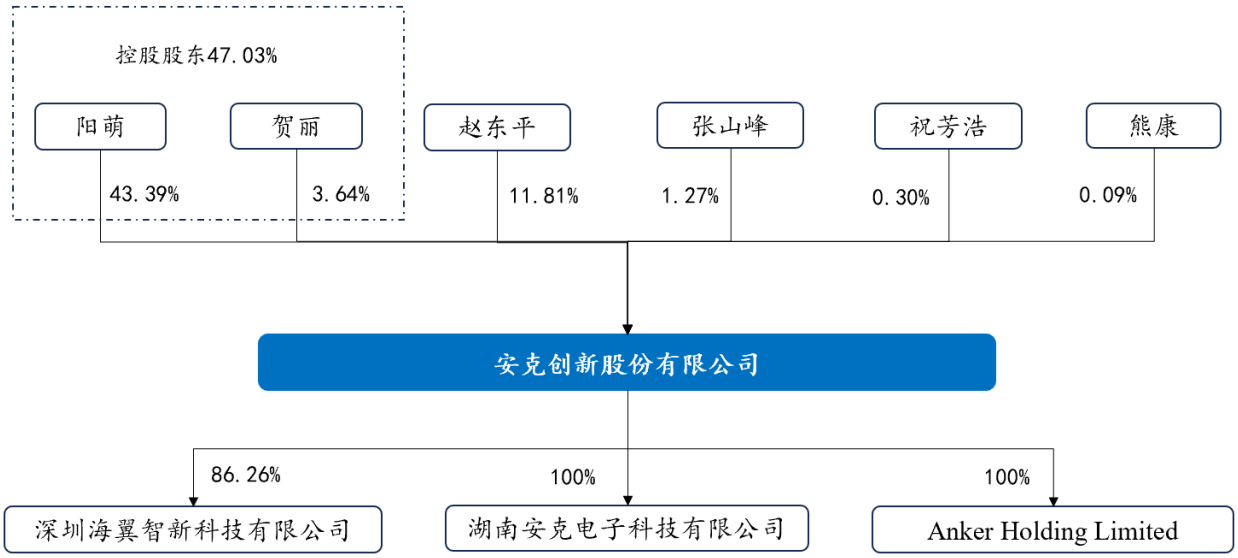
数据来源：公司港股招股书，东北证券

1.2. 股权结构稳定，管理层经验丰富

股权结构高度集中，保障企业长期战略定力。截至 2026H1，公司创始人、董事长阳萌直接持股 43.39%，其配偶贺丽作为一致行动人持股 3.64%，二人合计持股 47.03%，为公司实际控制人。同时核心管理层持股形成利益绑定：总经理赵东平持股 11.81%，张山峰、祝芳浩、熊康等核心高管分别持股 1.27%、0.30%、0.09%。稳定集中的股权架构赋予控股股东战略主动权，保障跨品类扩张、持续研发投入等长期主义决策的连贯性，降低短期业绩波动对长期经营投入的干扰，提升战略落地执行效率。

仅供内部参考，请勿外传！

图 2：公司股权结构（截至 2026H1）



数据来源：Wind，东北证券

核心管理层具备丰富的行业从业经验及前瞻的战略判断力。公司创始人、董事长阳萌先生具备技术研发与海外市场经验，早期任美国大型互联网公司高级软件工程师，带领公司从充电品牌成长为全球智能硬件标杆；总经理赵东平先生长期参与公司经营管理，推动公司销售、渠道和组织体系建设；公司核心高管团队中亦包括产品、供应链、财务和资本市场等多领域背景人才。

表 2：公司高管团队

姓名	年龄	职位	个人履历
阳萌	44	董事长	1982 年 5 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。2006 年 2 月至 2011 年 7 月，任 Google Inc.高级软件工程师；2011 年 12 月至 2016 年 5 月，任海翼有限首席执行官；2013 年 6 月至今，任 Road Travelled Holding Limited 等公司董事；2016 年 5 月至今，任公司董事长。
赵东平	49	董事，总经理	1976 年 9 月出生，中国香港籍，无其他境外永久居留权，硕士学历。2004 年 8 月至 2008 年 4 月，先后任戴尔中国有限公司产品销售总监、产品销售高级经理；2008 年 4 月至 2012 年 1 月，任谷歌信息技术（中国）有限公司大中国区在线销售与运营总经理；2012 年 1 月至 2016 年 5 月，任海翼有限总裁；2016 年 5 月至今，任公司董事、总经理。
杨帆	39	财务负责人	1987 年 4 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，香港科技大学 MBA。曾任普华永道中天会计师事务所有限公司深圳分所审计员及高级审计员、普华永道咨询（深圳）有限公司及深圳前海普华永道商务咨询服务有限公司并购交易部高级顾问、经理及高级经理等；2021 年 2 月起担任公司财务负责人。
彭文婷	37	董事会秘书	1990 年 8 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，中国人民大学学士、北京大学硕士学历。曾任中国国际金融股份有限公司投资银行部执行总经理。2025 年 8 月起加入公司，拟任公司董事会秘书。

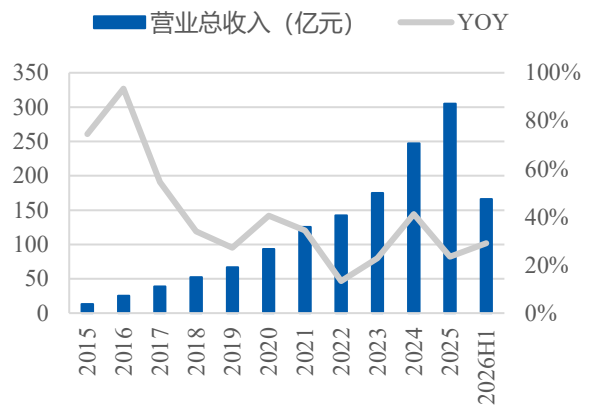
数据来源：Wind，东北证券

仅供内部参考，请勿外传！

1.3. 业绩稳健增长，加大研发投入强化产品竞争力

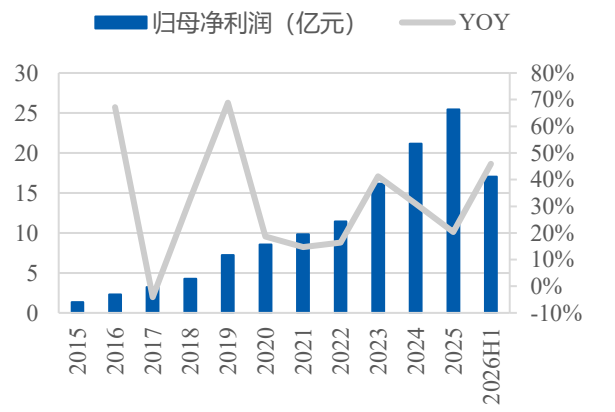
公司经营稳健，业绩仍处高速增长态势。公司营收逐年提升，长期保持正增长，2015-2025 年营收由 13.02 亿元增长至 305.14 亿元，CAGR 为 37.08%%，2026H1 营收为 166.05 亿元，同比+29.05%。2022 年公司外部受到俄乌冲突影响，内部收到品类扩张冗余拖累，营收增速下滑，2015-2025 年公司归母净利润由 1.35 亿元增长至 25.45 亿元，CAGR 为 34.15%，2026H1 年归母净利润为 17.02 亿元，同比+45.86%。2025H2 受产品召回影响，业绩基数较低，预计 2026H2 将迎来较好业绩修复。

图 3：公司 2015-2026H1 营业总收入（亿元）及增速



数据来源：Wind，东北证券

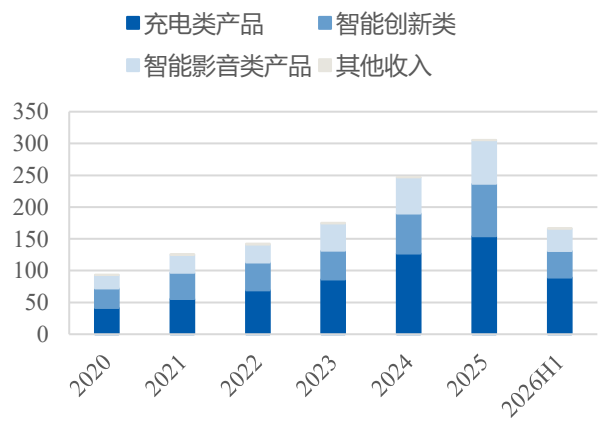
图 4：公司 2015-2026H1 归母净利润（亿元）及增速



数据来源：Wind，东北证券

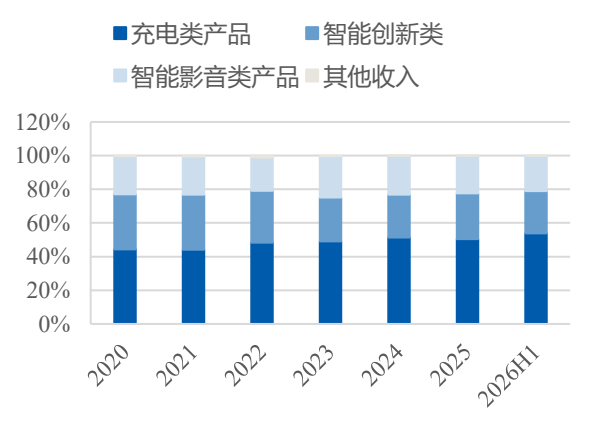
充电类产品贡献主要营收，三大板块协同增长。公司的主营业务可以分为三大板块，分别为充电类产品、智能创新类产品和智能影音类产品。2025/2026H1 公司充电类产品收入分别为 89.30 亿元/68.16 亿元，同比分别+21.59%/+31.02%，占总营收的比重分别为 50.48%/53.78%；智能创新类产品收入分别为 41.86 亿元/32.51 亿元，同比分别+30.54%/28.76%，占总营收的比重分别为 27.11%/25.21%；智能影音产品收入分别为 68.33 亿元/34.85 亿元，同比分别+20.05%/24.55%，占总营收的比重为 22.39%/20.99%。

图 5：公司 2020-2026H1 分板块收入（亿元）



数据来源：Wind，东北证券

图 6：公司 2020-2026H1 分板块收入占比



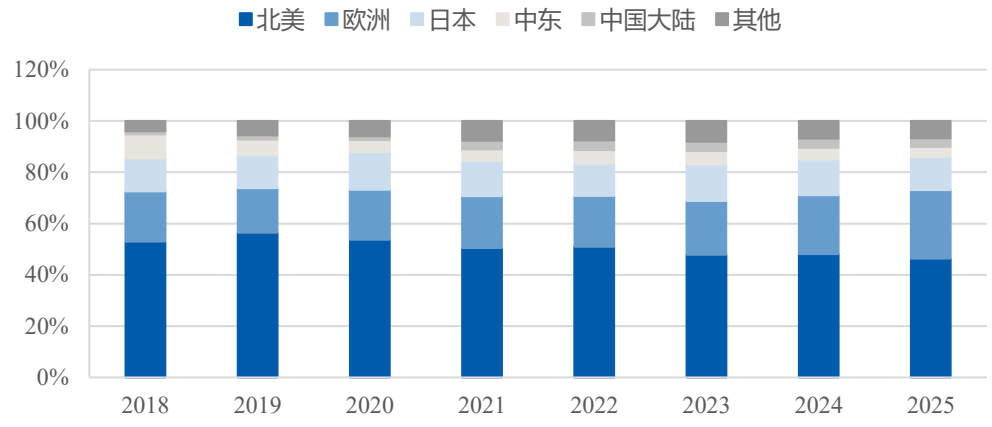
数据来源：Wind，东北证券

公司营收主要源于海外市场，海外整体收入占比超 95%。分区域来看，北美为公司核心基本盘，但营收占比呈稳步下行态势，区域营收结构持续分散，占比由 2019 年的 56.4%回落至 2025 年的 46.3%。欧洲市场增长势能突出，整体份额持续抬升，虽

仅供内部参考，请勿外传！

阶段性存在小幅波动，但 2019-2025 年占比由 17.4%提升至 26.7%，成为公司重要增量市场。日本市场表现稳健，营收占比长期维持在 10%-15%区间。与此同时，国内市场持续突破，大陆营收占比从 2019 年的 1.56%提升至 2025 年的 3.4%，海内外市场均衡化发展趋势持续凸显。

图 7：公司 2018-2025 年分区域收入占比



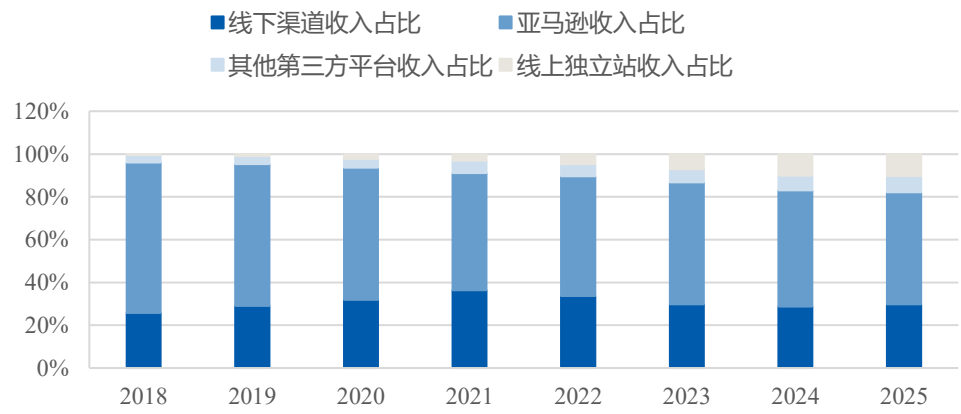
数据来源：公司港股招股书，东北证券

分渠道看，以线上销售为主，独立站占比大幅提升。

线上渠道：公司已与亚马逊、乐天、京东、虾皮等全球主要第三方电商平台建立合作关系，主要以直营网店模式开展销售。线上渠道以亚马逊平台为核心，渠道矩阵持续多元化。线上收入占比维持 60%以上，其中亚马逊渠道收入占比由 2019 年 66.3%回落至 2025 年 52.3%，独立站（自有线上平台）占比由 2019 年不足 1%提升至 2025 年 10.3%，其余第三方平台占比由 3.71%增长至 7.66%，对单一平台依赖度持续下降。

线下渠道：营收占比由 2019 年约 29%提升至 2021 年 36.4%，主要系公司成功切入沃尔玛、百思买、开市客、日本 7-11 等海外头部零售体系；2022-2024 年线下占比有所回落，一方面源于独立站投入加大，另一方面是后疫情阶段海外消费线上化偏好提升，2025 年线下渠道占比小幅修复至 29.8%。

图 8：公司 2018-2025 年分渠道收入占比



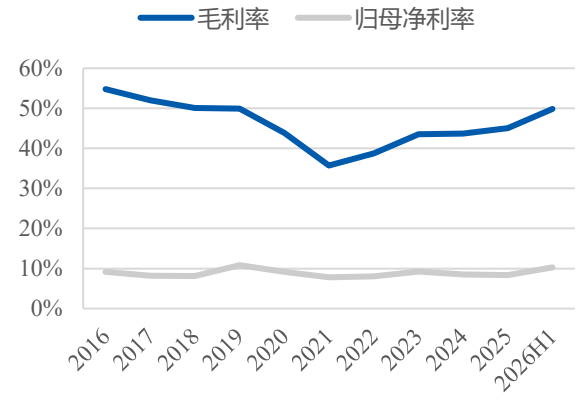
数据来源：公司港股招股书，东北证券

2021 年以来毛利率逐步提升，研发费用逐年加码。公司毛利率由 2021 年的 35.72%逐年提升至 2025 年的 45.07%，2026H1 毛利率提升至 49.82%。公司通过增加研发

仅供内部参考，请勿外传！

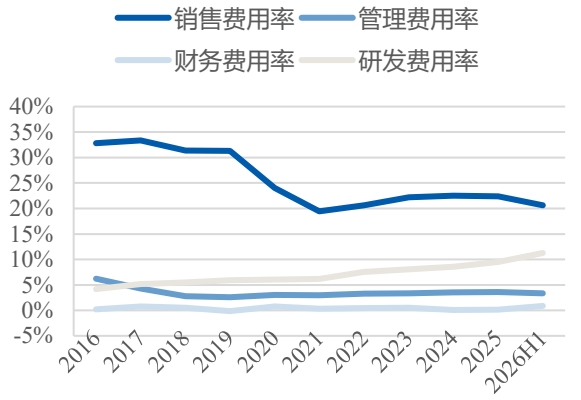
投入推动新品推出和技术迭代，研发费用率持续提升，由 2021 年的 6.19%提升至 2025 的 9.48%，2026H1 研发费用率达 11.26%。

图 9：公司 2016-2026H1 毛利率和净利率



数据来源：Wind，东北证券

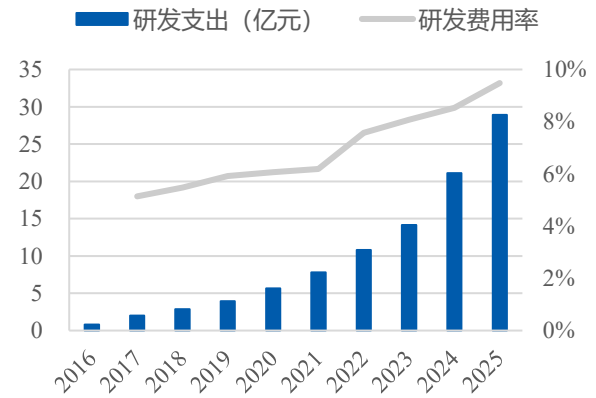
图 10：公司 2016-2026H1 各项费用率



数据来源：Wind，东北证券

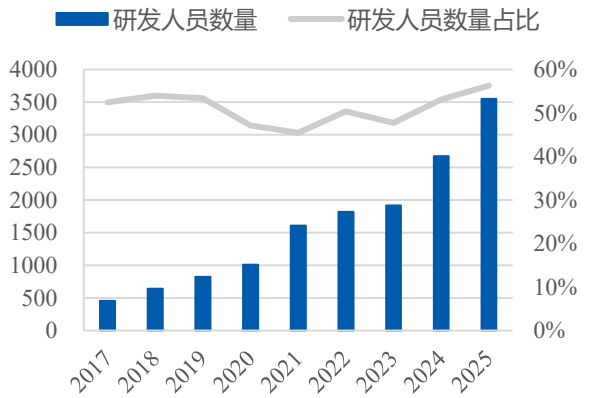
持续加大研发投入，推陈出新强化竞争力。公司一方面对现有产品进行性能优化与体验升级，另一方面横向拓展新品类，研发方向涵盖具身智能、UV 打印机等。通过持续推陈出新，公司不断完善产品矩阵，打造差异化产品卖点，缓解行业同质化竞争，引领行业创新，强化长期核心竞争力。公司研发支出由 2021 年的 7.78 亿元提升至 2025 年的 28.93 亿元，研发人员数量由 2021 年的 1605 人提高至 2025 年的 3549 人。

图 11：2016-2025 年公司研发支出（亿元）及占营收比例



数据来源：Wind，东北证券

图 12：2017-2025 年公司研发人员数量（人）及占员工总数比例

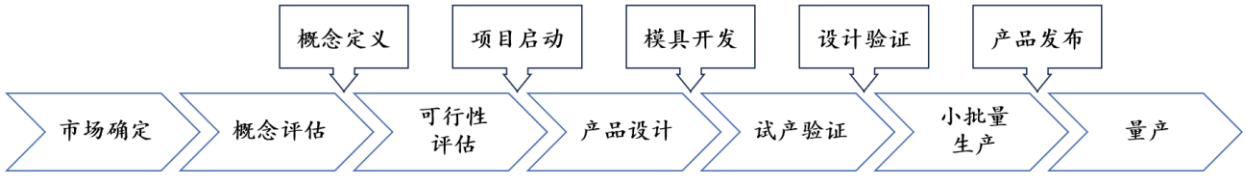


数据来源：Wind，东北证券

搭建体系化、规范化的研发机制。公司依托多领域技术人才构建完整研发平台，可组建跨职能研发团队，推动产品部门与后台支持部门深度协同。整体研发流程分为市场确定、概念评估、可行性评估、产品设计、试产验证、小批量生产、量产七大阶段。产品历经试产、小批量验证后，依托外部制造伙伴实现量产。全流程高度重视产品品质、用户体验，同步推进软硬件前沿技术融合。

仅供内部参考，请勿外传！

图 13：公司产品开发全流程



数据来源：公司港股招股书，东北证券

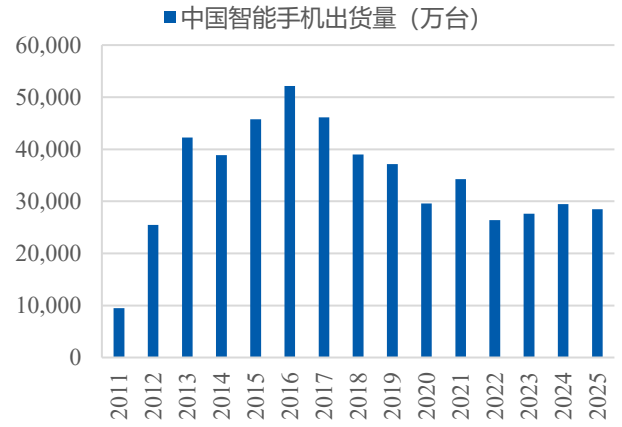
2. 充电类：小充构筑业绩基本盘，消费级储能迎海外高增

2.1. 小充类：业绩稳健贡献公司业绩基本盘，行业仍存结构性机会

2.1.1. 移动电源向大功率、自带线发展，充电器向快充、无线充发展

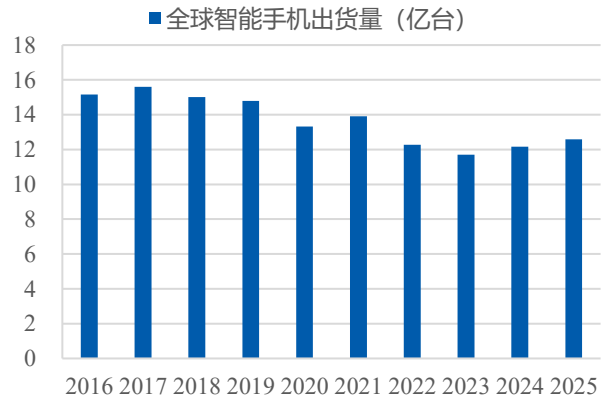
充电类产品景气度与智能手机出货量高度相关。近几年全球及中国智能手机出货量均趋于稳定，中国智能手机出货量于 2016 年达到峰值，为 5.2 亿台，此后逐年下滑并于 2020 年后逐步企稳，2025 年中国智能手机出货量达 2.8 亿台。从需求传导链条看，智能手机新机出货直接拉动原装充电器及第三方快充配件的配套需求，换机周期的长短与新机发布节奏共同决定了充电配件的增量空间。我们认为，随着快充功率持续升级、氮化镓等新材料渗透率提升，以及无线充电、磁吸充电等新兴形态快速普及，单机配套价值量有望进一步上行，从而放大智能手机出货量波动对充电产业链的业绩弹性。展望后续，AI 手机、折叠屏等创新形态有望带动新一轮换机潮，充电类产品有望迎来量价齐升的景气共振。

图 14：2011-2025 年中国智能手机出货量（万台）



数据来源：Wind，东北证券

图 15：2016-2025 年全球智能手机出货量（亿台）

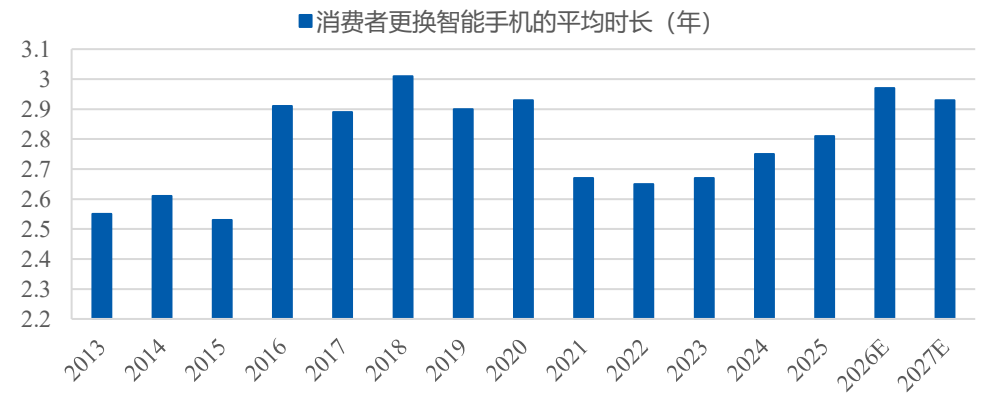


数据来源：Wind，东北证券

手机更换频率下降带来后装市场需求提升。近年来全球智能手机换机周期持续拉长，根据 statista 数据，2025 年美国智能手机平均使用年限已升至 2.81 年，较 2013 年的 2.55 年显著提升。我们认为，设备使用周期的延长并未削弱配件需求，换机周期拉长使得用户对存量设备的维护与升级需求上升，充电器、数据线、保护壳等耗材更换频次增加。

仅供内部参考，请勿外传！

图 16：美国消费者更换智能手机的平均时长（年）

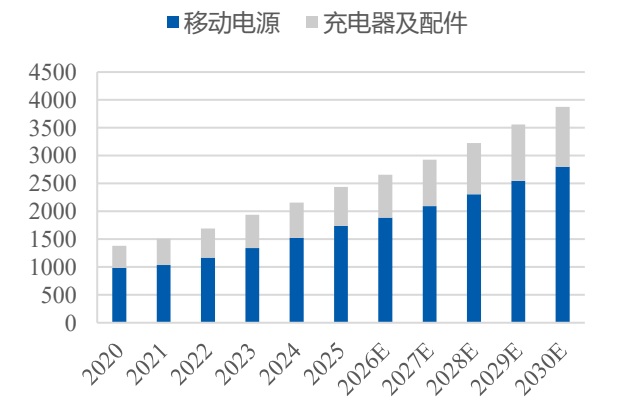


数据来源：大数跨境公众号，statista，东北证券

充电类产品市场规模稳步增长。充电类产品分为移动电源和充电器及配件，2025 年全球移动充电产品市场规模达 2441 亿元，2020-2025 年 CAGR 为 12.1%，预计 2030 年市场规模将达 2799 亿元，2025-2030 年 CAGR 约 10.0%。增长驱动主要来自三方面：一是消费者对便携式、大容量充电解决方案的需求持续攀升；二是智能手机及可穿戴设备迭代节奏加快，催生配件更新需求；三是工作、娱乐、出行等场景下用户对移动设备依赖度不断加深，进一步打开市场空间。2025 年全球充电器及配件市场规模达 703 亿元，2020-2025 年 CAGR 为 12.1%，预计 2030 年市场规模将达 1076 亿元，2025-2030 年 CAGR 约 8.9%。

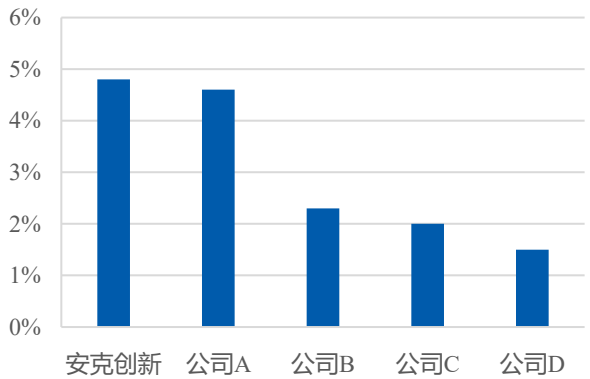
从竞争格局看，2025 年，全球移动充电产品行业的市场参与者数量超过 1,000 家。全球移动充电产品市场相对分散，按收入计算，2025 年前五大企业合计占据 15.2%的市场份额，排名第一的为安克创新，2025 年市占率达 4.8%。

图 17：全球移动充电和充电器及配件产品市场规模（亿元）



数据来源：公司港股招股说明书，弗若斯沙利文，东北证券

图 18：全球移动充电产品市占率

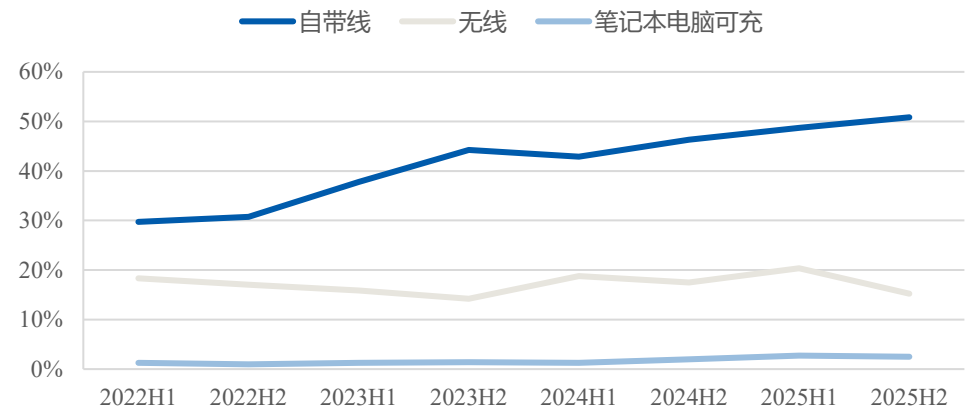


数据来源：公司港股招股说明书，弗若斯沙利文，东北证券

产业趋势 1：移动电源向大功率、磁吸无线、自带线升级。自带线充电宝、磁吸与无线产品、65W 及以上高功率产品渗透率快速提升，单机价值量显著上行；自带线方向解决"忘带线"痛点，集成化设计大幅提升使用便利性，成为增量市场主力；磁吸无线方向则受益于 MagSafe 生态普及与 Qi2 标准落地。**国内市场看，**天猫、抖音和京东三大平台笔记本可充移动电源销额占比自 2022H1 年的 1.0%提升至 2025H2 的 2.5%，自带线移动电源占比由 2022H1 年的 29.7%提升至 2025H2 的 50.8%。

仅供内部参考，请勿外传！

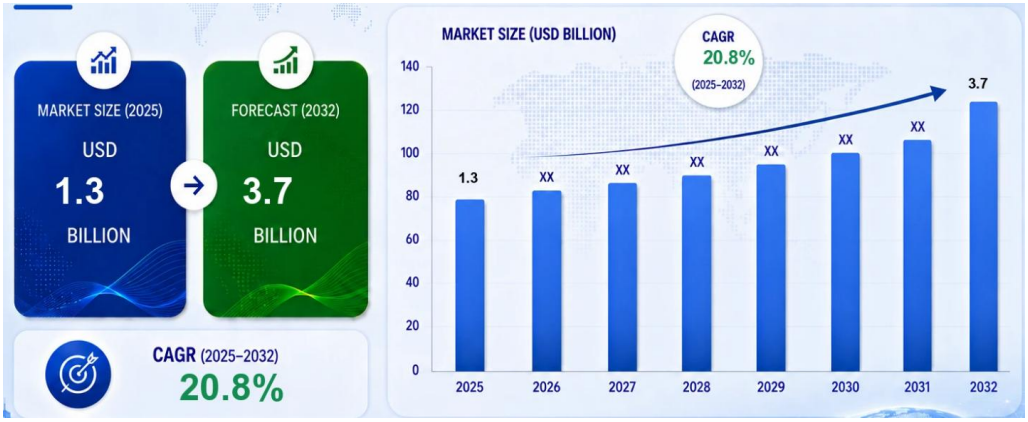
图 19：2022H1-2025H2 国内天猫、抖音和京东三大平台移动电源细分品类市场份额



数据来源：久谦，东北证券

产业趋势 2：充电器向氮化镓、大功率升级。据 verified market reports 统计，全球氮化镓充电器市场规模预计由 2025 年的 13 亿美元提升至 2032 年的 37 亿美元，2025-2032 年 CAGR 达 20.8%。国内市场看，氮化镓充电器渗透率已有显著提升，国内天猫、抖音和京东三大平台氮化镓充电器渗透率由 2022H1 的 9.3%提升至 2025H2 的 33.7%。

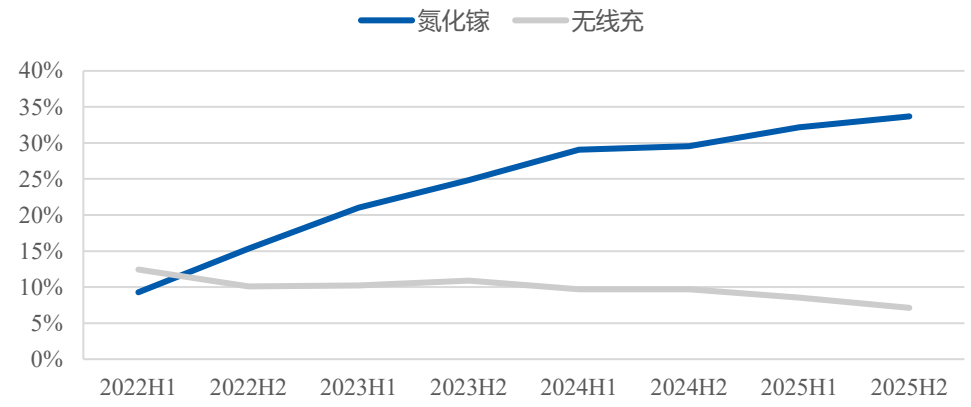
图 20：全球氮化镓充电器市场规模（十亿美元）及增速



数据来源：verified market reports，东北证券

仅供内部参考，请勿外传！

图 21：2022-2025 国内天猫、抖音和京东三大平台充电器细分品类市场份额



数据来源：久谦，东北证券

行业安全标准趋严，龙头品牌有望市占率提升。国内监管层面，GB 47372—2026《移动电源安全技术规范》将于 2027 年 4 月落地实施，新规将抬升整机、电芯及异常充放电环节的安全标准；欧盟亦将外部电源、无线充电器、USB-C 线缆纳入统一能效与生态设计监管框架。海内外标准趋严带动产品检测认证、供应链追溯相关成本上行，行业准入门槛显著抬升。长期来看，行业竞争逻辑或将重塑，低端白牌厂商生存压力加大，资源有望向具备完善品控体系、品牌优势与全球多区域认证能力的头部企业集中，利好龙头份额提升。

表 3：近几年推出的移动电源监管政策

	政策	主要内容
2022/5/17 发布	《铁路旅客禁止、限制携带和托运物品目录》	可携带标志清晰、单块额定能量不超过 100Wh 的充电宝。
2022/07/19 发布 2023/8/1 实施	GB4943.1 一 2022《音视频、信息技术和通信技术设备第 1 部分:安全要求》	要求电池组及保护电路在正常/异常/单一故障等条件下须具备有效的过充、过放、反向充电保护及短路安全防护，充电电压电流不得超限、超温中止充电，并提供防火防护外壳、通过规定高度跌落试验、控制可触及温度、内置过流保护装置并做好标志说明。
2022/12/29 发布 2024/1/1 实施	GB31241 一 2022《便携式电子产品用锂离子电池和电池组安全技术规范》	规定电芯及电池组的高温外部短路、过充电、强制放电、挤压、跌落和热安全等要求。
2023/3/14 发布 2024/8/1 实施	市场监管总局 2023 年第 10 号公告	移动电源纳入 CCC 认证;未获证并标注 CCC 标志的产品不得出厂、销售、进口或用于经营活动。
2025/6/26 发布 2025/6/28 执行	民航局充电宝乘机安全管理通知	禁止旅客携带没有 3C 标识、3C 标识不清晰、被召回型号或批次的充电宝乘坐境内航班。
2026/3/31 发布 2027/4/1 实施	GB47372 一 2026《移动电源安全技术规范》	新增针刺、循环老化后析锂、智能监测、异常信息存储、唯一编码及建议安全使用年限等强制要求
2026/5/25 发布 2027/4/1 实施	CNCA-C09-02:2026 及国家认监委 2026 年第 7 号公告	GB47372 一 2026 纳入 CCC 认证依据；已按照旧版实施规则获得 CCC 认证的移动电源、移动电源用锂离子电池和电池组，应当在 2027 年 4 月 1 日前按照新版实施规则的要求，补充相应的检测、检查项目，及时完成证书转换；便携式电子产品用锂离子电池和电池组的证书转换工作采取产品变更、到期换证等自然过渡的方式完成。

数据来源：全国标准信息公共服务平台，中国铁路 12306，中国民航局，市场监管总局，国家认证委，东北证券

仅供内部参考，请勿外传！

2.1.2. 充电类产品贡献公司收入基本盘，创新迭代延续强势增长性

移动充电业务是公司收入基本盘，多年来保持强劲增长。公司自 2012 年布局移动充电赛道，持续加码产品研发创新，现已形成 Prime、Nano、Zolo 三大产品系列，分别覆盖高端、便携及大众市场。按公司交流口径计算，公司 2025 年小充类产品收入约 109 亿元，2016-2025 年收入 CAGR 达 19.63%，品类长期成长性突出。

公司移动充电技术持续向高效化、智能化方向迭代。围绕功率转换、功率分配与温控保护搭建底层技术平台：Anker 全线充电器都应用了 Anker 的自主专利技术 PowerIQ，能智能识别每个设备的输入电流电压，自动调整电流输出，节省充电时间。2018 年行业率先将氮化镓落地消费级充电器，经多轮迭代持续提升产品功率与转换效率；PowerIQ 技术迭代至 5.0 版本，从基础设备兼容升级为可识别外接设备并动态分配功率；ActiveShield 技术持续优化，强化温度实时监测与主动温控调节能力，构筑充电业务技术壁垒；2025 年，公司进一步升级至 GaNPrime™2.0，持续推动充电产品向高性能、小型化和智能化方向演进。

图 22：公司移动电源三大品牌

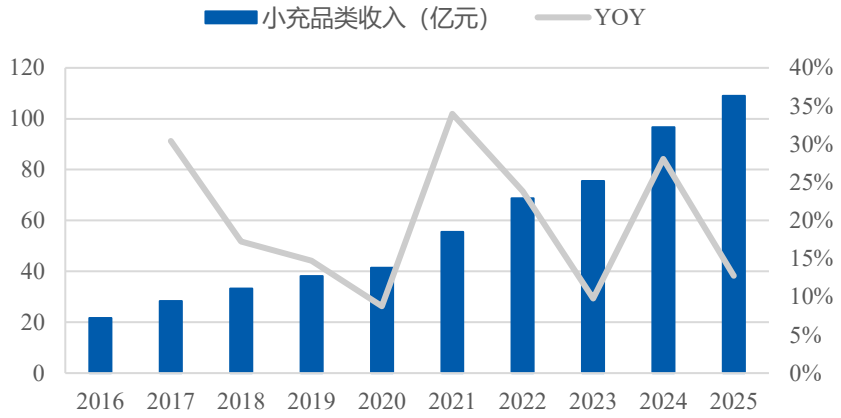


数据来源：公司港股招股书，东北证券

公司小充品类依托技术迭代带动产品升级，先后实现两轮爆发式收入增长，验证技术创新对业务增长的持续驱动能力。2021 年，受益第二代氮化镓、磁吸无线充技术突破，公司推出 GaN II 氮化镓、MagGo 磁吸无线充等新品，在多技术集成、节能温控、防过流等维度实现优化，推动小充品类收入同比增速提高至 34%。2024 年，Qi2 认证与大功率多口快充规模化落地。凭借全球首批 Qi2 认证、苹果生态适配、大功率智能控温等技术优势，公司推出三合一无线充、250W 多口快充等产品，再度拉动公司小充品类收入同比增速提高至 28%。

仅供内部参考，请勿外传！

图 23：公司 2016-2025 年小充品类收入（亿元）及增速



数据来源：公司公告，东北证券；根据公司交流口径，数据为粗略估算。

表 4：安克创新与其他品牌同类产品对比

	安克创新	倍思科技	绿联科技
		氮化镓充电器	
产品名称	Anker Nano 45W	Baseus 45W	UGREEN Nexode Air 45W
功率/接口	45W，1×USB-C	45W，2×USB-C	45W，1×USB-C
产品功能	智能屏显，支持 180° 翻转	智能功率分配	折叠插脚
零售价	29.99 美元	24.99 美元	24.99 美元
		移动电源	
产品名称	Anker Nano Power Bank	Baseus Picogo AM52 MagSafe	UGREEN Nexode Pro
容量/最大输出	10,000mAh；45W	10,000mAh；45W	10,000mAh；45W
内置线形态	内置可伸缩线缆	45W 内置电缆	内置 22 厘米编织 USB-C 数据线，防缠绕
显示方式	智能显示屏	LED 电量显示	智能显示屏
零售价	49.99 美元	51.99 美元	39.99 美元

数据来源：亚马逊，各品牌官网，东北证券；价格数据取于 2026 年 9 月

2.2. 消费级储能：政策松绑+电价提升驱动行业高增

消费级储能是一种为家庭场景设计的小型储能系统，主要用于存储电能并在需要时释放，以实现电费优化、供电可靠性和能源自主性。消费级储能的核心功能包含：
（1）峰谷套利：利用低谷电价时段充电，高峰电价时段放电，降低电费支出。
（2）应急备电：电网停电时，为冰箱、照明、网络等关键负载提供持续供电。
（3）光伏消纳：搭配光伏系统，储存白天多余的光伏发电量，提高自发自用比例。

消费级储能可分为便携式储能、阳台光储和传统户储。其中，
便携式储能（户外电源）：移动电源，自带插座，可拎走；光伏是选配，主打户外、局部应急。完全可移动，露营、车载、户外干活、家里短时停电给手机、路由器小冰箱供电；不用布线、不用报批。
阳台光储：阳台小型光储一体机，“光伏+储能“绑定，家用插座即插即用，公寓专用，用来日常省电。优点是安装简单，不用改造配电箱；租房可以拆走；手续简单；白天阳台发电存起来晚上用，节省电费。
传统户储：屋顶光伏配套的固定式储能系统，工程化安装，接入家里配电箱，支持全屋备电、大功率。优点是容量大、功率高，真正全屋能源管理；可搭配电动车充电桩、热泵联动。

仅供内部参考，请勿外传！

表 5：便携式储能、阳台光储和传统户储的区别概览

	便携式储能（户外电源）	阳台光储	传统户储
核心定位	移动/应急独立供电	自发自用+余电上网	削峰填谷、备电、套利
典型容量	0.2 - 3kWh	0.8 - 3kWh	5 - 20kWh
输出功率	300W - 2kW+（可带大功率）	<1kW（只带基础负载）	3 - 10kW（可全屋）
安装方式	即插即用，可移动	即插即用，挂栏/地面	固定安装，需专业施工
是否并网	否，独立使用	是，微逆并网（部分备案）	是，需电网备案/资质
核心定位	移动/应急独立供电	自发自用+余电上网	削峰填谷、备电、套利
充电来源	市电/车充/太阳能板	光伏为主+市电	屋顶光伏为主+峰谷电价
收益模式	无直接经济收益	省电费、微逆卖电	省电费+峰谷套利+备电
目标人群	露营/自驾/停电应急	公寓、租房、阳台受限用户	独栋/自建房，有屋顶光伏业主

数据来源：广东省储能行业协会、经济日报、央广网、36 氪、安科瑞官网、新能源产业家，问电科技，东北证券

图 24：传统户储和阳台光储的安装路径区别



数据来源：新能源产业家公众号，东北证券

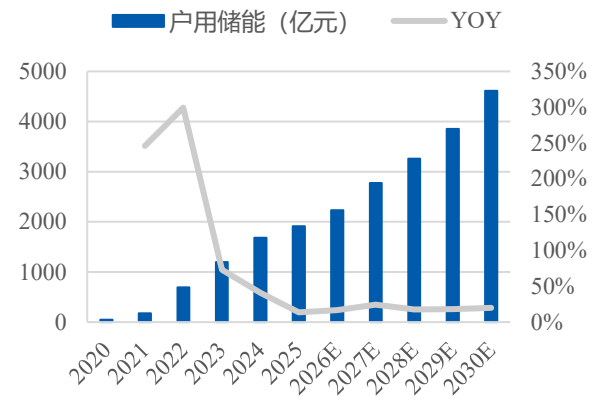
消费级储能赛道空间广阔，欧美为核心增量来源。2020-2025 年，全球消费级储能市场规模由 101 亿元增长至 2290 亿元，CAGR 达 86.7%；预计 2030 年市场规模有望提升至 5605 亿元，2025-2030 年 CAGR 为 19.6%，长期成长空间充足。

分产品看，2025 年全球户储、便携式储能、阳台光伏储能市场规模分别为 1915/238/137 亿元，2020-2025 年 CAGR 依次为 107.3%/36.6%/228.2%；预计 2030 年对应规模将达到 4615/641/349 亿元，CAGR 分别为 19.2%/21.9%/20.6%。

分区域看，欧洲、北美为消费级储能核心市场。2025 年欧洲、北美市场规模分别为 768/649 亿元，2020-2025 年 CAGR 达 111.8%/72.1%；预计 2030 年增长至 2174/1210 亿元，CAGR 分别为 23.1%/13.3%。

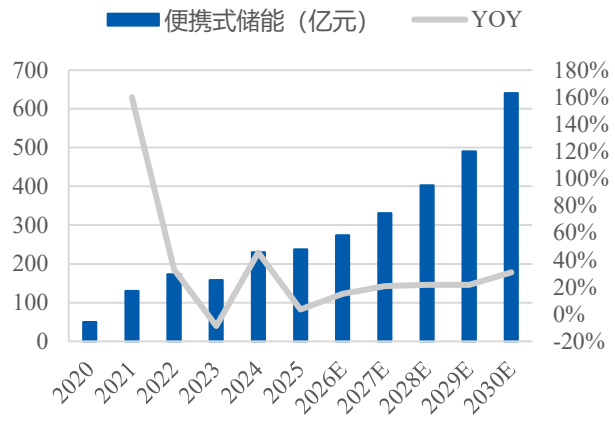
仅供内部参考，请勿外传！

图 25：全球户用储能市场规模（亿元）及增速



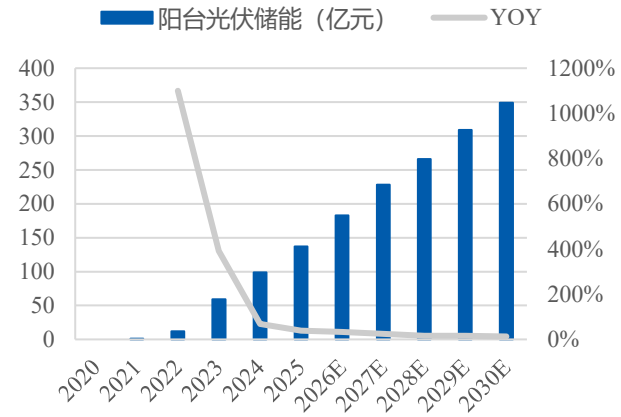
数据来源：公司港股招股书，弗若斯沙利文，东北证券

图 26：全球便携式储能市场规模（亿元）及增速



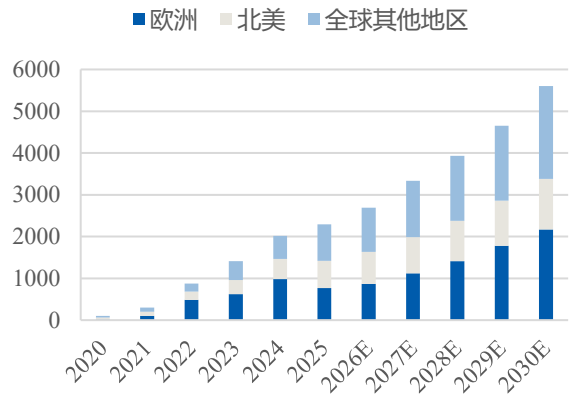
数据来源：公司港股招股书，弗若斯沙利文，东北证券

图 27：全球阳台光伏储能市场规模（亿元）及增速



数据来源：公司港股招股书，弗若斯沙利文，东北证券

图 28：各地区消费级储能市场规模（亿元）



数据来源：公司港股招股书，弗若斯沙利文，东北证券

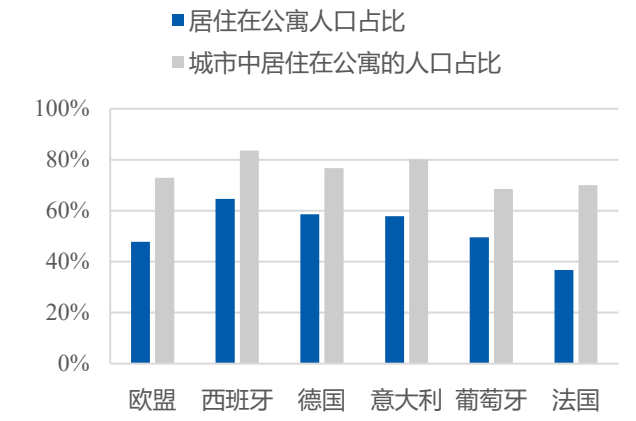
2.2.1. 阳台光储：行业高景气增长，公司市占率全球第一

阳台储能具备安装便捷、适配场景广泛的突出优势。阳台光储的光伏板固定在阳台栏杆，储能主机放阳台，直接插普通市电插座，微型逆变器做防逆流，发出来的电优先家里自用，多余少量可上网。产品采用即插即用设计，无需专业工程团队上门施工，配套太阳能板可自主调节角度，设备迁移时可快速拆卸转移，相较于需专业团队上门拆装的传统户用储能，使用门槛大幅降低。

欧盟公寓住宅及租赁人口占比较高，阳台光储适配性更佳。阳台储能高度适配小户型及租赁住房场景，市场需求基础扎实。2025 年欧盟近半数人口（47.8%）居住在公寓中，其中城市地区居民住在公寓的比例高达 73.0%，西班牙、意大利城市地区居民住在公寓的比例超 80%；2025 年欧盟租赁人口占比 31.5%，其中德国租赁人口占比最高，达 52.8%。多数居民无法安装依赖屋顶光伏铺设的传统户储设备，阳台储能凭借灵活便捷的特性，成为欧洲公寓及租房群体的核心储能选型，市场替代空间广阔。

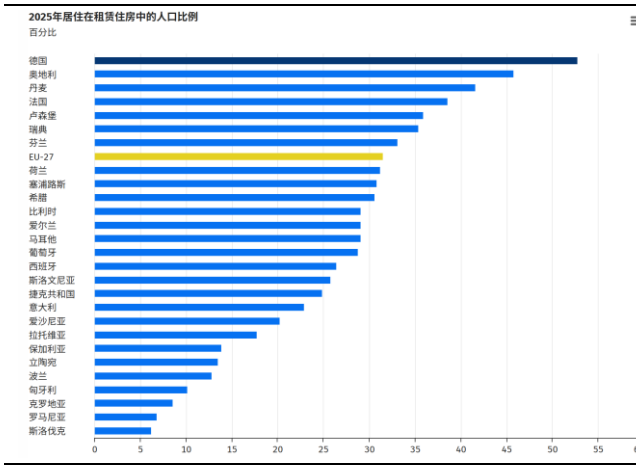
仅供内部参考，请勿外传！

图 29：2025 年欧盟及欧盟部分国家居民居住于公寓住宅的人口占比



数据来源：欧盟统计局，东北证券

图 30：2025 年欧盟及欧盟国家租赁人口占比

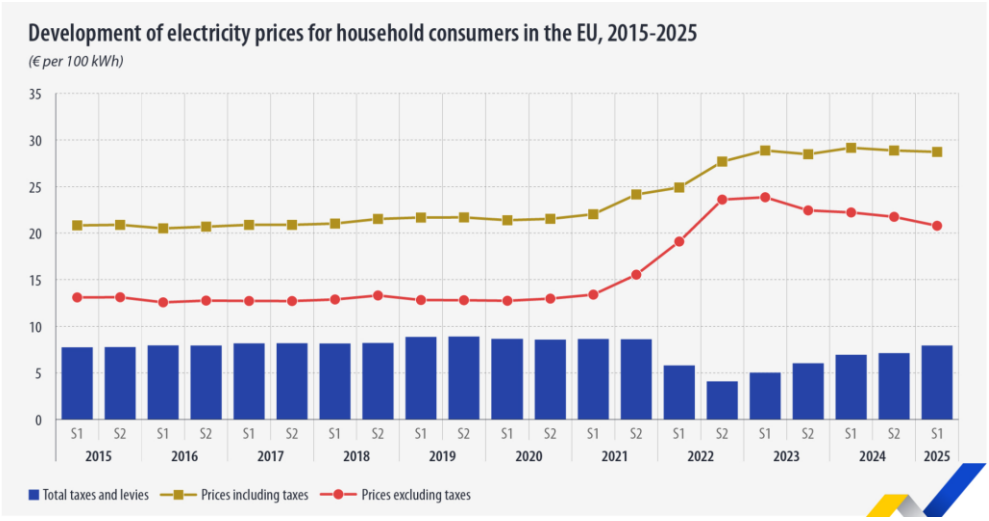


数据来源：德国联邦统计局，欧盟统计局，东北证券

阳台储能行业高增长由需求侧高电价红利与供给侧政策松绑双向驱动：

欧洲高电价显著提升光伏储能的投资经济性。2021-2022 年欧洲能源危机成为行业需求爆发的核心催化，2022 年欧洲批发电价均值攀升至 230 欧元/MWh，较 2020/2021 年分别提升 423%/121%，仅管后续批发市场电价有所回落，但居民零售电价仍居高不下，2025 年欧洲零售电价均值维持 289 欧元/MWh，显著高于 2020 年的 228 欧元/MWh，持续提升储能装机的经济性基础。

图 31：欧洲年度居民零售平均电价（€/100kWh）



数据来源：欧盟委员会，东北证券

阳台储能回本周期更小，以德国市场为例，搭载 1600W 光伏板与 2kWh 电池的阳台储能产品年发电量在 1600kWh，在冬季-15℃低温工况下仍可稳定运行，保障全天候发电储能能力。经济性维度优势显著，该套设备年均可为用户节约电费约 418 欧元，静态回本周期仅 4.79 年，相较传统户用储能 9.98 年的回本周期大幅缩短，投资性价比突出，进一步强化产品市场竞争力。

仅供内部参考，请勿外传！

表 6：阳台储能回本周期测算

类别	配置	设备投资（欧元）	家庭电价（€/kWh）	年发电量（kWh）	自用率	年节省电费（€）	投资回报周期（年）
阳台储能	400W 光伏板+配件+1kWh 电池	700	0.29	400	0.9	104.4	6.70
阳台储能	800W 光伏板+配件+2kWh 电池	1400	0.29	800	0.9	208.8	6.70
阳台储能	1200W 光伏板+配件+2kWh 电池	1700	0.29	1200	0.9	313.2	5.43
阳台储能	1600W 光伏板+配件+2kWh 电池	2000	0.29	1600	0.9	417.6	4.79
户用储能	9kW 光伏+10kWh 电池	12500	0.29	4800	0.9	1252.8	9.98

数据来源：亚马逊，Jackery 官网，欧盟委员会，东北证券；价格数据取于 2026 年 9 月

欧洲各国持续放宽监管政策，大幅降低装机准入门槛。欧盟已有数个成员国合法化阳台光伏运行，并通过 RFG 法规统一 800W 的 AC 输出上限，行业监管标准趋于明晰。德国政策落地节奏领先，2024 年 5 月出台 SolarPaket 政策，将设备注册流程简化为 MaSTR 线上一键申报；同年 10 月进一步落地“租户强制安装权”，明确房东不得无故阻挠租户安装，彻底打开租房群体的装机空间，释放海量增量需求。

仅供内部参考，请勿外传！

表 7：欧洲主要国家阳台光储相关政策

国家	阳台光储政策	主要内容总结
德国	Solarpaket I（太阳能一揽子方案 1，2024 年生效）+EEG《可再生能源法》	逆变器并网交流上限 800VA（800W），光伏组件直流最高 2000Wp；储能本身无容量上限，但整套系统向外电网馈入总功率不能突破 800VA；储能属于阳台电站配套，一并在 MaStR 注册。 租户、公寓业主拥有法定安装阳台光伏（含配套储能）的权利；房东/业主委员会不能随意拒绝，只有在有充分、重大安全理由时才可以否决，不能单纯以外观、噪音为由禁止安装。
比利时	2025 年 04 月 17 日，由电网行业组织“Synergrid C10/11（2.4 版）+C10/26 即插设备认证”作为全国统一技术法规	整套即插系统对外并网馈电上限 800W AC；设备必须 Synergrid C10/26 认证；电池容量无硬性上限，但电池+光伏逆变总回灌电网功率不得超过 800W；储能需要功率控制（EnFluRi 传感器或智能电表 P1 端口）。 租户可以安装阳台即插光储，但公寓必须征得 VME（业主联合体）同意；VME 不能无理由一刀切禁止，但可以设置外观、安装安全规范。
希腊	2026 年 9 月 14 日正式出台自消费新监管框架。	首次合法化最高 800W 即插即用阳台光伏（Balcony PV），同时允许独立户用电池，阳台光伏+独立电池只能自用，不允许向电网送电，属于“零上网”阳台光储方案。
奥地利	EAG–Erneuerbaren-Ausbau-Gesetz《可再生能源扩建法》BGBl.I Nr.150/20	整套阳台微型发电装置，对外并网馈入上限 0.8kVA（800VA）；储能电池容量无法律上限，但光伏 + 储能逆变总回灌电网功率不能超过 800VA；≤800VA 属于 Kleinsterzeugungsanlage 微型发电，规则大幅简化。
意大利	阳台光储归入小型低压分布式光伏 + 储能体系	800W 以下简化备案、光储整套可享受最高 50%10 年期税减，增值税降至 10%。 ≤350W：简化即插即用 Plug&Play；不需要签署并网运行协议（Regolamento esercizio），仅向配电网公司（E-Distribuzione/Unareti 等）提交单一通知 Comunicazione Unica（CU），告知安装信息 350W＜P≤800W：需要提交 CU+安装商出具的设备合规声明，签署简易并网协议；不需要市政建筑许可，归类 Edilizia Libera 自由建筑工程，绝大多数城市无需城建审批。
法国	2023 年 3 月《可再生能源加速法 APER》，简化公寓业主安装光伏的表决规则	采用 CACSI 无上网协议免费线上申报，900VA 以内阳台套件免除电气验收，储能作为配套设备无需单独审批。9kWc 以内光储整套设备可享受 5.5%低增值税，3kWc 以内项目售电收入免征所得税，部分大区额外提供地方补贴。3kWc 以内、高度 1.8 米以下阳台套件通常不用向市政做工程申报，历史风貌区除外。 依托 APER 法案简化公寓表决规则，不外露套件无需业主大会投票，外露套件仅需参会业主简单多数即可通过，租客使用免打孔套件法律上无需房东许可。

数据来源：欧盟委员会，德国联邦经济与能源部，Synergrid，法国 service public，奥地利联邦能源监管，希腊环境与能源部，意大利能源转型部门，东北证券

阳台储能为高增长百亿级赛道，公司市占率全球第一。据弗若斯特沙利文数据，2025 年全球阳台储能市场规模达 137 亿元，2020-2025 年 CAGR 高达 228.2%，预计 2025-2030 年维持 20.6%的稳健增速，其中欧洲为核心市场，德国为全球最大单一区域市场。竞争格局方面，公司龙头地位稳固，2025 年阳台储能收入口径全球市占率达 14.6%，显著高于第二名 5.8%、第三名 4.4%；出货量维度市占率约 50%，行业领跑优势突出。按全球市场规模及公司市占率计算，2025 年阳台光伏储能为公司贡献收入达 20 亿元，占公司总营收的 6.6%，占公司充电类产品收入的 13.0%。

仅供内部参考，请勿外传！

表 8：全球阳台光伏储能行业竞争格局

排名	公司	2025 市场份额（%）
1	安克创新	14.6%
2	公司 I	5.8%
3	公司 F	4.4%

数据来源：公司港股招股书，弗若斯沙利文，东北证券

安克创新阳台光储产品持续迭代升级，产品力稳步提升。公司自 2023 年推出初代产品 Solarbank E1600，不断更新迭代，至 2026 年发布第四代产品 Solarbank 4 Pro，基础容量提升至 5kWh，可扩展容量最高达 30kWh，最大光伏输入功率达 5000W，搭载 4 路 MPPT，专业安装后交流输出功率可达 2500W。对比第一代产品 1.6kWh 容量、800W 光伏输入、2 路 MPPT 的硬件规格，新一代产品性能实现跨越式提升，覆盖更高发电量、更大用电需求的家庭场景，拓宽目标客群边界，持续巩固公司在阳台储能赛道的技术领先优势。

表 9：安克创新阳台光储产品与其他品牌对比

	安克 Solarbank 4 Pro	正浩 STREAM Ultra X	征拓 SolarFlow 2400 Pro	华宝 Jackery HomePower 2000 Ultra
基础容量（kWh）	5	3.84	2.4	2
可扩展性	最高约 30kWh	最高约 23kWh	最高约 16.8kWh	最高约 8kWh
DC 光伏输入	5000W	2800W	3000W	2000W
循环寿命	10000 次	6000 次至 70%容量	6000 次至 70%容量	4000 次至 70%容量
价格	1999€	1499€	999€	749€

数据来源：各公司官方公众号，西西弗光储公众号，储能见闻，东北证券

2.2.2. 便携式储能：消费级储能赛道中体量最大、成熟度最高的细分领域

便携式储能是传统充电宝的容量升级与功能延展。便携式储能覆盖 500Wh 至数 kWh 容量段，可驱动电饭煲、冰箱、电磁炉等大功率电器。其主要作用为：

（1） **户外露营：**主流产品支持并联扩容与快充回血，满足户外露营、房车自驾、垂钓摄影等户外场景的弹性用电需求；

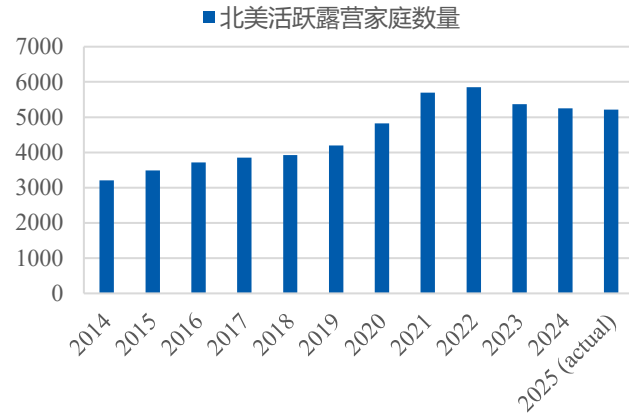
（2） **紧急备电：**兼具应急备电功能，在自然灾害频发地区成为家庭防灾刚需，户外活动普及与应急备电升级构成双重需求驱动；

（3）

海外是便携式储能的核心增量市场，北美凭借成熟的户外露营文化与高客单价成为主战场。北美户外文化深厚，露营等户外活动渗透率高，叠加电网可靠性问题及极端天气频发，居民对便携式储能（户外电源）的需求持续旺盛。便携式储能凭借即插即用、零排放、低噪音等优势，精准匹配北美消费者在离网露营、房车旅行及家庭应急备电等场景下的痛点。据 KOA 数据，2025 年北美活跃露营家庭数量高达 5216 万户，露营家庭占比高达 66%。

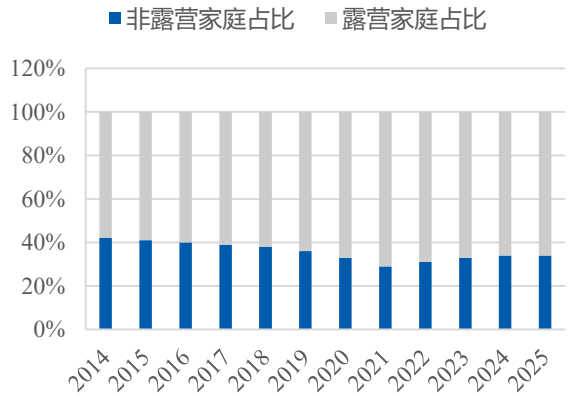
仅供内部参考，请勿外传！

图 32：北美活跃露营家庭数量（万户）



数据来源：KOA，东北证券

图 33：北美露营家庭占比



数据来源：KOA，东北证券

便携式储能赛道增速高，市场份额相对集中，公司排名第三。据弗若斯特沙利文数据，2025 年全球便携式储能市场规模达 238 亿元，2020-2025 年 CAGR 高达 36.6%，预计 2025-2030 年维持 21.9%的稳健增速。竞争格局方面，2025 年全球便携式储能行业的市场参与者数量超过 500 家，全球便携式储能市场相对集中， 2025 年 TOP5 公司市场份额占比 66.0%，公司市场份额为 10.2%，是第三大便携式储能公司。按全球市场规模及公司市占率计算，2025 年便携式储能为公司贡献收入达 24 亿元，占公司总营收的 8.0%，占公司充电类产品收入的 15.8%。

表 10：全球便携式储能行业竞争格局

排名	公司	2025 市场份额（%）
1	公司 E	29.3%
2	公司 F	13.9%
3	**安克创新**	**10.2%**
4	公司 G	7.1%
5	公司 H	5.5%

数据来源：公司港股招股书，弗若斯沙利文，东北证券

安克创新便携式储能的核心竞争优势在于消费电子级产品力向储能品类的成功迁移。公司凭借 Anker 品牌在北美积累的渠道信任与用户心智，以质价比和接口丰富度形成差异化壁垒。产品端，SOLIX 系列搭载自研 InfiniPower™技术，以磷酸铁锂电芯实现超长循环寿命，Anker SOLIX C1000 Gen2 便携式电源配备 1,056Wh 电池，可提供最高 1,800W 交流输出，并支持通过交流输入仅需 58 分钟即可充满 100%的快速充电，其提供九个多功能端口，包括交流、USB-C 及车用插座，适用于露营、房车供电及应急备用。据亚马逊数据，公司产品相较于竞品具备一定性价比。

表 11：安克创新便携式光储产品与其他品牌对比

	安克 SOLIX C1000 Gen2	安克 SOLIX C2000 Gen 2	正浩 EcoFlow DELTA 3 Max Plus	华宝 Jackery Explorer 2000 Plus
电池容量	1056Wh	2,048Wh	2,048Wh	2,048Wh
充电时间	58 分钟充满 100%	45 分钟充至 80%	AC 53 分钟充至 80%	AC 约 2 小时
价格	$599.99	$1000	$1499	$1069

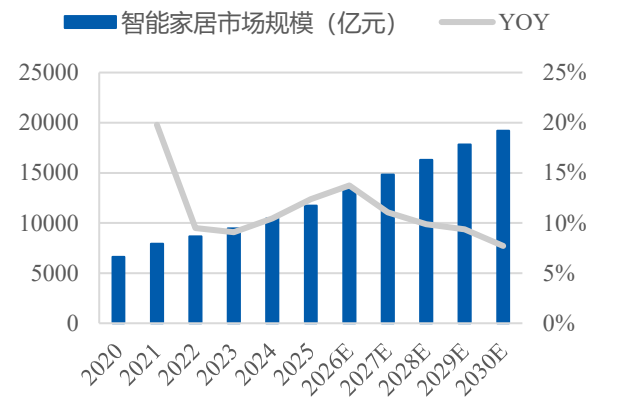
数据来源：公司官网，亚马逊，东北证券

仅供内部参考，请勿外传！

3. 智能家居：多品类协同发展，构建智能家居生态体系

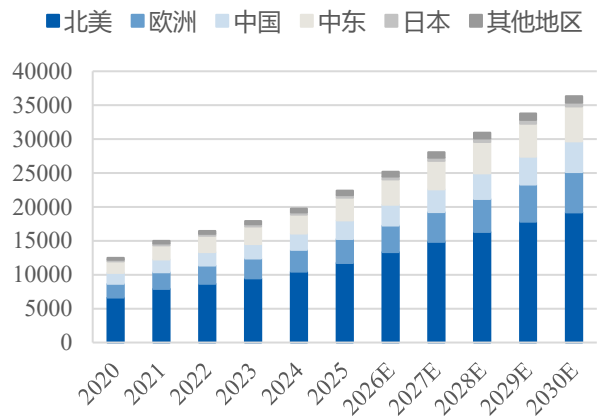
智能家居涵盖智能家电、智能安防、智能清洁、智能照明、智能控制及消费级 3D 打印等品类。智能家电嵌入 IoT 模块实现自动化与远程控制（冰箱、空调），智能安防聚焦家庭安全（摄像头、门锁），智能清洁依托传感与路径规划实现自动化（扫地机器人）。全球市场规模由 2020 年 6610 亿元增至 2025 年 1.17 万亿元，2030 年有望达 1.92 万亿元，2020 至 2030 年 CAGR 约 11.2%，其中 2020 至 2025 年 CAGR 约 12.2%，预计 2025 至 2030 年 CAGR 约 10.3%，智能安防与清洁为增速领先的核心赛道，行业仍具较高成长性，**欧美地区贡献主要市场规模。**

图 34：全球智能家居市场规模（亿元）及增速



数据来源：公司港股招股书，弗若斯沙利文，东北证券

图 35：按地区划分智能家居市场规模（亿元）

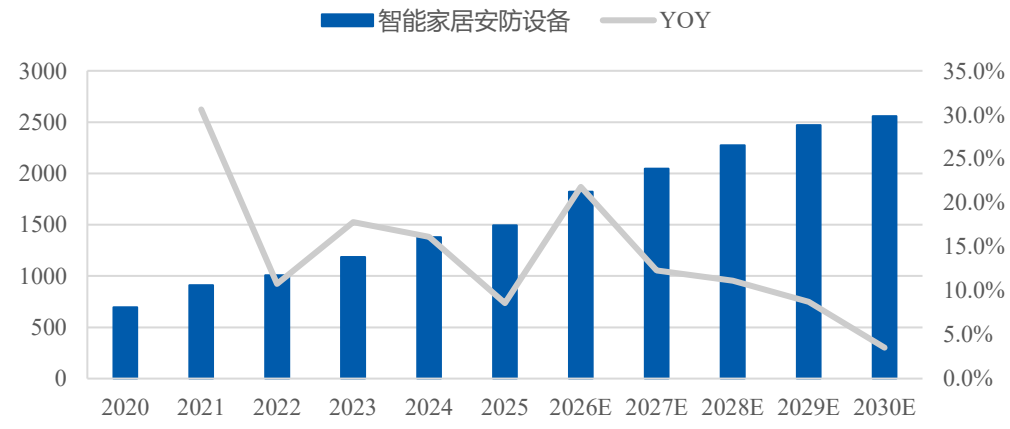


数据来源：公司港股招股书，弗若斯沙利文，东北证券

3.1. 智能安防：本地化部署+高性价比，打开市场空间

智能安防为家庭智能化刚需入口，全球市场持续扩容。智能安防产品包含摄像头、门铃、NVR 等。2020 至 2025 年全球智能安防市场规模由 696 亿元增至 1495 亿元，CAGR 为 16.5%，快于智能家居整体的 12.2%；2025 至 2030 年维持 11.3%，2030 年达 2558 亿元。摄像头为核心成长品类，安防摄像头市场由 2025 年 118 亿美元增至 2033 年 565 亿美元，CAGR 达 22.1%。Matter/Thread 协议普及推动跨品牌联动，加速向综合安防方案迁移。

图 36：全球智能安防市场规模（亿元）及增速

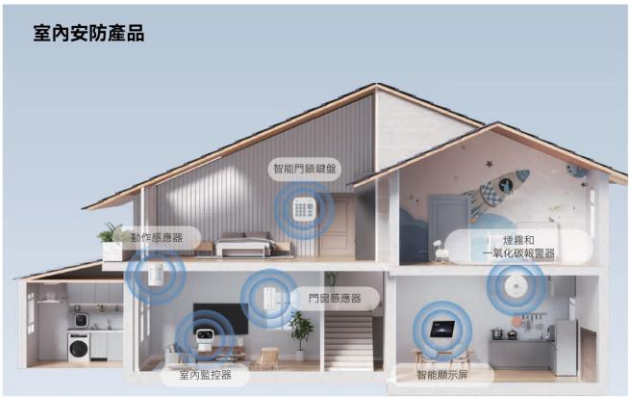


数据来源：公司港股招股书，弗若斯沙利文，东北证券

仅供内部参考，请勿外传！

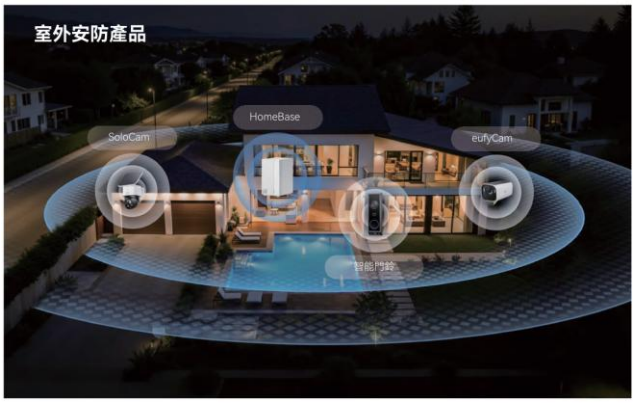
公司智能安防产品系列 eufy Security 以可靠防护、隐私保护及设备无缝联动为核心，构建全方位家庭安防解决方案。其产品采用本地数据存储架构，监控画面与数据留存于设备本机，无需强制订阅云存储，显著降低用户长期使用成本。叠加高级加密技术，该模式在解决隐私焦虑的同时形成差异化价值主张，于全球市场构筑突出的产品竞争力与品牌辨识度。

图 37：公司室内安防产品使用场景



数据来源：公司港股招股书，东北证券

图 38：公司室外安防产品使用场景



数据来源：公司港股招股书，东北证券

eufy Security 以“本地存储+零订阅费”的隐私友好型模式切入海外刚需安防市场，叠加 AI 本地化、无线低安装成本与生态联动。**Eufy 的核心优势：**

1）商业模式差异化：本地存储+零订阅费：全系支持本地存储（HomeBase/NVR 中枢），视频数据留存本机、不上云端，以一次性买断替代 Ring/Nest/Arlo 的付费云订阅模式，大幅降低用户长期持有成本，构成对云订阅竞品最直接的差异化壁垒。

2）隐私安全契合欧美刚需：欧美隐私法规严苛、用户普遍抵触强制云端上传；本地化架构+高级加密既化解隐私焦虑，又形成差异化价值主张，精准匹配海外用户对数据主权的核心诉求。

3）AI 本地化赋能，构筑技术壁垒：自研 BionicMind AI+毫米波雷达精准区分人/车/宠物，显著降低误报率；HomeBase/eufy AI Core 实现端侧 AI 处理与本地自学习。2025 年密集推出 Local AI Agent、NVR S4 Max（4K 三摄+跨机位实时接力+关键词智能视频搜索），系统级主动识别能力升级。

图 39：eufy Security 多款产品位列亚马逊安防产品畅销榜



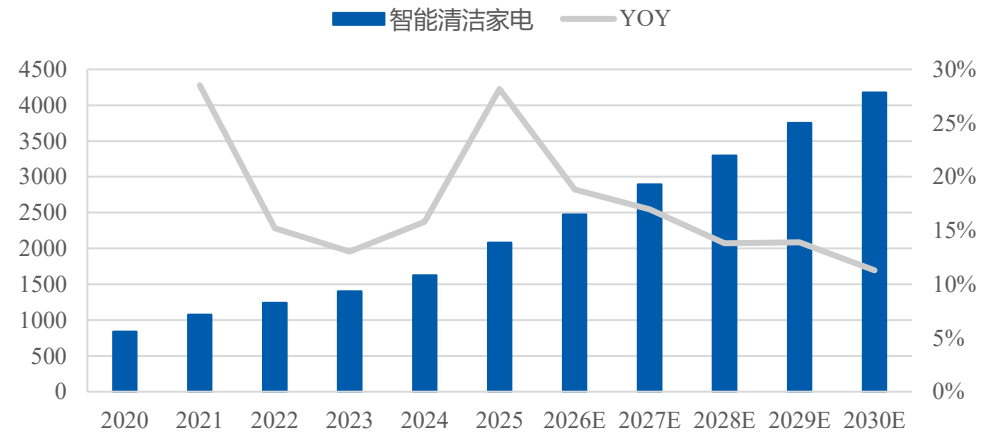
数据来源：亚马逊，东北证券；数据取于 2026 年 9 月

仅供内部参考，请勿外传！

3.2. 智能清洁：千亿市场空间广阔，技术升级推进产品持续迭代

扫地机器人为家庭自动化代表品类，产品迭代持续演进，行业景气延续且集中度提升。全球智能清洁家电规模由 2020 年 838 亿元增至 2025 年 1894 亿元，2020 至 2025 年 CAGR 约 17.7%；据 IDC，2025 年全球清洁机器人出货将达 3272 万台，同比增长 20.1%，加速放量，是智能清洁系智能家居中增速最快的细分赛道。扫地机器人正由传统的自动扫地、扫拖一体向“全自动清洁系统”演进。

图 40：全球智能清洁市场规模（亿元）及增速



数据来源：公司港股招股书，弗若斯沙利文，东北证券

公司已构建成熟的清洁产品迭代能力，2025 年密集落地多款旗舰完善中高端矩阵。扫地机方面，Omni S2 集成 HydroJet 深度清洁系统与 AeroTurbo 大吸力系统；Omni E28 配备 20000Pa 吸力、贴边清洁技术及一体式基站；新款 Omni S1 Pro 整合滚刷自洁与视觉双摄像头障碍物识别，显著提升复杂环境的避障与导航精度。C 系列补强上，eufy Robot Vacuum C28 搭载 HydroJet 活水滚筒拖地、DuoSpiral 防缠绕双螺旋刷、15000Pa 吸力、LDS 导航及五合一智能基站，以高协同智能性切入中高端。差异化创新方面，公司推出扫地机自主爬楼辅助设备 MarsWalker，针对欧美独栋多层住宅需购置多台机器的痛点，以组合式配件辅助跨楼层清洁、不改动机身结构即提升效率。整体看，eufy Clean 技术水准已向头部对标，跻身智能清洁领域领导者行列。

表 12：安克创新扫地机器人与同行产品对比

	安克创新 eufy Omni S2	云鲸智能 Narwal Flow 2	石头科技 Roborock Saros 20	科沃斯 ECOVACS T90 Pro Omni
最大吸力	30,000Pa/100AW	31,000Pa	36,000Pa	30,000Pa
主刷技术	DuoSpiral 双防缠绕主刷	双无缠刷系统	DuoDivide 双悬臂主刷，FlexiArm 弧形边刷	ZeroTangle 灵缠 4.0 防滚刷结构
拖地技术路径	HydroJet 2.0 实时自清洁滚筒	FlowWash 实时活水履带式滚筒	双旋转加压拖布	OZMO Roller 3.0 实时自清洁滚筒
拖地压力	15N；32 孔活水清洗	12N；140°F 热水实时洗拖	13N；212°F 热水清洗、131°F 热风干	32 孔 75°C高温活水喷淋
零售价	$1250	$1160	$1499	$699

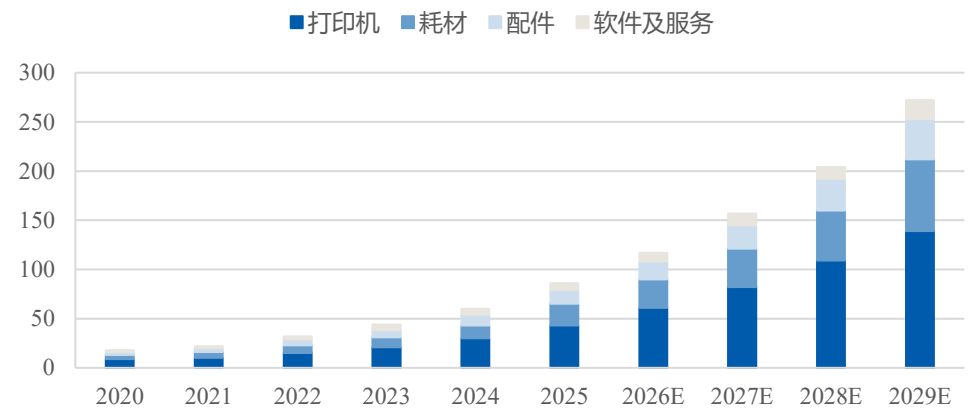
数据来源：各品牌官网，亚马逊，东北证券

仅供内部参考，请勿外传！

3.3. UV 打印机：新兴品类探索新市场，先进技术引领行业

创意打印为全球智能家居新兴细分市场，通过将虚拟设计转化为实体物件实现个性化创作。创意打印主要品类涵盖消费级 3D 打印机、激光雕刻机及 3D 纹理 UV 打印机。消费级 3D 打印相对成熟正逐步兴起，2025 年市场规模达 60 亿美元，2021-2025 年 CAGR 达 35.6%，预计 2025 至 2030 年 CAGR 达 33.2%，至 20230 年市场规模有望达到 272 亿美元，维持高景气。3D 纹理 UV 打印凭借即时固化、高色彩还原与多材质兼容等特性，有望驱动工艺品、文创产品及电商等个性化、小批量定制需求释放，在行业内展现显著增长潜力。

图 41：全球消费级 3D 打印市场规模（亿美元）



数据来源：创想三维港股招股书，弗若斯沙利文，东北证券

表 13：创意打印市场细分方向对比

	UV 打印机	消费级 3D 打印机	消费级激光雕刻机
技术本质	表面涂层/堆叠	增材制造	减材制造
空间维度	2D 彩绘+微 3D 触感	完全的 3D 实体	2D 面或浅表 2.5D
核心原理	喷墨后立即通过 UV 灯固化油墨，可多次堆叠产生浮雕感	熔融塑料堆积 (FDM) 或光敏树脂固化 (LCD/SLA)	高能激光束烧蚀、切割或改变材质颜色
常见材质	手机壳、玻璃、瓷砖、金属板、亚克力	PLA 塑料、树脂、尼龙	木板、皮革、亚克力、部分金属、不锈钢
主要用途	手机壳、保温瓶等小型产品 DIY，个性化产品表面彩印	制造零件、小模型、原型设计等小件塑形产品	刻字和 Logo 等，剪纸、木刻画等艺术创作、拼图制作

数据来源：创想三维招股书，公司港股招股书，3D 打印资源库公众号，东北证券

UV 打印机众筹破纪录，产品力突出。2025 年 4 月底，公司全球首款消费级 3D 纹理 UV 打印机 eufyMake E1 上线 Kickstarter，最终募资 4676 万美元打破平台单项历史纪录。硬件端，E1 体积较传统工业 UV 打印机缩小约 90%（约微波炉大小），基础套装零售价 2499 美元，以紧凑形态与降维定价切入消费级。性能端，自研 Amass3D 纹理打印技术支持平面及圆柱、圆锥等曲面 3D 浮雕，兼容木材、金属、陶瓷、皮革等 300 余种材质；搭配自研 ColorMaestro 高精色彩还原系统，保障色彩丰富度与高还原度，专业表现对标工业设备。

仅供内部参考，请勿外传！

图 42：公司众筹 UV 打印机性能突出



数据来源：公司官网，东北证券

4. 投资建议

公司营收预测拆分：

（1） 充电储能：移动充电业务有望延续创新迭代、保持稳健增长；储能业务则受益于欧洲家庭能源管理需求释放，阳台储能依托产品迭代、经济性及本地渠道优势加速渗透，便携式储能维持头部竞争地位，户用储能稳步推进区域市场拓展。基于上述判断，我们假设充电储能 2026-2028 年营收分别为 200/252/310 亿元，对应同比增速 30%/26%/23%。

（2） 智能创新业务：安防品类凭借本地化存储与端侧 AI 算力优势持续夯实家庭安防核心入口地位；清洁品类加速完善中高端产品梯队布局；消费级 3D UV 打印机已完成众筹验证并切入量产交付阶段，有望进一步拓宽消费应用场景、贡献业绩新增量。我们预计智能创新类产品 2026-2028 年营收分别为 106/132/159 亿元，对应同比增速 28%/25%/20%。

（3） 智能影音方面，持续巩固场景定义优势，不断完善耳机与音箱产品矩阵，自研存算一体芯片有望强化差异化竞争力；投影仪从便携投影向中高端影音一体化产品延伸。我们假设智能影音 2026-2028 年营收分别 85/104/125 亿元，同比增速分别 25%/22%/20%。

表 14：公司营收预测（亿元）

	2024	2025	2026E	2027E	2028E
充电类产品	126.67	154.02	200.23	252.28	310.31
YOY		21.59%	30%	26%	23%
智能创新类	63.36	82.71	105.87	132.34	158.80
YOY		30.54%	28%	25%	20%
智能影音类产品	56.92	68.33	85.41	104.20	125.04
YOY		20.05%	25%	22%	20%
其他	0.15	0.08	0	0	0
总营收	247.10	305.14	391.51	488.82	594.16
YOY		23.49%	28.30%	24.86%	21.55%

数据来源：Wind，东北证券

仅供内部参考，请勿外传！

投资建议：公司作为消费电子赛道平台型，有望持续受益于海内外消费需求升级、硬件产品创新带来的行业增长红利，储能类产品有望受益于欧洲消费级储能加速渗透；持续创新打开中长期成长空间，支撑业绩持续向好。我们预测公司 2026-2028 年营业收入为 391.5/488.8/594.2 亿元，归母净利润为 34.1/42.3/51.6 亿元，PE 为 19.5/15.7/12.9 倍，维持“买入”评级。

5. 风险提示

1）国际贸易摩擦与贸易保护风险：公司境外收入占比较高，海外市场集中于欧美、日韩等地区。如若后续贸易摩擦持续升级、关税政策发生不利变动，或将削弱公司产品价格竞争力，制约海外市场销售，对公司经营业绩产生负面影响。

2）行业竞争加剧风险：消费电子赛道竞争持续升温，赛道持续吸引新参与者入局。倘若公司无法持续巩固自身核心竞争优势，难以持续强化综合实力，或将在日趋激烈的市场竞争中遭遇份额下滑压力。

3）供应链与产品质量管控风险：公司产品生产主要依托外协采购模式，若供应商质量管理管控不到位，或是供应链出现波动，易引发产品质量、安全隐患，损害品牌口碑、拖累终端销售，最终对公司业绩形成冲击。

4）业绩预测和估值不达预期：本报告所涉业绩预估与估值分析均基于当前可得公开信息推演得出。若后续宏观环境或公司基本面发生重大变动，相关前瞻性判断可能面临无法实现的风险。

仅供内部参考，请勿外传！

附表：财务报表预测摘要及指标

资产负债表（百万元）	2025A	2026E	2027E	2028E
货币资金	3,657	6,153	9,059	12,472
交易性金融资产	2,467	2,567	2,667	2,767
应收款项	1,873	2,398	2,994	3,639
存货	4,997	6,080	7,594	9,235
其他流动资产	2,749	3,049	3,349	3,649
流动资产合计	**16,087**	**20,730**	**26,308**	**32,574**
可供出售金融资产				
长期投资净额	582	582	582	582
固定资产	1,784	1,383	977	565
无形资产	53	58	63	68
商誉	0	0	0	0
非流动资产合计	**3,980**	**3,690**	**3,157**	**2,762**
资产总计	**20,067**	**24,420**	**29,466**	**35,337**
短期借款	567	687	807	927
应付款项	2,313	3,223	4,025	4,895
预收款项	0	0	0	0
一年内到期的非流动负债	226	234	234	234
流动负债合计	**6,769**	**8,492**	**10,432**	**12,521**
长期借款	781	781	781	781
其他长期负债	1,805	1,826	1,836	1,846
长期负债合计	**2,587**	**2,607**	**2,617**	**2,627**
负债合计	**9,355**	**11,099**	**13,049**	**15,148**
归属于母公司股东权益合计	10,528	13,032	15,996	19,609
少数股东权益	184	289	420	580
负债和股东权益总计	**20,067**	**24,420**	**29,466**	**35,337**

利润表（百万元）	2025A	2026E	2027E	2028E
营业收入	**30,514**	**39,151**	**48,882**	**59,416**
营业成本	16,763	21,889	27,339	33,246
营业税金及附加	20	27	34	42
资产减值损失	-365	0	0	0
销售费用	6,827	8,691	10,852	13,190
管理费用	1,093	1,292	1,662	2,020
财务费用	53	107	96	82
公允价值变动净收益	140	0	0	0
投资净收益	276	313	391	475
营业利润	**2,926**	**3,894**	**4,842**	**5,904**
营业外收支净额	-4	8	8	8
利润总额	**2,922**	**3,902**	**4,850**	**5,912**
所得税	305	390	485	591
净利润	2,617	3,512	4,365	5,321
归属于母公司净利润	**2,545**	**3,407**	**4,234**	**5,161**
少数股东损益	72	105	131	160

现金流量表（百万元）	2025A	2026E	2027E	2028E
净利润	**2,617**	**3,512**	**4,365**	**5,321**
资产减值准备	411	0	0	0
折旧及摊销	199	658	648	510
公允价值变动损失	0	0	0	0
财务费用	52	132	139	145
投资损失	0	-313	-391	-475
运营资本变动	-2,773	-351	-652	-685
其他	-26	-193	-8	-8
经营活动净现金流量	**481**	**3,446**	**4,101**	**4,808**
投资活动净现金流量	**306**	**-41**	**84**	**168**
融资活动净现金流量	**-129**	**-802**	**-1,279**	**-1,563**
企业自由现金流	**286**	**3,636**	**4,160**	**4,933**

财务与估值指标	2025A	2026E	2027E	2028E
每股指标				
每股收益（元）	4.77	5.78	7.18	8.76
每股净资产（元）	19.64	22.11	27.14	33.27
每股经营性现金流量（元）	0.90	5.85	6.96	8.16
成长性指标				
营业收入增长率	23.5%	28.3%	24.9%	21.5%
净利润增长率	20.4%	33.9%	24.3%	21.9%
盈利能力指标				
毛利率	45.1%	44.1%	44.1%	44.0%
净利润率	8.3%	8.7%	8.7%	8.7%
运营效率指标				
应收账款周转天数	20.80	19.61	19.81	20.05
存货周转天数	88.38	91.09	90.03	91.12
偿债能力指标				
资产负债率	46.6%	45.4%	44.3%	42.9%
流动比率	2.38	2.44	2.52	2.60
速动比率	1.22	1.36	1.46	1.56
费用率指标				
销售费用率	22.4%	22.2%	22.2%	22.2%
管理费用率	3.6%	3.3%	3.4%	3.4%
财务费用率	0.2%	0.3%	0.2%	0.1%
分红指标				
股息收益率	2.1%	1.5%	1.9%	2.3%
估值指标				
P/E（倍）	23.97	19.53	15.71	12.89
P/B（倍）	5.83	5.11	4.16	3.39
P/S（倍）	2.01	1.70	1.36	1.12
净资产收益率	26.1%	26.1%	26.5%	26.3%

资料来源：东北证券

股息收益率 =（ 年度每股现金红利总和 / 年末收盘价 ）*100%。

仅供内部参考，请勿外传！

研究团队简介：

李强：西南财经大学金融学硕士，电子科技大学金融学本科，现任东北证券食品饮料行业组长分析师。曾任华龙证券有限责任公司研究员，南京证券股份有限公司研究员。具有 10 年证券研究从业经历，荣获 2019 年金牛奖食品饮料行业最佳分析团队第 1 名，2019 年 Wind 资讯金牌分析师第 5 名，2018 年每市食品饮料行业年度组合收益第 4 名，2018 年投研社最受机构欢迎分析师，2018 年进门财经百佳分析师，2018 年食品饮料研究 Wind 平台影响力排行榜第 7 名，2018 年度知丘杯金测奖最佳分析师第 3 名，2017 年卖方分析师水晶球奖食品饮料行业第 2 名，“2016 年 Wind 资讯第四届金牌分析师全民票选”食品饮料行业第 1 名。

李森蔓：香港大学硕士，浙江大学本科，现任东北证券商贸零售组组长。2018 年以来具有 6 年证券研究从业经历，2019 年金牛奖研究团队第 3 名，2024 年获商贸零售行业金牛奖。

分析师声明

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，并在中国证券业协会注册登记为证券分析师。本报告遵循合规、客观、专业、审慎的制作原则，所采用数据、资料的来源合法合规，文字阐述反映了作者的真实观点，报告结论未受任何第三方的授意或影响，特此声明。

投资评级说明

股票投资评级说明	买入	未来 6 个月内，股价涨幅超越市场基准 15%以上。	投资评级中所涉及的市场基准： A 股市场以沪深 300 指数为市场基准，新三板市场以三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）为市场基准；香港市场以摩根士丹利中国指数为市场基准；美国市场以纳斯达克综合指数或标普 500 指数为市场基准。
	增持	未来 6 个月内，股价涨幅超越市场基准 5%至 15%之间。	
	中性	未来 6 个月内，股价涨幅介于市场基准-5%至 5%之间。	
	减持	未来 6 个月内，股价涨幅落后市场基准 5%至 15%之间。	
	卖出	未来 6 个月内，股价涨幅落后市场基准 15%以上。	
行业投资评级说明	优于大势	未来 6 个月内，行业指数的收益超越市场基准。	
	同步大势	未来 6 个月内，行业指数的收益与市场基准持平。	
	落后大势	未来 6 个月内，行业指数的收益落后于市场基准。	

仅供内部参考，请勿外传！

重要声明

本报告由东北证券股份有限公司（以下称“本公司”）制作并仅向本公司客户发布，本公司不会因任何机构或个人接收到本报告而视其为本公司的当然客户。

本公司具有中国证监会核准的证券投资咨询业务资格。

本报告中的信息均来源于公开资料，本公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证。报告中的内容和意见仅反映本公司于发布本报告当日的判断，不保证所包含的内容和意见不发生变化。

本报告仅供参考，并不构成对所述证券买卖的出价或征价。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的证券买卖建议。本公司及其雇员不承诺投资者一定获利，不与投资者分享投资收益，在任何情况下，我公司及其雇员对任何人使用本报告及其内容所引发的任何直接或间接损失概不负责。

本公司或其关联机构可能会持有本报告中涉及到的公司所发行的证券头寸并进行交易，并在法律许可的情况下不进行披露；可能为这些公司提供或争取提供投资银行业务、财务顾问等相关服务。

本报告版权归本公司所有。未经本公司书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表或引用。如征得本公司同意进行引用、刊发的，须在本公司允许的范围内使用，并注明本报告的发布人和发布日期，提示使用本报告的风险。

若本公司客户（以下称“该客户”）向第三方发送本报告，则由该客户独自为此发送行为负责。提醒通过此途径获得本报告的投资者注意，本公司不对通过此种途径获得本报告所引起的任何损失承担任何责任。

东北证券股份有限公司

网址：http://www.nesc.cn 电话：95360,400-600-0686 研究所公众号：dbzqyanjiusuo

地址	邮编
中国吉林省长春市生态大街 6666 号	130119
中国北京市西城区锦什坊街 28 号恒奥中心 D 座	100033
中国上海市浦东新区杨高南路 799 号	200127
中国深圳市福田区福中三路 1006 号诺德中心 34D	518038
中国广东省广州市天河区冼村街道黄埔大道西 122 号之二星辉中心 15 楼	510630