

概 要

本概要旨在為閣下提供本文件所載資料的概覽。由於此乃概要，故並無載列可能對閣下而言屬重要的所有資料。閣下於決定[編纂][編纂]前務請細閱整份文件（包括財務報表及隨附附註）。

任何[編纂]均涉及風險。有關[編纂][編纂]的若干特殊風險載於本文件「風險因素」一節。閣下在決定[編纂][編纂]前務請細閱該節。

概覽

我們是誰

賽力斯是以新能源汽車為核心業務的技術科技型企業，業務涵蓋新能源汽車及核心三電等產品的研發、製造、銷售及服務。我們憑藉近四十年的行業經驗和運營優化，實現了多項業務里程碑。1986年，我們從彈簧和減震器業務開啟了第一次創業，並擴展到摩托車業務；2003年，我們抓住自主品牌汽車崛起機遇，與東風汽車合資進入整車製造領域；2016年，我們全面轉型至新能源汽車領域，於2021年發佈問界品牌，樹立了「智慧重塑豪華」的品牌定位，並推出了系列車型。

我們堅持「用戶定義汽車」的市場導向和「軟件定義汽車」的技術路線，致力於為用戶提供可持續迭代的優質產品體驗。我們深度洞察用戶需求、堅持用戶共創，並以此指導我們的產品與技術創新。我們平台化的技術架構使我們可實現硬件可升級及軟件可迭代。

我們在打造受用戶喜愛產品方面具有良好往績。我們的核心品牌問界自推出以來，旗下車型銷量快速增長。截至目前，我們已經成功推出問界M5、問界M7、問界M8和問界M9四款車型。其中問界M5創下上市當年新品牌單車交付量破萬的最快紀錄；問界M7成為中國市場30萬元級最暢銷自主品牌車型，2024年交付量約20萬輛；問界M9則成為中國市場50萬元級車型銷量冠軍，2024年交付量逾15萬輛；我們於2025年4月發佈的問界M8，亦獲得市場追捧，正式上市後僅24小時大定即突破3萬輛。根據弗若斯特沙利文報告，問界品牌在2024年下半年以82%的NPS淨推薦值登頂新能源汽車口碑榜首，且2024年問界品牌全年總交付量達38.71萬輛，同比增長268%。

概 要

我們具備「垂直上量」的高質量交付能力。我們的「超級工廠」及數字化供應鏈體系可保障我們問界系列產品的高質量敏捷交付，支撐了問界M9實現上市10個月生產超15萬輛的「上市即上量」。我們高度重視質量控制，問界系列產品市場質量表現成為行業標桿，根據弗若斯特沙利文報告，連續三年獲得新能源汽車品牌新車質量表現第一名。

我們的新豪華產品矩陣

我們的問界品牌已形成包括問界M9、問界M8、問界M7和問界M5四款車型的產品矩陣，通過差異化定位實現市場覆蓋，以精準價格梯度與場景化功能組合，全面搶佔高端用戶市場。

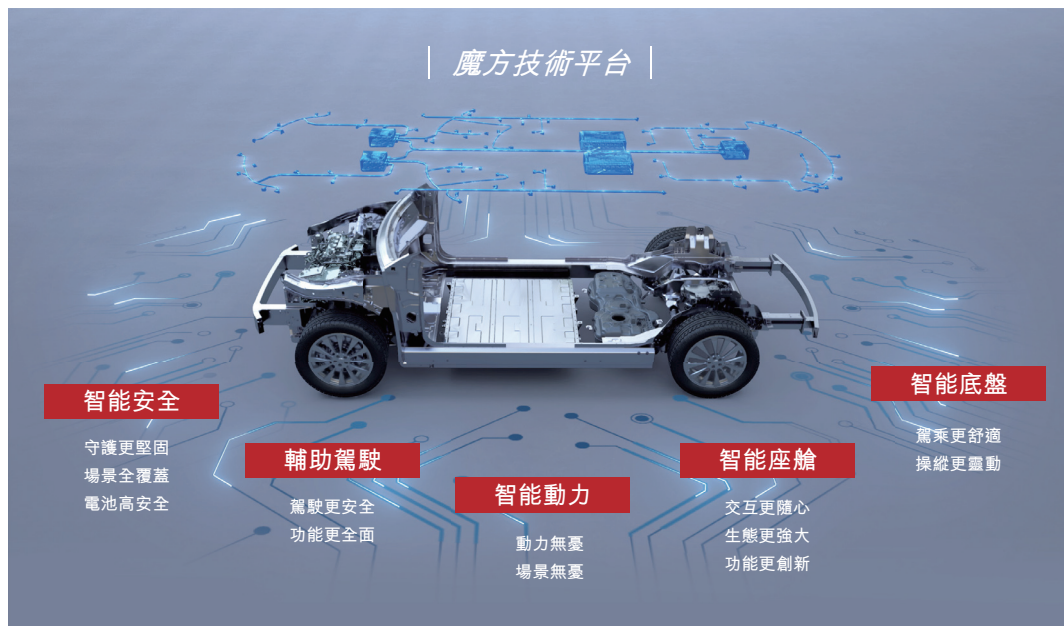
我們的產品矩陣具體情況如下：

				
	問界M9	問界M8	問界M7	問界M5
場景定位	全景智慧旗艦SUV	家庭智慧旗艦SUV	家庭智慧豪華SUV	高顏都市智能SUV
尺寸(mm)	5,230x1,999x1,800	5,190x1,999x1,795	5,020x1,945x1,760	4,785x1,930x1,620/1,625
軸距(mm)	3,110	3,105	2,820	2,880
座位數	五座／六座	五座／六座	五座／六座	五座
動力形式	增程／純電	增程／純電	增程	增程／純電
CLTC續航(km)	1,474	1,526	1,300	1,440
指導售價（萬元）	46.98-56.98	35.98-44.98	24.98-32.98	22.98-24.98
首次交付時間	2024年2月	2025年4月	2022年8月	2022年3月

概 要

我們的智能電動汽車解決方案

基於逾二十年的造車經驗，我們在持續精進車輛傳統性能、空間及工藝的基礎上，正向自研了魔方技術平台。該平台能夠提供智能安全、輔助駕駛、智能動力、智能座艙和智能底盤五大汽車智能化解決方案，致力於為用戶提供「好開、好用」安全智能用車體驗。



我們的業績增長

在往績記錄期間，我們的「新豪華」智能電動汽車受到市場歡迎，公司經營業績實現增長：

- **收入：**由2023年的人民幣358億元增加至2024年的人民幣1,451億元，同比增長305.5%；
- **毛利率：**由2023年的7.2%增加至2024年的23.8%，同比增加16.6個百分點，由截至2024年6月30日止六個月的21.8%增加至截至2025年6月30日止六個月的26.5%，同比增加4.7個百分點；
- **淨利潤：**於2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們實現盈利。根據弗若斯特沙利文報告，我們是全球第四家實現盈利的新能源車企。2023年，我們錄得歸母淨虧損人民幣24億元；而2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們錄得歸母淨利潤分別為人民幣59億元及人民幣29億元。

概 要

競爭優勢

我們認為，以下競爭優勢促使我們取得成功，並使我們從競爭對手中脫穎而出：

- 領先的新豪華汽車品牌；
- 流程化的高效運營管理體系；
- 創新+融合創新結合形成的技術領先性；
- 垂直上量的交付能力；
- 全生命週期精準觸達的銷服生態；
- 創業基因與研發團隊。

詳情請參閱「業務－我們的優勢」。

我們的戰略

我們致力於為用戶服務，幹世界級新豪華汽車領先品牌。為了實現以上戰略目標，我們的戰略路徑主要包括：

- 構建科技豪華新範式，打造全球新能源汽車智能化標桿；
- 堅持大單品戰略，為全球用戶提供可持續迭代的產品體驗；
- 積極推進全球化戰略，持續擴大我們在國際市場的品牌影響力；
- 打造全生命週期主動智慧服務體系；及
- 持續升級智能製造能力，構建開放創新、融合共生的智能汽車產業生態。

詳情請參閱「業務－我們的戰略」。

概 要

我們的銷售渠道

下表載列於所示期間我們車輛的銷售渠道及其各自的收入貢獻。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審計)									
經銷	27,846,603	81.8	33,464,269	93.5	136,888,738	94.3	60,438,567	93.0	59,156,066	94.9
直銷	6,209,471	18.2	2,324,616	6.5	8,224,885	5.7	4,575,747	7.0	3,202,759	5.1
總計	<u>34,056,074</u>	<u>100.0</u>	<u>35,788,885</u>	<u>100.0</u>	<u>145,113,623</u>	<u>100.0</u>	<u>65,014,314</u>	<u>100.0</u>	<u>62,358,825</u>	<u>100.0</u>

中國

根據行業慣例，我們主要通過經銷商網絡銷售我們的新能源汽車至覆蓋中國市場。下表載列所示期間我們的經銷商經營的AITO用戶中心的變動情況：

	截至12月31日／截至該日止年度			截至6月30日／ 截至該日 止六個月
	2022年	2023年	2024年	2025年
期初	83	195	208	312
開設經銷AITO用戶中心	117	19	104	48
關閉經銷AITO用戶中心	5	6	0	4
數量增加／(減少)淨額	112	13	104	44
期末	195	208	312	356

於往績記錄期間，AITO用戶中心數量有所增加，主要是基於問界汽車的高質量和高性能，用戶對問界汽車的需求大幅增加。

我們的其他汽車品牌（如藍電及DFSK）主要通過我們的經銷商門店銷售。截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，我們其他汽車品牌的經銷商門店網絡分別包括1,882家、1,317家、400家及456家門店，2024年減少主要是由於我們戰略性地將重點轉向我們的問界品牌。

概 要

海外

於往績記錄期間，我們的絕大部分產品及服務均在中國銷售。然而，我們亦已進入海外市場，已在歐洲、中東、美洲和非洲的多個國家進行業務佈局。歐洲方面，已擴展到挪威、德國、英國、瑞士等市場，標誌著成功完成初步的全球市場擴張。於2022年、2023年、2024年及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的海外收入分別為人民幣3,921.9百萬元、人民幣4,975.9百萬元、人民幣4,210.7百萬元、人民幣1,847.8百萬元及人民幣1,421.7百萬元。

我們計劃繼續擴展至其他國際市場。我們的目標是建立和增強海外銷售和服務能力，並調整軟件系統的用戶界面，為海外市場消費者提供更好的產品和服務。

我們的線上接觸點

我們的AITO App與線下門店的功能集成，用戶諮詢、試駕預約、定金支付、售後預約等整個過程均可線上完成。通過AITO App，潛在客戶可訂購我們的電動汽車。依靠強大的供應鏈管理能力，我們讓客戶能夠從大量配置中進行選擇，例如車輛顏色、輪轂尺寸和樣式、車載娛樂和零重力座椅。用戶可在AITO App進一步實時查看訂單狀態、評估服務並與其他用戶互動。這種即時反饋亦使我們能夠進一步提升服務和客戶體驗。

我們的技術

我們通過持續技術創新，形成核心技術能力，構築起行業競爭優勢。技術實力的不斷積累夯實了產品品質與性能基礎，進一步鞏固競爭壁壘，使我們在行業中脫穎而出。

魔方技術平台

魔方技術平台是具備持續進化能力的智能平台，實現尺寸百變、車型百變，是行業首發可以兼容超增、純電、超混三種新能源動力總成的平台。魔方技術平台的模塊化設計允許組件的高效集成和互換，我們能夠憑藉平台化能力高效可靠地實現系列車型的快速量產。

概 要

超級增程

我們最新一代的超級增程系統量產熱效率已達44.8%，最高油電轉化率為3.65kWh/L。我們與多家行業夥伴建立合作關係推動增程式電動汽車的發展。我們的超級增程系統採用RoboREX智能控制技術，能夠結合電池電量、駕駛條件、地圖數據等，實現全局動態規劃與智能尋優決策，並快速響應執行。相對傳統的控制技術，能夠提高系統的運行效率，增加車輛的總行駛里程並進一步提升保電能力。同時，該技術能夠進一步優化整車NVH，從而帶給用戶更加節能高效、靜謐無感的駕乘體驗。

安全技術

我們以用戶全場景安全需求為驅動，以真實用車場景和交通事故數據分析為基礎，從「生命保護、車身防護、健康呵護、隱私守護」四大安全場景出發，全方位構建覆蓋被動安全、主動安全等九大維度，以場景定義安全的智能安全技術體系，覆蓋超過180項用戶用車場景，開發超過300項安全功能。

智能測試

我們的端雲一體化測試平台，具備先進的測試能力。自研的智能測試終端，能夠實現測試車輛7×24小時自動化測試；開發的環網架構、座艙集群等硬件在環（「HIL」）測試系統，具備強大的自動化仿真測試能力；我們建立了寒區極限試驗基地，確保極限場景測試覆蓋。通過將自動化測試應用到供應、生產、銷售端，構建了研產供銷質量自動化攔截網。

智慧服務

基於我們的自研平台，我們可以提供全鏈路、全生命週期智慧服務能力。我們運用大數據和AI技術，基於數字化底座與智能化平台，可以為用戶提供風險提前預測、遠程診斷、事故和故障實時告警等主動服務，讓用戶暢享全面、精準、高效、優質的智慧服務新體驗。

詳情請參閱「業務－我們的技術」。

概 要

製造

我們不斷提升汽車製造的智能化水平，採用精益求精的生產方式，推動運營效率的持續提升和產品質量的持續改進。

目前，我們有多家智慧工廠，主要生產問界系列，分別為賽力斯超級工廠（龍盛）（「超級工廠（龍盛）」）、賽力斯超級工廠（鳳凰）（「超級工廠（鳳凰）」）和賽力斯超級工廠（龍興）（「超級工廠（龍興）」）（統稱「超級工廠」）。截至最後實際可行日期，我們的年產能合計約為600,000輛。

詳情請參閱「業務－製造」。

銷售及營銷

我們構建線上線下一體化策略，連接數字觸點和實體門店，覆蓋從第一次互動及參與到購買及售後支持的整個用戶旅程。該全渠道方法可確保流暢、一致和靈活的用戶體驗，並使我們能夠擴大市場佔有率。截至2025年6月30日，我們實體問界門店包括位於中國240多個城市的超350個AITO用戶中心和超700個體驗中心。根據行業慣例，我們主要通過經銷商網絡銷售我們的新能源汽車至覆蓋中國市場。詳情請參閱「業務－銷售及營銷－銷售網絡」。

我們的客戶及供應商

客戶

於往績記錄期間，我們主要通過我們經銷商的問界門店銷售新能源汽車。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度及截至2025年6月30日止六個月，來自往績記錄期間各年度／期間的五大客戶的總收入分別為人民幣47億元、人民幣43億元、人民幣202億元及人民幣74億元，分別佔有關年度／期間我們總收入的13.9%、12.0%、13.9%及11.9%。同期，來自往績記錄期間各年度／期間的最大客戶的收入分別為人民幣13億元、人民幣15億元、人民幣56億元及人民幣25億元，分別佔有關年度／期間我們總收入的4.0%、4.1%、3.8%及4.0%。詳情請參閱「業務－客戶及供應商－客戶」。

概 要

供應商

我們的供應商主要包括為我們的車輛提供各種原材料和零部件（主要包括金屬材料、電池、電子組件、座椅及其他汽車零部件等）的企業。

與主要供應商的關係

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度及截至2025年6月30日止六個月，我們向往績記錄期間各年度／期間的五大供應商的總採購額分別為人民幣139億元、人民幣154億元、人民幣722億元及人民幣352億元，分別佔有關年度／期間我們總採購額的34.7%、36.9%、51.9%及57.9%。同期，我們向往績記錄期間各年度／期間的最大供應商的採購額分別為人民幣58億元、人民幣72億元、人民幣420億元及人民幣200億元，分別佔有關年度／期間我們總採購額的14.5%、17.4%、30.2%及33.0%。我們向供應商採購汽車零部件、服務、軟件及設備等。詳情請參閱「業務－客戶及供應商－供應商－與主要供應商的關係」。我們可能受到此等供應商相關的集中度和交易對手風險。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們依賴我們的供應商提供與我們車輛相關的原材料、零部件、軟件和服務等」。

供應鏈

憑藉逾20年的汽車行業經驗，我們已形成帶領問界車型走向成功的核心技術能力。同時，我們建立了可靠且可擴展的供應網絡。我們在與行業領先的供應商（如華為、寧德時代）建立長期戰略合作夥伴關係基礎之上，共同打造了一個開放、包容和相互依存的生態系統。

與華為的合作

我們與華為建立了長期穩固的業務關係。我們與華為的戰略合作概述如下。

- **華為提供的產品及服務。**我們向華為採購汽車零部件，例如我們所有的問界汽車使用的智能座艙及駕駛輔助系統。此外，憑藉華為的品牌知名度及龐大實體店網絡，我們亦向華為採購廣宣服務，以營銷及銷售我們的問界汽車。例如，在由華為運營及管理的約700個體驗中心，我們提供問界汽車作展示及試駕。客戶亦可直接在體驗中心下單，銷售及交付則在我們和經銷商管理運營的AITO用戶中心完成。

概 要

- **對引望的股權投資。**於2024年8月23日，我們與華為簽訂了股權轉讓協議，以總對價人民幣115億元收購華為所持當時全資子公司深圳引望10%的股權。藉由該交易，我們預計將通過此次收購不斷完善我們的運營生態系統，進一步加大對智能汽車技術的投資，提升智能汽車零部件供應鏈的穩定性，加強與華為的戰略合作關係，持續加強我們在先進車輛智能化技術佈局和智能電動汽車競爭力方面的優勢，同時擴大與戰略合作夥伴的生態合作。詳情請參閱「歷史、發展及公司架構－重要收購及資產出售－收購深圳引望的少數股權」。
- **商標購買。**於2024年，我們購買華為（我們的戰略業務合作夥伴及獨立第三方）及其關聯方共計919項主要與問界相關的商標以及44項相關外觀設計專利，對價約為人民幣25億元。該對價乃經雙方協商釐定。此項交易不會影響我們與華為的業務合作關係。

雙方將繼續加強穩定可持續的合作關係。基於此，我們已於2024年與華為簽署合作協議，進一步深化業務合作。我們與華為合作不涉及任何有關利潤分成的安排，根據弗若斯特沙利文的資料，這符合行業慣例。

與華為關係的重要性

於往績記錄期間，我們的業務顯著增長且盈利能力提升，此主要歸因於問界汽車的成功。我們與華為的合作是問界汽車成功的重要推動因素。我們與華為一直保持良好及長期的業務關係，我們相信我們與華為的關係不會發生重大不利變動。然而，我們可能面臨有關合作帶來的集中及交易對手風險。倘我們與華為的業務關係出現任何重大中斷，我們的業務、財務狀況及經營業績或會受到重大不利影響。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們的盈利歸因於若干成功車型的推出以及與重要業務合作夥伴的合作關係」。

概 要

風險因素

我們的業務及[編纂]涉及若干風險，包括與(i)我們的業務及行業有關的風險；(ii)我們業務經營所在司法管轄區有關的風險；及(iii)[編纂]有關的風險。我們面臨的部分主要風險包括但不限於以下各項：

- 我們可能無法在汽車市場有效競爭；
- 我們未來的增長取決於消費者對新能源汽車的需求；
- 對新能源汽車或國產汽車有利的政府政策的變化可能會對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響；
- 我們的行業及其技術發展迅速，可能會發生不可預見的變化。其他新能源汽車技術的突破可能會對我們汽車的需求產生重大不利影響；
- 我們依賴我們的供應商提供與我們車輛相關的原材料、零部件、軟件和服務等；
- 我們可能無法繼續如期大規模開發、生產及交付高質量、對用戶有吸引力的汽車；及
- 我們可能無法成功地繼續建立、維護和加強我們的品牌，我們的品牌和聲譽可能會因有關我們、我們的董事、管理人員、員工、股東、同行、業務合作夥伴或整個行業的負面宣傳而受到損害。

競爭

全球及中國新能源乘用車市場競爭激烈，主要受以下因素推動：(i)智能化重塑消費者購車偏好；(ii)人工智能為汽車智能化帶來前所未有的機遇；(iii)產業跨界融合催生全新商業模式與產品形態；(iv)中國汽車出口銷量將持續增長；及(v)中國新能源乘用車自主品牌將繼續快速增長。根據弗若斯特沙利文的資料，中國乘用車市場的新能源乘用車滲透率由2021年的15.2%增至2024年的48.9%，預計到2030年將達到76.9%。在中國新能源乘用車市場，國產品牌佔據了2024年最暢銷車型的前20名，在銷量前20名車型中佔據了18個席位。在高端新能源乘用車細分市場，國產品牌亦表現出較強的競爭力，2024年有7款國產品牌車型躋身銷量前10名。其中，問界M7在國產品牌高端

概 要

車型中銷量排名第一。中國高端新能源乘用車市場的進入壁壘包括：(i)初始投資高；(ii)穩定的供應鏈生態系統；(iii)新能源汽車生產資質壁壘；(iv)生產成本及規模經濟；(v)智能生態系統及配套服務；及(vi)全流程整合能力。我們主要在國內及海外市場與全球新能源乘用車公司和中國自主品牌新能源乘用車公司競爭。未來，我們還可能面臨來自中國及全球新進入者的競爭，而這將加劇競爭。為維持我們的競爭優勢，我們致力於構建科技豪華新範式，打造全球新能源汽車智能化標桿；堅持大單品戰略，為全球用戶提供可持續迭代的產品體驗；積極推進全球化戰略，持續擴大國際市場的品牌影響力；打造全生命週期主動智慧服務體系；持續升級智能製造能力，構建開放創新、融合共生的智能汽車產業生態。根據弗若斯特沙利文的資料，按2024年銷量計，問界在中國新能源乘用車市場排名第五，市場份額為3.7%，而按2024年銷量計，問界在中國高端品牌新能源乘用車市場排名第三。按2024年銷量計，問界M9在中國售價人民幣50萬元級乘用車車型中排名第一。詳情請參閱「行業概覽－中國新能源乘用車市場競爭格局」。

主要財務資料概要

合併損益及其他全面收益表概要

下表載列於所示期間我們的合併損益及其他全面收益表概要。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	估收入的 人民幣千元	百分比	估收入的 人民幣千元	百分比	估收入的 人民幣千元	百分比	估收入的 人民幣千元	百分比	估收入的 人民幣千元	百分比
	(未經審計)									
收入	34,056,074	100.0	35,788,885	100.0	145,113,623	100.0	65,014,314	100.0	62,358,825	100.0
銷售成本	(31,328,448)	(92.0)	(33,217,792)	(92.8)	(110,563,078)	(76.2)	(50,853,429)	(78.2)	(45,828,067)	(73.5)
毛利	2,727,626	8.0	2,571,093	7.2	34,550,545	23.8	14,160,885	21.8	16,530,758	26.5
政府補助及補貼	523,474	1.5	549,466	1.5	1,068,213	0.7	659,200	1.0	690,109	1.1
其他收入	261,751	0.8	407,803	1.1	672,305	0.5	237,942	0.4	548,886	0.9
其他收益及虧損	14,203	0.0	1,749,261	4.9	(1,615,140)	(1.1)	(80,805)	(0.1)	(32,589)	(0.1)
預期信用損失模式 項下的減值損失 (扣除轉回)	(76,887)	(0.2)	(108,785)	(0.3)	(131,107)	(0.1)	(39,734)	(0.1)	13,632	0.0

概 要

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	估收入的		估收入的		估收入的		估收入的		估收入的	
	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比
	(未經審計)									
研發費用.....	(1,313,661)	(3.9)	(1,696,476)	(4.7)	(5,585,504)	(3.8)	(2,827,443)	(4.3)	(2,929,532)	(4.7)
銷售及經銷費用.....	(4,656,748)	(13.7)	(5,276,145)	(14.7)	(19,184,251)	(13.2)	(8,699,122)	(13.4)	(8,940,726)	(14.3)
管理費用.....	(2,081,359)	(6.1)	(1,969,389)	(5.5)	(4,509,309)	(3.1)	(1,625,462)	(2.5)	(1,966,811)	(3.2)
應佔聯營公司的業績..	512	0.0	578	0.0	(76,055)	(0.1)	31,518	0.0	(69,069)	(0.1)
應佔合營企業業績份額	850	0.0	481	0.0	2,032	0.0	1,758	0.0	2,007	0.0
財務費用.....	(330,171)	(1.0)	(308,746)	(0.9)	(240,382)	(0.2)	(119,628)	(0.2)	(121,874)	(0.2)
除稅前(虧損)利潤....	(4,930,410)	(14.6)	(4,080,859)	(11.4)	4,951,347	3.4	1,699,109	2.6	3,724,791	6.0
所得稅費用.....	(290,147)	(0.7)	(75,857)	(0.2)	(211,231)	(0.1)	(339,988)	(0.5)	(647,428)	(1.0)
年／期內(虧損)利潤..	(5,220,557)	(15.3)	(4,156,716)	(11.6)	4,740,116	3.3	1,359,121	2.1	3,077,363	4.9
其他全面收入										
其後可能重新分類至										
損益之項目：										
換算海外業務產生之										
匯兌差額.....	47,205	0.1	6,752	0.0	13,557	0.0	19,903	0.0	186	0.0
非控股權益.....	1,713	0.0	1,271	0.0	578	0.0	553	0.0	65	0.0
年／期內其他全面收入，										
扣除所得稅：.....	48,918	0.1	8,023	0.0	14,135	0.0	20,456	0.0	251	0.0
年／期內全面(開支)／										
收入總額.....	(5,171,639)	(15.2)	(4,148,693)	(11.6)	4,754,251	3.3	1,379,577	2.1	3,077,614	4.9

概 要

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	估收入的		估收入的		估收入的		估收入的		估收入的	
	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比
	(未經審計)									
以下各方應佔年／期內										
(虧損)利潤：										
本公司擁有人.....	(3,831,866)	(11.3)	(2,449,687)	(6.8)	5,945,945	4.1	1,624,558	2.5	2,940,890	4.7
非控股權益.....	(1,388,691)	(4.1)	(1,707,029)	(4.8)	(1,205,829)	(0.8)	(265,437)	(0.4)	136,473	0.2
	<u>(5,220,557)</u>	<u>(15.4)</u>	<u>(4,156,716)</u>	<u>(11.6)</u>	<u>4,740,116</u>	<u>3.3</u>	<u>1,359,121</u>	<u>2.1</u>	<u>3,077,363</u>	<u>4.9</u>

詳情請參閱「財務資料－經營業績主要組成部分概況」。

收入

我們絕大部分收入來自汽車銷售，主要是我們的新能源汽車，以及少部分的燃油車。我們的其他收入主要來自零部件和材料銷售，主要包括增程器、驅動電機、動力總成及其他汽車零部件。

下表載列於所示期間按產品類別劃分以絕對金額及佔總收入百分比列示的收入明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	估收入的		估收入的		估收入的		估收入的		估收入的	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審計)									
汽車銷售										
新能源汽車.....	24,934,089	73.2	28,947,606	80.9	135,490,526	93.4	60,198,727	92.6	57,951,847	92.9
燃油車.....	6,346,800	18.6	4,608,886	12.9	3,447,702	2.4	1,538,234	2.4	1,156,319	1.9
其他 ⁽¹⁾	2,775,185	8.2	2,232,393	6.2	6,175,395	4.2	3,277,353	5.0	3,250,659	5.2
總計.....	<u>34,056,074</u>	<u>100.0</u>	<u>35,788,885</u>	<u>100.0</u>	<u>145,113,623</u>	<u>100.0</u>	<u>65,014,314</u>	<u>100.0</u>	<u>62,358,825</u>	<u>100.0</u>

附註：

(1) 其他包括零部件及材料（主要包括增程器、驅動電機、動力總成及其他汽車零部件）的銷售。

概 要

我們的收入從2023年的人民幣358億元增加305.5%至2024年的人民幣1,451億元，主要得益於汽車銷量的增長，這主要是由於我們持續提升品牌知名度，優化產品組合以及增強客戶體驗，令銷量大幅增加。汽車銷售的收入從2023年的人民幣336億元增長314.0%至2024年的人民幣1,389億元，主要是由於新能源汽車銷售的收入從2023年的人民幣289億元增長至2024年的人民幣1,355億元，主要是由於2024年我們的旗艦車型問界M9開始交付及垂直上量，令新能源汽車銷量增加。燃油車銷售的收入從2023年的人民幣46億元下降至2024年的人民幣34億元，主要由於我們汽車產品戰略的調整。

我們的收入從截至2024年6月30日止六個月的人民幣650億元略降4.1%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣624億元，主要由於新能源汽車收入小幅減少，而新能源汽車收入減少乃由於由其銷量變動，背後原因則是2025年4月問界M8上市。新車型上市預期可能影響潛在消費者的下單時間，部分潛在消費者因期待即將推出的新車型而推遲購車。具體而言，於問界M8上市前，我們的新能源汽車銷量呈同比下降趨勢：截至2025年3月31日止三個月下降42.5%。問界M8推出後，我們2025年第二季度的新能源汽車銷量較2025年第一季度顯著增加115.5%，較2024年第二季度增加10.8%。

下表載列我們於所示期間的汽車銷售量數據。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
新能源汽車.....	135,054	150,926	426,885	200,949	172,108
燃油車	132,192	101,383	70,123	34,851	26,495
總計	267,246	252,309	497,008	235,800	198,603

我們的新能源汽車銷售量由2022年的13.51萬輛增長11.8%至2023年的15.09萬輛，並於2024年進一步大幅增長至42.69萬輛，這主要得益於我們持續提升品牌知名度、優化產品組合以及增強客戶體驗。我們已採取若干策略以支撐有關增長：(i)我們繼續投入研發，以增強技術能力及產品質量；(ii)我們擴大生產、提高生產效率，以確保及時的產品供應；(iii)我們通過推出不同價格區間的車型優化產品組合，以滿足多元化的客戶需求；及(iv)我們深化與華為在智能輔助駕駛系統等領域的合作，以提高品牌知名度及市場認可度。我們的新能源汽車銷售量由截至2024年6月30日止六個月的20.09萬輛下降至截至2025年6月30日止六個月的17.21萬輛，主要由於2025年4月推

概 要

出問界M8。市場對新車型上市的預期可能會影響潛在客戶下單的時間。燃油車銷售量由2022年的13.22萬輛下降至2023年的10.14萬輛，並於2024年進一步降至7.01萬輛，由截至2024年6月30日止六個月的3.49萬輛下降至截至2025年6月30日止六個月的2.65萬輛，主要原因是我們根據中國乃至全球的行業發展趨勢，戰略性地向新能源汽車轉型。我們將持續聚焦新能源業務的開拓，同時將基於市場需求和運營效益，決定對燃油車業務的參與程度。

就地理覆蓋範圍而言，我們的大部分收入來自中國，同時也來自國際市場，包括(i)歐洲，如德國、意大利、西班牙、丹麥、波蘭和匈牙利；(ii)北美洲，如美國、墨西哥和哥斯達黎加；及(iii)大洋洲，包括新西蘭。於往績記錄期間，我們的絕大部分產品及服務均在中國銷售。下表載列於所示期間按地理位置劃分，並以絕對金額及佔總收入百分比列示的收入明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審計)									
中國	30,134,196	88.5	30,812,974	86.1	140,902,880	97.1	63,166,529	97.2	60,937,161	97.7
海外	3,921,878	11.5	4,975,911	13.9	4,210,743	2.9	1,847,785	2.8	1,421,664	2.3
總計	<u>34,056,074</u>	<u>100.0</u>	<u>35,788,885</u>	<u>100.0</u>	<u>145,113,623</u>	<u>100.0</u>	<u>65,014,314</u>	<u>100.0</u>	<u>62,358,825</u>	<u>100.0</u>

我們來自中國的收入由2023年的人民幣308億元大幅增長至2024年的人民幣1,409億元，主要原因是隨著我們持續優化產品組合，新能源汽車的銷量提升。我們的海外收入由2022年的人民幣39億元增長至2023年的人民幣50億元，主要得益於我們積極開拓海外市場並擴展海外銷售渠道，從而帶動海外銷量的增加。

概 要

毛利及毛利率

下表載列於所示期間我們按產品類別劃分的毛利及毛利率明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審計)									
汽車銷售										
新能源汽車	2,559,630	10.3	2,004,348	6.9	32,291,818	23.8	13,722,320	22.8	15,342,498	26.5
燃油車	(3,670)	(0.1)	183,946	4.0	426,948	12.4	120,567	7.8	32,974	2.9
小計	2,555,960	8.2	2,188,293	6.5	32,718,766	23.5	13,842,887	22.4	15,375,472	26.0
其他	171,666	6.2	382,799	17.1	1,831,779	29.7	317,998	9.7	1,155,286	35.5
總計	2,727,626	8.0	2,571,093	7.2	34,550,545	23.8	14,160,885	21.8	16,530,758	26.5

於往績記錄期間，我們錄得毛利率整體增長，主要是由於利潤率較高的新能源汽車的銷量增加。

我們於2022年錄得毛利人民幣27億元，於2023年錄得毛利人民幣26億元。我們於2022年及2023年的毛利率分別為8.0%及7.2%。具體而言，我們的汽車銷售業務於2022年錄得毛利人民幣26億元，於2023年錄得毛利人民幣22億元，對應同期的毛利率分別為8.2%和6.5%。我們的其他部分於2022年錄得毛利人民幣2億元，於2023年錄得毛利人民幣4億元，對應同期的毛利率分別為6.2%和17.1%。

2023年至2024年，我們的毛利由人民幣26億元大幅增長至人民幣346億元，而我們的毛利率由7.2%大幅增長至23.8%。具體而言，我們的汽車銷售業務於2023年錄得毛利人民幣22億元，於2024年錄得毛利人民幣327億元，對應同期的毛利率分別為6.5%和23.5%，主要由於我們秉承技術驅動，推進技術創新和產品銷量提升，以及產品結構優化。我們新能源汽車銷售的毛利率由2023年的6.9%上升至2024年的23.8%，主要是由於產品組合優化，高端車型的銷量增加，而這些車型通常具有較高毛利率。我們燃油車的銷售毛利率由2023年的4.0%上升至2024年的12.4%，主要是由於產品組合優化，出口燃油車收入佔燃油車總收入的比例增加，而這些車型通常具有較高毛利率。我們的其他部分於2023年錄得毛利人民幣4億元，於2024年錄得毛利人民幣18億元，對應同期的毛利率分別為17.1%和29.7%，毛利率增長乃主要由於我們實現經濟效益及提高經營效率。

概 要

我們截至2024年6月30日止六個月錄得毛利人民幣142億元，截至2025年6月30日止六個月錄得毛利人民幣165億元。我們截至2024年及2025年6月30日止六個月的毛利率分別為21.8%及26.5%。具體而言，我們的汽車銷售業務於截至2024年6月30日止六個月錄得毛利人民幣138億元，截至2025年6月30日止六個月錄得毛利人民幣154億元，對應同期的毛利率分別為22.4%及26.0%，主要由於我們秉承技術驅動，推進技術創新以及產品結構優化。我們新能源汽車銷售的毛利率由截至2024年6月30日止六個月的22.8%上升至截至2025年6月30日止六個月的26.5%，主要是由於產品組合優化，高端車型的銷量增加，而這些車型通常具有較高毛利率。我們來自其他業務的毛利率由截至2024年6月30日止六個月的9.7%上升至截至2025年6月30日止六個月的35.5%，主要由於我們實現經濟效益及提高經營效率。

其他收入

我們的其他收入主要包括來自銀行存款的利息收入及租金收入。我們在2022年、2023年、2024年及截至2024年及2025年6月30日止六個月分別錄得其他收入人民幣261.8百萬元、人民幣407.8百萬元、人民幣672.3百萬元、人民幣237.9百萬元及人民幣548.9百萬元。

其他收益及虧損

我們的其他收益及虧損包括(i)就商譽、無形資產、物業、廠房及設備確認的減值損失，(ii)處置子公司及其他股權投資的收益或虧損，(iii)外匯虧損或收益淨額，(iv)處置物業、廠房及設備以及無形資產的收益或虧損，(v)按公允價值計入損益計量的金融資產公允價值變動，而該等金融資產指我們對國內若干上市公司的結構性存款及證券的投資，及(vi)其他。於2022年及2023年，我們錄得其他收益分別為人民幣14.2百萬元及人民幣17億元。於2024年及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們錄得其他虧損人民幣16億元、人民幣80.8百萬元及人民幣32.6百萬元。

年／期內(虧損)利潤

於2022年及2023年，我們分別錄得年內虧損人民幣52億元及人民幣42億元，主要由於產生的銷售成本顯著增加，這與汽車交付量的增加總體一致。於2024年，我們錄得年內利潤人民幣47億元，主要由於我們的收入大幅增長。有關增長主要歸因於我們秉承技術驅動，推進技術創新和產品銷量提升。2024年度我們新能源汽車總銷量實現42.69萬輛，對比2023年增長182.84%，業務收入取得較大增長。截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們錄得期內利潤分別為人民幣14億元及人民幣31億元，主要由於產品結構優化。

概 要

於2022年及2023年，我們分別錄得歸母淨虧損人民幣38億元及人民幣24億元，於2024年及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們錄得歸母淨利潤人民幣59億元、人民幣16億元及人民幣29億元。

合併財務狀況表概要

下表載列截至所示日期我們的合併財務狀況表中的選定資料，該等資料摘錄自本文件附錄一所載我們的經審計合併財務報表。

	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
非流動資產總額	20,184,156	25,127,599	28,366,106	44,068,238
流動資產總額	26,975,971	26,117,072	65,997,852	68,843,572
資產總額	47,160,127	51,244,671	94,363,958	112,911,810
非流動負債總額	5,026,211	6,468,545	6,193,607	8,896,813
流動負債總額	32,331,483	37,576,179	76,264,794	77,005,263
流動負債淨額	(5,355,512)	(11,459,107)	(10,266,942)	(8,161,691)
負債總額	37,357,694	44,044,724	82,458,401	85,902,076
資產淨額	9,802,433	7,199,947	11,905,557	27,009,734
本公司所有者應佔權益	11,419,629	11,405,827	12,264,245	26,761,103
非控股權益	(1,617,196)	(4,205,880)	(358,688)	248,631
權益總額	9,802,433	7,199,947	11,905,557	27,009,734

我們的流動負債淨額從截至2024年12月31日的人民幣10,266.9百萬元減少至截至2025年6月30日的人民幣8,161.7百萬元，主要是由於(i)銀行結餘及現金增加人民幣15,331.2百萬元，及(ii)貿易及其他應付賬款減少人民幣6,018.3百萬元。

我們的流動負債淨額從截至2023年12月31日的人民幣11,459.1百萬元減少至截至2024年12月31日的人民幣10,266.9百萬元，主要是由於(i)已抵押及受限制銀行存款增加人民幣30,940.3百萬元，(ii)定期存款增加人民幣7,303.5百萬元，及(iii)按公允價值計入損益的金融資產增加人民幣2,915.1百萬元，部分被(i)貿易及其他應付賬款增加人民幣39,945.4百萬元及(ii)應收直接控股公司款項減少人民幣1,374.2百萬元所抵銷。

概 要

我們的流動負債淨額從截至2022年12月31日的人民幣5,355.5百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣11,459.1百萬元，主要是由於(i)已抵押及受限制銀行存款減少人民幣5,356.0百萬元，(ii)貿易及其他應付賬款增加人民幣4,165.7百萬元，及(iii)合同負債增加人民幣2,307.4百萬元，部分被(i)貿易及其他應收賬款增加人民幣2,386.2百萬元及(ii)銀行結餘及現金增加人民幣2,152.3百萬元所抵銷。

我們的資產淨額從截至2022年12月31日的人民幣9,802.4百萬元下降至截至2023年12月31日的人民幣7,199.9百萬元，主要原因為(i)錄得年內虧損人民幣4,156.7百萬元，(ii)自重慶小康控股有限公司收到的盈利保證補償人民幣1,374.2百萬元，(iii)購回股份人民幣105.2百萬元，及(iv)確認以權益結算以股份為基礎的付款人民幣30.8百萬元。截至2024年12月31日，我們的資產淨額增加至人民幣11,905.6百萬元，主要是由於(i)錄得年內利潤人民幣4,740.1百萬元，(ii)子公司非控股股東注資人民幣1,523.0百萬元，及(iii)確認以權益結算以股份為基礎的付款人民幣67.4百萬元，部分被溢價收購非控股權益人民幣1,334.0百萬元所抵銷。我們的資產淨額進一步增加至截至2025年6月30日的人民幣27,009.7百萬元，主要是由於(i)期內利潤人民幣3,077.4百萬元，(ii)子公司非控股股東注資人民幣50億元，及(iii)發行股份人民幣85億元。

詳情請參閱「財務資料－合併財務狀況表若干主要項目的討論」。

合併現金流量表概要

下表載列於所示期間我們的現金流量。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
				(未經審計)	
經營活動(所用)/產生的					
現金淨額.....	(1,358,034)	6,103,005	21,988,014	16,273,566	14,034,486
投資活動(所用)的					
現金淨額.....	(3,964,511)	(2,678,201)	(15,982,083)	(4,975,304)	(6,564,298)
籌資活動產生/(所用)					
的現金淨額.....	6,325,284	(1,269,023)	(4,166,686)	(1,893,810)	7,861,634
現金及現金等價物增加淨額...	1,002,739	2,155,781	1,839,245	9,404,452	15,331,822
年/期初現金及現金等價物 ..	1,318,961	2,327,394	4,479,719	4,479,719	6,333,682
匯率變動的影響.....	5,694	(3,456)	14,718	5,678	(618)
年/期末現金及現金等價物 ..	2,327,394	4,479,719	6,333,682	13,889,849	21,664,886

概 要

我們於2022年產生經營活動所用的現金淨額主要是由於我們持續進行銷售渠道和研發投入，而銷量並無相應增長。2022年，經營活動所用的現金淨額為人民幣1,358.0百萬元，主要包括除稅前虧損人民幣4,930.4百萬元，並就若干非現金及非經營性項目進行調整。該等非現金及非經營性項目的調整主要包括(i)物業、廠房及設備折舊人民幣1,311.3百萬元，(ii)無形資產攤銷人民幣856.2百萬元及(iii)財務費用人民幣330.2百萬元。該金額因營運資金變動而進一步調整，主要包括(i)已抵押銀行存款增加人民幣9,008.9百萬元，(ii)存貨增加人民幣1,220.0百萬元，及(iii)貿易及其他應收賬款增加人民幣439.5百萬元；部分被(i)貿易及其他應付賬款增加人民幣10,687.9百萬元及(ii)遞延收入增加人民幣703.9百萬元所抵銷。

詳情請參閱「財務資料－現金流量分析」。

主要財務比率

下表載列於所示期間我們的若干主要財務比率。

	截至12月31日／截至該日止年度			截至6月30日／ 截至該日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	%	%	%	%	%
毛利率 ⁽¹⁾	8.0	7.2	23.8	21.8	26.5
流動比率 ⁽²⁾	83.4	69.5	86.5	84.6	89.4
速動比率 ⁽³⁾	71.1	60.1	83.2	79.4	85.2

附註：

- (1) 毛利率乃根據所示期間毛利除以收入計算。
- (2) 流動比率乃根據截至所示日期流動資產總額除以流動負債總額計算。
- (3) 速動比率乃根據截至所示日期流動資產總額減去存貨除以流動負債總額計算得出。

詳情請參閱「財務資料－主要財務比率」。

股息

我們已在我們的公司章程內制定股息政策。我們已宣派2024年前三季度中期股息人民幣499.7百萬元（已於2024年派付）及2024年度末期股息人民幣1,584.4百萬元（已於2025年上半年派付）。我們未宣派或派付2022年或2023年股息。根據《中華人民共和國公司法》及《上市公司監管指引第3號－上市公司現金分紅（2025年修訂）》等適用中國

概 要

法律法規和我們的公司章程，在滿足現金分紅條件的情況下，我們每年向股東分配現金股利不低於本公司當年實現的可分配利潤的20%（根據中國公認會計準則計算）。於2024年，我們已制定2023至2025年股東回報規劃。我們嚴格執行該規劃，明確了股息標準、股息比率和利潤分配政策的決策程序，旨在確保利潤分配政策的一致性，保障少數股東的合法權益。

未來利潤分配可以採取現金股息或股票股息或現金股息與股票股息相結合的方式進行。任何股息宣派、派付以及股息金額均須遵守我們的公司章程文件、適用的中國法律的規定，並須獲得股東批准或授權。我們的中國法律顧問認為，根據適用法律法規、規範性文件及公司章程，我們可能於股東大會批准或授權後派付股息。

未來計劃及[編纂]用途

假設[編纂]未獲行使及[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即本文件所述指示性[編纂]的中位數），經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]、費用及估計開支後，我們估計我們將自[編纂]收取[編纂]淨額約[編纂]港元。

根據我們的策略，我們擬將[編纂]淨額用作以下用途，惟須視乎我們持續發展的業務需求及不斷變化的市況而有所調整：

- 約[編纂]%或[編纂]港元將用於我們的研發投入；
- 約[編纂]%或[編纂]港元將用於多元化新營銷渠道投入、海外銷售及充電網絡服務，以提升我們的全球品牌知名度；及
- 約[編纂]%或[編纂]港元將用作營運資金及一般公司用途。

詳情請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。

我們的單一最大股東集團

我們的單一最大股東集團包括張興海先生、小康控股及渝安工業。截至最後實際可行日期，張興海先生透過受其控制的實體小康控股（持有本公司全部已發行股本約24.52%）及渝安工業（持有本公司全部已發行股本約4.05%），控制本公司全部已發行股本約28.57%。詳情請參閱「歷史、發展及公司架構－我們的單一最大股東集團」一節。

概 要

緊隨[編纂]完成後，並假設並未根據[編纂]發行新股份，張興海先生將透過小康控股及渝安工業控制本公司全部已發行股本約[編纂]%。因此，[編纂]完成後，張興海先生、小康控股及渝安工業將繼續作為我們的單一最大股東集團。

於上海證券交易所上市

我們的A股自2016年6月起在上海證券交易所上市（股票代碼：601127）。董事確認，自A股上市以來，本公司在任何重大方面並無嚴重違反上海證券交易所規則及其他適用中國證券法律法規的情況，且據董事作出一切合理查詢後所深知，概無有關我們於上海證券交易所合規記錄的重大事項須提請[編纂]垂注。根據上海證券交易所網站上的文件以及從公開渠道獲得的資料，我們的中國法律顧問認為，截至2023年及2024年12月31日止兩個年度及直至向香港聯交所提交[編纂]日期，本公司已就其於上海證券交易所上市在所有重大方面遵守中國所有適用的證券法律法規。根據聯席保薦人進行的獨立盡職調查及中國法律顧問的上述意見，聯席保薦人並不知悉有任何事宜將在所有重大方面導致其合理懷疑董事對本公司於上海證券交易所的合規記錄所作出的確認。

[編纂]

我們的[編纂]主要包括(i)[編纂]開支，如[編纂]費用及[編纂]；及(ii)[編纂]開支，包括就法律顧問及申報會計師提供的[編纂]及[編纂]相關服務向其支付的專業費用，以及其他費用及開支。假設悉數支付酌情獎勵費，[編纂]的估計[編纂]總額（基於[編纂]的中位數及假設[編纂]未獲行使而計算）約為[編纂]港元，約佔我們[編纂]總額的[編纂]%。在估計[編纂]總額中，我們預期支付[編纂]開支[編纂]港元、法律顧問及申報會計師專業費用[編纂]港元及其他費用及開支[編纂]港元。我們[編纂]的估計金額[編纂]港元（約佔我們[編纂]總額的[編纂]%）預計將通過損益表支銷，及餘下金額[編纂]港元預計將於[編纂]後直接確認為自權益扣減。

概 要

[編纂]

法律訴訟及合規

我們致力於遵守適用於我們業務的法律法規。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無遭遇董事認為將個別或共同對我們的業務及經營整體造成重大營運或財務影響的任何不合規事件。

概 要

[編纂]

近期發展及無重大不利變動

於截至2025年8月31日止八個月，我們新能源汽車銷量為259,951輛，其他車型銷量為32,413輛。於2025年7月及8月，我們的新能源汽車的銷量分別為44,581輛及43,262輛，同比分別增長5.7%及19.6%。

我們的董事已確認，直至本文件日期，我們的財務、經營或貿易狀況、債務、或有負債或前景自2025年6月30日（即我們最新經審計財務報表的結束日期）以來並無重大不利變動，且自2025年6月30日以來概無發生會對附錄一會計師報告所載資料產生重大影響的事件。