

证券简称： 华洋赛车

证券代码： 834058

浙江华洋赛车股份有限公司

浙江省丽水市缙云县新碧街道碧园路 139 号



浙江华洋赛车股份有限公司招股说明书（申报稿）

本公司的发行申请尚未经中国证监会注册。本招股说明书申报稿不具有据以发行股票的法律效力，投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为投资决定的依据。

本次股票发行后拟在北京证券交易所上市，该市场具有较高的投资风险。北京证券交易所主要服务创新型中小企业，上市公司具有经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解北京证券交易所市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

保荐人（主承销商）



光大证券股份有限公司
EVERBRIGHT SECURITIES CO., LTD.

（上海市静安区新闻路 1508 号）

中国证监会和北京证券交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、准确、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销商承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法承担法律责任。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法承担法律责任。

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股
发行股数	公开发行股票不超过 14,000,000 股（含本数，不含行使超额配售选择权），公司及主承销商将根据具体发行情况择机采用超额配售选择权，采用超额配售选择权发行的股票数量不得超过本次发行股票数量的 15.00%
每股面值	1.00 元
定价方式	公司和主承销商自主协商选择直接定价、合格投资者网上竞价或网下询价等方式确定发行价格，最终定价方式将由股东大会授权董事会与主承销商根据具体情况及监管要求协商确定
每股发行价格	发行底价为 33.50 元/股，最终发行价格由股东大会授权董事会与主承销商在发行时，综合考虑市场情况、公司成长性等因素以及询价结果，并参考发行前一定期间的交易价格协商确定；如果将来市场环境发生较大变化，公司将视情况调整发行底价
预计发行日期	—
发行后总股本	
保荐人、主承销商	光大证券股份有限公司
招股说明书签署日期	

重大事项提示

本公司特别提醒投资者对下列重大事项给予充分关注，并认真阅读招股说明书正文内容：

一、本次公开发行股票并在北京证券交易所上市的安排及风险

公司本次公开发行股票完成后，将在北京证券交易所上市。公司本次公开发行股票获得中国证监会注册后，在股票发行过程中，会受到市场环境、投资者偏好、市场供需等多方面因素的影响；同时，发行完成后，若公司无法满足北京证券交易所上市的条件，均可能导致本次公开发行失败。

公司在北京证券交易所上市后，投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

二、本次发行相关的重要承诺和说明

公司及主要股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员以及本次公开发行的保荐人及证券服务机构就本次公开发行作出了相关承诺，承诺的具体内容详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”。

三、本次发行前滚存利润的分配安排

根据公司 2022 年第二次临时股东大会决议，本次公开发行股票前所形成的累计未分配利润全部由本次公开发行后的新老股东共同享有。

四、本次发行上市后公司的利润分配政策

根据公司 2022 年第二次临时股东大会决议审议通过的《公司章程（草案）》，上市后的股利分配政策详见本招股说明书“第十一节 投资者保护”之“二、本次发行上市后的股利分配政策和决策程序”。

五、特别风险提示

本公司提醒投资者特别关注“风险因素”中的下列风险，并认真阅读本招股说明书“第三节 风险因素”中的全部内容。

（一）主要销售国市场环境或贸易政策变化的风险

公司一直从事非道路越野车的自主研发、生产和销售，产品以外销为主。报告期内，公司外销收入占比一直维持在 85%以上，欧美等发达国家和地区是两轮越野摩托车和全地形车等动力运动装备产品最主要的需求和消费市场。受国际政治经济环境及俄乌冲突带来的一系列影响，俄罗斯市场环境复杂多变，可能存在市场需求下降从而影响公司经营业绩的风险。报告期内，公司俄罗斯市场销售收入分别为 6,490.12 万元、6,975.51 万元以及 10,448.76 万元，占各期营业收入比重分别为 20.38%、9.81%以及 24.65%。

报告期内，发行人产品被先后列入美国对中国出口产品加征关税清单目录。若未来中美贸易摩擦进一步加剧，美国在现有基础上进一步加征关税，同时发行人客户要求发行人承担全部或部分上涨的关税，可能将导致发行人的生产经营业绩出现不利影响。

除上述事项外，因发行人外销收入占比较高，若未来其他区域有关国际局势、进口政策、贸易摩擦、海外疫情等经营环境发生重大变化，可能会对发行人和主要客户的生产经营、合作关系、货物发运和清关时效等方面产生不利影响，进而对发行人持续经营能力造成不利影响。

（二）市场竞争加剧的风险

随着公司对欧美等海外市场开拓力度的加大，公司逐步在海外越野摩托车领域成为主流品牌，并与本田、雅马哈、KTM、川琦、北极星等国际知名品牌形成正面竞争。同行业国际知名企业技术和资金实力雄厚，在国内外全地形车及摩托车市场甚至整个动力运动设备行业均具有较强竞争力，公司在品牌影响力、业务规模、研发设计水平等方面与国际知名企业相比仍存在差距。公司如果不能及时把握市场需求变化，提升产品创新能力和售后服务质量，有效加大市场开拓力度，可能难以维持和提高目前的市场竞争优势，进而对公司的竞争地位、市场份额和利润实现造成不利影响。

（三）新业务及产品拓展不及预期的风险

基于多年积累的市场和技术优势，公司在巩固和强化中小排量越野运动车辆市场地位的基础上，正积极布局大排量、UTV 以及电动越野车等新产品系列的开发，同时积极筹备进入道路车辆市场，逐步往全品类休闲摩托领域拓展，进一步提升市场份额及核心竞争力。目前新产品的开发虽已取得一定进展，但尚未形成规模销售，未来能否顺利开拓新产品且形成规模效应仍存在不确定性风险。此外，如果新产品实现量产后，其市场需求不及预期、市场竞争环境恶化、公司市场拓展情况不及预期或产品技术研判偏离行业发展趋势，导致相关新

产品难以实现预定的发展目标，将可能对公司经营业绩和财务状况造成不利影响。

（四）经营业绩波动风险

公司主要产品为两轮越野摩托车和全地形车，得益于公司长期坚持的自有品牌策略、专业的产品设计及优质的品质保障，公司产品已进入了欧美等国际主流品牌市场的专业门店，KAYO 已成为动力运动装备领域国际知名的中国品牌。但是，新冠疫情带来的产品需求波动、自有品牌发展速度、零售网络增速变化、全球经济政治形势变化等均可能带来业绩波动风险。

具体而言，公司自有品牌产品主要采用经销模式开展业务。2019 年至 2021 年，公司经销商合作的终端销售网点快速增长，销售渠道的持续拓展推动了公司营业收入的快速增长，其中 2020 年以来的新冠疫情对公司零售商网络体系的快速完善起到了显著的助推作用。2020 年至 2021 年，公司营业收入实现高速增长，分别为 31,838.56 万元以及 71,106.61 万元。新冠疫情影响的减弱将使得消费需求增长放缓或在短期内出现下滑，网络布局的完善也将使得零售商数量增速放缓，因新增零售商铺货带来的产品需求将减弱，可能在短期内造成业绩波动。

另外，如果经销商特定情况下为了保障供应而短期内集中大批量订货，使得客户订单需求出现较大波动；经销商与终端销售网点无法实现预期的销售目标或不能及时消化库存，从而降低后续订单下达数量或减缓下达速度，或者自有品牌销售的增加不及贴牌生产业务的下降，则可能对公司未来的经营业绩造成不利影响。

此外，考虑到公司已达到一定的销售规模，国际经济形势复杂多变，地缘政治冲突频发和大国博弈加剧，给全球经济带来诸多不稳定、不确定影响。受“俄乌战争”影响，2022 年，发行人暂未形成对乌克兰客户的销售收入。2021 年度，公司对乌克兰客户的主营业务收入金额为 705.18 万元，占 2021 年度主营业务收入之比 1.02%。

2022 年，受上期收入基数高、经销商前期备货及国际政治经济环境影响，2022 年发行人营业收入较上年同期下降 40.39%，扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东的净利润下降 37.54%。若上述因素无法缓解或持续加剧，则发行人未来外销业务收入及业绩存在波动的风险。

（五）财务内控不规范风险

报告期内，公司存在非公司账户结算、关联方资金拆借和员工代收代付等财务内控不规范情形。2019 年至 2021 年，扣除往来款、借款和理财后，非公司账户收款分别为 423.72

万元、323.05 万元和 544.09 万元，非公司账户付款分别为 362.69 万元、386.65 万元和 538.50 万元；员工代收款的金额分别为 189.41 万元、130.44 万元和 139.25 万元，员工代付款的金额分别为 4.91 万元、13.23 万元和 139.25 万元。2022 年后，公司未再发生前述财务内控不规范情形。未来，若公司财务内控制度不能继续得到有效执行，可能因为内控不规范导致公司利益受损，进而损害公司其他股东的利益。

六、财务报告审计截止日后的主要经营状况

公司财务报告的审计截止日为 2022 年 12 月 31 日。申报会计师对公司 2023 年 3 月 31 日的资产负债表，2023 年 1-3 月的利润表及现金流量表及财务报表附注进行了审阅，并出具了《审阅报告》（容诚专字[2023]518Z0525 号）。

经审阅，2023 年 3 月 31 日，公司资产总额和负债总额与上年末基本持平，资产总额为 34,509.92 万元，较上年末增加 1.03%，负债总额为 18,235.30 万元，较上年末下降 2.31%，资产负债状况总体良好，资产负债结构未发生重大变化。

2023 年一季度，因公司主动削减贴牌产品订单、部分客户因新产品订单需等待认证尚未实现销售等原因，使得公司销售收入有所下滑，2023 年 1-3 月公司实现营业收入 6,921.22 万元，较上年同期下降 17.25%。除此之外，由于 2 号厂房投产、募投用地增加以及汇率波动的影响，公司各项费用有所增加，公司净利润、扣除非经常性损益后的归属于母公司的净利润下降幅度高于收入下降幅度。2023 年 1-3 月，公司净利润 770.64 万元，同比下降 29.36%，扣除非经常性损益后的归属于母公司的净利润 395.33 万元，同比下降 62.80%。具体内容请参见本招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“八、发行人资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项”。

随着经销商及零售商去库存的逐步完成，同时考虑到公司零售网络持续扩张、新产品持续推出、品牌影响力持续扩大以及终端消费需求的恢复，公司销售将恢复增长态势。截至 2023 年 4 月末，公司在手订单金额 17,683.40 万元，较 2023 年一季度末增长 40.68%，较 2022 年末增长 108.35%，公司预计 2023 年上半年和 2023 年全年收入将恢复增长态势。

经初步测算，公司 2023 年 1-6 月预计业绩及与上年同期业绩对比情况如下：

单位：万元，%

项目	2023 年 1-6 月	2022 年 1-6 月	变动率
营业收入	21,500 至 23,000	21,164.36	1.59%至 8.67%
毛利额	4,300 至 4,600	4,838.21	-11.12%至-4.92%
净利润	2,600 至 3,000	3,811.18	-31.78%至-21.28%

扣除非经常性损益后的净利润	2,000 至 2,400	3,128.60	-36.07%至-23.29%

由上表可知，2023 年 1-6 月收入预计将实现同比上升。但随着国内疫情放开，上半年公司陆续参与米兰展、广交会等行业内重要展会，以及 2 号厂房投产、募投用地增加、利息收入下降和汇率波动，使得公司期间费用有所增加，上半年公司净利润及扣非净利润水平相较上年同期会出现一定程度下降。

财务报告审计截止日后至本招股说明书签署日，公司经营情况正常，产业政策、税收政策、行业市场环境、主要产品的研发和销售、主要客户与供应商、公司经营模式未发生重大变化，董事、监事、高级管理人员未发生重大变更，未发生其他可能影响投资者判断的重大事项。

目录

第一节	释义	10
第二节	概览	13
第三节	风险因素	23
第四节	发行人基本情况	29
第五节	业务和技术	66
第六节	公司治理	154
第七节	财务会计信息	168
第八节	管理层讨论与分析	195
第九节	募集资金运用	295
第十节	其他重要事项	306
第十一节	投资者保护	307
第十二节	声明与承诺	311
第十三节	备查文件	321

第一节 释义

本招股说明书中，除非文意另有所指，下列简称和术语具有的含义如下：

普通名词释义		
公司、发行人、华洋赛车	指	浙江华洋赛车股份有限公司
有限公司、华洋动力	指	缙云华洋动力机械有限公司，公司前身
股东大会	指	浙江华洋赛车股份有限公司股东大会
董事会	指	浙江华洋赛车股份有限公司董事会
监事会	指	浙江华洋赛车股份有限公司监事会
《公司章程》	指	现行有效的《浙江华洋赛车股份有限公司章程》
三会	指	股东大会、董事会、监事会
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《上市规则》	指	《北京证券交易所股票上市规则（试行）》
招股说明书	指	《浙江华洋赛车股份有限公司招股说明书（申报稿）》
本次发行、本次公开发行	指	发行人本次向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市
全国股转系统	指	全国中小企业股份转让系统
全国股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
北交所	指	北京证券交易所
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
发改委、发展改革委	指	中华人民共和国发展和改革委员会
保荐机构、主承销商、保荐人、光大证券	指	光大证券股份有限公司
登记公司、登记机构	指	中国证券登记结算有限责任公司北京分公司
律师事务所、金诚同达	指	北京金诚同达律师事务所
会计师、会计师事务所、容诚	指	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）
最近三年、报告期	指	2020 年、2021 年以及 2022 年
各报告期末	指	2020 年末、2021 年末以及 2022 年末
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元
分公司、天津分公司	指	浙江华洋赛车股份有限公司天津分公司
缙云华拓、华拓投资	指	缙云县华拓投资合伙企业（有限合伙），公司股东
仙都仪表	指	浙江省缙云仙都仪表有限公司，公司原股东
专业名词释义		
非道路两轮摩托车、两轮越野摩托车	指	一种汽油机排量 $\geq 50\text{CC}$ 、不在公路和城市道路上行驶、用于休闲娱乐和竞技运动的两轮摩托车
Pit Bike	指	Pit Bike（小越野）是一种小型非道路两轮摩托车，发动机为卧式且轮径通常在前 17 后 14 吋以下，具有轻量化设计、车身灵活、易于操控等特点，常应用于儿童及青少年休闲娱乐等场景
Dirt Bike	指	Dirt Bike（大越野）是一种中大排量越野摩托车，轮径

		在前 19 后 16 吋以上，发动机为立式且排量通常在 150CC 以上，具有车体高大、动力强劲、速度快、通过性好、减震性能较好、抗冲击性能较强等特点，适用于专业赛车手或成年越野摩托车爱好者骑行，常应用于各种场地赛事
全地形车	指	一种被设计于非高速公路行驶的、具有四个或以上低压轮胎、且可在非道路上行驶的轻型车辆。根据车辆结构情况，全地形车可分为四轮全地形车（ATV）、多功能全地形车（UTV）和卡丁车（Go-Kart）
ATV/四轮全地形车	指	一种装备跨坐型座椅、依靠方向把控制方向的车架式全地形车
UTV/多功能全地形车	指	一种装备前向乘坐式座椅及封闭式驾驶室或半封闭式驾驶室、依靠方向盘控制方向的底盘式全地形车
SSV/肩并肩坐全地形车	指	由 UTV 演变而来，是一种装备前向乘坐式座椅及封闭或半封闭驾驶室，通过方向盘控制方向的底盘式全地形车。
Go-Kart/卡丁车	指	一种装备前向乘坐式座椅、依靠方向盘控制方向的框架式全地形车
排量	指	发动机活塞从上止点移动到下止点所通过的工作容积称为气缸排量，如果发动机有若干个气缸，所有气缸工作容积之和称为发动机排量，通常排量大的发动机单位时间释放的能量大
cc 或 CC	指	发动机气缸排量单位（米制体积单位），1cc=1 毫升
扭矩	指	使物体发生转动的一种特殊的力矩，单位为 N·m；发动机的扭矩即指发动机从曲轴端输出的力矩，在功率固定的条件下其与发动机转速成反比关系
OBM	指	英文 Own Branding Manufacturing 的缩写，指自有品牌生产，是生产商自行建立自有品牌，并以此品牌行销市场的一种作法。从设计、采购、生产到销售皆由同一公司独立完成
ODM	指	英文 Original Design Manufacturer 的缩写，指原始设计制造商，是由采购方委托制造方提供从研发、设计到生产、后期维护的全部服务，而由采购方负责销售的生产方式。采购方通常也会授权其品牌，允许制造方生产贴有该品牌的产品
OEM	指	英文 Original Equipment Manufacturer 的缩写，是指一种代工生产方式，制造厂商依据品牌商提供的产品样式生产制造产品，并销售给品牌商的业务模式
EPA	指	U.S Environmental Protection Agency，即美国环保署，2006 年 1 月 1 日起，美国 EPA 实行新的环保法规，出口到美国的汽车、摩托车必须通过 EPA 认证，获得 EPA 证书并加贴标志后方可进入美国市场
CARB	指	California Air Resources Board，即美国加利福尼亚州空气资源委员会，对于进入该州销售的内燃机类及其终端

		产品，均应获得 CARB 证书
e-mark	指	e-mark 标志是欧盟委员会依据欧盟指令强制成员国使用的机动车整车、安全零部件及系统的认证标志，获得 e 标志认证的产品各欧盟成员国都将认可
CE	指	CE 认证是欧盟要求的产品强制安全认证，表示产品已经达到了欧盟指令所规定的安全要求，任何国家的产品要进入欧盟市场必须进行 CE 认证，在产品上加贴 CE 标志
ERP	指	Enterprise Resource Planning, 建立在信息技术基础上的企业资源计划
中国摩协	指	中国摩托运动协会
VIN 码	指	是英文 Vehicle Identification Number 的简称，指车辆识别号码或车架号码，是车辆生产企业为了识别某一辆车而为该车辆指定的一组字码，由十七个字母或数字组成，包含了车辆的生产厂家、年代、车型等信息，具有对车辆的唯一识别性

本招股说明书中涉及数字为保留小数点后两位有效数字，部分表格单项数据加总数与表格合计数不等系四舍五入尾差。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、 发行人基本情况

公司名称	浙江华洋赛车股份有限公司		统一社会信用代码	9133110075909011XD
证券简称	华洋赛车		证券代码	834058
有限公司成立日期	2004 年 3 月 10 日		股份公司成立日期	2015 年 6 月 4 日
注册资本	42,000,000		法定代表人	戴鹏
办公地址	浙江省丽水市缙云县新碧街道碧园路 139 号			
注册地址	浙江省丽水市缙云县新碧街道碧园路 139 号			
控股股东	戴继刚		实际控制人	戴继刚
主办券商	光大证券股份有限公司		挂牌日期	2015 年 11 月 2 日
证监会行业分类	C 制造业		C37 铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业	
管理型行业分类	C 制造业	C37 铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业	C375 摩托车制造、C378 非公路休闲车及零配件制造	C3751 摩托车整车制造、C3780 非公路休闲车及零配件制造

二、 发行人及其控股股东、实际控制人的情况

华洋赛车成立于 2004 年 3 月 10 日，系一家专业从事非道路越野车自主研发、生产和销售的高新技术企业。

公司的控股股东及实际控制人均是戴继刚先生。截至本招股说明书签署日，戴继刚先生直接持有公司 49.6001%股份，并通过缙云华拓支配发行人 9.7163%股份的表决权，直接与间接合计支配发行人 59.3164%股份的表决权。

三、 发行人主营业务情况

自成立以来，公司一直从事非道路越野车的自主研发、生产和销售，是国内具有较强竞争力的动力运动装备专业制造商之一。公司目前产品主要为 50-300CC 排量的两轮越野摩托车和全地形车产品，主要应用于专业场地及山路林地等场景的运动竞技，郊野、公园、自家

庭院等休闲娱乐，以及户外特种作业等多个领域。经过多年技术积累和发展，公司已形成 Pit Bike（小越野）、Dirt Bike（大越野）、Mini Gp（小型公路赛车）、ATV（四轮全地形车）及 SSV（肩并肩坐全地形车）五大产品系列，根据不同年龄段、使用场景、客户需求差异合计推出三十余种规格型号，形成了较为丰富的产品体系。同时，公司已开展中大排量车型、UTV 以及电动越野车等领域的研发，将逐步向全品类休闲摩托领域拓展，从而持续注入成长动力。

公司系我国较早进入动力运动装备领域的企业，通过建设标准化的越野摩托车试验场和摩托车运动培训基地、组建华洋赛车队并参与国内外专业赛事等，形成公司特有的越野摩托车研发测试能力及文化生态。公司根据主要客群特点和使用场景针对性进行原创性产品开发设计，秉持轻量化与高强度相结合的产品设计理念、兼顾安全可靠性能及可接受的价格之间的平衡，得到了全球细分市场用户的认可，树立了良好的品牌形象。公司在车架主体的结构设计，在动力性、加速性、制动性、操控性等整车性能的调校，在高效传动系统设计等方面掌握核心技术，相较市场同类产品具有更佳的使用体验。此外，越野车作为一种体验型产品，公司前卫运动的外观设计也是公司产品吸引青少年等客群的一大亮点，同时赛事推广等营销活动及社交媒体传播效应也进一步加快了公司品牌裂变速度。

截至目前，公司产品进入了北美洲、欧洲、南美洲和大洋洲等国内外主流市场的五十余个国家和地区，自主品牌 KAYO 已在包括美国、俄罗斯、捷克、波兰、瑞典、中国等多地成为适用于青少年使用的越野摩托车优势品牌。公司在全球范围内拥有近百个经销客户、覆盖千余个终端销售网点，产品已进入了欧美等国际主流品牌市场的专业门店，KAYO 已成为动力运动装备领域国际知名的中国品牌。

作为浙江省“专精特新”中小企业和高新技术企业，公司是国家标准《全地形车防盗装置》（GB/T 34622-2017）、行业标准《摩托车和轻便摩托车用电线束总成》（QC/T 417-2021）的参与编制单位，是浙江制造团体标准《小排量内燃机式全地形车》（T/ZZB 1808-2020）的主要起草单位。公司多次获得中国汽车摩托车运动突出贡献奖、浙江省休闲运动车行业协会赛事突出贡献奖、浙江省休闲运动车行业协会优秀会员企业等荣誉，公司产品多年来被指定为全国摩托车越野锦标赛指定竞赛用车，在我国各级赛事中的参赛保有量占据前列地位。根据中国摩托车商会出具的证明，在 2019 至 2021 年期间，公司生产的非道路两轮越野摩托车的产销量排名全国第一，四轮全地形车的产销量排名全国前列，属于非道路越野车细分领域的领军企业，是中国运动摩托车代表品牌之一。

四、 主要财务数据和财务指标

项目	2022年12月31日 /2022年度	2021年12月31日 /2021年度	2020年12月31日 /2020年度
资产总计(元)	341,570,110.67	408,928,863.07	298,676,518.76
股东权益合计(元)	154,902,771.71	105,894,715.65	64,738,113.16
归属于母公司所有者的股东权益(元)	154,902,771.71	105,894,715.65	64,738,113.16
资产负债率(母公司)(%)	54.65%	74.10%	78.33%
营业收入(元)	423,897,050.25	711,066,055.39	318,385,612.25
毛利率(%)	21.85%	20.92%	17.46%
净利润(元)	66,127,063.31	89,876,337.36	27,534,484.23
归属于母公司所有者的净利润(元)	66,127,063.31	89,876,337.36	27,534,484.23
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润(元)	54,419,464.43	87,123,227.91	25,632,209.62
加权平均净资产收益率(%)	51.39%	84.95%	46.06%
扣除非经常性损益后净资产收益率(%)	42.29%	82.34%	42.88%
基本每股收益(元/股)	1.57	2.14	0.67
稀释每股收益(元/股)	1.57	2.14	0.67
经营活动产生的现金流量净额(元)	44,335,760.00	65,737,208.83	51,621,450.18
研发投入占营业收入的比例(%)	3.83%	3.31%	3.21%

五、 发行决策及审批情况

(一) 本次公开发行已获得的授权和批准

2022年3月25日,公司召开第三届董事会第六次会议,审议通过了《关于公司申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的议案》等关于本次公开发行股票并在北京证券交易所上市的相关议案。

2022年4月11日,公司召开2022年第二次临时股东大会,审议通过了与本次公开发行股票并在北京证券交易所上市相关的议案,并同意授权公司董事会全权办理本次公开发行股票并在北京证券交易所上市的具体事宜。

2022年8月1日,公司召开第三届董事会第九次会议,审议通过《关于调整公司申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的发行底价的议案》,将本次发

行方案中的发行底价调整为 33.50 元/股。

2022 年 8 月 16 日，公司召开 2022 年第三次临时股东大会，审议通过《关于调整公司申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的发行底价的议案》，将本次发行方案中的发行底价调整为 33.50 元/股。

2023 年 3 月 10 日，公司召开第三届董事会第十四次会议，审议通过了《关于延长公司申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市股东大会决议有效期的议案》及《关于提请公司股东大会延长授权董事会办理公司申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市事宜有效期的议案》，本次发行上市的股东大会决议及股东大会授权董事会办理本次发行上市事宜的有效期均延长十二个月。

2023 年 3 月 28 日，公司召开 2023 年第一次临时股东大会，审议通过《关于延长公司申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市股东大会决议有效期的议案》及《关于提请公司股东大会延长授权董事会办理公司申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市事宜有效期的议案》，本次发行上市的股东大会决议及股东大会授权董事会办理本次发行上市事宜的有效期均延长十二个月。

（二）本次公开发行尚需履行的决策程序与审批程序

本次公开发行尚需经北京证券交易所及中国证监会履行相应程序。在获得中国证监会同意注册之前，公司将不会实施本次公开发行方案。

六、 本次发行基本情况

发行股票类型	人民币普通股
每股面值	1.00 元
发行股数	公开发行股票不超过 14,000,000 股（含本数，不含行使超额配售选择权），公司及主承销商将根据具体发行情况择机采用超额配售选择权，采用超额配售选择权发行的股票数量不得超过本次发行股票数量的 15.00%
发行股数占发行后总股本的比例	-
定价方式	公司和主承销商自主协商选择直接定价、合格投资者网上竞价或网下询价等方式确定发行价格，最终定价方式将由股东大会授权董事会与主承销商根据具体情况及监管要求协商确定
发行后总股本	
每股发行价格	发行底价为 33.50 元/股，最终发行价格由股东大会授

	权董事会与主承销商在发行时，综合考虑市场情况、公司成长性等因素以及询价结果，并参考发行前一定期间的交易价格协商确定；如果将来市场环境发生较大变化，公司将视情况调整发行底价
发行前市盈率（倍）	
发行后市盈率（倍）	
发行前市净率（倍）	
发行后市净率（倍）	
预测净利润（元）	不适用
发行前每股收益（元/股）	
发行后每股收益（元/股）	
发行前每股净资产（元/股）	
发行后每股净资产（元/股）	
发行前净资产收益率（%）	
发行后净资产收益率（%）	
本次发行股票上市流通情况	合格投资者网上竞价、网下询价、或中国证监会和北交所认可的其他发行方式（包括但不限于向战略投资者配售股票）
发行方式	符合《北京证券交易所投资者适当性管理办法（试行）》要求的合格投资者
发行对象	-
战略配售情况	按照《公司法》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》关于交易限制和锁定安排相关规定办理
预计募集资金总额	-
预计募集资金净额	-
发行费用概算	-
承销方式及承销期	主承销商余额包销
询价对象范围及其他报价条件	-
优先配售对象及条件	-

七、 本次发行相关机构

（一） 保荐人、承销商

机构全称	光大证券股份有限公司
法定代表人	刘秋明
注册日期	1996 年 4 月 23 日
统一社会信用代码	91310000100019382F
注册地址	上海市静安区新闻路 1508 号
办公地址	上海市静安区新闻路 1508 号
联系电话	021-22169999
传真	021-22169284
项目负责人	王如意
签字保荐代表人	王如意、朱喆

项目组成员	何科嘉、陈姝婷、姜梦芝、任倩文、万国冉、李姣

（二） 律师事务所

机构全称	北京金诚同达律师事务所
负责人	杨晨
注册日期	2004 年 5 月 5 日
统一社会信用代码	31110000E00017402T
注册地址	北京市朝阳区建国门外大街 1 号国贸大厦 A 座 10 层
办公地址	北京市朝阳区建国门外大街 1 号国贸大厦 A 座 10 层
联系电话	010-57068585
传真	010-85150267
经办律师	王成、刘胤宏、侯进宇（离职）

（三） 会计师事务所

机构全称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）
负责人	肖厚发
注册日期	2013 年 12 月 10 日
统一社会信用代码	911101020854927874
注册地址	北京市西城区阜成门外大街 22 号 1 幢外经贸大厦 901-22 至 901-26
办公地址	北京市西城区阜成门外大街 22 号 1 幢外经贸大厦 901-22 至 901-26
联系电话	010-66001391
传真	010-66001391
经办会计师	史少翔、桂迎、李超

（四） 资产评估机构

☐适用 ☒不适用

（五） 股票登记机构

机构全称	中国证券登记结算有限责任公司北京分公司
法定代表人	周宁
注册地址	北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦 5 层
联系电话	010-58598980
传真	010-58598977

（六） 收款银行

户名	光大证券股份有限公司
开户银行	中国民生银行上海分行陆家嘴支行

账号	0216014040000059

（七） 申请上市交易所

交易所名称	北京证券交易所有限责任公司
法定代表人	周贵华
注册地址	北京市西城区金融大街丁 26 号
联系电话	400-626-3333
传真	010-63884634

（八） 其他与本次发行有关的机构

☐适用 ☒不适用

八、 发行人与本次发行有关中介机构权益关系的说明

截至本招股说明书签署日，发行人与本次公开发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

九、 发行人自身的创新特征

公司是浙江省“专精特新”中小企业和高新技术企业，系我国较早进入动力运动装备领域的企业。自成立以来，公司秉承着创新驱动发展的理念，坚持技术创新、产品创新、模式创新，并积极推动科技成果转化，以期在行业中保持具有竞争力的市场地位。

（一）技术创新

自设立以来，公司根据主要客群特点，针对性进行非道路越野车的研发设计。凭借多年在行业内的人才和经验积淀，公司拥有丰富的非道路越野车研发经验和独特的设计理念，掌握了多项核心技术。

1、针对细分市场目标客群持续进行原创性产品设计开发

公司从车体外观设计、车架主体的结构设计及材料选择、整车性能的调校、高效传动系统设计等多方面攻坚克难，通过经验积累及反复试验掌握各车型一手关键性能参数，掌握各类钢铝型材及配比、空间结构设计对产品性能的影响，达到轻量化与高强度、安全可靠的结合，使得公司的研发设计能力在非道路越野车行业处于优势地位。

其中，公司拥有青少年二冲程越野摩托车车架、成人二冲程越野摩托车车架、竞技 ATV

车架总成等车架相关核心技术，使公司产品实现轻量化与高强度的平衡，保障了整车的稳定性和操控性。公司在动力性、加速性、制动性、操控性等整车性能上的反复测试和调校使得公司产品性能参数高度匹配，进一步提升了产品的竞技性能和安全可靠性。

此外，越野车作为一种体验型产品，公司前卫运动的外观设计也是公司产品吸引青少年等客群的一大亮点，同时赛事推广等营销活动及社交媒体传播效应也进一步加快了公司品牌裂变速度。

2、持续进行生产工装工艺创新，保障产品质量及性能

公司坚持以高效、节能为目标，积极创新工装技术，提升生产技术自动化和智能化水平。例如，公司采用定压联动轮胎充气工艺技术，实现多个轮胎同时高效稳定的充气功能，充分保证在生产过程中轮胎充气压力的一致性和可靠性。此外，公司采用数控弯管机代替传统弯管机、用焊接机器人代替手工进行车架焊接等，关键工序的智能化改造大幅提升了公司金加工生产精度和加工能力。工装工艺的革新结合信息化管理平台的搭建，大幅提高了公司的生产效率、产品质量及性能指标。

3、与供应商高效协同，深度参与关键部件的定制化开发

公司产品具有较高的专业性，市场上标准化的零部件难以满足公司产品设计及性能需求。公司具备较强的零部件定制化开发能力，对发动机、减震器、轮胎等关键零部件，公司根据研发设计需求及对零部件性能的理解，对供应商提出明确的设计参数要求，并协同供应商共同开发或定制开发后经公司测试验证使用，保障公司产品设计得以顺畅产业化。

在技术创新的同时，公司也同样高度重视自主知识产权的保护。截至本招股说明书签署之日，公司已获得专利 **82** 项，其中发明专利 1 项，实用新型专利 **36** 项，外观设计专利 45 项。公司还是国家标准《全地形车防盗装置》（GB/T 34622-2017）、行业标准《摩托车和轻便摩托车用电线束总成》（QC/T 417-2021）的参与编制单位，是浙江制造团体标准《小排量内燃机式全地形车》（T/ZZB 1808-2020）的主要起草单位。

（二）产品创新与科技成果转化

公司精准定位于动力运动装备领域，系我国较早开展越野摩托车和全地形车研发、生产与销售的企业。公司聚焦于 50-300CC 排量产品，根据不同年龄段、使用场景、客户需求差异合计推出三十余种规格型号的车型，在全球五十余个国家和地区通过千余个零售网点向细分市场用户提供 KAYO 自主品牌产品，建立了一定市场影响力，同时也为实现我国越野摩托车的国产化替代作出卓越贡献。

根据中国摩协出具的说明，公司研制的 T 系列新型摩托车赛车打破了国外摩托车赛车垄断的局面，为国产赛车争得了荣誉。公司的高功率二冲程 50CC 儿童越野摩托车、自然风冷 250CC 林道越野摩托车等多款产品相继获得浙江省省级新产品、浙江省科学技术成果等荣誉。根据中国摩托车商会出具的证明，在 2019 至 2021 年期间，公司生产的非道路两轮越野摩托车的产销量排名全国第一，四轮全地形车的产销量排名全国前列，属于非道路越野车细分领域的领军企业，是中国运动摩托车代表品牌之一。

（三）模式创新

非道路越野车行业是摩托车行业中专业性和技术性要求较高的细分领域，要求企业不仅具有普通民用摩托车的研发和生产制造能力，还需要企业能够深入理解并将非道路越野车文化、体育文化、休闲娱乐文化和产品性能特点进行高度融合。

公司自 2015 年成立华洋赛车队，积极参与、承办国内外越野摩托车各项赛事，取得了较多赛事荣誉，进一步提升了公司的品牌知名度和认可度。公司签约了多名全国冠军级别的赛车运动员及教练，在公司新产品开发过程中，这些专业运动员能够在赛事级的测试环境下对车辆进行可靠性、安全性和操控性的试验，实现公司独有的产品设计理念和精准的整车性能调校能力，使得公司产品性能更符合专业赛事水平，强化产品竞技性能的研发与创新。结合专业的竞赛场地和培训服务，公司正全方位地建立起具有华洋特色的摩托车文化。

十、 发行人选择的具体上市标准及分析说明

根据《北京证券交易所股票上市规则（试行）》第 2.1.3 条，发行人选择第一套标准申请公开发行股票并在北京证券交易所上市，即预计市值不低于 2 亿元，最近两年净利润均不低于 1,500 万元且加权平均净资产收益率平均不低于 8%，或者最近一年净利润不低于 2,500 万元且加权平均净资产收益率不低于 8%。

发行人系在全国股转系统连续挂牌满 12 个月创新层挂牌公司，根据可比公司的估值水平推算，预计发行时公司市值不低于 2 亿元；2021 年度、2022 年度实现的净利润（扣除非经常性损益前后孰低数）分别为 8,712.32 万元、5,441.95 万元；加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益前后孰低数）分别为 82.34%、42.29%，均不低于 8%，符合《北京证券交易所股票上市规则（试行）》第 2.1.3 条第一项的要求。

十一、 发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署日，发行人在公司治理中不存在特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排等需要披露的重要事项。

十二、 募集资金运用

本次公开发行股票所募集的资金扣除发行费用后，将依据轻重缓急投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总金额	拟使用募集资金
1	运动摩托车智能制造项目	33,781.64	33,781.64
2	研发中心建设项目	9,300.68	9,300.68
3	补充流动资金	5,000.00	5,000.00
合计		48,082.32	48,082.32

本次发行募集资金到位后，若实际募集资金净额少于项目投资总额，不足部分由公司自筹资金解决。若实际募集资金净额超出项目投资总额，则公司将按照国家法律、法规及中国证券监督管理委员会和北交所的有关规定履行相应法定程序后合理使用。

若因经营需要或市场竞争等因素导致全部或部分募投项目在本次发行募集资金到位前须进行先期投入的，公司拟以自筹资金先期进行投入，待本次发行募集资金到位后，公司将以募集资金置换先期投入的自筹资金。公司股东大会授权董事会，结合监管机构的审核意见以及拟投资项目的轻重缓急，可对本次募投项目、项目投资金额和具体投资计划进行调整。有关募集资金投资项目的具体情况参见本招股说明书“第九节 募集资金运用”有关内容。

十三、 其他事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在需披露的其他事项。

第三节 风险因素

投资者在评价公司本次公开发行的股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述各项风险因素根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，该排序并不表示风险因素依次发生。本公司的主要风险因素如下：

一、经营风险

（一）主要销售国市场环境或贸易政策变化的风险

公司一直从事非道路越野车的自主研发、生产和销售，产品以外销为主。报告期内，公司外销收入占比一直维持在 85%以上，欧美等发达国家和地区是两轮越野摩托车和全地形车等动力运动装备产品最主要的需求和消费市场。受国际政治经济环境及俄乌冲突带来的一系列影响，俄罗斯市场环境复杂多变，可能存在市场需求下降从而影响公司经营业绩的风险。报告期内，公司俄罗斯市场销售收入分别为 6,490.12 万元、6,975.51 万元以及 10,448.76 万元，占各期营业收入比重分别为 20.38%、9.81%以及 24.65%。

报告期内，发行人产品被先后列入美国对中国出口产品加征关税清单目录。若未来中美贸易摩擦进一步加剧，美国在现有基础上进一步加征关税，同时发行人客户要求发行人承担全部或部分上涨的关税，可能将导致发行人的生产经营业绩出现不利影响。

除上述事项外，因发行人外销收入占比较高，若未来其他区域有关国际局势、进口政策、贸易摩擦、海外疫情等经营环境发生重大变化，可能会对发行人和主要客户的生产经营、合作关系、货物发运和清关时效等方面产生不利影响，进而对发行人持续经营能力造成不利影响。

（二）市场竞争加剧的风险

随着公司对欧美等海外市场开拓力度的加大，公司逐步在海外越野摩托车领域成为主流品牌，并与本田、雅马哈、KTM、川琦、北极星等国际知名品牌形成正面竞争。同行业国际知名企业技术和资金实力雄厚，在国内外全地形车及摩托车市场甚至整个动力运动设备行业均具有较强竞争力，公司在品牌影响力、业务规模、研发设计水平等方面与国际知名企业相比仍存在差距。公司如果不能及时把握市场需求变化，提升产品创新能力和售后服务质量，有效加大市场开拓力度，可能难以维持和提高目前的市场竞争优势，进而对公司的竞争地位、

市场份额和利润实现造成不利影响。

（三）新业务及产品拓展不及预期的风险

基于多年积累的市场和技术优势，公司在巩固和强化中小排量越野运动车辆市场地位的基础上，正积极布局大排量、UTV 以及电动越野车等新产品系列的开发，同时积极筹备进入道路车辆市场，逐步往全品类休闲摩托领域拓展，进一步提升市场份额及核心竞争力。目前新产品的开发虽已取得一定进展，但尚未形成规模销售，未来能否顺利开拓新产品且形成规模效应仍存在不确定性风险。此外，如果新产品实现量产后，其市场需求不及预期、市场竞争环境恶化、公司市场拓展情况不及预期或产品技术研判偏离行业发展趋势，导致相关新产品难以实现预定的发展目标，将可能对公司经营业绩和财务状况造成不利影响。

（四）海外市场准入政策变化的风险

报告期内，公司海外销售收入占比一直维持在 85%以上，产品主要销往美国、俄罗斯、英国、厄瓜多尔、波兰、西班牙、意大利等国家。目前上述国家和地区对公司相关产品进口没有特别的限制性技术贸易政策，但海外市场对于产品的安全和环保等先后出台了相应的技术法规和技术标准，比如欧盟 CE 认证，美国 EPA、CARB 认证等。如果未来主要出口国家和地区对公司相关产品的进口贸易政策或产品认证制度发生不利变化，公司出口业务将可能面临一定的风险。

（五）原材料价格波动风险

公司依靠自有品牌的产品设计及品质保障获得竞争优势，主要零部件由外购取得。报告期内，主营业务成本中直接材料的占比分别为 92.68%、92.38%和 91.48%，直接材料占比较高且较为稳定。未来，如果主要原材料价格发生波动，而公司不能及时向下游客户传导，将对公司经营业绩造成不利影响。

（六）行业监管政策变动风险

在非道路越野车行业发展过程中，我国陆续出台的相关行业政策推动了行业的规范经营和有序发展，营造了有利于发行人生产经营和可持续发展的行业环境，并且近年来，相关行业政策稳定，发生重大变动的可能性较小。

由于行业监管政策的出台存在一定的不确定性，发行人仍存在可能因行业监管政策变动

导致业务增长速度放缓，甚至业绩下降的风险。如未来国家出台行业政策加强对行业生产、经营或流通等方面的监管，且发行人届时无法及时应对，则可能对发行人的生产经营产生不利影响。

二、财务风险

（一）经营业绩波动风险

公司主要产品为两轮越野摩托车和全地形车，得益于公司长期坚持的自有品牌策略、专业的产品设计及优质的品质保障，公司产品已进入了欧美等国际主流品牌市场的专业门店，KAYO 已成为动力运动装备领域国际知名的中国品牌。但是，新冠疫情带来的产品需求波动、自有品牌发展速度、零售网络增速变化、全球经济政治形势变化等均可能带来业绩波动风险。

具体而言，公司自有品牌产品主要采用经销模式开展业务。2019 年至 2021 年，公司经销商合作的终端销售网点快速增长，销售渠道的持续拓展推动了公司营业收入的快速增长，其中 2020 年以来的新冠疫情对公司零售商网络体系的快速完善起到了显著的助推作用。2020 年至 2021 年，公司营业收入实现高速增长，分别为 31,838.56 万元以及 71,106.61 万元。新冠疫情影响的减弱将使得消费需求增长放缓或在短期内出现下滑，网络布局的完善也将使得零售商数量增速放缓，因新增零售商铺货带来的产品需求将减弱，可能在短期内造成业绩波动。

另外，如果经销商特定情况下为了保障供应而短期内集中大批量订货，使得客户订单需求出现较大波动；经销商与终端销售网点无法实现预期的销售目标或不能及时消化库存，从而降低后续订单下达数量或减缓下达速度，或者自有品牌销售的增加不及贴牌生产业务的下降，则可能对公司未来的经营业绩造成不利影响。

此外，考虑到公司已达到一定的销售规模，国际经济形势复杂多变，地缘政治冲突频发和大国博弈加剧，给全球经济带来诸多不稳定、不确定影响。受“俄乌战争”影响，2022 年，发行人未形成对乌克兰客户的销售收入。2021 年度，公司对乌克兰客户的主营业务收入金额为 705.18 万元，占 2021 年度主营业务收入之比 1.02%。

2022 年，受上期收入基数高、经销商前期备货及国际政治经济环境影响，2022 年发行人营业收入较上年同期下降 40.39%，扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东的净利润下降 37.54%。若上述因素无法缓解或持续加剧，则发行人未来外销业务收入及业绩存在波动的风险。

（二）出口退税政策调整的风险

公司属于增值税一般纳税人，内销产品增值税按 13% 的税率计缴；出口产品适用的增值税退税率为 13%。公司报告期内外销收入占销售收入比例较大、主要产品出口退税率高，如果国家下调相关产品的出口退税率，将会增加公司的产品成本，在出口产品价格不变的情况下将减少销售毛利，进而影响公司的经营业绩。

（三）税收优惠政策变动的风险

发行人于 2013 年被认定为高新技术企业，并分别于 2016 年、2019 年、2022 年通过复审。根据《中华人民共和国企业所得税法》、《高新技术企业认定管理办法》等相关规定，发行人系国家重点扶持的高新技术企业，减按 15% 的税率缴纳企业所得税。

未来，若发行人的高新技术企业资格到期后不能通过复审，将不能继续享受相应所得税优惠政策，则会对未来净利润产生不利影响。

（四）第三方回款结算风险

报告期各期，发行人第三方回款金额分别为 9,282.60 万元、9,680.85 万元以及 6,687.17 万元，占当期营业收入的比例分别为 29.16%、13.61% 以及 15.78%，主要系境外客户指定第三方公司和实际控制人或关联公司回款，且以存在外汇管制政策的国家或地区如俄罗斯、乌克兰为主。目前，公司针对上述国家或地区客户均要求在发货前全额支付货款，总体回款风险较小。但若未来其他国家或地区外汇管制政策发生重大变化，则会对公司销售造成不利影响，且会给公司收款管理及核算增加难度，公司面临第三方回款结算风险和业绩风险。

（五）应收账款回收风险

公司应收账款账面价值分别为 550.86 万元、2,719.17 万元以及 5,247.98 万元，占各期流动资产之比为 2.18%、8.44% 以及 23.91%。未来如受市场环境变化、客户经营恶化等因素影响不能及时收回或发生坏账，将影响公司的资金周转速度和经营活动的现金流量，对公司生产经营产生不利影响。

（六）财务内控不规范风险

报告期内，公司存在非公司账户结算、关联方资金拆借和员工代收代付等财务内控不规范情形。2019 年至 2021 年，扣除往来款、借款和理财后，非公司账户收款分别为 423.72

万元、323.05 万元和 544.09 万元，非公司账户付款分别为 362.69 万元、386.65 万元和 538.50 万元；员工代收款的金额分别为 189.41 万元、130.44 万元和 139.25 万元，员工代付款的金额分别为 4.91 万元、13.23 万元和 139.25 万元。2022 年后，公司未再发生前述财务内控不规范情形。未来，若公司财务内控制度不能继续得到有效执行，可能因为内控不规范导致公司利益受损，进而损害公司其他股东的利益。

三、技术风险

（一）行业技术更新的风险

通过多年的生产积累和技术研发，公司具备丰富的研发设计及生产制造经验，组建了具有较强研发创新能力的专业技术团队，形成了多项核心技术。随着行业技术水平的不断发展、消费习惯的持续升级，如果公司技术研发未能及时跟进、研发设计方向不符合行业发展趋势、在研项目或新产品研发未能达到预期效果，从而无法在技术水平、研发能力、新产品开拓上保持应有的竞争力，可能对公司的经营业绩造成不利影响。

（二）技术参数泄密风险

公司通过长期研发及经验积累，针对细分市场目标客群持续进行原创性产品设计开发，在车辆整体设计、车架主体的空间结构设计、各类钢铝型材等原材料的配比及选用、整车性能调试等方面形成了自身的技术参数体系，保证了公司产品性能。如果未来因技术人员大规模流失等原因导致相关技术参数出现大量外泄，可能对公司竞争力造成一定不利影响。

（三）研发失败风险

公司新产品研发周期较长、资金投入较大，需要经过项目可行性分析及立项、方案设计、技术设计、产品试制、测试验证和批量生产等多个阶段，此外，为进一步提升产品的操控性、可靠性、耐久性，公司设置了高强度测试场地，通过高强度的碰撞试验、破坏性测试、耐久性试验等反复校验产品的关键性能参数。公司往往需要提前较长时间进行产品研究规划并持续投入资金进行产品开发及测试，由于研发结果存在不确定性，如果公司研发失败或者研发成果无法顺利实现产业化，将会对公司的经营业绩产生不利影响。

四、被追缴社会保险和住房公积金及被主管部门处罚的风险

报告期内，公司依据国家和地方各级政府的相关规定，积极为员工缴纳社会保险及住房

公积金，逐步提高缴纳比例，但仍存在部分员工未缴纳社保、住房公积金的情况。公司存在被追缴社会保险和住房公积金的风险，同时存在被主管部门处罚的风险。

五、募集资金投资项目实施进度及效益不及预期的风险

公司本次股票发行完成后，募集资金将主要用于运动摩托车智能制造项目、研发中心建设项目以及补充流动资金。尽管公司在项目投资决策过程中，已对人力资源、市场、技术、财务、管理等因素进行了充分论证，但不排除项目实施及后期经营过程中的一些不确定因素，如政策、市场环境、技术、管理等方面出现重大变化导致项目不能如期完成或顺利实施，进而影响到公司预期收益的可能性。另外，本次募集资金投资的新项目从建设到产生效益需要一段时间，公司存在因净资产增长而导致净资产收益率下降的风险。

六、发行失败风险

公司本次申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市，发行结果将受到公开发行时国内外宏观经济环境、证券市场整体情况、投资者对公司股票发行价格的认可程度及股价未来趋势判断等多种内、外部因素的影响，可能存在因认购不足而导致发行失败的风险。

第四节 发行人基本情况

一、 发行人基本信息

公司全称	浙江华洋赛车股份有限公司
英文全称	Zhejiang Kayo Motor Co.,Ltd.
证券代码	834058
证券简称	华洋赛车
统一社会信用代码	9133110075909011XD
注册资本	42,000,000 元
法定代表人	戴鹏
成立日期	2004 年 3 月 10 日
办公地址	浙江省丽水市缙云县新碧街道碧园路 139 号
注册地址	浙江省丽水市缙云县新碧街道碧园路 139 号
邮政编码	321400
电话号码	0578-3068866
传真号码	0578-3068855
电子信箱	board@kayomoto.com
公司网址	http://www.kayo.com.cn/
负责信息披露和投资者关系的部门	公司董事会秘书处办公室
董事会秘书或者信息披露事务负责人	任宇
投资者联系电话	0578-3068866
经营范围	特种摩托车、全地形车、雪地车、卡丁车、滑板车等各类运动车辆（包括两轮越野赛车、两轮公路赛车、四轮全地形赛车，军用及警用等特种摩托车和全地形车）、电动车、电瓶车、助力车、自行车、三轮车、小型拖挂车、摩托艇、滑翔伞及动力滑翔伞、各类休闲游乐器材、模型车、玩具、健身器材、动力机械、发动机（包含摩托车发动机及全地形车发动机）、汽车配件、摩托车配件的制造和销售；特种运动服饰、眼镜、箱包、运动靴、头盔及各种防护用具及相关休闲用品的生产与销售；产品设计开发及研制；不含酒精饮料的销售；液压油、润滑油、润滑剂的销售；户外广告；保险代理；组织体育比赛；安排和组织培训；组织表演（演出）；游乐园；提供体育设施；赛车出租、运动场出租；自营和代理国家准许的商品及技术的进出口业务。
主营业务	公司专业从事非道路越野车的自主研发、生产和销售。
主要产品与服务项目	两轮越野摩托车和全地形车

二、 发行人挂牌期间的基本情况

（一） 挂牌时间

2015 年 11 月 2 日

（二） 挂牌地点

公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让，证券简称为“华洋赛车”，证券代码为“834058”，公司目前所属层级为创新层。

（三） 挂牌期间受到处罚的情况

发行人在全国股转系统挂牌期间不存在受到处罚的情形。

（四） 终止挂牌情况

☐适用 ☒不适用

（五） 主办券商及其变动情况

自挂牌之日起至 2021 年 12 月 24 日，公司主办券商为国金证券股份有限公司（以下简称“国金证券”），经公司与国金证券协商一致，并经公司第三届董事会第四次会议、2021 年第三次临时股东大会审议通过，公司与国金证券解除持续督导协议并与光大证券签署持续督导协议书。2021 年 12 月 24 日，经全国中小企业股份转让系统同意，公司主办券商由国金证券变更为光大证券。

（六） 报告期内年报审计机构及其变动情况

报告期内，公司 2020 年年报审计机构为上会会计师事务所（特殊普通合伙），经 2021 年第三次临时股东大会审议通过，年报审计机构变更为容诚会计师事务所（特殊普通合伙），公司 2021 年年报和 2022 年年报审计机构为容诚会计师事务所（特殊普通合伙）。

（七） 股票交易方式及其变更情况

2015 年 11 月 2 日，公司股票在全国股转系统挂牌公开转让，公司股票交易方式为协议转让方式。

2018 年 1 月 15 日，根据《全国中小企业股份转让系统股票转让方式确定及变更指引》的规定，公司股票交易方式由协议转让方式变更为集合竞价转让方式。

（八） 报告期内发行融资情况

2020 年 2 月，公司实施股票定向发行。2020 年 3 月 2 日，全国股转公司出具《关于对浙江华洋赛车股份有限公司股票定向发行无异议的函》（股转系统函[2020]457 号），同意发行人以 3.50 元/股的价格向时任公司董事戴继刚、戴鹏、陈钧、任宇等 4 人合计发行 2,890,788 股，募集资金总额为 10,117,758.00 元，用以补充公司流动资金。上会会计师事务所（特殊普通合伙）对本次新增注册资本进行了审验并出具“上会师报字〔2020〕第 1604 号”《验资报告》。

报告期内，发行人不存在其他发行融资情况。

（九） 报告期内重大资产重组情况

报告期内，公司未进行过重大资产重组。

（十） 报告期内控制权变动情况

报告期内，公司控股股东及实际控制人为戴继刚，控制权未发生变化。

（十一） 报告期内股利分配情况

报告期内，公司共进行四次股利分配，具体如下：

2020 年 9 月 11 日，公司召开 2020 年第二次临时股东大会，审议通过了《2020 年半年度权益分派预案》的议案，以未分配利润向全体股东每 10 股派发现金红利 4.8 元（含税）。该次股利分配于 2020 年 9 月 25 日实施完毕，本次权益分派共派发现金红利 15,360,000 元。

2021 年 5 月 17 日，公司召开 2020 年年度股东大会，审议通过了《2020 年度利润分配方案》的议案，以未分配利润向全体股东每 10 股送红股 0.775 股，每 10 股派发现金红利 5.00 元（含税），以资本公积向全体股东以每 10 股转增 2.35 股。该次股利分配于 2021 年 5 月 28 日实施完毕，本次权益分派共派送红股 2,480,000 股，派发现金红利 16,000,000 元，转增 7,520,000 股，分红前总股本为 32,000,000 股，分红后总股本增至 42,000,000 股。

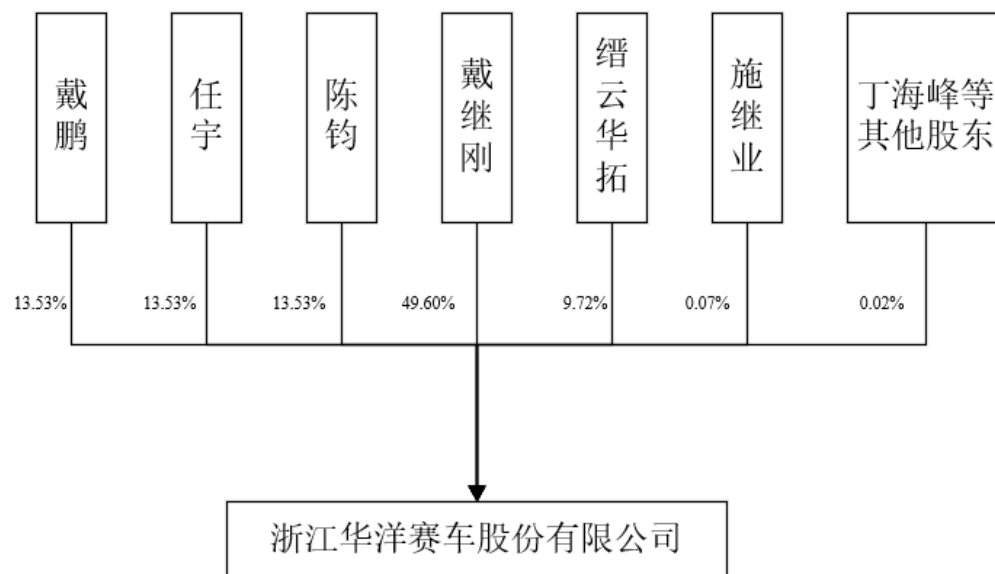
2021 年 9 月 13 日，公司召开 2021 年第二次临时股东大会，审议通过《2021 年半年度权益分派预案》的议案，以未分配利润向全体股东每 10 股派发现金红利 7.8 元（含税）。该次股利分配于 2021 年 11 月 5 日实施完毕，本次权益分派共派发现金红利 32,760,000.00

元。

2022年5月6日，公司召开2021年年度股东大会，审议通过了《2021年度利润分配方案》的议案，以未分配利润向全体股东每10股派发现金红利4.20元（含税），该次股利分配于2022年5月30日实施完毕，本次权益分派共派发现金红利17,640,000.00元。

三、 发行人的股权结构

截至本招股说明书签署日，公司股权结构图如下：



四、 发行人股东及实际控制人情况

（一） 控股股东、实际控制人情况

截至本招股说明书签署日，戴继刚直接持有公司49.6001%股份，并通过缙云华拓支配发行人9.7163%股份的表决权，直接与间接合计支配发行人59.3164%股份的表决权，为公司控股股东、实际控制人。

戴继刚先生，中国国籍，无境外永久居留权，男，1968年3月出生，身份证号码为12010519680325****，本科学历。1990年7月至1993年3月任天津迅达摩托车厂技术人员；1993年4月至1998年7月任天津本田摩托有限公司工程师；1998年10月至2002年1月任天津富士达摩托车制造有限公司技术副总；2002年10月至2014年11月任天津华洋动力机械有限公司执行董事、经理；2004年3月至2015年5月任缙云华洋动力机械有限公司执行董事；2015年5月至今任公司董事长。

报告期内，公司实际控制人未发生变更。

（二） 持有发行人 5%以上股份的其他主要股东

截至招股说明书签署日，其他持有发行人 5%以上股份的股东主要有戴鹏、任宇、陈钧和缙云县华拓投资合伙企业（有限合伙）。

1、戴鹏

戴鹏先生，中国国籍，无境外永久居留权，男，1970 年 1 月出生，身份证号码为 12010219700106****，大专学历。1990 年 6 月至 1996 年 10 月历任天津自行车二厂中美合资劳迪士公司检验员、采购员；1997 年 10 月至 2003 年 12 月任天津富士达摩托车制造有限公司采供部副经理；2004 年 9 月至 2015 年 5 月历任缙云华洋动力机械有限公司采购部经理、常务副总经理、总经理；2015 年 5 月至今任公司董事、总经理。

2、任宇

任宇先生，中国国籍，无境外永久居留权，男，1976 年 10 月出生，身份证号码为 12010219761013****，大专学历。1998 年 7 月至 2002 年 8 月历任天津富士达摩托车制造有限公司技术员、开发部主管、出口部技术主管；2002 年 9 月至 2008 年 10 月任天津华洋动力机械有限公司出口总经理；2008 年 10 月至 2015 年 5 月任缙云华洋动力机械有限公司国内销售部销售总监；2015 年 5 月至今任公司董事；2016 年 10 月至今任公司董事会秘书。

3、陈钧

陈钧先生，中国国籍，无境外永久居留权，男，1973 年 4 月出生，身份证号码为 21070419730408****，本科学历。1997 年 9 月至 1999 年 10 月任大连华通铸造有限公司技术员；1999 年 11 月至 2002 年 5 月任天津富士达摩托车制造有限公司技术主管；2002 年 12 月至 2014 年 12 月任天津华洋动力机械有限公司外贸经理；2004 年 3 月至 2015 年 5 月任缙云华洋动力机械有限公司国际市场部国际销售总监；2015 年 5 月至今任公司董事；2022 年 3 月至今任公司副总经理。

4、缙云县华拓投资合伙企业（有限合伙）

（1）基本情况

名称	缙云县华拓投资合伙企业（有限合伙）
成立时间	2015 年 03 月 25 日
统一社会信用代码	913311003300052262
企业类型	有限合伙企业
执行事务合伙人	戴继刚

出资额	185 万元人民币
合伙期限	2015-03-25 至 2025-03-23
主要经营场所	浙江省丽水市缙云县新碧街道碧园路 139 号
经营范围	期权投资、投资管理、投资咨询（不含证券、期货、金融）。（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务。）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	缙云华拓系发行人员工持股平台，与发行人业务无关联。

（2）人员构成

截至招股说明书签署日，缙云县华拓投资合伙企业（有限合伙）的出资结构如下：

序号	合伙人	职务	出资额 (万元)	出资比例 (%)	合伙人类型
1	戴继刚	董事长	50.365	27.2243	普通合伙人
2	戴鹏	董事、总经理	13.745	7.4297	普通合伙人
3	陈钧	董事、副总经理	13.745	7.4297	普通合伙人
4	任宇	董事、董事会秘书	13.745	7.4297	普通合伙人
5	田忠勇	退休员工	10.00	5.4054	有限合伙人
6	张堂忠	董事、财务负责人	9.06	4.8973	有限合伙人
7	李娅	行政总监	8.70	4.7027	有限合伙人
8	上官伟利	财务副经理	8.00	4.3243	有限合伙人
9	齐长雨	监事会主席	8.00	4.3243	有限合伙人
10	余同春	监事	6.36	3.4378	有限合伙人
11	胡昕	品技部主管工程师	5.00	2.7027	有限合伙人
12	陈微笑	仓储部主管	5.00	2.7027	有限合伙人
13	陈悦儿	采供部主管	5.00	2.7027	有限合伙人
14	吴俊军	品技部副经理	3.62	1.9568	有限合伙人
15	马慈杰	研发中心产品经理	3.62	1.9568	有限合伙人
16	王桂昌	退休员工	2.50	1.3514	有限合伙人
17	高晓玉	国际市场部主管	2.26	1.2216	有限合伙人
18	陈永明	研发中心主管工程师	2.26	1.2216	有限合伙人
19	张凤喜	生产部副经理	2.26	1.2216	有限合伙人
20	朱先铭	品技部主管	2.26	1.2216	有限合伙人
21	徐民稣	技术总监	2.00	1.0811	有限合伙人
22	张建平	生产总监	2.00	1.0811	有限合伙人
23	卫志平	研发中心副经理	0.80	0.4324	有限合伙人
24	陶二虎	金工车间主任	0.80	0.4324	有限合伙人
25	胡桂丽	职工代表监事	0.80	0.4324	有限合伙人
26	胡成烈	生产部调度主管	0.80	0.4324	有限合伙人
27	周海伟	采供部副经理	0.80	0.4324	有限合伙人
28	徐晓峰	人事行政部主管	0.50	0.2703	有限合伙人
29	丁敏央	财务部主管	0.50	0.2703	有限合伙人
30	吴倩倩	国际市场部主管	0.50	0.2703	有限合伙人
合计			185.00	100.00	-

缙云华拓系发行人为激励关键员工而设立的持股平台，除田忠勇和王桂昌为公司退休员工外，缙云华拓的出资人均均为公司的在职员工，资金来源均为持有人的自有或自筹资金。缙

云华拓除持有发行人股份外未从事其他投资活动，其不属于私募投资基金，无须按照《证券投资基金法》《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金登记备案办法》等相关规定履行备案手续。同时，缙云华拓全体合伙人亦不存在作为私募投资基金管理人而需登记的情形。

（三） 发行人的股份存在涉诉、质押、冻结或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东和实际控制人及持有公司 5%以上股份的主要股东直接或间接持有公司的股份不存在涉诉、质押、冻结或其他权利争议的情形。

（四） 控股股东、实际控制人所控制的其他企业情况

除发行人和缙云县华拓投资合伙企业（有限合伙）之外，控股股东、实际控制人戴继刚不存在其他所控制的企业。

五、 发行人股本情况

（一） 本次发行前后的股本结构情况

公司本次发行前的总股本为 4,200.00 万股，发行人本次拟向不特定合格投资者公开发行股票数量为不超过 1,400.00 万股（未考虑超额配售选择权），且发行后社会公众股东持股不低于发行后总股本的 25%。本次发行可以采用超额配售选择权，超额配售部分不超过本次发行股票数量（不含采用超额配售选择权发行的股票数量）的 15%。

（二） 本次发行前公司前十名股东情况

序号	股东姓名/名称	担任职务	持股数量（万股）	限售数量（万股）	股权比例（%）
1	戴继刚	董事长	2,083.2044	2,083.2044	49.6001%
2	戴鹏	董事、总经理	568.1575	568.1575	13.5276%
3	任宇	董事、董事会秘书	568.1574	568.1574	13.5276%
4	陈钧	董事、副总经理	568.1574	568.1574	13.5276%
5	缙云县华拓投资合伙企业（有限合伙）	-	408.0841	408.0841	9.7163%
6	施继业	-	2.7825	-	0.0663%
7	丁海峰	-	0.1313	-	0.0031%

8	赵文娟	-	0.0971	-	0.0023%
9	付宝玮	-	0.0854	-	0.0020%
10	高羽丹	-	0.0709	-	0.0017%
11	现有其他股东	-	1.0720	-	0.0255%
合计		-	4,200.00	-	100.00%

注：上述持股数量为截至 2022 年 12 月 31 日。

（三） 主要股东间关联关系的具体情况

序号	关联方股东名称	关联关系描述
1	戴继刚、缙云华拓	戴继刚系缙云华拓的执行事务合伙人

（四） 其他披露事项

无。

六、 股权激励等可能导致发行人股权结构变化的事项

（一） 发行人本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排情况

截至本招股说明书签署日，除缙云华拓为公司员工持股平台外，公司不存在其他已经制定或正在实施的股权激励计划及相关安排。

2015 年 8 月 25 日，公司召开 2015 年第二次临时股东大会，审议缙云华拓增资事宜，新增股本 1,554,606 股，公司注册资本由 13,000,000 元增加至 14,554,606 元，价格为 1.19 元/股，认购新增股本 1,554,606 股，共计认缴出资 185 万元，其中 1,554,606 元计入注册资本，295,394 元计入资本公积。

缙云华拓无实质经营活动，其执行事务合伙人为发行人控股股东、实际控制人戴继刚。具体情况详见本节之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（二）持有发行人 5%以上股份的其他主要股东”。

（二） 发行人及其控股股东、实际控制人与发行人其他股东之间曾经存在的对赌协议等特殊协议或安排

截至招股说明书签署日，公司及其控股股东、实际控制人与公司其他股东之间不存在对赌协议等特殊协议或安排，公司历史上也不存在对赌协议等特殊协议或安排。

七、 发行人的分公司、控股子公司、参股公司情况

(一) 控股子公司情况

☐适用 ☒不适用

(二) 参股公司情况

☒适用 ☐不适用

1. 南京紫荆新动力科技咨询合伙企业（有限合伙）

公司名称	南京紫荆新动力科技咨询合伙企业（有限合伙）
成立时间	2021 年 1 月 11 日
注册资本	300 万元
实收资本	187.80 万元
注册地	南京市浦口区浦口经济开发区步月路 9 号-157
主要生产经营地	南京市浦口区浦口经济开发区步月路 9 号-157
主要产品或服务	持股平台，所投资的企业主要从事动力系统研发
主营业务及控股方业务情况	未实质经营，主要为持股平台。执行事务合伙人为自然人曾琦
股东构成及控制情况	合伙企业执行事务合伙人为曾琦，其出资情况如下： 普通合伙人曾琦出资 223.2 万元，出资比例为 74.40%； 有限合伙人林小平出资 39 万元，出资比例为 13.00%； 有限合伙人黄晓炎出资 18 万元，出资比例为 6.00%； 有限合伙人邝东凡出资 6 万元，出资比例为 2.00%； 有限合伙人朱伟彬出资 3 万元，出资比例为 1.00%； 有限合伙人曾智出资 3 万元，出资比例为 1.00%； 有限合伙人黄速清出资 3 万元，出资比例为 1.00%； 有限合伙人华洋赛车出资 2.4 万元，出资比例为 0.80%； 有限合伙人李鑫出资 2.4 万元，出资比例为 0.80%。
入股时间	2021 年 1 月 11 日
最近一年及一期末净资产	154.36 万元
最近一年及一期净利润	-533.09 万元
是否经过审计	否
审计机构名称	无

八、 董事、监事、高级管理人员情况

(一) 董事、监事、高级管理人员的简要情况

1、董事会成员

截至本招股说明书签署日，公司董事会由 8 名董事组成，包括 3 名独立董事，董事会成员具体情况如下：

序号	姓名	职务	在职期间
1	戴继刚	董事长	2021 年 5 月 17 日至 2024 年 5 月 16 日

2	戴鹏	董事、总经理	2021年5月17日至2024年5月16日
3	任宇	董事、董事会秘书	2021年5月17日至2024年5月16日
4	陈钧	董事、副总经理	2021年5月17日至2024年5月16日
5	张堂忠	董事、财务负责人	2021年5月17日至2024年5月16日
6	刘欣	独立董事	2021年12月6日至2024年5月16日
7	吴芑	独立董事	2021年12月6日至2024年5月16日
8	向阳	独立董事	2021年12月6日至2024年5月16日

戴继刚先生：简历具体情况详见本节之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人情况”。

戴鹏先生：简历具体情况详见本节之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（二）持有发行人5%以上股份的其他主要股东”。

任宇先生：简历具体情况详见本节之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（二）持有发行人5%以上股份的其他主要股东”。

陈钧先生：简历具体情况详见本节之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（二）持有发行人5%以上股份的其他主要股东”。

张堂忠先生：男，1962年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1980年12月至2013年8月历任中国轻骑集团有限公司及下属子公司会计，科长，部长，总监；2013年9月至2015年7月任青岛迦南船舶机械有限公司财务总监；2015年8月至2017年5月任山东百思特餐饮管理有限公司财务总监；2017年6月至2018年2月任巨能摩托车科技有限公司副总经理；2019年1月至2021年4月任公司财务主管；2021年5月至今任公司董事、财务负责人。

刘欣先生：男，1964年4月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1984年9月至1989年9月，任天津大学内燃机专业助教；1989年9月至2016年12月，历任天津内燃机研究所工程师、高级工程师、研究员；2016年12月至2018年4月，任天津内燃机研究所所长；2018年4月至今，任天津摩托车质量监督检验所所长；2021年12月至今，任公司独立董事。

吴芑女士：女，1976年7月出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士学历，注册会计师。1998年7月至2004年3月，任东南大学会计学助教；2004年5月至2011年4月，任东南大学会计学讲师；2011年5月至2018年4月，任东南大学会计学副教授；2018年5月至今，任东南大学会计学教授；2021年12月至今，任公司独立董事。

向阳先生：男，1964年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历。1986年9月至1989年8月，任河北工业大学辅导员；1993年9月至1994年8月，任顶益食品

有限公司劳资科长；1994年9月至1997年8月，任SEW传动设备有限公司行政经理；1997年9月至2003年8月，任摩托罗拉（中国）电子有限公司人事经理；2003年9月至2009年8月，任诺斯克（中国）纸业公司中国区人力资源总监；2009年9月至2010年7月，于埃里克森国际教练学院学习教练技术；2010年8月至2022年4月，任天津市圆素柒加壹教育信息咨询有限公司执行董事、经理；2013年1月至今，于深圳市慧一管理顾问有限公司及慧一教练平台，任职教练导师、培训师；2021年12月至今，任公司独立董事。

2、监事会成员

截至本招股说明书签署日，公司监事会由3名监事组成，其中包括一名监事会主席，监事会成员具体情况如下：

序号	姓名	职务	在职期间
1	齐长雨	监事会主席	2021年5月17日至2024年5月16日
2	余同春	监事	2021年5月17日至2024年5月16日
3	胡桂丽	职工代表监事	2021年7月26日至2024年5月16日

齐长雨先生：男，1970年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历。1991年8月至1999年11月任天津市第二钢丝绳厂计划部主任科员；1999年12月至2004年9月任天津富士达摩托车制造有限公司采购部采购员；2004年9月至2009年10月任天津宝石车业有限公司采购部采购员；2009年12月至今任公司采供部副经理；2016年5月至今任公司监事，2020年1月至今任公司监事会主席。

余同春先生：男，1989年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2010年12月至2011年6月任比扬乐器（天津）有限公司外贸业务员；2011年6月至2013年4月任天津渤海物流有限公司国际物流专员；2013年4月至今任公司国际市场部副经理；2017年6月至今任公司监事。

胡桂丽女士：女，1989年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2009年12月至2011年6月任杭州恒邦投资咨询有限公司行政主管；2011年7月至2011年12月任深圳市珍爱网信息技术有限公司杭州分公司销售；2012年2月至2013年3月任千秋集团有限公司人事行政专员；2013年4月至今任公司人事行政副经理；2021年7月至今任公司职工代表监事。

3、高级管理人员

截至本招股说明书签署日，公司的高级管理人员包括总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书，具体情况如下：

序号	姓名	职务	在职期间

1	戴鹏	总经理	2021年5月17日至2024年5月16日
2	张堂忠	财务负责人	2021年5月17日至2024年5月16日
3	任宇	董事会秘书	2021年5月17日至2024年5月16日
4	陈钧	副总经理	2022年3月25日至2024年5月16日

戴鹏先生：简历具体情况详见本节之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（二）持有发行人5%以上股份的其他主要股东”。

张堂忠先生：简历具体情况详见本节之“八、董事、监事、高级管理人员情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员的简要情况”之“1、董事会成员”。

任宇先生：简历具体情况详见本节之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（二）持有发行人5%以上股份的其他主要股东”。

陈钧先生：简历具体情况详见本节之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（二）持有发行人5%以上股份的其他主要股东”。

（二）直接或间接持有发行人股份的情况

姓名	职位	关系	直接持股数量 (股)	间接持股数量 (股)	无限售股数量 (股)	其中被质押 或冻结股数
1	戴继刚	董事长	20,832,044	1,110,980	—	0
2	戴鹏	董事、 总经理	5,681,575	303,194	—	0
3	任宇	董事、 董事会 秘书	5,681,574	303,194	—	0
4	陈钧	董事、 副总经理	5,681,574	303,194	—	0
5	张堂忠	董事、 财务负 责人	—	199,851	—	0
6	齐长雨	监事会 主席	—	176,468	—	0
7	余同春	监事	—	140,291	—	0
8	胡桂丽	职工代 表监事	—	17,646	—	0

（三）对外投资情况

单位：万元

姓名	在发行人处职	对外投资单位名	投资金额	投资比例

	务	称		
戴继刚	董事长	缙云华拓	50.365	27.22%
戴鹏	董事、总经理	缙云华拓	13.745	7.43%
陈钧	董事、副总经理	缙云华拓	13.745	7.43%
任宇	董事、董事会秘书	缙云华拓	13.745	7.43%
张堂忠	董事、财务负责人	缙云华拓	9.06	4.90%
齐长雨	监事会主席	缙云华拓	8.00	4.32%
余同春	监事	缙云华拓	6.36	3.44%
胡桂丽	职工代表监事	缙云华拓	0.80	0.43%
向阳	独立董事	天津兴昌企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	21.00	8.75%
吴芃	独立董事	南京纳容新材料科技有限公司	1.00	0.99%

（四） 其他披露事项

1、董事、监事、高级管理人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员在发行人以外的主要兼职情况如下表所示：

序号	姓名	发行人处任职	兼职单位	兼职职务	与发行人关系
1	戴继刚	董事长	缙云县华拓投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	持股 5%以上股东
2	向阳	独立董事	深圳市慧一管理顾问有限公司	管理教练	独立董事任职企业
3	吴芃	独立董事	东南大学	教授	独立董事任职单位
4			江苏奥易克斯汽车电子科技股份有限公司	独立董事	独立董事任职企业
5			南京纳容新材料科技有限公司	监事	独立董事任职企业
6	刘欣	独立董事	天津摩托车质量监督检验所	法定代表人、所长	独立董事任职单位

除上述情形外，截至本招股说明书签署日，公司现任董事、监事、高级管理人员不存在其它兼职情况。

2、董事、监事、高级管理人员之间的亲属关系

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员不存在亲属关系。

3、董事、监事、高级管理人员变动情况

（1）董事的变化情况

报告期期初，公司董事会成员为戴继刚、戴鹏、陈钧、任宇和上官伟利。

2021年5月17日，公司召开2020年年度股东大会，鉴于公司第二届董事会任期已满，选举戴继刚、戴鹏、陈钧、任宇和张堂忠为公司第三届董事会董事。

2021年12月6日，公司召开2021年第三次临时股东大会，选聘吴芃、向阳和刘欣为公司第三届董事会独立董事。

（2）监事的变化情况

报告期期初，公司监事会成员为王桂昌、余同春、齐长雨。

2020年1月9日，公司召开2020年第一次职工代表大会，鉴于原职工代表监事、监事会主席王桂昌由于个人原因辞职，选举李虎为第二届监事会职工代表监事。公司于2020年1月13日召开第二届监事会第五次会议，选举齐长雨为公司第二届监事会主席。

2021年5月17日，公司召开2020年年度股东大会，鉴于公司第二届监事会任期已满，选举齐长雨、余同春连任公司第三届监事会监事。此外，公司于2021年4月23日召开2021年第一次职工代表大会，选举李虎连任公司第三届职工代表监事。公司于2021年5月20日召开第三届监事会第一次会议，选举齐长雨为第三届监事会主席。

2021年7月26日，鉴于原职工代表监事李虎因个人原因辞职，公司召开职工代表大会选举胡桂丽为公司职工代表监事。

（3）高级管理人员的变化情况

报告期内，公司总经理为戴鹏，董事会秘书为任宇，未发生变化。2019年1月1日至2021年4月7日，公司财务负责人为上官伟利。

2021年4月2日，上官伟利由于个人原因辞任财务负责人，公司于2021年4月7日召开第二届董事会第十二次会议选聘张堂忠为公司财务负责人，并于2021年5月20日召开第三届董事会第一次会议，选聘张堂忠连任公司财务负责人。

公司于2022年3月25日召开第三届董事会第六次会议，聘任陈钧为公司副总经理。

4、董事、监事、高级管理人员薪酬组成和确定依据

（1）董事、监事、高级管理人员的薪酬组成、确定依据

在公司担任日常管理职务的董事、监事、高级管理人员的薪酬由基本工资、奖金和津贴组成。独立董事领取固定金额的津贴。公司高级管理人员（含兼任高级管理人员的董事）的

薪酬主要根据其所处岗位的职责、重要性、贡献度、市场薪资行情等因素确定；公司监事的薪酬主要结合其担任的行政职务、考核情况等因素根据公司薪酬管理制度确定。除独立董事领取固定金额的津贴外，公司董事、监事和高级管理人员均在公司领取薪酬。

经公司第三届董事会第五次会议审议，公司设立了薪酬与考核委员会，并制定《董事会薪酬与考核委员会工作细则》，明确董事会薪酬与考核委员会主要负责制定公司董事及高级管理人员的考核标准并进行考核，负责制定、审查公司董事及高级管理人员的薪酬政策与方案。薪酬与考核委员会提出的公司董事、高级管理人员的薪酬计划，须报经董事会同意后，提交股东大会审议通过后方可实施；公司高级管理人员的薪酬分配方案须报董事会批准。

(2) 董事、监事、高级管理人员报告期内薪酬总额及其占公司各期利润总额的比重

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员的薪酬总额占各期公司利润总额的比重情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
薪酬总额	503.95	932.05	656.35
利润总额	7,515.21	10,177.87	3,126.62
薪酬总额占利润总额的比重	6.71%	9.16%	20.99%

九、 重要承诺

(一) 与本次公开发行有关的承诺情况

承诺主体	承诺开始日期	承诺结束日期	承诺类型	承诺内容(索引)
实际控制人、控股股东、持股 10% 以上的股东	2022 年 5 月 17 日		限售承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
缙云华拓	2022 年 5 月 17 日		限售承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
控股股东、实际控制人、董事长、总经理	2022 年 8 月 31 日		限售承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
发行人	2022 年 10 月		禁止非公司账户结	详见本招股说明书

	20 日		算承诺	“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
控股股东、实际控制人、董事长	2022 年 10 月 20 日		禁止非公司账户结算承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
高级管理人员	2022 年 10 月 20 日		禁止非公司账户结算承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
控股股东、实际控制人	2022 年 5 月 17 日		避免同业竞争承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
控股股东、实际控制人、持股 5% 以上股东、董监高	2022 年 5 月 17 日		减少及规范关联交易承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
发行人	2022 年 5 月 17 日		招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
控股股东、实际控制人	2022 年 5 月 17 日		招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
董事、监事、高级管理人员	2022 年 5 月 17 日		招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
光大证券	2022 年 5 月 17 日		关于对发行申请文件真实性、准确性、完整性的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”

北京金诚同达律师事务所	2022年5月17日		关于对发行申请文件真实性、准确性、完整性的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
容诚会计师事务所（特殊普通合伙）	2022年5月17日		关于对发行申请文件真实性、准确性、完整性的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
持股 5%以上的自然人股东	2022年5月17日		持股意向及减持意向的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
持股 5%以上的企业股东 缙云华拓	2022年5月17日		持股意向及减持意向的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
发行人	2022年5月17日		关于稳定公司股价的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
控股股东、实际控制人	2022年5月17日		关于稳定公司股价的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
非独立董事、高级管理人员	2022年5月17日		关于稳定公司股价的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
发行人、控股股东、实际控制人、董监高	2022年5月17日		所涉承诺的约束措施	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
缙云华拓	2022年5月17日		所涉承诺的约束措施	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）

				承诺具体内容”
发行人、控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员	2022年5月17日		关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
发行人	2022年5月17日		关于利润分配政策的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
控股股东、实际控制人	2022年5月17日		关于利润分配政策的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
发行人、保荐机构及相关主体	2023年4月24日		保证不影响和干扰审核的承诺函	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”

（二） 前期公开承诺情况

承诺主体	承诺开始日期	承诺结束日期	承诺类型	承诺内容(索引)
实际控制人或控股股东	2015年10月27日		同业竞争承诺	避免同业竞争
董监高	2015年10月27日		同业竞争承诺	避免同业竞争
独立董事	2021年11月19日		独立董事任职承诺	在担任浙江华洋赛车股份有限公司独立董事期间,将遵守法律法规、部门规章、规范性文件及全国中小企业股份转让系统业务规则的要求,接受全国股转公司的监管,确保有足够的时间和精力履行职责,作出独立判断,不受公司主要股东、实际控制人或其他与公司存在利害关系的单位或个

				人的影响。承诺：如本人任职后出现不符合独立董事任职资格情形的，本人将自出现该等情形之日起一个月内辞去独立董事职务。

（三） 承诺具体内容

1、限售承诺

（1）实际控制人、控股股东、持股 10%以上的股东

“1、本人持有或控制的公司发行上市前的股份，自发行上市之日起 12 个月内不得转让或委托他人代为管理。法律、法规、规章、其他规范性文件和北京证券交易所的有关规定对前述股份的锁定期另有规定的，同时还应遵守相关规定。

2、本人在锁定期满后两年内减持持有的公司股票的，减持价格不低于发行价。公司发行上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。前述发行价指公司发行上市的发行价格，如果公司上市后因权益分派、转增股本、增发新股等原因进行除权除息的，则发行价应作相应调整。

3、上述承诺的股份锁定期限届满后，在本人担任发行人董事、监事或高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人持有公司股份总数的 25%，在离职后 6 个月内不转让本人持有的公司股份。

4、因发行人进行权益分派等导致本人持有公司股份发生变化的，仍应遵守上述规定。

5、本人将严格遵守上述股份锁定承诺，若本人违反上述承诺出售股票的，所获增值收益将归发行人所有。”

（2）缙云华拓

“1、本企业持有或控制的公司发行上市前的股份，自发行上市之日起 12 个月内不得转让或委托他人代为管理。法律、法规、规章、其他规范性文件和北京证券交易所的有关规定对前述股份的锁定期另有规定的，同时还应遵守相关规定。

2、公司发行上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本企业持有公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。前述发行价指公司发行上市的发行价格，如果公司上市后因权益分派、转增股本、增发新股等

原因进行除权除息的，则发行价应作相应调整。

3、因发行人进行权益分派等导致本企业持有公司股份发生变化的，仍应遵守上述规定。

4、本企业将严格遵守上述股份锁定承诺，若本企业违反上述承诺出售股票的，所获增值收益将归发行人所有。”

(3) 控股股东、实际控制人、董事长、总经理

“公司发行上市后，若公司发生违规担保、资金占用、虚假陈述等严重违法违规行为的，本人持有公司股票的锁定期限自前述违法违规行为发现之日起自动延长 6 个月；公司发行上市后，若本人发生内幕交易、操纵市场、虚假陈述等严重违法违规行为的，本人持有公司股票的锁定期限自前述违法违规行为发现之日起自动延长 12 个月。”

2、禁止非公司账户结算承诺

(1) 发行人

“1、自 2021 年 12 月 31 日起，本公司禁止使用非公司账户收付款，与客户、供应商和其他第三方之间，不存在虚假交易及虚构资金往来，不存在利益输送情形；

2、本公司董事会审计委员会将每半年对公司是否存在非公司账户收付款情形进行检查，并形成专项报告。本公司董事会及下属审计委员会将在审议年度报告、半年度报告的过程中，专项审阅是否存在非公司账户收付款情形，杜绝非公司账户收付款；

3、本公司将在内部控制自我评价报告中增加对非公司账户结算事项的评价，且自本公司股票在北京证券交易所上市当年及以后的两个完整会计年度，本公司将每年聘请会计师事务所对公司内部控制设计与运行的有效性进行审计或鉴证，并出具内部控制审计报告或者鉴证报告；

4、本公司将持续加强内部控制体系建设，严格规范开展业务过程中货币资金及银行账户的使用；

5、本公司将严格履行上述承诺，自愿接受监管机构、社会公众等的监督，若违反上述承诺将依法承担相应责任。”

(2) 控股股东、实际控制人、董事长

“1、自 2021 年 12 月 31 日起，发行人未使用非公司账户收付款，与客户、供应商和其他第三方之间，不存在虚假交易及虚构资金往来，不存在利益输送情形；

2、本人承诺将持续推动发行人内部控制体系建设，严格规范发行人开展业务过程中货币资金及银行账户的使用；

3、本人承诺将严格遵守并落实发行人的各项内部控制制度，制止、杜绝非公司账户结算行为，若未来发行人发生非公司账户收款的情形，本人除将督促发行人将非公司账户收款转回公司账户外，还将按上述款项同等金额补偿给发行人。如发行人因使用非公司账户进行结算而受到有关部门处罚或遭受损失的，本人将承担全部赔偿责任；

4、本人承诺将通过合法合规的途径领取薪酬，不从非公司账户中领取薪酬，也不通过他人账户代领本人薪酬，若存在违规领取账外薪酬的情形，本人承诺除将本人违规领取账外薪酬退还给发行人外，还将按上述款项同等金额补偿给发行人；

5、发行人股票自北京证券交易所上市后，如在本人持有发行人股票的锁定期限内，发行人出现利用非公司账户结算情形的，本人持有的发行人股票锁定期限自前述违规行为发现之日起自动延长 12 个月；如在本人持有发行人股票锁定期限届满后，发行人出现利用非公司账户结算情形的，本人承诺自前述违规行为发现之日起自愿锁定 12 个月；

6、本人将严格履行上述承诺，自愿接受监管机构、社会公众等的监督，若违反上述承诺将依法承担相应责任。”

(3) 高级管理人员

“1、自 2021 年 12 月 31 日起，发行人未使用非公司账户收付款，与客户、供应商和其他第三方之间，不发生虚假交易及虚构资金往来，不存在利益输送情形；

2、本人承诺将严格遵守并落实发行人的各项内部控制制度，制止、杜绝非公司账户结算行为；

3、本人承诺将通过合法合规的途径领取薪酬，不从非公司账户中领取薪酬，也不通过他人账户代领本人薪酬，若存在违规领取账外薪酬的情形，本人承诺除将本人违规领取账外薪酬退还给发行人外，还将按上述款项同等金额补偿给发行人；

4、发行人股票自北京证券交易所上市后，如在本人持有发行人股票的锁定期限内，发行人出现利用非公司账户结算情形的，本人持有的发行人股票锁定期限自前述违规行为发现之日起自动延长 12 个月；如在本人持有发行人股票锁定期限届满后，发行人出现利用非公司账户结算情形的，本人承诺自前述违规行为发现之日起自愿锁定 12 个月；

5、本人将严格履行上述承诺，自愿接受监管机构、社会公众等的监督，若违反上述承诺将依法承担相应责任。”

3、控股股东、实际控制人关于避免同业竞争承诺

“1、本人及本人控制的其他企业或组织（如有，下同）不存在从事与发行人及其控股

子公司的业务具有实质性竞争或可能有实质性竞争且对发行人及其控股子公司构成重大不利影响的业务活动。本人及本人控制的其他企业或组织将不以任何形式从事与发行人及其控股子公司和分支机构现有业务构成实质性竞争或可能有实质性竞争且对发行人及其控股子公司构成重大不利影响的业务活动，包括在中国境内外投资、收购、兼并与发行人及其控股子公司和分支机构现有业务构成或可能构成同业竞争的企业或者其他经济组织。

2、若发行人今后进入新的业务领域，则本人及本人控制的其他企业或组织将不在中国境内外以控股或以参股但拥有实质控制权的方式，从事与发行人新业务构成实质性竞争或可能有实质性竞争且对发行人及其控股子公司构成重大不利影响的业务活动，包括在中国境内外投资、收购、兼并与发行人及其控股子公司和分支机构今后从事新业务构成或可能构成同业竞争的公司或者其他经济组织。

3、若发行人认为本人及本人控制的其他公司或组织出现与发行人构成直接竞争的经营业务情况时，本人承诺发行人有权按照自身情况和意愿，采用必要的措施解决所构成同业竞争的情形，该等措施包括但不限于：收购本人/本人控制的其他企业及该企业直接或间接控制的存在同业竞争的企业的股权、资产；要求本人/本人控制的其他企业及该企业的下属企业在限定的时间内将构成同业竞争业务的股权、资产转让给无关联的第三方等。

4、本人及本人控制或未来可能控制的其他企业及该企业的下属企业不会向业务与发行人及其控股子公司（含直接或间接控制的企业）所从事的业务构成竞争的其他企业或其他机构、组织、个人提供与该等竞争业务相关的专有技术、商标等知识产权或提供销售渠道、客户信息等商业秘密。

5、本人保证不利用所持有的发行人股份，从事或参与从事任何有损于发行人或发行人其他股东合法权益的行为。

6、若本人违反上述关于同业竞争的相关承诺，将在发行人股东大会及北京证券交易所信息披露平台上公开说明未履行的具体原因并向其他股东及社会公众投资者道歉，因未履行承诺事项而获得收益的，所得的收益归发行人所有。

7、如因本人及本人控股的其他企业或组织及未来可能控制的其他企业和/或本人未来可能控制的其他企业的下属企业违反上述声明与承诺而导致发行人的权益受到损害的，本人将依法承担相应的赔偿责任。”

4、控股股东、实际控制人、持股 5%以上股东、董监高关于减少及规范关联交易承诺

“1、本人/本企业已按照法律、法规、规章、其他规范性文件和北京证券交易所的有关

规定对关联方以及关联交易进行完整、详尽的披露。除已经向相关中介机构书面披露的关联交易以外，本人/本企业以及本人/本企业控制的其他企业或经济组织与发行人之间不存在其他任何应披露而未披露的关联交易；

2、本人/本企业将尽量减少及规范与发行人之间产生新增关联交易事项，对于不可避免发生的关联业务往来或交易，将在平等、自愿的基础上，按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格将按照市场公认的合理价格确定。

3、本人/本企业将严格遵守公司章程等文件中关于关联交易回避事项的规定，所涉及的关联交易均将按照规定的决策程序进行，并将履行合法合规程序，及时对关联交易事项进行信息披露。

4、本人/本企业承诺不会利用关联交易转移、输送利润，不会利用在公司的地位和影响，通过关联交易损害公司及其他股东的合法权益。

5、本人/本企业承诺，若因违反上述承诺而导致公司遭受任何直接或者间接的经济损失的，本人/本企业均将予以赔偿，并妥善处置全部后续事宜。”

5、招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

（1）发行人

“本公司招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本公司对其真实性、准确性、完整性承担法律责任。若本公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将依法回购本次公开发行的全部新股。回购价格为发行价格加上同期银行存款利息（若本公司上市后发生派发股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除息、除权行为的，则上述价格将进行相应调整），或中国证监会认可的其他价格。

若因招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，将依法赔偿投资者损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分和免责事由按照届时有效的法律、法规、规章及其他规范性文件的规定执行。本公司将严格履行生效司法文书认定的赔偿方式和赔偿金额，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。”

（2）控股股东、实际控制人

“发行人招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本人对其真实性、准确性、完整性承担法律责任。若发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，

对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将购回已转让的原限售股份。在该等违法事实被有权部门认定后，本人将督促发行人依法回购本次公开发行的全部新股。

若因招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，将依法赔偿投资者损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分和免责事由按照届时有效的法律、法规、规章及其他规范性文件的规定执行。本人将严格履行生效司法文书认定的赔偿方式和赔偿金额，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。”

(3) 董事、监事、高级管理人员

“发行人招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本人对其真实性、准确性、完整性承担法律责任。

若因招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，将依法赔偿投资者损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分和免责事由按照届时有效的法律、法规、规章及其他规范性文件的规定执行。本人将严格履行生效司法文书认定的赔偿方式和赔偿金额，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。”

6、关于对发行申请文件真实性、准确性、完整性的承诺

(1) 光大证券

“光大证券股份有限公司对浙江华洋赛车股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市全套申请文件进行了核查和审阅，确认上述文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。”

(2) 北京金诚同达律师事务所

“北京金诚同达律师事务所负责人及经办律师对浙江华洋赛车股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市全套申请文件进行了核查和审阅，确认上述文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。”

(3) 容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

“容诚会计师事务所（特殊普通合伙）负责人及签字注册会计师对浙江华洋赛车股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市与本所出具报告相关的

申请文件进行了核查和审阅，确认上述文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。”

7、持股意向及减持意向的承诺

(1) 持股 5%以上的自然人股东

“1、本人拟长期持有公司股票。

2、在锁定期届满后（包括延长的锁定期），本人拟减持公司股票的，将认真遵守法律、法规、规章、其他规范性文件和北京证券交易所有关股份减持的相关规定，结合公司稳定股价、开展经营等多方面需要，审慎制定股票减持计划。

3、本人持有的公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价（如果公司上市后因权益分派、转增股本、增发新股等原因进行除权除息的，则发行价应作相应调整）。

4、本人减持公司股份时，将提前三个交易日通过公司发出相关公告，严格按照中国证监会和北京证券交易所的相关规定履行信息披露义务。”

(2) 持股 5%以上的企业股东缙云华拓

“1、本企业拟长期持有公司股票。

2、在锁定期届满后（包括延长的锁定期），本企业拟减持公司股票的，将认真遵守法律、法规、规章、其他规范性文件和北京证券交易所有关股份减持的相关规定，结合公司稳定股价、开展经营等多方面需要，审慎制定股票减持计划。

3、本企业减持公司股份时，将提前三个交易日通过公司发出相关公告，严格按照中国证监会和北京证券交易所的相关规定履行信息披露义务。”

8、关于稳定公司股价的承诺

(1) 发行人

“1、在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如本公司未按照《稳定股价预案》采取稳定股价的具体措施，本公司承诺将在股东大会及中国证监会和北京证券交易所指定的信息披露平台上公开说明未采取稳定股价措施的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

2、如非因不可抗力导致，给投资者造成损失的，本公司将向投资者依法承担赔偿责任，并按照法律、法规、规章、其他规范性文件及相关监管机构的要求承担相应的责任；如因不可抗力导致，应尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护本公司投资者的利益。

3、如因相关法律、法规、规章及其他规范性文件中关于社会公众股股东最低持股比例、

要约收购等规定导致本公司在一定时期内无法正常履行稳定股价措施的，本公司应积极采取其他措施稳定本公司股价。”

(2) 控股股东、实际控制人

“1、在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如本人未按照《稳定股价预案》采取稳定股价的具体措施，本人承诺将在股东大会及中国证监会和北京证券交易所指定的信息披露平台上公开说明未采取稳定股价措施的具体原因并向其他股东和社会公众投资者道歉，公司有权将相等金额的应付本人的现金分红予以暂时扣留，同时本人直接或间接持有的公司股份不得转让，直至本人按《稳定股价预案》的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕。

2、如因相关法律、法规、规章及其他规范性文件中关于社会公众股股东最低持股比例、要约收购等规定导致本人在一定时期内无法正常履行稳定股价措施的，本人应积极采取其他措施稳定公司股价。”

(3) 非独立董事、高级管理人员

“1、在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如本人未按照《稳定股价预案》采取稳定股价的具体措施，本人承诺将在股东大会及中国证监会和北京证券交易所指定的信息披露平台上公开说明未采取稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉，公司有权将相等金额的应付本人的薪酬予以暂时扣留，同时本人直接或间接持有的公司股份不得转让（如有），直至本人按《稳定股价预案》的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕。

2、如因相关法律、法规、规章及其他规范性文件中关于社会公众股股东最低持股比例、要约收购等规定导致本人在一定时期内无法正常履行稳定股价措施的，本人应积极采取其他措施稳定公司股价。”

本次发行人稳定股价预案具体内容如下：

“一、稳定股价预案有效期及触发条件

1、稳定股价预案自公司完成本次向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市之日起三年内有效。

2、触发条件

在符合《北京证券交易所上市公司持续监管指引第4号—股份回购》等法规、规则所规定的为维护公司价值及股东权益而回购所须满足的条件以及公司股权分布符合上市条件的前提下，发生以下触发事件的，则触发履行稳定公司股价的义务：

(1) 触发条件一：自公司股票在北交所上市之日起1个月内，一旦公司股票出现连续

10 个交易日收盘价低于本次发行价格时（若因派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项致使上述股票收盘价与本次发行价格不具可比性的，本次发行价格作相应调整）；

（2）触发条件二：自公司股票在北交所上市之日起第 2 个月至 3 年内，一旦公司股票出现连续 20 个交易日收盘价低于公司最近一年经审计的每股净资产情形时（若因派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项致使上述股票收盘价与公司上一会计年度未经审计的每股净资产不具可比性的，每股净资产价格作相应调整）。

3、稳定股价预案授权公司董事会负责监督、执行

公司应在满足实施稳定股价措施条件之日起 2 个交易日发布提示公告，并在 10 个交易日内公告股价稳定具体措施。如未按上述期限公告稳定股价措施的，则应及时公告具体措施的制定进展情况。

二、稳定股价的具体措施

稳定股价方案的具体措施包括：公司回购公司股票、公司实际控制人增持公司股票、在公司任职并领取薪酬的董事（不包括独立董事）和高级管理人员增持公司股票。

公司制定稳定股价方案具体实施方案时，应当综合考虑当时的实际情况及各种稳定股价措施的作用及影响，并在符合相关法律法规规定的情况下，按照前述顺序通知当次稳定股价方案的实施主体，并在启动股价稳定方案前公告具体实施方案。

当次稳定股价方案实施完毕后，若再次触发稳定股价预案启动条件的，将按前款规定启动下一轮稳定股价预案。

公司及实际控制人、在公司任职并领取薪酬的董事（不包括独立董事）及高级管理人员在履行其回购或增持义务时，应按照北交所的相关规则及其他适用的监管规定履行相应的信息披露义务。

三、公司的稳定股价措施

1、公司为稳定股价之目的回购股份时，应采取集中竞价交易方式、要约方式或中国证监会或北交所认可的其他方式实施，且不应导致公司股权分布不符合北交所上市条件。

2、公司回购股份议案需经董事会、股东大会决议通过，其中股东大会须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。公司董事（不包括独立董事）承诺就该等回购股份事宜在董事会决议时投赞成票；公司控股股东承诺就该等回购股份事宜在股东大会决议时投赞成票。

3、公司单次用于回购股份的资金金额不高于上一个会计年度经审计的归属于母公司股

东净利润的 10%；单一会计年度用以稳定股价的回购资金合计不超过上一会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 30%。

超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，公司将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

公司上述用于回购股份的资金总额累计不超过公司向不特定合格投资者公开发行新股所募集资金的总额。

公司董事会公告回购股份预案后，公司股票若连续 3 个交易日收盘价超过本次发行价格（针对触发条件一）或上一年度未经审计的每股净资产（针对触发条件二）时，董事会可以做出决议终止回购股份事宜。

四、公司实际控制人的稳定股价措施

1、实际控制人为稳定股价之目的增持股份，应符合法律、法规及北交所的相关规定。

2、如公司该轮稳定股价回购措施已经完成，而公司股价仍未连续 3 个交易日收盘价超过本次发行价格（针对触发条件一）或上一年度未经审计的每股净资产（针对触发条件二）。公司应在 2 个交易日内通知公司实际控制人，公司实际控制人应在收到通知后 5 个交易日内，就其增持公司股票的具体计划书面通知公司并由公司进行公告，公司应披露拟增持的数量范围、价格区间、总金额、完成时间等信息。依法办理相关手续后，实际控制人应在 10 个交易日内启动增持方案。增持方案实施完毕后，公司应在 2 个交易日内公告公司股份变动报告。

3、实际控制人在实施增持方案时，应符合下列各项：

（1）公司实际控制人合计单次用于增持的资金不超过其上一年度公司现金分红（税后）的 10%，年度用于增持的资金合计不超过其上一年度公司现金分红（税后）的 25%。超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续触发本预案启动条件时，公司实际控制人将继续按照上述原则执行稳定股价方案；

（2）公司实际控制人增持价格不高于本次发行价格（针对触发条件一）或不高于上一年度未经审计的每股净资产值（针对触发条件二）；

（3）增持方案实施完毕后不会导致公司的股权分布不符合上市条件。

五、在公司任职并领取薪酬的董事（不含独立董事）及高级管理人员的稳定股价措施

1、在公司任职并领取薪酬的董事（不包括独立董事）及高级管理人员为稳定股价之目的增持股份，应符合相关法律法规的条件和要求且不应导致公司股权分布不符合北交所上市条件。

2、如公司实际控制人该轮稳定股价回购措施已经完成，而公司股价仍未连续 3 个交易日收盘价超过本次发行价格（针对触发条件一）或上一年度末经审计的每股净资产（针对触发条件二）。公司应 2 个交易日内通知有增持义务的公司董事（不包括独立董事）及高级管理人员，该等人士应在收到通知后 5 个交易日内，就其增持公司股票的具体计划书面通知公司并由公司进行公告，公告应披露拟增持的数量范围、价格区间、总金额、完成时间等信息。依法办理相关手续后，该等人士应在 10 个交易日开始启动增持方案。增持方案实施完毕后，公司应在 2 个交易日内公告公司股份变动报告。

3、上述公司董事（不包括独立董事）及高级管理人员实施增持方案时，单次用于增持股份的货币资金不超过董事（不包括独立董事）和高级管理人员上一年度从公司领取的税后薪酬总和的 10%；单一会计年度用于增持的资金合计不超过董事（不包括独立董事）和高级管理人员在任职期间的最近一个会计年度从公司领取的税后薪酬的 25%。超过上述标准的，有关增持方案在当年度不再继续实施。但如下一年度继续触发本预案启动条件时，将继续按照上述原则执行稳定股价方案。

4、有增持义务的公司董事（不包括独立董事）及高级管理人员应根据本预案和相关措施的规定签署承诺。公司在北交所上市后 3 年内拟新聘任董事（不包括独立董事）和高级管理人员时，该新聘任的董事（不包括独立董事）和高级管理人员应根据稳定本预案和相关措施的规定签署承诺。

六、相关约束措施

1、公司违反本预案的约束措施

在本预案启动条件触发时，如公司未按照本预案制定稳定股价的具体措施，公司将在股东大会及中国证监会和北交所指定报刊上公开说明未采取稳定股价措施的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。如因不可抗力导致，应尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护公司投资者利益。

自公司股票发行上市之日起三年内，若公司新聘任董事（不包括独立董事）、高级管理人员的，公司将要求该等新聘任的董事（不包括独立董事）、高级管理人员履行公司发行上市时董事（不包括独立董事）、高级管理人员已作出的相应承诺。

2、公司实际控制人违反承诺的约束措施

在本预案启动条件触发时，如公司实际控制人未按照本预案制定稳定股价的具体措施，将在发行人股东大会及中国证监会和北交所指定报刊上公开说明未采取稳定股价措施的具

体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉，并将在前述事项发生之日起停发在发行人处的股东分红，直至公司实际控制人按本预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。

3、有增持义务的公司董事（不包括独立董事）及高级管理人员违反承诺的约束措施

有增持义务的公司董事（不包括独立董事）及高级管理人员承诺，在本预案启动条件触发时，如公司董事（不包括独立董事）及高级管理人员未采取稳定股价的具体措施，将在发行人股东大会及中国证监会和北交所指定报刊上公开说明未采取稳定股价措施的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉，并停止在发行人处发放薪酬或股东分红（如有），直至公司董事（不包括独立董事）及高级管理人员按本预案的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕时为止。”

9、所涉承诺的约束措施

（1）发行人、控股股东、实际控制人、董监高

“一、公司承诺

1、公司将严格履行就本次发行所作出的各项公开承诺事项，积极接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。

2、如非因不可抗力原因，导致公开承诺事项未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本公司将采取如下约束措施：

（1）公司将在证券监督管理机构指定的披露媒体上及时披露未履行承诺的具体情况、原因，并向公司股东和社会公众投资者道歉；

（2）因公司未履行相关承诺事项，导致投资者遭受损失的，公司将依法承担赔偿责任；

（3）对公司该等未履行承诺的行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员调减或停发薪酬或津贴。

3、如因不可抗力原因等公司无法控制的客观因素导致公司已作出的承诺未能履行或未能按期履行，公司将采取如下措施：

（1）公司将在证券监督管理机构指定的披露媒体上及时披露未履行承诺的具体情况、原因，并向公司股东和社会公众投资者道歉；

（2）向公司股东和社会公众投资者提出补充承诺或替代承诺（相关承诺需按法律、法规、规章、其他规范性文件及公司章程的规定履行相关审批程序），以尽可能保护投资者的权益；

(3) 尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护公司投资者利益。

二、控股股东、实际控制人承诺

1、本人将严格履行就公司本次发行所作出的各项公开承诺事项，积极接受社会监督。

2、如非因不可抗力原因（如：相关法律法规、政策变化、自然灾害等自身无法控制的客观原因）导致本人公开承诺事项未能履行或无法按期履行的，本人同意采取以下约束措施：

(1) 在证券监督管理机构指定的披露媒体上及时、充分公开披露说明未履行的具体原因；

(2) 如该违反的承诺属可以继续履行的，本人将及时、有效地采取措施消除相关违反承诺事项；如该违反的承诺确已无法履行的，本人将及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，并将上述补充承诺或替代性承诺提交公司股东大会审议；

(3) 本人因未履行或未及时履行相关承诺所获得的收益归公司所有；

(4) 本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行，给公司或投资者造成损失的，由本人依法承担赔偿责任。

3、如因不可抗力等原因导致本人公开承诺事项未能履行或无法按期履行的，本人同意采取以下约束措施：

(1) 在证券监督管理机构指定的披露媒体上及时、充分公开披露说明未履行的具体原因；

(2) 向公司及投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，以尽可能保护公司及投资者的权益。

三、全体董事、监事、高级管理人员承诺

1、本人将严格履行就公司本次发行所作出的各项公开承诺事项，积极接受社会监督。

2、如非因不可抗力原因（如：相关法律法规、政策变化、自然灾害等自身无法控制的客观原因）导致本人公开承诺事项未能履行或无法按期履行的，本人同意采取以下约束措施：

(1) 在证券监督管理机构指定的披露媒体上及时、充分公开披露说明未履行的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；

(2) 如该违反的承诺属可以继续履行的，本人将及时、有效地采取措施消除相关违反承诺事项；如该违反的承诺确已无法履行的，本人将向投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，并将上述补充承诺或替代性承诺提交本公司股东大会审议；

(3) 本人因未履行或未及时履行相关承诺所获得的收益归公司所有；

(4) 本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行，给公司或投资者造成损失的，由本人依法承担赔偿责任。

3、如因不可抗力原因导致本人公开承诺事项未能履行或无法按期履行的，本人同意采取以下约束措施：

(1) 在证券监督管理机构指定的披露媒体上及时、充分公开披露说明未履行的具体原因；

(2) 向公司及投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，以尽可能保护公司及投资者的权益。上述承诺系相关承诺人的真实意思表示，承诺人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺，承诺人将依法承担相应责任。”

(2) 缙云华拓

“1、本企业将严格履行就公司本次发行所作出的各项公开承诺事项，积极接受监管机构、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。

2、如非因不可抗力原因（如：相关法律法规、政策变化、自然灾害等自身无法控制的客观原因），导致本企业公开承诺事项未能履行或无法按期履行的，本企业将采取如下约束措施：

(1) 在证券监督管理机构指定的披露媒体上及时、充分公开披露说明未履行的具体原因；

(2) 如该违反的承诺属可以继续履行的，本企业将及时、有效地采取措施消除相关违反承诺事项；如该违反的承诺确已无法履行的，本企业将及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，并将上述补充承诺或替代性承诺提交公司股东大会审议；

(3) 本企业因未履行或未及时履行相关承诺所获得的收益归公司所有；

(4) 本企业承诺未能履行、无法履行或无法按期履行，给公司或投资者造成损失的，由本企业依法承担赔偿责任。

3、如因不可抗力等原因导致本企业公开承诺事项未能履行或无法按期履行的，本企业同意采取以下约束措施：

(1) 在证券监督管理机构指定的披露媒体上及时、充分公开披露说明未履行的具体原因；

(2) 向公司及投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，以尽可能

保护公司及投资者的权益。上述承诺系本企业的真实意思表示，本企业自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺，本企业将依法承担相应责任。”

10、发行人、控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

“1、公司的承诺

为降低本次发行摊薄即期回报的影响，公司承诺采取如下措施：

（1）保证募集资金规范、有效使用

本次发行募集资金到账后，公司将根据董事会决议开设募集资金专项账户，并与开户行、保荐机构签订募集资金三方监管协议，确保募集资金专款专用。同时，公司将严格遵守募集资金管理制度的规定，积极配合监管银行和保荐机构对募集资金使用的检查和监督，以保证募集资金规范、有效使用，合理防范募集资金使用风险。

（2）加快募投项目建设，确保投资尽快实现预期收益

公司将加快募集资金投资项目的建设进度，尽快提升公司盈利能力，并在资金的计划、使用、核算和防范风险方面强化管理，以保证募集资金投资项目建设顺利推进，在实现预期收益的前提下尽可能产生最大效益以回报股东。

（3）公司将不断提高运营效率，降低运营成本，提升经营业绩

公司将持续推进内部控制制度建设，不断丰富和完善公司业务发展模式，巩固和提升公司市场地位和竞争能力，提高公司盈利能力。另外，公司将加强日常经营管理和预算管理，加强投资管理，全面提升公司的日常经营效率，降低公司运营成本，提升经营业绩。

（4）持续研发创新，提高公司竞争能力和盈利能力

公司将配置先进研发设备，改善研发工作环境，增强开发核心技术和关键技术的能力，引进高端研发人才，搭建具有国内外具有竞争力的创新平台，从而进一步巩固公司研发和自主创新能力，适应行业技术发展特征，保持公司行业领先优势，有利于公司提升盈利能力及抗风险能力。

（5）完善利润分配政策，强化投资者回报

为进一步强化回报股东意识，为股东提供持续、稳定、合理的投资回报，公司依据《公司法》、《证券法》、中国证监会《上市公司监管指引第3号—上市公司现金分红》及《公司章程》的规定，在充分考虑公司实际经营情况及未来发展需要的基础上，制定了《公司上市后三年分红回报规划》，建立了对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制。未来，公

公司将严格执行公司分红政策，在符合利润分配条件的情况下，积极对股东给予回报，降低本次发行对公司即期回报摊薄的影响，确保公司股东特别是中小股东的利益得到保护。

（6）其他方式

公司承诺未来将根据中国证监会、北京证券交易所等证券监管机构出台的具体细则及要求，持续完善填补被摊薄即期回报的各项措施。

公司承诺将积极履行填补被摊薄即期回报的措施，如违反前述承诺，将及时公告违反的事实及理由，除因不可抗力或其他非归属于公司的原因外，将向公司股东和社会公众投资者道歉，同时向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的利益，并在公司股东大会审议通过后实施补充承诺或替代承诺。公司将保证或尽最大的努力促使上述措施的有效实施，努力降低本次发行对即期回报的影响，保护公司股东的权益。如公司未能实施上述措施且无正当、合理的理由，公司及相关责任人将公开说明原因、向股东致歉并依法承担相应责任。

2、公司控股股东、实际控制人的承诺

为公司填补回报措施能够得到切实履行，公司的控股股东、实际控制人承诺：

（1）本人不越权干预公司的经营管理活动，不侵占公司利益。

（2）本人承诺全面、完整、及时履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此做出的有关填补回报措施的承诺。若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人将在证券监督管理机构指定的信息披露渠道做出解释并道歉，给公司或其他股东造成损失的，本人依法承担法律责任。

3、公司全体董事、高级管理人员的承诺

为公司填补回报措施能够得到切实履行，公司的董事、高级管理人员承诺：

（1）本人承诺忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法权益。

（2）本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。

（3）本人承诺对本人的职务消费行为进行约束。

（4）本人承诺不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动。

（5）本人承诺积极推动公司薪酬制度的完善，使之更符合摊薄即期回报的填补要求；支持公司董事会或薪酬委员会在制订、修改公司的薪酬制度时与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

(6) 本人承诺在推动公司股权激励（如有）时，应使股权激励行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

若证券监管机构作出关于填补被摊薄即期回报措施及其承诺的其他新的监管规定，且公司及其控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员做出的上述承诺不能满足证券监管机构的规定时，公司及其控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员承诺届时将按照证券监管机构的最新规定出具补充承诺。”

11、关于利润分配政策的承诺

(1) 发行人

“本公司承诺发行上市后将严格按照《向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年股东分红回报规划》及《公司章程》中确定的利润分配政策，履行利润分配决策程序，并实施利润分配。

若本公司未能执行上述承诺内容，将采取下列约束措施：

1、本公司将在股东大会及中国证监会指定的信息披露渠道上公开说明未履行的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

2、若因本公司未执行本承诺而给投资者造成直接经济损失的，本公司将在该等事实被中国证监会或有管辖权的人民法院作出最终认定或生效判决后，依法赔偿投资者损失。

本公司将严格履行上述承诺，自愿接受监管机构、社会公众等的监督，若违反上述承诺将依法承担相应责任。”

(2) 控股股东、实际控制人

“1、本人将督促公司在发行上市后将严格按照《向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年股东分红回报规划》及《公司章程》中确定的利润分配政策，履行利润分配决策程序，并实施利润分配。

2、若公司董事会对利润分配作出决议后，本人承诺就该等表决事项在股东大会中以本人实际控制的股份投赞成票。

3、本人保证将严格履行本承诺函中的承诺事项。若本人作出的承诺未能履行，本人承诺将采取下列约束措施：

(1) 及时、充分披露本人承诺未能履行的具体原因。

(2) 若因本人未执行本承诺而给投资者造成直接经济损失的，本人将在该等事实被中国证监会或有管辖权的人民法院作出最终认定或生效判决后，依法赔偿投资者损失。

本人将严格履行上述承诺，自愿接受监管机构、社会公众等的监督，若违反上述承诺将依法承担相应责任。”

12、发行人、保荐机构及相关主体保证不影响和干扰审核的承诺函

“发行人（含上市公司）及其全体董事、监事、高级管理人员，发行人控股股东、实际控制人，保荐机构及保荐代表人、项目协办人，独立财务顾问及项目主办人，会计师事务所及签字会计师，律师事务所及签字律师等主体（以下统称承诺人）均已知悉《承诺人廉洁自律规范须知》相关要求，保证严格遵守法律法规、中国证监会的规定和北京证券交易所的业务规则，诚实守信、忠实勤勉、廉洁自律，不得以任何方式影响和干扰审核工作，并郑重作出以下承诺：

（一）遵守发行上市审核有关沟通、接待接触、回避等相关规定，不私下与审核人员、监管人员以及北京证券交易所上市委委员、并购重组委委员、行业咨询委委员等进行可能影响公正执行公务的接触；认为可能存在利益冲突的关系或情形时，及时按相关规定和流程提出回避申请。

（二）不组织、指使或参与以下列方式向审核人员、监管人员、北京证券交易所上市委委员、并购重组委委员、行业咨询委委员或者其他利益关系人输送不正当利益：

1. 以各种名义赠送或提供资金、礼品、房产、汽车、有价证券、股权等财物，或者为上述行为提供代持等便利；

2. 提供旅游、宴请、娱乐健身、工作安排等利益，或者提供就业、就医、入学、承担差旅费等便利；

3. 安排显著偏离公允价格的结构化、高收益、保本理财产品等交易；

4. 直接或者间接提供内幕信息、未公开信息、商业秘密和客户信息，明示或者暗示从事相关交易活动；

5. 其他输送不正当利益的情形。

（三）不组织、指使或参与打探审核未公开信息，不请托说情、干扰审核工作。

（四）遵守法律法规、中国证监会、北京证券交易所有关保密的规定，不泄露审核过程中知悉的内幕信息、未公开信息、商业秘密和国家秘密，不利用上述信息为本人或他人直接或间接谋取不正当利益。

如违反上述承诺，承诺人自愿接受北京证券交易所依据其业务规则采取的终止审核、公开谴责、一定期限内暂不接受申请文件、公开认定为不适当人选等措施。承诺人相关行为违

反法律法规的，将承担相应法律责任。”

十、 其他事项

截至本招股说明书签署日，不存在需披露的其他事项。

第五节 业务和技术

一、 发行人主营业务、主要产品或服务情况

（一）发行人主营业务及产品介绍

1、主营业务介绍

自成立以来，公司一直从事非道路越野车的自主研发、生产和销售，是国内具有较强竞争力的动力运动装备专业制造商之一。公司目前产品主要为 50-300CC 排量的两轮越野摩托车和全地形车产品，主要应用于专业场地及山路林地等场景的运动竞技，郊野、公园、自家庭院等休闲娱乐，以及户外特种作业等多个领域。经过多年技术积累和发展，公司已形成 Pit Bike（小越野）、Dirt Bike（大越野）、Mini Gp（小型公路赛车）、ATV（四轮全地形车）及 SSV（肩并肩坐全地形车）五大产品系列，根据不同年龄段、使用场景、客户需求差异合计推出三十余种规格型号，形成了较为丰富的产品体系。同时，公司已开展中大排量车型、UTV 以及电动越野车等领域的研发，将逐步向全品类休闲摩托领域拓展，从而持续注入成长动力。

公司系我国较早进入动力运动装备领域的企业，通过建设标准化的越野摩托车试验场和摩托车运动培训基地、组建华洋赛车队并参与国内外专业赛事等，形成公司特有的越野摩托车研发测试能力及文化生态。公司根据主要客群特点和使用场景针对性进行原创性产品开发设计，秉持轻量化与高强度相结合的产品设计理念、兼顾安全可靠性能及可接受的价格之间的平衡，得到了全球细分市场用户的认可，树立了良好的品牌形象。公司在车架主体的结构设计，在动力性、加速性、制动性、操控性等整车性能的调校，在高效传动系统设计等方面掌握核心技术，相较市场同类产品具有更佳的使用体验。此外，越野车作为一种体验型产品，公司前卫运动的外观设计也是公司产品吸引青少年等客群的一大亮点，同时赛事推广等营销活动及社交媒体传播效应也进一步加快了公司品牌裂变速度。

截至目前，公司产品进入了北美洲、欧洲、南美洲和大洋洲等国内外主流市场的五十余个国家和地区，自主品牌 KAYO 已在包括美国、俄罗斯、捷克、波兰、瑞典、中国等多地成为适用于青少年使用的越野摩托车优势品牌。公司在全球范围内拥有近百个经销客户、覆盖千余个终端销售网点，产品已进入了欧美等国际主流品牌市场的专业门店，KAYO 已成为动力运动装备领域国际知名的中国品牌。

作为浙江省“专精特新”中小企业和高新技术企业，公司是国家标准《全地形车防盗装

置》（GB/T 34622-2017）、行业标准《摩托车和轻便摩托车用电线束总成》（QC/T 417-2021）的参与编制单位，是浙江制造团体标准《小排量内燃机式全地形车》（T/ZZB 1808-2020）的主要起草单位。公司多次获得中国汽车摩托车运动突出贡献奖、浙江省休闲运动车行业协会赛事突出贡献奖、浙江省休闲运动车行业协会优秀会员企业等荣誉，公司产品多年来被指定为全国摩托车越野锦标赛指定竞赛用车，在我国各级赛事中的参赛保有量占据前列地位。根据中国摩托车商会出具的证明，在 2019 至 2021 年期间，公司生产的非道路两轮越野摩托车的产销量排名全国第一，四轮全地形车的产销量排名全国前列，属于非道路越野车细分领域的领军企业，是中国运动摩托车代表品牌之一。

2、主要产品介绍

公司产品主要包括两轮越野摩托车和全地形车两大类动力运动装备产品，其中两轮越野摩托车也称为非道路两轮摩托车，是指有别于生产、生活基本道路运输工具使用的两轮摩托车，其汽油机排量 $\geq 50\text{CC}$ 且不在公路和城市道路上行驶，主要用于休闲娱乐和竞技运动等场景；全地形车（All Terrain Vehicle）是一种被设计于非高速公路行驶的、具有四个或以上低压轮胎、且可在非道路上行驶的轻型车辆，集实用、娱乐、体育运动等多项功能于一体，可在沙滩、草地、山路、丛林等多种复杂路况行驶，广泛应用于运动休闲及户外作业等众多场景。

自设立以来，公司持续开展新产品研发投入，持续丰富完善产品种类和产品型号。截至本招股说明书签署之日，公司已形成 Pit Bike（小越野）、Dirt Bike（大越野）、Mini Gp（小型公路赛车）、ATV（四轮全地形车）及 SSV（肩并肩坐全地形车）五大产品系列，合计共有三十余种规格型号，形成了较为丰富的产品体系。

公司主要产品对应分类和具体情况如下：

产品分类	产品系列	特点及用途	代表车型	
两轮越野摩托车	Pit Bike（小越野）	Pit Bike 是一种小型非道路两轮摩托车，发动机为卧式且轮径通常在前 17 后 14 吋以下，具有轻量化设计、车身灵活、易于操控等特点，常应用于儿童及青少年休闲娱乐等场景。	KMB 	TS90 
			TT125 	TT140 
	Dirt Bike	Dirt Bike 是一种中	T2 ENDURO	T4 ENDURO

	(大越野)	大排量越野摩托车, 轮径在前 19 后 16 吋以上, 发动机为立式且排量通常在 150CC 以上, 具有车体高大、动力强劲、速度快、通过性好、减震性能较好、抗冲击性能较强等特点, 适用于专业赛车手或成年越野摩托车爱好者骑行, 常应用于各种场地赛事。		
			K6-R ENDURO 	KT 250 ENDURO 
	Mini Gp (小型公路赛车)	Mini Gp 是一种在特定公路赛道上比赛用的特种专业摩托车。	MINI GP 	
全地形车	ATV(四轮全地形车)	ATV 是一种装备跨坐型座椅、依靠方向把控制方向的车架式全地形车, 可以在非道路复杂路面上行驶, 应用于儿童娱乐、运动休闲、实用代步等, 发动机排量区间在 70-300CC 不等。	AY70 	A300 
			AU150 	AU200 
	SSV(肩并肩坐全地形车)	SSV 由 UTV 演变而来, 是一种装备前向乘坐式座椅及封闭或半封闭驾驶室, 通过方向盘控制方向的底盘式全地形车。SSV 强化了安全防护, 更加注重专业竞技性能, 应用于越野竞技和休闲娱乐等。	S200 	S70 

公司主要产品的适用人群及应用场景:

公司产品主要以 50-300CC 排量为主, 其中两轮越野摩托车主要应用于儿童娱乐、成人休闲和场地赛事等, 全地形车除了儿童和青少年休闲娱乐使用以外, 还兼具实用代步功能, 例如用于自家庭院、旅游景区、山路林地等代步场景及农场运载货物等使用场景, 用途广泛。因此, 公司产品的用户群体主要为儿童青少年及其家庭、专业赛车手及越野爱好者、农场庄

园及旅游景区管理者等,适用人群和应用场景的多样化使得公司产品有较多的细分类别及更新换代需求, 市场需求持续扩大。

公司主要产品的应用场景示例如下：

产品系列	应用场景	示例	
两轮越野摩托车	儿童娱乐		
	成人休闲车		
	场地赛事		
全地形车	儿童娱乐		
	运动休闲		

实用
代步



3、主营业务收入的构成

报告期内，发行人主营业务收入的构成如下：

单位：万元

产品 类别	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
两轮越野摩托车	21,938.95	54.33%	37,351.57	53.92%	18,870.66	61.60%
全地形车	18,440.19	45.67%	31,914.49	46.08%	11,764.51	38.40%
合计	40,379.14	100.00%	69,266.05	100.00%	30,635.17	100.00%

（二）主要经营模式、关键因素及未来变化趋势

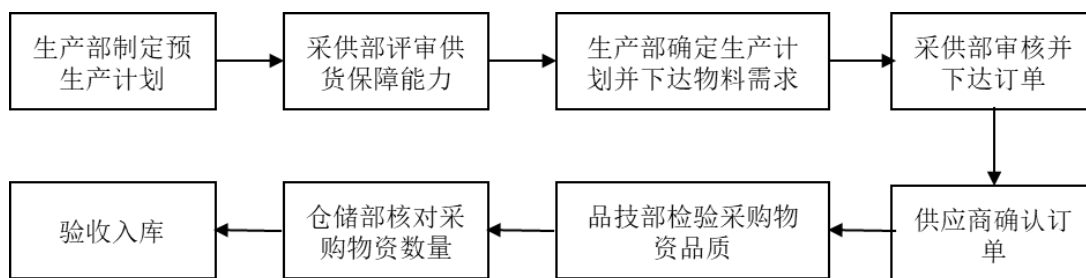
1、采购模式

公司主要采取“以产定购+适当备货”的采购模式，以产品品质为根本，将质量、成本和服务作为采购管理的关键因素，寻求与供应商之间合作的稳定性和持续性，在公司业务发展的同时，实现双方的合作共赢。

公司物料采购类别主要包括发动机总成、减震器总成、轮胎、钢管等。对于发动机总成、减震器总成等具有定制化特征的零部件，公司根据研发设计需求及对零部件性能的理解，对供应商提出明确的设计参数要求，深度参与部分关键部件的定制化开发，并根据实际订单需求和采购周期执行采购；对于钢管等通用性原材料，公司基于实际订单需求、市场供求情况、安全库存、物流周期综合考虑，进行适当备货。公司建立了一整套严格的采购管理体系，遵照《零部件采购控制程序》、《供应商导入、评价、备份控制程序》等制度进行采购管理。公司各部门协同配合，根据生产部制定的生产计划，采供部制定相应的采购计划并下达采购订单、执行采购业务，采购物资由品技部通过质量检验后，由仓储部执行接收、清点与保管。

（1）采购流程

根据客户订单及生产计划，采供部制定采购计划并向合格供应商下单，与其签订订单合同，进行交期跟踪。到货后，品技部对采购物资的品质进行检验。检验合格后，采购物资经仓储部对数量核对无误后入库。公司采购的主要流程如下：



（2）供应商管理

公司从供应商开发及评定、供应商日常管理、供应商淘汰建立了严格的供应商管理体系，对供应商的生产资质、企业规模、品质控制能力、价格、交期等多方面进行综合评估，制定合格供应商名录。品技部负责编制物料技术要求以及对供应商产品质量的检测和反馈；采供部负责供应商交货周期和供货质量的管理，并对供应商进行日常管理及定期审核。经过多年发展，公司与众多合格供应商建立了较为稳定的合作关系，确保物料采购的质量与交期。

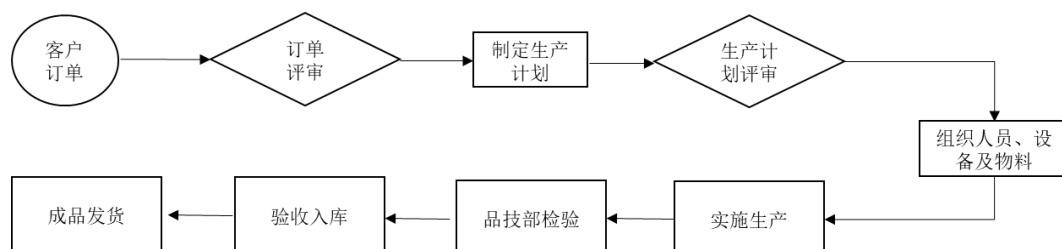
2、生产模式

公司主要负责核心零部件车架的焊接生产和整车的组装、调试，拥有金工、总装和配件三大车间。公司采取“以销定产”的生产模式，按照客户需求和订单制定生产计划，并通过自动化生产线及 ERP 信息系统，实现生产流程的自动化和数字化管控，确保产品品质的一致性和订单交付的及时性。

（1）生产流程

公司生产部根据销售计划制定年度及月度生产计划，根据每月实际订单情况及时调整、分解及制定周生产计划，并组织人员、设备及物料进行生产。产品完成装配后由品技部进行质量检验，检验合格后入库。

具体流程如下：



（2）生产管理信息化水平提升

为提高生产效率、降低生产成本，公司积极提升管理信息化水平。公司通过引入用友 U8 系统和 MES 系统搭建信息化管理平台，结合以 VIN 码唯一标识的二维码管控方式，有效掌握订单的生产动态和产品的追溯调试，在生产管理流程中实现了生产、调试、检验数据

的共享统一，从而实现了生产计划的实时跟踪、进度把控和质量管理，进一步保障公司订单的高质准时交付。

3、销售模式

公司根据行业特点及客户资源等因素，结合国内外市场不同发展阶段及行业发展趋势，通过多年探索逐步形成了通过当地经销商实现产品全球销售和品牌拓展的销售模式，并实现了人民币定价、款到发货或清关前付清全款的结算模式。经过十余年经营，公司通过优异前卫的产品设计、优质守时的产品交付、专业的技术水准、良好的售后服务等不断增强客户信任，在非道路越野车这一专业细分市场建立起了良好的品牌影响力和声誉。

（1）品牌策略：主打自有品牌，KAYO 已成为动力运动装备领域国际知名的中国品牌

公司以自有品牌为主，结合少量的贴牌生产模式开展业务。公司根据主要客群特点和使用场景持续进行原创性产品设计开发，秉持轻量化与高强度相结合的产品设计理念，实现产品安全可靠性及操控性能的平衡。经过多年的渠道拓展和品牌建设，公司产品已进入了欧美等国际主流品牌市场的专业门店，得到了全球细分市场用户的广泛认可，KAYO 品牌已逐渐成为动力运动装备领域国际知名的中国品牌。2020 年至 2022 年，公司自有品牌产品销售额从 21,565.50 万元增长到 37,479.18 万元，占比从 70.39%提升至 92.82%。

（2）市场覆盖策略：公司产品以外销为主

报告期内，公司内外销销售额均呈现持续增长态势。由于公司产品主要应用于休闲娱乐、场地赛事等非道路应用场景，其主流市场集中在欧美等发达国家和地区，基于此，报告期内公司外销比例达到 85%以上。公司国外市场主要覆盖北美洲、欧洲、南美洲和大洋洲等，主要销往美国、俄罗斯、英国、厄瓜多尔、波兰、西班牙、意大利、澳大利亚、新西兰、韩国、印尼等；国内市场基本覆盖全国各省份。

公司主要客户的地区分布情况如下：



(3) 渠道策略：公司主要采取经销模式实现销售，具备较强的经销商选择和管理能力。公司自有品牌产品主要采用经销模式开展业务，同时通过天猫、京东等平台实现少量线上销售。公司在每个国家或区域主要选择一个经销商，由其负责区域市场的渠道建设、市场推广、品牌建设、门店管理工作。经销商通过与当地专业销售动力运动装备的主流零售商建立合作关系（其中大量零售商拥有十余年甚至几十年的经营历史），从而实现终端销售，其中部分经销商为独家经销，公司要求其不得同时销售或经营市场同类产品。

公司在 2018 年基本完成了全球主流市场经销商网络的搭建，目前与公司合作的为各区域市场经营实力较强、市场信誉度较好、合作配合度较高的专业经销商。在经过公司对其的一段考察期后，双方签署区域独家经销协议以保障合作的稳定性，从而实现长期互利共赢。以 PACIFIC RIM 为例，其是公司授权的美国市场独家经销商，具备较强的渠道拓展及营销管理能力，在与公司建立合作关系 5 年后，其销售区域已覆盖全美各州，销售公司 KAYO 品牌的终端销售网点达 500 余个。

公司具备较强的经销商管理能力。公司根据合同和实际订单向经销商供应产品，并对其实行标准化管理，要求其严格按照公司统一的 VI 设计、门店陈列、营销活动开展市场销售业务，并定期向公司提供当地市场趋势、产品定价、库存情况、终端网点数量等信息。公司与经销商保持着稳定良好的合作关系，经销商通过社交媒体、报纸杂志、官方网站、赛事推广等多种方式开展对 KAYO 品牌的宣传，进一步提升了公司品牌在当地市场的品牌声誉。

(4) 定价及结算模式

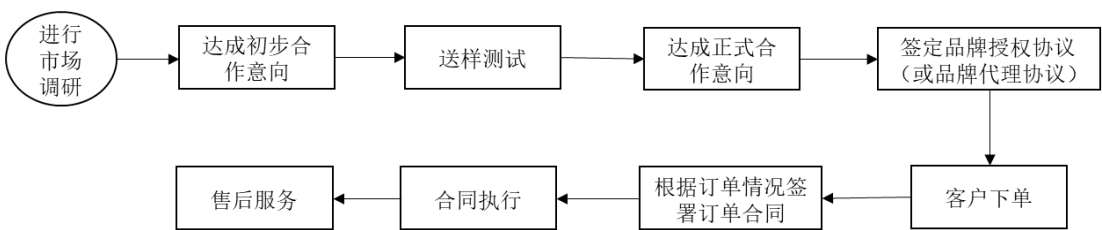
公司执行款到发货或清关前付清全款的收款模式。同时，公司产品采用人民币定价，与

客户协商确定人民币价格后再根据实时汇率转换成美元或欧元价格，从而降低汇率波动影响。同时，公司建立了根据原材料价格波动主动调整定价机制，从而降低大宗商品价格波动的影响。

（5）销售流程

公司主要通过行业展会、线上平台、广告宣传、业内推荐等渠道获取客户，公司国际市场部和国内市场部分别负责国际和国内地区的市场拓展、运作和管理的工作，具体包括市场研判、新客户开拓与合作、客户关系维护、价格策略制定、合同签订与执行、售后服务等。

公司销售流程情况如下：



4、发行人现有经营模式的采用原因及影响因素，在报告期内的变化情况及未来变化趋势

公司基于主营业务情况、主要产品的生产工艺情况、上下游客户的供需情况、行业市场竞争格局等因素，并结合企业发展阶段、自身的特点及优势，形成了目前的经营模式。由于公司产品主要应用于休闲娱乐、场地赛事等非道路应用场景，其主流市场集中在欧美等发达国家和地区，因此公司产品主要以外销为主。同时，由于非道路越野车行业下游应用领域多元、客群地域分布分散的原因，出于全球品牌影响力和市场价值的提升、管理半径和跨国文化差异等因素的考虑，公司主要通过经销模式拓展市场渠道、推动销售增长。目前，公司的生产经营模式相对稳定，与主要客户建立了长期、稳固的合作关系。

报告期内，未出现影响公司现有经营模式正常运行的重大不利因素，公司的经营模式以及影响公司经营模式的关键因素均未发生重大变化，目前也不存在导致未来发生重大变化的因素。公司将继续通过积极引进和自主培养提升人才体系的综合实力，专注产品结构的进一步丰富、产品性能的持续改进和生产精细化管理的提升，进一步完善采购、生产、销售及研发等方面的内部管理制度，保持公司业务的稳健可持续发展。

（三）发行人设立以来主营业务、主要产品、主要经营模式的演变情况

自成立以来，公司即定位于动力运动装备产品的自主研发、生产和销售。近二十年的发

展历程中，公司持续开展新产品研发投入，持续丰富完善产品种类和产品型号。设立之初，公司产品类型以两轮越野摩托车为主，2014 年开始，公司筹划并实现全地形车的开发和量产，目前公司已形成 Pit Bike（小越野）、Dirt Bike（大越野）、Mini Gp（小型公路赛车）、ATV（四轮全地形车）及 SSV（肩并肩坐全地形车）五大产品系列，形成了较为丰富的产品体系，并已着手开展中大排量车型、UTV 以及电动越野车等领域的研发，逐步向全品类休闲摩托领域拓展。

公司早期业务模式主要以贴牌生产为主，2012 年开始逐步转型自有品牌模式，丰富销售网络并增强品牌影响力。凭借持续的自主研发创新、优质的产品质量和多年的业务拓展与积累，公司自有品牌 KAYO 受到同行业和消费者的广泛认可，目前公司产品 80%以上以自有品牌进行销售。

报告期内，公司主营业务、主要产品及主要经营模式未发生重大变化。

自成立以来，公司业务发展沿革情况如下图所示：

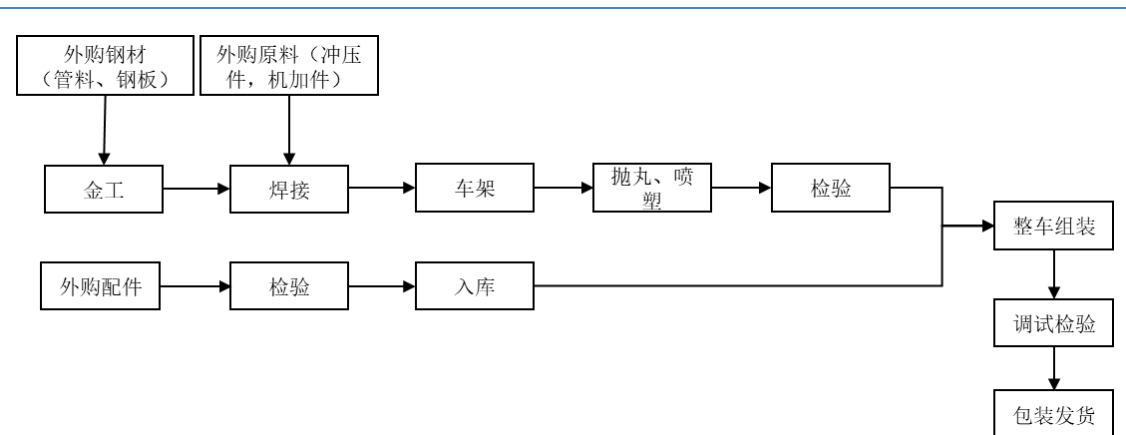
华洋业务发展沿革图



（四）主要产品的生产工艺流程

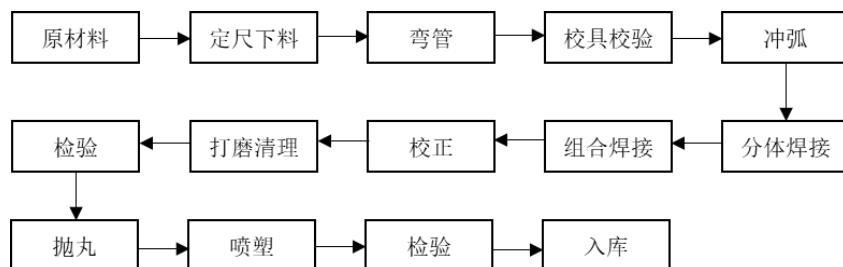
1、两轮越野摩托车、全地形车的生产工艺流程图

公司核心零部件车架由公司自主生产，所有部件备齐后进行整车装配。公司两轮越野摩托车和全地形车的生产工艺流程图如下：



2、主要部件的生产工艺流程图

公司车架的生产工艺流程如下图所示：



(五) 环境保护执行情况

1、生产经营中涉及的主要环境污染物及采取的防治措施

公司不属于重污染行业，公司生产经营所产生的污染物为少量废水、废气、固体废物及噪声。公司针对以上生产经营所产生的污染物排放情况均已购置和安装了相应的环保设施，并制定了有效的防治措施。上述污染物经处理后，均能达到环保部门规定的排放标准，具体情况如下：

污染物种类	主要污染物	相应防治措施
大气污染物	抛丸粉尘	经布袋除尘设施收集处理后由 15 米高排气筒排放
	焊接烟尘	经吸风罩收集后经 DMC 脉冲袋式除尘器处理后由 15 米高排气筒排放
	喷塑粉尘、喷塑固化有机废气、天然气燃烧废气	喷塑粉尘经静电喷涂台内集尘装置收集后经滤芯除尘装置处理，与喷塑固化有机废气一同经 UV 光催化装置处理后由 15 米高排气筒排放；天然气燃烧废气与喷塑固化废气一同排放
水污染物	生活废水、生活污水	生活废水经污水处理设备处理，生活污水经化粪池处理，达到标准后排入市政污水管道
固体废物	微量废皂化液、废机油、废液压油	委托具有资质的第三方专业公司处理

	废砂轮、废棉纱手套、生活垃圾等	由环卫部门统一清运
噪声	设备噪声	在设备选型上选用低噪声型设备，噪声设备合理布局，对高噪声设备设置了橡胶减振

2、主要污染物处理设施及处理能力

公司主要环保设施名称、环保设施功能及运转情况如下：

环保设施名称	环保设施功能	运转情况
化粪池	暂时储存排泄物，使之在池内初步分解，以减少排放污水中的固体含量	运行正常
光氧催化除尘器	用光能转化成化学反应所需的能量，产生催化作用，使周围的氧气及水分子激发成极具氧化力的自由基或负离子	运行正常
布袋除尘器	过滤粉尘废气	运行正常
脉冲除尘器	采用分室停风脉冲喷吹清灰，喷吹一次就可达到清灰的目的	运行正常

公司正在使用的环保处理设施均运转正常。

3、发行人历次环评批复及验收情况

公司建设项目均按照建设进度履行了完备的环评批复及竣工环保验收手续，除待建及新建项目尚未完成环保验收手续外，其他项目均已完成环保验收手续，具体情况如下：

序号	项目类别	项目名称	项目主体	环评批复	验收情况
1	已建项目	年产 10 万辆非公路用运动休闲车项目	华洋赛车	缙环建（2018）4 号	自主验收+固废验收：缙环验（2019）104 号
2		年产 10 万辆非公路用运动休闲车技改项目	华洋赛车	编号 2020-051	自主验收
3		年产 10 万辆非公路用运动休闲车技改项目	华洋赛车	编号 2021-032	新建项目，正在办理环保验收手续
4	待建项目	运动摩托车智能制造项目	华洋赛车	丽环建缙（2022）37 号	-

4、发行人符合国家和地方环保要求

报告期内，公司的建设项目和生产经营活动符合环境保护相关的法律法规和其他规范性文件的规定，环保设施运行情况良好，未发生环境污染事故。公司已通过了 GB/T24001-2016 /ISO14001:2015 环境管理体系认证，并取得了《固定污染源排污登记回执》（登记编号为：9133110075909011XD001X），上述证书均在有效期内。根据丽水市生态环境局缙云分局出具的说明，公司报告期内未受到环境类行政处罚。

（六）安全生产情况

公司高度重视安全生产工作,严格执行安全生产相关法律法规,在日常生产经营过程中,以先进的工艺技术及健全的规章制度保障公司生产安全。报告期内,公司未发生过重大安全生产事故。公司已制定了安全生产管理制度,配置了具备安全生产知识和管理能力的安全生产管理人员,并在生产经营中切实遵守和履行,能够满足公司的安全生产需要,保证公司生产经营安全、合法。

公司已取得了丽水市应急管理局颁发的《安全生产标准化证书》(证书编号: AQBIIIJX 浙 202100786),有效期至 2024 年 12 月。根据缙云县应急管理局出具的证明,报告期内,公司无安全生产行政处罚记录,未发生过一般及以上生产安全事故。

二、 行业基本情况

(一) 发行人所属行业及确定依据

根据国家统计局《国民经济行业分类》(GB/T 4754-2017),公司属于“C37 铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业”。

(二) 行业管理体制和相关产业政策对发行人经营发展的影响

1、行业主管部门及监管体制

公司所属行业为摩托车制造业和非公路休闲车及零配件制造业,主要由政府部门和行业协会共同管理,前者侧重于行业宏观管理,后者侧重于行业内部自律性管理。政府主管部门是国家发展和改革委员会及工业和信息化部,国家发展和改革委员会主要负责制定宏观产业政策,实施行业规划,指导固定资产投资和技术改造,工业和信息化部负责拟订并组织实施工业行业规划、产业政策和标准,监测工业行业日常运行,推动重大技术装备发展和自主创新。

对公司所属行业进行实际管理和协调的是中国摩托车商会和中国汽车工业协会。中国摩托车商会是由在境内依法注册、从事摩托车及相关产品的生产、贸易和服务的企事业单位和团体,在平等自愿的基础上依法联合成立的全国性、自律性、非营利性、具有独立法人资格的社会团体。中国汽车工业协会具有社会团体法人资格,是在中国境内从事汽车(摩托车)整车、零部件及汽车相关行业生产经营活动的企事业单位和团体在平等自愿基础上依法组成的自律性、非营利性的社会团体。

2、行业的主要法律法规及产业政策

公司所处行业的发展一直受惠于国家法律法规及产业政策的大力扶持,近年来行业的相关法律法规及主要产业政策如下:

序号	主要法律法规及产业政策	颁布主体	发布时间	相关内容
1	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》	全国人大	2021 年 3 月	推动制造业优化升级,深入实施智能制造和绿色制造工程,推动制造业高端化智能化绿色化。
2	《关于优化强制性产品认证目录的公告》	市场监管总局	2020 年 4 月	优化后的强制性产品认证目录共 17 大类 103 种产品,非道路用车未被纳入根据规定需要进行强制性认证的产品认证目录中。
3	《国务院办公厅关于促进全民健身和体育消费推动体育产业高质量发展的意见》	国务院	2019 年 9 月	以资源禀赋为依托,引导足球、冰雪、山地户外、水上、汽车摩托车、航空等运动项目产业合理布局。分项目制定新一轮产业发展规划,加强相关基础设施建设,鼓励各地开发一批以攀岩、皮划艇、滑雪、滑翔伞、汽车越野等为代表的户外运动项目。
4	《产业结构调整指导目录(2019 年本)》	发改委	2019 年 10 月	将“体育竞赛表演活动、体育健身休闲活动、体育旅游、体育用品及相关产品的研发制造与销售、体育教育与培训”列为鼓励类产业投资项目。
5	《非道路移动机械污染防治技术政策》	生态环境部	2018 年 8 月	非道路移动机械生产企业应依法依规公开排放检验、污染控制装置和排放相关技术信息,供社会公众监督,维修企业免费查询使用。 鼓励非道路移动机械生产企业通过机内净化技术降低原机排放水平。
6	《关于进一步规范汽车和摩托车产品出口秩序的通知》	商务部、工信部、海关总署、质检总局、国家认监委	2012 年 9 月	对汽车和摩托车(含非公路用两轮摩托车、全地形车)生产企业实行出口资质管理,对出口经营企业实行生产企业授权经营管理,并对生产企业授权实行分类管理。
7	《车辆识别代号管理办法(试行)》	国家发改委	2004 年 11 月	在境内制造、销售的道路机动车辆以及需要标示 VIN 的其它类型车辆产品实行车辆识别代号规范管理。

3、行业管理体制和相关产业政策对发行人经营发展的影响

上述行业主管部门、监管体制、主要法律法规及产业政策对公司所处行业的发展起到规划、监管、指导等宏观调控作用,能够有效规范和促进行业的健康有序发展,营造了有利于

公司生产经营和可持续发展的行业环境，引导公司制定未来发展战略、行稳致远。一系列产业政策的出台在生产管理、出口许可及环保等方面推动了行业的规范经营和持续提升。大力推进制造业优化升级的政策环境则进一步促进了行业的产品创新和生产创新，推进行业向智能化、绿色化方向发展。而对全民健身和体育消费的鼓励，也为公司应用于户外休闲娱乐和体育赛事的非道路越野车产品创造了更广阔的下游应用前景。

整体而言，健全的政策环境和良好的行业发展态势为公司稳健发展提供了保障，公司将根据市场发展趋势和国家政策要求，结合自身技术开发优势及业务优势，持续提升产品和服务水平，实现稳健可持续发展。

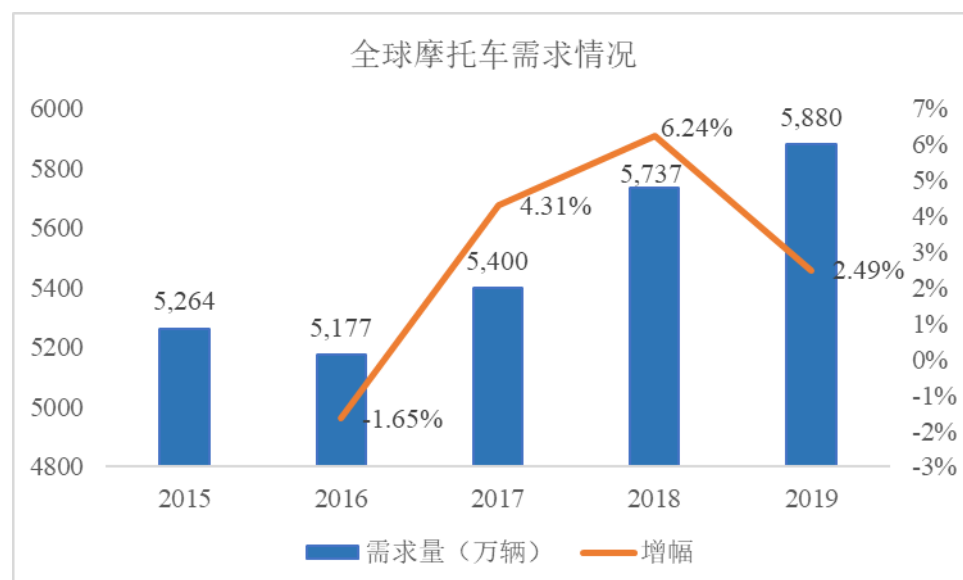
（三）发行人所属行业概况

1、行业发展概况

（1）摩托车行业概况

①全球摩托车行业概况

摩托车是常见的日常交通工具之一，全球大多数国家和地区均使用摩托车相关产品。目前全球摩托车市场发展较为平稳，自 2010 年以后，全球摩托车年需求量保持在 5,000 万辆以上，近年来呈现小幅上升趋势。未来，全球摩托车市场预计仍将保持 3.2%左右的年均复合增长率。¹



数据来源：《2020 年中国摩托车行业短报告》，头豹研究院

亚洲是摩托车主要消费市场，其产品以小排量摩托车为主，主要用于短途的通勤代步，

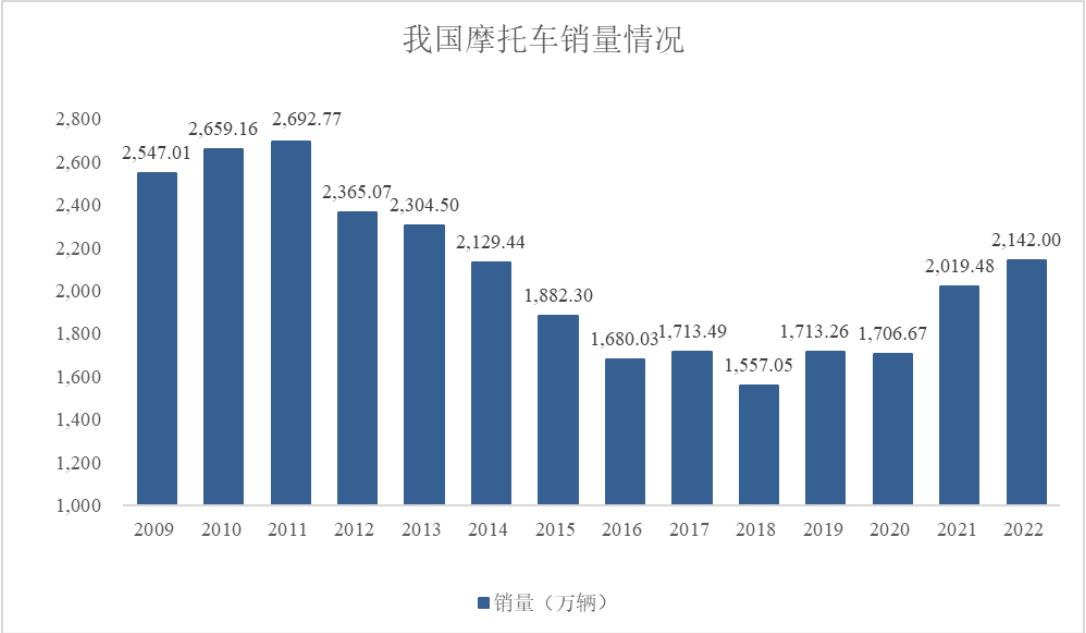
¹ 数据来源：《Motorcycles Report 2021》，Statista

更注重性价比与实用性。欧洲、北美等经济发达国家和地区已经完成了摩托车车型从代步型到消费型的转变，消费者对摩托车的需求更偏向休闲娱乐，更注重产品外观、性能、安全及环保等，具有较高的准入要求，因此目前该市场的主要份额由欧美本土和日本企业所占据，我国企业的占比不高，但随着国内摩托车品牌综合实力的逐步增强和摩托车外贸业务的蓬勃发展，部分国内优质摩托车生产企业已逐渐在国际市场上形成一定的知名度和认可度。

②中国摩托车行业概况

A. 我国摩托车行业进入产业转型阶段，近年来销量稳中有升

相较于欧美发达国家，我国摩托车行业发展起步较晚。自 1951 年我国自行开发出“井冈山”牌摩托车以来，随着城镇化和居民消费水平的日益提升，我国摩托车行业快速发展，至今已达到数千万辆的行业规模，我国现已成为全球摩托车市场主要产销国之一。回顾中国摩托车行业发展，自兴起至 2011 年行业产销量高速发展，2012 年至 2016 年受汽车行业挤压及城市禁摩政策的影响，我国代步用的道路摩托车产销量大幅减少，行业进入产业转型阶段。2018 年以来，内销的稳中有增、外贸市场的持续高景气、电动摩托车的拉动以及休闲娱乐车型的突起使得我国摩托车行业呈现显著的增长趋势，年销量自 2018 年的 1,557.05 万辆增长至 2022 年的 2142.00 万辆，年均复合增长率达到 8.30%，其中 2022 年我国摩托车产销量突破 2,000 万辆，达到 2015 年以来的最好水平。

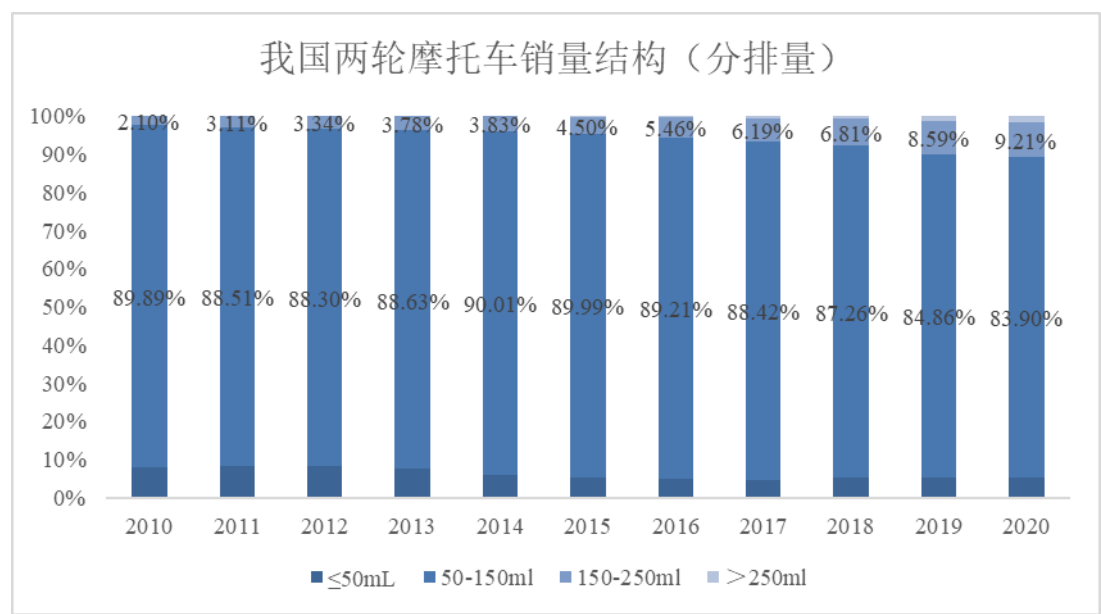


数据来源：同花顺 iFind

B. 休闲摩托及中大排量摩托车型将成为摩托市场增量的重要来源

从排量结构上看，我国两轮摩托车主要以 50-250ml 为主流排量段，合计占比达 90%以

上。随着国民经济的持续发展、人民生活水平的提高以及消费结构的持续升级，人们对摩托车的需求逐渐从代步转向娱乐，国内摩托车休闲文化产业逐步形成，以休闲娱乐功能为主的中大排量摩托车市场不断扩大且潜力充足。2010 年以来，我国中大排量两轮摩托车市场需求呈现稳步提升的趋势，其中 150-250ml 排量产品占比自 2010 年的 2.10%增长至 2020 年的 9.21%，250ml 以上排量的产品占比也有一定提升，而 50ml 以下的小排量产品市场则逐渐萎缩至 5%左右。未来，随着我国摩托车休闲文化产业步入快速发展期，国内用户对于外观设计新颖、性能更强、中大排量休闲娱乐车型的需求将进一步增长，其市场仍有较大的发展空间。

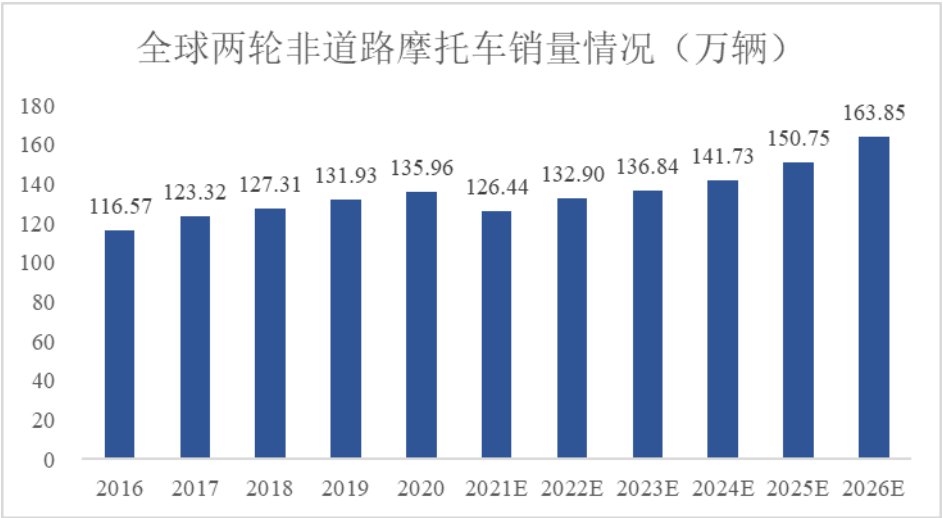


数据来源：Wind

③非道路两轮摩托车行业概况

非道路两轮摩托车是指汽油机排量 $\geq 50\text{CC}$ 、不在公路和城市道路上行驶、用于休闲娱乐和竞技运动的两轮摩托车，其雏形是英国军方为间谍专门设计的便携式应急逃跑工具，后经改良后在欧洲成为青少年和摩托车爱好者练习和竞赛用产品。根据排量和使用客群不同，非道路两轮摩托车可以分为 Dirt Bike（大越野）和 Pit Bike（小越野）两种，其中 Dirt Bike 是一种中大排量越野摩托车，轮径在前 19 后 16 吋以上，发动机为立式且排量通常在 150CC 以上，具有车体高大、动力强劲、速度快、通过性好、减震性能较好、抗冲击性能较强等特点，适用于专业赛车手或成年越野摩托车爱好者骑行，常应用于各种场地赛事；Pit Bike 是一种小型非道路两轮摩托车，发动机为卧式且轮径通常在前 17 后 14 吋以下，具有轻量化设计、车身灵活、易于操控等特点，常应用于儿童及青少年休闲娱乐等场景。

随着越野摩托车休闲娱乐运动的推广及场地赛事的风靡，非道路两轮摩托车逐渐形成了具有一定规模的摩托车领域细分市场。2020 年，全球非道路两轮摩托车销量约有 140 万辆，占全球摩托车市场的 2.9%，销售收入约为 72 亿美元²。2023 年，全球非道路两轮摩托车市场预计将实现 75.6 亿美元的收入，并以年复合增长率 6.16% 的趋势增长，预计于 2027 年全球市场容量将达到 96 亿美元，销量将达到 182 万辆左右³。从地区来看，全球非道路两轮摩托车的市场主要集中在北美和欧洲，其中三分之一的市场增量将来自于北美市场⁴。



数据来源：《Off-road motorcycles》,Statista

过去，我国的两轮摩托车大多被用作中短途代步，随着居民收入水平的提升和摩托车越野赛事的普及，国内休闲娱乐用摩托车的个性化消费需求增加，市场逐渐兴起。自 20 世纪 50 年代以来，我国各地相继成立摩托车运动俱乐部，于 1958 年首次举办全国性的摩托车赛事。全国摩托车越野锦标赛、全国摩托车挑战赛等运动摩托车赛事如火如荼地开展，进一步带动了非道路两轮摩托车的普及和发展。

2003 年以来，我国江浙一带企业开发并进入非道路两轮摩托车市场，其中浙江省的生产制造商涉足较早，逐渐形成了完善的配套服务和健全的供应体系，是行业的主要生产地区。经过近二十年的发展，国内非道路两轮摩托车行业紧随欧美主流市场潮流、贴近市场定位，已经在产品外形、整车设计、关键技术革新等方面取得了一定成果，并形成了一定的市场规模，同时行业内也涌现出了以华洋赛车、阿波罗、涛涛车业为代表的兼具研发设计能力、生产制造能力和自主品牌优势的企业，凭借多年在行业内的深耕和积累，其产品性能和品质受

2 数据来源：《Motorcycles Report 2021》,Statista

3 数据来源：《Off-Road Motorcycles-Worldwide》,Statista

4 数据来源：《Off-road Motorcycles Market by Application and Geography-Forecast and Analysis 2020-2024》，Technavio

到了国内外市场的认可，具有一定的品牌认可度和美誉度。

（2）全地形车行业概况

①全地形车行业发展历程

全地形车（All Terrain Vehicle）是一种被设计于非高速公路行驶的、具有四个或以上低压轮胎、且可在非道路上行驶的轻型车辆，集实用、娱乐、体育运动等多项功能于一体。因其宽大的轮胎可增加与地面的接触面积，从而提高对地面的摩擦力并降低车辆对地面的压强，结合其独特的胎纹使轮胎不易空转打滑，使其可在沙滩、草地、山路、农场、旅游景区等多种复杂路况行驶，因此，全地形车被广泛应用于场地赛事、户外作业、运动休闲、代步工具、消防巡逻等众多场景。根据动力来源分类，全地形车可分为内燃机式全地形车和电动全地形车；根据车辆结构分类，全地形车可分为四轮全地形车（ATV）、多功能全地形车（UTV）和卡丁车（Go-Kart）；根据排量大小并结合车辆的外部特征分类，全地形车可分为少儿型全地形车、实用型全地形车、运动型全地形车。

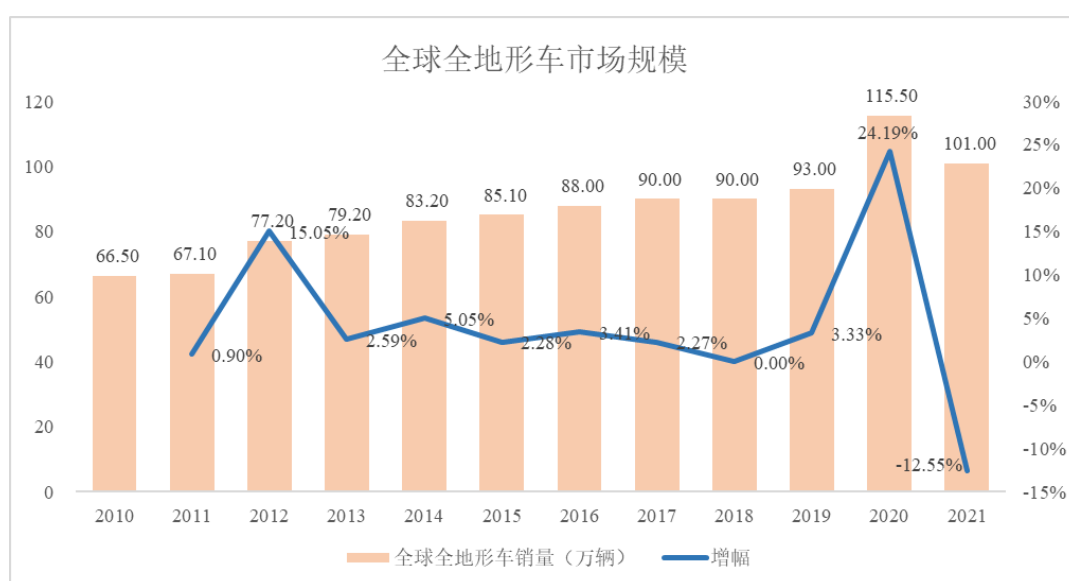
全地形车的兴起始于 20 世纪 70 年代，由日本制造商开启，并先后经历了日本、美国制造时代。1970 年，日本本田（HONDA）推出了世界上第一款三轮全地形车 US90（后改名为 ATC90），搭载了驱动力 7 马力的 89CC 四冲程单缸发动机，迅速得到了市场认可，也正式开启了全地形车时代。1980 年以后，全地形车在公共事业领域使用范围逐渐扩大，成为了娱乐和公共事业的多用途动力工具。1982 年，铃木（SUKUZI）推出首辆四轮全地形车 QuadRunner LT 125，其后，三轮全地形车逐渐退出了历史舞台，四轮全地形车凭借其卓越的越野能力和拖挂能力成为市场主流车型，本田（HONDA）、雅马哈（YAMAHA）、川崎（Kawasaki）等日本制造商相继开发推出四轮全地形车产品。80 年代中后期，北美本土也相继涌现出以北极星、庞巴迪、北极猫为代表的领军企业，凭借着销售渠道、技术、品牌、资金等优势，在行业内赢得了较高的品牌声誉。随着全地形车性能的不断改进、产品种类的持续丰富，其应用领域不断延伸，细分市场也更加多元，全地形车逐步成为非道路车辆的重要车型之一，加之诸多生产制造商的纷纷加入，行业进入快速发展阶段。

②全球全地形车行业概况

A. 全球全地形车市场预期将保持稳健增长趋势

随着技术水平和世界经济的发展，全地形车行业兴起并快速形成产业化。全地形车市场需求变化与全球宏观经济、消费地区微观经济的变化密切相关，全地形车市场规模自其兴起

后高速增长，后受到 2008 年全球金融危机影响，行业销量有所下滑⁵。2010 年以来，全球全地形车市场保持平稳增长态势，市场规模自 2010 年的 66.5 万辆增长至 2021 年的 101 万辆，年均复合增长率为 3.87%。2020 年新冠疫情增加了居民居家休闲的时间，而全地形车户外休闲娱乐和代步作业属性提供了在疫情环境下的安全社交娱乐距离，使得全球全地形车市场规模迅速提升，同比增幅达 24.19%，2021 年持续保持高需求状态。受益于国外持续稳定增长的市场需求，全球全地形车市场预期仍有较大发展空间，根据 Allied Market 预测，2020 年至 2027 年全球全地形车市场将以 6.7% 的年均复合增长率提升，预计在 2027 年达到 119.5 亿美元规模。⁶



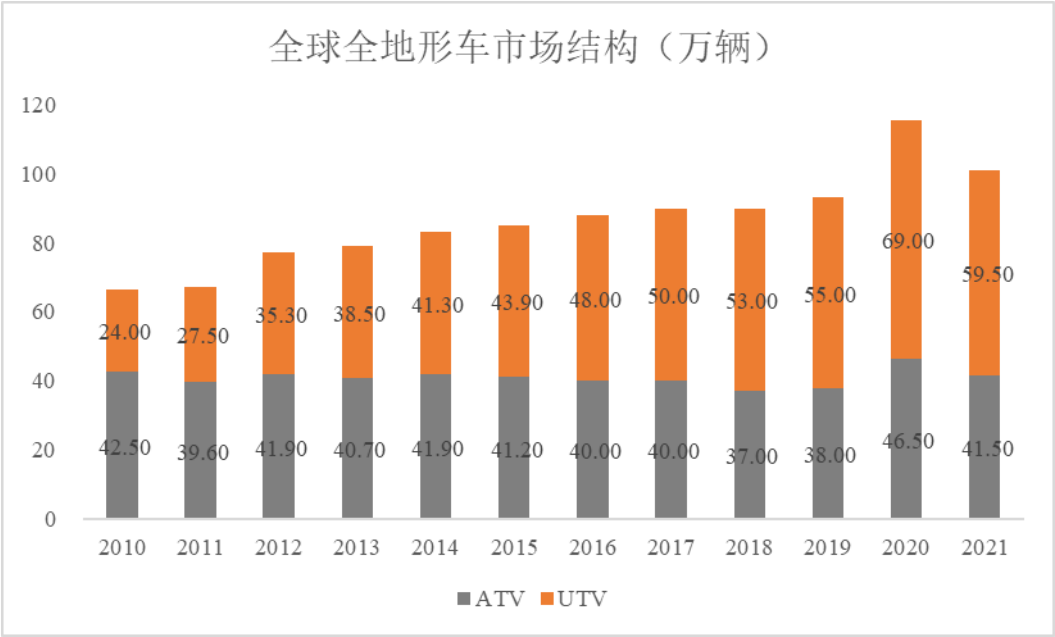
数据来源：北极星公司年报

B. UTV 为全地形车行业主要增量市场

从产品结构来看，ATV 产品需求长期稳定，UTV 产品呈现稳定增长态势。2010 年以来，全球 ATV 产品市场规模稳定在年均 40 万辆左右；UTV 产品因其具有较强的性能可拓展特点，逐渐获得市场青睐，年均市场规模由 2010 年的 24 万辆增长至 2021 年的 59.5 万辆，年复合增长率达 8.60%，为全地形车行业主要增量市场。

⁵ 数据来源：北极星年报，天风证券研究所

⁶ 数据来源：《ATV AND UTV MARKET》，Allied Market Research



数据来源：北极星公司年报

C. 北美、欧洲为全地形车主流消费市场

从地区分布来看，由于全地形车系以休闲娱乐及日常实用为主要目的的动力运动装备，其发展主要依赖于消费者休闲时间的增多和户外工作方式、生活方式的升级所带来的机遇，北美、欧洲等发达经济体长期以来一直是全地形车的主要消费市场。一方面，欧美国家尤其是美国、俄罗斯等国多草地、山路、沙路等复杂地形，产生较多对全地形车的使用需求；另一方面，欧美发达国家人均收入水平较高，人们富有冒险精神、追求刺激，进一步推动了全地形车的消费。

③中国全地形车行业概况

A. 我国全地形车行业日渐成熟

我国全地形车行业起步较晚，上世纪九十年代，我国全地形车行业初具雏形，主要以生产小排量全地形车并对外出口为主，市场整体较为无序，技术水平、产品质量、企业规模等参差不齐。2000 年以来，部分汽车零部件企业和摩托车企业进入全地形车行业，将成熟的汽车和摩托车生产工艺运用到全地形车上，带动了全地形车产品品质的提升和行业的快速发展，也相应加剧了市场竞争。其后，国家相关部门对全地形车行业的生产和出口进行了规范和管理，从而逐步提升国内产品品质，实现了与国际市场接轨。2004 年 11 月，国家发改委发布了《车辆识别代号管理办法（试行）》，对整车及配件生产企业实施车辆识别代码（VIN 码）管理；2006 年 12 月，国家商务部发布《2007 年发证机构目录（出口）》，开始对全地形车实行全球出口许可认证管理。历经 20 余年的发展，我国全地形车产品从小排量

全地形车更新迭代形成多层次、多品种的产品体系，行业也逐渐规模化、规范化。近十年来，我国全地形车行业市场规模逐年提升且呈现明显的出口导向型特征，出口比例达到 90%以上，其中，北美、欧洲是我国主要的出口市场。

B. 我国全地形车行业市场规模有望进一步提高

从国内需求来看，全地形车所代表的竞技运动、时尚潮流、生活方式和运动文化正在向居民生活渗透，随着国内全地形车俱乐部和相关赛事的快速发展，全地形车将逐渐成为年轻人追求运动娱乐、潮流生活的选择之一。因此，随着我国居民购买力和消费水平的提高，全地形车作为兼具实用与娱乐的动力运动产品正逐渐被消费者认识和接纳，行业的市场规模也将逐步提高。

2、行业技术水平、技术特点及发展趋势

（1）行业技术水平、技术特点

经过多年的发展，我国非道路越野车行业技术水平取得了长足的进步，行业整体技术水平与国际先进水平的差距正在逐步缩小。尤其是近年来，在国家制造业转型和产业创新的战略引导下，同行业企业越来越重视技术创新和技术储备。目前，行业内一些具有较强研发创新能力的大型龙头企业，已具备发动机、车架等多项关键零部件的自主研发与生产能力，在产品的设计理念、生产工艺、性能品质和配套体系等方面都有了较大的提升。国内两轮越野摩托车和全地形车企业已从早期提供贴牌生产和代加工服务，逐步发展形成自主设计和研发能力，建立和经营自有品牌，春风动力、华洋赛车等一批具有自主品牌运营能力、研发创新能力和生产制造能力的企业已逐渐在国际市场崭露头角，获得了一定的市场份额和品牌口碑。

（2）行业技术的发展趋势

目前，两轮越野摩托车和全地形车已在安全性和功能性的基础上，逐步向中大排量、电动化等方向发展。未来，产品的设计将更加潮流前卫，并将不断应用更高附加值的零配件和电池技术，实现产品环保性、安全性、动力性、操控性和舒适性的进一步提高。

①摩托车休闲娱乐市场加速发展，助推中大排量段产品需求增长

随着社会经济的发展和居民收入水平的提升，人们追求更多元化、个性化、差异化的生活及休闲娱乐方式。摩托车作为短途代步工具的实用功能逐渐淡化，其作为时尚潮流的户外休闲娱乐功能愈加凸显和普及。同时，在世界摩托车越野锦标赛、全国摩托车越野锦标赛等赛事的风靡之下，我国摩托车休闲娱乐市场始终保持快速增长，中大排量段产品需求增长尤

其迅猛。根据中国摩托车商会数据，我国休闲娱乐产品车型中，150ml 至 250ml 排量产品的近十年平均增长率保持在 6%以上，250ml 以上排量产品近十年平均增长率为 50%左右。⁷

②UTV 成为全地形车行业发展新动力

随着全球经济的不断发展以及各地区生活消费水平的持续提升，全地形车市场呈现持续上升态势，市场规模自 2010 年的 66.5 万辆增长至 2021 年的 101 万辆，年均复合增长率为 3.87%。从产品结构上，全地形车主要分为 ATV 和 UTV 两大类。其中 UTV 产品凭借良好的驾驶体验以及较强的通过性与越野性，近年来受到众多消费者的青睐，呈现较高增速增长态势。2010 年，全球 UTV 产品的销量为 24 万辆，2021 年增长至 59.5 万辆，年复合增长率达 8.60%，系全地形车市场的主要增量市场⁸。

③电动摩托车市场潜力巨大

电动摩托车是我国摩托车的重要发展方向之一。电动摩托车具有扭力输出大、维护成本低、绿色低碳、无噪音、易驾驶等特点，近年来随着国家对于“绿色经济”及新能源产业发展的高度重视和政策引导，尤其是在双碳目标提出以后，电动摩托车出行成为更多人的选择。此外，快递、外卖等应用场景的快速发展，也催生了对电动摩托车的市场需求，其市场增长潜力较大。根据中国摩托车商会数据，2021 年我国电动摩托车产销 395.89 万辆和 394.28 万辆，同比增长 3.65%和 3.43%⁹，未来市场空间巨大。

3、行业特有的经营模式、周期性、季节性、区域性

（1）行业特有的经营模式

非道路越野车行业已形成了从产品开发、零部件采购、整车制造到市场营销的完整产业链。

其中，产品开发环节的关键在于市场需求分析、产品定位选择、开发质量验证与开发周期把控。目前，行业内优势企业已形成了从市场需求挖掘到产品验证的完整开发流程体系，具备了自主开发能力。由于非道路越野车的越野竞技特征，部分优势企业还通过专业赛车队等配套资源的完善掌握了精准调校能力，形成了独有的研发测试优势。

零部件采购环节的关键在于质量水平、交货周期、成本控制和同步开发能力。行业内优势企业通过提高关键零部件的自制能力、强化与供应商的定制化开发协同能力来保证质量一致性、订单交付及时性、强化成本管理和提高开发效率。

⁷ 数据来源：《2021-摩托车行业要问回顾》，中国摩托车商会

⁸ 数据来源：北极星公司年报

⁹ 数据来源：《产销快讯》2021 年第 12 期，中国摩托车商会

整车制造环节的关键在于物流控制、工艺保证和质量控制。行业内优势企业通过导入自动化生产设备和精益化管理方式，提升产品的生产效率和产品品质，降低生产成本，保障产品的交付品质和周期。

市场营销环节的关键在于营销模式、渠道建设和产品推广。行业内优势企业通过品牌建设、产品策划、渠道优化、服务网络完善来确保市场份额的提升。现阶段，国内非道路越野车生产企业主要以 OEM 和 ODM 的模式提供贴牌生产和代加工服务，少数具有自主知识产权和营销能力的企业通过多年的积累已逐步转型 OBM 模式，开始建立和发展自有品牌。OBM 模式要求企业兼具研发、设计和生产能力，同时能够建立和管理自有品牌和销售渠道，是三种模式中最具经营自主性和企业竞争力的模式。

（2）周期性和季节性

国民经济的景气程度对非道路越野车行业具有一定的影响。随着国民生产总值和人均可支配收入的提升，人们的消费能力和消费结构进一步升级，对户外运动休闲类产品的消费需求逐渐提升，因此，非道路越野车行业景气度与经济周期具有一定的关联性。

公司产品多以休闲娱乐为主，且海外主要适用人群多为 16 岁以下的儿童和青少年，因此在欧美国家常被作为感恩节、圣诞节、新年元旦等西方重要节日的赠送礼物，因此第四季度产品销售收入占比通常相对较高，具有一定的季节性。

（3）区域性

从全球市场看，非道路越野车行业具有明显的区域性特征。目前，欧美等发达国家和地区是两轮越野摩托车和全地形车产品最主要的需求和消费市场，其中北美市场主要集中在美国、加拿大等，欧洲市场主要集中在俄罗斯、英国、意大利、法国等，大洋洲市场主要为澳大利亚、新西兰等。

供给方面，亚太和欧洲是两轮越野摩托车的主要供应地区，亚太和北美是全地形车的主要供应地区。中国非道路越野车则呈现明显的出口导向型特征，目前产地主要分布在浙江、重庆和广东等地。

4、发行人所处行业的主要壁垒

非道路越野车行业属于技术密集、资金密集行业，行业内企业历经多年，培养和积累了较强的研发与创新能力、完善的营销售后网络、先进的生产工艺和良好的市场声誉，新进入者的进入壁垒日渐提高。

（1）技术壁垒

非道路越野车的特殊应用场景要求两轮越野摩托车和全地形车不仅具有较好的耐用性、可靠性、安全性和舒适度，还应具有轻量化、低排放和较好的动力性、操控性等特点，对于产品自零部件至整机的技术水平与设计理念均具有较高要求。由于非道路越野车的竞技性能要求较高且行业内尚未形成标准规范，专业的调校测试团队和测试数据积累更有助于企业掌握关键性能参数、形成研发创新优势。同时，随着下游应用领域的拓展和客户需求的日趋个性化，行业对企业的快速反应能力和投入量产能力也提出了较高要求。因此，要保持高水准的产品技术和生产工艺，需要企业能够配备一批经验丰富的研发和技术团队，同时配置一系列精密的检测仪器，并建立完善的研发流程和质量控制体系。核心研发技术和先进制造工艺的积累和完善，需要一个较长的过程，对于潜在的新进入者来说，短期内很难做到，因此，行业的技术壁垒相应提高。

（2）市场准入壁垒

欧洲、北美是非道路越野车的主要消费市场，也是我国非道路越野车的主要出口地区。这些国家和地区对于产品的安全和环保均有较高要求，在市场准入方面设置了诸多认证标准，例如环保方面，美国有 EPA 认证、CARB 认证等，安全方面，欧洲有 CE 认证和 e-mark 认证等。行业准入条件的提高，使得潜在的新进入者很难在短时间内获得相应的资质，提高了其进入壁垒。

（3）品牌及渠道壁垒

非道路越野车在户外非道路条件和场地赛事方面的应用，使得终端消费者对于产品性能、质量可靠性和稳定性等均有着较高的要求，因此其对于产品品牌的选择非常慎重，对于品牌的认可度也很大程度上影响着其消费黏性。品牌的建立与传播需要企业相当长的时间积累，这对于潜在的新进入者而言，难以在短时间内获得终端消费者的品牌认可，构成了较强的品牌壁垒。

在渠道建设方面，目前国内大部分企业主要在全球各国以开发经销商的形式拓展销售渠道，经销商的选择和管理、销售渠道的数量和质量均直接影响企业在当地销售业绩的实现。拥有较强品牌影响力和规模实力的企业对于下游经销商的选择拥有更强的主动权，在经销商管理方面能够要求其使用统一的 VI 设计进行标准化陈列，并有机会获取当地最新的市场动态和发展趋势，从而能够更快速地响应、甚至预判市场需求。而随着合作时间的延续，企业与经销商之间建立了互相互信和认可，合作关系更加稳固。同时，全球销售渠道的建立还需要企业对于海外市场的法律法规、消费者特征具有足够且深入的了解。因此，对于潜在的

新进入者而言，难以在短期内建立全球销售网络，构成了一定的销售渠道壁垒。

（4）人才壁垒

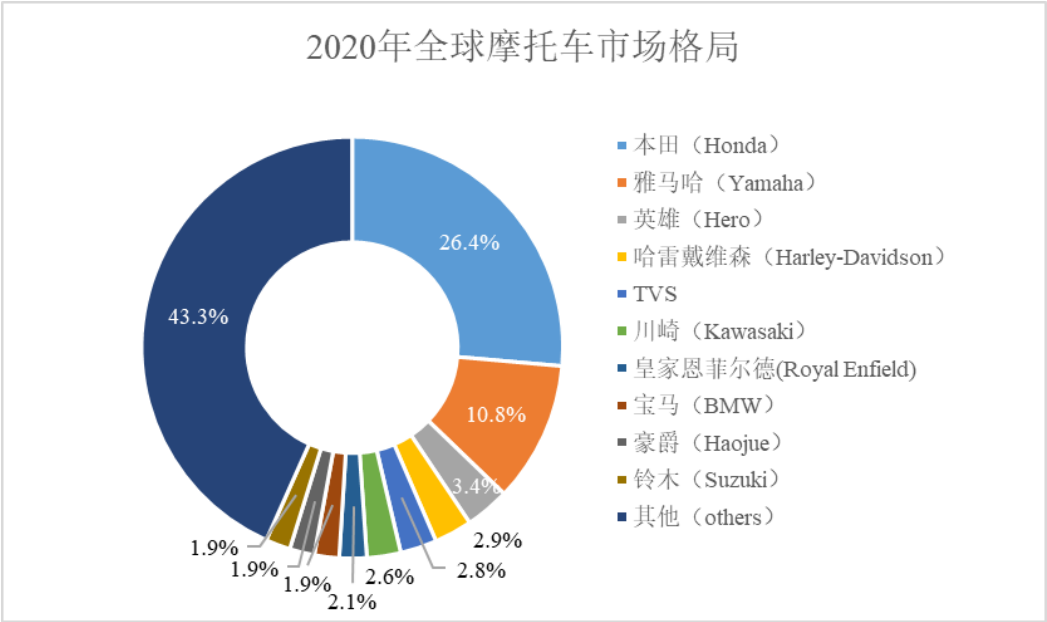
非道路越野车是摩托车行业中专业性和技术性要求较高的细分领域，要求企业不仅具有普通民用摩托车的研发和生产制造能力，还需要企业能够深入理解非道路越野车文化和产品性能特点，是非道路越野车文化理念、先进制造技术、研发技术和企业经营管理的深度融合。这就要求企业不仅拥有专业的技术研发人员、有操作资质的熟练技术工人，还需要具有丰富经验的生产管理人员和市场销售人员，以及对于非道路越野车文化有深入了解甚至参赛经验的团队资源。人才的培养需要经过较长时间的积累，对于潜在的新进入者而言，构成了人才壁垒。

（四）发行人市场地位及行业竞争情况

1、市场供需情况及行业竞争格局

（1）摩托车行业供需及行业竞争格局

在国际摩托车市场竞争中，日系品牌凭借其产品外形美观、性能较好和性价比较高等优势占据较大市场份额，以本田、雅马哈、铃木和川崎等为代表；欧洲品牌数量众多且定位中高端，以德国宝马、英国皇家恩菲尔德、意大利的比亚乔、奥地利的 KTM 等为代表；美国则以哈雷戴维森为代表的机车文化盛行。2020 年，全球摩托车市场较为集中，前十品牌占据市场 56.7%的份额，其中本田、雅马哈、英雄位列前三，占比分别为 26.4%、10.8%、3.4%。



数据来源：《Motorcycles Report 2021》,Statista

目前国内摩托车行业发展成熟，市场集中度较高，以大长江、隆鑫、宗申、银翔、力帆

等为代表的前十大摩托车企业占据市场份额的一半以上，但非道路两轮摩托车产品专业程度高，行业市场参与度较少，市场集中度较高，行业内企业以华洋赛车、阿波罗、涛涛车业等为代表，逐渐形成了一定的市场规模。近年来，随着品牌影响力的提升及渠道布局的完善，公司两轮产品的市场占有率逐步提升，根据 Statista 及公司销量数据推算，2021 年全球非道路两轮摩托车销量预计为 126.44 万辆，公司当年两轮产品销量为 10.73 万辆，公司两轮产品占全球非道路两轮摩托车市场的比例约为 8.49%。

（2）全地形车行业供需及行业竞争格局

经过多年的发展，全球全地形车行业已经形成了较为稳定的市场格局，北美及日本制造商最早从事全地形车的开发、生产和制造，具有产品技术、销售渠道、品牌知名度、企业规模等先发优势，在国际市场上占据领先优势。从供给端来看，全球全地形车的主要产地集中在北美和日本，北美制造商以北极星、约翰迪尔、北极猫、庞巴迪为代表，日本制造商以川崎、久保田、本田、铃木、雅马哈为代表，占据了全球全地形车的主要市场，中国制造商所占比重则相对较低。从消费端来看，全球全地形车的消费主要集中在欧洲和北美等发达国家和地区。

全地形车行业在我国起步较晚，尚属于新兴市场。目前我国全地形车制造商以民营企业为主，且主要集中在浙江和重庆两地，行业内逐渐涌现出了一批如春风动力、华洋赛车、重庆环松、林海股份等一批具有自主品牌运营能力、研发创新能力和生产制造能力的企业。近年来，随着公司全地形车投入量产，公司四轮产品的市场占有率持续提升，根据北极星年报数据及公司销量数据推算，2021 年全球全地形车中 ATV 销量为 41.50 万辆，公司当年四轮产品销量为 7.29 万辆，公司销量占全球全地形车中 ATV 产品市场的比例约为 17.56%。同时，鉴于 UTV 是未来全地形车行业的主要增量市场，公司已着手开展 UTV 的研发，为公司四轮产品的品类完善和市场增长持续注入成长动力。

2、公司的市场地位

自设立以来，公司深耕动力运动装备领域的研发、生产和销售，积累了丰富的非道路越野车研发和设计经验，凭借其团队成员的专业特长、长期经验的积累以及对产品的透彻理解，公司的产品设计能力在非道路越野车行业中处于优势地位。公司根据主要客群特点和使用场景针对性进行原创性产品开发设计，秉持轻量化与高强度相结合的产品设计理念、兼顾安全可靠性能及可接受的价格之间的平衡，得到了全球细分市场用户的认可，树立了良好的品牌形象。公司在车架主体的结构设计，在动力性、加速性、制动性、操控性等整车性能的调校，

在高效传动系统设计等方面掌握核心技术，相较市场同类产品具有更佳的使用体验。

目前，公司进入了北美洲、欧洲、南美洲和大洋洲等国内外主流市场的五十余个国家和地区，在全球范围内拥有近百个经销客户、终端销售网点千余个，公司产品已进入了欧美等国际主流品牌市场的专业门店，公司品牌 KAYO 已成为动力运动装备领域国际知名的中国品牌。凭借着在全球市场较好的品牌美誉度和过硬的产品实力，公司具有较强的品牌议价能力和渠道管理能力。

公司于 2007 年首次组队参加全国锦标赛并获得业余组团体冠军，公司产品首次亮相全国级赛事并获得一致好评，从而进入国内市场。多年来，公司始终占据中国运动摩托车品牌优势地位，经销商及合作俱乐部遍及全国各省市。自 2008 年开始，公司与中国摩协合作创办全国锦标赛青少年组别赛事，多年来致力于赞助和从事中国运动摩托车领域青少年运动员的培养。

作为浙江省“专精特新”中小企业和高新技术企业，公司同样高度重视自主知识产权的保护。截至本招股说明书签署之日，公司已获得专利 82 项，其中发明专利 1 项，实用新型专利 36 项，外观设计专利 45 项。公司还是国家标准《全地形车防盗装置》(GB/T 34622-2017)、行业标准《摩托车和轻便摩托车用电线束总成》(QC/T 417-2021)的参与编制单位，是浙江制造团体标准《小排量内燃机式全地形车》(T/ZZB 1808-2020)的主要起草单位。

依靠自身完善的技术创新体系和越野摩托车文化配套资源，公司沉淀了较强的技术实力和丰富的生产经营经验，在行业内建立了良好的市场形象和品牌知名度。公司相继获得“浙江出口名牌”、“浙江省著名商标”、“浙江省科技型企业”、“浙江省专利示范企业”等荣誉。而在同行业内，公司多次获得中国汽车摩托车运动突出贡献奖、浙江省休闲运动车行业协会赛事突出贡献奖、浙江省休闲运动车行业协会优秀会员企业等荣誉。公司华洋赛车队自成立以来，多次获得全国摩托车赛事各项组别冠军。公司产品多年来被指定为全国摩托车越野锦标赛指定竞赛用车，在我国各级赛事中的参赛保有量占据前列地位。根据中国摩协出具的说明，公司研制的 T 系列新型摩托车赛车打破了国外摩托车赛车垄断的局面，为国产赛车争得了荣誉。根据中国摩托车商会出具的证明，在 2019 至 2021 年期间，公司生产的非道路两轮越野摩托车的产销量排名全国第一，四轮全地形车的产销量排名全国前列，属于非道路越野车细分领域的领军企业，是中国运动摩托车代表品牌之一。

3、公司的主要竞争优势

(1) 针对目标客群的原创性研发设计与技术创新实力获得全球用户广泛认可

领先的研发设计能力是公司发展最核心的动力源。凭借多年在行业内的人才和经验积淀，公司拥有丰富的非道路越野车研发经验和独特的设计理念，能够针对细分市场目标客群持续进行原创性产品设计开发。公司从车体外观设计、车架主体的结构设计、高效传动系统设计、整车性能的精准调校等多方面攻坚克难，通过经验积累及反复试验掌握各系列车型摩托车的关键性能参数，掌握各类钢铝型材及配比、空间结构设计等对产品性能的影响，达到轻量化与高强度、安全可靠的结合，使得公司的研发设计能力在非道路越野车行业处于优势地位，公司产品较市场同类产品具有更佳的使用体验。

①针对细分市场目标客群持续进行原创性产品设计开发，产品性能位于国内行业前列

国内市场对于非道路越野车尚未形成统一的行业标准。作为我国较早开展非道路越野车研发、生产与销售的企业，公司凭借团队自身的专业背景及多年来对市场敏锐的跟踪判断，积累了对产品透彻深入的理解，掌握了各系列车型摩托车的关键性能参数，具备原创性研发设计能力，产品性能位于国内行业前列，引领了国内市场同行业产品的更迭。自设立以来，公司聚焦于 50-300CC 排量产品，针对主要客群特点，原创性开展非道路越野车的研发设计并推出符合客群需求的车型，同时，越野车作为一种体验型产品，公司前卫运动的外观设计也是公司产品吸引青少年等客群的一大亮点。公司自主研发出青少年竞赛越野车、成人竞赛越野车、电喷技术越野竞赛用车等多款车型，为实现我国越野摩托车的国产化替代作出卓越贡献。根据中国摩协出具的说明，公司研制的 T 系列新型摩托车赛车打破了国外摩托车赛车垄断的局面，为国产赛车争得了荣誉。

公司产品主要应用于休闲娱乐及场地赛事等场景，对产品的外观时尚度、安全性、动力性、整车轻量化均具有较高要求。以安全性为例，公司高度重视产品对骑乘者的安全保护措施，凭借近二十年的行业经验和技術积累，形成了多种车辆安全性技术成果，例如通过车辆限速装置和多级车速调整装置限制车辆最高车速，防止骑乘者因车速过快不易控制导致事故的发生；针对骑行过程中的突发情况，如车辆侧翻或骑乘人员摔倒等，通过设置应急熄火装置使发动机及时断电熄火，避免发生二次伤害；通过全包围式的链罩设计，避免骑行过程中的异物进入链条和链轮，影响链条传动而导致车辆失速等事故的发生。

因此，凭借公司独到的产品理解、优质的产品性能和品质以及多年来在越野摩托车领域的积累和沉淀，公司的技术研发能力也获得了来自多方的认可，对公司产品进入全球主流品牌市场起到了关键作用。

②车架的空间结构设计及材料配比等实现轻量化与高强度的平衡

考虑到场地越野赛事和户外娱乐场景的应用，非道路越野车产品在具备舒适性、安全性、外观时尚性特征的同时，还需具有较高的性能要求。整车轻量化是提升车辆性能的关键指标，直接影响整车的动力性和操控性。车架是非道路越野车的核心零部件，是跨接车辆前后的框架式结构，起到支撑和链接车辆各总成的关键性作用，同时还需具备足够的强度和刚度以承受车辆的载荷和来自各连接件的冲击，而其材质和体积使其重量通常较大，因此车架是整车轻量化与高强度平衡的关键部件。因此，公司从车架的空间结构设计入手，辅以材料选用、强度校核等方面进行整车轻量化研发，力求实现越野竞技车辆车速更大、加速更快、跳跃更高的目标。

在空间结构设计方面，公司采用中空结构的前、后轮轴设计及运用特种钢、铬钼钢，在保证越野摩托车高强度冲击和高负荷运转的情况下，实现动力性和可靠性的结合；公司竞技 ATV 车架总成用于全地形车辆承载动力系统和连接前后悬挂系统，其前后三角形结构稳固和中间环形结构设计使车架的强度结构更稳定耐用，同时通过优化整体布局，在保证强度前提下，实现轻量化设计，更有利于竞技车辆的加速性；公司两轮越野摩托车采用公司独创的三梁车架结构，大大提高了车架的强度，满足车辆在越野赛事中产生的高速冲击对车架的高强度要求。

在材料选用方面，公司在车架、平叉、方向把等部件上采用了高强度铝合金及锻造铝合金材料，使整车轻量化、外观的美观度进一步得到提升；在强度校核方面，公司通过计算机 CAE 模拟仿真分析，进行车架、车体结构的强度分析校核，实现轻量化和高强度的科学平衡优化等。

③精准调校实现良好骑行操控体验，完善的配套资源强化性能提升

非道路越野车是摩托车行业中专业性和技术性要求较高的细分领域，要求企业不仅具有普通民用摩托车的研发和生产制造能力，还需要企业能够深入理解并将非道路越野车文化、体育文化、休闲娱乐文化和产品性能特点等内容进行高度融合。公司建有标准化的越野摩托车试验场和摩托车运动培训基地，签约多名全国冠军级别的赛车运动员及教练，并与其建立了有效的沟通合作机制。公司分别设计建造了高强度测试场地、普通强度测试场地，用大小平台、双峰、三峰、搓板路、水坑洼地、外超高弯道等障碍模仿野外恶劣环境，测试车辆的相关强度和性能。在公司新产品开发过程中，这些专业运动员能够在赛事级的测试环境下对车辆进行可靠性、安全性和耐久性的试验，实现公司独有的产品设计理念和精准的整车性能调校能力，使得公司产品性能更符合专业赛事水平，强化产品竞技性能的研发与创新。

以动力性能提升为例，公司针对场地赛事的特殊要求，在高转速、高功率、大扭矩等动力特性进行了深入研究和精准调校。例如，在 K6R 专业竞技版摩托车的车型设计中，公司采用独有的顶置双凸轮技术的大扭矩发动机，匹配大口径、双油门线、高响应的 FCR40 化油器以及大扭力油门转把，经过公司研发团队和华洋赛车队专业赛车手在不同路况下对车架与发动机、减震器等各类参数的匹配性和拟合性的精准调校和反复测试，实现了产品功率大、车速快、加速性强的特点。近年来，K6R 专业竞技版摩托车在国内各项赛事中屡夺冠军。

（2）品牌优势及渠道优势

公司品牌 KAYO 已成为动力运动装备领域国际知名的中国品牌。多年来，公司坚定发展自主品牌路线，凭借持续的自主研发创新、优质的产品质量和多年的业务拓展与积累，公司产品已进入了欧美等国际主流品牌市场的专业门店，得到了全球细分市场用户的广泛认可，具有较强的品牌议价能力和渠道管理能力。目前，公司产品销售主要采取人民币定价方式及款到发货或清关前付清全款的结算方式，降低了人民币汇率波动和信用风险。

①公司与经销商形成了合作共赢的良性合作关系，共同提升 KAYO 品牌影响力

公司建立了完善的销售网络和经销商管理体系，具有较强的渠道管理能力。在市场网络方面，公司进入了北美洲、欧洲、南美洲和大洋洲等国内外主流市场的五十余个国家和地区，在全球范围内拥有近百个经销客户、终端销售网点千余个，公司产品受到主流市场经销商和消费者的认可。在渠道管理及品牌经营方面，经销商按照公司统一的设计风格进行门店、网站等推广活动，通过社交媒体、报纸杂志、官方网站、赛事推广等多种方式开展对 KAYO 品牌的宣传，与公司形成了合作共赢的良性合作关系。以美国市场为例，公司授权经销商销售区域覆盖全美各州，终端销售网点达 500 余个，公司产品受到美国市场动力运动行业的广泛认可。另外，公司顺应市场消费习惯及需求变化，设立天猫、京东等线上销售平台，多渠道、立体化地构建并优化销售渠道，实现销售网络的全面覆盖。

②全产业链的越野摩托车文化生态助推 KAYO 品牌的进一步推广

公司通过建设华洋赛车培训基地、组建华洋赛车队、参与国内外专业赛事等，逐渐构建起了具有华洋特色的越野摩托车文化生态。专业优质的品牌形象使公司产品受到来自专业赛事协会和同行业的广泛认可，进一步助推 KAYO 品牌的建立和发展。

公司自 2015 年成立华洋赛车队以来，积极参与、承办国内外越野摩托车各项赛事，取得了较多赛事荣誉，进一步提升了公司的品牌知名度和认可度。此外，在户外运动文化蓬勃发展的当下，公司积极开展越野摩托车赛事培训服务，拥有专业级别的华洋赛车培训基地和

华洋赛车俱乐部，全方位完善具有华洋特色的越野摩托车文化生态。公司华洋赛车队赛事获奖的主要荣誉情况如下：

序号	赛事名称	组别	所获奖项	赛事时间
1	2022 年“路遥杯”越野摩托车赛（邢台站）	国产组	冠军	2022 年 8 月
		进口组	冠军	
2	2021 年“麟威汽摩杯”九龙越野摩托车邀请赛	A 组	冠军	2021 年 10 月
3	“正大杯”越野摩托车场地赛	国产 A 组	第一名	2020 年 7 月
4	2019“亿健杯”中国摩托车越野锦标赛·永康站	国产 250A 组	团体亚军	2019 年 10 月
		国产 250B 组	团体冠军	
		青少年组	冠军	
5	2019 年“大庆赛车小镇杯”中国汽车场地越野锦标赛	国产 250A 组	团体亚军	2019 年 7 月
		国产 250B 组	团体亚军	
		青少年组	冠军	
6	2018“众泰杯”中国摩托车越野锦标赛	团体国产 A 组	团体第一名	2018 年 10 月
7	2018 年“中煤平朔”杯中国摩托车越野锦标赛	青少年车型组	团体冠军	2018 年 8 月

凭借公司独到的产品理解、优质的产品性能和品质以及多年来在越野摩托车领域的积累和沉淀，公司及其产品受到业内广泛的认可和好评。公司系中国摩托车商会第四届理事会理事单位、中国汽车摩托车运动联合会会员单位、浙江省体育产业联合会理事单位、浙江省休闲运动车行业协会会员单位、浙江省成长型文化企业（第四批），多次获得中国汽车摩托车运动突出贡献奖、浙江省休闲运动车行业协会赛事突出贡献奖、浙江省休闲运动车行业协会优秀会员企业等荣誉，公司的华洋赛车培训基地获得浙江省越野摩托车运动培训基地、浙江省（青少年）越野摩托车指定竞赛场地等认定。同时，公司所产车型广泛应用于国家各级赛事，品牌实力得到逐步加强与深化。

（3）稳定出色的品质保障能力

公司高度重视产品质量控制，建立了一套完整、高效的质量管理体系，在产品开发、供应商管理、原材料采购、自制零部件及成品生产检测、仓储和销售等各环节建立了完备的质量管理程序，同时积极提升生产工艺的自动化水平，积极创新工装技术，配备了精密的质量检测设备，并且拥有一个经验丰富、高素质的质量管理团队，在持续提高产品品质和生产效率的同时，确保产品质量的稳定性和一致性。

公司产品目前已进入欧美等海外成熟市场，严格按照主要出口国家和地区的准入标准进行质量控制。公司已通过了 ISO9001 质量管理体系认证，主要产品已分别通过 EPA、CE 等国际认证标准。凭借严格的工艺技术标准和完善的质量控制体系，公司产品在国内外市场受

到了广泛的认可。

（4）专业的管理与技术团队是公司多年稳健发展的重要基石

非道路越野车是摩托车行业中专业性和技术性要求较高的细分领域，要求企业不仅具有普通民用摩托车的研发和生产制造能力，还需要企业能够深入理解非道路越野车文化和产品性能特点，这就要求企业组建专业的非道路越野车管理与技术团队。

公司高度重视专业人才梯队的建设，通过自主培养和外部引进的方式，培育了一大批优秀的管理和技术人才，拥有专业的非道路越野车研制团队，人才优势凸显。公司创始团队及股东均系我国较早一批从事摩托车生产制造的专业技术人员，早期曾在天津本田摩托有限公司、天津富士达摩托车制造有限公司等公司任职。公司控股股东、实际控制人戴继刚先生在1993年前往日本本田（HONDA）研修和学习摩托车制造技术，曾担任国际摩联越野委员会国际赛事仲裁员、中国汽车摩托车运动联合会摩托车越野委员会委员等，被评为“浙体产业十周年高光人物”、“浙江省体育产业领军人物”等荣誉，在业内享有较高声誉。目前，公司拥有成熟的越野运动摩托车专业技术人才储备，公司拥有高级工程师3人、中级工程师18人，覆盖各产品领域和专业技术方向，是公司历年来开拓市场空间、赢得客户认可的重要技术基石。总体而言，公司专业的人才梯队，有利于公司积极应对变化的市场环境，提升企业竞争力。

（5）供应链高效协同，保障采购需求、质量与交期

得益于多年的行业积累以及公司稳定增长的生产规模，公司在上游原材料采购领域已经积累了较为丰富的供应商渠道和采购经验，拥有较强的供应链协同优势。公司产品具有较高的专业性，市场上标准化的零部件难以满足公司产品设计及性能需求。公司具备较强的零部件定制化开发能力，对发动机、减震器、轮胎等关键零部件，公司根据研发设计需求及对零部件性能的理解，对供应商提出明确的设计参数要求，并协同供应商共同开发或定制开发后经公司测试验证使用，保障公司产品设计得以顺畅产业化。

多年来，公司已积累了一批合作关系稳固、供应稳定的供应商资源，与多家零部件行业龙头企业形成战略合作关系。同时，公司所在地已形成了“永武缙”五金产业带，大部分原材料可实现就近、及时采购，具有一定的区域优势。基于多年的合作默契以及公司优质的付款信誉，供应商能够根据公司需求快速响应，有效保障了采购的价格、质量与交期。

4、公司主要竞争劣势

（1）融资渠道单一

公司正处于快速发展阶段，需要在技术研发、生产管理、市场拓展等各方面进行大量的资金投入，以保持并进一步提升产品和市场优势。目前公司经营主要依赖于自有资金周转，现有融资渠道局限于银行借款及股东投入，限制了公司对新技术、新设备、新市场的投入力度。公司经营性现金流虽较为健康，但面对较大规模的资本性投入需求，融资渠道的受限将制约公司的发展速度，不利于公司未来综合竞争力的提升。

（2）产品结构有待丰富

公司专注于非道路越野车的自主研发、生产和销售，虽然该细分领域具有一定的市场规模，且公司在中小排量领域产品种类齐全并已形成了一定的市场地位，但相较于同行业可比公司尤其是本田、雅马哈等国际知名企业，公司存在产品结构相对单一的劣势。未来，公司将在巩固和强化中小排量领域优势地位的前提下，逐步加强大排量、电动化、UTV 以及道路车辆等产品的开发，以期持续拓展产品应用领域、优化产品结构，形成更为丰富的产品体系。

（3）人才引进有待增强

公司自成立以来，一直将人才发展战略作为公司经营的核心内容。经过近二十年的发展，公司建立了一支高效、专业的技术人才队伍，积累了丰富的经验，具备较强的技术创新水平，是公司历年来开拓市场空间、赢得客户认可的重要技术基石。虽然公司现有的人才储备能够满足当前和未来一段时期的正常经营，但随着消费者对产品个性化需求的日益多元，以及公司产品系列的不断增多、生产规模的持续扩大，公司对各类专业人才的需求也将持续增多，而人才的培养需要时间积累和文化适应，这就要求公司加强人才体系建设，以应对市场变化、确保业务的持续性发展。未来，公司将持续加大对技术人才的引进，通过积极引进和自主培养提升人才体系的综合实力，为公司未来的业务发展奠定坚实的基础。

5、公司面临的机遇与挑战

（1）公司面临的机遇

①消费升级助推户外休闲娱乐风潮，越野摩托车运动普及度提高

随着我国 GDP 和人均可支配收入的提升，居民的消费能力和消费水平不断提高，对休闲娱乐的需求也与日俱增。我国的人均可支配收入由 2015 年的 21,966 元增长至 2021 年的 35,128 元，呈现逐年上升趋势。随着越野摩托车及全地形车企业在中国大力推广，通过各项竞技赛事的举办、各地俱乐部的成立，使得越野摩托车作为一种休闲运动用车被越来越多的人所接受，未来国内市场发展前景可期。

欧美等国外市场发展则相对成熟，人们对非道路越野车在休闲娱乐和实用性上都已广泛应用，尤其是发行人所生产销售的两轮越野摩托车和中小排量全地形车，不仅可用于儿童及青少年的娱乐，还可作为户外作业、农场管理、消防巡逻等日常代步作业，具有广泛且稳定的应用场景和消费者群体。

②国家政策支持与引导营造规范、良好的行业环境

历年来，国家相继出台一系列法律法规和产业政策，对行业发展起到了宏观调控作用，能够有效规范和促进行业的健康有序发展，营造了有利于公司生产经营和可持续发展的行业环境，例如《车辆识别代号管理办法（试行）》、《关于进一步规范汽车和摩托车产品出口秩序的通知》、《非道路移动机械污染防治技术政策》等一系列政策条例的出台，从生产、出口、环保等全方位推动了行业的规范经营，增强国内企业的整体国际市场竞争力。

同时，随着消费结构和产业结构的升级，国家积极鼓励和支持运动健身、旅游度假等户外休闲娱乐产业的发展。2019 年国务院发布的《国务院办公厅关于促进全民健身和体育消费推动体育产业高质量发展的意见》（国办发〔2019〕43 号）明确提出鼓励各地开发一批以汽车越野等为代表的户外运动项目。2016 年国务院发布的《关于加快发展健身休闲产业的指导意见》（国办发〔2016〕77 号）也鼓励企业通过海外并购、合资合作、联合开发等方式，提升山地户外运动、汽车摩托车运动等器材装备制造水平。一系列激励政策的颁布和实施提振了越野摩托车及全地形车行业前景，有利于行业发展空间的持续提升。

③工业配套的完善和技术水平的进步推动产业升级和企业革新

经过多年的发展，我国越野摩托车行业已经形成了完备的产业链和优质的工业配套能力。首先，我国越野摩托车生产制造的产业链完备，目前国内原材料供应充足，主要原材料及零部件已形成了如“永武缙”五金产业带一类的产业集群，可实现就近、及时采购，同时国内劳动力素质日渐提高，原材料供应和人才配备稳定性高，有利于产品质量水平提升和规模化生产。其次，优质的工业配套能力促进企业的关键核心技术突破，使得企业能够不断提高产品技术标准和自动化水平，紧跟国际市场需求变化，进一步推动产业升级和企业革新。

（2）公司面临的挑战

①原材料价格和人工成本上涨

公司产品的主要零部件为车架、发动机、减震器等，涉及钢材、铝等大宗商品，其价格波动对公司盈利能力有较大影响。同时，非道路越野车行业属于技术和劳动密集型行业，虽然公司致力于提升生产工艺的自动化水平，但国内劳动力成本的持续上升，进一步压缩了企

业的盈利空间。因此，原材料价格和人工成本的上涨会给公司经营带来一定影响。

②欧美及日系品牌占据市场主要份额，主流市场地位有待进一步提高

在国际市场多年发展历程中，欧美及日系品牌因其先发优势具有较强的产品技术、品牌知名度、企业规模和销售渠道资源，因此占据了目前市场主要份额。如日系品牌本田、雅马哈、铃木和川崎等，北美品牌北极星、庞巴迪、北极猫、约翰迪尔等，均已在行业内赢得了较高的品牌声誉、建立了广泛的营销渠道。相对于这些国际知名企业，公司在市场规模、品牌影响力方面仍存在一定差距，公司需通过增强资本实力、扩大产销规模、做好人才储备等多种途径进一步保持增长势头、提高行业地位。

6、行业内主要企业情况

公司自成立以来即专注于非道路越野车的生产，专业化程度较高，公司两大类主要产品所处行业的主要企业情况如下：

（1）两轮越野摩托车

①本田（Honda）

本田（Honda）成立于 1948 年，总部位于日本，其主要产品包括摩托车、汽车等，其摩托车和汽车产量和规模位于全球前列。本田（Honda）在全球 29 个国家和地区拥有 130 个以上的生产基地、20 多万名员工。2022 财年该公司实现营业收入 14.55 万亿日元。公司网站：<https://global.honda/>

②雅马哈（YAMAHA）

雅马哈（YAMAHA）成立于 1955 年，总部位于日本，其主要产品包括摩托车、摩托艇、发动机、非道路用车、电动车等。目前，雅马哈（YAMAHA）已进入全球 200 多个国家和地区，拥有 5 万余名员工。2022 年该公司实现营业收入 2.25 万亿日元。公司网站：<https://global.yamaha-motor.com/>

③Pierer Mobility AG（PMAG）

Pierer Mobility AG（PMAG）成立于 1934 年，总部位于奥地利，其主要产品包括动力两轮车、电动自行车等，是欧洲领先的动力两轮车制造商。Pierer Mobility AG（PMAG）拥有 KTM、HUSQVARNA 及 GASGAS 三大摩托车品牌、5,000 余名员工。2022 年该公司实现营业收入 24.37 亿欧元。公司网站：<https://www.pierermobility.com/en/>

④BETA

BETA 成立于 1905 年，总部位于意大利的里尼亚诺·苏尔阿诺。公司主营产品为越野摩

托车及相关配件，拥有 Enduro、Trial、ALP、Motard、Minibike 等系列产品。公司网站：
<https://www.betamotor.com/>

⑤SHERCO

SHERCO 成立于 1998 年，总部位于法国，专门从事越野摩托车的生产，拥有近二十种不同的车辆型号，其销售市场遍布五大洲，在 74 个国家拥有超过 1,100 个销售网点。公司网站：<https://www.sherco.com/en/>

⑥新贵尊

新贵尊成立于 2018 年，主营业务为越野摩托车的研发、设计、生产、销售和服务，主要产品为公路及非公路越野摩托车。该公司拥有 2.5 万 m² 的厂房面积，销售网点遍布全国各省市，并已出口至多个国家及地区。公司网站：<http://www.xgzsaiche.com/index.asp>

(2) 全地形车产品

①庞巴迪（BRP）

庞巴迪（BRP）成立于 1942 年，总部位于加拿大魁北克，其主要产品包括雪地摩托、全地形车、摩托车和私人游艇等，拥有 skidoo、Sea-Doo、Can-Am on-road 和 off-road 等八个动力型运动和海洋运动产业的标志性品牌。2022 财年该公司实现营业收入 100.33 亿加元。公司网站：<http://www.brp.cn/>

②北极星（Polaris）

北极星（Polaris）成立于 1954 年，总部位于美国明尼苏达州，其主要产品包括 ATV、UTV 及雪地摩托车等，是全球领先的全地形车专业生产企业。北极星（Polaris）拥有 RZR、RANGER、SPORTSMAN 等三十多个品牌，服务百余个国家和地区，拥有约 15,000 名员工。2022 年该公司实现营业收入 85.89 亿美元。公司网站：<https://www.polaris.com/>

③北极猫（Arctic Cat）

北极猫（Arctic Cat）成立于 1962 年，总部位于美国明尼苏达州，其主要产品包括全地形车、雪地车等动力运动产品。北极猫（Arctic Cat）在全球建立了广泛的销售网络，遍布于美国本土、加拿大、俄罗斯，并远销欧洲、中东、亚洲等国际市场。公司网站：
<https://arcticcat.txtsv.com/>

④本田（Honda）

详见本招股说明书“第五节/二/（四）/6、行业内主要企业情况”相关内容。

⑤雅马哈（YAMAHA）

详见本招股说明书“第五节/二/（四）/6、行业内主要企业情况”相关内容。

⑥春风动力

春风动力成立于 2003 年，2017 年在上交所上市，主营业务为全地形车、摩托车、游艇及后市场用品等的研发、生产和销售，主要产品有全地形车、摩托车等。2022 年该公司实现营业收入 113.78 亿元。公司网站：<https://www.cfmoto.com/>

⑦重庆环松

重庆环松成立于 1988 年，主营业务为 ATV、UTV 全地形车的研发和生产，主要产品为 ATV、UTV、异型车等。该公司拥有 1,000 亩地的总部研发生产基地，其厂房及办公面积 36 万平方，年生产能力达 10 万辆。公司网站：<http://www.hisunmotor.cn/>

⑧林海股份

林海股份成立于 1997 年，1997 年在上交所上市，主营业务为特种车辆（全地形车）、摩托车、农业机械、消防机械等及以上产品配件的制造和销售，主要产品有全地形车、摩托车及其发动机、插秧机等农业机械、通用发动机及小型发电机组、泵、油锯、风力灭火车、割灌机等小动力配套机械。2022 年该公司实现营业收入 7.30 亿元。公司网站：<http://www.linhaigroup.com/>

⑨涛涛车业

涛涛车业成立于 2015 年，主营业务为户外休闲娱乐及短途交通代步功能的汽车、电动车及其配件、用品研发、生产和销售，汽车主要包括 50cc~300cc 排量段的全地形车和 50cc~250cc 排量段的摩托车；电动车主要包括电动滑板车、电动平衡车、电动摩托车、电动自行车等。2022 年该公司实现营业收入 17.66 亿元。公司网站：<http://www.taotaoatv.com/>

（五）公司与同行业可比公司的比较情况

1、经营情况及市场地位对比

（1）主营业务及产品情况对比

公司与同行业上市公司主营业务及产品情况对比如下：

公司名称	主营业务	主要产品
北极星	专业从事全地形车的生产	ATV、UTV 及雪地摩托车等
春风动力	全地形车、摩托车、游艇及后市场用品等的研发、生产和销售	400cc 至 800cc 排量段 CForce、UForce、ZForce 四轮全地形车；125cc-250cc 小排量、250cc-500cc 中等排量、500cc 以上大排量摩托车
涛涛车业	专注于户外休闲娱乐兼具短途交通代步功能的汽车、电动车及其	汽车主要包括 50cc~300cc 排量段的全地形车和 50cc~250cc 排量段的摩托车；

	配件、用品研发、生产和销售	电动车主要包括电动滑板车、电动平衡车、电动摩托车、电动自行车等
本公司	从事非道路越野车的自主研发、生产和销售	Pit Bike（小越野）、Dirt Bike（大越野）、Mini Gp（小型公路赛车）、ATV（四轮全地形车）及 SSV（肩并肩坐全地形车）

（2）经营情况对比

公司与同行业上市公司经营情况对比如下：

单位：万元/万美元

公司名称	2022 年		2021 年		2020 年	
	营业收入	净利润	营业收入	净利润	营业收入	净利润
北极星	858,900.00	44,760.00	819,820.00	49,430.00	702,790.00	12,490.00
春风动力	1,137,801.69	73,993.96	786,148.80	41,149.78	452,561.53	35,370.31
涛涛车业	176,567.37	20,630.78	201,769.38	24,272.14	138,556.63	21,786.23
本公司	42,389.71	6,612.71	71,106.61	8,987.63	31,838.56	2,753.45

注：数据来源于定期报告、招股说明书，其中北极星金额单位为万美元。

2、技术实力对比

公司与同行业上市公司拥有专利权数量及 2022 年研发投入对比情况如下：

单位：万元/万美元

公司名称	境内专利权数量（项）	研发投入	研发投入占比
北极星	-	36,670.00	4.27%
春风动力	948	75,215.75	6.61%
涛涛车业	295	6,435.59	3.64%
本公司	82	1,625.00	3.83%

注：数据来源于招股说明书、定期报告，其中涛涛车业专利权数量截至 2023 年 2 月 27 日，春风动力专利权数量截至 2022 年 12 月 31 日。

3、衡量核心竞争力的关键业务数据及指标对比

2022 年，公司与同行业上市公司在经营情况、市场地位、技术实力、衡量核心竞争力的其他关键业务数据及指标等方面的对比情况如下：

公司名称	收入增长率	加权平均净资产收益率	毛利率
北极星	4.77%	38.49%	22.81%
春风动力	44.73%	17.93%	25.37%
涛涛车业	-12.49%	24.35%	35.75%
本公司	-40.39%	51.39%	21.85%

注：数据来源于招股说明书、定期报告、同花顺 IFIND。

三、 发行人主营业务情况

（一） 销售情况和主要客户

1、主要产品的规模情况

报告期内，发行人产销率处于合理水平。2020 年至 2021 年，发行人主要产品产能利用率较高，2021 年下半年开始，发行人进一步优化产品结构，大排量产品占比增加并主动削

减贴牌产品订单，同时由于部分客户受国际政治经济环境及前期备货影响，2022 年放缓下达新订单，因此上半年订单量有所回落使得发行人生产节奏有所放缓，2022 年产能利用率有所下滑。报告期内，发行人产销情况具体如下表所示：

单位：万辆

产品类别	项目	2022 年	2021 年	2020 年
两轮越野摩托车及全地形车	产能	20.00	20.00	10.00
	产量	7.48	18.83	10.00
	产能利用率	37.41%	94.17%	99.97%
	销量	8.46	18.02	9.12
	产销率	113.09%	95.68%	91.20%

注：销售包括 CKD 形式出口销量。

2、主营业务收入构成情况

报告期内，发行人主营业务收入的具体构成如下：

单位：万元

产品类别	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
两轮越野摩托车	21,938.95	54.33%	37,351.57	53.92%	18,870.66	61.60%
全地形车	18,440.19	45.67%	31,914.49	46.08%	11,764.51	38.40%
合计	40,379.14	100.00%	69,266.05	100.00%	30,635.17	100.00%

3、不同销售模式的销售情况

报告期内，公司主营业务收入按照直经销业务模式分类情况如下：

单位：万元

项目	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
经销	37,136.77	91.97%	56,843.76	82.07%	21,369.66	69.76%
直销	3,242.37	8.03%	12,422.29	17.93%	9,265.51	30.24%
合计	40,379.14	100.00%	69,266.05	100.00%	30,635.17	100.00%

报告期内，公司主营业务收入按照自有品牌与贴牌模式分类情况如下：

单位：万元

项目	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自有品牌	37,479.18	92.82%	57,059.11	82.38%	21,565.50	70.39%
贴牌	2,899.96	7.18%	12,206.94	17.62%	9,069.67	29.61%
合计	40,379.14	100.00%	69,266.05	100.00%	30,635.17	100.00%

报告期内，公司主营业务收入按照内外销业务模式分类情况如下：

单位：万元

项目	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
外销	36,515.77	90.43%	66,109.09	95.44%	28,212.07	92.09%
内销	3,863.38	9.57%	3,156.97	4.56%	2,423.10	7.91%

合计	40,379.14	100.00%	69,266.05	100.00%	30,635.17	100.00%

4、销售价格的总体变动情况

报告期内，发行人主要产品平均销售价格的变动情况如下表所示：

单位：元/辆

产品类别	2022 年	2021 年	2020 年
两轮越野摩托车	4,865.48	3,479.61	3,109.81
全地形车	4,666.51	4,380.55	3,858.99

2022 年，发行人两大类产品的平均销售单价均有不同程度的上涨。其中，两轮越野摩托车平均销售单价较 2021 年上升 39.83%，主要系发行人进一步优化产品结构，主动削减单价较低的贴牌产品占比，以及单价较高的大越野和高规格型号车型销售占比的增加所致；全地形车平均销售单价较 2021 年上升 6.53%，主要系高价值产品系列销售占比的增加以及产品提价所致。

5、产品或服务的主要客户群体

发行人主要客户包括国内外非道路越野车经销商等，如 PACIFIC RIM INT'L WEST INC.、SM-MOTORS, LLC 等。目前，公司两轮越野摩托车和 ATV 等主要产品已进入欧美等国际主流品牌市场，产品广泛应用于儿童娱乐、运动休闲、场地赛事、实用代步等场景。

6、报告期内前五名客户销售情况

报告期内，发行人前五名客户销售金额及占营业收入的比例具体情况如下：

2022 年			
序号	客户名称	销售金额（万元）	占比
1	PACIFIC RIM INT'L WEST INC.	14,231.59	33.57%
2	SM-MOTORS, LLC	10,448.76	24.65%
3	AUTO FANTASY S.R.L.	1,002.62	2.37%
4	VALUE GROUP ENTERPRISES DBA SSR MOTORSPORTS	938.74	2.21%
5	CARIBBEAN SPEED LINE FZE	928.75	2.19%
合计		27,550.45	64.99%
2021 年			
序号	客户名称	销售金额（万元）	占比
1	PACIFIC RIM INT'L WEST INC.	28,380.59	39.91%
2	SM-MOTORS, LLC	6,975.51	9.81%
3	VALUE GROUP ENTERPRISES DBA SSR MOTORSPORTS	6,614.02	9.30%
4	STOMP DISTRIBUTION LTD	2,700.14	3.80%
5	MRF TEAM MACIEJ MERCHEL ^注	2,341.36	3.29%
合计		47,011.62	66.11%
2020 年			
序号	客户名称	销售金额（万元）	占比
1	SM-MOTORS, LLC	6,490.12	20.38%
2	PACIFIC RIM INT'L WEST INC.	5,502.04	17.28%

3	VALUE GROUP ENTERPRISES DBA SSR MOTORSPORTS	5,482.88	17.22%
4	MRF TEAM MACIEJ MERCHEL ^注	1,386.38	4.35%
5	STOMP DISTRIBUTION LTD	1,344.24	4.22%
合计		20,205.66	63.46%

注：MRF TEAM MACIEJ MERCHEL 的销售金额包括 MRF TEAM MACIEJ MERCHEL、PITBIKE ZONE MARTA MERCHEL 以及 MPP TRADE SPOLKA Z.O.O

报告期内，发行人不存在向单个客户的销售比例超过销售总额的 50%或销售严重依赖于少数客户的情况。发行人及其董事、监事、高级管理人员、主要关联方或持有发行人 5%以上股份的股东，未在上述客户中拥有权益，也不存在关联关系。

（二） 采购情况及主要供应商

1、主要原材料采购情况及价格变动趋势

（1）主要原材料采购情况

公司生产所需的原材料主要包括发动机总成、减震器总成、轮胎、制动器、轮辋总成等。公司生产所需的主要原材料市场供应充足，采购渠道稳定，供货及时，能够满足发行人生产经营需求。

报告期内，公司主要原材料采购金额及占比情况如下表所示：

单位：万元

原材料类别	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
发动机总成	7,459.65	27.81%	15,477.61	28.06%	7,835.82	28.17%
减震器总成	2,621.22	9.77%	4,535.13	8.22%	2,490.81	8.96%
轮胎	1,582.88	5.90%	3,440.16	6.24%	1,546.41	5.56%
制动器	1,236.57	4.61%	2,755.31	4.99%	1,394.34	5.01%
轮辋总成	1,309.07	4.88%	2,617.28	4.74%	1,231.19	4.43%
包装材料	767.07	2.86%	1,840.89	3.34%	921.52	3.31%
化油器总成	432.24	1.61%	865.72	1.57%	497.78	1.79%
钢管	305.58	1.14%	747.66	1.36%	361.25	1.30%
合计	15,714.29	58.58%	32,279.75	58.51%	16,279.12	58.53%

（2）主要原材料价格波动情况

公司主要原材料的单价及变动情况如下：

单位：元/PCS

项目	2022 年		2021 年		2020 年	
	单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率
发动机总成	1,062.98	27.49%	833.76	7.86%	773.00	-13.25%
减震器总成	121.75	52.14%	80.02	0.86%	79.34	-20.96%
轮胎	73.87	19.67%	61.72	9.47%	56.39	-10.32%
制动器	41.82	20.91%	34.59	5.28%	32.86	-6.71%

轮辋总成	58.65	22.75%	47.78	2.33%	46.69	-18.53%
包装材料	27.42	-7.34%	29.59	12.64%	26.27	3.11%
化油器总成	58.92	23.60%	47.67	0.50%	47.44	-5.05%
钢管（元/吨）	6,086.26	-5.50%	6,440.35	26.29%	5,099.63	-3.75%

①主要原材料的采购单价波动情况

报告期内，公司原材料采购单价整体平稳，受大宗原材料价格上涨的影响，部分原材料在 2021 年单价有所上涨，除此之外，主要原材料的平均采购单价变动主要系产品系列、排量结构等因素综合影响所致。

其中，2020 年主要原材料的平均采购单价相较于 2019 年有所下降的主要原因系公司产品系列及排量结构的变化使得采购主要原材料规格型号不同所致。由于全地形车与两轮越野摩托车的产品结构、应用领域不同，二者对零部件的性能、尺寸要求也不尽相同，例如，两轮越野摩托车的越野竞技要求更高，因此对于减震器性能要求更高，通常同等排量下应用于两轮越野摩托车的减震器总成单价远高于全地形车减震器总成；而全地形车的轮胎一般更加宽厚耐磨，通常同等排量下应用于全地形车的轮胎单价高于两轮越野摩托车轮胎，因此，公司产品系列的结构变化影响零部件平均采购单价，2020 年公司全地形车产量自 2019 年的 1.33 万辆提升至 3.25 万辆，产量占比自 26.52% 上升至 32.51%，全地形车相关原材料采购量相应提升。同时，2020 年公司小排量产品的订单需求上升，2020 年公司排量较小的小越野销售占当年两轮越野摩托车的比重由 51.47% 增加到 60.74%，AY 系列销售占当年全地形车的比重由 18.34% 上升至 24.75%，小排量产品所需原材料通常体积较小、性能要求低、耗材更少，其单价也相对大排量较低，因此小排量产品结构性上升使得平均采购单价有所下降。

其中，2021 年主要原材料的平均采购单价相较于 2020 年有所上涨的主要原因系产品系列变化及大宗原材料价格上涨所致。2021 年公司全地形车产量进一步提升，自 2020 年的 3.25 万辆提升至 7.90 万辆，产量占比自 32.51% 进一步上升至 41.95%，全地形车相关原材料采购量相应提升；2021 年，钢材等大宗原材料价格有较大幅度上涨。

其中，2022 年主要原材料的平均采购单价相较于 2021 年呈现不同程度的波动，其中发动机总成、减震器总成、轮胎、制动器、轮辋总成、化油器总成的平均采购单价呈现较大幅度的增长，主要系公司产品排量结构的变化使得采购主要原材料规格型号不同所致，例如，2022 年，公司排量较大的大越野 K 系列和 T 系列的销售占两轮越野摩托车的比例从 2021 年的 36.37% 上升到 59.47%，因此排量较大产品结构性上升使得主要原材料的平均采购单价有所上升。另外，钢管及包装材料（主要为包装铁架）的平均采购单价呈现小幅下降，主要系原材料价格的回落所致。

以主要原材料中采购金额占比较高的发动机总成及减震器总成进行平均采购单价波动原因分析，具体如下：

A. 发动机总成

报告期内，公司发动机总成的平均采购单价分别为 773.00 元/PCS、833.76 元/PCS 和 1,062.98 元/PCS，分别变动-13.25%、7.86%和 27.49%。其中，2020 年发动机总成平均采购单价下降幅度较大的原因主要系小排量产品结构性上升，2021 年发动机总成平均采购单价上涨幅度较大的原因主要系原材料价格上涨，2022 年发动机总成平均采购单价上涨幅度较大的原因主要系排量较大产品占比上升。

报告期内，公司不同排量段的发动机总成平均采购单价及采购占比情况具体如下：

单位：元/PCS

发动机排量区间	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	平均单价	采购占比	平均单价	采购占比	平均单价	采购占比
150CC 及以下	697.18	40.77%	646.80	62.16%	597.84 ^{注2}	62.45%
其中：125CC 及以下	606.16	27.94%	573.00	45.06%	526.65	45.67%
125CC 至 150CC	1,036.04	12.83%	978.98	17.10%	945.75	16.78%
150CC 至 250CC	1,646.41	57.97%	1,579.58	37.47%	1,483.68	36.52%
250CC 以上	3,292.89	1.26%	3,191.30 ^{注3}	0.37%	3,479.67	1.03%
合计	-	100.00%	-	100.00%	-	100.00%

注 1：采购占比为占当期发动机采购金额的比例；

注 2：2020 年小排量发动机平均采购单价有所下降的主要原因系细分排量段的结构变化所致，即 125CC 及以下排量发动机的采购占比自 2019 年 30.33%提升至 2020 年 45.67%；

注 3：2021 年 250CC 以上发动机采购单价有所下降的主要原因系公司 2019 年和 2020 年均采购 300CC 及 450CC 两种大排量产品，2021 年未采购 450CC 发动机。由于 450CC 发动机单价较高，因此，2021 年未采购 450CC 使得当年大排量发动机的采购平均单价有所下降。

报告期内，公司 150CC 及以下排量段发动机（以下简称：小排量发动机）的采购占比分别为 62.45%、62.16%和 40.77%，150CC 至 250CC 排量段发动机（以下简称：中排量发动机）的采购占比分别为 36.52%、37.47%和 57.97%，2020 年相较 2019 年小排量发动机采购占比上升 13.20%，中排量发动机下降 13.43%。小排量发动机采购平均单价在 600-700 元/PCS，远低于中排量发动机的采购平均单价 1,400-1,700 元/PCS，因此，2020 年小排量发动机采购占比明显结构性上升后，当年的发动机平均单价有所下降。

2022 年相较 2021 年小排量发动机采购占比下降 21.38 个百分点，中排量发动机上升 20.50 个百分点。因此，2022 年中排量发动机采购占比明显结构性上升后，当年的发动机平均单价有所上涨。

进一步选取发动机总成主要型号进行分析，报告期内，公司同种型号的发动机总成的采

购单价整体平稳，2021 年由于发动机总成的主要材质钢材及铝材的价格上涨，发动机总成采购单价有所上升。报告期内，公司同种型号发动机总成的采购单价及变动情况如下：

单位：元/PCS

项目		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
大类	存货编码	单价	变动	单价	变动	单价	变动
发动机总成	101000-0464	1185.84	4.95%	1,129.86	0.93%	1,119.47	-0.12%
	101000-0413	-	-	493.85	1.46%	486.73	0.03%
	101000-0144	-	-	569.28	2.93%	553.10	0.02%
	101000-0519	1575.61	1.99%	1,544.89	2.39%	1,508.85	0.00%
	101000-0010	-	-	519.47	7.27%	484.27	1.05%
	101000-0588	690.27	0.00%	690.27	-	-	-
	101000-0548	1516.04	1.52%	1,493.32	2.83%	1,452.21	-

注：2022 年未采购存货编码为 101000-0413、101000-0144、101000-0010 的发动机总成，故无单价对比。

B. 减震器总成

报告期内，公司减震器总成的平均采购单价分别为 79.34 元/PCS、80.02 元/PCS 和 121.75 元/PCS，分别变动-20.96%、0.86%和 52.14%。其中，2020 年减震器总成平均采购单价下降幅度较大的原因主要系产品系列及排量结构的变化使得减震器总成的规格型号不同所致。由于应用于全地形车的减震器总成单价远低于两轮越野摩托车，因此全地形车产量占比提升后，叠加小排量产品减震器总成的占比提升，公司减震器总成平均单价有所下降。其中，2021 年减震器总成的平均采购单价有一定提升的原因系原材料价格上涨与产品结构变化的综合影响所致。

其中，2022 年减震器总成的平均采购单价有较大幅度提升的原因主要系排量较大产品的结构性上升以及 K6、K6-R、AU 系列等同系列中高价值产品的占比提升所致。大排量高价值产品更注重减震器的性能要求，而高性能减震器单价更高，例如公司 2022 年新增向世界知名的减震器品牌 KYB 的全资子公司无锡凯迩必拓普减震器有限公司采购减震器，其减震器品质及性能水平处于国际领先水平，具有制造精度高、减震行程长等优势，如公司向其采购的前减震器总成主要用于竞技类车型 K6-R，其单价在 1,600 元/PCS 左右，远高于其他减震器。

进一步选取减震器总成主要型号进行分析，报告期内，公司同种型号的减震器总成的采购单价整体平稳，2021 年及 2022 年采购单价有所上涨主要系原材料铝材价格上涨所致。报告期内，公司同种型号减震器总成的采购单价及变动情况如下：

单位：元/PCS

项目		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
大类	存货编码	单价	变动	单价	变动	单价	变动

减震器总成	502000-0035	98.23	2.35%	95.97	4.05%	92.24	-0.78%
	501000-0052/0051	514.60	3.33%	498.01	3.54%	480.97	-0.13%
	501000-0047/0048	155.54	1.43%	153.35	5.34%	145.58	-0.08%
	502000-0017	64.16	1.10%	63.46	5.18%	60.34	0.00%

②公司主要原材料采购单价与公开价格的对比及公允性分析

考虑公司主要原材料的公开价格数据可获得性，结合发动机总成占公司原材料采购占比约 28%，故选取发动机总成的采购价格与公开价格进行对比；同时，由于公司主要原材料材质主要为钢材，且公司存在采购钢管的情形，故选取钢管的采购价格与钢材大宗市场价格进行对比，具体如下：

A.发动机总成采购价格与公开价格的对比及公允性分析

考虑到数据的时效性与原材料可比性，选取同行业可比公司涛涛车业的发动机总成平均采购单价进行对比，具体如下：

单位：元/PCS

公司名称	主要原材料	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率
涛涛车业	发动机总成	未披露	-	726.07	4.87%	692.36	-20.25%
本公司	发动机总成	1,062.98	27.49%	833.76	7.86%	773.00	-13.25%

由上表可知，2020 年至 2021 年，涛涛车业发动机总成的平均采购单价分别为 692.36 元/PCS、726.07 元/PCS，变动率分别为-20.25%、4.87%，与公司发动机总成的变动趋势较为一致。根据涛涛车业问询回复，其发动机总成每个型号单价变动不大，整体单价变动系每年采购的发动机排量、型号不同导致，2019 年和 2020 年涛涛车业汽车产量同样呈现小排量产品产量结构性上升的情况，其 150CC 及以上排量车型产量分别为 2.45 万辆和 3.33 万辆，150CC 以下排量车型产量分别为 7.24 万辆和 16.90 万辆，小排量汽车产品产量自 74.72% 上升至 83.54%，使得其 2020 年发动机的平均采购单价有所下降。

受公司及涛涛车业产品定位及细分品类差异，公司发动机总成采购价格总体高于涛涛车业。因此，公司发动机总成采购价格具有公允性。

B.钢管采购价格与钢材公开价格的对比及公允性分析

报告期内，钢材的市场价格变动情况如下：



数据来源：西北新干线

由上述图表可知，2020 年 5 月以后，钢材单价呈现较快上升趋势至 2021 年 5 月达到最高值后逐步回落。报告期内，钢材单价与公司采购钢管的价格变动情况对比如下：

单位：元/吨

项目	2022 年		2021 年度		2020 年度	
	单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率
钢材	4,505.44	-9.50%	5,465.08	36.16%	4,013.59	4.70%
钢管	6,086.26	-5.50%	6,440.35	26.29%	5,099.63	-3.75%

注：钢材价格采用冷轧钢除税现货全年均价，增值税税率自 2020 年 1 月-2022 年 12 月为 13%；

钢管的采购价格与钢材市场价格变动趋势基本一致，其中公司钢管采购价格高于市场钢材均价，主要系公司采购的钢管为加工件，在采购价格中包含了加工费、运输费等所致，同时，为提升车架的高强度与轻量化性能，公司选用的管材厚度高于市场一般水平，公司还选用如特种铬钼钢、ST 系列特种钢等专用的特种材料，该类特种钢材的强度、韧性要求更高，工序更复杂，因此单价较高。

2020 年，公司钢管的平均采购单价有所下降主要系：公司采购钢管主要分为方管、焊缝钢管和无缝钢管，其中焊缝钢管工艺简单、单价相对较低，2019 年至 2021 年分别为 4,273.02 元/吨、4,481.51 元/吨、5,774.16 元/吨，其采购占当期钢管采购比重分别为 60.22%、71.13%、73.89%。因此，由于焊缝钢管的占比提升使得 2020 年钢管平均采购单价下降具有合理性。

2、主要能源消耗情况

(1) 主要能源采购情况

公司使用的能源主要为电力，由当地公用事业部门供应。

报告期内的采购情况及占比情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
电力	99.50	70.80	40.92
营业成本	33,126.85	56,229.76	26,280.05
占营业成本的比例	0.30%	0.13%	0.16%

(2) 主要能源价格波动情况

报告期内，公司使用能源的平均单价及其变动情况如下：

单位：元/度

项目	2022 年		2021 年		2020 年	
	单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率
电力	1.20	53.42%	0.78	24.23%	0.63	-9.04%

公司能源消耗金额在营业成本中占比较低，同时，发行人所处地区能源供应充足，故能源价格变动不会对发行人经营业绩产生重大不利影响。

2021 年，公司电力平均单价为 0.78 元/度，上涨幅度较大主要系公司变压器增容后产生基础电费所致。

2022 年，公司电力平均单价为 1.20 元/度，上涨幅度较大一方面系公司变压器增容后产生基础电费所致；另一方面系公司电价自一口价定价变更为峰谷电计价，由于公司用电时间主要为尖峰时段和高峰时段，因此电价有所上涨所致。

3、报告期内前五名供应商采购情况

报告期内，公司向前五名供应商的采购金额及占采购总额比例的具体情况如下：

2022 年			
序号	供应商名称	采购金额（万元）	采购占比
1	重庆宗申发动机制造有限公司	3,076.75	11.47%
2	重庆德呈威科技有限公司	2,666.10	9.94%
3	玉环骏龙机械有限公司	975.00	3.63%
4	温州市天源实业有限公司	816.72	3.04%
5	重庆隆鑫发动机有限公司	747.71	2.79%
合计		8,282.27	30.87%
2021 年			
序号	供应商名称	采购金额（万元）	采购占比
1	重庆德呈威科技有限公司	7,324.23	13.28%
2	重庆宗申发动机制造有限公司	3,331.08	6.04%
3	玉环骏龙机械有限公司	1,946.26	3.53%
4	四川远星橡胶有限责任公司	1,683.30	3.05%
5	重庆航迪机械制造有限公司	1,512.86	2.74%
合计		15,797.73	28.64%
2020 年			
序号	供应商名称	采购金额（万元）	采购占比
1	重庆德呈威科技有限公司	3,272.06	11.76%

2	重庆宗申发动机制造有限公司	1,776.14	6.39%
3	重庆航迪机械制造有限公司	1,478.68	5.32%
4	玉环骏龙机械有限公司	836.27	3.01%
5	四川远星橡胶有限责任公司	717.17	2.58%
合计		8,080.32	29.05%

注：供应商中因自身业务发展需要而成立新主体，并由新主体承继与发行人相关合作业务的情况进行合并统计，其中，重庆德呈威科技有限公司包括重庆德呈威科技有限公司和重庆银翔晓星通用动力机械有限公司，玉环骏龙机械有限公司包括玉环骏龙机械有限公司和玉环骏隆机械厂。

报告期内，发行人不存在向单个供应商的采购比例超过采购总额的 50%或采购严重依赖于少数供应商的情况；发行人及其董事、监事、高级管理人员、主要关联方或持有发行人 5%以上股份的股东，未在上述供应商中拥有权益，也不存在关联关系。

（1）报告期内发行人前五大供应商及前五大新增供应商的主要情况分析

公司与报告期各期前五大供应商及前五大新增供应商之间的交易情况如下：

序号	供应商类型	供应商名称	供应商主营业务经营情况	公司主要采购产品	公司采购金额占其销售比例	合作历史	关联关系
1	报告期前五大供应商	重庆德呈威科技有限公司	成立于 2019 年 3 月 14 日，注册资本 10,000 万元，主要从事发动机、摩托车、汽车等生产。	发动机	低于其发动机业务销售的 5%	2019 年开始合作	否
2		重庆宗申发动机制造有限公司	成立于 2003 年 5 月 23 日，注册资本 74,371.02 万元，系 A 股上市公司重庆宗申动力机械股份有限公司的全资子公司，主要从事摩托车（电动车）动力研发、制造、销售。	发动机	占其发动机业务销售的 1% 左右	2007 年开始合作	否
3		玉环骏龙机械有限公司	成立于 2020 年 12 月 10 日，注册资本 58 万元，主要从事 ATV 沙滩车、UTV 底盘零部件的生产、销售	前轮毂芯、转向节、后轮轴等底盘件	占其销售的 50%	2020 年开始合作	否
4		四川远星橡胶有限责任公司	成立于 2000 年 9 月 18 日，注册资本 80,000 万元，主要从事摩托车轮胎、电动车轮胎、汽车轮胎、三轮车轮胎、沙滩车轮胎的生产及销售。	轮胎	占其销售不足 1% ^{注 2}	2015 年开始合作	否
5		重庆航迪机械制造有限公司	成立于 2012 年 7 月 27 日，注册资本 50 万元，主要从事摩托车发动机、增程器研发、制造、销售，其年生产能力 30 万台，产品种类高达数百种，产品畅销全国各地，并远销俄罗斯、巴西、缅甸、越南、南非及欧美等	发动机	占其销售不足 10% ^{注 3}	2014 年开始合作	否

			国家。				
6		温州市天源实业有限公司	成立于 2010 年 8 月 18 日, 注册资本 3,800 万元, 主要从事摩托车减震器的研发、生产和销售	减震器	同类客户中占比约 16%	2015 年开始合作 ^{注 4}	否
7		重庆隆鑫发动机有限公司	成立于 2008 年 12 月 4 日, 注册资本 3,050 万元, 系 A 股上市公司隆鑫通用动力股份有限公司的全资子公司, 主要从事摩托车发动机的专业制造。	发动机	占其整体销售比例不足 1%	2009 年开始合作	否
8	2022 年前五大新增供应商	无锡凯迩必拓普减震器有限公司	成立于 1995 年 12 月 22 日, 注册资本 3,440 万美元, 主要从事各类汽车减震器、液压设备和新产品开发	减震器	占其整体销售比例不足 1%	2022 年开始合作	否
9		永康市上下工贸有限公司	成立于 2013 年 10 月 10 日, 注册资本 10 万元, 主要从事减震器的专业生产, 厂区占地面积 5000 m ² , 拥有 30 余台数控机床及加工中心	减震器	占其整体销售比例不足 1%	2022 年开始合作	否
10		永康市跃飞车轮有限公司	成立于 2010 年 9 月 19 日, 注册资本 2000 万元, 主要从事轮毂、ATV 车轮、高尔夫车轮、拖车轮毂、轮胎、钢轮等产品专业生产加工	轮辋总成	占其整体销售比例不足 1%	2022 年开始合作	否
11		应果	主要从事各类开关的生产制造	开关	占其整体销售比例不足 10%	2022 年开始合作	否
12		浙江优奈特电机有限公司	成立于 1996 年 7 月 1 日, 注册资本 3,280 万元, 主要从事永磁直流电机的研发、生产、销售, 现有员工 1300 余人, 拥有永磁直流电机 800 万台的生产能力。	电机	占其整体销售比例不足 1%	2022 年开始合作	否
13	2021 年前五大新增供应商	浙江锐意工贸有限公司	成立于 2021 年 2 月 22 日, 注册资本为 500 万元, 主要从事五金产品制造、研发和零售, 机械零部件加工, 体育用品制造, 非公路休闲车及零配件制造等。	四轮包装架	占其销售比例 100%	2021 年开始合作	否
14		台州杰冠汽车配件有限公司	成立于 2014 年 10 月 23 日, 注册资本为 200 万元, 主要从事新能源汽车、全地形车和农用工程用等特殊车辆球笼式万向节总成的研发、生产、销售, 全地形车 (ATV/UTV) 零配件的研发、生产、销售。	后轮轴	占其销售比例 5%	2021 年开始合作	否
15		武义晨	成立于 2014 年 5 月 16 日,	轮胎	占其销售	2021 年开	否

		色工贸有限公司	注册资本为 300 万元,主要从事汽车配件、摩托车配件、电动工具、园林工具、日用金属制品的制造。		比例 1%	始合作	
16		永康市和云工贸有限公司	成立于 2011 年 10 月 20 日,注册资本为 50 万元,主要从事五金产品制造及汽车零部件配件制造。	AU200 消音管	占其销售比例的 2%	2021 年开始合作	否
17		浙江宏腾智能制造有限公司	成立于 2017 年 3 月 3 日,注册资本为 500 万元,主要从事金属制品制造、喷涂加工、摩托车零配件等。	油门座	占其销售的 1%	2021 年开始合作	否
18		江西京九电源科技有限公司	成立于 2004 年 5 月 12 日,注册资本为 1,000 万元,主要从事蓄电池、UPS 电池生产、销售、电源开发、废旧电池回收、进出口经营等业务。	蓄电池	占其销售的 0.01%	2020 年开始合作	否
19	2020 年前五大新增供应商	缙云县吴桐树五金制品有限公司	成立于 2016 年 5 月 6 日,注册资本为 500 万元,主要从事消音器、焊接件、改装件(钣金件设计开发、灯具)销售。	两轮后附梁	占其销售比例 30%	2020 年开始合作	否
20		浙江庆大橡胶有限公司	成立于 1996 年 6 月 13 日,注册资本为 2,666 万元,主要从事橡胶轮胎的设计、生产和销售。	ATV 后轮	占其销售比例不足 1%	2020 年开始合作	否
21		永康市光繁工贸有限公司	成立于 2015 年 2 月 10 日,注册资本为 30 万元,主要从事非公路休闲车(除特种设备),电动车(不含汽车、摩托车),滑板车配件制造、销售;户外休闲用品销售。	雪地车部件	占其销售比例 2%	2020 年开始合作	否
22		永康市际盛工贸有限公司	成立于 2017 年 5 月 9 日,注册资本为 50 万元,主要从事五金工具、垃圾桶配件、各种钣金件开发、销售。	四轮车架冲压件	占其销售比例 20%	2020 年开始合作	否

注 1: 供应商信息来自于企查查、企业官网、供应商走访文件、供应商情况说明文件;

注 2: 四川远星橡胶有限责任公司 2021 年产值达 30 亿人民币,公司当年向其采购金额为 1,683.30 万元,据此推测,公司采购占其整体销售比例不足 1%;

注 3: 根据重庆航迪机械制造有限公司官网数据,其年生产能力 30 万台,产品畅销全国各地,并远销俄罗斯、巴西、缅甸、越南、南非及欧美等国家,2021 年,公司向其采购发动机总成 2.87 万台,据此推测,公司采购占其整体销售比例不足 10%;

注 4: 温州市速易达机车零部件有限公司与温州市天源实业有限公司受同一实际控制人控制,公司与温州市速易达机车零部件有限公司于 2005 年左右开始合作,后因其业务发展需要,自 2015 年左右开始由温州市天源实业有限公司承继与公司的业务合作;

注 5: 根据重庆隆鑫发动机有限公司官网数据,其有员工 1700 余人,其中工程师 300 余人,拥有 5 条发动机生产流水线和 3 条静电自动化喷涂线,发动机年生产能力 300 万台。是目前亚洲最大的摩托车发动机标准化生产厂房和中国最大的摩托车发动机生产基地之一。

2022 年，公司向其采购发动机总成 0.59 万台，据此推测，公司采购占其整体销售比例不足 1%。

由上表可知，公司前五大供应商及前五大新增供应商中，玉环骏龙机械有限公司、浙江锐意工贸有限公司向公司销售金额分别占其销售比例的 50%、100%，属于主要向公司销售产品的情形；重庆德呈威科技有限公司、玉环骏龙机械有限公司、浙江锐意工贸有限公司系该主体成立一年内便与发行人合作，系成立不久便与公司合作的情形。上述供应商均系在公司正常业务经营中建立的合作关系，具有合理性与真实性。具体情况如下：

序号	供应商名称	原因及真实性、合理性分析	合理性与真实性
1	重庆德呈威科技有限公司	德呈威成立于 2019 年 3 月，其创始团队前身系重庆银翔摩托车（集团）有限公司（以下简称：银翔）下属的摩托车及发动机业务团队。在德呈威成立以前，公司与银翔自 2006 年即开展合作，前期合作主体为重庆银翔晓星通用动力机械有限公司。因银翔自身业务发展原因，该业务团队创立德呈威，由德呈威承继与公司的相关业务合作。	具有合理性与真实性
2	玉环骏龙机械有限公司	玉环骏龙成立于 2020 年 12 月，与玉环骏隆机械厂（以下简称：骏隆机械）受同一实际控制人童强亮控制。骏隆机械成立于 2010 年，于 2014 年左右与公司展开合作。随着业务规模的逐年提升，童强亮注册成立有限公司玉环骏龙，由玉环骏龙承接其与合作公司的合作业务。 2014 年，玉环骏龙主动与公司联系合作，玉环骏龙所提供产品质量、交期均有较好保障，与公司形成了长期良好的稳固合作关系。随着玉环骏龙业务规模的逐渐扩大，其正在扩建厂房，以进一步提高产能。目前，玉环骏龙的主要供应商除公司外，还有康迪电动汽车集团有限公司、浙江吉铭实业有限公司、永康市尚野工贸有限公司等同行业公司。	具有合理性与真实性
3	浙江锐意工贸有限公司	出于公司在缙云当地的知名度，锐意工贸在 2021 年成立初期拓展业务时主动与公司建立合作关系，主要向公司供应四轮包装架等包装铁架。包装铁架为普通包材，生产工艺简单，技术含量不高。2021 年，公司产量快速提升，向锐意工贸采购量较大，故其主要向公司供货。	具有合理性与真实性

综上，报告期内前五大供应商及前五大新增供应商中，玉环骏龙机械有限公司、浙江锐意工贸有限公司存在主要向公司销售产品的情形，重庆德呈威科技有限公司、玉环骏龙机械有限公司、浙江锐意工贸有限公司存在成立不久便与公司合作的情形，上述供应商均系在公司正常业务经营中建立的合作关系，具有合理性与真实性。除此之外，公司在报告期内不存在供应商主要向公司销售产品、合作内容与其主营业务范围不相关、经营规模与其行业地位不相匹配、成立不久便与公司合作的情形。

4、报告期内委外加工的情况

由于报告期内业务增长迅速，设备、产能、人员及场地资源紧张，公司将部分技术含量较低的激光切割、消音器触媒焊接、冲弧、冲压、贴花等工序委托给外协厂商完成。公司在外协厂商的开发评定、日常管理、定期考核等方面制定了相应的制度，对外协厂商的资质条件、技术设备、供货能力进行全方面的严格管控。采供部根据业务需求向外协厂商采购加工服务，外协工序完成后由品技部根据送检单对其品质进行检验，检验合格后由仓储部安排入库。

公司采用委外加工具有必要性且不影响公司核心竞争力和生产稳定性。首先，公司出于优化资源配置、降低管理成本、提高产能等方面考量，将技术含量较低、工艺相对简单的加工工序通过委外加工方式完成，有利于提高公司的经营效率。其次，激光切割、消音器触媒焊接、冲弧、冲压、贴花等工序行业门槛不高，外协厂商的可替代性较强且市场供应充足。另外，公司实际发生的委外加工采购金额及占比较小，不存在对外协厂商的重大依赖。

报告期内，委外加工成本占各期营业成本的比重如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
委外加工费	240.09	520.59	229.56
营业成本	33,126.85	56,229.76	26,280.05
占比	0.72%	0.93%	0.87%

由上表可知，公司委外加工采购在各期营业成本占比较小，加之不涉及核心技术，工艺简单，对公司生产经营不产生重大影响。

（三） 主要资产情况

1、发行人的主要固定资产情况

（1）固定资产基本情况

发行人拥有的固定资产主要为房屋及建筑物、机器设备、运输工具、办公设备及其他等，目前使用状况良好。

截至报告期末，发行人的固定资产情况如下：

单位：万元

固定资产	账面原值	累计折旧	减值准备	账面净值	成新率
房屋及建筑物	8,418.71	769.02	—	7,649.69	90.87%
机器设备	578.47	230.92	—	347.55	60.08%
运输设备	105.87	58.54	—	47.33	44.70%
办公设备及其他	368.36	187.08	—	181.28	49.21%
合计	9,471.40	1,245.56	—	8,225.85	86.85%

(2) 房屋建筑物

①自有房产

截至本招股说明书签署之日，发行人拥有的自有房屋建筑物情况如下：

序号	权利人	证件编号	坐落	共有/独有宗地面积(m ²)	房屋建筑面积(m ²)	用途	他项权利
1	发行人	浙(2023)缙云县不动产权第0002694号	缙云县新碧街道碧园路139号	16,776.78	24,616.09	工业用地/办公展示中心、生产厂房、连廊	抵押
2	发行人	浙(2023)缙云县不动产权第0002695号	缙云县新碧街道碧园路139号	16,016.64	45,276.61	工业用地/综合楼、门卫、2#厂房、连廊	抵押

注1：2021年9月27日，发行人与浙江泰隆商业银行股份有限公司丽水缙云支行签订编号为“(330600303210927)浙泰商银(高抵)字第(0131040001)号”的《最高额抵押合同》，发行人以所有的浙(2020)缙云不动产权第0006860号(新的证书编号为浙(2023)缙云县不动产权第0002694号)不动产权为其与该银行所签署的各类融资授信合同等合同及文件项下债权提供最高额抵押担保，担保期限自2021年9月27日至2026年9月27日期间，担保金额为5,003万元的最高主债权余额内。

公司产权证书变更后，2023年5月4日，发行人与浙江泰隆商业银行股份有限公司丽水缙云支行签订编号为“(330600303230504)浙泰商银(高抵)字第(0131040001)号”的新的最高额抵押合同，以发行人上述不动产为其与该银行所签署的各类融资授信合同等合同及文件项下债权提供最高额抵押担保，担保期限自2023年5月4日至2028年5月4日止，最高主债权余额为5,003万元整。

注2：2022年5月23日，发行人与宁波银行股份有限公司丽水分行签订《最高额抵押合同》(编号：09000DY22BJL231)，发行人以所有的浙(2020)缙云不动产权第0006861号(新的证书编号为浙(2023)缙云县不动产权第0002695号)不动产为其与该银行所签订的一系列授信业务合同提供抵押担保，担保期限为自2022年4月1日至2027年4月1日止，最高债权限额为2231万元整。

截至本招股说明书签署日，公司2#厂房已竣工投入使用，公司取得了新的产权证书，编号为浙(2023)缙云县不动产权第0002695号，该不动产抵押义务仍在履行中，宁波银行尚在办理抵押手续。

注3：华洋赛车原培训基地所属不动产权证书编号为浙(2020)缙云不动产权第0006861号，发行人在该场地内建设了包括室外硬化场地、室外非道路障碍赛道、室外土路等露天培训场地并在综合楼内配套设置了室内训练场地、体能训练室、护具装备存放及穿戴室、学员餐厅和宿舍等。2021年年初，由于扩大产能的需要，发行人对华洋赛车厂区内的露天培训场地进行了拆除，在拆除后的土地上建设新的厂房，即发行人2号厂房，并将原在露天培训场地进行的培训项目暂时转移至发行人测试场地进行。目前公司正积极与政府部门沟通，寻找替代场地用于华洋赛车培训基地的建设。

②租赁房产

截至本招股说明书签署之日，发行人的租赁房产情况如下：

序号	承租方	出租人	租赁地址	租赁物/面积 (m²)	租赁用途	租赁期限	租金	是否办理租赁备案
1	发行人	王业庭	济南市天桥区天成路6号汇鑫国际商务大厦908室	43.35	办公	2023-5-1至2023-10-31	15,884元/半年	是
2	发行人	戴继刚	天津市河东区源润大厦1001-1004	424.22	办公	2022-1-1至2026-12-31	260,000元/年	是

(3) 主要生产设备

截至报告期末，发行人拥有的主要生产设备情况如下：

单位：台/个

序号	设备名称	数量	账面原值(万元)	账面净值(万元)	成新率
1	涂装流水线	1	91.59	82.17	89.71%
2	焊接机器人	4	48.76	26.60	54.54%
3	检测线	3	44.26	9.24	20.88%
4	焊机	60	59.09	25.80	43.66%
5	激光打刻机	7	24.31	12.65	52.05%
6	弯管机	4	32.68	19.39	59.34%
7	摩托车包装线	1	26.98	24.84	92.08%
8	包装提升机	1	20.20	18.60	92.08%
合计		81	347.87	219.29	63.04%

5、发行人的主要无形资产情况

发行人所拥有的无形资产包括商标、专利、域名、土地使用权等，均不存在权属纠纷和法律风险。

(1) 土地使用权

①自有土地

截至本招股说明书签署之日，发行人共取得3宗境内国有建设用地使用权，其不动产登记情况如下：

序号	权利人	证件编号	坐落	面积 (m²)	用途	他项权利
1	发行人	浙(2023)缙云县不动产权第0002694号	缙云县新碧街道碧园路139号	16,776.78	工业用地	抵押
2	发行人	浙(2023)缙云县不动产权第0002695号	缙云县新碧街道碧园路139号	16,016.64	工业用地	抵押
3	发行人	浙(2022)缙云不动产权第0012412号	缙云县新碧街道三都区块	66,996.60	工业用地	无

②测试场地

发行人高强度测试场地和普通强度测试场地位于缙云县新碧街道 2 号地块，为政府暂时给予公司无偿使用的土地，具体情况如下：

名称	地址	所有权属	面积	用途	使用期限	费用
高强度测试场地、普通强度测试场地	缙云县新碧街道 2 号地块	国有建设用地，未出让土地使用权	约 90 亩	室外测试	至政府部门将该土地使用权出让或将该土地规划用于其他用途之日止	无偿使用

发行人普通强度测试场地是指设有直线跑道、缓坡、砂石路等设施，用于测试越野摩托车正常行驶、爬坡、可靠性等一般性能的室外测试场地；高强度测试场地是指在一般性能测试场地基础上设置陡坡、起伏跳、急转弯路段等设施，用于测试专业竞赛级越野摩托车整车以及减震、刹车、动力、车架等的高强度性能的室外测试场地。

发行人上述高强度测试场地、普通强度测试场地位于目前所在厂区对面新碧街道 2 号地块，于 2017 年建设投入使用，目前使用的面积约 90 亩，为国有建设用地，政府未出让土地使用权，暂时授予华洋赛车用作测试场地。由于该块土地尚未出让土地使用权，亦未被规划为其他用途，浙江缙云经济开发区管理委员会（以下简称“经开区管委会”）同意将上述土地提供给发行人作为测试场地使用，使用期间暂不收取土地使用费用，使用期限至政府部门将该土地使用权出让或将该土地规划用于其他用途之日止。

经开区管委会向发行人出具了《情况说明》，根据该说明，经开区管委会为支持华洋赛车的发展，避免土地闲置，将华洋赛车厂区对面新碧街道 2 号地块合计约 90 亩的土地暂时给予华洋赛车用作测试场地，使用期间暂不收取土地使用费用，华洋赛车不得在该地块上搭建任何建筑，用于修建测试场地的一切费用由华洋赛车自行投入，使用期限至政府部门将该土地出让或将该土地规划用于其他用途之日止。

2017 年 5 月，公司对上述地块开展土地平整工作，并相应修建跑道及相关配套设施，并于 2017 年 10 月完成上述场地修建。2021 年 1 月，公司再次根据产品测试需要，相应加长及拓宽了跑道，并增加了部分高强度设施用于进一步测试产品性能。

公司对该土地的相关投入资金在会计处理上已做费用化处理，该土地不属于发行人拥有的固定资产、无形资产或租赁的资产。

鉴于上述测试场地未来使用时间具有不确定性，公司正积极与政府部门沟通，寻找更为适合的场地作为发行人上述高强度及普通强度测试场地。公司周边可租用的能够满足测试要求的场地较多，如果政府收回土地，公司可以快速找到替代性场地用于测试，不会对公司生产经营造成影响。

(2) 商标

截至本招股说明书签署之日，发行人共取得境内注册商标 24 项，具体情况如下：

序号	权利人	商标名称	注册号	商品类别	权利期限	取得方式	他项权利
1	发行人		53510304	41	2022-10-07 至 2032-10-06	原始取得	无
2	发行人	华洋	56051884	12	2022-10-21 至 2032-10-20	原始取得	无
3	发行人	天牙	56079074	12	2021-12-07 至 2031-12-06	原始取得	无
4	发行人	KAYO	56073172	12	2021-12-07 至 2031-12-06	原始取得	无
5	发行人	华洋赛酷	45880940	12	2020-12-28 至 2030-12-27	原始取得	无
6	发行人	KAYO	38662485	12	2020-02-28 至 2030-02-27	原始取得	无
7	发行人	华洋	28875780A	12	2019-03-28 至 2029-03-27	原始取得	无
8	发行人	KAYO	26193746	35	2018-08-21 至 2028-08-20	原始取得	无
9	发行人	KAYO	16301158	41	2016-10-21 至 2026-10-20	原始取得	无
10	发行人	KAYO	16098138	12	2016-03-07 至 2026-03-06	原始取得	无
11	发行人	华 洋	15381833	12	2016-01-21 至 2026-01-20	原始取得	无
12	发行人	KAYO	15381821	12	2015-10-28 至 2025-10-27	原始取得	无
13	发行人		13258142	12	2015-01-14 至 2025-01-13	继受取得	无
14	发行人	蓝十字	13257864	12	2015-01-21 至 2025-01-20	继受取得	无
15	发行人	KAYO	12161245	41	2014-09-07 至 2024-09-06	继受取得	无
16	发行人	KAYO	12161204	4	2014-07-28 至 2024-07-27	继受取得	无
17	发行人	KAYO	12027333	12	2014-07-21 至 2024-07-20	原始取得	无
18	发行人	华 洋	12027290	12	2014-07-28 至 2024-07-27	原始取得	无
19	发行人		11481895	12	2014-02-14 至 2024-2-13	原始取得	无
20	发行人		11062315	12	2014-02-28 至 2024-02-27	原始取得	无

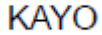
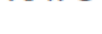
21	发行人	华洋	8713789	12	2012-06-07 至 2032-06-06	原始取得	无
22	发行人	DBR	5318276	41	2009-08-07 至 2029-08-06	继受取得	无
23	发行人		5188333	12	2009-07-28 至 2029-07-27	继受取得	无
24	发行人	KAYO	3438878	12	2004-10-21 至 2024-10-20	继受取得	无

注：注册号为“13258142”、“13257864”、“12161245”、“12161204”的商标系 2015 年从天津华洋动力机械有限公司（以下简称“天津华洋”）继受取得，并于 2016 年完成权利人变更登记手续。天津华洋于 2002 年 8 月成立，戴继刚为其实际控制人，担任执行董事、经理。2014 年 12 月，戴继刚退出天津华洋，并将其持有天津华洋股权转让予无关联第三方。

第“5318276”、“5188333”和“3438878”号商标系从天津华洋继受取得，并于 2010 年完成权利人变更登记手续。

截至本招股说明书签署之日，发行人共取得境外注册商标 18 项，具体情况如下：

序号	权利人	商标名称	注册国家/地区	注册号	商品类别	权利期限	取得方式	他项权利
1	发行人		澳大利亚	1274157	12	2008-11-26 至 2028-11-26	原始取得	无
2	发行人	KAYO	欧盟	011205441	12	2012-09-21 至 2032-09-21	原始取得	无
3	发行人	KAYO	德国	302009027485	7/12/28	2010-05-31 至 2030-05-31	原始取得	无
4	发行人	KAYO	马来西亚	2014066459	12	2014-11-04 至 2024-11-04	原始取得	无
5	发行人	KAYO	南非	2014/29854	12	2014-10-31 至 2024-10-31	原始取得	无
6	发行人	KAYO	柬埔寨	KH/56290/15	12	2014-12-04 至 2024-12-04	原始取得	无
7	发行人	KAYO	老挝	34231	12	2015-10-29 至 2025-10-29	原始取得	无
8	发行人		俄罗斯、乌克兰、韩国、新西兰（马德里注册）	1255640	12	2015-05-27 至 2025-05-27	原始取得	无
9	发行人	KAYO	新加坡、瑞士（马德里注册）	1284664	12	2015-11-30 至 2025-11-30	原始取得	无
10	发行人	KAYO	美国	4988536	12	2016-06-28 至 2026-06-28	原始取得	无
11	发行人	KAYO	中国台湾	01871153	12	2017-10-01 至 2027-9-30	原始取得	无
12	发行人	KAYO	土耳其	201737694	12	2017-04-25 至 2027-04-25	原始取得	无

13	发行人		欧盟	015168388	12/37/42	2016-03-01 至 2026-03-01	原始取得	无
14	发行人		菲律宾	4/2020/00507438	12	2021-01-17 至 2031-01-17	原始取得	无
15	发行人		欧盟	018473205	12	2021-05-18 至 2031-05-18	原始取得	无
16	发行人		英国	UK00911205441 原欧盟注册号： 011205441	12	2012-09-21 至 2032-09-20	原始取得	无
17	发行人		英国	UK00915168388 原欧盟注册号： 015168388	12/37/ 42	2016-03-01 至 2026-03-01	原始取得	无
18	发行人		美国	6945705	12	2023-01-10 至 2033-01-10	原始取得	无

注：注册地为欧盟、注册号为“011205441”的商标将于 2022 年 9 月 21 日到期，发行人在办理续期后，该商标权利期限延长至 2032 年 9 月 21 日；另，受英国脱欧的影响，注册地为欧盟、注册号为“011205441”和“015168388”的原有欧盟商标于英国获得独立的保护，因此新增英国注册商标信息。

（3）专利

截至本招股说明书签署之日，发行人拥有专利 **82** 项，其中发明专利 1 项，实用新型专利 **36** 项，外观设计专利 45 项。前述专利均为公司通过自主研发原始取得，系公司多年行业经验、技术积累及自主研发的成果。

截至本招股说明书签署之日，发行人拥有的专利情况具体如下：

序号	权利人	专利名称	专利号	专利类型	有效期限	取得方式
1.	发行人	一种多功能可调式摩托车拖车底盘	2013105917722	发明专利	2013-11-22 至 2033-11-21	原始取得
2.	发行人	竞技 ATV 车架总成	2014202207666	实用新型	2014-05-04 至 2024-05-03	原始取得
3.	发行人	越野摩托车防水空滤器	201420373300X	实用新型	2014-07-04 至 2024-07-03	原始取得
4.	发行人	小越野摩托车车架	2014203690983	实用新型	2014-07-04 至 2024-07-03	原始取得
5.	发行人	一种定压充气工装	2014205095291	实用新型	2014-09-05 至 2024-09-04	原始取得
6.	发行人	摩托车前脸	2015300986872	外观设计	2015-04-15 至 2025-04-14	原始取得
7.	发行人	竞赛越野摩托车车架	2015202272528	实用新型	2015-04-15 至 2025-04-14	原始取得
8.	发行人	摩托车护板	2015302291115	外观设计	2015-07-01 至 2025-06-30	原始取得
9.	发行人	ATV 塑件（HY200AU）	2015305527488	外观设计	2015-12-23 至 2025-12-22	原始取得
10.	发行人	越野摩托车车架	2015210961715	实用新型	2015-12-23 至 2025-12-22	原始取得
11.	发行人	新型越野摩托车车架	2015210892039	实用	2015-12-23 至	原始

				新型	2025-12-22	取得
12.	发行人	工作款 ATV 车架	2015210879299	实用新型	2015-12-23 至 2025-12-22	原始取得
13.	发行人	技巧攀爬摩托车车架	2016214746055	实用新型	2016-12-30 至 2026-12-29	原始取得
14.	发行人	儿童越野摩托车车架总成	2016214745673	实用新型	2016-12-30 至 2026-12-29	原始取得
15.	发行人	电动 ATV 车架	2016214745391	实用新型	2016-12-30 至 2026-12-29	原始取得
16.	发行人	两轮越野摩托车雪地改装套件	2016214736918	实用新型	2016-12-30 至 2026-12-29	原始取得
17.	发行人	电动 ATV 电机一体化后桥	2016214736373	实用新型	2016-12-30 至 2026-12-29	原始取得
18.	发行人	整体式节气门体总成	2016214734679	实用新型	2016-12-30 至 2026-12-29	原始取得
19.	发行人	后中心护板	2017306853337	外观设计	2017-12-29 至 2027-12-28	原始取得
20.	发行人	消音管防烫片	2017306853267	外观设计	2017-12-29 至 2027-12-28	原始取得
21.	发行人	儿童防护链罩	2017306853248	外观设计	2017-12-29 至 2027-12-28	原始取得
22.	发行人	前面板	201730685313X	外观设计	2017-12-29 至 2027-12-28	原始取得
23.	发行人	前泥板	2017306853110	外观设计	2017-12-29 至 2027-12-28	原始取得
24.	发行人	后护板	2017306853089	外观设计	2017-12-29 至 2027-12-28	原始取得
25.	发行人	前护板	2017306842008	外观设计	2017-12-29 至 2027-12-28	原始取得
26.	发行人	雪地越野摩托车改装套件	2017219222385	实用新型	2017-12-29 至 2027-12-28	原始取得
27.	发行人	越野摩托车车架	2017219216628	实用新型	2017-12-29 至 2027-12-28	原始取得
28.	发行人	越野摩托车导链套	2017219199815	实用新型	2017-12-29 至 2027-12-28	原始取得
29.	发行人	少儿越野摩托车车架	2017219196319	实用新型	2017-12-29 至 2027-12-28	原始取得
30.	发行人	摩托车（e-KMB）	2019302020516	外观设计	2019-04-28 至 2029-04-27	原始取得
31.	发行人	摩托车脚踏板（T4）	2019302020179	外观设计	2019-04-28 至 2029-04-27	原始取得
32.	发行人	越野摩托车车架（T4）	2019302020164	外观设计	2019-04-28 至 2029-04-27	原始取得
33.	发行人	摩托车车架（K6-R）	201930201861X	外观设计	2019-04-28 至 2029-04-27	原始取得
34.	发行人	摩托车护板（T4）	2019302018408	外观设计	2019-04-28 至 2029-04-27	原始取得
35.	发行人	摩托车护板（K6-R）	2019302018395	外观设计	2019-04-28 至 2029-04-27	原始取得
36.	发行人	摩托车车架（e-KMB）	2019302018376	外观	2019-04-28 至	原始

				设计	2029-04-27	取得
37.	发行人	越野摩托车车轮安装结构	2019206001646	实用新型	2019-04-28 至 2029-04-27	原始取得
38.	发行人	越野摩托车车架	2019206553957	实用新型	2019-05-08 至 2029-05-07	原始取得
39.	发行人	摩托车电池安装结构	2019206548357	实用新型	2019-05-08 至 2029-05-07	原始取得
40.	发行人	儿童越野摩托车车架	2019206541146	实用新型	2019-05-08 至 2029-05-07	原始取得
41.	发行人	摩托车护板（儿童二冲程越野摩托车）	2019307457134	外观设计	2019-12-31 至 2029-12-30	原始取得
42.	发行人	摩托玩具车护板（儿童ATV-AU110）	2019307457007	外观设计	2019-12-31 至 2029-12-30	原始取得
43.	发行人	摩托车护板（成人ATV-AU180）	2019307439278	外观设计	2019-12-31 至 2029-12-30	原始取得
44.	发行人	竞技 ATV 车架总成	201922497462X	实用新型	2019-12-31 至 2029-12-30	原始取得
45.	发行人	青少年二冲程越野摩托车车架	201922497409X	实用新型	2019-12-31 至 2029-12-30	原始取得
46.	发行人	成人林道越野车车架	201922496211X	实用新型	2019-12-31 至 2029-12-30	原始取得
47.	发行人	成人二冲程越野摩托车车架	2019224961691	实用新型	2019-12-31 至 2029-12-30	原始取得
48.	发行人	少儿全地形车雪地改装套件	2019224961598	实用新型	2019-12-31 至 2029-12-30	原始取得
49.	发行人	工作款 ATV 车架总成	2019224922536	实用新型	2019-12-31 至 2029-12-30	原始取得
50.	发行人	成人全地形车雪地改装套件	201922485388X	实用新型	2019-12-31 至 2029-12-30	原始取得
51.	发行人	儿童二冲程越野摩托车车架	2019224853860	实用新型	2019-12-31 至 2029-12-30	原始取得
52.	发行人	越野车链罩	2021305779234	外观设计	2021-09-02 至 2036-09-01	原始取得
53.	发行人	锂电池盒	2021305768691	外观设计	2021-09-02 至 2036-09-01	原始取得
54.	发行人	全地形车后护罩（成人UTV 车型）	2021305768494	外观设计	2021-09-02 至 2036-09-01	原始取得
55.	发行人	摩托车覆盖件（成人ATV 车型）	2021305814613	外观设计	2021-09-03 至 2036-09-02	原始取得
56.	发行人	摩托车前防护板（成人ATV 车型）	2021305813216	外观设计	2021-09-03 至 2036-09-02	原始取得
57.	发行人	越野车消音筒	2021305813150	外观设计	2021-09-03 至 2036-09-02	原始取得
58.	发行人	沙滩车前防护杠（青少年）	2021305882377	外观设计	2021-09-07 至 2036-09-06	原始取得
59.	发行人	沙滩车前灯灯架（青少年）	2021305882057	外观设计	2021-09-07 至 2036-09-06	原始取得
60.	发行人	成人全地形车覆盖件（UTV）	2021305956309	外观设计	2021-09-09 至 2036-09-08	原始取得
61.	发行人	摩托车发动机气缸	2021308645918	外观	2021-12-28 至	原始

		(50cc)		设计	2036-12-27	取得
62.	发行人	摩托车发动机启动系统 (50cc)	2021308645852	外观设计	2021-12-28 至 2036-12-27	原始取得
63.	发行人	摩托车发动机电机盖 (50cc)	202130865009X	外观设计	2021-12-28 至 2036-12-27	原始取得
64.	发行人	摩托车发动机气缸盖 (50cc)	2021308680752	外观设计	2021-12-29 至 2036-12-28	原始取得
65.	发行人	摩托车发动机曲柄连杆 (50cc)	2021308684170	外观设计	2021-12-29 至 2036-12-28	原始取得
66.	发行人	摩托车发动机右箱盖 (50cc)	2021308680733	外观设计	2021-12-29 至 2036-12-28	原始取得
67.	发行人	摩托车发动机右箱体 (50cc)	202130868426X	外观设计	2021-12-29 至 2036-12-28	原始取得
68.	发行人	摩托车发动机左箱盖 (50cc)	202130872607X	外观设计	2021-12-30 至 2036-12-29	原始取得
69.	发行人	摩托车发动机左箱体 (50cc)	2021308720675	外观设计	2021-12-30 至 2036-12-29	原始取得
70.	发行人	摩托车发动机 (50cc)	202130872068X	外观设计	2021-12-30 至 2036-12-29	原始取得
71.	发行人	越野摩托车后挡泥结构	2022228243108	实用新型	2022-10-25 至 2032-10-24	原始取得
72.	发行人	越野摩托车电瓶安装结构	2022226829181	实用新型	2022-10-09 至 2032-10-08	原始取得
73.	发行人	两冲程越野摩托车排气消声器	2022306577889	外观设计	2022-10-08 至 2037-10-07	原始取得
74.	发行人	越野摩托车脚踏	2022306471507	外观设计	2022-09-29 至 2037-09-28	原始取得
75.	发行人	越野摩托车后挡泥板	2022306427133	外观设计	2022-09-28 至 2037-09-27	原始取得
76.	发行人	越野摩托车搁脚架连接座	2022306388533	外观设计	2022-09-27 至 2037-09-26	原始取得
77.	发行人	越野摩托车防水空滤器	2022306365989	外观设计	2022-09-26 至 2037-09-25	原始取得
78.	发行人	越野摩托车车架	2022306315015	外观设计	2022-09-23 至 2037-09-22	原始取得
79.	发行人	可调式摇臂焊接工装	2022225397443	实用新型	2022-09-21 至 2032-09-20	原始取得
80.	发行人	快装式越野摩托车空滤器	202223096636X	实用新型	2022-11-21 至 2032-11-20	原始取得
81.	发行人	越野摩托车防水空滤器	2022229895575	实用新型	2022-11-07 至 2032-11-06	原始取得
82.	发行人	越野摩托车车架	2022234219784	实用新型	2022-12-19 至 2032-12-18	原始取得

(4) 域名

截至本招股说明书签署之日，发行人拥有域名的具体情况如下：

序号	所有权人	域名	到期日	ICP 备案/许可证号
1	发行人	kayo.com.cn	2024-3-12	浙 ICP 备 11038817 号-2

2	发行人	kayo-motor.net.cn	2023-7-26	浙 ICP 备 11038817 号-3
3	发行人	kayo-motor.com	2023-7-22	浙 ICP 备 11038817 号-3
4	发行人	kayomoto.com	2023-9-30	浙 ICP 备 11038817 号-3

(5) 著作权

截至本招股说明书签署之日，发行人拥有著作权的具体情况如下：

序号	所有人	作品名称	登记号	类别	创作完成时间	登记日期	取得方式
1	发行人	KRC KAYO RACING CLUB	国作登字-2019-F-00855467	美术作品	2018-12-25	2019-08-23	原始取得

发行人拥有的上述固定资产和无形资产与其自身经营息息相关，系发行人从事生产活动的基础，亦是发行人多年来经营的成果。

发行人上述固定资产、无形资产等资产要素不存在瑕疵、纠纷和潜在纠纷的情形。

(四) 其他披露事项

1、报告期内对发行人持续经营有重要影响的业务合同

公司的重大合同是指对报告期公司经营活动、财务状况或未来发展等具有重要影响的已履行和正在履行的合同。

(1) 销售合同

公司所签署销售合同主要为框架协议。报告期内，公司已履行的和正在履行年度销售金额 2,000 万以上的重大销售框架协议情况如下：

序号	客户名称	合同标的	合同价款	履行期限	实际履行情况
1	PACIFIC RIM INT'L WEST INC.	两轮越野摩托车、ATV 等	以双方确定的订单为准	2022 年 7 月 1 日至 2032 年 6 月 30 日	正在履行
2	PACIFIC RIM INT'L WEST INC.	ATV 和大越野	以双方确定的订单为准	2020 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日	履行完毕
3	SM-MOTORS, LLC	两轮越野摩托车、ATV 等	以双方确定的订单为准	2020 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日	履行完毕，新协议协商签署中
4	VALUE GROUP ENTERPRISES DBA SSR MOTORSPORTS	两轮越野摩托车等	以双方确定的订单为准	2009 年 12 月 11 日至长期	正在履行

(2) 采购合同

公司所签署采购合同主要为框架协议。报告期内，公司已履行的和正在履行年度采购金

额 1,500 万以上的重大采购框架协议情况如下：

序号	供应商名称	合同标的	合同价款	履行期限	实际履行情况
1	重庆德呈威科技有限公司	发动机	以双方确定的订单为准	2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日	履行完毕
2	重庆德呈威科技有限公司	发动机	以双方确定的订单为准	2021 年 4 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日	履行完毕
3	重庆德呈威科技有限公司	发动机	以双方确定的订单为准	2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日	履行完毕
4	重庆德呈威科技有限公司	发动机	以双方确定的订单为准	2019 年 4 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日	履行完毕
5	重庆宗申发动机制造有限公司	发动机	以双方确定的订单为准	2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日	正在履行 ^注
6	重庆宗申发动机制造有限公司	发动机	以双方确定的订单为准	2021 年 3 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日	履行完毕
7	重庆宗申发动机制造有限公司	发动机	以双方确定的订单为准	2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日	履行完毕
8	重庆宗申发动机制造有限公司	发动机	以双方确定的订单为准	2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日	履行完毕
9	玉环骏隆机械厂	后轮轴、轮毂等	以双方确定的订单为准	2020 年 3 月 1 日至 2023 年 2 月 28 日	履行完毕
10	四川远星橡胶有限责任公司	轮胎	以双方确定的订单为准	2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日	履行完毕
11	重庆航迪机械制造有限公司	发动机	以双方确定的订单为准	2020 年 3 月 1 日至 2023 年 2 月 28 日	履行完毕

注：公司与重庆宗申发动机制造有限公司签订的《摩托车发动机买卖合同》约定“在本合同期满而双方未签订新合同前所发生的业务仍按本合同执行”，截至本招股说明书签署之日，公司与重庆宗申发动机制造有限公司尚未签订新的采购合同，因此该合同仍在履行。

（3）授信、借款和担保合同

截至本招股说明书签署之日，公司正在履行的授信、借款和担保合同如下：

①截至本招股说明书签署之日，公司正在履行的授信合同情况如下：

序号	授信银行	授信主体	合同名称及编号	授信额度/最高承兑敞口额度（万元）	授信期限	履行情况
1	浙江泰隆商业银行股份有限公司丽水缙云支行	华洋赛车	最高额承兑汇票承兑协议 330600303220326	2,100.00	2022 年 3 月 26 日至 2023 年 9 月 15 日	正在履行
2			最高额承兑汇票承兑协议 330600303220524	2,500.00	2022 年 5 月 25 日至 2023 年 9 月 22 日	正在履行

②截至本招股说明书签署之日，公司正在履行的借款合同情况如下：

序号	贷款银行	借款主体	合同名称及编号	借款金额（万元）	借款期限	担保方式	履行情况
1	中国工商银行股份	华洋赛车	流动资金借款合同 0121000010-2023年	1,000	2023-1-13至 2023-7-11	无	正在履行

	有限公司 缙云支行		(缙支)字00050号				
2			流动资金借款合同 0121000010-2022年 (缙支)字01403号	1,000	2022-12-20至 2023-6-19	无	正在 履行
3			固定资产借款合同 0121000010-2022年 (缙支)字01204号	120.25	2022-12-30至 2025-11-1	无	正在 履行
4	宁波银行 股份有限公司丽水 分行	华洋 赛车	进出口融资总协议 09000JC22BNFHLF	43.37	2022-12-21至 2023-06-18	不动 产抵 押	正在 履行
5				41.70	2022-12-21至 2023-06-18		
6				564.61	2022-12-21至 2023-06-18		
7				46.99	2022-12-21至 2023-06-18		
8				48.82	2022-12-21至 2023-06-18		
9				45.54	2022-12-21至 2023-06-18		
10				34.02	2023-02-14至 2023-08-11		
11				326.70	2023-02-14至 2023-08-11		
12				272.01	2023-02-14至 2023-08-11		
13			线上流动资金贷款 总协议 09000LK22B15F13	600.00	2023-02-15至 2023-08-14	不动 产抵 押	正在 履行

③截至本招股说明书签署之日，公司正在履行的担保合同情况如下：

序号	贷款银行	债务人	担保方	合同名称及编号	担保金额 (万元)	担保合同项下主债务确定期间	担保方式	履行情况
1	浙江泰隆商业银行股份有限公司丽水缙云支行	华洋赛车	华洋赛车	最高额抵押合同 330600303230504	5,003.00	2023年5月4日至2028年5月4日	不动产抵押	正在履行
2	宁波银行股份有限公司丽水分行	华洋赛车	华洋赛车	最高额抵押合同 09000DY22BJL231	2,231.00	2022年4月1日至2027年4月1日	不动产抵押	正在履行

(4) 建设工程施工合同

报告期内，公司已履行的和正在履行的主要建筑工程施工协议情况如下：

序号	合同对方	工程名称	合同金额 (万元)	合同工期	履行情况
1	浙江万顺建设有限公司	浙江华洋赛车股份有限公司年产10万辆非公路用运动休闲车技改项目	5,000.00	2021年1月31日至2021年12月31日	履行完毕
2	锦鸿建设有限公司	年产10万辆非公路用运动休闲车项目工程	2,751.06	2017年12月开工起270天	履行完毕

四、 关键资源要素

（一）发行人的技术情况

1、主要技术情况

公司是浙江省“专精特新”中小企业和国家高新技术企业，注重产品技术的持续创新，不断加大研发设计的投入力度。凭借强大的研发实力，公司获得省级高新技术企业研究开发中心、浙江省科技型企业、浙江省专利示范企业等荣誉认定。

通过自主研发与创新，公司在车架主体的轻量化高强度设计、高效传动系统设计等方面已掌握了多项核心技术，主要应用于两轮越野摩托车和全地形车相关产品及生产工艺中。公司目前掌握的主要核心技术情况如下：

技术方向	序号	技术名称	特点及优势	技术来源	对应专利	专利类型	主要产品应用	所处阶段
轻量化高强度车架设计	1	青少年二冲程越野摩托车车架	该车架用于越野摩托车承载动力系统和连接前后悬挂系统，前立管、主梁管、前悬梁、后附梁形成摇篮式结构，使得动力系统的牢固性更佳；同时公司特有的三梁式结构设计使车架的强度结构更稳定耐用，其悬置设计更好地提高了进气结构的位置，从而提高了整车的涉水性能和通过性能。	原始创新	ZL201922497409.X	实用新型	两轮越野摩托车	批量生产阶段
	2	成人二冲程越野摩托车车架	该车架用于越野摩托车承载动力系统和连接前后悬挂系统，对比同类车型优化了下托管和前悬管的受力结构，使车架的整体强度结构更稳定耐用，结合后悬挂连接设计，避免了车架因变形而造成的损坏，大大提高了整车的可靠性与耐久性。	原始创新	ZL201922496169.1	实用新型	两轮越野摩托车	批量生产阶段
	3	成人林道越野车车架	该车架用于越野摩托车承载动力系统和连接前后悬挂系统，加强管、侧管、横管构成三角支撑结构，同时提高上托管的强度使车架	原始创新	ZL201922496211.X	实用新型	两轮越野摩托车	批量生产阶段

			的强度结构更稳定耐用，有效地提高了林道车的越野性、可靠性和耐久性。					段
	4	工作款 ATV 车架总成	该车架用于全地形车辆承载动力系统和连接前后悬挂系统，主梁管形成的两个三角稳定组合形成梯形结构使车架的强度结构更稳定耐用，同时车架结构更简单、轻便、稳固，使整车越野性能更佳。	原始创新	ZL201922492253.6	实用新型	全地形车	批量生产阶段
	5	竞技 ATV 车架总成	该车架用于全地形车辆承载动力系统和连接前后悬挂系统，其前后三角形结构稳固和中间环形结构设计使车架的强度结构更稳定耐用，同时通过优化整体布局，在保证强度前提下，实现轻量化设计，更有利于竞技车辆的加速性。	原始创新	ZL201922497462.X	实用新型	全地形车	批量生产阶段
高效传动机构设计	6	自锁步进式换挡机构	目前市场上现有的机构都采用轴头连杆机械结构或换挡环拉线结构，由于自身结构限制，人为换挡时传力机构易给人带来换挡模糊、换挡分离不清、换挡困难和卡滞等问题，从而造成安全隐患；本机构通过特殊的限位装置消除传统结构下无法有效控制挡位的缺陷，在特殊结构的步进作用下降低换挡力，大大提高换挡传递的有效性和舒适性，更好地增强控制换挡挂入的有效性。	原始创新	专利申请中，受理号为 202111497955.9	发明专利	全地形车	试制阶段
	7	滑套步进换挡操纵机构	原有机机构在没有换挡面板的支撑下，会造成人为换挡时挡位模糊、换挡分离不清、不彻底等问题；本机构在特殊结构的步进作用下，可以实现单拉线换挡以消除换挡挡位径向晃动、换挡分离不清等安全性影响，且实现拉线类换挡机构的拉线结构简化，提高了换挡传递的有效性。	原始创新	专利申请中，受理号为 202111498092.7	发明专利	全地形车	试制阶段
	8	利于舒适的变杠杆比特性类	目前市场上现有的机构都采用常杠杆比特性的刹车操纵机构结构，由于自身结构限制，人为操纵时存在制	原始创新	专利申请中，受理号为 202123086048.3	实用新型	全地形车	试制阶段

		行车制动操纵机构	动操纵力重、制动把或踏板行程短、缓慢制动时车辆重心前移快等问题，制动时会产生操控车辆的不安全感；本机构通过特殊的变杠杆特性助力机构，改善车辆制动的人为感受，实现制动操纵力下降的同时增强操控安全感，同时提升机构的可靠度和耐久性。					
工 艺 技 术 设 计	9	越野摩托车车轮安装结构	该安装结构在原产品结构基础上进行优化，采用特殊机构可以帮助车轮简洁快速地安装在车架上，充分提高了在生产过程中轮胎的可装配性和售后过程中维护的便携性，大大提高了生产效率和维修效率。	原始创新	ZL201920600164.6	实用新型	两轮越野摩托车	批量生产阶段
	10	定压联动轮胎充气工艺技术	该工艺技术通过特定的工装并采用多个联动的稳压充气机构，可以实现多个轮胎同时高效稳定的充气功能，充分保证在生产过程中轮胎充气压力的一致性和可靠性，大幅提高了充气品质和过程的生产效率。	原始创新	ZL201420509529.1	实用新型	通用型	批量生产阶段

2、核心技术产品收入占营业收入的比例

公司的核心技术与工艺涵盖了产品的各个生产环节，公司的各类产品都不同程度地应用到了核心技术。报告期内，核心技术产品收入占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
核心技术产品收入	40,379.14	69,266.05	30,635.17
营业收入	42,389.71	71,106.61	31,838.56
核心技术产品占比	95.26%	97.41%	96.22%

3、核心技术及研发实力获得认可情况

公司专注于非道路越野车的产品与制造工艺优化与创新，具有较强的技术创新能力与研发实力，多次获得了来自政府、行业的资质认可和荣誉奖项，并负责、参与制定了相关的国家标准、行业标准和团体标准。

其中，产品与技术相关的主要荣誉如下：

序号	产品/技术	证书名称	颁发单位	时间
1	青少年 110CC 运动型 ATV	浙江省科学技术成果	浙江省科技厅	2021 年 12 月
2	自然风冷 250CC 林道越野摩托车	浙江省省级新产品	浙江省科技评估和成果转化中心	2020 年 11 月

3	高功率二冲程 50CC 儿童越野摩托车	浙江省省级新产品	浙江省科技评估和成果转化中心	2020 年 11 月
4	竞技型双纵梁全地形车	浙江省科学技术成果	浙江省科技厅	2015 年 1 月
5	华洋摇篮式场地大越野摩托车	浙江省科学技术成果	浙江省科技厅	2015 年 1 月
6	华洋防水场地小型越野摩托车	浙江省科学技术成果	浙江省科技厅	2015 年 1 月

主要的企业资质或荣誉具体如下：

序号	证书名称	颁发单位	时间
1	浙江省“专精特新”中小企业	浙江省经济和信息化厅	2022 年 1 月
2	国家高新技术企业	浙江省科学技术厅等	2022 年 12 月
3	浙江出口名牌	浙江省商务厅	2019 年 1 月
4	浙江省著名商标	浙江省工商行政管理局	2015 年 1 月
5	省级高新技术企业研究开发中心	浙江省科学技术厅	2014 年 12 月
6	浙江省专利示范企业	浙江省知识产权局等	2013 年 11 月
7	浙江省科技型企业证书	浙江省科学技术厅	2012 年 12 月

公司负责、参与制定的国家标准、行业标准和团体标准情况如下：

序号	标准名称	采用标准	标准类别	发布日期
1	《全地形车防盗装置》	GB/T 34622-2017	国家标准	2017 年 10 月
2	《摩托车和轻便摩托车用电线束总成》	QC/T 417-2021	行业标准	2021 年 3 月
3	《小排量内燃机式全地形车》	T/ZZB 1808-2020	团体标准	2020 年 11 月

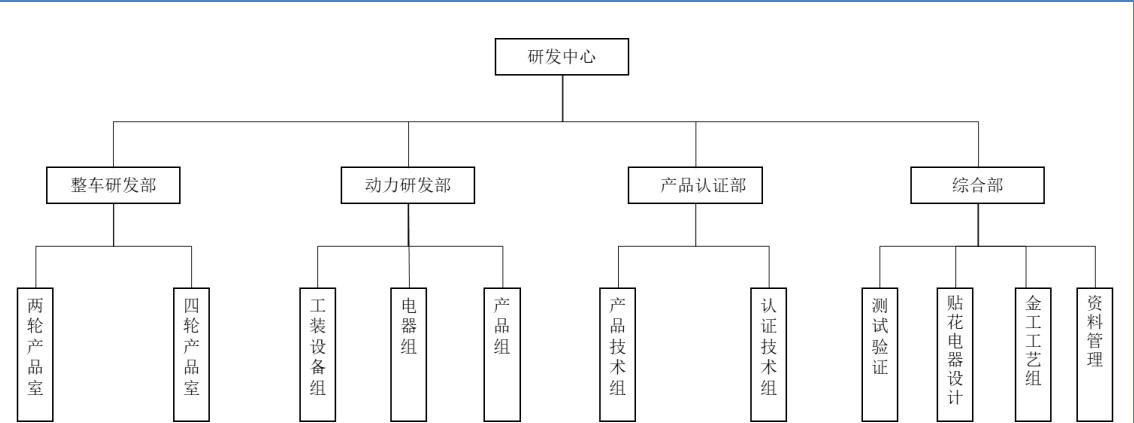
（二）发行人的研发情况

1、研发部门设置及研发流程

（1）研发部部门设置情况

自研发中心设立以来，公司已组建了具有现代化管理经验和专业研发实力的高效运作团队。公司研发中心下设整车研发部、动力研发部、产品认证部和综合部，其中整车研发部下设两轮产品室、四轮产品室分别负责两轮越野摩托车和全地形车的整车研发；动力研发部负责发动机等动力部件的研发、工装设备的提升等；产品认证部负责产品认证、技术标准、CAE 分析及部分结构设计工作；综合部负责金工工艺、测试验证、贴花电器设计和资料管理等辅助性工作。

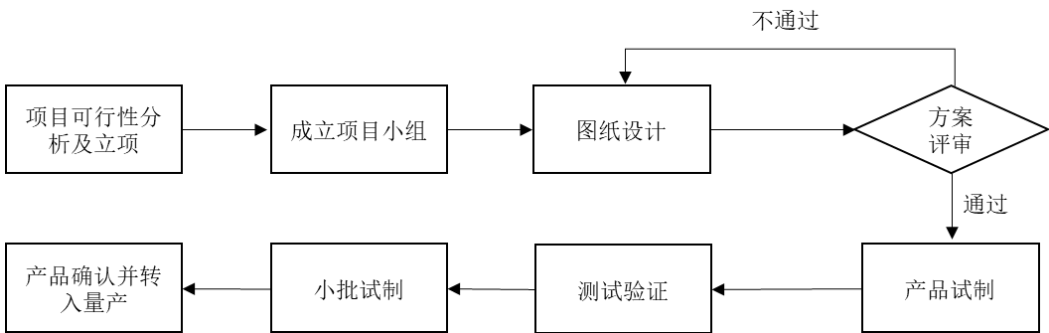
公司研发中心组织结构如下：



（2）研发流程

公司从市场调研、可行性分析、研发方向选择、研发执行、产品验证等多方面出发，形成了一套严格的研发流程：（1）公司通过市场信息调研和企业产品规划，结合资金投入、技术储备、生产能力等综合分析研讨，完成项目的可行性分析及立项；（2）根据项目实际需求，研发中心组建项目小组，确定人员分工、节点安排及资源配置，拟定设计开发评审报告；（3）研发中心开展技术设计，完成产品总体结构设计、图纸绘制、型材配比确定等；（4）设计完成后，研发中心通过组装样车进行结构设计分析、质量、性能评审及测试，包括各项技术指标如起动性能、加速性能、制动性能、前后减震器匹配性等，并测试在各种不同路况条件下的操控性及耐久性等；（5）经多轮测试调整后，输出正式的工艺文件并进入小批量试产；（6）试产无误后进入批量生产阶段。

具体研发流程图如下：



2、主要在研项目及技术储备

为了巩固和提高在动力运动装备领域的竞争力，公司持续开展相关技术研发。未来，公司将在巩固和强化中小排量越野运动车辆的基础上，向大排量两轮越野车、UTV、道路越野摩托车以及电动化开展研发设计，在结合市场需求的前提下，从外观、性能、生产技术等多方面进行创新，使产品同时具有休闲娱乐和运动竞技等优点，以满足市场需求。高附加值新

型产品的研发有助于提高公司产品的竞争力，有利于进一步提升公司综合技术开发水平。

截至 2023 年 4 月 24 日，公司正在进行下列项目的研发：

序号	在研项目	所处阶段及进展情况	技术特点	拟达到目标	拟投入人员及经费
1	KMB 儿童娱乐越野车开发	试制阶段	该款车型在外观上采用全新卡通创意设计，采用操控简单的 60CC 四冲自动离合发动机，整车针对儿童骑乘者客群特点运用了多种安全防护装置，如车速限速装置、全包围式后链罩以及全包围式消音器防烫保护结构设计，更贴近儿童驾驶越野摩托车的特点、喜好及安全要求，适合 8 岁以下的儿童骑行和培训需要。	批量生产	5 人，250 万
2	TD 青少年越野摩托车开发	小批试产阶段	该款车型在原有车型的基础上进行优化，外观进行全新创意设计，结合轻量化双梁车架设计使得超越和加速表现也更加卓越；在耐久性能和操纵性能上进行优化，以达到更快的速度；增加电启动功能使启动更轻松，满足青少年人群对越野运动的需要。	批量生产	5 人，100 万
3	EKMB 电动儿童娱乐越野车开发	技术设计阶段	该款车型运用现代科技对车辆的电机、电池、电控部分进行精确匹配和性能提升，采用多级车速调节控制装置，可适应不同骑乘经验的儿童对车速的要求；采用磷酸铁锂电池，使得车辆的安全性更高，续航里程更长；增加辅助轮装置，使儿童在骑行时不易摔倒，充分保护儿童的安全，更适合儿童初学者越野娱乐及培训的需要。	批量生产	5 人，150 万
4	US70 儿童单座越野娱乐多功能车开发	小批试产阶段	该款车型采用具有优良性能操控简单的 70CC 发动机，从整车造型、结构设计、车架强度、轻量化、操控系统以及前后重量比例进行计算分析和测试来达到满足越野运动的开发的目的，适用于儿童娱乐和越野运动。	批量生产	3 人，100 万
5	200CC 双座青少年越野娱乐多功能全地形车开发	小批试产阶段	该款车型采用 200CC 大功率专用 SxS 发动机，功率可达 9.5KW，动力性能更强，超越和加速表现也更加卓越，适应于不同的地形地域；采用 CVT 传动结构、变速箱和一体化的后桥、轴传动的驱动方式使得动力传动效率更高；球笼式坐舱带防滚架使行车更加安全。	批量生产	6 人，450 万
6	AU300 轴传	小批试产	该款车型采用全新外观设计，整车	批量生产	6 人，

	动工作款全地形车开发	阶段	外观更前卫和接近欧美风格；全新的轻量化车架使得超越和加速等操控性表现也更加卓越；针对不同路面，ECU 设置有能精确输出对应动力的各种控制模式，满足不同路况的动力要求；采用变速箱和一体化的后桥，轴传动的驱动方式使得传动效率大大提升，能满足车辆在各种崎岖路面的要求。		450 万
7	车辆燃油蒸发技术开发	试制阶段	采用 ECU 电脑控制的电子燃油喷射技术路线、碳罐吸脱附系统、尾气后处理装置以及特殊设计的燃油箱结构以达到燃油蒸发要求，使排放更环保。	批量生产	5 人， 100 万
8	EUS70 车型开发	小批试产阶段	该款车型采用三电系统，从整车造型、结构设计、车架强度、轻量化、操控系统以及前后重量比例进行计算分析和测试以达到满足越野运动的开发目的，适用于 6-10 岁儿童娱乐和越野运动。	批量生产	5 人， 80 万
9	EA110 车型开发	试制阶段	该款车型采用三电系统，从整车造型、结构设计、车架强度、轻量化、操控系统以及前后重量比例进行计算分析和测试以达到满足越野运动的开发目的，适用于 8-12 岁少儿娱乐和越野运动。	批量生产	5 人， 80 万
10	eA70 车型开发	小批试产阶段	该款车型采用全新匹配开发的高性能电机电控系统，500W 中置直流无刷电机控制器并设置 4 个档位，满足不同驾驶经验儿童对车速的要求，采用拇指前推式加速机构避免儿童骑行中转弯车速控制不好造成的二次伤害；设置紧急断电开关、全封闭的护链罩保障儿童的骑行安全；外观采用全新的卡通创意设计，更符合儿童对车辆的审美和兴趣。	批量生产	5 人， 80 万
11	K5 车型开发	技术设计阶段	该款车型采用悬挂水冷发动机，比同等排量风冷车型功率提升 30%以上，扭矩提升 20%以上；选用高性能散热系统，散热效率提升 5%以上；重新设定整车人机工程，使用户驾车时的站姿更加战斗、坐姿更加舒适，契合客户林道穿行、爬坡冲坑等多种使用工况。	批量生产	5 人， 200 万
12	S110 车型开发	技术设计阶段	该款车型悬挂 110CC 发动机，发动机采用横置布局，驾驶舱双座布局，驾驶仓空间优于同类产品，主副座更加舒适；通过进排气系统匹配优化，有效提高燃油燃烧效率，提升整车功率；整车造型新颖、结构简约，轻量化的车体结构使整车加速性能更加	批量生产	5 人， 100 万

			卓越；精心调校车辆底盘系统，整车震动更小、稳定性更好。		
13	eS110 车型开发	技术设计阶段	该款车型采用全新匹配开发的高性能三电系统，与燃油款相比，该车型加速更快、震动更小、行驶感受更佳，更节能环保；该车型设置了 3 个档位，能够满足不同驾驶者对车速的需求；通过不同挡位的标定优化，增加产品的娱乐性、提升用户粘性。	批量生产	5 人，100 万
14	AU200-2A 车型开发	试制阶段	该车型采用全新升级的 CVT200 发动机，采用压力飞溅润滑及油路循环冷却功能，最大输出功率高达 10kW、最大扭矩 15NM；内置平衡轴设计，保证澎湃动力的同时做到震动抑制优秀，性能指标远超市场同类产品；全新的防滚架设计加上增强增粗的前后载货架，给骑行带来了 360°无死角的安全保护；强化升级浮板轮辋，通过 CAE 仿真设计优化结构的同时提升强度，使用汽车级锥度螺丝固定，使整车更稳固安全、精细美观。	批量生产	5 人，80 万
15	T2 300/T4 300 排量车型开发	技术设计阶段	该两款车型分别为 T2-A/T4-A 车型的升级车型，通过搭载 PR300 平衡轴发动机，结合整车动力系统全新匹配调教，实现整车功率提升 10%以上、最大扭矩提升 20%以上，车辆动力更加强劲；同时延续 T2-A/T4-A 平台人机交互设计，满足目标市场用户使用习惯。	批量生产	5 人，160 万

公司自成立以来，重视产品的技术研发和投入，拥有完善的研发测试配套体系。公司建有标准化的越野摩托车试验场和摩托车运动培训基地，分别设计建造了高强度测试场地、普通强度测试场地，用大小平台、双峰、三峰、搓板路、水坑洼地、外超高弯道等障碍模仿野外恶劣环境，测试车辆的相关强度和性能。公司的华洋赛车队签约了多名全国冠军级别的赛车运动员及教练，在赛事级的测试环境下对车辆进行可靠性、安全性和耐久性的试验，实现独有的设计调校能力。同时，公司投资引进了整车测试转鼓试验台、3D 打印机、3D 扫描仪、发机电涡流测功机、电器系统性能测试台、汽车尾气排放检测仪等先进的专业设计及检测设备，在研发前期进行原始数据检测、仿真设计确定设计方案，后期进行 3D 快速成形、新产品验证，为公司研发能力的持续提升提供了良好的保障基础。

3、合作研发情况

报告期内，公司不存在合作研发的情况。

4、研发费用情况

公司高度重视新产品和新技术的开发与创新工作，将新产品和新技术研发作为保持核心

竞争力的重要保证。

报告期内，公司研发投入为 1,021.41 万元、2,352.38 万元和 1,625.00 万元，占营业收入比重分别为 3.21%、3.31%和 3.83%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
直接投入	676.87	1,343.76	422.43
职工薪酬	797.36	838.23	406.54
折旧及摊销	83.57	63.35	62.14
其他费用	67.21	107.03	130.31
合计	1,625.00	2,352.38	1,021.41
营业收入	42,389.71	71,106.61	31,838.56
占营业收入比例	3.83%	3.31%	3.21%

由上表可知，公司 2021 年研发投入相较于 2020 年增幅较大，主要原因系：（1）公司研发方向和研发项目的增加。随着规模和实力的提升，以及应对与本田、雅马哈等全球主流品牌的市场竞争需要，公司通过多种应用领域新车型的研发持续丰富产品结构，从中小排量产品向大排量两轮越野车、UTV 以及电动化等方向进行前瞻性布局，研发项目数量大幅增加；（2）公司研发测试方式的改进。为实现更精准的性能提升，公司设置了高强度测试场地，通过高强度的碰撞试验、破坏性测试、耐久性试验等反复校验积累关键性能参数，进一步提升产品的操控性、可靠性、耐久性等。

未来，公司计划持续开展研发投入，实现自身实力的进一步积累，促进技术成果产业化的推进。

5、技术创新机制及制度

（1）公司建立了完备的研发管理体系及项目开发流程

公司制定了《设计开发控制程序》、《研发项目考核管理制度》、《项目中心项目管理制度》等一系列研发管理制度，严格按照相关法规要求及内控制度制定研发流程，确保在每个研发环节细化管理，实现切实有效的质量控制，从而保障公司技术创新与产品质量。目前，公司产品研发分为项目可行性分析及立项、方案设计、技术设计、产品试制、测试验证和批量生产六个阶段，形成了一套严格的研发流程。

（2）公司通过人才引进、激励及培养积极推进研发团队建设

为保持研发创新活力，公司持续开展研发创新投入，提升新产品研发与自动化水平的提升，并积极推进研发团队建设。在人才引进方面，公司通过外部人才引进与内部人才培养相结合的方式，建立人才梯队，通过具有市场竞争力的薪酬水平和完善的激励体系吸纳优秀的技术人才。在人才激励方面，公司建立了《科技成果转化奖励制度》、《科技人员绩效考核

奖励制度》等一系列人才引进与激励制度，鼓励新产品、新技术、新工艺的研发创新与成果转化，采取将技术成果转化与绩效奖励制度挂钩、对高水平科研人员进行股权激励等方式全面激励员工的研发主动性。在人才培养方面，公司定期聘请同行业专家对研发技术人员进行培训，从而全面提高员工的研发能力和市场敏锐度。

（三）发行人取得的业务许可资质情况

1、业务许可及经营资质

公司所生产产品属于非道路用车，不可在公共道路上行驶，主要作为休闲娱乐产品，因此，我国对于生产两轮越野摩托车和全地形车没有强制性的业务许可和产品认证要求。根据《国务院关于调整工业产品生产许可证管理目录加强事中事后监管的决定（国发[2019]19号），公司所生产产品不在《调整后继续实施工业产品生产许可证管理的产品目录（共计10类）》，因此，无须取得相关生产许可证书。

根据《关于进一步规范汽车和摩托车产品出口秩序的通知》（商产发[2012]318号），国家对摩托车（含非公路用两轮摩托车、全地形车）生产企业实行出口资质管理，对出口经营企业实行生产企业授权经营管理，并对生产企业授权实行分类管理。

根据商务部对外贸易司发布的《2020年度符合申领非公路用两轮摩托车及全地形车出口许可证条件企业名单》《2021年度符合申领非公路用两轮摩托车及全地形车出口许可证条件企业名单》《2022年度符合申领非公路用两轮摩托车及全地形车出口许可证条件企业名单》《2023年度符合申领非公路用两轮摩托车及全地形车出口许可证条件企业名单》，2020至2023年度，公司均符合申领非公路用两轮摩托车及全地形车出口许可证条件，并取得相应年度的出口资质。

截至本招股说明书签署之日，公司已取得的其他经营资质情况如下：

证书名	持证主体	证书编号	注册登记日期/发证日期	有效期至	发证单位/登记机关
高新技术企业证书	华洋赛车	GR202233002416	2022年12月24日	2025年12月23日	浙江省科技厅等
世界制造厂识别代号证书	华洋赛车	1132d	2020年12月23日	2025年12月31日	中国汽车技术研究中心
海关进出口货物收发货人备案回执	华洋赛车	海关编码 3310960277/检验检疫备案号 3310001937	2019年11月13日	长期	丽水海关
对外贸易经营者备案登	华洋赛车	04391169	2021年11月16日	-	对外贸易经营者备案登

记表					记机关
固定污染源 排污登记回执	华洋赛车	9133110075909011XD001X	2020年6月 11日	2025年6 月10日	全国排污许 可证管理信 息平台
安全生产标 准化证书	华洋赛车	AQBIIIJX 浙 202100786	2021年12月 23日	2024年 12月22 日	丽水市应急 管理局

2、管理体系认证证书情况

截至本招股说明书签署之日，公司已取得的管理体系认证证书情况如下：

序号	证书名称	持证单位	认证范围	证书编号	初次发证日期	有效期至
1	《质量管理体系认证证书》	华洋赛车	非公路用两轮摩托车、全地形车的设计、开发、生产	01720Q10590R5M	2006年2月20日	2023年9月16日
2	《环境管理体系认证证书》	华洋赛车	非公路用两轮摩托车、全地形车的设计、开发、生产及其场所所涉及的环境管理活动	01722E20822R3M	2022年12月22日	2025年11月20日
3	《职业健康安全管理体系认证证书》	华洋赛车	非公路用两轮摩托车、全地形车的设计、开发、生产及其场所所涉及的职业健康安全管理活动	01722S10748R0M	2022年12月22日	2025年12月21日

（四）特许经营权情况

截至本招股说明书签署之日，公司不存在特许经营事项。

（五）发行人的员工情况

1、员工人数及报告期内变化情况

单位：人

时间	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
人数	455	488	417

2、员工结构情况

（1）按年龄结构划分

截至报告期末，发行人员工年龄结构情况如下：

单位：人

类别	人数	占总人数的比例
30岁及以下	91	20.00%
31岁-40岁	150	32.97%
41岁-50岁	137	30.11%

51 岁以上	77	16.92%
合计	455	100.00%

(2) 按专业结构划分

截至报告期末，发行人员工专业结构情况如下：

单位：人

类别	人数	占总人数的比例
生产人员	307	67.47%
技术及研发人员	70	15.38%
管理及行政人员	49	10.77%
销售人员	29	6.37%
合计	455	100.00%

(3) 按学历结构划分

截至报告期末，发行人员工学历结构情况如下：

单位：人

类别	人数	占总人数的比例
本科	47	10.33%
大专	86	18.90%
专科以下	322	70.77%
合计	455	100.00%

3、社会保险和住房公积金缴纳情况

(1) 发行人为员工缴纳社保及公积金的基本情况

截至 2022 年 12 月 31 日，发行人总人数为 455 人，社会保险和住房公积金缴纳的应缴已缴比例分别为 99.77%和 92.26%。

报告期各期末，发行人员工社会保险缴纳具体情况如下：

单位：人

项目	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
员工总人数	455	488	417
退休返聘人数	16	20	24
应缴纳社保人数	439	468	393
已缴纳社保人数	438	463	289
其中			
社保缴纳人数	369	396	154
新农保、新农合缴纳人数	69	67	135
未缴纳社保人数	1	5	104
其中			
在其他单位缴纳	0	0	1
新入职人员待办理	1	0	42
其他	0	5	61
社保覆盖率	99.77%	98.93%	73.54%
未缴社保比例	0.23%	1.07%	26.46%

注：此处的已缴纳社保缴纳人数已包含公司为农村员工报销新农合、新农保的员工人数。

报告期各期末，公司为员工缴纳住房公积金的具体情况如下：

单位：人

项目	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
员工总人数	455	488	417
退休返聘人数	16	20	24
应缴纳公积金人数	439	468	393
已缴纳公积金人数	405	394	30
未缴纳公积金人数	34	74	363
其中	新入职人员待办理	5	0
	其他	29	74
公积金覆盖比例	92.26%	84.19%	7.63%
未缴纳公积金比例	7.74%	15.81%	92.37%

(2) 公司未全员缴纳社保、公积金的原因

公司未全员缴纳社保、公积金的原因如下：

单位：人

	未缴纳原因	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
社保	退休返聘，无需缴纳，公司已为其购买商业保险	16	20	24
	当月入职尚未办理	1	0	42
	在原单位缴纳	0	0	1
	因农村户籍，已有新农保、新农合，公司已为其报销新农合和新农保费用	69	67	135
	其他	0	5	61
公积金	退休返聘，无需缴纳	16	20	24
	当月入职尚未办理	5	0	42
	其他	29	74	321

注：“其他”未缴纳社会保险、公积金的原因为：公司员工农村户籍比例较高，多数已参加新型农村合作医疗保险、城乡居民基本医疗保险、城乡居民基本养老保险等，缴纳社会保险和住房公积金的意愿较低，公司已为其缴纳工伤保险；农村户籍员工在户籍地具有宅基地及住房，未缴纳公积金。

(3) 发行人关于社会保险和住房公积金方面的守法情况

根据缙云县人力资源和社会保障局、丽水市住房公积金管理中心缙云分中心、天津市人力资源和社会保障局、天津市住房公积金管理中心出具的证明，发行人及其天津分公司自2020年1月1日以来，劳动用工符合社会保障相关的法律、法规、规章和其他规范性文件的规定，不存在与人力资源和社会保障局管辖事项有关的处罚记录；发行人及天津分公司自设立公积金账户以来，没有因公积金缴存事宜而被行政处罚的情形。

(4) 实际控制人关于补缴社会保险和住房公积金的承诺

针对发行人报告期内存在未为全部员工缴纳社会保险、住房公积金的情形，发行人实际控制人戴继刚已出具承诺：“报告期内，公司不存在违反劳动与社会保障、住房公积金方面的法律法规而受到行政处罚的情形。如公司因未为员工缴纳社会保险或住房公积金而被有关

主管部门要求补缴，或被有关主管部门处罚，本人将无偿代公司承担相关补缴费用及处罚款项以及因此所支付的相关费用。”

综上，报告期内公司存在未为部分符合法定条件的员工缴纳社保和住房公积金的情形存在补缴风险，但社保及公积金主管部门已出具相关证明，且控股股东、实际控制人已就该事项作出相应的承诺。因此上述情况不会对本次发行构成实质性障碍。

4、劳务派遣情况

报告期内，公司因生产经营需要存在劳务派遣用工的情况。劳务派遣用工主要为生产部门的普通作业员，从事包装线、轮胎装配等技术含量较低的基础工作，属于临时性、辅助性或替代性的工作岗位。2020 年公司销售订单同比增长较多，因而用工需求量较快增长，自行招聘无法满足公司业务增长的用工需求。

报告期各期末发行人劳务派遣的具体情况如下：

项目	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
总用工人数（人）	455	488	517
劳务派遣人数（人）	0	0	100
劳务派遣人数占比	0.00%	0.00%	19.34%

注：总用工人数=期末发行人员工人数+期末劳务派遣人数

上述劳务派遣用工均通过具有劳务派遣经营许可证的单位进行。公司已对报告期内劳务派遣用工数量超过用工总量 10%的情况进行了规范。截至报告期末，公司已不存在劳务派遣的情况。

公司报告期内不存在因违反劳动用工和社会保障相关法律、行政法规而受到行政处罚的情况，取得了相关政府主管部门出具的证明文件。

同时，公司控股股东、实际控制人已出具承诺函：“若公司因劳务派遣用工问题，而受到主管机关的任何强制措施、行政处罚、发生纠纷、履行任何其他法律程序或承担任何责任而造成公司的任何损失，本人将无条件给予公司全额补偿并承担相关费用。”

综上，报告期内公司存在劳务派遣比例超过 10%的情况，但报告期末已不存在劳务派遣，且控股股东、实际控制人已就该事项作出相应的承诺，因此上述情况不会对本次发行构成实质性障碍。

5、核心技术人员情况

报告期内，公司未认定核心技术人员。

五、 境外经营情况

报告期内，公司存在向境外销售的情况，但生产地点均位于中国境内，公司亦未在境外设立经营实体，因此不存在境外生产经营的情况。

六、 业务活动合规情况

报告期内，公司业务经营合法合规，不存在重大违法违规行为。

（一）发行人相关产品的监管政策、技术法规和技术标准情况

1、国内市场的监管政策、技术法规和技术标准

国内市场对发行人相关产品的监管政策、技术法规和技术标准主要如下：

序号	监管政策、技术法规和技术标准	主要内容	涉及内容	是否适用
1	《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例》 《国务院关于调整工业产品生产许可证管理目录加强事中事后监管的决定》	生产列入工业产品生产许可证管理目录的产品的企业，必须取得生产许可证。	生产许可	否
2	《道路机动车辆生产企业及产品准入管理办法》	国家对从事道路机动车辆生产的企业及其生产的在境内使用的道路机动车辆产品实行分类准入管理。	准入许可	否
3	《关于进一步规范汽车和摩托车产品出口秩序的通知》	国家对摩托车（含非公路用两轮摩托车、全地形车）生产企业实行出口资质管理，对出口经营企业实行生产企业授权经营管理，并对生产企业授权实行分类管理。	出口许可	是
4	《中华人民共和国认证认可条例》《市场监管总局关于优化强制性产品认证目录的公告》	国家实行统一的认证认可监督管理制度，列入强制性产品认证目录的产品，必须经国务院认证认可监督管理部门指定的认证机构进行认证。	强制性产品认证	否

2、主要客户所在市场的监管政策、技术法规和技术标准

发行人主要客户所在市场对发行人相关产品的监管政策、技术法规和技术标准主要如下：

序号	国家/地区	监管政策、技术法规和技术标准	主要内容	涉及内容	是否适用
1	美国	EPA 认证相关法规	自 2006 年 1 月 1 日起，除符合豁免条件的车辆外，出口到美国的机动车（包括全地形车）必须通过 EPA 认证，获得 EPA 证书并加贴标志后方可进入美国市场销售。 符合条件的竞赛用车辆可以申请豁免通过相	产品认证	是

			应车型年份（“车型年份”指“车架号年份”，下同）的 EPA 认证，相关车辆仅限竞赛使用。		
2	美国	CPC 认证 相关法规	儿童产品安全证书（Children's Product Certificate），适用于所有以 12 岁及以下儿童为主要目标使用对象的产品，如玩具、摇篮、儿童服装等。产品如果是在美国本地生产的，则由制造商负责提供 CPC 认证，如果是在其他国家生产并进口至美国的，则由进口商负责提供。	产品 认证	是
3	美国 加利福尼亚州（以下简称：加州）	CARB 认证 相关法规	1994 年，加州空气资源委员会制定相关法规开始对非公路休闲车的废气排放进行监管，启动了绿色贴纸计划（Green Sticker Program），相关满足排放标准的非公路休闲车在通过绿标 CARB 认证之后可取得监管部门发放的绿色注册标签。2003 年，加州空气资源委员会正式启动红色贴纸计划（Red Sticker Program），从 2003 车型年份开始，监管部门对于符合条件的非公路休闲车放宽排放标准并发放红色注册标签，与取得绿色注册标签的车辆不同，该类红色贴纸车辆仅限在特定区域、特定季节骑行。2019 年，加州空气资源委员会制定监管修正案，结束执行红色贴纸计划，并进一步提高非公路休闲车的排放标准。根据修改后的相关监管规定，2021 及以前车型年份的红色贴纸车辆仍可以在加州销售，2022 及以后车型年份的非公路休闲车将无法通过红色贴纸计划在加州销售，除竞赛专用车辆外，所有 2022 及以后车型年份的非公路休闲车必须满足监管规定的排放标准并取得绿色注册标签，才可以在加州进行销售。	产品 认证	是
4	欧盟	CE 认证相 关法规	在欧盟市场进行商业销售的全地形车、摩托车等必须通过 CE 认证。CE 认证系欧盟对产品的认证，表示该产品符合有关欧盟指令规定的要求，并用以证实该产品已通过了相应的评定程序，是产品被允许进入欧盟市场销售的通行证。 ^注	产品 认证	是
5	欧盟	e-mark 认证 相关法规	自 2002 年 10 月起，凡是进入欧盟市场进行销售的上路车辆，必须通过 e-mark 相关测试认证，以确保行车的安全及环境保护之要求。e-mark 认证的测试机构必须是欧盟成员国内的技术服务机构，发证机构为欧盟成员国政府交通部门，获得 e 标志认证的产品各欧盟成员国都将认可。通过 e-mark 认证后标贴了 e 标志的产品，欧盟各国海关才会予以放行，准许进入当地市场。	产品 认证	是

注：CE 认证由欧盟委员会指定的第三方机构执行，该认证主要适用于欧盟，同时亦得到其他国家或地区的认可。

（二）发行人已取得生产经营（包括海外地区）所需的全部资质、许可或认证

1、发行人已取得国内市场生产经营所需的全部资质、许可或认证

根据国内市场对发行人相关产品的监管政策、技术法规和技术标准，发行人无需取得相关生产许可或相关准入许可，发行人的相关产品无需通过强制性产品认证。除此之外，发行人已取得国内市场生产经营所需的资质、许可或认证情况如下：

（1）出口许可

根据商务部对外贸易司发布的《2020 年度符合申领非公路用两轮摩托车及全地形车出口许可证条件企业名单》《2021 年度符合申领非公路用两轮摩托车及全地形车出口许可证条件企业名单》《2022 年度符合申领非公路用两轮摩托车及全地形车出口许可证条件企业名单》《2023 年度符合申领非公路用两轮摩托车及全地形车出口许可证条件企业名单》，2020 至 2023 年度，发行人均符合申领非公路用两轮摩托车及全地形车出口许可证条件，并取得相应年度的出口资质。

（2）其他生产经营资质、许可及认证

截至本招股说明书签署之日，发行人已取得的其他生产经营资质、许可及认证情况如下：

序号	名称	持有人	发证/备案单位	编号	有效期至
1	海关进出口货物收发货人备案回执	发行人	丽水海关	海关编码： 3310960277； 检验检疫备案号： 3310001937	长期
2	对外贸易经营者备案登记表	发行人	对外贸易经营者备案登记机关	04391169	-
3	世界制造厂识别代号证书	发行人	中国汽车技术研究中心	1132d	2025-12-31
4	环境管理体系认证证书	发行人	北京兴国环球认证有限公司	01722E20822R3M	2025-11-20
5	质量管理体系认证证书	发行人	北京兴国环球认证有限公司	01720Q10590R5M	2023-09-16
6	职业健康安全管理体系认证证书	发行人	北京兴国环球认证有限公司	01722S10748R0M	2025-12-21

2、发行人已取得海外市场生产经营所需的全部资质、许可或认证

发行人未在海外进行产品生产，主要以经销模式将产品销售至海外经销商，由海外经销商开展产品销售；同时，发行人也未在海外市场设立其他主体开展经营。因此，发行人自身无需取得海外市场的相关生产经营资质和许可。

根据发行人主要客户所在市场对发行人相关产品的监管政策、技术法规和技术标准，发行人的产品在相关区域进行商业销售，需通过有关环境保护或安全性能方面的产品认证。根据销售地规定及客户要求不同，发行人会采取配合客户办理相应产品认证的方式，如美国 EPA 认证；或采取向客户提供以发行人作为持证主体的产品认证文件的方式，如欧盟 CE 认证。报告期内，发行人产品不存在因海外销售资质或认证等问题影响经营和发展的情况。

发行人产品在美国、欧盟等海外主要销售市场取得或通过相关产品认证的情况具体如下：

(1) 美国市场

①EPA 认证

截至本招股说明书签署之日，发行人相关产品通过 EPA 认证的情况如下：

车辆类型	车辆型号	证书编号	有效期限
全地形车 ATV	AY70, AY70-2, AY70-B	RHALX. 072ADA-003	2023-04-27 至 2024-12-31
	A150, AT125-2, AT125-B, AU125, AU125-2, AU150, AU150-2	RHALX. 140HYA-002	2023-04-14 至 2024-12-31
	A180, A180-2, A200, A200-2, A200-B, AU180, AU180-2, AU200, AU200-2	RHALX. 199ALA-001	2023-03-30 至 2024-12-31

截至本招股说明书签署之日，发行人相关产品已取得美国环境保护署关于豁免 2022 车型年份 EPA 认证的批准情况如下：

车辆类型	车辆型号
两轮越野摩托车 OFF-ROAD MOTORCYCLES	KMB60, TS90, TSD110, TD125, TT125, TT140, K2, K4, K6-R, K6EFI, KT250, K6

截至本招股说明书签署之日，上述两轮越野摩托车的 2022 车型年份 EPA 豁免批准已到期，发行人正在积极办理两轮越野摩托车的 EPA 认证，预计将于 2023 年下半年陆续取得相关认证证书，办理过程有序开展，不存在实质性障碍。

②CPC 认证

截至本招股说明书签署之日，发行人相关产品通过 CPC 认证的情况如下：

车辆类型	车辆型号	证书编号	有效期限
Electric toy ATV	eA50, eA70	C220715079001-2B	2022-08-23 至长期

③CARB 认证

发行人报告期内在加州销售的产品均为红色贴纸车辆。目前，发行人在加州销售的产品均为 2021 车型年份的红色贴纸车辆，符合加州地区目前的监管规定。截至本招股说明书签署之日，加州空气资源委员会已批准的发行人 2021 车型年份红色贴纸车型如下：

车辆类型	车辆型号
ATV	AY70, AY70-2, AY70-2Y, A180, A180-2, A200, A200-2, A200-B, AU180, AU180-2, AU200, A125, A125-Y, A150, AT125, AT125-2, AT125-A, AT125-B, AU125, AU125-2, AU150
OFF-ROAD MOTORCYCLES	K2, K4, K5, K6, K6 EFI, K6-R, KMB, KT250, T2, T4, TS125, TSD110

为应对相关监管规定变化，保障相关产品在加州地区的销售，发行人已提前对红色贴纸

车辆进行了充分供货，并且发行人正在积极办理相关产品的 CARB 认证，办理过程有序推进且不存在实质性障碍，具体进展情况如下：

序号	车辆类型	认证型号	进展情况
1	OFF-ROAD MOTORCYCLES	TSD110, TT125	已经完成快速成型样车， 正在进行道路耐久试验
2	ATV	AY70-B, AY70-2	整车排放测试已完成，油箱渗透试验 已完成，正在出具检测报告
3		AT125-2, AU125-2, A150, AU150	整车排放测试已完成，燃油蒸发正在测试阶段
4		AU300	整车耐久试验 已完成，开始进行燃油蒸发测试

（2）欧盟市场

①CE 认证

发行人销售至欧盟市场的相关产品均已通过 CE 认证，符合相关规定。截至本招股说明书签署之日，发行人相关产品通过 CE 认证的情况如下：

序号	证书编号	车辆类型	认证型号	有效期限
1	0H180913.ZKMTQ67	ATV	AY series, AT series, A series, AU series, AS series	2018-09-17 至 2023-09-12
2	0H180913.ZKMTQ66	Dirt Bike	TS series, TSD series, TD series, TT series, TT2 series, MR series, T series, K series, H series, S series, B series, EXD series, KMB series	2018-09-17 至 2023-09-12
3	0H200811.ZKMCQ94	Dirt Bike	KT50, KT250, KT65, KT85, KT125, KT300, KT350, KT Series	2020-08-11 至 2025-08-10
4	0H200110.ZKM0D41	Electric Motorcycle	e-KMB, e-TS, e-TSD, e-TD, e-TT, e-K series, e-T series	2020-01-15 至 2025-01-14
5	0H210607.ZKMDQ06	Electric Balance Bike	12TR, 16TR, 20TR, XTR, YTR, MTR, 12TR-X, 12TR-Pro, 12TR-Max, 16TR-X, 16TR-Pro, 16TR-Max, 20TR-X, 20TR-Pro, 20TR-Max, TR series	2021-06-07 至 2026-06-06
6	0H221114.ZKMCC80	SSV	S50, S70, S110, S125, S150, S180, S200, S250, S300, S350, S400, S450, S500, S550, S600, S650, S700, S800, S850, S1000, S1200	2022-11-14 至 2027-11-13
7	0H230303.ZKM0O76	Electric SSV Vehicles	eS50, eS50 Pro, eS70, eS90, eS110, eS125, eS150, eS180, eS200, eS250, eS300, eS350, eS400,	2023-03-03 至 2028-03-02

			eS450, eS500, eS550, eS600, eS700, eS800, eS900, eS1000	
8	0H221012.ZKMC029	Electric ATV	eA50, eA70, eA110, eA125, eA150, eA180, eA200, eA250, eA300, eA350, eA500, eAU110, eAU125, eAU150, eAU180, eAU200, eAU250, eAU300, eAU350, eAU500	2022-10-12 至 2027-10-11

②e-mark 认证

发行人可在欧盟市场上路的车型产品已通过 e-mark 认证，符合相关规定。截至本招股说明书签署之日，发行人相关产品通过 e-mark 认证的情况如下：

证书编号	车辆类型	认证型号	有效期限
e13*167/2013*00159*03	ATV	AU200	2022-08-03 至长期

(3) 其他海外市场

发行人的产品在其他海外市场进行商业销售，也可能需要根据当地的监管政策办理相应产品认证手续，由于美国、欧盟对机动车环保性和安全性方面的先进理念，其他海外市场基本参照美国、欧盟市场的相关规定开展产品认证工作。

根据缙云县市场监督管理局、中华人民共和国丽水海关等主管部门出具的证明文件，报告期内，发行人不存在未取得资质、许可及认证而开展相关业务的情况，不存在因此受到行政处罚的风险。发行人产品持续销往海外市场，不存在因违反海外法律法规而被拒绝出口的情形，发行人在海外市场的业务活动均正常开展。

(三) 发行人产品质量相关事项

1、报告期内，发行人产品质量问题或产品安全事故的相关情况

报告期内，发行人除因供应商供应的减震器瑕疵问题主动发起过一次产品召回事件以外，不存在其他产品质量问题或发生过产品安全事故，未因产品质量问题或产品安全事故受到过行政处罚，不存在与产品质量或安全问题有关的媒体报道、消费者维权、重大诉讼或纠纷等情形。

2、产品召回事件

报告期内，发行人曾因供应商供应的减震器瑕疵问题主动发起过一次产品召回事件，并于短期内完成了涉及产品的减震器更换，未对发行人生产经营造成重大不利影响，具体情况如下：

2019 年 10 月，发行人在进行内部场地测试时，发现生产自 2019 年 5 月至 2019 年 8 月

三个批次的 K6-R 及 T6 车型车辆可能存在前减震器漏油的问题，经排查，该问题主要系减震器供应商出厂时未将前减震器油封压装到位所致。虽然该问题仅影响驾驶舒适感，不会对骑乘者人身安全产生影响，但是发行人仍高度重视并于 2019 年 10 月 22 日主动于微信公众号发布对所涉及批次车辆实施召回并免费更换新减震器的通知。本次产品召回所涉及批次车辆均系国内销售车辆，具体处理措施如下：

措施	步骤	费用承担
措施一： 经销商协助 更换	1、供应商将新减震器发至公司； 2、公司将新减震器发至经销商； 3、终端用户将所涉车辆带至经销商处，由经销商完成减震器的更换，并将旧减震器发至公司； 4、公司将旧减震器发至给供应商。	除旧减震器发至公司的运费由经销商承担外，其余费用均由供应商承担。
措施二： 终端客户自行更换	1、供应商将新减震器发至公司； 2、公司将新减震器发至终端客户； 3、由终端客户自行完成减震器的更换，并将旧减震器发至公司； 4、公司将旧减震器发至给供应商。	所有费用均由供应商承担。

截至 2020 年 1 月末，发行人完成所涉及批次的合计 85 辆车辆的召回及新减震器的更换。

本次召回事件系由供应商供应的减震器瑕疵引起，发行人已将召回的所有减震器全部退还至相关供应商，由其重新提供同等数量的新减震器。发行人不承担产品召回产生的相关费用，发行人无需对相关产品召回进行会计处理。应发行人要求，该供应商对内部质量控制进行了规范和提升，发行人亦对该供应商的后续来货进行了连续抽检，以进一步提升来料质量的稳定性，保障公司产品品质。

在外购原材料的质量管控方面，发行人通过制定《零部件采购控制程序》《供应商导入、评价、备份控制程序》等制度对采购控制及供应商管理形成了严格的管理体系。发行人对供应商的来料质量管控严格，在评定合格供应商时需综合评估供应商的生产资质、企业规模、品质控制能力、价格、交期等因素，原材料的技术标准及质量水平需通过发行人的测试验证后确认，在执行采购物资的来料入库前需由品技部对采购物资的质量进行检验，验收合格方能入库。

本次召回事件过程中，发行人及时发现前减震器问题并快速锁定存在隐患的全部批次，果断作出召回更换决定并高效执行，未因减震器瑕疵问题受到负面影响。根据缙云县市场监督管理局出具的证明文件，发行人报告期内不存在该局管辖范围内违反市场监督管理法律、法规的违法记录，也未因违法经营受到该局的行政处罚。此外，发行人亦不存在因产品召回事件受到主管部门行政处罚的情形。

综上所述，发行人报告期内的产品召回事件系由供应商供应的减震器瑕疵引起，该产品问题仅影响驾驶舒适感，不会对骑乘者人身安全产生影响，并且发行人及时发现并快速反应，在短期内完成了涉及产品的减震器更换，未对发行人的生产经营造成重大不利影响，发行人也未因该产品召回事件受到主管部门的行政处罚。发行人不存在应披露而未披露的行政处罚等重大事项，产品召回事件不会构成本次发行的实质法律障碍。

七、 其他事项

截至本招股说明书签署之日，公司不存在其他披露事项。

第六节 公司治理

一、 公司治理概况

公司自整体变更为股份公司以来,根据《公司法》、《证券法》等有关法律、法规、规范性文件和中国证监会的相关要求,建立健全了由股东大会、董事会、监事会和经营层组成的公司治理结构,并设置了独立董事、董事会秘书、董事会专门委员会等人员和机构,制定和完善了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《董事会审计委员会工作细则》、《董事会提名委员会工作细则》、《董事会战略委员会工作细则》、《董事会薪酬与考核委员会工作细则》等治理文件以及对外投资、对外担保、关联交易、资金管理等方面的内控制度。

公司股东大会、董事会、监事会、经营层、董事会秘书、独立董事等机构和人员之间权责明确、相互协调和相互制衡,并能按照相关的治理文件及内控制度规范运行。

(一) 股东大会、董事会、监事会制度建立健全及运行情况

2015年5月27日,公司召开创立大会暨第一次股东大会,审议通过了公司《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》。

2020年4月13日,公司召开2019年年度股东大会,修订了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》,并于2021年12月6日召开2021年第三次临时股东大会,进一步修订了《董事会议事规则》,不断完善了股东大会、董事会和监事会运行规范。

1、股东大会运行情况

股东大会依据《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》和有关法律法规履行权利和义务,股东大会运作规范,会议的召开、表决、决议的内容符合相关规定要求。报告期内,公司累计召开了11次股东大会。公司股东大会就《公司章程》的订立、公司重大制度建设、重大经营投资和财务决策、董事、独立董事与监事的聘任、向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市的决策和募集资金投向等重大事项进行审议决策,严格依照相关规定行使权利。

2、董事会运行情况

公司董事会由8名董事组成,其中独立董事3名,设董事长1人。报告期内,公司董事会累计召开18次会议。董事会按照《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》的规

定规范运作，公司董事会就《公司章程》和公司重大制度建设、重大经营投资和财务决策、管理层的聘任、向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市的决策和募集资金投向等重大事项进行审议决策，有效履行了职责。

3、监事会运行情况

公司监事会由 3 名监事组成，其中设监事会主席 1 名、职工代表监事 1 名。报告期内，公司监事会累计召开 16 次会议。监事会按照《公司法》、《公司章程》、《监事会议事规则》的规定规范运作，有效履行了监督等职责。

（二）独立董事制度建立健全及运行情况

公司制订了《独立董事工作制度》，对独立董事的任职资格、选举与罢免程序、职权范围等内容进行了规定。内容符合有关法律、法规及《公司章程》的规定。

公司根据相关规定聘任刘欣、吴芃和向阳为独立董事，其中吴芃为符合中国证监会及北交所要求的会计专业人士。

发行人独立董事具备《公司法》、《北京证券交易所上市公司持续监管指引第 1 号—独立董事》等规定的任职资格，任职情况合法合规。

（三）董事会秘书制度建立健全及运行情况

公司设立董事会秘书，作为信息披露事务负责人，负责公司股东大会和董事会会议的筹备、信息披露事务、投资者关系管理等事宜。截至本招股说明书签署日，公司董事会秘书严格按照《公司章程》及各项制度等有关规定积极履行职责。

经公司第三届董事会第五次会议审议，公司设立了董事会专门委员会，其中战略委员会由董事戴继刚（召集人）、陈钧和独立董事刘欣组成，审计委员会由独立董事吴芃（召集人）、向阳和董事戴鹏组成，薪酬与考核委员会由独立董事向阳（召集人）、吴芃和董事陈钧组成，提名委员会由独立董事刘欣（召集人）、向阳和董事任宇组成，并制定了《董事会战略委员会工作细则》、《董事会审计委员会工作细则》、《董事会薪酬与考核委员会工作细则》和《董事会提名委员会工作细则》，进一步建立健全公司制度和完善公司治理结构，促进公司规范运作。

二、 特别表决权

截至本招股说明书签署日，公司不存在特别表决权股份或类似安排的情况。

三、 内部控制情况

(一) 内部控制基本情况

2019 年-2021 年，公司存在与关联方或第三方进行资金往来和利用非公司账户结算的情形，公司已对相关不规范的行为进行整改，此后未发生新的关联方资金往来和利用个人卡收付款的情形，上述行为不存在后续影响，不存在影响发行条件的情形。具体情况如下：

1、使用非公司账户结算的相关情况

(1) 使用非公司账户结算的原因

2019 年-2021 年，公司存在通过非公司账户进行结算的情况，并已在 2021 年完成整改，2022 年公司已不存在非公司账户结算的情况。非公司账户结算主要涉及收取少量配件和废品销售款及赞助款，用以发放职工薪酬和支付各项费用等。公司主要从事非道路越野车的生产和销售，为配合客户的交易习惯、方便客户，公司存在少量配件款通过个人卡收付。同时，基于个人卡支付的便利性及避税的考虑，公司存在利用非公司账户进行一定金额的费用支付和绩效奖金及福利发放情况。

(2) 使用非公司账户结算的金额及对公司经营情况的影响

报告期内，公司通过非公司账户结算的性质、金额及变动情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	资金来源	资金去向	资金来源	资金去向	资金来源	资金去向
配件、废品及赞助等款项	-	-	123.47	2.02	228.13	14.79
返利收款	-	-	77.04	-	34.54	-
职工薪酬及福利	-	-	57.20	493.70	52.25	285.33
成本费用	-	-	286.38	42.77	8.13	86.53
保证金等往来款	-	-	6.00	0.50	50.29	37.11
借款	-	-	61.80	-	262.03	306.21
理财及收益净额	-	-	268.99	-		265.00
合计	-	-	880.87	539.00	635.36	994.97

报告期内，非公司账户结算发生的收入、成本费用对公司同期财务报表主要影响数较小，占发行人同期比例较小，未对公司的生产经营产生重大影响。通过非公司账户结算对收入、成本和利润的影响如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业收入	-	107.05	158.59
营业成本	-	-63.18	14.58

销售费用	-	18.48	25.91
管理费用	-	207.20	469.79
研发费用	-	-61.15	-126.79
其他净收益	-	4.80	0.06
利润总额	-	10.50	-224.85
公司整体利润总额		10,177.87	3,126.62
占比	-	0.10%	-7.19%

注：其他净收益包括财务费用、税金及附加、投资收益、营业外收入和营业外支出，因种类较多且金额较小，故合并列示。

由上表可知，非公司账户主要收入来源是收取的配件款、供应商返利款、废品收款及部分赞助款，主要用于职工薪酬及福利。2020 年-2021 年，通过非公司账户收付款的金额较小，且对公司利润总额的影响分别-224.85 万元和 10.50 万元，占公司利润总额的比例分别为 -7.19%和 0.10%，对公司同期财务报表主要影响数较小，未对公司的生产经营产生重大影响。

（3）整改规范情况

针对 2019 年至 2021 年通过非公司账户结算的不规范行为，公司已经完成整改，整改措施已落实到位，2022 年公司已不存在非公司账户结算的情况。一方面，公司注销个人卡、补交税款并调整入账；另一方面，2022 年通过公司账户二维码收款、调整供应商返利结算方式、完善内部控制制度、加强资本市场守法合规培训等方式，避免出现新的非公司账户结算行为。公司、实际控制人及关键管理人员出具个人卡完整性及后续不再使用个人卡收付款的承诺函。具体情况如下：

1）注销个人卡、补交税款并调整入账

公司已停止使用个人卡，并于 2021 年 12 月底将个人卡资金全部转入公司账户。除一张自 2020 年 3 月后无任何资金往来的卡于 2022 年 3 月注销外，其他个人卡均在 2021 年底前完成注销。

公司通过个人卡收付款，涉及纳税调整并已补缴相关税费。并已于 2021 年报披露的同时，对 2019 年及 2020 年度会计差错事项进行更正。

2）非公司账户结算涉及事项的具体整改措施已落实到位

A. 配件、废品及赞助等款项

通过公司账户二维码收款：2022 年，公司已要求客户将配件、废品及赞助等款项直接支付至公司账户；对于现场付款的客户，要求客户扫描公司账户二维码，转账至建设银行的专用收款账户，公司据实入账；

B. 供应商返利

调整供应商返利结算方式：2021 年一季度通过非公司账户收取 2020 年度返利款后，未

再发生非公司账户收取返利情形。根据公司与供应商协商，2021 年的供应商返利均直接以抵扣采购货款的形式结算；

C. 费用项目、职工薪酬及福利

自 2022 年开始，公司员工将食堂充值费用直接转入食堂承包商所开立的专用账户中，公司与食堂供应商据实结算，通过公司银行账户支付费用、职工薪酬及福利。

D. 保证金、备用金、借款及理财款

2021 年 6 月以后，公司未再通过个人卡收付保证金、备用金和理财款，未再发生新的借款，并且公司逐步完善内控制度，避免出现新的通过个人卡收付的行为。

E. 在合同中约定公司所有收款均需通过公司账户进行

在公司后续新签或续签的合同中，明确约定公司所有收款均需通过公司账户进行。销售总监、采购总监及业务人员应督促客户和供应商严格执行，若仍存在通过非公司账户收款情形，公司将对销售总监、采购总监及相应业务人员进行追责。

公司修订完善了《销售业务内部控制制度》，明确要求公司所有收款均需通过公司账户进行，该制度修订稿已经公司总经理审批通过，由行政部盖章签发。

F. 完善内控制度，禁止非公司账户收付款

公司修订完善了《货币资金管理规定》、《财务支出管理规定》等内部制度，其中在《货币资金管理规定》的“禁止下列行为”中增加“6 设立“小金库”或保留账外公款”和“7 利用员工个人账户收取或支付货款”；在《财务支出管理规定》的“2 借款报销的管理规定”中增加“借款款项必须由公司公账转支，不可通过员工个人卡或小金库转账”的相关表述。

财务总监应督促上述制度得到严格执行，若新发生相关不规范情形，公司将对财务总监及相应经办人员进行追责。

公司将持续在内控流程上进行规范，在资金授权、批准、审验、责任追究等方面已建立了相对完善的资金管理内控制度，并严格保证其有效执行，以杜绝个人卡和员工代收代付的情况发生。

G. 加强资本市场守法合规培训

公司内部组织多次系统性的培训，加强资本市场规范运作知识的宣贯力度，加强董事、监事、高级管理人员的守法合规学习，明确责任。

公司严格按照制定的财务管理制度和资金使用管理制度执行，严格杜绝发生资金拆借不规范或其他新的内控不规范行为，经不断整改和完善，公司内控制度能够有效施行，2022

年，公司已无通过非公司账户结算的情形。根据容诚会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《内部控制鉴证报告》（容诚专字[2022]518Z0168 号和容诚专字[2023]518Z0058 号），公司于 2021 年 12 月 31 日和 2022 年 12 月 31 日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

3) 公司、实际控制人及关键管理人员已出具不再使用非公司账户结算的承诺函，承诺内容参见本招股说明书“第四节/九/（一）与本次公开发行有关的承诺情况”。

2、员工代收代付行为

报告期内，公司存在通过员工代收代付的情形，具体金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
员工代收款	-	139.25	130.44
营业收入	42,389.71	71,106.61	31,838.56
员工代收款占营业收入比例	0.00%	0.20%	0.41%
员工代付款	-	139.25	13.23
营业成本	33,126.85	56,229.76	26,280.05
员工代付款占营业成本比例	0.00%	0.25%	0.05%

员工代收款项主要为配件款和赞助款等，员工代付款主要系为支付职工薪酬。2022 年已无员工代收代付的情况。报告期内，员工代收款的金额分别为 130.44 万元、139.25 万元和 0.00 万元，占营业收入的比重分别为 0.41%、0.20%和 0.00%，员工代收款的比重呈下降趋势；员工代付款的金额分别为 13.23 万元、139.25 万元和 0.00 万元，占营业成本的比重分别为 0.05%、0.25%和 0.00%，2021 年的员工代付款为代付的职工薪酬。

公司已于 2021 年底停止员工代收代付。公司已建立、完善并严格实施相关内部控制制度，严格杜绝后续出现新的员工代收代付情况。

3、向关联方拆出资金

2019 年-2021 年，在使用非公司账户结算期间，存在向关联方拆出资金用于个人周转的情况。向董监高拆出资金的发生额、期末余额及借款原因如下：

单位：万元

序号	关联方	拆借金额	借款起始日	借款归还日	借款原因
1	陈钧	65.00	2020 年 9 月 1 日	2020 年 9 月 25 日	个人资金周转
2	任宇	75.00	2020 年 11 月 5 日	2021 年 1 月 12 日	个人资金周转
3	齐长雨	20.00	2019 年 4 月 16 日	2021 年 6 月 8 日	个人资金周转

公司已履行内部决策程序，对关联方的资金拆借均已计提了利息。截至 2021 年 12 月 31 日，公司与关联方之间的上述资金拆借均已全部结清，未对公司财务和经营成果造成重大影响。

公司加强并完善了与资金管理相关的内部控制制度，制定了《财务管理制度》《货币资金管理规定》和《存货及货款支付管理规定》等内部财务管理制度，通过加强内部管理、强化规范意识、组织相关讲座学习等方式，进一步规范内部治理机制，严格执行公司内控制度，严格杜绝后续出现新的内控不规范的行为。2021 年未再发生新的向关联方拆出资金的情况。

除上述事项外，公司建立及实施了有效的内部控制，从内部环境、风险评估、控制活动、信息与沟通、内部监督等各方面建立健全了有效的内部控制制度，能够合理保证企业经营合法合规、资产安全、财务报告及相关信息真实、准确、完整，提高经营效率和效果，促进企业实现发展战略。

公司已严格遵循全面性、重要性、制衡性、适应性及成本效益原则，在公司内部的各个业务环节建立健全了有效的内部控制系统，由经营层负责内部控制的贯彻、执行，由全体员工参与内部控制的具体实施，在所有重大方面均保持了有效的内部控制。

（二）管理层的内部控制自我评价意见

根据公司财务报告内部控制重大缺陷的认定情况，于内部控制评价报告基准日，公司不存在财务报告内部控制重大缺陷。董事会认为，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。根据公司非财务报告内部控制重大缺陷认定情况，于内部控制评价报告基准日，公司未发现非财务报告内部控制重大缺陷。自内部控制评价报告基准日至内部控制评价报告发出日之间未发生影响内部控制有效性评价结论的因素。

（三）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

2023 年 3 月 27 日，容诚会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《内部控制鉴证报告》（容诚专字[2023]518Z0058 号）认为，浙江华洋赛车股份有限公司于 2022 年 12 月 31 日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

四、 违法违规情况

发行人遵守国家的有关法律和法规开展经营活动，发行人在报告期内不存在重大违法违规行为，也不存在被相关主管部门重大处罚的情形。

五、 资金占用及资产转移等情况

报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情形，不存在固定资产、无形资产等资产被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业转移的情况，亦不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

六、 同业竞争情况

（一）同业竞争情况

截至本招股说明书签署日，除发行人和员工持股平台缙云县华拓投资合伙企业（有限合伙）外，发行人的控股股东和实际控制人无控制的其他企业，不存在同业竞争情况。

（二）避免同业竞争的承诺

华洋赛车在全国股转系统挂牌时，为避免同业竞争，公司控股股东、实际控制人戴继刚出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，并于本次发行上市前作出如下承诺：

“1、本人及本人控制的其他企业或组织（如有，下同）不存在从事与发行人及其控股子公司的业务具有实质性竞争或可能有实质性竞争且对发行人及其控股子公司构成重大不利影响的业务活动。本人及本人控制的其他企业或组织将不以任何形式从事与发行人及其控股子公司和分支机构现有业务构成实质性竞争或可能有实质性竞争且对发行人及其控股子公司构成重大不利影响的业务活动，包括在中国境内外投资、收购、兼并与发行人及其控股子公司和分支机构现有业务构成或可能构成同业竞争的企业或者其他经济组织。

2、若发行人今后进入新的业务领域，则本人及本人控制的其他企业或组织将不在中国境内外以控股或以参股但拥有实质控制权的方式，从事与发行人新业务构成实质性竞争或可能有实质性竞争且对发行人及其控股子公司构成重大不利影响的业务活动，包括在中国境内外投资、收购、兼并与发行人及其控股子公司和分支机构今后从事新业务构成或可能构成同业竞争的公司或者其他经济组织。

3、若发行人认为本人及本人控制的其他公司或组织出现与发行人构成直接竞争的经营业务情况时，本人承诺发行人有权按照自身情况和意愿，采用必要的措施解决所构成同业竞争的情形，该等措施包括但不限于：收购本人/本人控制的其他企业及该企业直接或间接控制的存在同业竞争的企业的股权、资产；要求本人/本人控制的其他企业及该企业的下属企业在限定的时间内将构成同业竞争业务的股权、资产转让给无关联的第三方等。

4、本人及本人控制或未来可能控制的其他企业及该企业的下属企业不会向业务与发行人及其控股子公司（含直接或间接控制的企业）所从事的业务构成竞争的其他企业或其他机构、组织、个人提供与该等竞争业务相关的专有技术、商标等知识产权或提供销售渠道、客户信息等商业秘密。

5、本人保证不利用所持有的发行人股份，从事或参与从事任何有损于发行人或发行人其他股东合法权益的行为。

6、若本人违反上述关于同业竞争的相关承诺，将在发行人股东大会及北京证券交易所信息披露平台上公开说明未履行的具体原因并向其他股东及社会公众投资者道歉，因未履行承诺事项而获得收益的，所得的收益归发行人所有。

7、如因本人及本人控股的其他企业或组织及未来可能控制的其他企业和/或本人未来可能控制的其他企业的下属企业违反上述声明与承诺而导致发行人的权益受到损害的，本人将依法承担相应的赔偿责任。”

七、 关联方、关联关系和关联交易情况

（一）关联方情况

根据《公司法》、《企业会计准则第 36 号—关联方披露》等法律、法规及规范性文件的有关规定，公司主要关联方包括：

1、公司的控股股东、实际控制人

序号	关联方	关联关系
1	戴继刚	公司控股股东、实际控制人

2、除控股股东、实际控制人外持有公司 5%以上股份的股东

序号	关联方	关联关系
1	戴鹏	直接持有公司 13.53%的股份
2	任宇	直接持有公司 13.53%的股份
3	陈钧	直接持有公司 13.53%的股份
4	缙云华拓	直接持有公司 9.72%的股份、实际控制人戴继刚担任执行事务合伙人的企业

3、公司董事、监事及高级管理人员

序号	关联方	关联关系
1	戴继刚	董事长
2	戴鹏	董事、总经理
3	陈钧	董事、副总经理
4	任宇	董事、董事会秘书
5	张堂忠	董事、财务负责人

6	刘欣	独立董事
7	吴芑	独立董事
8	向阳	独立董事
9	齐长雨	监事会主席
10	余同春	监事
11	胡桂丽	职工代表监事

4、与公司的控股股东、实际控制人及持有 5%以上股份的股东、董事、监事及高级管理人员关系密切的家庭成员

与上述人员关系密切的家庭成员包括配偶、年满十八周岁的子女及其配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。

5、关联自然人直接或者间接控制及施加重大影响的，或者担任董事、高级管理人员的，除公司及其控股子公司以外的法人或者其他组织

序号	关联方	关联关系
1	缙云华拓	戴继刚担任执行事务合伙人的企业、持有发行人 5%以上股份
2	天津摩托车质量监督检验所	独立董事刘欣担任法定代表人的单位
3	江苏奥易克斯汽车电子科技股份有限公司	独立董事吴芑担任独立董事的企业
4	南京纳容新材料科技有限公司	独立董事吴芑的配偶控制的企业
5	缙云县鸿迪工程设备维修服务部	监事胡桂丽的配偶担任经营者的个体工商户
6	缙云县鸿迪工程机械租赁服务部	监事胡桂丽的配偶担任经营者的个体工商户

6、报告期内与公司曾经存在关联关系的其他关联方

序号	关联方	关联关系
1	王桂昌	报告期内曾任发行人监事
2	李虎	报告期内曾任发行人监事
3	上官伟利	报告期曾任发行人董事、财务负责人
4	天津市圆素柒加壹教育信息咨询有限公司	独立董事向阳曾担任执行董事兼经理的企业，于 2022 年 4 月注销

(二) 关联交易情况

1、关联交易简要汇总表

单位：万元

项目	交易内容	2022 年度	2021 年度	2020 年度
经常性关联交易	关联租赁	26.13	27.05	23.86
	关键管理人员的薪酬	503.95	932.05	656.35
	采购商品、接受劳务	1.50	-	-
偶发性关联交易	关联担保	具体情况详见本节之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”之“(二)关联交易情况”之“3、偶发性关联交易”		

易		之“（1）关联担保”。
	关联方资金拆借	具体情况详见本节之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”之“（二）关联交易情况”之“3、偶发性关联交易”之“（2）关联方资金拆借”。

2、经常性关联交易

（1）关联租赁

单位：元

出租方	承租方	租赁资产种类	2022 年度确认的租赁费	2021 年度确认的租赁费	2020 年度确认的租赁费
戴继刚	华洋赛车	房产租赁	261,344.04	270,517.60	238,571.43

公司于报告期内承租戴继刚先生位于天津的房屋用于发行人天津分公司办公使用，该关联交易公司已补充履行了相应的程序，租金与周边同类办公租赁价格基本一致，租赁价格公允，不损害公司及股东利益。

（2）关键管理人员的薪酬

报告期各期，公司董事、监事及高级管理人员薪酬如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
关键管理人员的薪酬	503.95	932.05	656.35

（3）采购商品、接受劳务

2022 年 3 月，公司向缙云县鸿迪工程设备维修服务部（监事胡桂丽的配偶担任经营者的个体工商户）采购修理劳务，支付修理费 1.50 万元，金额较小。

3、偶发性关联交易

（1）关联担保

报告期内，公司关联方为公司提供担保的情况如下：

单位：万元

序号	担保人	担保方式	（最高）担保额	担保权人	担保债权确定期间	担保期限	是否履行完毕
1	戴继刚、戴鹏、任宇、陈钧	保证担保	1,250.00	浙江泰隆商业银行股份有限公司丽水缙云支行	2019 年 3 月 8 日至 2021 年 3 月 8 日	主债权履行期限届满之日起两年	是
2	戴继刚、戴鹏、任宇、陈钧	保证担保	3,000.00	中国银行股份有限公司缙云县支行	2018 年 6 月 10 日至 2019 年 12 月 9 日	主债权履行期限届满之日起两年	是
3	李燕翔、韩梅、曹新华、张明好	保证担保	3,000.00	中国银行股份有限公司缙云	2018 年 6 月 12 日至 2019 年 12 月 11 日	主债权履行期限届满	是

				县支行		之日起 两年	
4	戴继刚	保 证、 抵 押 担保	600.00	重庆宗申 发动机制 造有限公 司	2018 年 3 月 1 日至 2023 年 2 月 28 日	主 债 权 届 满 之 日 起 两 年 内	否
5	陈钧	保 证 担保	发行人对 担保权人的 货款	重庆德呈 威科技有 限公司	2021 年 4 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日	-	是
6	齐长雨	保 证 担保	发行人对 担保权人的 货款	重庆德呈 威科技有 限公司	2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日	-	是
7	陈钧	保 证 担保	发行人对 担保权人的 所有债务（货款）	重庆力帆 速越机械 制造有限 公司	2020 年 12 月 26 日至 2021 年 12 月 25 日	债 务 履 行 期 限 届 满 后 三年	是

注：1、2019 年 3 月 15 日，戴继刚、戴鹏、陈钧、任宇与浙江泰隆商业银行股份有限公司丽水缙云支行签订《最高额保证合同》编号：（330600303190308）浙泰商银（高保）字第（0131040001）号，为公司与债权银行在 2019 年 3 月 8 日至 2021 年 3 月 8 日（含起止日当日）期间签订的全部主合同所形成的主债权本金余额不超过人民币 1,250 万元的范围内提供最高额保证担保。保证期间根据各主合同约定的债务履行期限分别计算，每一主合同项下的保证期间为自该主合同约定的借款人借款期限届满之日起两年。

2、2018 年 6 月 10 日，戴继刚、戴鹏、陈钧、任宇与中国银行股份有限公司缙云县支行签订《最高额保证合同》编号：2018 年缙新中银保字 016 号，为公司与债权银行在 2018 年 6 月 10 日至 2019 年 12 月 9 日期间签订的全部主合同所形成的主债权本金余额不超过人民币 3,000 万元的范围内提供最高额保证担保。保证期间为主债权发生期间届满之日起两年。

3、2018 年 6 月 12 日，李燕翔（戴继刚之妻）、韩梅（戴鹏之妻）、曹新华（陈钧之妻）、张明好（任宇之妻）与中国银行股份有限公司缙云县支行签订《最高额保证合同》编号：2018 年缙新中银保字 016-1 号，为公司与债权银行在 2018 年 6 月 12 日至 2019 年 12 月 11 日期间签订的全部主合同所形成的主债权本金余额不超过人民币 3,000 万元的范围内提供最高额保证担保。保证期间为主债权发生期间届满之日起两年。

4、根据戴继刚、发行人与重庆宗申发动机制造有限公司（以下简称“重庆宗申”）签订的《抵押担保合同》，戴继刚为发行人与重庆宗申在 2018 年 3 月 1 日至 2023 年 2 月 28 日期间签订的全部主合同所形成的债务以及所有相关费用，向重庆宗申承担连带保证责任，并在 600 万元内提供抵押担保，抵押物为戴继刚所有的房产（编号：房地证津字第 102021307669 号、房地证津字第 102021307671 号、房地证津字第 102021308134 号、房地证津字第 102021022134 号）。担保期间为主债权届满之日起两年。

5、根据公司与重庆德呈威科技有限公司（以下简称“德呈威”）签订的《供货合同》，陈钧为公司与德呈威在 2021 年 4 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日期间签订的全部主合同所形成的债务以及所有相关费用，向德呈威承担连带担保责任。

6、根据公司与德呈威签订的《供货合同》，齐长雨为公司与德呈威在 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间签订的全部主合同所形成的债务以及所有相关费用，向德呈威承担连带担保责任。

7、根据陈钧、公司与重庆力帆速越机械制造有限公司（以下简称“重庆力帆”）签订的《摩托车发动机购销合同》，陈钧为公司与重庆力帆在 2020 年 12 月 26 日至 2021 年 12 月 25 日期间签订的全部主合同所形成的债务以及所有相关费用，以其全部的财产向重庆力

帆承担不可撤销的无限连带担保责任。担保期间为主债权履行期限届满后三年。

关联方为公司银行借款和向供应商采购提供无偿担保，已履行内部决策程序，有利于公司生产经营和业务的开展，不损害公司及中小股东利益。

（2）关联方资金拆借

报告期内，公司存在向关联方拆出资金用于个人周转的情况：

序号	关联方	拆借金额 (万元)	借款起始日	借款归还日	借款原因
1	陈钧	65	2020 年 9 月 1 日	2020 年 9 月 25 日	个人资金周转
2	任宇	75	2020 年 11 月 5 日	2021 年 1 月 12 日	个人资金周转
3	齐长雨	20	2019 年 4 月 16 日	2021 年 6 月 8 日	个人资金周转

公司对关联方的资金拆借均已计提了利息。公司已履行内部决策程序。截至报告期期末，公司与关联方之间的上述资金拆借均已全部结清，未对公司财务和经营成果造成重大影响。

4、关联方往来款余额

单位：万元

项目名称	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
其他应收款：			
任宇	-	-	55.98
齐长雨	-	-	6.80
合计	-	-	62.78

5、关联交易履行的决策程序及信息披露情况

公司于 2018 年 5 月 24 日召开第一届董事会第十八次会议，审议通过了《关于偶发性关联交易》的议案。议案内容为：2018 年度，公司股东董事戴继刚、戴鹏、陈钧、任宇拟对银行向公司授信担保，担保金额不超过 8,000 万元，具体担保金额以实际发生为准。该议案于 2018 年 6 月 8 日经公司 2018 年第二次临时股东大会审议通过。

公司于 2019 年 1 月 16 日召开第二届董事会第四次会议，审议通过了《关于偶发性关联交易》的议案。议案内容为：2019 年度内，公司股东董事戴继刚、戴鹏、陈钧、任宇拟对银行向公司授信担保，担保金额不超过 2,000 万元，具体担保金额以实际发生为准。该议案于 2019 年 2 月 20 日经公司 2019 年第一次临时股东大会审议通过。

除上述审议程序外，公司存在部分关联交易在交易发生时未事前履行决策程序的情况，公司于 2022 年 4 月 15 日召开了第三届董事会第七次会议和第三届监事会第五次会议补充审议，审议通过《关于补充确认公司 2019 年度、2020 年度、2021 年度关联交易的议案》，独立董事发表了事前认可意见和独立意见，公司于 2022 年 4 月 15 日披露了《浙江华洋赛车股份有限公司关于补充确认 2019 年度、2020 年度、2021 年度关联交易的公告》（公告编号：2022-049）。公司董事会将上述议案提交发行人 2021 年年度股东大会审议。2022 年 5 月 6

日，公司召开 2021 年年度股东大会，会议审议通过了《关于补充确认公司 2019 年度、2020 年度、2021 年度关联交易的议案》，对公司报告期内的关联交易进行了补充确认。

针对 2022 年的关联租赁事项，公司于 2022 年 4 月 15 日召开第三届董事会第七次会议和第三届监事会第五次会议审议通过了《关于预计公司 2022 年度日常性关联交易的议案》，关联董事戴继刚回避表决，独立董事发表了事前认可意见和独立意见。

针对 2022 年的关联采购修理劳务事项，交易金额为 1.50 万元，金额较小。根据《公司章程》和《关联交易决策制度》等公司制度规定，公司拟与关联自然人发生的成交金额（含同一标的或与同一关联人在连续 12 个月内达成的关联交易累计额）低于 50 万的交易或者与关联法人发生的成交金额低于公司最近一期经审计总资产 0.5%且不超过 300 万元的交易，由董事长决定，因此，该事项经公司董事长审议通过，符合公司内部治理要求。

公司的《公司章程》、《关联交易决策制度》等公司内部管理制度已对关联交易公允决策程序作了详细规定。报告期内，公司严格遵循了内部管理的相关规定，所发生的关联交易均已按照《公司法》、《公司章程》和《关联交易决策制度》等规定履行了相应的决策审批程序，不存在损害中小股东权益的情形，并已履行相关信息披露义务。

6、报告期内关联交易对公司的影响

报告期内，公司发生的上述关联交易决策程序符合有关法律、法规和《公司章程》的规定，遵循了公开、公平、公正的准则，关联交易定价公允、合理，不存在损害公司及中小股东利益的情形，对公司财务状况和经营成果无不利影响。总体而言，公司关联交易金额及占比相对稳定，由于房屋租赁对公司生产经营具有必要性，预计今后关联租赁将持续存在。公司将不断完善关联交易管理制度，控制关联交易规模，规范关联交易决策审批程序，并及时进行信息披露。

7、减少和规范关联交易的承诺

为避免或减少将来可能与华洋赛车及其控制的企业产生的关联交易，公司的控股股东、实际控制人、持股 5%以上的股东及其他董事、监事和高级管理人员就规范和减少关联交易出具承诺，主要内容详见本招股说明书“第四节发行人基本情况”之“九、重要承诺”。

八、其他事项

无。

第七节 财务会计信息

一、 发行人最近三年的财务报表

(一) 资产负债表

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	89,328,115.72	183,617,032.36	157,289,418.64
结算备付金			
拆出资金			
交易性金融资产			
衍生金融资产			
应收票据			
应收账款	52,479,795.86	27,191,747.15	5,508,553.38
应收款项融资			
预付款项	1,242,384.33	2,442,061.64	3,513,788.08
应收保费			
应收分保账款			
应收分保合同准备金			
其他应收款	395,842.71	775,303.22	5,051,139.19
其中：应收利息			
应收股利			
买入返售金融资产			
存货	70,234,880.77	103,774,630.69	75,648,744.87
合同资产			
持有待售资产			
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产	5,772,031.12	4,259,150.41	5,342,043.87
流动资产合计	219,453,050.51	322,059,925.47	252,353,688.03
非流动资产：			
发放贷款及垫款			
债权投资			
其他债权投资			
长期应收款			
长期股权投资			
其他权益工具投资	24,000.00	24,000.00	-
其他非流动金融资产			
投资性房地产			
固定资产	82,258,475.24	34,470,483.58	33,836,854.86
在建工程	294,306.18	37,276,030.04	-
生产性生物资产			

油气资产			
使用权资产	880,722.92	1,100,903.72	
无形资产	35,733,198.11	11,540,188.27	11,209,421.01
开发支出			
商誉			
长期待摊费用			
递延所得税资产	1,645,337.71	1,555,931.99	1,276,554.86
其他非流动资产	1,281,020.00	901,400.00	
非流动资产合计	122,117,060.16	86,868,937.60	46,322,830.73
资产总计	341,570,110.67	408,928,863.07	298,676,518.76
流动负债：			
短期借款	28,069,714.41		
向中央银行借款			
拆入资金			
交易性金融负债			
衍生金融负债			
应付票据	84,701,189.67	194,891,549.29	105,096,264.32
应付账款	42,826,441.33	52,775,025.88	57,316,831.49
预收款项			
合同负债	10,023,522.02	29,116,547.31	50,240,761.93
卖出回购金融资产款			
吸收存款及同业存放			
代理买卖证券款			
代理承销证券款			
应付职工薪酬	8,483,631.76	9,869,046.04	9,935,932.68
应交税费	1,938,873.51	5,588,404.48	2,988,781.96
其他应付款	719,983.66	1,462,217.99	720,516.74
其中：应付利息			
应付股利			
应付手续费及佣金			
应付分保账款			
持有待售负债			
一年内到期的非流动负债	216,056.01	206,455.82	
其他流动负债	143,407.41	89,845.35	57,132.11
流动负债合计	177,122,819.78	293,999,092.16	226,356,221.23
非流动负债：			
保险合同准备金			
长期借款	1,202,500.00		
应付债券			
其中：优先股			
永续债			
租赁负债	710,338.07	926,394.07	
长期应付款			

长期应付职工薪酬			
预计负债			
递延收益	7,631,681.11	8,108,661.19	7,582,184.37
递延所得税负债			
其他非流动负债			
非流动负债合计	9,544,519.18	9,035,055.26	7,582,184.37
负债合计	186,667,338.96	303,034,147.42	233,938,405.60
所有者权益（或股东权益）：			
股本	42,000,000.00	42,000,000.00	32,000,000.00
其他权益工具			
其中：优先股			
永续债			
资本公积	3,025,270.30	2,504,277.55	9,984,012.42
减：库存股			
其他综合收益			
专项储备			
盈余公积	21,000,000.00	15,139,922.46	6,152,288.72
一般风险准备			
未分配利润	88,877,501.41	46,250,515.64	16,601,812.02
归属于母公司所有者权益合计	154,902,771.71	105,894,715.65	64,738,113.16
少数股东权益			
所有者权益合计	154,902,771.71	105,894,715.65	64,738,113.16
负债和所有者权益总计	341,570,110.67	408,928,863.07	298,676,518.76

法定代表人：戴鹏 主管会计工作负责人：戴鹏 会计机构负责人：张堂忠

（二） 利润表

单位：元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
一、营业总收入	423,897,050.25	711,066,055.39	318,385,612.25
其中：营业收入	423,897,050.25	711,066,055.39	318,385,612.25
利息收入			
已赚保费			
手续费及佣金收入			
二、营业总成本	360,870,666.95	610,974,455.64	288,819,244.86
其中：营业成本	331,268,519.94	562,297,627.73	262,800,536.04
利息支出			
手续费及佣金支出			
退保金			
赔付支出净额			
提取保险责任准备金净额			
保单红利支出			
分保费用			

税金及附加	826,424.16	1,172,639.14	933,429.37
销售费用	6,768,802.62	7,377,636.17	5,062,605.34
管理费用	15,999,306.84	19,087,704.73	12,411,500.76
研发费用	16,249,967.41	23,523,752.78	10,214,089.10
财务费用	-10,242,354.02	-2,484,904.91	-2,602,915.75
其中：利息费用	387,181.79	50,336.86	-
利息收入	3,203,584.01	4,283,927.61	2,042,854.01
加：其他收益	13,636,553.68	2,812,247.62	1,984,424.13
投资收益（损失以“－”号填列）		39,864.24	14,070.95
其中：对联营企业和合营企业的投资收益			
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“－”号填列）			
汇兑收益（损失以“－”号填列）			
净敞口套期收益（损失以“－”号填列）			
公允价值变动收益（损失以“－”号填列）			
信用减值损失（损失以“－”号填列）	-1,307,328.32	-1,125,856.18	-200,840.13
资产减值损失（损失以“－”号填列）	-401,231.70	-428,924.82	-340,075.21
资产处置收益（损失以“－”号填列）	-54,150.35		
三、营业利润（亏损以“－”号填列）	74,900,226.61	101,388,930.61	31,023,947.13
加：营业外收入	278,133.39	442,139.68	392,916.40
减：营业外支出	26,299.56	52,400.55	150,648.19
四、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	75,152,060.44	101,778,669.74	31,266,215.34
减：所得税费用	9,024,997.13	11,902,332.38	3,731,731.11
五、净利润（净亏损以“－”号填列）	66,127,063.31	89,876,337.36	27,534,484.23
其中：被合并方在合并前实现的净利润			
（一）按经营持续性分类：			
1. 持续经营净利润（净亏损以“－”号填列）	66,127,063.31	89,876,337.36	27,534,484.23
2. 终止经营净利润（净亏损以“－”号填列）			
（二）按所有权归属分类：			

1. 少数股东损益（净亏损以“-”号填列）			
2. 归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“-”号填列）	66,127,063.31	89,876,337.36	27,534,484.23
六、其他综合收益的税后净额			
（一）归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额			
1. 不能重分类进损益的其他综合收益			
（1）重新计量设定受益计划变动额			
（2）权益法下不能转损益的其他综合收益			
（3）其他权益工具投资公允价值变动			
（4）企业自身信用风险公允价值变动			
（5）其他			
2. 将重分类进损益的其他综合收益			
（1）权益法下可转损益的其他综合收益			
（2）其他债权投资公允价值变动			
（3）金融资产重分类计入其他综合收益的金额			
（4）其他债权投资信用减值准备			
（5）现金流量套期储备			
（6）外币财务报表折算差额			
（7）其他			
（二）归属于少数股东的其他综合收益的税后净额			
七、综合收益总额	66,127,063.31	89,876,337.36	27,534,484.23
（一）归属于母公司所有者的综合收益总额	66,127,063.31	89,876,337.36	27,534,484.23
（二）归属于少数股东的综合收益总额			
八、每股收益：			
（一）基本每股收益（元/股）	1.57	2.14	0.67
（二）稀释每股收益（元/股）	1.57	2.14	0.67

法定代表人：戴鹏 主管会计工作负责人：戴鹏 会计机构负责人：张堂忠

（三） 现金流量表

单位：元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务现金	390,475,799.95	671,911,499.72	354,467,358.68
客户存款和同业存放款项净增加额			
向中央银行借款净增加额			
收到原保险合同保费取得的现金			
收到再保险业务现金净额			
保户储金及投资款净增加额			
收取利息、手续费及佣金的现金			
拆入资金净增加额			
回购业务资金净增加额			
代理买卖证券收到的现金净额			
收到的税费返还	33,519,515.79	74,570,170.08	28,424,532.47
收到其他与经营活动有关的现金	17,103,128.35	13,272,001.09	8,125,658.91
经营活动现金流入小计	441,098,444.09	759,753,670.89	391,017,550.06
购买商品、接受劳务支付的现金	320,975,378.91	600,986,577.28	296,190,717.38
客户贷款及垫款净增加额			
存放中央银行和同业款项净增加额			
支付原保险合同赔付款项的现金			
拆出资金净增加额			
支付利息、手续费及佣金的现金			
支付保单红利的现金			
支付给职工以及为职工支付的现金	48,313,659.97	60,215,791.84	29,214,754.34
支付的各项税费	13,595,182.23	11,876,178.18	3,121,365.50
支付其他与经营活动有关的现金	13,878,462.98	20,937,914.76	10,869,262.66
经营活动现金流出小计	396,762,684.09	694,016,462.06	339,396,099.88
经营活动产生的现金流量净额	44,335,760.00	65,737,208.83	51,621,450.18
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金		-	8,350,000.00
取得投资收益收到的现金		39,864.24	14,070.95
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	46,310.69	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额		-	-
收到其他与投资活动有关的现金		-	-
投资活动现金流入小计	46,310.69	39,864.24	8,364,070.95
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	37,003,096.63	38,373,706.14	5,507,608.64
投资支付的现金		24,000.00	4,500,000.00
质押贷款净增加额			

取得子公司及其他营业单位支付的现金净额		-	-
支付其他与投资活动有关的现金		-	-
投资活动现金流出小计	37,003,096.63	38,397,706.14	10,007,608.64
投资活动产生的现金流量净额	-36,956,785.94	-38,357,841.90	-1,643,537.69
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金		-	10,117,758.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金			
取得借款收到的现金	53,633,001.47	-	-
发行债券收到的现金		-	-
收到其他与筹资活动有关的现金		-	-
筹资活动现金流入小计	53,633,001.47	-	10,117,758.00
偿还债务支付的现金	24,520,185.21	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	17,826,620.40	48,760,000.00	15,360,000.00
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润			
支付其他与筹资活动有关的现金	2,053,279.42	238,571.43	
筹资活动现金流出小计	44,400,085.03	48,998,571.43	15,360,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	9,232,916.44	-48,998,571.43	-5,242,242.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	1,274,434.01	-1,785,753.47	-2,529,556.65
五、现金及现金等价物净增加额	17,886,324.51	-23,404,957.97	42,206,113.84
加：期初现金及现金等价物余额	28,704,196.35	52,109,154.32	9,903,040.48
六、期末现金及现金等价物余额	46,590,520.86	28,704,196.35	52,109,154.32

法定代表人：戴鹏 主管会计工作负责人：戴鹏 会计机构负责人：张堂忠

二、 审计意见

2022 年度	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	容诚审字[2023]518Z0063 号
审计机构名称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	北京市西城区阜成门外大街 22 号 1 幢外经贸大厦 901-22 至 901-26
审计报告日期	2023 年 3 月 27 日
注册会计师姓名	史少翔、桂迎、李超
2021 年度	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	容诚审字[2022]518Z0122 号
审计机构名称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	北京市西城区阜成门外大街 22 号 1 幢外经贸大厦 901-22 至 901-26
审计报告日期	2022 年 4 月 15 日
注册会计师姓名	史少翔、桂迎、李超
2020 年度	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	上会师报字（2021）第 4080 号
审计机构名称	上会会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	上海市静安区威海路 755 号文新报业大厦 25 楼
审计报告日期	2021 年 4 月 23 日
注册会计师姓名	张力、张霞

三、 财务报表的编制基准及合并财务报表范围

（一） 财务报表的编制基础

本公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照企业会计准则及其应用指南和准则解释的规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。此外，本公司还按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》（2014 年修订）披露有关财务信息。

（二） 合并财务报表范围及变化情况

报告期内，公司无合并范围内子公司，无需编制合并财务报表。

四、 会计政策、估计

（一） 会计政策和会计估计

具体会计政策和会计估计提示：

√适用 □不适用

本公司下列重要会计政策、会计估计根据企业会计准则制定。未提及的业务按企业会计准则中相关会计政策执行。

1. 金融工具

√适用 □不适用

金融工具，是指形成一方的金融资产并形成其他方的金融负债或权益工具的合同。

（1）金融工具的确认和终止确认

当本公司成为金融工具合同的一方时，确认相关的金融资产或金融负债。

金融资产满足下列条件之一的，终止确认：

- ①收取该金融资产现金流量的合同权利终止；
- ②该金融资产已转移，且符合下述金融资产转移的终止确认条件。

金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除的，终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。本公司（借入方）与借出方之间签订协议，以承担新金融负债方式替换原金融负债，且新金融负债与原金融负债的合同条款实质上不同的，终止确认原金融负债，并同时确认新金融负债。本公司对原金融负债（或其一部分）的合同条款作出实质性修改的，应当终止原金融负债，同时按照修改后的条款确认一项新的金融负债。

以常规方式买卖金融资产，按交易日进行会计确认和终止确认。常规方式买卖金融资产，是指按照合同条款规定，在法规或市场惯例所确定的时间安排来交付金融资产。交易日，是指本公司承诺买入或卖出金融资产的日期。

（2）金融资产的分类和计量

本公司在初始确认时根据管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，将金融资产分类为：以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。除非本公司改变管理金融资产的业务模式，在此情形下，所有受影响的相关金融资产在业务模式发生变更后的首个报告期间的第一天进行重分类，否则金融资产在初始确认后不得进行重分类。

金融资产在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益，其他类别的金融资产相关交易费用计入其初始确认金额。因销售商品或提供劳务而产生的、未包含或不考虑重大融资成分的应收票据及应收账款，本公司则按照收入准则定义的交易价格进行初始计量。

金融资产的后续计量取决于其分类

①以摊余成本计量的金融资产

金融资产同时符合下列条件的，分类为以摊余成本计量的金融资产：本公司管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标；该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。对于此类金融资产，采用实际利率法，按照

摊余成本进行后续计量，其终止确认、按实际利率法摊销或减值产生的利得或损失，均计入当期损益。

②以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产

金融资产同时符合下列条件的，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产：本公司管理该金融资产的业务模式是既以收取合同现金流量为目标又以出售金融资产为目标；该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。对于此类金融资产，采用公允价值进行后续计量。除减值损失或利得及汇兑损益确认为当期损益外，此类金融资产的公允价值变动作为其他综合收益确认，直到该金融资产终止确认时，其累计利得或损失转入当期损益。但是采用实际利率法计算的该金融资产的相关利息收入计入当期损益。

本公司不可撤销地选择将部分非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，仅将相关股利收入计入当期损益，公允价值变动作为其他综合收益确认，直到该金融资产终止确认时，其累计利得或损失转入留存收益。

③以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

上述以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产之外的金融资产，分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。对于此类金融资产，采用公允价值进行后续计量，所有公允价值变动计入当期损益。

（3）金融负债分类和计量

本公司将金融负债分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、低于市场利率贷款的贷款承诺及财务担保合同负债及以摊余成本计量的金融负债。

金融负债的后续计量取决于其分类：

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

该类金融负债包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。初始确认后，对于该类金融负债以公允价值进行后续计量，除与套期会计有关外，产生的利得或损失（包括利息费用）计入当期损益。但本公司对指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，由其自身信用风险变动引起的该金融负债公允价值的变动金额计入其他综合收益，当该金融负债终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得和损失应当从其他综合收益中转出，计入留存收益。

②贷款承诺及财务担保合同负债

贷款承诺是本公司向客户提供的一项在承诺期间内以既定的合同条款向客户发放贷款的承诺。贷款承诺按照预期信用损失模型计提减值损失。

财务担保合同指，当特定债务人到期不能按照最初或修改后的债务工具条款偿付债务时，要求本公司向蒙受损失的合同持有人赔付特定金额的合同。财务担保合同负债以按照依据金融工具的减值原则所确定的损失准备金额以及初始确认金额扣除按收入确认原则确定的累计摊销额后的余额

孰高进行后续计量。

③以摊余成本计量的金融负债

初始确认后，对其他金融负债采用实际利率法以摊余成本计量。

除特殊情况外，金融负债与权益工具按照下列原则进行区分：

①如果本公司不能无条件地避免以交付现金或其他金融资产来履行一项合同义务，则该合同义务符合金融负债的定义。有些金融工具虽然没有明确地包含交付现金或其他金融资产义务的条款和条件，但有可能通过其他条款和条件间接地形成合同义务。

②如果一项金融工具须用或可用本公司自身权益工具进行结算，需要考虑用于结算该工具的本公司自身权益工具，是作为现金或其他金融资产的替代品，还是为了使该工具持有方享有在发行方扣除所有负债后的资产中的剩余权益。如果是前者，该工具是发行方的金融负债；如果是后者，该工具是发行方的权益工具。在某些情况下，一项金融工具合同规定本公司须用或可用自身权益工具结算该金融工具，其中合同权利或合同义务的金额等于可获取或需交付的自身权益工具的数量乘以其结算时的公允价值，则无论该合同权利或合同义务的金额是固定的，还是完全或部分地基于除本公司自身权益工具的市场价格以外变量（例如利率、某种商品的价格或某项金融工具的价格）的变动而变动，该合同分类为金融负债。

（4）衍生金融工具及嵌入衍生工具

衍生金融工具以衍生交易合同签订当日的公允价值进行初始计量，并以其公允价值进行后续计量。公允价值为正数的衍生金融工具确认为一项资产，公允价值为负数的确认为一项负债。

除现金流量套期中属于套期有效的部分计入其他综合收益并于被套期项目影响损益时转出计入当期损益之外，衍生工具公允价值变动而产生的利得或损失，直接计入当期损益。

对包含嵌入衍生工具的混合工具，如主合同为金融资产的，混合工具作为一个整体适用金融资产分类的相关规定。如主合同并非金融资产，且该混合工具不是以公允价值计量且其变动计入当期损益进行会计处理，嵌入衍生工具与该主合同在经济特征及风险方面不存在紧密关系，且与嵌入衍生工具条件相同、单独存在的工具符合衍生工具定义的，嵌入衍生工具从混合工具中分拆，作为单独的衍生金融工具处理。如果该嵌入衍生工具在取得日或后续资产负债表日的公允价值无法单独计量，则将混合工具整体指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债。

（5）金融工具减值

本公司对于以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资、合同资产、租赁应收款、贷款承诺及财务担保合同等，以预期信用损失为基础确认损失准备。

①预期信用损失的计量

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指本公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，对于本公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，应按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

整个存续期预期信用损失，是指因金融工具整个预计存续期内所有可能发生的违约事件而导致的预期信用损失。

未来 12 个月内预期信用损失，是指因资产负债表日后 12 个月内（若金融工具的预计存续期少于 12 个月，则为预计存续期）可能发生的金融工具违约事件而导致的预期信用损失，是整个存续期预期信用损失的一部分。

于每个资产负债表日，本公司对于处于不同阶段的金融工具的预期信用损失分别进行计量。金融工具自初始确认后信用风险未显著增加的，处于第一阶段，本公司按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后信用风险已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，本公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后已经发生信用减值的，处于第三阶段，本公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

对于在资产负债表日具有较低信用风险的金融工具，本公司假设其信用风险自初始确认后并未显著增加，按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备。

本公司对于处于第一阶段和第二阶段、以及较低信用风险的金融工具，按照其未扣除减值准备的账面余额和实际利率计算利息收入。对于处于第三阶段的金融工具，按照其账面余额减已计提减值准备后的摊余成本和实际利率计算利息收入。

对于应收票据、应收账款、应收款项融资及合同资产，无论是否存在重大融资成分，本公司均按照整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

A.应收款项/合同资产

对于存在客观证据表明存在减值，以及其他适用于单项评估的应收票据、应收账款，其他应收款、应收款项融资、合同资产及长期应收款等单独进行减值测试，确认预期信用损失，计提单项减值准备。对于不存在减值客观证据的应收票据、应收账款、其他应收款、应收款项融资、合同资产及长期应收款或当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，本公司依据信用风险特征将应收票据、应收账款、其他应收款、应收款项融资、合同资产及长期应收款等划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

应收票据确定组合的依据如下：

应收票据组合 1：商业承兑汇票

应收票据组合 2：银行承兑汇票

对于划分为组合的应收票据，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

商业承兑汇票本公司以账龄作为信用风险特征组合。根据以前年度按账龄划分的各段应收商业承兑汇票实际损失率作为基础，结合现时情况确定本年各账龄段应收商业承兑汇票组合计提坏账准备的比例，据此计算本年应计提的坏账准备。

应收账款确定组合的依据如下：

应收账款组合 1：账龄组合

对于划分为组合的应收账款，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

其他应收款确定组合的依据如下：

其他应收款组合 1：账龄组合

其他应收款组合 2：个人卡款项组合

对于划分为组合的其他应收款，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

B. 债权投资、其他债权投资

对于债权投资和其他债权投资，本公司按照投资的性质，根据交易对手和风险敞口的各种类型，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

② 具有较低的信用风险

如果金融工具的违约风险较低，借款人在短期内履行其合同现金流量义务的能力很强，并且即便较长时期内经济形势和经营环境存在不利变化但未必一定降低借款人履行其合同现金流量义务的能力，该金融工具被视为具有较低的信用风险。

③ 信用风险显著增加

本公司通过比较金融工具在资产负债表日所确定的预计存续期内的违约概率与在初始确认时所确定的预计存续期内的违约概率，以确定金融工具预计存续期内发生违约概率的相对变化，以评估金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

在确定信用风险自初始确认后是否显著增加时，本公司考虑无须付出不必要的额外成本或努力即可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息。本公司考虑的信息包括：

A. 信用风险变化所导致的内部价格指标是否发生显著变化；

B. 预期将导致债务人履行其偿债义务的能力是否发生显著变化的业务、财务或经济状况的不利变化；

C. 债务人经营成果实际或预期是否发生显著变化；债务人所处的监管、经济或技术环境是否发生显著不利变化；

D. 作为债务抵押的担保物价值或第三方提供的担保或信用增级质量是否发生显著变化。这些变化预期将降低债务人按合同规定期限还款的经济动机或者影响违约概率；

E. 预期将降低债务人按合同约定期限还款的经济动机是否发生显著变化；

F. 借款合同的预期变更，包括预计违反合同的行为是否可能导致的合同义务的免除或修订、给予免息期、利率跳升、要求追加抵押品或担保或者对金融工具的合同框架做出其他变更；

G. 债务人预期表现和还款行为是否发生显著变化；

H. 合同付款是否发生逾期超过（含）30 日。

根据金融工具的性质，本公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估信用风险是否显著增

加。以金融工具组合为基础进行评估时，本公司可基于共同信用风险特征对金融工具进行分类，例如逾期信息和信用风险评级。

通常情况下，如果逾期超过 30 日，本公司确定金融工具的信用风险已经显著增加。除非本公司无需付出过多成本或努力即可获得合理且有依据的信息，证明虽然超过合同约定的付款期限 30 天，但信用风险自初始确认以来并未显著增加。

④已发生信用减值的金融资产

本公司在资产负债表日评估以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资是否已发生信用减值。当对金融资产预期未来现金流量具有不利影响的一项或多项事件发生时，该金融资产成为已发生信用减值的金融资产。金融资产已发生信用减值的证据包括下列可观察信息：

发行方或债务人发生重大财务困难；债务人违反合同，如偿付利息或本金违约或逾期等；债权人出于与债务人财务困难有关的经济或合同考虑，给予债务人在任何其他情况下都不会做出的让步；债务人很可能破产或进行其他财务重组；发行方或债务人财务困难导致该金融资产的活跃市场消失；以大幅折扣购买或源生一项金融资产，该折扣反映了发生信用损失的事实。

⑤预期信用损失准备的列报

为反映金融工具的信用风险自初始确认后的变化，本公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，应当作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资，本公司在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产的账面价值。

⑥核销

如果本公司不再合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回，则直接减记该金融资产的账面余额。这种减记构成相关金融资产的终止确认。这种情况通常发生在本公司确定债务人没有资产或收入来源可产生足够的现金流量以偿还将被减记的金额。

已减记的金融资产以后又收回的，作为减值损失的转回计入收回当期的损益。

（6）金融资产转移

金融资产转移是指下列两种情形：

A.将收取金融资产现金流量的合同权利转移给另一方；

B.将金融资产整体或部分转移给另一方，但保留收取金融资产现金流量的合同权利，并承担将收取的现金流量支付给一个或多个收款方的合同义务。

①终止确认所转移的金融资产

已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，或既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，但放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产。

在判断是否已放弃对所转移金融资产的控制时，根据转入方出售该金融资产的实际能力。转入

方能够单方面将转移的金融资产整体出售给不相关的第三方，且没有额外条件对此项出售加以限制的，则公司已放弃对该金融资产的控制。

本公司在判断金融资产转移是否满足金融资产终止确认条件时，注重金融资产转移的实质。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

A.所转移金融资产的账面价值；

B.因转移而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对于终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为根据《企业会计准则第 22 号-金融工具确认和计量》第十八条分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分（在此种情况下，所保留的服务资产视同继续确认金融资产的一部分）之间，按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

A.终止确认部分在终止确认日的账面价值；

B.终止确认部分的对价，与原计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为根据《企业会计准则第 22 号-金融工具确认和计量》第十八条分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产的情形）之和。

②继续涉入所转移的金融资产

既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，且未放弃对该金融资产控制的，应当按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

继续涉入所转移金融资产的程度，是指企业承担的被转移金融资产价值变动风险或报酬的程度。

③继续确认所转移的金融资产

仍保留与所转移金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，应当继续确认所转移金融资产整体，并将收到的对价确认为一项金融负债。

该金融资产与确认的相关金融负债不得相互抵销。在随后的会计期间，企业应当继续确认该金融资产产生的收入（或利得）和该金融负债产生的费用（或损失）。

（7）金融资产和金融负债的抵销

金融资产和金融负债应当在资产负债表内分别列示，不得相互抵销。但同时满足下列条件的，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

本公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；

本公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

不满足终止确认条件的金融资产转移，转出方不得将已转移的金融资产和相关负债进行抵销。

公司与可比公司的信用减值损失比例及确定依据

自 2019 年 1 月 1 日起，公司与可比公司按照预期损失率计提信用减值损失：公司与可比公司计提信用减值损失的依据为参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济的预测，通过违约风

险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。公司与可比公司的信用减值损失比例如下：

账龄期限	华洋赛车	涛涛车业	春风动力
1 年以内	5%	5%	0%（1-6 个月） 5%（7-12 个月）
1-2 年	/	10%	30%
2-3 年		50%	50%
3-4 年		100%	100%
4-5 年			
5 年以上			

2. 存货

√适用 □不适用

（1）存货的分类

本公司存货是指企业在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物品等。具体分为原材料、低值易耗品、在产品、委托加工物资、库存商品以及发出商品等。

（2）发出存货的计价方法

存货按取得时的实际成本计价，实际成本包括采购成本、加工成本和其他使存货达到目前场所和使用状态所发生的支出。存货发出按加权平均法计价。

（3）存货可变现净值的确定依据

资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。

在确定存货的可变现净值时，以取得的可靠证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。

①产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，以合同价格作为其可变现净值的计量基础；如果持有存货的数量多于销售合同订购数量，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为计量基础。用于出售的材料等，以市场价格作为其可变现净值的计量基础。

②需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。如果用其生产的产成品的可变现净值高于成本，则该材料按成本计量；如果材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本，则该材料按可变现净值计量，按其差额计提存货跌价准备。

③存货跌价准备一般按单个存货项目计提；对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提。

④资产负债表日如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，则减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备的金额内转回，转回的金额计入当期损益。

(4) 存货的盘存制度

本公司存货采用永续盘存制。

(5) 低值易耗品和包装物的摊销方法

本公司低值易耗品和包装物采用于领用时一次转销法。

3. 固定资产

√适用 □不适用

(1) 固定资产确认条件

本公司固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。

固定资产在同时满足下列条件时，按取得时的实际成本予以确认：

①与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业。

②该固定资产的成本能够可靠地计量。

固定资产发生的后续支出，符合固定资产确认条件的计入固定资产成本；不符合固定资产确认条件的在发生时计入当期损益。

(2) 固定资产分类及折旧方法

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	20	5.00	4.75
机器设备	年限平均法	5-10	5.00	19.00-9.50
电子设备	-	-	-	-
运输设备	年限平均法	5-10	5.00	19.00-9.50
办公设备及其他	年限平均法	3-5	5.00	31.37-19.00

(3) 融资租入固定资产的认定依据、计价和折旧方法（未执行新租赁准则）

□适用 √不适用

(4) 其他说明

□适用 √不适用

4. 在建工程

√适用 □不适用

(1) 在建工程以立项项目分类核算。

(2) 在建工程结转为固定资产的标准和时点

在建工程项目按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的全部支出，作为固定资产的入账价值。包括建筑费用、机器设备原价、其他为使在建工程达到预定可使用状态所发生的必要支出以及在资产达到预定可使用状态之前为该项目专门借款所发生的借款费用及占用的一般借款发生的借款费用。本公司在工程安装或建设完成达到预定可使用状态时将在建工程转入固定资产。所建造的已达到预定可使用状态、但尚未办理竣工决算的固定资产，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并按本公司固定资产折旧政策

计提固定资产的折旧，待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

5. 无形资产与开发支出

√适用 □不适用

(1) 计价方法、使用寿命、减值测试

√适用 □不适用

无形资产以成本减累计摊销（仅限于使用寿命有限的无形资产）及减值准备后在资产负债表内列示。对于使用寿命有限的无形资产，本公司将无形资产的成本扣除预计净残值和累计减值准备后按直线法在预计使用寿命期内摊销。

各类无形资产的摊销方法、使用寿命和预计净残值如下：

类别	摊销方法	使用寿命（年）	残值率（%）
土地使用权	直线法	50	-
专利权	-	-	-
非专利技术	-	-	-
软件	直线法	5-10	-

(2) 内部研究开发支出会计政策

（1）内部研究开发项目的支出，包括研究阶段支出与开发阶段支出，其中：

①研究是指为获取并理解新的科学或技术知识而进行的独创性的有计划调查。

②开发是指在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等。

（2）内部研究开发项目在研究阶段的支出于发生时计入当期损益；开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：

①完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

②具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

③无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，应当证明其有用性；

④有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

⑤归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

6. 股份支付

√适用 □不适用

(1) 股份支付的种类

本公司股份支付包括以现金结算的股份支付和以权益结算的股份支付。

(2) 权益工具公允价值的确定方法

①对于授予职工的股份，其公允价值按公司股份的市场价格计量，同时考虑授予股份所依据的条款和条件（不包括市场条件之外的可行权条件）进行调整。②对于授予职工的股票期权，在许多情况下难以获得其市场价格。如果不存在条款和条件相似的交易期权，公司选择适用的期权定价模型估计所授予的期权的公允价值。

（3）确认可行权权益工具最佳估计的依据

在等待期内每个资产负债表日，公司根据最新取得的可行权职工人数变动等后续信息作出最佳估计，修正预计可行权的权益工具数量，以作出可行权权益工具的最佳估计。

（4）股份支付计划实施的会计处理

以现金结算的股份支付

①授予后立即可行权的以现金结算的股份支付，在授予日以本公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。并在结算前的每个资产负债表日和结算日对负债的公允价值重新计量，将其变动计入损益。

②完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日以对可行权情况的最佳估计为基础，按本公司承担负债的公允价值金额，将当期取得的服务计入成本或费用和相应的负债。

以权益结算的股份支付

①授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日以权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

②完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入成本或费用和资本公积。

（5）股份支付计划修改的会计处理

本公司对股份支付计划进行修改时，若修改增加了所授予权益工具的公允价值，按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；若修改增加了所授予权益工具的数量，则将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加。权益工具公允价值的增加是指修改前后的权益工具在修改日的公允价值之间的差额。若修改减少了股份支付公允价值总额或采用了其他不利于职工的方式修改股份支付计划的条款和条件，则仍继续对取得的服务进行会计处理，视同该变更从未发生，除非本公司取消了部分或全部已授予的权益工具。

（6）股份支付计划终止的会计处理

如果在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具（因未满足可行权条件而被取消的除外），本公司：

①将取消或结算作为加速可行权处理，立即确认原本应在剩余等待期内确认的金额；

②在取消或结算时支付给职工的所有款项均作为权益的回购处理，回购支付的金额高于该权益工具在回购日公允价值的部分，计入当期费用。

本公司如果回购其职工已可行权的权益工具，冲减企业的所有者权益；回购支付的款项高于该权益工具在回购日公允价值的部分，计入当期损益。

7. 收入

√适用 □不适用

收入确认原则

(1) 一般原则

收入是本公司在日常活动中形成的、会导致股东权益增加且与股东投入资本无关的经济利益的总流入。

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。取得相关商品控制权，是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

合同中包含两项或多项履约义务的，本公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务，按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

交易价格是本公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项。在确定合同交易价格时，如果存在可变对价，本公司按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，并以不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额计入交易价格。合同中如果存在重大融资成分，本公司将根据客户在取得商品控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格，该交易价格与合同对价之间的差额，在合同期间内采用实际利率法摊销，对于控制权转移与客户支付价款间隔未超过一年的，本公司不考虑其中的融资成分。

满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务；否则，属于在某一时点履行履约义务：

①客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益；

②客户能够控制本公司履约过程中在建的商品；

③本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且本公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，本公司在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能合理确定的除外。本公司按照投入法（或产出法）确定提供服务的履约进度。当履约进度不能合理确定时，本公司已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务，本公司在客户取得相关商品控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品或服务控制权时，本公司会考虑下列迹象：

①本公司就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；

②本公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有了该商品的法定所有权；

③本公司已将该商品的实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；

④本公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；

⑤客户已接受该商品。

销售退回条款

对于附有销售退回条款的销售，公司在客户取得相关商品控制权时，按照因向客户转让商品而与其有权取得的对价金额确认收入，按照预期因销售退回将退还的金额确认为预计负债；同时，按照预期将退回商品转让时的账面价值，扣除收回该商品预计发生的成本（包括退回商品的价值减损）后的余额，确认为一项资产，即应收退货成本，按照所转让商品转让时的账面价值，扣除上述资产成本的净额结转成本。每一资产负债表日，公司重新估计未来销售退回情况，并对上述资产和负债进行重新计量。

质保义务

根据合同约定、法律规定等，本公司为所销售的商品、所建造的工程等提供质量保证。对于为向客户保证所销售的商品符合既定标准的保证类质量保证，本公司按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》进行会计处理。对于为向客户保证所销售的商品符合既定标准之外提供了一项单独服务的服务类质量保证，本公司将其作为一项单项履约义务，按照提供商品和服务类质量保证的单独售价的相对比例，将部分交易价格分摊至服务类质量保证，并在客户取得服务控制权时确认收入。在评估质量保证是否在向客户保证所销售商品符合既定标准之外提供了一项单独服务时，本公司考虑该质量保证是否为法定要求、质量保证期限以及本公司承诺履行任务的性质等因素。

主要责任人与代理人

对于本公司自第三方取得贸易类商品控制权后，再转让给客户，本公司有权自主决定所交易商品的价格，即本公司在向客户转让贸易类商品前能够控制该商品，因此本公司是主要责任人，按照已收或应收对价总额确认收入。否则，本公司为代理人，按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，该金额应当按照已收或应收对价总额扣除应支付给其他相关方的价款后的净额，或者按照既定的佣金金额或比例等确定。

应付客户对价

合同中存在应付客户对价的，除非该对价是为了向客户取得其他可明确区分商品或服务的，本公司将该应付对价冲减交易价格，并在确认相关收入与支付（或承诺支付）客户对价二者孰晚的时点冲减当期收入。

客户未行使的合同权利

本公司向客户预收销售商品或服务款项的，首先将该款项确认为负债，待履行了相关履约义务时再转为收入。当本公司预收款项无需退回，且客户可能会放弃其全部或部分合同权利时，本公司预期将有权获得与客户所放弃的合同权利相关的金额的，按照客户行使合同权利的模式按比例将上述金额确认为收入；否则，本公司只有在客户要求履行剩余履约义务的可能性极低时，才将上述负债的相关余额转为收入。

合同变更

本公司与客户之间的建造合同发生合同变更时：

①如果合同变更增加了可明确区分的建造服务及合同价款，且新增合同价款反映了新增建造服务单独售价的，本公司将该合同变更作为一份单独的合同进行会计处理；

②如果合同变更不属于上述第①种情形，且在合同变更日已转让的建造服务与未转让的建造服务之间可明确区分的，本公司将其视为原合同终止，同时，将原合同未履约部分与合同变更部分合并为新合同进行会计处理；

③如果合同变更不属于上述第①种情形，且在合同变更日已转让的建造服务与未转让的建造服务之间不可明确区分，本公司将该合同变更部分作为原合同的组成部分进行会计处理，由此产生的对已确认收入的影响，在合同变更日调整当期收入。

(2) 具体方法

本公司收入确认的具体方法如下：

①内销产品收入确认需满足以下条件

A.客户自提模式

客户、客户指定或确认的物流方前往公司工厂提货，经提货人签收确认，公司将该部分商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，并就该部分商品享有现时收款权利，同时客户已拥有该部分商品的法定所有权，并就该部分商品负有现时付款义务。

B.委托物流或者直接送货

公司将产品送至指定的物流点交付给客户指定的第三方物流公司或者送货至客户指定的收货地点并经相关人员签收，公司将该部分商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，并就该部分商品享有现时收款权利，同时客户已拥有该部分商品的法定所有权，并就该部分商品负有现时付款义务。

②外销产品收入确认需满足以下条件：公司根据合同约定办理完出口报关手续且货物实际放行时，代表公司已将该部分出口商品的法定所有权以及所有权上的主要风险和报酬转移给客户，同时公司就该部分商品取得现时收款权利、客户就该部分商品负有现时付款义务。

8. 递延所得税资产和递延所得税负债

√适用 □不适用

本公司通常根据资产与负债在资产负债表日的账面价值与计税基础之间的暂时性差异，采用资产负债表债务法将应纳税暂时性差异或可抵扣暂时性差异对所得税的影响额确认和计量为递延所得税负债或递延所得税资产。本公司不对递延所得税资产和递延所得税负债进行折现。

(1) 递延所得税资产的确认

对于可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，其对所得税的影响额按预计转回期间的所得税税率计算，并将该影响额确认为递延所得税资产，但是以本公司很可能取得

用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限。

同时具有下列特征的交易或事项中因资产或负债的初始确认所产生的可抵扣暂时性差异对所得税的影响额不确认为递延所得税资产：

A.该项交易不是企业合并；

B.交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）。

本公司对与子公司、联营公司及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列两项条件的，其对所得税的影响额（才能）确认为递延所得税资产：

A.暂时性差异在可预见的未来很可能转回；

B.未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额；

资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前期间未确认的递延所得税资产。

在资产负债表日，本公司对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

（2）递延所得税负债的确认

本公司所有应纳税暂时性差异均按预计转回期间的所得税税率计量对所得税的影响，并将该影响额确认为递延所得税负债，但下列情况的除外：

①因下列交易或事项中产生的应纳税暂时性差异对所得税的影响不确认为递延所得税负债：

A.商誉的初始确认；

B.具有以下特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额或可抵扣亏损。

②本公司对与子公司、合营企业及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，其对所得税的影响额一般确认为递延所得税负债，但同时满足以下两项条件的除外：

A.本公司能够控制暂时性差异转回的时间；

B.该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

（3）特定交易或事项所涉及的递延所得税负债或资产的确认

①与企业合并相关的递延所得税负债或资产

非同一控制下企业合并产生的应纳税暂时性差异或可抵扣暂时性差异，在确认递延所得税负债或递延所得税资产的同时，相关的递延所得税费用（或收益），通常调整企业合并中所确认的商誉。

②直接计入所有者权益的项目

与直接计入所有者权益的交易或者事项相关的当期所得税和递延所得税，计入所有者权益。暂时性差异对所得税的影响计入所有者权益的交易或事项包括：其他债权投资公允价值变动等形成的其他综合收益、会计政策变更采用追溯调整法或对前期（重要）会计差错更正差异追溯重述法调整期初留存收益、同时包含负债成份及权益成份的混合金融工具在初始确认时计入所有者权益等。

③可弥补亏损和税款抵减

A. 本公司自身经营产生的可弥补亏损以及税款抵减

可抵扣亏损是指按照税法规定计算确定的准予用以后年度的应纳税所得额弥补的亏损。对于按照税法规定可以结转以后年度的未弥补亏损（可抵扣亏损）和税款抵减，视同可抵扣暂时性差异处理。在预计可利用可弥补亏损或税款抵减的未来期间内很可能取得足够的应纳税所得额时，以很可能取得的应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产，同时减少当期利润表中的所得税费用。

B. 因企业合并而形成的可弥补的被合并企业的未弥补亏损

在企业合并中，本公司取得被购买方的可抵扣暂时性差异，在购买日不符合递延所得税资产确认条件的，不予以确认。购买日后 12 个月内，如取得新的或进一步的信息表明购买日的相关情况已经存在，预期被购买方在购买日可抵扣暂时性差异带来的经济利益能够实现的，确认相关的递延所得税资产，同时减少商誉，商誉不足冲减的，差额部分确认为当期损益；除上述情况以外，确认与企业合并相关的递延所得税资产，计入当期损益。

④合并抵销形成的暂时性差异

本公司在编制合并财务报表时，因抵销未实现内部销售损益导致合并资产负债表中资产、负债的账面价值与其在所属纳税主体的计税基础之间产生暂时性差异的，在合并资产负债表中确认递延所得税资产或递延所得税负债，同时调整合并利润表中的所得税费用，但与直接计入所有者权益的交易或事项及企业合并相关的递延所得税除外。

⑤以权益结算的股份支付

如果税法规定与股份支付相关的支出允许税前扣除，在按照会计准则规定确认成本费用的期间内，本公司根据会计期末取得信息估计可税前扣除的金额计算确定其计税基础及由此产生的暂时性差异，符合确认条件的情况下确认相关的递延所得税。其中预计未来期间可税前扣除的金额超过按照会计准则规定确认的与股份支付相关的成本费用，超过部分的所得税影响应直接计入所有者权益。

9. 与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准

公司根据自身所处的行业和发展阶段，从项目的性质和金额两方面判断财务信息的重要性。本公司披露的与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平标准为报告期内各期利润总额的 5.00%，或金额虽未达到前述标准但公司认为较为重要的相关事项。

10. 重大会计判断和估计

无。

11. 其他重要的会计政策和会计估计

☐适用 ☒不适用

（二） 会计政策和会计估计分析

□适用 √不适用

五、 分部信息

□适用 √不适用

六、 非经常性损益

单位：元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
非流动性资产处置损益	-56,060.64	-2,350.55	
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免		-	-
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	13,575,963.80	2,910,525.93	1,981,945.83
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费		-	-
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益		-	-
非货币性资产交换损益		-	-
委托他人投资或管理资产的损益		39,864.24	14,070.95
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备		-	-
债务重组损益		-	-
企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等		-	-
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益		-	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益		-	-
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益		-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益		-	-
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回			
对外委托贷款取得的损益			
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益			
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响			
受托经营取得的托管费收入			
除上述各项之外的其他营业外收入和	253,744.12	290,912.68	242,268.21

支出			
其他符合非经常性损益定义的损益项目			
小计	13,773,647.28	3,238,952.30	2,238,284.99
减：所得税影响数	2,066,048.40	485,842.85	336,010.38
少数股东权益影响额			
合计			
非经常性损益净额	11,707,598.88	2,753,109.45	1,902,274.61
归属于母公司股东的净利润	66,127,063.31	89,876,337.36	27,534,484.23
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	54,419,464.43	87,123,227.91	25,632,209.62
归属于母公司股东的非经常性损益净额占归属于母公司股东的净利润的比例（%）	17.70%	3.06%	6.91%

非经常性损益分析：

报告期内，公司非经常性损益主要为政府补助。报告期内，非经常性损益金额分别为 190.23 万元、275.31 万元以及 1,170.76 万元，非经常性损益对公司的经营稳定性及未来持续盈利能力不构成重大影响。发行人政府补助相关收益的列报情况符合《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》的规定。

七、 主要会计数据及财务指标

项目	2022 年 12 月 31 日 /2022 年度	2021 年 12 月 31 日 /2021 年度	2020 年 12 月 31 日 /2020 年度
资产总计(元)	341,570,110.67	408,928,863.07	298,676,518.76
股东权益合计(元)	154,902,771.71	105,894,715.65	64,738,113.16
归属于母公司所有者的股东权益(元)	154,902,771.71	105,894,715.65	64,738,113.16
每股净资产（元/股）	3.69	2.52	2.02
归属于母公司所有者的每股净资产(元/股)	3.69	2.52	2.02
资产负债率（合并）（%）	54.65%	74.10%	78.33%
资产负债率（母公司）（%）	54.65%	74.10%	78.33%
营业收入(元)	423,897,050.25	711,066,055.39	318,385,612.25
毛利率（%）	21.85%	20.92%	17.46%
净利润(元)	66,127,063.31	89,876,337.36	27,534,484.23
归属于母公司所有者的净利润(元)	66,127,063.31	89,876,337.36	27,534,484.23
扣除非经常性损益后的净利润(元)	54,419,464.43	87,123,227.91	25,632,209.62
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润(元)	54,419,464.43	87,123,227.91	25,632,209.62
息税折旧摊销前利润(元)	80,704,191.88	104,807,902.81	33,691,531.15
加权平均净资产收益率（%）	51.39%	84.95%	46.06%
扣除非经常性损益后净资产收益	42.29%	82.34%	42.88%

率 (%)			
基本每股收益 (元/股)	1.57	2.14	0.67
稀释每股收益 (元/股)	1.57	2.14	0.67
经营活动产生的现金流量净额 (元)	44,335,760.00	65,737,208.83	51,621,450.18
每股经营活动产生的现金流量净额 (元)	1.06	1.57	1.61
研发投入占营业收入的比例 (%)	3.83%	3.31%	3.21%
应收账款周转率	10.11	41.32	72.57
存货周转率	3.78	6.23	4.51
流动比率	1.24	1.10	1.11
速动比率	0.80	0.72	0.74

主要会计数据及财务指标计算公式及变动简要分析:

注: 上述各指标计算公式如下:

- (1) 每股净资产=股东权益合计/期末普通股股数;
- (2) 归属于母公司所有者的每股净资产=归属于母公司所有者的股东权益/期末普通股股数;
- (3) 资产负债率=总负债/总资产;
- (4) 扣除非经常性损益后的净利润=净利润-非经常性损益净额;
- (5) 归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润=归属于母公司所有者的净利润-归属于母公司所有者的非经常性损益净额;
- (6) 息税折旧摊销前利润=净利润+所得税费用+计入财务费用的利息支出+折旧与摊销;
- (7) 加权平均净资产收益率或扣除非经常性损益后净资产收益率= $P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$, 其中: P_0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润; NP 为归属于公司普通股股东的净利润; E_0 为归属于公司普通股股东的期初净资产; E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产; E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产; M_0 为报告期月份数; M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数; M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数; E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动; M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数;
- (8) 基本每股收益= $P_0 \div S$, $S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$, 其中: P_0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润; S 为发行在外的普通股加权平均数; S_0 为期初股份总数; S_1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数; S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数; S_j 为报告期因回购等减少股份数; S_k 为报告期缩股数; M_0 报告期月份数; M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数; M_j 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数;
- (9) 稀释每股收益= $P_1 / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$, 其中 P_1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润, 并考虑稀释性潜在普通股对其影响, 按《企业会计准则》及有关规定进行调整, 其他符号解释详见(8);
- (10) 每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动现金净流量/期末普通股股数;
- (11) 研发投入占营业收入的比例=研发费用/营业收入;
- (12) 应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额;
- (13) 存货周转率=营业成本/存货平均余额;
- (14) 流动比率=流动资产/流动负债;
- (15) 速动比率=速动资产/流动负债。

八、 盈利预测

☐适用 ☒不适用

第八节 管理层讨论与分析

一、 经营核心因素

（一）影响公司经营业绩的主要因素

1、影响本公司收入的主要因素

影响收入的主要因素包括：下游市场需求的变化、公司综合竞争优势，包括研发设计能力、品牌影响力、产品品质以及销售渠道的快速拓展等。

（1）下游市场需求的变化直接影响公司的订单获取和销售收入。非道路越野车兼具休闲娱乐与实用功能，广泛应用于专业场地及山路林地等场景的运动竞技，郊野、公园、自家庭院等休闲娱乐，以及户外特种作业等多个领域。随着摩托车休闲文化和户外越野娱乐的普及，两轮越野摩托车和全地形车均保持稳定较快增长。2020 年，全球非道路两轮摩托车销量约有 140 万辆，占全球摩托车市场的 2.9%，销售收入约为 72 亿美元。2020 年全球全地形车市场规模大幅提升，同比增幅达 24.19%。未来，全球全地形车市场预期仍将保持稳健增长，根据 Allied Market 预测，2020 年至 2027 年全球全地形车市场将以 6.7% 的年均复合增长率提升，预计在 2027 年达到 119.5 亿美元规模。

（2）领先的研发设计能力是公司发展最核心的动力源。凭借多年在行业内的人才和经验积淀，公司拥有丰富的非道路越野车研发经验和独特的设计理念，能够针对细分市场目标客群持续进行原创性产品设计开发。公司从车体外观设计、车架主体的结构设计、高效传动系统设计、整车性能的精准调校等多方面攻坚克难，通过经验积累及反复试验掌握各系列车型摩托车的关键性能参数，掌握各类钢铝型材及配比、空间结构设计等对产品性能的影响，达到轻量化与高强度、安全可靠的结合，使得公司的研发设计能力在非道路越野车行业处于优势地位，公司产品较市场同类产品具有更佳的使用体验。

（3）优质的品牌形象和市场影响力助推公司高速的市场拓展。公司深耕动力运动装备领域，通过建设华洋赛车培训基地、组建专业赛车团队、参与国内外专业赛事等，形成华洋特有的非道路越野车文化生态，专业优质的品牌形象使公司产品受到来自专业赛事协会和同行业的广泛认可，公司在行业内积累了较高的知名度和美誉度，KAYO 已成为动力运动装备领域国际知名的中国品牌。

（4）销售渠道的持续拓展推动了公司经营业绩的快速增长。公司自有品牌产品主要采用经销模式开展业务，经销商及终端零售网点数量的提升实现了公司市场网络的快速覆盖，是公司销售收入增长的重要基石。凭借持续的自主研发创新、优质的产品质量和多年的业务拓展与积累，公司建立了完善的销售网络和售后服务体系，产品进入行业内的多个主流国家和地区。公司终端销售网点增长迅速，截至报告期末，公司在全球范围内拥有近百个经销客户、覆盖千余个终端销售网点，产品已进入了欧美等国际主流品牌市场的专业门店。以美国市场为例，公司授权经销商销售区域覆盖全美各州，终端销售网点自报告期初的 60 余个增长至报告期末的 500 余个，呈现高速增长态势，公司产品受到美国市场动力运动行业的广泛认可，终端销售的增长及新增零售商带来的铺货的增加

使得公司营业收入快速增长。

(5) 稳定出色的产品品质是公司获得市场认可的基础。公司高度重视产品质量控制，建立了一套完整、高效的质量管理体系，在产品开发、供应商管理、原材料采购、自制零部件及成品生产检测、仓储和销售等各环节建立了完备的质量管理程序，同时积极提升生产工艺的自动化水平，配备了精密的质量检测设备，并且拥有一个经验丰富、高素质的质量管理团队，确保产品质量的稳定性和一致性。

2、影响本公司成本的主要因素

公司成本主要包括直接材料、直接人工、制造费用等，直接材料占主营业务成本比例 90%以上，为主营业务成本重要构成部分。发行人生产经营所需的原材料主要包括发动机总成、减震器总成、轮胎、制动器、轮辋总成等。原材料价格波动将对公司的生产成本造成一定的影响。未来，如果主要原材料价格大幅波动而发行人未采取有效措施予以应对，将对发行人的经营业绩带来不利影响。

3、影响本公司费用的主要因素

报告期内，公司费用项目主要由销售费用、管理费用、研发费用和财务费用构成，期间费用率合计分别为 7.88%、6.68%以及 6.79%。其中管理费用及研发费用占期间费用比例较高，在可预见的未来上述费用仍是影响公司期间费用的主要因素。

4、影响本公司利润的主要因素

影响公司利润的主要因素包括营业收入、营业成本和费用变动情况等。有关公司收入、成本、费用和利润变动情况的分析请参见本节之“三、盈利情况分析”相关内容。

(二) 对公司具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标

1、财务指标影响分析

公司营业收入增长率和产品毛利率等财务指标的变动对公司业绩变动具有较强的预示作用。报告期内，公司营业收入 31,838.56 万元、71,106.61 万元以及 42,389.71 万元，2019 至 2021 年度营业收入年复合增长率 92.62%，公司营业收入的持续增长表明公司业务市场前景广阔，体现了公司良好的成长性。2022 年公司主动削减贴牌产品订单，以及受世界宏观经济形势的影响，公司主要产品的收入有所下滑。

报告期内，公司两轮越野摩托车的毛利率分别为 16.94%、21.11%以及 21.31%，全地形车的毛利率分别为 17.36%、20.73%以及 22.58%，公司产品毛利率的稳定提升表明公司自主品牌议价能力和市场地位的提升，盈利水平不断提高。

2、非财务指标影响分析

公司产能利用情况和技术研发成果转化等非财务指标的变动也对公司业绩具有一定的预示作用。公司产能利用率整体保持快速增长态势，最近三年分别为 99.97%、94.17%以及 37.41%。2022 年，受公司调整产品结构、经销商前期备货及国际政治经济环境影响，公司业务规模有所下滑，导致产能利用率水平下降。未来，随着募投项目的建设完成，公司产能有望进一步提升，为未来收入

稳定增长提供了有效保障。

作为高新技术企业，公司已掌握了多项非道路越野车产品的核心技术，拥有完整的自主知识产权和研发制造能力。截至本招股说明书签署之日，公司已获得专利 **82** 项，其中发明专利 1 项，实用新型专利 **36** 项，外观设计专利 **45** 项。核心技术和知识产权的积累，是公司新产品开发和新工艺提升的基础，有利于公司进一步拓展市场份额、提升经营业绩。

二、 资产负债等财务状况分析

（一） 应收款项

1. 应收票据

☐适用 ☒不适用

2. 应收款项融资

☐适用 ☒不适用

3. 应收账款

☒适用 ☐不适用

（1）按账龄分类披露

单位：万元

账龄	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
1 年以内	5,524.19	2,862.29	579.85
1 至 2 年			
2 至 3 年			
3 年以上			
合计	5,524.19	2,862.29	579.85

（2）按坏账计提方法分类披露

单位：万元

类别	2022 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收账款					
按组合计提坏账准备的应收账款	5,524.19	100.00%	276.21	5.00%	5,247.98
其中：账龄组合	5,524.19	100.00%	276.21	5.00%	5,247.98
合计	5,524.19	100.00%	276.21	5.00%	5,247.98

单位：万元

类别	2021 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收账款					
按组合计提坏账准备的应收账款	2,862.29	100.00%	143.11	5.00%	2,719.17
其中：账龄组合	2,862.29	100.00%	143.11	5.00%	2,719.17
合计	2,862.29	100.00%	143.11	5.00%	2,719.17

单位：万元

类别	2020 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收账款					
按组合计提坏账准备的应收账款	579.85	100.00%	28.99	5.00%	550.86
其中：账龄组合	579.85	100.00%	28.99	5.00%	550.86
合计	579.85	100.00%	28.99	5.00%	550.86

1) 按单项计提坏账准备：

☐适用 ☒不适用

2) 按组合计提坏账准备：

☐适用 ☐不适用

单位：万元

组合名称	2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
1 年以内	5,524.19	276.21	5.00%
1-2 年			
2-3 年			
3-4 年			
4-5 年			
5 年以上			
合计	5,524.19	276.21	5.00%

单位：万元

组合名称	2021 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
1 年以内	2,862.29	143.11	5.00%
1-2 年			
2-3 年			
3-4 年			
4-5 年			
5 年以上			
合计	2,862.29	143.11	5.00%

单位：万元

组合名称	2020 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
1 年以内	579.85	28.99	5.00%
1-2 年			
2-3 年			
3-4 年			
4-5 年			
5 年以上			
合计	579.85	28.99	5.00%

确定组合依据的说明：

按组合计提坏账准备的确认标准及说明见本招股说明书之“第七节 财务会计信息”之“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“1. 金融工具”。

3) 如按预期信用损失一般模型计提坏账准备，请按下表披露坏账准备的相关信息：

☐适用 ☒不适用

(3) 报告期计提、收回或转回的坏账准备情况

☐适用 ☐不适用

单位：万元

类别	2021 年 12 月 31 日	本期变动金额			2022 年 12 月 31 日
		计提	收回或转回	核销	
按组合计提坏账准备	143.11	133.09			276.21
合计	143.11	133.09			276.21

单位：万元

类别	2020 年 12 月 31 日	本期变动金额			2021 年 12 月 31 日
		计提	收回或转回	核销	
按组合计提坏账准备	28.99	114.12			143.11
合计	28.99	114.12			143.11

单位：万元

类别	2019 年 12 月 31 日	本期变动金额			2020 年 12 月 31 日
		计提	收回或转回	核销	
按组合计提坏账准备	14.88	14.11			28.99
合计	14.88	14.11			28.99

其中报告期坏账准备收回或转回金额重要的：

☐适用 ☒不适用

其他说明：

无

(4) 本期实际核销的应收账款情况

☐适用 ☒不适用

(5) 按欠款方归集的期末余额前五名的应收账款情况

单位：万元

单位名称	2022 年 12 月 31 日		
	应收账款	占应收账款期末余额 合计数的比例 (%)	坏账准备
SM-MOTORS, LLC	2,288.10	41.42%	114.40
PACIFIC RIM INT'L WEST INC.	1,738.00	31.46%	86.90
MRF TEAM MACIEJ MERCHEL	307.79	5.57%	15.39
MOTO INDUSTRY	181.34	3.28%	9.07

MOTIND SAS			
IMPORTADORA GS MOTOR SPA	179.32	3.25%	8.97
合计	4,694.55	84.98	234.73

单位：万元

单位名称	2021 年 12 月 31 日		
	应收账款	占应收账款期末余额 合计数的比例 (%)	坏账准备
PACIFIC RIM INT'L WEST INC.	1,989.16	69.50%	99.46
MRF TEAM MACIEJ MERCHEL	358.18	12.51%	17.91
GLOBAL IMR MIR TECHNOLOGT SL	354.10	12.37%	17.70
GENERAL ABUNDANCE CORP	55.07	1.92%	2.75
YUFRE MOTORS E.I.R.L.	41.17	1.44%	2.06
合计	2,797.67	97.74%	139.88

单位：万元

单位名称	2020 年 12 月 31 日		
	应收账款	占应收账款期末余额 合计数的比例 (%)	坏账准备
UGUR MOTORLU ARACLAR ANONIM SIRKETI	286.47	49.40%	14.32
MRF TEAM MACIEJ MERCHEL	201.33	34.72%	11.25
YUFRE MOTORS E.I.R.L.	49.91	8.61%	2.50
DEALY SWEDEN AB	10.30	1.78%	0.51
STONEGATE INTERNATIONAL TRADING PTY LTD	8.16	1.41%	0.41
合计	556.15	95.91%	28.99

其他说明：

无

(6) 报告期各期末信用期内外的应收账款

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
信用期内应收账款	5,524.19	100.00%	2,862.29	100.00%	579.85	100.00%
信用期外应收账款						
应收账款余额合	5,524.19	100.00%	2,862.29	100.00%	579.85	100.00%

计						

(7) 应收账款期后回款情况

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
期末应收账款余额	5,524.19	-	2,862.29	-	579.85	-
截至 2023 年 3 月 31 日回款金额	4,308.08	77.99%	2,862.29	100.00%	579.85	100.00%

(8) 因金融资产转移而终止确认的应收账款

☐适用 ☒不适用

(9) 转移应收账款且继续涉入形成的资产、负债金额

☐适用 ☒不适用

(10) 科目具体情况及分析说明

(1) 应收账款变动分析

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 550.86 万元、2,719.17 万元以及 5,247.98 万元，占当期流动资产之比为 2.18%、8.44%以及 23.91%。公司通常在发货前要求客户支付不同比例订金，客户通常在见提单副本后支付尾款。2021 年及 2022 年末，公司应收账款余额大幅增长，主要原因系部分客户采用清关前付清全款的模式，处于付款流程的应收款项相应增长所致。2022 年末应收账款账面价值较 2021 年末有所上升，主要是由于公司为应对市场竞争的需要，给予部分客户一定的信用额度，例如俄罗斯客户 SM-MOTORS, LLC。

(2) 坏账准备计提政策与同行业公司比较情况

坏账计提比例	华洋赛车	涛涛车业	春风动力
1 年以内	5%	5%	0%（1-6 个月） 5%（7-12 个月）
1-2 年	/	10%	30%
2-3 年		50%	50%
3-4 年		100%	100%
4-5 年			
5 年以上			

数据来源：Wind

公司 1 年以内的坏账计提比例与同行业可比公司不存在重大差异，不存在 1 年以上应收账款。

(3) 应收账款周转率与同行业公司比较情况

单位：次/年

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
涛涛车业	7.16	10.92	9.97
春风动力	14.98	15.88	14.32
北极星	30.09	32.94	31.40
平均值	17.41	19.91	18.56
公司	10.11	41.32	72.57

数据来源：Wind

报告期各期，公司应收账款周转率分别为 72.57 次/年、41.32 次/年以及 10.11 次/年。2019 年至 2021 年度，公司应收账款周转率高于可比公司平均值，主要原因在于公司采用款到发货或清关前付清全款形式，应收账款账面余额较小，周转率较高所致。2022 年，公司应收账款周转率为 10.11 次/年，高于同行业公司涛涛车业数值。

4. 其他披露事项:

无

(二) 存货

1. 存货

(1) 存货分类

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	存货跌价准备或合同 履约成本减值准备	账面价值
原材料	1,527.86	1.83	1,526.03
在产品	264.21	-	264.21
库存商品	4,513.43	42.55	4,470.88
周转材料	45.80	-	45.80
发出商品	702.45	-	702.45
委托加工物资	14.11		14.11
合计	7,067.86	44.37	7,023.49

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		
	账面余额	存货跌价准备或合同 履约成本减值准备	账面价值
原材料	2,434.12	28.31	2,405.81
在产品	777.33		777.33
库存商品	6,447.34	39.49	6,407.84
周转材料	31.88		31.88
发出商品	705.69		705.69
委托加工物资	48.92		48.92
合计	10,445.27	67.80	10,377.46

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日		
	账面余额	存货跌价准备或合同 履约成本减值准备	账面价值
原材料	2,305.72	40.28	2,265.45
在产品	1,284.60		1,284.60
库存商品	2,081.97	6.04	2,075.93
周转材料	22.34		22.34
发出商品	1,874.02		1,874.02
委托加工物资	43.00	0.47	42.53

合计	7,611.66	46.79	7,564.87

(2) 存货跌价准备及合同履约成本减值准备

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加金额		本期减少金额		2022 年 12 月 31 日
		计提	其他	转回或转销	其他	
原材料	28.31	0.08		26.56		1.83
在产品						
库存商品	39.49	40.04		36.99		42.55
周转材料						
发出商品						
委托加工物资						
合计	67.80	40.12		63.55		44.37

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	本期增加金额		本期减少金额		2021 年 12 月 31 日
		计提	其他	转回或转销	其他	
原材料	40.28	7.43		19.4		28.31
在产品						
库存商品	6.04	35.46		2.01		39.49
周转材料						
发出商品						
委托加工物资	0.47			0.47		
合计	46.79	42.89		21.87		67.8

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	本期增加金额		本期减少金额		2020 年 12 月 31 日
		计提	其他	转回或转销	其他	
原材料	33.43	27.82		20.97		40.28
在产品						
库存商品	0.67	6.02		0.65		6.04
周转材料						
发出商品						
委托加工物资	0.29	0.17				0.47
合计	34.4	34.01		21.62		46.79

存货跌价准备及合同履约成本减值准备的说明

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。公司于每个会计期末对存货进行减值测试，计提减值的存货项目主要为少量库龄较长的原材料和库存商品。

(3) 存货期末余额含有借款费用资本化金额的说明

☐适用 ☒不适用

(4) 期末建造合同形成的已完工未结算资产情况（尚未执行新收入准则公司适用）

☐适用 ☒不适用

(5) 合同履约成本本期摊销金额的说明（已执行新收入准则公司适用）

☐适用 ☒不适用

(6) 科目具体情况及分析说明

(1) 存货账面价值变动分析

报告期各期末，公司的存货账面价值分别为 7,564.87 万元、10,377.46 万元以及 7,023.49 万元，占当期流动资产的比例分别为 29.98%、32.22%以及 32.01%。报告期各期末，公司存货主要为原材料、库存商品及发出商品。公司总体采用“以销定产”的生产模式，主要原材料采用“以产定购”的模式，根据上游原材料价格波动及下游市场需求情况进行适当备货。

2019 年至 2021 年末，公司存货账面价值逐年上升，主要因为公司业务规模逐年增长，产品产销量同步提升所致。公司 2020 年末及 2021 年末的存货账面价值较上年同期增长分别为 89.24%以及 37.18%。2020 年及 2021 年公司产品的产量增长分别为 98.91%以及 88.40%，销量增长分别为 86.60%以及 97.66%。2022 年度，受欧美国国家疫情补贴减少、通胀增加、油费上涨、俄乌局势以及前期客户备货等多重因素影响，公司产品产销量均有不同程度下降，2022 年末，公司存货账面价值较 2021 年末下降 32.32%。公司账面存货价值的变动与公司产品产销量变动趋势保持一致。

2019 年至 2021 年末，公司存货增长主要是发出商品及库存商品增加所致。由于疫情期间国际海运运力紧张，因此 2020 年末随着往期订单交付时间拉长直接导致港口库存积压，发出商品存放于海关码头的的时间变长，使得发出商品增加；同时产成品发货出库也相应滞后，库存商品的金额也相应增长。2021 年，公司根据码头发货及在途产品控制发货节奏，发出商品金额有所下降。2022 年末，公司存货账面价值下降主要是原材料及库存商品下降所致。因 2022 年订单量减少，公司适当降低了原材料及成品的备货水平。

(2) 存货周转率分析

报告期内，公司与同行业可比公司的存货周转率对比分析如下：

单位：次/年

公司简称	2022 年	2021 年	2020 年
涛涛车业	1.60	2.53	3.05
春风动力	4.62	4.99	4.77
北极星	3.89	4.43	4.63
平均值	3.37	3.98	4.15
公司	3.78	6.23	4.51

数据来源：Wind

报告期内，公司存货周转率分别为 4.51 次/年、6.23 次/年以及 3.78 次/年。公司存货周转率与春风动力及北极星数值接近，涛涛车业因其在和美国和加拿大实施“仓储式”销售，在多个地区设有仓库备货，导致库存余额较大。

公司存货周转率较高，主要因为公司采用以销定产、以产定购的模式，生产部门一般根据客户

订单安排生产，存货周转速度较快。

2. 其他披露事项:

无

(三) 金融资产、财务性投资

√适用 □不适用

1. 交易性金融资产

□适用 √不适用

2. 衍生金融资产

□适用 √不适用

3. 债权投资

□适用 √不适用

4. 其他债权投资

□适用 √不适用

5. 长期应收款

□适用 √不适用

6. 长期股权投资

□适用 √不适用

7. 其他权益工具投资

√适用 □不适用

(1) 其他权益工具投资情况

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
南京紫荆新动力科技咨询合伙企业（有限合伙）	2.40	2.40	-
合计	2.40	2.40	-

(2) 非交易性权益工具投资情况

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022 年度确认的股利收入	累计利得/损失（损失以“-”号填列）	其他综合收益转入留存收益的金额	指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的原因	其他综合收益转入留存收益的原因
南京紫荆新动力科技咨询合伙企业（有限合伙）	-	-	-	战略投资，拟长期持有	-

(3) 科目具体情况及分析说明

2021 年，公司对外投资南京紫荆新动力科技咨询合伙企业（有限合伙），本公司按公允价值在其他权益工具投资核算。

8. 其他非流动金融资产

☐适用 ☒不适用

9. 其他财务性投资

☐适用 ☒不适用

10. 其他披露事项

无。

11. 金融资产、财务性投资总体分析

报告期内，发行人的金融资产主要是交易性金融资产和其他权益工具投资。交易性金融资产为公司购入的中国银行发行的理财产品。其他权益工具投资主要是发行人对参股公司的少数股权。

（四） 固定资产、在建工程

1. 固定资产

☒适用 ☐不适用

(1) 分类列示

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
固定资产	8,225.85	3,447.05	3,383.69
固定资产清理		-	-
合计	8,225.85	3,447.05	3,383.69

(2) 固定资产情况

☒适用 ☐不适用

单位：万元

2022 年 12 月 31 日						
项目	房屋及建筑物	机器设备	运输设备	办公设备	其他设备	合计
一、账面原值：						
1. 期初余额	3,387.43	452.92	126.66	305.73	-	4,272.74
2. 本期增加金额	5,031.27	131.81	-	62.64	-	5,225.71
（1）购置	-	56.77	-	62.64	-	119.40
（2）在建工程转入	5,031.27	75.04	-	-	-	5,106.31
（3）企业合并增加	-	-	-	-	-	-
3. 本期减少金额	-	6.25	20.80	-	-	27.05
（1）处置或报废	-	6.25	20.80	-	-	27.05
4. 期末余额	8,418.71	578.47	105.87	368.36	-	9,471.40
二、累计折旧						
1. 期初余额	449.87	169.30	61.56	144.97	-	825.69
2. 本期增加金额	319.15	67.46	7.96	42.11	-	436.68
（1）计提	319.15	67.46	7.96	42.11	-	436.68
3. 本期减少金额	-	5.84	10.98	-	-	16.81
（1）处置或报废	-	5.84	10.98	-	-	16.81
4. 期末余额	769.02	230.92	58.54	187.08	-	1,245.56

三、减值准备						
1. 期初余额						
2. 本期增加金额						
(1) 计提						
3. 本期减少金额						
(1) 处置或报废						
4. 期末余额						
四、账面价值						
1. 期末账面价值	7,649.69	347.55	47.33	181.28	-	8,225.85
2. 期初账面价值	2,937.57	283.62	65.11	160.75	-	3,447.05

单位：万元

2021 年 12 月 31 日						
项目	房屋及建筑物	机器设备	运输设备	办公设备	其他设备	合计
一、账面原值：						
1. 期初余额	3,387.43	250.22	106.86	220.81		3,965.32
2. 本期增加金额		202.69	19.81	89.62		312.12
(1) 购置		202.69	19.81	89.62		312.12
(2) 在建工程转入						
(3) 企业合并增加						
3. 本期减少金额				4.70		4.70
(1) 处置或报废				4.70		4.70
4. 期末余额	3,387.43	452.92	126.66	305.73		4,272.74
二、累计折旧						
1. 期初余额	289.71	126.90	52.83	112.2		581.64
2. 本期增加金额	160.16	42.39	8.73	37.24		248.52
(1) 计提	160.16	42.39	8.73	37.24		248.52
3. 本期减少金额				4.47		4.47
(1) 处置或报废				4.47		4.47
4. 期末余额	449.87	169.30	61.56	144.97		825.69
三、减值准备						
1. 期初余额						
2. 本期增加金额						
(1) 计提						
3. 本期减少金额						
(1) 处置或报废						
4. 期末余额						
四、账面价值						
1. 期末账面价值	2,937.57	283.62	65.11	160.75		3,447.05
2. 期初账面价值	3,097.73	123.32	54.03	108.61		3,383.69

单位：万元

2020 年 12 月 31 日						
项目	房屋及建筑物	机器设备	运输设备	办公设备	其他设备	合计
一、账面原值：						
1. 期初余额	3,387.43	215.53	93.57	159.48		3,856.01
2. 本期增加金额		34.69	13.29	61.33		109.31
（1）购置		34.69	13.29	61.33		109.31
（2）在建工程转入						
（3）企业合并增加						
3. 本期减少金额						
（1）处置或报废						
4. 期末余额	3,387.43	250.22	106.86	220.81		3,965.32
二、累计折旧						
1. 期初余额	128.80	98.58	46.39	91.39		365.16
2. 本期增加金额	160.90	28.33	6.44	20.81		216.47
（1）计提	160.90	28.33	6.44	20.81		216.47
3. 本期减少金额						
（1）处置或报废						
4. 期末余额	289.71	126.90	52.83	112.20		581.64
三、减值准备						
1. 期初余额						
2. 本期增加金额						
（1）计提						
3. 本期减少金额						
（1）处置或报废						
4. 期末余额						
四、账面价值						
1. 期末账面价值	3,097.73	123.32	54.03	108.61		3,383.69
2. 期初账面价值	3,258.63	116.95	47.17	68.09		3,490.85

(3) 暂时闲置的固定资产情况

□适用 √不适用

(4) 通过融资租赁租入的固定资产情况（未执行新租赁准则）

□适用 √不适用

(5) 通过经营租赁租出的固定资产

√适用 □不适用

单位：万元

2022 年 12 月 31 日	
项目	期末账面价值
新碧街道碧园路 139 号厂房	

(6) 未办妥产权证书的固定资产情况

√适用 □不适用

单位：万元

2022 年 12 月 31 日		
项目	账面价值	未办妥产权证书的原因
2 号厂房	4,871.95	正在办理中

(7) 固定资产清理

□适用 √不适用

(8) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 3,383.69 万元、3,447.05 万元和 8,225.85 万元，占总资产的比例分别为 11.33%、8.43%和 24.08%。2020 年至 2021 年，公司固定资产账面价值基本稳定，但随着公司经营规模扩大、总资产增加，固定资产账面价值占总资产的比例逐年降低。由于公司在建工程转入固定资产导致固定资产账面价值较 2021 年末增长较多，从而导致 2022 年末固定资产账面价值占总资产的比例提高。

公司主要负责核心零部件车架的焊接生产和整车的组装、调试，拥有金工、总装和配件三大车间。公司固定资产折旧政策与同行业可比公司比较情况如下：

公司名称	类别	折旧方法	折旧年限 (年)	残值率 (%)	年折旧率 (%)
春风动力	房屋及建筑物	年限平均法	10-30	5	9.50-3.17
	机器设备	年限平均法	5-10	5	19.00-9.50
	运输工具	年限平均法	5	5	19.00
	电子及其他设备	年限平均法	5	5	19.00
涛涛车业	房屋及建筑物	年限平均法	25	5	3.80
	机器设备	年限平均法	8-10	5	11.88-9.50
	运输工具	年限平均法	4	5	23.75
	电子及其他设备	年限平均法	3	5	31.67
北极星	房屋及建筑物	年限平均法	10-40	注：北极星未披露其固定资产残值率	
	机器和工具	年限平均法	1-7		
华洋赛车	房屋及建筑物	年限平均法	20	5	4.75
	机器设备	年限平均法	5-10	5	19.00-9.50
	运输设备	年限平均法	5-10	5	19.00-9.50
	办公设备及其他	年限平均法	3-5	5	31.37-19.00

数据来源：Wind

报告期末公司固定资产不存在市价大幅度下跌、固定资产陈旧过时或发生实体损坏、固定资产预计使用方式发生重大不利变化等减值情形，未计提减值准备。

2. 在建工程

√适用 □不适用

(1) 分类列示

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日

在建工程	29.43	3,727.60	-
工程物资		-	-
合计	29.43	3,727.60	-

(2) 在建工程情况

√适用 □不适用

单位：万元

2022 年 12 月 31 日			
项目	账面余额	减值准备	账面价值
2 号厂房建设			
发动机装配线	29.43		29.43
合计	29.43		29.43

单位：万元

2021 年 12 月 31 日			
项目	账面余额	减值准备	账面价值
2 号厂房	3,724.87		3,724.87
发动机装配线	2.74		2.74
合计	3,727.60	-	3,727.60

单位：万元

2020 年 12 月 31 日			
项目	账面余额	减值准备	账面价值
-			
合计	-	-	-

其他说明：

无。

(3) 重要在建工程项目报告期变动情况

√适用 □不适用

单位：万元

2022 年度												
项目名称	预算数	期初余额	本期增加金额	本期转入固定资产金额	本期其他减少金额	期末余额	工程累计投入占预算比例(%)	工程进度	利息资本化累计金额	其中：本期利息资本化金额	本期利息资本化率(%)	资金来源
2 号厂房建设	5,000	3,724.87	1,306.41	5,031.27		-	100.63%	100%				自有资金
合计	5,000	3,724.87	1,306.41	5,031.27			-	-			-	-

单位：万元

2021 年度												
项目名称	预算数	期初余额	本期增加金额	本期转入固定资产金额	本期其他减少金额	期末余额	工程累计投入占预算比例(%)	工程进度	利息资本化累计金额	其中：本期利息资本化金额	本期利息资本化率(%)	资金来源
2 号厂房	5,000		3,724.87			3,724.87	74.50%	80.00%				自有资金
合计	5,000	-	3,724.87	-	-	3,724.87	-	-			-	-

单位：万元

2020 年度												
项目名称	预算数	期初余额	本期增加金额	本期转入固定资产金额	本期其他减少金额	期末余额	工程累计投入占预算比例(%)	工程进度	利息资本化累计金额	其中：本期利息资本化金额	本期利息资本化率(%)	资金来源
-								-				-
合计	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

其他说明：

无。

(4) 报告期计提在建工程减值准备情况

☐适用 ☒不适用

(5) 工程物资情况

☐适用 ☒不适用

(6) 科目具体情况及分析说明

2021 年，为满足持续扩大的市场需求，公司进行了新厂房建设，期末尚未完工。公司在建工程资金来源为自有资金，不存在利息资本化情况。2022 年 4 月，公司主要在建工程完工转入固定资产，截至 2022 年末，公司在建工程余额为 29.43 万元，为发动机装配线在建工程。

3. 其他披露事项

无。

(五) 无形资产、开发支出

1. 无形资产

☒适用 ☐不适用

(1) 无形资产情况

☒适用 ☐不适用

单位：万元

2022 年 12 月 31 日				
项目	土地使用权	专利权	软件	合计
一、账面原值				
1. 期初余额	1,180.63	-	85.64	1,266.27
2. 本期增加金额	2,369.12	-	107.98	2,477.10
（1）购置	2,369.12	-	107.98	2,477.10
（2）内部研发				
（3）企业合并增加				
3. 本期减少金额				
（1）处置				
4. 期末余额	3,549.75	-	193.62	3,743.37
二、累计摊销				
1. 期初余额	100.24	-	12.01	112.25
2. 本期增加金额	47.23	-	10.57	57.80
（1）计提	47.23	-	10.57	57.80
3. 本期减少金额				
（1）处置				
4. 期末余额	147.47	-	22.58	170.05
三、减值准备				
1. 期初余额				
2. 本期增加金额				
（1）计提				
3. 本期减少金额				
（1）处置				
4. 期末余额				
四、账面价值				
1. 期末账面价值	3,402.28	-	171.04	3,573.32
2. 期初账面价值	1,080.39	-	73.63	1,154.02

单位：万元

2021 年 12 月 31 日				
项目	土地使用权	专利权	软件	合计
一、账面原值				
1. 期初余额	1,180.63		25.21	1,205.84
2. 本期增加金额			60.43	60.43
（1）购置			60.43	60.43
（2）内部研发				
（3）企业合并增加				
3. 本期减少金额				
（1）处置				

4. 期末余额	1,180.63		85.64	1,266.27
二、累计摊销				
1. 期初余额	76.49		8.40	84.90
2. 本期增加金额	23.75		3.61	27.35
(1) 计提	23.75		3.61	27.35
3. 本期减少金额				
(1) 处置				
4. 期末余额	100.24		12.01	112.25
三、减值准备				
1. 期初余额				
2. 本期增加金额				
(1) 计提				
3. 本期减少金额				
(1) 处置				
4. 期末余额				
四、账面价值				
1. 期末账面价值	1,080.39		73.63	1,154.02
2. 期初账面价值	1,104.13		16.81	1,120.94

单位：元

2020 年 12 月 31 日				
项目	土地使用权	专利权	软件	合计
一、账面原值				
1. 期初余额	1,180.63		25.21	1,205.84
2. 本期增加金额				
(1) 购置				
(2) 内部研发				
(3) 企业合并增加				
3. 本期减少金额				
(1) 处置				
4. 期末余额	1,180.63		25.21	1,205.84
二、累计摊销				
1. 期初余额	52.96		5.88	58.84
2. 本期增加金额	23.54		2.52	26.06
(1) 计提	23.54		2.52	26.06
3. 本期减少金额				
(1) 处置				
4. 期末余额	76.49		8.40	84.09
三、减值准备				
1. 期初余额				

2. 本期增加金额				
(1) 计提				
3. 本期减少金额				
(1) 处置				
4. 期末余额				
四、账面价值				
1. 期末账面价值	1,104.13		16.81	1,120.94
2. 期初账面价值	1,127.67		19.33	1,147.00

其他说明：

无。

(2) 报告期末尚未办妥产权证的土地使用权情况

☐适用 ☒不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司无形资产主要为土地使用权和软件。报告期各期末，无形资产账面价值分别为1,120.94万元、1,154.02万元和3,573.32万元。无形资产账面价值占总资产的比例分别为3.75%、2.82%和10.46%。2022年末，公司无形资产价值增加主要系公司2022年新购入土地使用权所致。

报告期各期末，公司无形资产使用状况良好，不存在减值迹象，无需计提减值准备。

2. 开发支出

☐适用 ☒不适用

3. 其他披露事项

无。

(六) 商誉

☐适用 ☒不适用

(七) 主要债项

1. 短期借款

☒适用 ☐不适用

(1) 短期借款分类

单位：万元

项目	2022年12月31日
质押借款	-
抵押借款	791.03
保证借款	-
信用借款	2,000.00
应付利息	15.94
合计	2,806.97

短期借款分类说明：

截至2022年12月31日，公司短期借款主要为信用借款，具体情况如下：

项目	借款金额（万元）	借款起始日	借款到期日
上海浦东发展银行丽水缙云支行	1,000.00	2022-7-19	2023-1-13
工商银行缙云支行	1,000.00	2022-12-20	2023-6-19
宁波银行缙云支行	791.03	2022-12-21	2023-6-18
合计	2,791.03	-	-

(2) 已逾期未偿还的短期借款情况

☐适用 ☒不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

2022 年末，公司短期借款余额为 2,806.97 万元，公司借入短期借款主要系满足公司流动资金需求。

2. 交易性金融负债

☐适用 ☒不适用

3. 衍生金融负债

☐适用 ☒不适用

4. 合同负债（已执行新收入准则公司适用）

☒适用 ☐不适用

(1) 合同负债情况

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日
预收商品款	1,002.35
合计	1,002.35

(2) 报告期内账面价值发生重大变动的金额和原因

☐适用 ☒不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

公司合同负债主要为预收客户的货款。公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，2020 年预收的与合同有关的货款在合同负债列示，报告期各期末，公司合同负债金额分别为 5,024.08 万元、2,911.65 万元和 1,002.35 万元。

5. 长期借款

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日
质押借款	
抵押借款	
保证借款	
信用借款	120.25
减：一年内到期的长期借款	
合计	120.25

长期借款分类的说明：

√适用 □不适用

截至 2022 年 12 月 31 日，公司长期借款均为信用借款，具体情况如下：

项目	借款金额	借款起始日	借款到期日
工商银行缙云支行	120.25	2022-12-30	2025-11-1
合计	120.25		

科目具体情况及分析说明：

2022 年末，公司长期借款余额 120.25 万元，公司借入长期借款主要系用于支付设备采购款。

6. 其他流动负债

√适用 □不适用

(1) 其他流动负债情况

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日
短期应付债券	
应付退货款	
待转销项税	14.34
合计	14.34

(2) 短期应付债券的增减变动

□适用 √不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

无。

7. 其他非流动负债

□适用 √不适用

8. 应付债券

□适用 √不适用

9. 主要债项、期末偿债能力总体分析

报告期各期末，公司负债结构情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	比例	2021 年 12 月 31 日	比例	2020 年 12 月 31 日	比例
流动负债	17,712.28	94.89%	29,399.91	97.02%	22,635.62	96.76%
非流动负债	954.45	5.11%	903.51	2.98%	758.22	3.24%
负债合计	18,666.73	100.00%	30,303.41	100.00%	23,393.84	100.00%

报告期各期末，公司负债合计分别为 23,393.84 万元、30,303.41 万元和 18,666.73 万元，其中主要为流动负债，流动负债占比分别为 96.76%、97.02%和 94.89%。公司近年来负债规模增长，主要系公司经营规模增加，相应地采购规模增长，由此导致对供应商的应付账款及应付票据增加所致。

报告期内，公司主要偿债能力指标如下：

项目	公司名称	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
流动比率	涛涛车业	1.95	1.65	1.59
	春风动力	1.51	1.55	1.20
	北极星	1.19	1.15	1.17

	平均值	1.55	1.45	1.32
	本公司	1.24	1.10	1.11
速动比率	涛涛车业	0.84	0.68	0.87
	春风动力	1.06	1.12	0.81
	北极星	0.37	0.41	0.55
	平均值	0.76	0.74	0.74
	本公司	0.80	0.72	0.74
资产负债率	涛涛车业	43.58%	50.21%	53.45%
	春风动力	55.05%	53.84%	63.91%
	北极星	78.65%	75.48%	75.02%
	平均值	59.09%	59.84%	64.13%
	本公司	54.65%	74.10%	78.33%

数据来源: Wind

公司流动比率低于可比公司, 速动比率处于中等水平, 2020 年和 2021 年末公司资产负债率水平与北极星较为一致, 高于涛涛车业及春风动力, 主要系不同公司根据其销售收款政策、经营策略等选择不同的资产负债结构所致。2022 年末, 由于公司应付票据、合同负债金额有所降低, 公司资产负债率较往年有所下降。

(八) 股东权益

1. 股本

单位: 万元

	2021 年 12 月 31 日	本期变动					2022 年 12 月 31 日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	4,200.00						4,200.00

单位: 万元

	2020 年 12 月 31 日	本期变动					2021 年 12 月 31 日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	3,200.00	-	248	752	-	1,000	4,200.00

单位: 万元

	2019 年 12 月 31 日	本期变动					2020 年 12 月 31 日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	2,910.92	289.08	-	-	-	289.08	3,200.00

科目具体情况及分析说明:

报告期内, 发行人发生了两次股权变更, 具体情况如下:

(1) 2020 年 4 月 15 日, 发行人以 3.50 元/股的价格向戴继刚、戴鹏、陈钧、任宇定向发行 289.08 万股股份, 发行完成后股本增至 3,200.00 万股。

(2) 2021 年 5 月 17 日, 华洋赛车召开 2020 年年度股东大会并作出决议, 同意公司以目前总

股本 3,200.00 万股为基数，以未分配利润向全体股东每 10 股送红股 0.775 股，每 10 股派发现金红利 5 元（含税），以资本公积向全体股东每 10 股转增 2.35 股，分红后总股本增至 4,200.00 万股。

2. 其他权益工具

☐适用 ☒不适用

3. 资本公积

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
资本溢价（股本溢价）	227.90			227.90
其他资本公积	22.52	52.10		74.62
合计	250.43	52.10		302.53

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2021 年 12 月 31 日
资本溢价（股本溢价）	979.90	-	752.00	227.90
其他资本公积	18.50	4.03	-	22.52
合计	998.40	4.03	752.00	250.43

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2020 年 12 月 31 日
资本溢价（股本溢价）	257.21	722.70	-	979.90
其他资本公积	-	18.50	-	18.50
合计	257.21	741.20		998.40

其他说明，包括本期增减变动情况、变动原因说明：

☐适用 ☒不适用

科目具体情况及分析说明：

（1）资本公积-资本溢价：

1) 2020 年 4 月 15 日，发行人以 3.50 元/股的价格向戴继刚、戴鹏、陈钧、任宇定向发行不超过 289.08 万股（含本数）股份，发行完成后股本增至 3,200.00 万股。其中 289.08 万元计入股本，溢价部分 722.70 万元计入资本公积。

2) 2021 年 5 月 17 日，华洋赛车召开 2020 年年度股东大会并作出决议，同意公司以目前总股本 3,200.00 万股为基数，以资本公积向全体股东每 10 股转增 2.35 股，从而导致资本公积-股本溢价金额减少 752.00 万元。

（2）其他资本公积：

2015 年 8 月 25 日，华洋赛车向华拓投资发行 155.46 万股股份，发行价格为每股 1.19 元，华拓

投资系公司员工持股平台，公司实施股权激励确认的股份支付金额在估计的等待期内进行分期摊销，并相应增加资本公积，2020 年、2021 年和 2022 年计入管理费用的股份支付的金额分别为 18.50 万元、4.03 万元和 52.10 万元。

4. 库存股

☐适用 ☒不适用

5. 其他综合收益

☐适用 ☒不适用

6. 专项储备

☐适用 ☒不适用

7. 盈余公积

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
法定盈余公积	1,513.99	586.01	-	2,100.00
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	1,513.99	586.01	-	2,100.00

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2021 年 12 月 31 日
法定盈余公积	615.23	898.76	-	1,513.99
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	615.23	898.76	-	1,513.99

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2020 年 12 月 31 日
法定盈余公积	339.88	275.34	-	615.23
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	339.88	275.34	-	615.23

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司按照实现净利润的 10%计提法定盈余公积。

8. 未分配利润

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
调整前上期末未分配利润	4,625.05	1,866.31	603.38
调整期初未分配利润合计数	-	-206.13	114.70
调整后期初未分配利润	4,625.05	1,660.18	718.08
加：本期归属于母公司所有者的净利润	6,612.71	8,987.63	2,753.45
减：提取法定盈余公积	586.01	898.76	275.34
提取任意盈余公积		-	-
提取一般风险准备		-	-

应付普通股股利	1,764.00	4,876.00	1,536.00
转作股本的普通股股利		248.00	-
期末未分配利润	8,887.75	4,625.05	1,660.18

调整期初未分配利润明细:

√适用 □不适用

- (1) 由于《企业会计准则》及其相关新规定进行追溯调整,影响期初未分配利润 0 元。
(2) 由于会计政策变更,影响期初未分配利润 0 元。
(3) 由于重大会计差错更正,影响期初未分配利润 114.70 万元。
(4) 由于同一控制下企业合并导致的合并范围变更,影响期初未分配利润 0 元。
(5) 其他调整合计影响期初未分配利润 0 元。

科目具体情况及分析说明:

报告期各期末,公司未分配利润的金额分别为 1,660.18 万元、4,625.05 万元和 8,887.75 万元,呈现逐年增长的趋势,主要系公司报告期内实现了较好的盈利,带来留存收益逐年增加。

9. 其他披露事项

无。

10. 股东权益总体分析

报告期各期末,公司所有者权益的金额分别为 6,473.81 万元、10,589.47 万元和 15,490.28 万元,呈现逐年增长的趋势,主要系公司报告期内实现了较好的盈利,带来留存收益逐年增加所致。

(九) 其他资产负债科目分析

1. 货币资金

√适用 □不适用

单位: 万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
库存现金	-	0.01	0.04
银行存款	4,650.84	2,867.26	5,213.25
其他货币资金	4,281.98	15,494.44	10,515.66
合计	8,932.81	18,361.70	15,728.94
其中: 存放在境外的款项总额	-	-	-

使用受到限制的货币资金

√适用 □不适用

单位: 万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
外币结汇保证金	10.00	8.00	3.00
ETC 冻结资金	0.60	0.50	0.30
银行承兑汇票保证金	4,257.06	15,477.58	10,509.63
支付宝保证金	6.10	5.20	5.10
合计	4,273.76	15,491.28	10,518.03

科目具体情况及分析说明:

报告期各期末,公司货币资金余额分别为 15,728.94 万元、18,361.70 万元和 8,932.81 万元。2020

年至 2021 年货币资金余额的增加主要系：一方面，公司销售规模扩大、回款情况较好，经营性资金积累逐渐增加；另一方面，随着公司业务规模的扩大和经营实力的增强，公司利用票据结算的金额有所提高，票据保证金相应增加。报告期内，公司使用受限的货币资金主要为银行承兑汇票保证金，除上表所示受限货币资金外，公司不存在其他抵押、质押或存放在境外且资金汇回受到限制的款项。2022 年末，由于公司应付票据余额下降、票据保证金金额有所降低，导致货币资金余额减少。

2. 预付款项

√适用 □不适用

(1) 预付款项按账龄列示

单位：万元

账龄	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
1 年以内	124.24	100.00%	244.21	100.00%	346.26	98.54%
1 至 2 年						
2 至 3 年					5.12	1.46%
3 年以上						
合计	124.24	100.00%	244.21	100.00%	351.38	100.00%

账龄超过 1 年且金额重要的预付款项未及时结算的原因：

□适用 √不适用

(2) 按预付对象归集的报告期各期末余额前五名的预付款项情况

√适用 □不适用

单位：万元

单位名称	2022 年 12 月 31 日	占预付账款期末余额比例 (%)
重庆德呈威科技有限公司	14.54	11.70%
无锡凯迩必拓普减震器有限公司	11.56	9.30%
北京金证互通资本服务股份有限公司	7.08	5.70%
上海璇亿信息技术有限公司	6.93	5.58%
浙江凌宇机械股份有限公司	6.59	5.30%
合计	46.69	37.58%

单位：万元

单位名称	2021 年 12 月 31 日	占预付账款期末余额比例 (%)
重庆德呈威科技有限公司	68.93	28.23%
重庆宗申发动机制造有限公司	39.93	16.35%
员工食堂	33.98	13.92%
浙江雄泰科技有限公司	20.20	8.27%
江门市瑞跃实业有限公司	10.35	4.24%
合计	173.39	71.01%

单位：万元

单位名称	2020 年 12 月 31 日	占预付账款期末余额比例 (%)
浙江雄泰科技有限公司	89.70	25.53%
重庆隆鑫发动机有限公司	86.66	24.66%
重庆德呈威科技有限公司	31.59	8.99%
缙云县正达阀门制造有限公司	29.75	8.47%

扬州友立车业科技有限公司	28.44	8.09%
合计	266.14	75.74%

(3) 科目具体情况及分析说明

公司预付款项主要为原材料采购预付款，报告期各期末预付款项分别为 351.38 万元、244.21 万元以及 124.24 万元，占同期流动资产比例分别为 1.39%、0.76%以及 0.57%，占比较低。

3. 合同资产

☐适用 ☒不适用

4. 其他应收款

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
应收利息			
应收股利			
其他应收款	39.58	77.53	505.11
合计	39.58	77.53	505.11

(1) 按坏账计提方法分类披露

单位：万元

类别	2022 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款					
按组合计提坏账准备的其他应收款	52.73	100.00%	13.14	24.93%	39.58
其中：1、账龄组合	52.73	100.00%	13.14	24.93%	39.58
2、个人卡款项					
合计	52.73	100.00%	13.14	24.93%	39.58

单位：万元

类别	2021 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款					
按组合计提坏账准备的其他应收款	93.03	100.00%	15.50	16.67%	77.53
其中：1、账龄组合	93.03	100.00%	15.50	16.67%	77.53
2、个人卡款项					
合计	93.03	100.00%	15.50	16.67%	77.53

单位：万元

类别	2020 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款					

按组合计提坏账准备的其他应收款	522.15	100.00%	17.04	3.26%	505.11
其中：1、账龄组合	120.71	23.12%	17.04	14.12%	103.67
2、个人卡款项	401.44	76.88%			401.44
合计	522.15	100.00%	17.04	3.26%	505.11

1) 按单项计提坏账准备

☐适用 ☒不适用

2) 按组合计提坏账准备：

☒适用 ☐不适用

单位：万元

组合名称	2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
账龄组合	52.73	13.14	24.93%
个人卡款项			
合计	52.73	13.14	24.93%

单位：万元

组合名称	2021 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
账龄组合	93.03	15.50	16.67%
个人卡款项			
合计	93.03	15.50	16.67%

单位：万元

组合名称	2020 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
账龄组合	120.71	17.04	14.12%
个人卡款项	401.44		
合计	522.15	17.04	3.26%

确定组合依据的说明：

其他应收款确定组合的依据如下：

其他应收款组合 1：账龄组合

其他应收款组合 2：个人卡款项组合

对于划分为组合的其他应收款，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

3) 如按预期信用损失一般模型计提坏账准备，请按下表披露坏账准备的相关信息：

☒适用 ☐不适用

单位：万元

坏账准备	第一阶段	第二阶段	第三阶段	合计
	未来 12 个月预期信用损失	整个存续期预期信用损失（未发生信用减值）	整个存续期预期信用损失（已发生信用减值）	

2022年1月1日余额	15.50			15.50
2022年1月1日余额在 本期				
--转入第二阶段				
--转入第三阶段				
--转回第二阶段				
--转回第一阶段				
本期计提				
本期转回	2.36			2.36
本期转销				
本期核销				
其他变动				
2022年12月31日余额	13.14			13.14

对报告期发生损失准备变动的应收账款账面余额显著变动的情况说明：

☐适用 ☒不适用

报告期坏账准备计提金额以及评估金融工具信用风险是否显著增加的依据：

☐适用 ☒不适用

(2) 应收利息

1) 应收利息分类

☐适用 ☒不适用

2) 重要逾期利息

☐适用 ☒不适用

(3) 应收股利

☐适用 ☒不适用

(4) 其他应收款

☒适用 ☐不适用

1) 按款项性质列示的其他应收款

单位：万元

款项性质	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
保证金及押金	30.61	55.46	33.48
备用金		5.69	16.34
往来款			
代垫社会保险费	6.77	23.04	8.03
借款			62.78
个人卡款项			401.44
其他	15.35	8.85	0.09
合计	52.73	93.03	522.15

2) 按账龄披露的其他应收款

单位：万元

账龄	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
1年以内	28.42	64.68	487.49
1至2年	15.01	19.85	21.63
2至3年	0.80		5.03
3至4年		0.50	
4至5年	0.50		8.00
5年以上	8.00	8.00	
合计	52.73	93.03	522.15

3) 报告期内实际核销的其他应收款情况

☐适用 ☒不适用

4) 按欠款方归集的期末余额前五名的其他应收款情况

☒适用 ☐不适用

单位：万元

单位名称	2022 年 12 月 31 日				
	款项性质	2022 年 12 月 31 日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例 (%)	坏账准备期末余额
浙江天猫技术有限公司	保证金	12.00	1 年以内、1-2 年	22.76%	1.50
缙云恒钧工贸有限公司	代垫电费等	10.80	1 年以内	20.49%	0.54
缙云长青气体有限公司	押金	9.60	1-2 年、2-3 年	18.21%	2.08
统筹金个人部分	代垫社会保险费	6.77	1 年以内	12.84%	0.34
江苏京东信息技术有限公司	保证金	5.00	5 年以上	9.48%	5.00
合计	-	44.17	-	83.77%	9.46

单位：万元

单位名称	2021 年 12 月 31 日				
	款项性质	2021 年 12 月 31 日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例 (%)	坏账准备期末余额
统筹金个人部分	代垫保险费	23.04	1 年以内	24.77%	1.15
浙江雄泰科技有限公司	押金	20.10	1 年以内	21.61%	1.01
缙云长青气体有限公司	押金	9.60	1 年以内、1-2 年	10.32%	0.60
浙江天猫技术有限公司	保证金	9.00	1 年以内、1-2 年	9.67%	0.90
江苏京东信息技术有限公司	保证金	5.00	5 年以上	5.37%	5.00
合计	-	66.74	-	71.74%	8.66

单位：万元

单位名称	2020 年 12 月 31 日				
	款项性质	2020 年 12 月 31 日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例 (%)	坏账准备期末余额
个人卡款项	个人卡款项	401.44	1 年以内	76.88%	
任宇	借款	55.98	1 年以内	10.72%	2.80
浙江雄泰科技有限公司	押金	10.00	1 年以内	1.92%	0.50
果玉姣	备用金	10.00	1-2 年	1.92%	2.00
齐长雨	借款	6.80	1-2 年	1.30%	1.36

合计	-	484.22	-	92.74%	6.66

5) 涉及政府补助的其他应收款

☐适用 ☒不适用

(5) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为 505.11 万元、77.53 万元以及 39.58 万元，占当期流动资产比例分别为 2.00%、0.24%以及 0.18%，占比较小。2021 年末，公司其他应收款账面价值较 2020 年下降 427.58 万元，主要原因在于公司在当年度全额收回个人卡款项。

5. 应付票据

☒适用 ☐不适用

单位：万元

种类	2022 年 12 月 31 日
商业承兑汇票	
银行承兑汇票	8,470.12
合计	8,470.12

本期末已到期未支付的应付票据总额为 0 元。

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司应付票据余额分别为 10,509.63 万元、19,489.15 万元以及 8,470.12 万元，占当期流动负债比率分别为 46.43%、66.29%以及 47.82%，占比较高。2019 年末至 2021 年末，应付票据余额逐年上升，主要原因为：随着生产规模扩大，公司原材料采购对票据结算需求的增加；同时，随着公司业务规模扩大和经营实力增强，银行提高了票据授信额度，为了满足生产经营需要，公司开具的银行承兑汇票增加。

6. 应付账款

☒适用 ☐不适用

(1) 应付账款列示

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日
1 年以内	4,282.64
1-2 年	-
2-3 年	-
3 年以上	
合计	4,282.64

(2) 按收款方归集的期末余额前五名的应付账款情况

单位：万元

单位名称	2022 年 12 月 31 日		
	应付账款	占应付账款期末余额合计数的比例 (%)	款项性质
浙江万顺建设有限公司	747.33	17.45%	工程款
温州安杰汽摩配有限公司	249.67	5.83%	货款
温州市天源实业有限	227.32	5.31%	货款

公司			
四川远星橡胶有限责任公司	185.11	4.32%	货款
温州金吉汽摩配科技有限公司	133.77	3.12%	货款
合计	1,543.20	36.03%	-

(3) 账龄超过 1 年的重要应付账款

☐适用 ☒不适用

(4) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司应付账款余额分别为 5,731.68 万元、5,277.50 万元以及 4,282.64 万元，占当期流动负债之比为 25.32%、17.95%以及 24.18%。报告期各期末应付账款主要为采购原材料产生的应付货款。截至 2022 年 12 月 31 日，公司应付账款余额中无应付持有公司 5%及以上表决权股份股东的欠款。

7. 预收款项

☐适用 ☒不适用

8. 应付职工薪酬

☒适用 ☐不适用

(1) 应付职工薪酬列示

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
1、短期薪酬	937.00	4,431.54	4,547.60	820.94
2、离职后福利-设定提存计划	21.98	262.52	265.27	19.22
3、辞退福利	27.93	3.73	23.46	8.20
4、一年内到期的其他福利				
合计	986.90	4,697.79	4,836.33	848.36

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2021 年 12 月 31 日
1、短期薪酬	993.59	5,825.57	5,882.16	937.00
2、离职后福利-设定提存计划		132.10	110.12	21.98
3、辞退福利		57.23	29.29	27.93
4、一年内到期的其他福利				
合计	993.59	6,014.89	6,021.58	986.90

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2020 年 12 月 31 日
1、短期薪酬	539.11	3,364.85	2,910.37	993.59
2、离职后福利-设定提存计划	4.06	7.04	11.10	
3、辞退福利				
4、一年内到期的其他福利				

合计	543.17	3,371.89	2,921.48	993.59

(2) 短期薪酬列示

单位：万元

项目	2021年12月31日	本期增加	本期减少	2022年12月31日
1、工资、奖金、津贴和补贴	924.59	4,150.45	4,264.59	810.45
2、职工福利费	-	48.16	48.16	-
3、社会保险费	12.41	146.26	148.17	10.49
其中：医疗保险费	9.86	122.33	123.60	8.60
工伤保险费	2.55	23.92	24.58	1.89
生育保险费	-	-	-	-
4、住房公积金	-	46.60	46.60	-
5、工会经费和职工教育经费	-	40.07	40.07	-
6、短期带薪缺勤				
7、短期利润分享计划				
合计	937.00	4,431.54	4,547.60	820.94

单位：万元

项目	2020年12月31日	本期增加	本期减少	2021年12月31日
1、工资、奖金、津贴和补贴	990.42	5,584.61	5,650.44	924.59
2、职工福利费	-	73.68	73.68	-
3、社会保险费	3.17	98.46	89.23	12.41
其中：医疗保险费	3.17	61.66	54.98	9.86
工伤保险费	-	36.34	33.79	2.55
生育保险费	-	0.46	0.46	-
4、住房公积金	-	10.39	10.39	-
5、工会经费和职工教育经费		58.43	58.43	—
6、短期带薪缺勤				
7、短期利润分享计划				
合计	993.59	5,825.57	5,882.16	937.00

单位：万元

项目	2019年12月31日	本期增加	本期减少	2020年12月31日
1、工资、奖金、津贴和补贴	535.97	3,285.80	2,831.35	990.42
2、职工福利费	-	31.58	31.58	-
3、社会保险费	3.15	35.51	35.48	3.17
其中：医疗保险费	1.15	34.09	32.07	3.17
工伤保险费	1.85	1.04	2.90	-
生育保险费	0.14	0.37	0.52	-
4、住房公积金		4.63	4.63	-

5、工会经费和职工教育经费		7.32	7.32	
6、短期带薪缺勤				
7、短期利润分享计划				
合计	539.11	3,364.85	2,910.37	993.59

(3) 设定提存计划

单位：万元

项目	2021年12月31日	本期增加	本期减少	2022年12月31日
1、基本养老保险	21.22	253.59	256.25	18.56
2、失业保险费	0.76	8.93	9.03	0.66
3、企业年金缴费	-	-	-	-
合计	21.98	262.52	265.27	19.22

单位：万元

项目	2020年12月31日	本期增加	本期减少	2021年12月31日
1、基本养老保险		127.66	106.44	21.22
2、失业保险费		4.44	3.68	0.76
3、企业年金缴费				
合计		132.1	110.12	21.98

单位：万元

项目	2019年12月31日	本期增加	本期减少	2020年12月31日
1、基本养老保险	3.92	6.82	10.74	
2、失业保险费	0.14	0.22	0.36	
3、企业年金缴费				
合计	4.06	7.04	11.10	

(4) 科目具体情况及分析说明

公司应付职工薪酬主要包括工资、奖金、补贴以及职工福利费等。报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 993.59 万元、986.90 万元和 848.36 万元，占流动负债比例分别为 4.39%、3.36% 和 4.79%。2022 年末应付职工薪酬较 2021 年末减少 138.54 万元，主要系公司 2022 年业绩较 2021 年有所下降，年终绩效减少，年末未支付的职工薪酬有所减少所致。

9. 其他应付款

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
应付利息			
应付股利			
其他应付款	72.00	146.22	72.05
合计	72.00	146.22	72.05

(1) 应付利息

☐适用 ☒不适用

(2) 应付股利

☐适用 ☒不适用

其他说明：

☐适用 ☒不适用

(3) 其他应付款

☒适用 ☐不适用

1) 按款项性质列示其他应付款

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
保证金及押金	56.68	104.32	48.98
代扣代缴款		15.92	5.10
代收代付款		2.72	2.48
其他	15.32	23.28	15.51
房租		-	-
合计	72.00	146.22	72.05

2) 其他应付款账龄情况

☒适用 ☐不适用

单位：万元

账龄	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
1 年以内	19.31	26.82%	98.23	67.18%	40.01	55.53%
1 年以上	52.69	73.18%	47.99	32.82%	32.04	44.47%
合计	72.00	100.00%	146.22	100.00%	72.05	100.00%

3) 账龄超过 1 年的重要其他应付款

☐适用 ☒不适用

4) 其他应付款金额前五名单位情况

☐适用 ☒不适用

☐适用 ☒不适用

☐适用 ☒不适用

(4) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司其他应付款余额分别为 72.05 万元、146.22 万元以及 72.00 万元，占同期流动负债之比分别为 0.32%、0.50%以及 0.41%，占比较小。公司其他应付款主要为各类保证金及押金以及代收代付款。

10. 合同负债

☒适用 ☐不适用

(1) 合同负债情况

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
预收货款	1,002.35	2,911.65	5,024.08
合计	1,002.35	2,911.65	5,024.08

(2) 报告期内账面价值发生重大变动的金额和原因

☐适用 ☒不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

合同负债情况请参见本章节之“二、资产负债等财务状况分析”之“（七）主要债项”之“4. 合同负债（已执行新收入准则公司适用）”分析。

11. 长期应付款

☐适用 ☒不适用

12. 递延收益

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
政府补助	763.17	810.87	758.22
合计	763.17	810.87	758.22

涉及政府补助的项目：

☒适用 ☐不适用

单位：万元

补助项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加补助金额	本期计入营业外收入金额	本期计入其他收益金额	本期冲减成本费用金额	其他变动	2022 年 12 月 31 日	与资产/收益相关	是否为企业日常活动相关的政府补助
厂房建设补助	810.87	-	-	47.70	-	-	763.17	资产	是
合计	810.87	-	-	47.70	-	-	763.17	-	-

单位：万元

补助项目	2020 年 12 月 31 日	本期增加补助金额	本期计入营业外收入金额	本期计入其他收益金额	本期冲减成本费用金额	其他变动	2021 年 12 月 31 日	与资产/收益相关	是否为企业日常活动相关的政府补助
厂房建设补助	758.22	98.95		46.3			810.87	资产	是
合计	758.22	98.95	-	46.3	-	-	810.87	-	-

单位：万元

补助项目	2019 年 12 月 31 日	本期增加补助金额	本期计入营业外收入金额	本期计入其他收益金额	本期冲减成本费用金额	其他变动	2020 年 12 月 31 日	与资产/收益相关	是否为企业日常活动相关的政府补助
厂房建设补助	387.67	400		29.45			758.22	资产	是
合计	387.67	400	-	29.45	-	-	758.22	-	-

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司递延收益金额分别为 758.22 万元、810.87 万元和 763.17 万元，均为与资产相关的政府补助。

13. 递延所得税资产/递延所得税负债

√适用 □不适用

(1) 未经抵销的递延所得税资产

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
坏账准备	289.35	43.40	158.62	23.79
存货跌价准备	44.37	6.66	67.80	10.17
递延收益	763.17	114.48	810.87	121.63
合计	1,096.89	164.53	1,037.29	155.59

项目	2020 年 12 月 31 日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
坏账准备	46.03	6.90
存货跌价准备	46.79	7.02
递延收益	758.22	113.73
合计	851.04	127.66

(2) 未经抵销的递延所得税负债

□适用 √不适用

(3) 报告期各期末以抵销后净额列示的递延所得税资产或负债

□适用 √不适用

(4) 未确认递延所得税资产明细

□适用 √不适用

(5) 未确认递延所得税资产的可抵扣亏损将于以下年度到期

□适用 √不适用

(6) 科目具体情况及分析说明

无。

14. 其他流动资产

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
待抵扣增值税	396.64	425.92	534.20
预缴企业所得税		-	-
IPO 上市发行费	180.57	-	-
合计	577.20	425.92	534.20

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司其他流动资产金额分别为 534.20 万元、425.92 万元和 577.20 万元，主要为待抵扣增值税。

15. 其他非流动资产

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日			2021 年 12 月 31 日		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
设备款	128.10		128.10	90.14		90.14
工程款						
合计	128.10		128.10	90.14		90.14

项目	2020 年 12 月 31 日		
	账面余额	减值准备	账面价值
设备款			
工程款			
合计			

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司其他非流动资产为预付设备款。

16. 其他披露事项

1) 使用权资产：

2021 年 1 月 1 日起，公司执行新租赁准则，对承租的房产同时确认使用权资产和租赁负债。截至 2021 年 12 月 31 日，公司使用权资产情况如下：

单位：万元

项 目	房屋及建筑物	机器设备	运输工具	合计
一、账面原值：				
1.2020 年 12 月 31 日				
会计政策变更	132.11	-	-	132.11
2021 年 1 月 1 日	132.11	-	-	132.11
2.本期增加金额	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-	-
4.2021 年 12 月 31 日	132.11	-	-	132.11
二、累计折旧	-	-	-	-
1.2020 年 12 月 31 日	-	-	-	-
会计政策变更	-	-	-	-
2021 年 1 月 1 日	-	-	-	-
2.本期增加金额	22.02	-	-	22.02
3.本期减少金额	-	-	-	-
4.2021 年 12 月 31 日	22.02	-	-	22.02
三、减值准备	-	-	-	-
1.2020 年 12 月 31 日	-	-	-	-
2.本期增加金额	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-	-
4.2021 年 12 月 31 日	-	-	-	-
四、账面价值	-	-	-	-
1.2021 年 12 月 31 日	110.09	-	-	110.09

账面价值				
2.2021 年 1 月 1 日账面价值	132.11	-	-	132.11

截至 2021 年 12 月 31 日，公司租赁负债情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日
租赁付款额	123.81
减：未确认融资费用	10.52
小计	113.28
减：一年内到期的非流动负债	20.65
合计	92.64

截至 2022 年 12 月 31 日，公司使用权资产情况如下：

单位：万元

项 目	房屋及建筑物	机器设备	运输工具	合计
一、账面原值：				
1.2021 年 12 月 31 日	132.11			132.11
2.本期增加金额				
3.本期减少金额				
4.2022 年 12 月 31 日	132.11			132.11
二、累计折旧				
1.2021 年 12 月 31 日	22.02			22.02
2.本期增加金额	22.02			22.02
3.本期减少金额				
4.2022 年 12 月 31 日	44.04			44.04
三、减值准备				
1.2021 年 12 月 31 日				
2.本期增加金额				
3.本期减少金额				
4.2022 年 12 月 31 日				
四、账面价值				
1.2022 年 12 月 31 日账面价值	88.07			88.07
2. 2021 年 12 月 31 日账面价值	110.09			110.09

截至 2022 年 12 月 31 日，公司租赁负债情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日
租赁付款额	99.05
减：未确认融资费用	6.41
小计	92.64
减：一年内到期的非流动负债	21.61
合计	71.03

2) 应交税费

报告期各期末，公司应交税费的金额分别为 298.88 万元、558.84 万元和 193.88 万元，应交税费的明细如下：

单位：万元			
项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
企业所得税	183.34	532.58	233.67
城建税	3.00	12.03	6.65
教育费附加	1.80	7.81	3.99
地方教育费附加	1.20	4.23	2.66
印花税	4.26	1.17	1.22
消费税	-	1.02	0.11
个人所得税	0.29	-	50.58
合计	193.88	558.84	298.88

2020 年至 2021 年，公司应交税费余额逐年增加，主要系随着公司经营业绩的增长，应交企业所得税逐年增加所致。2022 年末，公司应交税费余额有所降低，主要系 2021 年末计提的企业所得税于 2022 年缴纳导致企业所得税余额有所降低所致。

三、 盈利情况分析

（一） 营业收入分析

1. 营业收入构成情况

单位：万元						
项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
主营业务收入	40,379.14	95.26%	69,266.05	97.41%	30,635.17	96.22%
其他业务收入	2,010.56	4.74%	1,840.55	2.59%	1,203.39	3.78%
合计	42,389.71	100.00%	71,106.61	100.00%	31,838.56	100.00%

科目具体情况及分析说明：

公司主营业务为非道路越野车的自主研发、生产和销售。2020 年和 2021 年，公司营业收入逐年快速上涨；2022 年，公司主动削减贴牌产品订单，且由于北美、欧洲等发达国家宏观经济形势复杂、通胀持续上升，加之俄乌局势对世界正常贸易的冲击，公司 2022 年营业收入较去年同期有所下滑。报告期内，公司营业收入的金额分别为 31,838.56 万元、71,106.61 万元和 42,389.71 万元。报告期内，公司主营业务收入占营业收入之比为 96.22%、97.41%和 95.26%，主营业务突出并保持稳定。

公司其他业务收入主要为非道路越野车相关零配件的销售，报告期内，配件销售收入分别为 1,125.35 万元、1,718.92 万元和 1,948.13 万元，占其他业务收入的比重分别为 93.51%、93.39%和 96.89%。

2. 主营业务收入按产品或服务分类

单位：万元						
项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
两轮越野摩托车	21,938.95	54.33%	37,351.57	53.92%	18,870.66	61.60%
全地形车	18,440.19	45.67%	31,914.49	46.08%	11,764.51	38.40%
合计	40,379.14	100.00%	69,266.05	100.00%	30,635.17	100.00%

科目具体情况及分析说明:

公司生产的越野摩托车和全地形车在海外有较高的接受度与普及度,适用于专业场地及山路林地等场景的运动竞技,郊野、公园、自家庭院等休闲娱乐,以及户外特种作业等多个领域。2020 年和 2021 年,随着公司品牌影响力逐步增加,终端销售网络的拓展,以及销售的产品系列日趋丰富,在新冠疫情的刺激带动下,公司两轮越野摩托车及全地形车产品收入均持续上涨。2022 年,公司主动削减贴牌产品订单,以及受世界宏观经济形势的影响,公司主要产品的收入有所下滑。

在设立之初,公司产品类型以两轮越野摩托车为主,2014 年开始,公司逐步实现全地形车的开发和量产,经过几年的发展,全地形车兼具儿童青少年休闲娱乐及实用代步功能等特点正逐渐被消费者认识和接纳,公司全地形车的销售收入逐年上涨,全地形车产品收入增速较两轮越野摩托车产品更快。公司持续开拓市场渠道,两轮越野摩托车市场占有率稳步提升,同时积极拓展全地车市场,全地形车产品收入占比也逐年上升,成为公司主要收入来源。

3. 主营业务收入按销售区域分类

单位:万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
外销	36,515.77	90.43%	66,109.09	95.44%	28,212.07	92.09%
内销	3,863.38	9.57%	3,156.97	4.56%	2,423.1	7.91%
合计	40,379.14	100.00%	69,266.05	100.00%	30,635.17	100.00%

科目具体情况及分析说明:

报告期内,公司主营业务收入主要来源于外销,占主营业务收入之比分别为 92.09%、95.44% 和 90.43%。公司产品主要应用于休闲娱乐、场地赛事等非道路应用场景,其主流市场集中在欧美等发达国家和地区。而越野摩托车运动在国内市场尚处于起步阶段,其市场仍有较大的发展空间。

(1) 境外收入结构

报告期内,公司各期境外收入结构按大洲分类如下:

单位:万元

地区	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	直销	经销	直销	经销	直销	经销
北美洲	832.76	14,506.72	7,080.72	28,766.18	5,699.52	5,611.53
欧洲	617.75	14,994.19	2,002.97	19,336.93	1,220.29	12,126.08
亚洲	1,107.42	1,710.82	1,703.01	2,727.71	1,248.32	365.76
南美洲	130.76	1,329.20	1,003.55	2,047.91	636.07	529.21
大洋洲	211.27	928.17	416.69	870.96	265.46	454.80
非洲	-	146.71	-	152.45	-	55.02
合计	2,899.96	33,615.81	12,206.94	53,902.15	9,069.67	19,142.40

报告期内,公司各期境外收入结构按国家和地区分类如下:

单位:万元

地区	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	直销	经销	直销	经销	直销	经销

美国	832.76	13,772.26	7,080.72	28,489.72	5,699.52	5,425.50
俄罗斯	-	10,234.46	-	6,852.56	-	6,401.12
英国	107.96	49.79	1,714.88	854.57	869.76	400.65
波兰	-	786.55	-	2,271.96	-	1,217.89
意大利	55.96	888.09	53.82	1,542.42	-	919.62
西班牙	87.15	129.43	8.47	1,541.14	13.81	884.73
厄瓜多尔	-	415.86	779.91	-	549.23	-
阿联酋	-	947.11	-	1,768.03	-	10.10
以色列	287.02	0.98	1,222.74	-	585.95	-
法国	-	314.12	-	1,333.71	43.24	342.89
印尼	820.40	24.66	480.27	-	527.81	-
澳大利亚	-	823.00	-	708.43	70.77	399.13
土耳其	366.68	544.96	-	1,303.15	-	289.29
乌克兰	-	-	-	705.18	-	434.19
捷克	-	357.54	-	608.27	-	278.68
瑞典	-	592.77	-	568.86	51.31	165.24
智利	-	395.65	-	945.49	-	158.29
新西兰	211.27	88.36	416.69	113.80	194.69	29.68
摩尔多瓦	-	281.57	-	377.73	-	343.59
其他	130.76	2,968.63	449.44	3,917.13	463.58	1,441.81
合计	2,899.96	33,615.81	12,206.94	53,902.15	9,069.67	19,142.40

注：上表所列为覆盖报告期各年度外销收入 90%的主要国家和地区，下同。

报告期内，发行人境外直销业务收入金额分别为 9,069.67 万元和 12,206.94 万元以及 2,899.96 万元，境外经销业务收入金额分别为 19,142.40 万元和 53,902.15 万元以及 33,615.81 万元。发行人境外销售主要以北美洲与欧洲国家为主。2022 年，部分国家和地区的销售收入出现一定程度下滑，主要原因包括：（1）受前期经销商备货影响，导致 2022 年下达订单数量下降，例如美国、英国、波兰、法国等欧洲经销商客户；（2）受国际政治形势影响，导致 2022 年下达订单数量下降，例如乌克兰客户；（3）发行人主动削减贴牌订单，导致部分直销客户 2022 年销售收入下降，例如美国、以色列等国家的直销客户。

（2）境外客户数量

报告期内，发行人境外直销、经销客户数量如下

单位：家

地区	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	直销	经销	直销	经销	直销	经销
北美洲	1	8	2	10	3	6
欧洲	4	28	5	37	7	26
亚洲	2	17	2	20	3	6
南美洲	1	9	2	11	2	6
大洋洲	1	6	1	8	2	5
非洲	-	4	-	4	-	2
合计	9	72	12	90	17	51

其中，按国家和地区分类数量如下：

单位：家

地区	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	直销	经销	直销	经销	直销	经销
美国	1	2	2	4	3	3
俄罗斯	-	1	-	1	-	1
英国	1	2	1	2	1	2
波兰	-	1	-	1	-	1
意大利	1	2	1	1	-	1
西班牙	1	2	1	3	1	2
厄瓜多尔	-	1	1	-	1	-
阿联酋	-	2	-	5	-	1
以色列	1	1	1	-	1	-
法国	-	1	-	2	1	1
印尼	1	1	1	-	1	-
澳大利亚	-	3	-	3	1	3
土耳其	1	3	-	3	-	2
乌克兰	-	-	-	3	-	2
捷克	-	1	-	1	-	1
瑞典	-	1	-	2	1	1
智利	-	1	-	1	-	3
新西兰	1	2	1	2	1	1
摩尔多瓦	-	1	-	1	-	1
其他	1	44	3	55	5	25
合计	9	72	12	90	17	51

2019 年至 2021 年，直销客户数量逐年下降，经销客户逐年上升，主要系发行人自有品牌策略的持续推进所致。2022 年，公司继续坚持自有品牌策略，直销客户数量进一步下降。经销客户数量方面，随着公司对主要市场经销商考察期的结束，公司独家经销商数量提升导致部分地区经销商总数有所下降，2022 年形成销售收入的经销商数量为 72 家。

（3）主要境外客户销售情况

①2022 年主要国家和地区客户（销售额大于 50 万元）销售情况

单位：万元,%

国家/地区	经销/直销	客户名称	销售收入	占该地区经销/直销收入比例
美国	经销	PACIFIC RIM INT'L WEST INC.	13,746.21	99.81
美国	经销	其他	26.05	0.19
经销小计			13,772.26	100.00
美国	直销	VALUE GROUP ENTERPRISES DBA SSR MOTORSPORTS	832.76	100.00
直销小计			832.76	100.00
俄罗斯	经销	SM-MOTORS, LLC	10,234.46	100.00
经销小计			10,234.46	100.00
英国	经销	STOMP DISTRIBUTION LTD	43.33	87.03
英国	经销	其他	6.46	12.97
经销小计			49.79	100.00

英国	直销	STOMP DISTRIBUTION LTD	107.96	100.00
直销小计			107.96	100.00
波兰	经销	MRF TEAM MACIEJ MERCHEL	786.55	100.00
经销小计			786.55	100.00
意大利	经销	AUTOFANTASY S.R.L.	825.99	93.01
意大利	经销	PELPI INTERNATIONAL S.R.L.	62.10	6.99
经销小计			888.09	100.00
意大利	直销	PELPI INTERNATIONAL S.R.L.	55.96	100.00
直销小计			55.96	100.00
西班牙	经销	GLOBAL IMR-MIR TECHNOLOGY, SL	91.30	70.54
西班牙	经销	MOTORIZED INTELLIGENT TRANSPORTATION TECHNOLOGIES	38.14	29.47
经销小计			129.43	100.00
西班牙	直销	GLOBAL IMR-MIR TECHNOLOGY, SL	87.15	100.00
直销小计			87.15	100.00
厄瓜多尔	经销	ASSEMBLYMOTOS S.A.	415.86	100.00
直销小计			415.86	100.00
阿联酋	经销	CARIBBEAN SPEED LINE FZE	920.37	97.18
阿联酋	经销	METELEGANCE GENERAL TRADING LLC	26.74	2.82
经销小计			947.11	100.00
以色列	经销	MATEHET BENEZER L.T.D	0.98	100.00
经销小计			0.98	100.00
以色列	直销	YUNIKO T.R. LTD	287.02	100.00
直销小计			287.02	100.00
法国	经销	EURL JULIA AUTOMOBILES	314.12	100.00
经销小计			314.12	100.00
印尼	经销	PT. GAZGAS INDONESIA	24.66	100.00
经销小计			24.66	100.00
印尼	直销	PT. TRIANGLE MOTORINDO	820.40	100.00
直销小计			820.40	100.00
澳大利亚	经销	STONEGATE INTERNATIONAL TRADING PTY LTD	533.62	64.84
澳大利亚	经销	REGAL DATA PTY LTD	169.56	20.60
澳大利亚	经销	MARSHALL MOTORSPORTS	119.82	14.56
经销小计			823.00	100.00
土耳其	经销	MIRZIN TRADING-F.Z.E	520.89	95.58
土耳其	经销	其他	24.07	4.42
经销小计			544.96	100.00
土耳其	直销	UGUR MOTORLU ARACLAR ANONIM SIRKETI	366.68	100.00
直销小计			366.68	100.00
捷克	经销	JOURNEYMAN CZ S.R.O.	357.54	100.00
经销小计			357.54	100.00
瑞典	经销	ATV SWEDEN AB	592.77	100.00
经销小计			592.77	100.00
智利	经销	IMPORTADORA GS MOTOR SPA	395.65	100.00
经销小计			395.65	100.00
新西兰	经销	NEW ZEALAND MOTOR FACTORY	61.02	69.06
新西兰	经销	其他	27.34	30.94

经销小计			88.36	100.00
新西兰	直销	NEW ZEALAND MOTOR FACTORY	211.27	100.00
直销小计			211.27	100.00
摩尔多瓦	经销	EPIDAVR SRL	281.57	100.00
经销小计			281.57	100.00

注：发行人向部分客户既销售 KAYO 品牌产品，同时向该客户销售贴牌产品，因此存在经销、直销客户重合的情况，下同；YUNIKO T.R. LTD 的销售额为 YUNIKO T.R. LTD 和 GANON TRADING 2007 LTD 合计数，下同。智利 IMPORTADORA GS MOTOR SPA 为原 JARA Y MONTANARES SPA 实际控制人新设立之公司。

②2021 年度主要国家和地区客户（销售额大于 50 万元）销售情况

单位：万元，%

国家/地区	经销/直销	客户名称	销售收入	占该地区经销/直销收入比例
美国	经销	PACIFIC RIM INT' L WEST INC.	28,223.84	99.07
美国	经销	SUNYES CORPORATION DBA SUNDANCE COLLECTION	156.12	0.55
美国	经销	WILLIAM LAYTON SV RACING PARTS LLC	76.51	0.27
美国	经销	其他	33.24	0.12
经销小计			28,489.72	100.00
美国	直销	VALUE GROUP ENTERPRISES DBA SSR MOTORSPORTS	6,465.89	91.32
美国	直销	USA MOTORTOYS LLC	614.83	8.68
直销小计			7,080.72	100.00
俄罗斯	经销	SM-MOTORS, LLC	6,852.56	100.00
经销小计			6,852.56	100.00
英国	经销	STOMP DISTRIBUTION LTD	822.12	96.20
英国	经销	其他	32.45	3.80
经销小计			854.57	100.00
英国	直销	STOMP DISTRIBUTION LTD	1,714.88	100.00
直销小计			1,714.88	100.00
波兰	经销	MRF TEAM MACIEJ MERCHEL	2,271.96	100.00
经销小计			2,271.96	100.00
意大利	经销	AUTOFANTASY S.R.L.	1,542.42	100.00
经销小计			1,542.42	100.00
意大利	直销	PELPI INTERNATIONAL S.R.L.	53.82	100.00
直销小计			53.82	100.00
西班牙	经销	GLOBAL IMR-MIR TECHNOLOGY, S L	1,402.50	91.00
西班牙	经销	MOTORIZED INTELLIGENT TRANSPORTATION TECHNOLOGIES	98.40	6.38
西班牙	经销	其他	40.23	2.61
经销小计			1,541.14	100.00
西班牙	直销	GLOBAL IMR-MIR TECHNOLOGY, S L	8.47	100.00
直销小计			8.47	100.00
厄瓜多尔	直销	ASSEMBLYMOTOS S.A.	779.91	100.00
直销小计			779.91	100.00

阿联酋	经销	CARIBBEAN SPEED LINE FZE	1,318.38	74.57
阿联酋	经销	MIRZIN TRADING-F.Z.E	431.15	24.39
阿联酋	经销	其他	18.49	1.05
经销小计			1,768.03	100.00
以色列	直销	YUNIKO T.R. LTD	1,222.74	100.00
直销小计			1,222.74	100.00
法国	经销	EURL JULIA AUTOMOBILES	1,235.49	92.64
法国	经销	KSR RACING SARL	98.21	7.36
经销小计			1,333.71	100.00
印尼	直销	PT. TRIANGLE MOTORINDO	480.27	100.00
直销小计			480.27	100.00
澳大利亚	经销	REGAL DATA PTY LTD	339.64	47.94
澳大利亚	经销	STONEGATE INTERNATIONAL TRADING PTY LTD	198.76	28.06
澳大利亚	经销	MARSHALL MOTORSPORTS	170.04	24.00
经销小计			708.43	100.00
土耳其	经销	UGUR MOTORLU ARACLAR ANONIM SIRKETI	640.48	49.15
土耳其	经销	JOINTCAN LIMITED	588.02	45.12
土耳其	经销	LATIF KORKMAZ	74.66	5.73
经销小计			1,303.15	100.00
乌克兰	经销	SKAISTAR PP	469.47	66.57
乌克兰	经销	HART MOTORS LLC	170.90	24.24
乌克兰	经销	BUDPOSTACH' PRIVATE ENTERPRISE	64.81	9.19
经销小计			705.18	100.00
捷克	经销	JOURNEYMAN CZ S.R.O.	608.27	100.00
经销小计			608.27	100.00
瑞典	经销	ATV SWEDEN AB	547.88	96.31
瑞典	经销	其他	20.97	3.69
经销小计			568.86	100.00
智利	经销	JARA Y MONTANARES SPA	945.49	100.00
经销小计			945.49	100.00
新西兰	经销	NEW ZEALAND MOTOR FACTORY	95.50	83.92
新西兰	经销	其他	18.30	16.08
经销小计			113.80	100.00
新西兰	直销	NEW ZEALAND MOTOR FACTORY	416.69	100.00
直销小计			416.69	100.00
摩尔多瓦	经销	EPIDAVR SRL	377.73	100.00
经销小计			377.73	100.00

注：GLOBAL IMR-MIR TECHNOLOGY,S L 的销售额为 GLOBAL IMR-MIR TECHNOLOGY,S L 和 IMPORMOTOR RACING PIT BIKE 合计数，下同

③2020 年度主要国家和地区客户（销售额大于 50 万元）销售情况

单位：万元，%

国家/地区	经销/直销	客户名称	销售收入	占该地区经销/直销收入比例
美国	经销	PACIFIC RIM INT' L WEST INC.	5,380.21	99.17

美国	经销	其他	45.29	0.83
经销小计			5,425.50	100.00
美国	直销	VALUE GROUP ENTERPRISES DBA SSR MOTORSPORTS	5,387.42	94.52
美国	直销	USA MOTORTOYS LLC	239.55	4.20
美国	直销	NEW STYLE CORP	72.56	1.27
直销小计			5,699.52	100.00
俄罗斯	经销	SM-MOTORS, LLC	6,401.12	100.00
经销小计			6,401.12	100.00
英国	经销	STOMP DISTRIBUTION LTD	382.72	95.53
英国	经销	其他	17.92	4.47
经销小计			400.65	100.00
英国	直销	STOMP DISTRIBUTION LTD	869.76	100.00
直销小计			869.76	100.00
波兰	经销	MRF TEAM MACIEJ MERCHEL	1,217.89	100.00
经销小计			1,217.89	100.00
意大利	经销	AUTOFANTASY S.R.L.	919.62	100.00
经销小计			919.62	100.00
西班牙	经销	GLOBAL IMR-MIR TECHNOLOGY, S L	854.29	96.56
西班牙	经销	其他	30.44	3.44
经销小计			884.73	100.00
西班牙	直销	GLOBAL IMR-MIR TECHNOLOGY, S L	13.81	100.00
直销小计			13.81	100.00
厄瓜多尔	直销	ASSEMBLYMOTOS S.A.	549.23	100.00
直销小计			549.23	100.00
阿联酋	经销	METELEGANCE GENERAL TRADING LLC	10.10	100.00
经销小计			10.10	100.00
以色列	直销	YUNIKO T.R. LTD	585.95	100.00
直销小计			585.95	100.00
法国	经销	EURL JULIA AUTOMOBILES	342.89	100.00
经销小计			342.89	100.00
法国	直销	GOES EUROPE SAS	43.24	100.00
直销小计			43.24	100.00
印尼	直销	PT. TRIANGLE MOTORINDO	527.81	100.00
直销小计			527.81	100.00
澳大利亚	经销	REGAL DATA PTY LTD	163.63	41.00
澳大利亚	经销	STONEGATE INTERNATIONAL TRADING PTY LTD	162.25	40.65
澳大利亚	经销	MARSHALL MOTORSPORTS	73.26	18.36
经销小计			399.13	100.00
澳大利亚	直销	DHZ MOTO PTY LTD	70.77	100.00
直销小计			70.77	100.00
土耳其	经销	UGUR MOTORLU ARACLAR ANONIM SIRKETI	286.20	98.93
土耳其	经销	其他	3.09	1.07
经销小计			289.29	100.00

乌克兰	经销	SKAISTAR PP	307.83	70.90
乌克兰	经销	BUDPOSTACH' PRIVATE ENTERPRISE	126.36	29.10
经销小计			434.19	100.00
捷克	经销	JOURNEYMAN CZ S.R.O.	278.68	100.00
经销小计			278.68	100.00
瑞典	经销	DEALY SWEDEN AB	165.24	100.00
经销小计			165.24	100.00
瑞典	直销	DEALY SWEDEN AB	51.31	100.00
直销小计			51.31	100.00
智利	经销	JARA Y MONTANARES SPA	124.19	78.46
智利	经销	其他	34.09	21.54
经销小计			158.29	100.00
新西兰	经销	NEW ZEALAND MOTOR FACTORY	29.68	100.00
经销小计			29.68	100.00
新西兰	直销	NEW ZEALAND MOTOR FACTORY	194.69	100.00
直销小计			194.69	100.00
摩尔多瓦	经销	EPIDAVR SRL	343.59	100.00
经销小计			343.59	100.00

(4) 外销区域有关进口政策、贸易摩擦、海外疫情等经营环境变化对发行人和主要客户的生产经营、合作关系、货物发运和清关时效等方面的具体影响

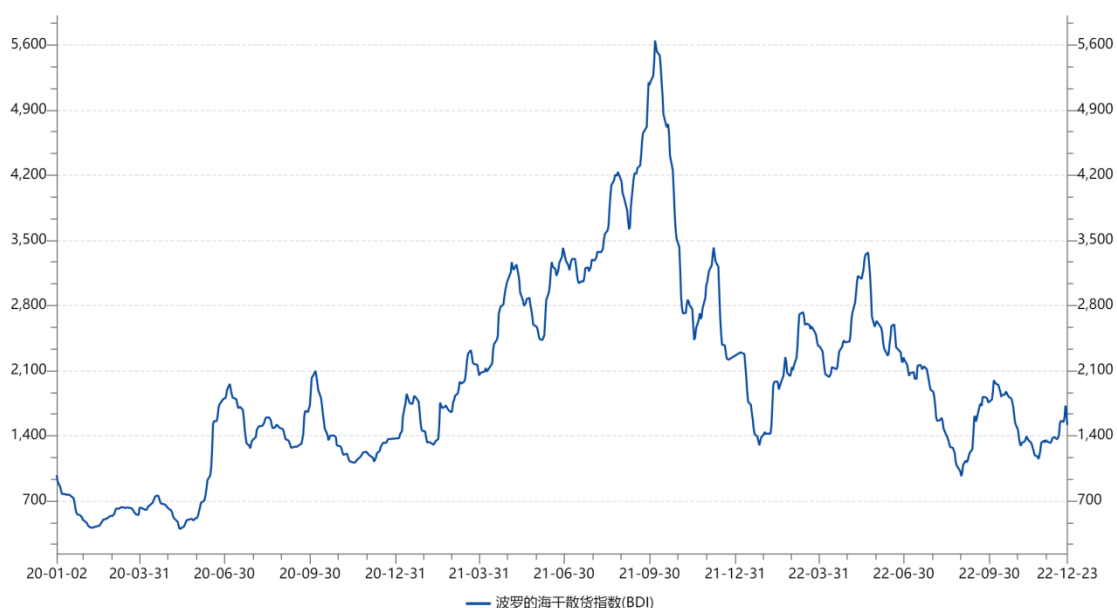
报告期内，发行人的外销收入主要集中在北美、欧洲、南美洲等地区，除美国外，发行人主要外销客户所在国家或地区的进口政策均未发生重大变化，针对发行人的产品领域，上述国家或地区与中国之间均不存在重大的贸易摩擦。

在中美贸易摩擦方面：

报告期内，发行人产品被先后列入美国对中国出口产品加征关税清单目录。美国对我国出口产品具体关税税目及税率情况如下：

产品	征税期间	美国征收的关税情况说明
全地形车	2019.1.1—2019.9.20	执行的关税税率为 27.50%，含加征的 25.00%关税
	2019.9.21—2020.12.31	执行的关税税率为 2.50%；豁免加征 25.00%关税
	2021.1.1 以后	2021 年 1 月 1 日起恢复加征 25.00%关税
50CC—250CC 排量越野摩托车	2019.1.1—2019.8.31	执行的关税税率为 0.00%
	2019.9.1—2020.2.13	执行的关税税率 15.00%，含加征的 15.00%关税
	2020.2.14-2020.12.31	执行的税率为 7.5%，即加征的 15%减半征收
	2021.1.1 以后	2021 年 1 月 1 日后持续按 7.5%加征
50CC 排量及以下越野摩托车	2019.1.1-2019.7.31	执行的关税税率为 25.00%，含加征的 25.00%关税
	2019.8.1-2020.12.31	豁免加征 25.00%关税

	2021.1.1 以后	2021 年 1 月 1 日起恢复加征 25.00%关税
2018 年 7 月 6 日,发行人出口美国的全地形车被列入到第一批 340 亿美元的加征关税清单目录,适用税率 25%。虽于 2019 年 9 月 21 日起至其后一年被暂时豁免加征关税,但自 2021 年 1 月 1 日起,重新恢复加征 25.00%的关税。 2018 年 8 月 23 日,发行人出口美国的 50cc 排量以下越野摩托车被列入到第二批 160 亿美元的加征关税清单目录,适用税率 25%,并于 2019 年 7 月 31 日起至其后一年被暂时豁免加征关税,但自 2021 年 1 月 1 日起,重新恢复加征 25.00%关税。自 2022 年 3 月 23 日起,美国政府对 50cc 排量以下越野摩托车豁免加征关税至 2022 年 12 月 31 日。 2019 年 9 月 1 日,发行人出口至美国的 50cc-250cc 排量越野车被列入到第三批 3,000 亿美元的加征关税清单目录,适用税率 15%,于 2020 年 2 月 14 日起关税税率下调至 7.5%。 报告期内的加征关税并未对公司产品出口情况造成不利影响。公司并未在美国设立子公司或分支机构,美国市场产品销售主要依靠当地经销商的推广。报告期内,发行人为支持客户在美国当地市场对 KAYO 产品的推广,销售价格相对优惠,经销商及下游客户存在较高的利润空间。关税调整并不改变公司产品较国际一线品牌性价比高的特征,公司产品竞争地位未发生变化。加征的关税均由客户承担并可有效转嫁至下游客户及终端消费者,不存在客户要求发行人独立承担或互相分担关税的情形。 新冠疫情对公司产品销售及物流影响: 新冠疫情对个人及家庭远距离出行产生较大困难,公众大型聚集性娱乐活动减少,从而刺激了适合在自家庭院、山路林地等场景使用的越野摩托车及全地形车等娱乐休闲产品的消费需求。2019 年至 2021 年,公司订单大幅增加,公司外销收入金额分别为 15,805.67 万元、28,212.07 万元、66,109.09 万元,带动营业收入快速上涨。 2021 年,全球新冠疫情导致全球海运运力严重不足、订舱难度增加,海运费持续上涨。公司产品发货订舱难度提高,而船舶到港靠岸后,因疫情原因使得相关装卸员工不能及时复工,也在一定程度影响清关效率。由于需求激增但公司产能有限、海运延迟导致公司欧洲部分经销商前三季度处于缺货状态,但四季度的集中到货使得其 2021 年末库存出现一定增长,致使 2022 年部分经销商向公司采购有所下降。新冠疫情使得公司产品销售、经销商库存及对终端销售出现了一定程度波动。 2021 年 10 月以来,随着海外国家逐步放开疫情管控,运力紧张情况有所缓解,波罗的海干散货指数(波罗的海干散货指数(BDI)是由几条主要航线的即期运费加权计算而成,指数的涨跌反映运费价格的高低及国际海运景气程度)出现了明显的回落:		



综上，报告期内，发行人的主要外销区域有关进口政策未发生重大变化，中美贸易摩擦并未对发行人产品的销售定价及与美国客户的合作关系产生重大不利影响。海外疫情对发行人和主要客户的生产经营、货物发运造成了一定影响，但随着疫情得到有效控制，发行人和主要客户的生产经营、运输物流情况逐步恢复正常。

4. 主营业务收入按销售模式分类

☐ 适用 ☐ 不适用

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
自有品牌	37,479.18	92.82%	57,059.11	82.38%	21,565.5	70.39%
贴牌	2,899.96	7.18%	12,206.94	17.62%	9,069.67	29.61%
合计	40,379.14	100.00%	69,266.05	100.00%	30,635.17	100.00%

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司自有品牌产品收入占比逐年提升，自有品牌收入贡献占比分别为 70.39%、82.38% 和 92.82%。对自有品牌产品，公司主要采取经销商模式进行销售。报告期内，公司在海外市场加大了“KAYO 华洋赛车”的推广与宣传，品牌知名度逐步提升。随着公司与经销商合作的逐步深化，以及人们在疫情期间对越野摩托车产品需求增长，公司产品在欧美等主流市场的销售网点布局快速增加，市场占有率及销售额逐年提升。

5. 主营业务收入按季度分类

☒ 适用 ☐ 不适用

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
第一季度	8,049.64	19.94%	12,569.88	18.15%	3,703.18	12.09%

第二季度	12,209.00	30.24%	17,951.84	25.92%	6,016.17	19.64%
第三季度	8,001.53	19.82%	25,368.99	36.62%	8,430.03	27.52%
第四季度	12,118.97	30.01%	13,375.34	19.31%	12,485.79	40.76%
合计	40,379.14	100.00%	69,266.05	100.00%	30,635.17	100.00%

科目具体情况及分析说明:

2020 年和 2021 年, 公司主营业务收入逐年增长, 2022 年有所下滑, 在季节性波动中表现出四季度收入占比较高, 第一季度占比较低的特征。这主要源自于公司产品多用以休闲娱乐为主, 且海外主要适用人群多为 16 岁以下的儿童和青少年。在欧美国家, 公司产品常被作为感恩节、圣诞节、新年元旦等西方重要节日的赠送礼物, 因此一般而言第四季度产品销售收入占比相对较高。在第四季度消费需求充分释放后, 同时加之第一季度恰逢中国春节, 因此第一季度销售收入占比较低。

2021 年第四季度收入金额占比相对较低, 主要原因系公司在经过二三季度的销售高速增长后, 考虑到终端需求状况、海运周期延长、在途产品及经销商库存情况, 为保障生产经营连续稳定, 生产及发货有所下降, 导致 2021 年第四季度收入占比较二、三季度更低。

6. 主营业务收入按销售模式分类

√适用 □不适用

单位: 万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
经销	37,136.77	91.97%	56,843.76	82.07%	21,369.66	69.76%
直销	3,242.37	8.03%	12,422.29	17.93%	9,265.51	30.24%
合计	40,379.14	100.00%	69,266.05	100.00%	30,635.17	100.00%

科目具体情况及分析说明:

公司自有品牌销售主要采取经销模式, 随着公司大力推动自主品牌销售, 公司经销模式收入占比相应大幅增加。对贴牌销售业务直销至境外品牌商。其中, 直销模式主要采用以下两种模式:

1、境外直销

公司贴牌销售业务均系直接销售至海外客户, 产品交付后完全由直销客户自主进行销售活动与售后服务。

2、境内直销

发行人境内直销业务主要通过天猫、京东等电商平台进行线上销售以及少量线下零售至最终客户。

7. 前五名客户情况

单位: 万元

2022 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	PACIFIC RIM INT'L WEST INC.	14,231.59	33.57%	否
2	SM-MOTORS,LLC	10,448.76	24.65%	否

3	AUTOFANTASY S.R.L.	1,002.62	2.37%	否
4	VALUE GROUP ENTERPRISES DBA SSR MOTORSPORTS	938.74	2.21%	否
5	CARIBBEAN SPEED LINE FZE	928.75	2.19%	否
合计		27,550.45	64.99%	-
2021 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	PACIFIC RIM INT'L WEST INC.	28,380.59	39.91%	否
2	SM-MOTORS, LLC	6,975.51	9.81%	否
3	VALUE GROUP ENTERPRISES DBA SSR MOTORSPORTS	6,614.02	9.30%	否
4	STOMP DISTRIBUTION LTD	2,700.14	3.80%	否
5	MRF TEAM MACIEJ MERCHEL 注	2,341.36	3.29%	否
合计		47,011.62	66.11%	-
2020 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	SM-MOTORS, LLC	6,490.12	20.38%	否
2	PACIFIC RIM INT'L WEST INC.	5,502.04	17.28%	否
3	VALUE GROUP ENTERPRISES DBA SSR MOTORSPORTS	5,482.88	17.22%	否
4	MRF TEAM MACIEJ MERCHEL 注	1,386.38	4.35%	否
5	STOMP DISTRIBUTION LTD	1,344.24	4.22%	否
合计		20,205.66	63.46%	-

科目具体情况及分析说明:

报告期内, 公司前五大客户较为稳定, 不存在向单一客户的销售比例超过销售总额的 50%或销售严重依赖于少数客户的情况。

8. 其他披露事项

公司主要通过第三方平台天猫旗舰店等进行线上销售, 未通过自有网站进行线上产品销售。报告期内, 公司线上主要销售平台天猫旗舰店人均消费金额较为稳定, 不存在明显异常情况。其客户人均消费情况如下:

单位: 万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
客户数量 (个)	219	229	216
销售订单总金额	152.65	195.13	164.42
人均消费金额	0.70	0.85	0.76

注: 销售订单总金额为含税金额。

2、线上客户地区分布、发货分布情况

报告期内，公司在天猫平台的销售地区分布及发货分布如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
广东省	33.33	21.83%	47.17	24.17%	36.93	22.46%
上海市	5.88	3.85%	36.91	18.92%	28.54	17.36%
江苏省	10.82	7.09%	13.02	6.67%	7.73	4.70%
浙江省	27.55	18.05%	12.33	6.32%	9.17	5.58%
广西	4.23	2.77%	8.37	4.29%	18.73	11.39%
新疆	1.29	0.85%	7.08	3.63%	1.86	1.13%
湖南省	4.65	3.05%	7.04	3.61%	5.27	3.21%
云南省	6.67	4.37%	4.21	2.16%	3.44	2.09%
北京市	3.36	2.20%	3.33	1.71%	4.28	2.60%
四川省	0.48	0.31%	1.38	0.71%	1.44	0.88%
其他	54.38	35.62%	54.29	27.82%	47.04	28.61%
合计	152.65	100.00%	195.13	100.00%	164.42	100.00%

注：上表中的销售金额为当期完成交易的订单含税金额。

报告期内，公司境内线上销售主要通过自有仓库进行发货，收货地址分布于 31 个省、自治区及直辖市，主要销售至广东省、上海市、江苏省和浙江省等地，不存在销售额过于集中于某一地区的情况。

3、客户消费金额分层情况

报告期内，天猫平台的销售呈现出客户分散、购买频率低、人均和次均消费额低的特征，不存在大额、异常的消费情况。

报告期内，天猫平台的客户分层情况如下：

单位：万元、人、次、月、万元/人、万元/次

2022 年度								
消费分层	销售额	占比	客户数量	占比	客户购买次数	购买间隔时间	人均消费额	次均消费额
不超过 4,000 元	11.49	7.53%	34	15.53%	34	12	0.34	0.34
4,000-8,000 元	60.38	39.55%	118	53.88%	119	11.90	0.51	0.51
8,000-12,000 元	45.16	29.58%	46	21.00%	51	10.82	0.98	0.89
大于 12,000 元	35.63	23.34%	21	9.59%	30	8.40	1.70	1.19
2021 年度								
消费分层	销售额	占比	客户数量	占比	客户购买次数	购买间隔时间	人均消费额	次均消费额
不超过 4,000 元	20.61	10.56%	59	25.76%	59	12.00	0.35	0.35
4,000-8,000 元	59.77	30.63%	114	49.78%	114	12.00	0.52	0.52
8,000-12,000 元	28.21	14.46%	28	12.23%	39	8.62	1.01	0.72
大于 12,000 元	86.55	44.35%	28	12.23%	59	5.69	3.09	1.47
2020 年度								
消费分层	销售额	占比	客户数量	占比	客户购买次数	购买间隔时间	人均消费额	次均消费额
不超过 4,000 元	28.03	17.05%	104	48.15%	104	12.00	0.27	0.27

4,000-8,000 元	40.29	24.51%	70	32.41%	74	11.35	0.58	0.54
8,000-12,000 元	17.27	10.50%	17	7.87%	20	10.20	1.02	0.86
大于 12,000 元	78.83	47.94%	25	11.57%	69	4.35	3.15	1.14

注：销售额为当期完成交易的订单含税金额；消费分层按照同一天猫 ID 在当期的累计购买金额进行分层，金额区间均为不包含区间下限，包含区间上限；购买间隔时间=12/（购买次数/客户数量），若客户当年仅购买 1 次，购买间隔时间为 12 个月。

由上表可知，报告期内，其中，消费不超过 4,000.00 元层级的客户数量逐年减少，占比由 48.15% 减少至 15.53%，其他消费层级的客户群体比例均有一定程度的上升，主要系：一方面，消费者对高品质产品的需求提升；另一方面，随着公司产品的更新换代，公司逐渐优化产品结构，减少线上低价车辆类型的上架。从客户购买时间间隔来看，各期数据均有一定稳定性。

综上，发行人线上天猫平台高消费客户群体逐年提升，客户购买次数、购买间隔时间、人均消费额、次均消费额具有合理性，不存在大额、异常的消费情况。

9. 营业收入总体分析

（1）营业收入变动分析

报告期内，公司营业收入金额分别为 31,838.56 万元、71,106.61 万元和 42,389.71 万元，其中主营业务收入分别为 30,635.17 万元、69,266.05 万元和 40,379.14 万元，占比分别为 96.22%、97.41% 和 95.26%，公司主营业务突出。

报告期内，公司主营业务收入变动情况如下：

项目	2022 年		2021 年度		2020 年度	
	数额	增幅	数额	增幅	数额	增幅
销售收入（万元）	40,379.14	-41.70%	69,266.05	126.10%	30,635.17	69.06%
销量（辆）	84,607.00	-53.05%	180,199.00	97.66%	91,167.00	86.60%
单价（元/辆）	4,772.55	24.16%	3,843.86	14.39%	3,360.34	-9.40%

注：销量包括 CKD 形式出口销量。

公司主营业务收入包括两轮越野摩托车销售收入和全地形车销售收入，2020 年和 2021 年，两轮越野摩托车和全地形车销量的共同增长是公司主营业务收入增长的主要原因；2022 年，公司主动削减贴牌产品订单，以及受世界宏观经济形势的影响，公司 2022 年销量较去年同期有所减少。受到产品结构变动的影响（包括两轮越野摩托车和全地形车之间的产品结构变动以及两轮越野摩托车和全地形车内部各型号的产品结构变动）以及产品涨价的影响，报告期内产品平均单价出现一定的波动。具体分析如下：

1) 非道路越野车销量变动分析

报告期内，公司非道路越野车的销量分别为 91,167 辆、180,199 辆和 84,607 辆，2020 年和 2021 年的增幅均达到 85%以上，2022 年，销量同比下降 53.05%。报告期内，公司销量有所波动，主要受以下因素的影响：

①2020 年和 2021 年，公司销量持续上升，主要系：

A. 公司自主品牌形象和销售渠道的布局助推销量增长

公司经过多年在行业内的耕耘积累，凭借优质的产品质量和多年的业务拓展与积累，销售渠道

布局逐步完善。公司自 2004 年成立以来专注于非道路用越野产品的生产销售，至今已超过 17 年，从成立初期以贴牌生产为主，于 2012 年前后逐步转向自主品牌的运营推广，并在 2018 年搭建完成了全球范围的经销商体系，通过经销商当地拓展专业销售动力运动装备的主流零售商并实现最终销售。报告期内，受益于公司良好的品牌形象，加之新冠疫情对动力运动装备行业的推动，公司全球各地经销商在当地合作的零售商网络快速增加。这种趋势在市场需求大、但原有零售商网络覆盖不足的市场（如美国）体现得更为突出。以美国市场为例，公司授权经销商销售区域覆盖全美各州，终端销售网点自 2019 年初的 60 余个增长至报告期末的 500 余个，呈现高速增长态势。

报告期末，公司自有品牌产品已进入北美洲、欧洲、南美洲和大洋洲等国内外主流市场的五十余个国家和地区，在全球范围内拥有近百个经销客户、终端销售网点千余个，公司产品受到主流市场经销商和消费者的认可。公司产品已进入了欧美等国际主流品牌市场的专业门店，公司品牌 KAYO 已成为动力运动装备领域国际知名的中国品牌。公司与海外经销商持续保持稳定良好的合作关系，海外经销商通过社交媒体、报纸杂志、官方网站、赛事推广等多种手段加大对 KAYO 品牌的宣传，同时，越野车辆作为一种体验型产品，用户通过网络传播及分享更加速了公司品牌的裂变，公司品牌影响力快速提升，目前已在包括美国、俄罗斯、捷克、波兰、瑞典、中国等多地成为适用于青少年使用的越野摩托车的优势品牌。随着公司与经销商合作的逐步深化，公司产品在欧美等主流市场的销售网点布局快速增加，公司品牌影响力的增强、终端销售的增长及新增零售商带来的铺货增加使得公司市场占有率及销售额逐年提升，重点市场客户的订货数量与营业收入也明显上升。

B. 公司持续优化现有产品设计，持续推出新车型，零售商铺货的产品类型日趋丰富完善

在动力运动装备领域，公司起步较早、积淀较深，团队成员的专业特长、长期经验的积累以及对产品的透彻理解，使得公司的设计团队在非道路越野车行业中处于优势地位。公司根据主要客群特点和使用场景针对性进行原创性产品开发设计，秉持轻量化与高强度相结合的产品设计理念、兼顾安全可靠性能及可接受的价格之间的平衡，得到了全球细分市场用户的认可，树立了良好的品牌形象。公司在车架主体的结构设计，在动力性、加速性、制动性、操控性等整车性能的调校，在高效传动系统设计等方面掌握核心技术，相较市场同类产品具有更佳的使用体验。同时，越野车作为一种体验型产品，公司前卫运动的外观设计也是公司产品吸引青少年等客群的一大亮点。

报告期内，在公司主要车型中，经过研发和试制，两轮越野摩托车的 KT-250 以及全地形车 AU180 等多款新车型不断放量，公司目前拥有五大产品系列、合计三十余种规格型号，新车型的持续放量成为公司销量和收入增长的新动力。

此外，一般而言，经销商或零售商在初步合作时，只引进公司某几款产品进行销售，在品牌得到消费者认可后，再逐步增加新的产品系列或规格型号。报告期内，公司经销商逐步推广销售新的产品系列，使得产品销售持续增长。

C. 海外疫情进一步推动 KAYO 自主品牌快速成长

随着 2020 年初全球疫情的爆发，个人及家庭远距离出行产生较大困难，公众大型聚集性娱乐活动减少，越野摩托车及全地形车等娱乐休闲产品适合在自家庭院、山路林地等场景使用，因此，

产品需求得到较大刺激，市场需求大幅增长。但是，海外生产厂家由于疫情原因供应不足，导致海外市场进一步加大了对国内产品的市场需求。

在新冠疫情的推动下，得益于公司良好的产品定位及优良的体验性能，与公司经销商合作的终端零售商快速增加，品牌影响力快速提升。在上述背景下，经销商对公司产品的采购大幅增长，与此同时，新冠疫情导致全球海运紧张，更使得经销商需要更多备货以应对可能出现的供应短缺。因此，新冠疫情进一步推动公司产品销售在 2020-2021 年实现快速增长。

D. 公司产品结构优化，全地形车收入贡献逐年上升

2019 年-2021 年，两轮越野摩托车的销售收入分别为 12,839.38 万元、18,870.66 万元和 37,351.57 万元，全地形车的销售收入分别为 5,281.79 万元、11,764.51 万元和 31,914.49 万元。公司在稳步提升两轮越野摩托车市场占有率的同时，持续开拓市场渠道，积极拓展全地车市场，全地形车产品收入贡献逐年提升。2019 年-2021 年，全地形车产品的收入占比分别为 29.15%、38.40%以及 46.08%。相较于两轮越野摩托车，全地形车产品的单车价格更高，为公司营业收入提供了新的增长点。在两轮越野摩托车和全地形车销售收入共同增加的影响下，2019 年-2021 年，公司主营业务收入逐年上升。

②2022 年，公司销量同比下降 53.05%，主要系：一方面，公司继续坚持自有品牌战略，主动削减贴牌产品订单，2022 年贴牌产品的销量减少 42,508 辆，同比下降 83.73%；另一方面，由于北美、欧洲等发达国家宏观经济形势复杂、通胀持续上升，加之俄乌局势对世界正常贸易的冲击，公司 2022 年销量较去年同期有所减少。

2) 非道路越野车单价变动分析

报告期内，公司非道路越野车的单价分别为 3,360.34 元/辆、3,843.86 元/辆和 4,772.55 元/辆。2020 年单价较 2019 年下降 9.40%，主要系两轮越野摩托车中，排量较小、单价较低的单梁车和双梁车销售占比增加所致，详细分析见（2）两轮越野摩托车销售收入变动分析。

2021 年单价较 2020 年上升 14.39%，主要系：一方面，产品结构的影响：其中，两轮越野摩托车内部大排量产品销售占比增加；除此之外，相较于两轮越野摩托车，全地形车产品的单价更高，随着全地形车销售规模和占比的增加，非道路越野车的平均单价被进一步拉高；另一方面，2021 年受到钢材、铝材等大宗商品价格上涨的影响，公司各项原材料价格都出现不同程度的上涨，考虑到公司自有品牌在全球已经建立了一定市场影响力，在原材料价格上涨背景下，公司与客户协商，于 2021 年进行提价，导致销售单价有所提高。

2022 年单价较 2021 年上升 24.16%，主要系：一方面，受到产品结构变动的影响。其中，两轮越野摩托车中，排量较大、单价较高的 K 系列和 T 系列占比增加，且 K 系列内部结构更为复杂的产品占比增加，除此之外，全地形车中，价格较高、结构较为复杂的 AU 系列销售占比增加，使得产品平均价格有所上升；另一方面，在原材料价格上涨的背景下，与客户协商提价，对原产品销售价格较低的经销商逐步恢复至正常价格，使得销售单价有所提高。

（2）两轮越野摩托车销售收入变动分析

报告期内，两轮越野摩托车的销售收入分别为 18,870.66 万元、37,351.57 万元和 21,938.95 万元，2020 年和 2021 年，销售额逐年增加，2022 年销售额有所下滑，两轮越野摩托车的销售收入变动情况如下：

项目	2022 年		2021 年度		2020 年度	
	数额	增幅	数额	增幅	数额	增幅
销售收入（万元）	21,938.95	-41.26%	37,351.57	97.93%	18,870.66	46.97%
销量（辆）	45,091.00	-57.99%	107,344.00	76.90%	60,681.00	71.18%
单价（元/辆）	4,865.48	39.83%	3,479.61	11.89%	3,109.81	-14.14%

注：销量包括 CKD 形式出口销量。

两轮越野摩托车销售收入的变动是由销量和单价共同影响的结果。2020 年销售收入较 2019 年上升 46.97%，主要系销量大幅增加所致，2020 年受到产品结构变动的影响，产品单价有所下降；2021 年销售收入较 2020 年上升 97.93%，主要系销量和单价共同增加所致；2022 年由于销量下降使得销售收入同比下降 41.26%。

1) 两轮越野摩托车的销量变动分析

报告期内，公司两轮越野摩托车的销量分别为 60,681 辆、107,344 辆和 45,091 辆，2020 年和 2021 年的增幅均达到 70%以上，两轮越野摩托车的销量变动分析如下：

2020 年两轮越野摩托车的销量增加 25,232 辆，增长 71.18%，主要系公司向 Value Group Enterprises DBA SSR Motorsports（以下简称：SSR）销售量增加使得小越野产品的增加所致；

2021 年两轮越野摩托车的销量增加 46,663 辆，增长 76.90%，主要系公司与经销商合作逐步深化，公司产品在欧美等主流市场的销售网点布局快速增加，经销商在巩固和扩大现有产品销售规模的基础上，不断拓宽产品类型，使得各主要产品类型销量均取得较大的增长所致。例如，2020 年及之前，美国经销商 PACIFIC RIM 主要销售公司全地形车产品，摩托车产品销量较少且主要为大越野。2021 年，随着 KAYO 品牌的摩托车在当地细分市场建立起了较高的知名度及市场地位，其在巩固和扩大现有大越野销售规模的基础上，全面引进并在其销售网络推广小越野产品，公司向其销售的越野摩托车从 2020 年的 838.93 万元增长至 2021 年的 10,165.17 万元，销量及销售额大幅增长。

2022 年两轮越野摩托车的销量减少 62,253 辆，下降 57.99%，主要系：公司继续坚持自有品牌战略，除特定原因（如未来计划合作开拓当地市场等）外，一般不再与新贴牌客户建立合作关系，并逐步降低原有贴牌客户的接单量及收入占比，贴牌产品销量减少 39,816 辆；除此之外，受世界宏观经济形势的影响，公司 2022 年自有品牌订单较去年同期有所减少。

2) 两轮越野摩托车的单价变动分析

报告期内，公司两轮越野摩托车的单价分别为 3,109.81 元/辆、3,479.61 元/辆和 4,865.48 元/辆，受到产品结构的影响，2020 年单价较 2019 年下降 14.14%；2021 年受到钢材、铝材等大宗商品价格上涨的影响，公司与客户协商调整销售价格，产品价格有所上升；2022 年，受到产品结构变动的影响和自有品牌产品占比上升的影响，产品价格有所上升。

A. 2020 年两轮越野摩托车的单价较 2019 年下降 14.14%，主要系产品结构的变动影响

2020 年，公司销售单价较低的小越野占比由 51.47%增加到 60.74%，使得 2020 年平均单价有所下降。公司两轮越野摩托车主要包括小越野、大越野、小型公路赛车和其他四类产品系列，其中小越野主要包括单梁车、双梁车和三梁车等产品类型，大越野主要包括 K 系列和 T 系列，在各产品系列内部，根据排量、油箱容量、材料规格等各项参数的不同，又分为各种型号。小越野相对于大越野而言，因其主要应用于儿童及青少年休闲娱乐，其排量较低（小越野通常排量及轮径较小，大越野排量一般为 150CC 以上，轮径较大），产品结构较为简单，对包括动力、扭矩等各项参数要求较低，对各项材料的防撞击性和质量要求也较低，故小越野的单价和单位成本均明显低于大越野。

2020 年，公司小越野摩托车的销售额增加主要系为 SSR 贴牌生产的两轮越野摩托车的销售额由 1,153.90 万元上升到 5,387.42 万元，使得小越野销售占比上升所致。产品结构的变动使得 2020 年平均单价下降。若剔除 SSR 的影响后，2020 年的平均单价 4,180.59 元/辆，较 2019 年 4,036.43 元/辆高出 3.57%。

B. 2021 年两轮越野摩托车的单价较 2020 年上升 11.89%，主要系：

一方面，随着自有品牌销售收入的增加，SSR 等贴牌生产产品对产品结构的影响逐渐减弱，2021 年销售的价格较高的大越野 K 系列占比由 16.57%上升到 20.61%、小越野中单价相对较高的三梁车销售占比由 12.21%上升到 19.05%，且 T 系列内部大排量占比也有所增加，使得两轮越野摩托车的单价有所增加。

另一方面，2021 年受到钢材、铝材等大宗商品价格上涨的影响，公司各项原材料价格都出现不同程度的上涨。考虑到公司自有品牌在全球已经建立了一定市场影响力，在原材料价格上涨背景下，公司与客户协商提价，导致销售单价有所提高。

C. 2022 年两轮越野摩托车的单价较 2021 年上升 39.83%，主要系公司坚持自有品牌战略，大越野销售占比的增加以及低价格、低毛利贴牌客户销售占比的下降，使得两轮越野摩托车平均价格有所上升。

2022 年，公司进一步优化产品结构，主动削减贴牌产品订单，坚持自有品牌战略，除特定原因（如未来计划合作开拓当地市场等）外，一般不再与新贴牌客户建立合作关系，并逐步降低原有贴牌客户的接单量及收入占比，贴牌生产产品对产品结构的影响较小。

一方面，2022 年，大越野 K 系列和 T 系列的销售占比从 2021 年的 36.37%上升到 59.47%；除此之外，K 系列内部价格更高、结构更为复杂的 K6、K6-R 的销售占比由 5.24%上升至 9.83%，大越野销售占比和高规格型号车型占比的增加使得两轮越野摩托车单价有所增加。

另一方面，在同一产品系列内部，2022 年，随着公司逐渐削减贴牌产品订单，低价格、低毛利率客户（例如 SSR）对产品平均价格的影响降低。以 SSR 为例，2022 年，公司停止与 SSR 的合作，SSR 的收入占比从 2021 年的 9.30%下降至 2.21%，与自有品牌客户相比，公司对 SSR 销售的贴牌产品价格和毛利率都较低，向 SSR 等低价格贴牌客户销售占比的下降使得两轮越野摩托车的销售价格有所回升。

（3）全地形车销售收入变动分析

报告期内，全地形车的销售收入分别为 11,764.51 万元、31,914.49 万元和 18,440.19 万元，全地形车的销售收入变动情况如下：

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	数额	增幅	数额	增幅	数额	增幅
销售收入（万元）	18,440.19	-42.22%	31,914.49	171.28%	11,764.51	122.74%
销量（辆）	39,516.00	-45.76%	72,855.00	138.98%	30,486.00	127.37%
单价（元/辆）	4,666.51	6.53%	4,380.55	13.52%	3,858.99	-2.04%

注：销量包括 CKD 形式出口销量。

全地形车 2020 年和 2021 年的增幅均超过 100%，主要系销量大幅增加所致；2022 年全地形车销售收入的下降主要系销量下降所致。受到产品结构变动以及提价的影响，单价也有所波动。

1) 全地形车的销量变动分析

报告期内，公司全地形车的销量分别为 30,486 辆、72,855 辆和 39,516 辆，2020 年全地形车的销量增加 17,078 辆，增长 127.37%，2021 年全地形车的销量增加 42,369 辆，增长 138.98%，增幅均达到 100%以上，主要系随着公司自有品牌影响力的提升及销售渠道布局的完善，以及在全球全地形车市场持续扩张和新冠疫情的推动下，公司凭借着先进的研发设计与技术创新实力、高性价比优势，全地形车的传统车型销量持续增加，AU180 等新车型开始放量，各产品系列销售大幅增加。2022 年，受世界宏观经济形势的影响，公司 2022 年全地形车订单较去年同期有所减少。

2) 全地形车的单价变动分析

报告期内，公司全地形车的单价分别为 3,858.99 元/辆、4,380.55 元/辆和 4,666.51 元/辆，受到产品结构的影响，2020 年单价小幅下降；2021 年受到原材料价格上涨的影响，公司与客户协商调整价格，产品价格有所上升；2022 年，受到产品结构变动以及原材料价格上涨背景下，与客户协商调整价格的影响，产品价格有所上升。

A. 2020 年全地形车的单价较 2019 年下降 2.04%，主要系产品结构变动影响。

公司的全地形车主要包括 AU 系列、AT 系列、AY 系列和 A 系列等，各系列内部根据排量、油箱容量、材料规格的不同又区分不同的产品型号，其中 AY 系列和 AT 系列因排量（排量一般为 70-125CC）较小，单价较 AU 系列和 A 系列低。受到各年度销售的具体系列和型号的影响，产品单价会出现一定的变动。

2020 年价格较高、销售占比较高的 AU 系列占比由 48.83%下降至 42.94%，而价格较低的 AY 系列由 18.34%上升至 24.75%，产品结构的变动使得平均单价小幅下降。

B. 2021 年全地形车的单价较 2020 年上升 13.52%，主要系：

一方面，与两轮越野摩托车一致，在 2021 年原材料价格上涨的影响下，公司与客户协商调整销售价格；另一方面，公司与部分原给予优惠价格的经销商恢复至正常售价。公司自 2014 年完成全地形车的研发并实现量产后，陆续与北美、俄罗斯等地区优质的经销商合作，一直致力于自有品牌的全地形车的推广。公司为推动 KAYO 品牌的销售，在前期市场推广阶段，考虑到经销商在市场推广、品牌宣传方面的成本，采取较为优惠价格的方式让利经销商以实现产业链共赢。随着公司品

牌影响力的扩大，全地形车销售额逐年增长，在原材料价格上涨的背景下，公司对原产品销售价格较低的经销商恢复至正常水平，平均单位售价有所提升。

C. 2022 年全地形车的单价较 2021 年上升 6.53%，主要系：

一方面，产品结构的变动，使得全地形车的平均价格有所上升。2022 年，价格较高的 AU 系列销售占比由 2021 年的 41.47% 上升至 50.59%，高价值产品系列销售占比的增加使得平均价格有所上升；另一方面，在原材料价格上涨的影响下，以及逐步恢复部分销售价格较低的经销商的价格，公司与客户协商提价，使得产品有所提升。

2、第三方回款

（1）各期三方回款占营业收入之比

报告期各期，公司海外客户存在通过第三方回款的情形，具体信息如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
海外客户指定公司回款	6,521.13	7,926.20	8,398.27
海外客户实际控制人或关联公司回款	166.04	1,754.65	884.33
合计	6,687.17	9,680.85	9,282.60
占当期营业收入之比	15.78%	13.61%	29.16%

2019 年至 2021 年，公司三方回款占营业收入之比逐年下降。2022 年公司第三方回款金额为 6,687.17 万元，占公司当期营业收入的比例为 15.78%。受 2022 年俄罗斯客户销售占比提升增加的影响，公司第三方回款比例较 2021 年基本略微增长，但其他地区客户的第三方回款金额和占比均有所下降。

（2）第三方回款的原因、必要性及合理性

报告期内，公司存在境外客户通过第三方回款的情形，主要原因是境外客户出于付款便利或其所处国家和地区存在外汇管制等的考虑，通过实际控制人或关联公司以及第三方代付机构向发行人支付货款。

报告期内，发行人主要的第三方回款为境外客户指定付款公司付款的情形。公司境外客户所在的部分区域，因当地政治局势及其他原因，无法直接向公司账户付款，或者部分客户存在因资金周转等原因需要委托其他第三方代为付款，因此产生境外相关机构或个人代为支付货款的情形。报告期内，俄罗斯与乌克兰客户通过指定第三方进行回款，金额分别为 7,355.16 万元、6,637.36 万元以及 5,274.98 万元，占当期三方回款总额之比为 79.24%、68.56% 以及 78.88%。公司第三方回款真实，符合公司经营特点以及海外区域的交易习惯，具备商业合理性。

（二） 营业成本分析

1. 成本归集、分配、结转方法

（一） 营业成本构成

发行人的产品成本主要包括直接材料、直接人工、制造费用。直接材料是指生产过程中直接

耗用的，并构成产品实体的主要材料、辅助材料、包装材料等，直接人工是企业直接从事产品生产的生产工人的员工工资等，制造费用是指在生产过程中发生的不能归入直接材料、直接人工的其他成本费用支出，如生产管理人员工资、车间水电费，生产用厂房和机器设备折旧费等。

（二）产品成本归集、分配及结转的具体方法

1、直接材料

生产车间根据生产计划，按生产订单列示的产品所需的直接材料领用并投入生产。月末根据各产品实际领用的材料进行归集，材料计价方式采用月末一次加权平均法。公司对直接材料实际领用与订单产品 BOM 表的原材料耗用配比进行比较，对差异较大的项目进行复核。

2、直接人工、制造费用

公司每月根据生产工人的计件工资/月度工时计算人工成本，并按照人员隶属部门及相关工作职责分别归集结转至直接人工或制造费用。电费、折旧费及其他制造费用按照实际耗用部门、耗用数量进行归集。各车间直接生产人员的薪酬按车间计入各车间“生产成本—直接人工”科目，制造费用按照车间计入各车间“生产成本—制造费用”科目归集。公司根据实际发生的直接人工和制造费用按照定额工时，分产品分配至各产品成本项目中。

3、产品成本结转方法

每月末将归集的生产成本在完工产品和在产品之间分配，分配后完工产品成本结转至库存商品。由于公司产品生产周期较短，且直接人工和制造费用在产品成本中所占比重较小，故期末在产品只保留材料成本。

4、营业成本结转方法

产成品成本按照移动加权平均核算。产品销售出库时，借记“发出商品”，贷记“库存商品”，达到收入确认条件时，借记“主营业务成本”，贷记“发出商品”。

公司上述成本核算及结转方法符合《企业会计准则》的相关规定。

2. 营业成本构成情况

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
主营业务成本	31,540.93	95.21%	54,764.84	97.39%	25,397.55	96.64%
其他业务成本	1,585.92	4.79%	1,464.92	2.61%	882.51	3.36%
合计	33,126.85	100.00%	56,229.76	100.00%	26,280.05	100.00%

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司营业成本主要由主营业务成本构成，占比分别为 96.64%、97.39%以及 95.21%。其他业务成本主要为非道路越野车相关配件成本。营业成本与营业收入结构相匹配。

3. 主营业务成本构成情况

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度

	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
直接材料	28,855.10	91.48%	50,594.19	92.38%	23,537.39	92.68%
直接人工	1,520.39	4.82%	2,529.88	4.62%	1,189.75	4.68%
制造费用	570.32	1.81%	481.90	0.88%	181.20	0.71%
运输及装柜费	595.11	1.89%	1,158.87	2.12%	489.20	1.93%
合计	31,540.93	100.00%	54,764.84	100.00%	25,397.55	100.00%

科目具体情况及分析说明:

报告期各期，公司主营业务成本中主要为直接材料，各年度占比在 90%以上。主要直接材料包括产品组成必须的发动机总成、减震器总成、轮胎、制动器、轮辋总成等，公司主要负责核心零部件车架的焊接生产和整车的组装、调试，因此直接材料占比较高且较为稳定。

2021 年，公司制造费用有所上涨，主要系随着生产经营规模扩大，车间管理人员薪酬有所增加，以及新增厂房及仓库租赁导致租赁费用增加所致。2022 年制造费用占比有所上涨，主要系公司产量下降，单位产品分摊的固定费用有所增加，且由于 2 号厂房投产使得折旧费用有所增加所致。

4. 主营业务成本按产品或服务分类

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
两轮越野摩托车	17,264.63	54.74%	29,465.07	53.80%	15,674.88	61.72%
全地形车	14,276.30	45.26%	25,299.77	46.20%	9,722.67	38.28%
合计	31,540.93	100.00%	54,764.84	100.00%	25,397.55	100.00%

科目具体情况及分析说明:

从主营业务成本按产品分类来看，公司主营业务成本产品分类与主营业务收入相匹配，各个产品的主营业务成本占比与各个产品的主营业务收入占比基本相符。

报告期内，发行人产品为两轮越野摩托车及全地形车。

两轮越野摩托车主要包括以 K 系列、T 系列为代表的大越野，以单梁车、双梁车、三梁车为代表的小越野，加上其他车型。大越野产品具有车体高大、动力强劲、速度快、通过性好、减震性能较好、抗冲击性能较强等特点，适用于专业赛车手或成年越野摩托车爱好者骑行，常应用于各种场地赛事。小越野产品则具有轻量化设计、车身灵活、易于操控等特点，常应用于儿童及青少年休闲娱乐等场景。

全地形车主要系列包括 AY 系列，AT 系列，AU 系列以及 A 系列。其中 AY 系列与 AT 系列操控性较强，适用于青少年及初学者休闲娱乐场景。AU 系列与 A 系列排量动力性较强，主要可供成人运动娱乐或载货、救援等使用。报告期内主要外销产品成本（2020 年度、2021 年度以及 2022 年度已扣除运费）构成情况如下：

单位：万元,%

产品分类	成本构成	2022 年度	占比	2021 年度	占比	2020 年度	占比
全地形车-AT	直接材料	1,900.95	92.39	4,318.90	94.04	1,600.24	94.04
	直接人工	117.17	5.69	239.45	5.21	92.04	5.41

系列	制造费用	39.46	1.92	34.05	0.74	9.42	0.55
小计		2,057.58	100.00	4,592.40	100.00	1,701.70	100.00
全地形车-AU系列	直接材料	5,974.95	92.48	8,909.69	93.73	3,562.85	93.73
	直接人工	369.61	5.72	518.79	5.46	215.31	5.66
	制造费用	115.98	1.80	77.04	0.81	23.15	0.61
小计		6,460.54	100.00	9,505.52	100.00	3,801.31	100.00
全地形车-AY系列	直接材料	2,528.20	89.77	4,896.93	92.00	2,223.71	92.39
	直接人工	216.14	7.67	367.13	6.90	167.02	6.94
	制造费用	72.11	2.56	58.66	1.10	16.17	0.67
小计		2,816.46	100.00	5,322.72	100.00	2,406.90	100.00
全地形车-A系列	直接材料	1,540.79	90.24	4,247.53	92.22	1,132.95	92.78
	直接人工	130.57	7.65	310.56	6.74	79.83	6.54
	制造费用	36.05	2.11	47.54	1.03	8.27	0.68
小计		1,707.41	100.00	4,605.63	100.00	1,221.06	100.00
两轮越野摩托车-K系列	直接材料	4,839.68	94.84	5,182.32	95.70	2,007.80	95.59
	直接人工	179.28	3.51	191.52	3.54	77.97	3.71
	制造费用	84.28	1.65	41.54	0.77	14.75	0.70
小计		5,103.23	100.00	5,415.38	100.00	2,100.52	100.00
两轮越野摩托车-T系列	直接材料	2,566.40	95.67	3,202.46	96.61	2,186.59	95.68
	直接人工	79.79	2.97	92.99	2.81	82.40	3.61
	制造费用	36.36	1.36	19.34	0.58	16.38	0.72
小计		2,682.55	100.00	3,314.79	100.00	2,285.37	100.00
两轮越野摩托车-单梁车	直接材料	820.23	93.87	6,677.52	95.05	4,149.38	94.71
	直接人工	38.80	4.44	276.24	3.93	192.49	4.39
	制造费用	14.74	1.69	71.30	1.01	39.38	0.90
小计		873.76	100.00	7,025.06	100.00	4,381.25	100.00
两轮越野摩托车-三梁车	直接材料	3,296.84	94.20	5,077.88	95.49	1,705.18	95.42
	直接人工	142.97	4.09	195.32	3.67	68.74	3.85
	制造费用	60.09	1.72	44.52	0.84	13.14	0.74
小计		3,499.90	100.00	5,317.72	100.00	1,787.06	100.00
两轮越野摩托车-双梁车	直接材料	1,655.00	94.42	4,064.88	95.19	2,655.51	95.51
	直接人工	69.30	3.95	159.33	3.73	104.45	3.76
	制造费用	28.53	1.63	46.05	1.08	20.38	0.73
小计		1,752.84	100.00	4,270.26	100.00	2,780.34	100.00
其他	直接材料	617.30	87.58	1,597.55	93.57	352.59	90.78
	直接人工	58.67	8.32	86.12	5.04	29.44	7.58
	制造费用	28.86	4.10	23.57	1.38	6.38	1.64
	小计	704.83	100.00	1,707.24	100.00	388.40	100.00
总计		27,659.11		51,076.73		22,853.91	

公司产品采用人民币定价，与客户协商确定人民币价格后再根据实时汇率转换成美元或欧元价

格，从而降低汇率波动影响。同时，公司建立了根据原材料价格波动主动调整定价机制，从而降低钢材等原材料价格波动的影响。

公司产品总体定价策略为成本与目标毛利相结合，在成本基础上加成合理利润确定产品的最终报价。公司产品成本因材料价格变动、人工成本变动而发生变化时，公司会对销售底价进行重新核定。公司外销产品定价方式与内销产品一致，但由于在产品配置、市场竞争、订单规模等方面内外销产品可能存在差异，导致最终内外销产品的销售价格、毛利率存在差异。

5. 主营业务成本按业务合作模式分类

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
自有品牌	29,161.16	92.45%	44,468.79	81.20%	17,708.54	69.73%
贴牌	2,379.77	7.55%	10,296.05	18.80%	7,689.01	30.27%
合计	31,540.93	100.00%	54,764.84	100.00%	25,397.55	100.00%

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司主营业务成本按销售模式分类与主营业务收入相匹配，自有品牌产品的成本占比逐年上升。

6. 前五名供应商情况

单位：万元

2022 年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	重庆宗申发动机制造有限公司	3,076.75	11.47%	否
2	重庆德呈威科技有限公司	2,666.10	9.94%	否
3	玉环骏龙机械有限公司	975.00	3.63%	否
4	温州市天源实业有限公司	816.72	3.04%	否
5	重庆隆鑫发动机有限公司	747.71	2.79%	否
合计		8,282.27	30.87%	-
2021 年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	重庆德呈威科技有限公司	7,324.23	13.28%	否
2	重庆宗申发动机制造有限公司	3,331.08	6.04%	否
3	玉环骏龙机械有限公司	1,946.26	3.53%	否
4	四川远星橡胶有限责任公司	1,683.3	3.05%	否
5	重庆航迪机械制造有限公司	1,512.86	2.74%	否
合计		15,797.73	28.64%	-
2020 年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比	是否存在关联关系

			(%)	
1	重庆德呈威科技有限公司	3,272.06	11.76%	否
2	重庆宗申发动机制造有限公司	1,776.14	6.39%	否
3	重庆航迪机械制造有限公司	1,478.68	5.32%	否
4	玉环骏龙机械有限公司	836.27	3.01%	否
5	四川远星橡胶有限责任公司	717.17	2.58%	否
合计		8,080.32	29.05%	-

科目具体情况及分析说明：

报告期内，前五大供应商采购总额分别为 8,080.32 万元、15,797.73 万元和 8,282.27 万元，占采购总额之比分别为 29.05%、28.64%和 30.87%。前五大供应商结构较为稳定，与公司保有多年的紧密合作关系。报告期内，公司不存在向单个供应商采购比例超过当期采购总额的 50.00%的情况，不存在对单一供应商的依赖，各年度前五大供应商与公司均不存在关联关系。

7. 其他披露事项

无

8. 营业成本总体分析

报告期内，公司营业成本分别为 26,280.05 万元、56,229.76 万元和 33,126.85 万元，公司营业成本主要为营业成本，报告期各期主营业务成本占比均在 95%以上。公司主营业务成本主要由直接材料、直接人工、制造费用以及运费及装柜费构成。报告期各期，公司主营业务成本分别为 25,397.55 万元、54,764.84 万元和 31,540.93 万元，公司主营业务成本与主营业务收入的变动趋势一致。

报告期内，公司主营业务成本与产品销售数量、单位成本的变动情况如下：

产品类别	项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额/数量	变动	金额/数量	变动	金额/数量	变动
两轮越野摩托车	主营业务成本（万元）	17,264.63	-41.41%	29,465.07	87.98%	15,674.88	50.11%
	销量（万辆）	4.51	-57.99%	10.73	76.90%	6.07	71.18%
	单位成本（元/辆）	3,828.84	39.49%	2,744.92	6.26%	2,583.16	-12.31%
全地形车	主营业务成本（万元）	14,276.30	-43.57%	25,299.77	160.21%	9,722.67	125.93%
	销量（万辆）	3.95	-45.76%	7.29	138.98%	3.05	127.37%
	单位成本（元/辆）	3,612.79	4.04%	3,472.62	8.89%	3,189.22	-0.63%
合计	主营业务成本（万元）	31,540.93	-42.41%	54,764.84	115.63%	25,397.55	72.23%
	销量（万辆）	8.46	-53.05%	18.02	97.66%	9.12	86.60%
	单位成本（元/辆）	3,727.93	22.66%	3,039.13	9.09%	2,785.83	-7.70%

公司于 2020 年开始适用新收入准则，商品控制权转移之前发生的运输服务费和装柜费作为合同履约成本计入营业成本，为保证数据可比，剔除运费因素后，报告期内，公司主营业务成本与产品销售数量、单位成本的变动情况如下：

产品类	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度

别		金额/数量	变动	金额/数量	变动	金额/数量	变动
两轮越野摩托车	主营业务成本(万元)	16,988.48	-41.10%	28,841.57	87.61%	15,372.95	47.22%
	销量(万辆)	4.51	-57.99%	10.73	76.90%	6.07	71.18%
	单位成本(元/辆)	3,767.60	40.22%	2,686.84	6.06%	2,533.40	-14.00%
全地形车	主营业务成本(万元)	13,957.34	-43.64%	24,764.40	159.71%	9,535.40	121.58%
	销量(万辆)	3.95	-45.76%	7.29	138.98%	3.05	127.37%
	单位成本(元/辆)	3,532.07	3.91%	3,399.14	8.68%	3,127.80	-2.55%
合计	主营业务成本(万元)	30,945.82	-42.27%	53,605.97	115.21%	24,908.35	68.92%
	销量(万辆)	8.46	-53.05%	18.02	97.66%	9.12	86.60%
	单位成本(元/辆)	3,657.60	22.95%	2,974.82	8.88%	2,732.17	-9.48%

报告期内，公司主营业务成本的变动趋势与销量变动趋势相同，变动幅度有所不同，具体分析如下：

2020 年，公司两轮越野摩托车及全地形车单位成本同比分别下降 14.00%、2.55%，主要原因系公司产品排量结构变化所致。2020 年公司排量较小的小越野销售占当年两轮越野摩托车的比重由 51.47%增加到 60.74%，AY 系列销售占当年全地形车的比重由 18.34%上升至 24.75%，小排量产品所需原材料通常体积较小、性能要求低、耗材更少、原材料采购单价较低，因此单位成本同比有所下降。

2021 年，公司两轮越野摩托车及全地形车的主营业务成本同比增幅高于销量同比增幅，单位成本同比分别上升 6.06%、8.68%，主要原因系 2021 年钢材等大宗商品价格上涨，公司各项原材料价格都出现不同程度的上涨所致。

2022 年，公司两轮越野摩托车及全地形车的主营业务成本同比变动幅度小于销量同比变动幅度，单位成本分别同比上升 40.22%、3.91%，主要原因系公司产品结构变化所致。公司进一步优化产品结构，2022 年，两轮越野摩托车中大越野 K 系列和 T 系列的销售占比从 2021 年的 36.37%上升至 2022 年的 59.47%，其中，K 系列单价更高、结构更为复杂的 K6、K6-R 的销售占比由 5.24%上升至 9.83%；全地形车中单价更高、结构更为复杂的 AU 系列销售占比由 2021 年的 41.47%上升至 2022 年的 50.59%。排量较大、性能较高或结构更为复杂的产品对于原材料的规格及性能要求通常更高，其占比提升使得产品单位成本有所上升。”

（三） 毛利率分析

1. 毛利按产品或服务分类构成情况

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
主营业务毛利	8,838.21	95.42%	14,501.21	97.48%	5,237.62	94.23%
其中：两轮越野摩托车	4,674.32	50.46%	7,886.5	53.01%	3,195.78	57.49%
全地形车	4,163.90	44.95%	6,614.72	44.46%	2,041.84	36.73%
其他业务毛利	424.64	4.58%	375.63	2.52%	320.89	5.77%
合计	9,262.85	100.00%	14,876.84	100.00%	5,558.51	100.00%

科目具体情况及分析说明:

报告期内,公司营业毛利金额分别为 5,558.51 万元、14,876.84 万元和 9,262.85 万元,其中主营业务毛利金额为 5,237.62 万元、14,501.21 万元和 8,838.21 万元,占当期营业毛利之比为 94.23%、97.48%和 95.42%,是营业毛利的主要构成部分。

2. 主营业务按产品或服务分类的毛利率情况

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	毛利率(%)	主营收入占比(%)	毛利率(%)	主营收入占比(%)	毛利率(%)	主营收入占比(%)
两轮越野摩托车	21.31%	54.33%	21.11%	53.92%	16.94%	61.60%
全地形车	22.58%	45.67%	20.73%	46.08%	17.36%	38.40%

科目具体情况及分析说明:

报告期各期,两轮越野摩托车毛利率分别为 16.94%、21.11%和 21.31%;全地形车毛利率分别为 17.36%、20.73%和 22.58%。公司产品毛利率波动主要与产品结构、产品销售价格与材料价格波动相关。

公司于 2020 年开始适用新收入准则,商品控制权转移之前发生的运输及装柜费作为合同履约成本计入营业成本,2020 年、2021 年和 2022 年运费及装柜费占主营业务成本的比例分别为 1.93%、2.12%和 1.89%,剔除运输及装柜费后,报告期内,主营业务按产品分类的不含运输及装柜费的同一口径下毛利率情况如下:

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
两轮越野摩托车	22.56%	22.78%	18.54%
全地形车	24.31%	22.40%	18.95%
主营业务毛利率	23.36%	22.61%	18.69%

报告期内,剔除运输及装柜费后,两轮越野摩托车的毛利率分别为 18.54%、22.78%和 22.56%,全地形车的毛利率分别为 18.95%、22.40%和 24.31%。公司分产品毛利率分析如下:

(1) 两轮越野摩托车毛利率分析

剔除运输费及装柜费后,两轮越野摩托车单价、单位成本和毛利率变动情况如下:

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	数额	对毛利率的影响	数额	对毛利率的影响	数额	对毛利率的影响
单价(元/辆)	4,865.48	21.99%	3,479.61	8.66%	3,109.81	-13.39%
单位成本(元/辆)	3,767.60	-22.21%	2,686.84	-4.41%	2,533.40	13.26%
单位毛利(元/辆)	1,097.88		792.78		576.41	
毛利率	22.56%	-0.22%	22.78%	4.25%	18.54%	-0.13%

注:单位成本对毛利率的影响=-(本期单位成本-上期单位成本)/本期单价,单价对毛利率的影响=毛利率的变动额-单位成本对毛利率的影响。

剔除运输费及装柜费后,两轮越野摩托车的毛利率分别为 18.54%、22.78%和 22.56%,2020 年

毛利率与 2019 年基本持平，2021 年毛利率较 2020 年上升 4.25 个百分点，2022 年毛利率与 2021 年度基本持平。主要分析如下：

A. 2020 年毛利率变动分析

2020 年公司向 SSR 销售额的增加使得产品结构发生变动，排量较低、结构较为简单的小越野占比上升，使得平均单价和单位成本同时下降，受到产品附加值、贴牌生产模式的影响，两轮越野摩托车单位毛利有所下降，毛利率与上年基本持平。

B. 2021 年毛利率变动分析

2021 年毛利率较上年上升 4.25 个百分点，主要系：一方面，2021 年受到原材料价格上涨的影响，公司与客户协商调整售价，涨价的幅度高于原材料价格上涨的幅度，毛利率有所上升；另一方面，自有品牌高附加值产品销售占比的增加使得毛利率有所上升。具体分析如下：

a. 原材料价格上涨背景下，公司与客户协商涨价

2021 年，随着钢材等大宗商品价格上涨，公司各项原材料价格都出现不同程度的上涨。以发动机为例，其采购价格分别于 2020 年年底、2021 年 5-6 月、9-10 月三次不同程度的涨价。考虑到公司自有品牌在全球已经建立了一定市场影响力，在原材料价格上涨背景下，公司与客户协商，于 2021 年进行调整售价，涨价幅度高于原材料价格上涨的幅度，提升了毛利率水平。

b. 自有品牌高附加值产品占比的提高拉高毛利率水平

公司自有品牌销售的产品类型主要为单位价值及附加值均较高的大越野和小越野中的三梁车，为 SSR 贴牌生产的产品类型主要为单位价值及附加值较低的小越野。受到贴牌生产模式和产品附加值的影响，公司向 SSR 销售的贴牌产品毛利空间较小。与 SSR 的贴牌生产相比，自有品牌在产品的结构设计、产品种类丰富程度、服务能力等方面要求更高，因此销售价格更高，同时自有品牌多为大越野产品，附加值更高，2021 年随着自有品牌销售额的增加，自有品牌占比的提高拉升了平均毛利率水平。

C. 2022 年毛利率变动分析

2022 年，公司继续坚持自有品牌战略、进一步优化产品结构，除特定原因（如未来计划合作开拓当地市场等）外，不再与新贴牌客户建立合作关系，并逐步降低原有贴牌客户的接单量及收入占比，产品结构简单、价格较低的贴牌产品占比下降，大越野销售占比的增加使得平均单价和单位成本同时上升，毛利率与上年基本持平。

（2）全地形车毛利率分析

剔除运输费及装柜费后，全地形车单价、单位成本和毛利率变动情况如下：

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	数额	对毛利率的影响	数额	对毛利率的影响	数额	对毛利率的影响
单价（元/辆）	4,666.51	4.76%	4,380.55	9.65%	3,858.99	-1.70%
单位成本（元/辆）	3,532.07	-2.85%	3,399.14	-6.19%	3,127.80	2.12%
单位毛利（元/辆）	1,134.44		981.41		731.19	

毛利率	24.31%	1.91%	22.40%	3.46%	18.95%	0.42%

注：单位成本对毛利率的影响=（本期单位成本-上期单位成本）/本期单价，单价对毛利率的影响=毛利率的变动额-单位成本对毛利率的影响。

剔除运输费及装柜费后，全地形车的毛利率分别为 18.95%、22.40%和 24.31%，2020 年毛利率与 2019 年基本持平，2021 年毛利率较 2020 年上升 3.46 个百分点，2022 年毛利率较 2021 年上升 1.91 个百分点。主要分析如下：

A. 2020 年毛利率变动分析

2020 年受到产品结构变动影响，单价和单位成本均小幅下降，单位毛利和毛利率水平与上年基本持平。2020 年，价格较高、销售占比较高的 AU 系列占比由 48.83%下降至 42.94%，而价格较低的 AY 系列由 18.34%上升至 24.75%，产品结构的变动使得平均单价和单位成本均小幅下降。

B. 2021 年毛利率变动分析

2021 年毛利率较上年上升 3.46 个百分点，主要系：一方面，2021 年受到原材料价格上涨的影响，公司与客户协商调整售价，涨价的幅度高于原材料价格上涨的幅度；同时，对部分此前实行优惠价格的经销商恢复正常售价使得毛利率上升。具体分析如下：

（1）原材料价格上涨背景下，公司与客户协商调整售价

全地形车的主要零部件与两轮越野摩托车基本相同，且全地形车对部分原材料的耗用量更高，因此原材料价格的上涨对产品成本的影响较大，基于此背景下，公司积极与客户协商调整售价，涨价幅度高于原材料价格上涨的幅度，使得毛利率有所提升。

（2）对部分实行优惠价格经销商恢复正常售价使得毛利率上升

公司自 2014 年完成全地形车的研发并实现量产后，陆续与北美、俄罗斯等地区优质的经销商合作，一直致力于自有品牌的全地形车的推广。公司在市场推广初期持续采取优惠价格的方式让利经销商以实现产业链共赢，导致公司毛利率低于行业水平。随着公司品牌影响力的扩大，在原材料价格上涨的背景下，公司以此为契机与部分经销商协商，实现与其他经销商基本一致的销售价格和毛利水平，从而提升了公司全地形车销售价格及毛利率水平。

C. 2022 年毛利率变动分析

2022 年毛利率较上年上升 1.91 个百分点，主要系在原材料价格上涨的影响下，公司与客户协商提价，对原产品销售价格较低的经销商逐步恢复至正常水平，整体涨价的幅度高于原材料价格上涨的幅度，因此 2022 年的毛利率有所提升。

3. 主营业务按销售区域分类的毛利率情况

√适用 □不适用

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	毛利率(%)	主营收入占比 (%)	毛利率(%)	主营收入占比 (%)	毛利率(%)	主营收入占比 (%)
外销	22.65%	90.43%	21.07%	95.44%	17.40%	92.09%
内销	14.65%	9.57%	18.15%	4.56%	13.55%	7.91%

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司外销产品毛利率分别为 17.40%、21.07%和 22.65%，公司外销产品收入占当期主营业务收入之比分别为 92.09%、95.44%和 90.43%，外销占比逐期增加，外销产品毛利率对公司主营业务毛利率影响较大。

剔除运输费及装柜费外，公司主营业务按销售区域分类的毛利率情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
外销	24.25%	22.74%	18.99%
内销	14.93%	19.88%	15.21%

由上表可知，报告期内，外销毛利率高于内销毛利率，主要系内销收入以两轮越野摩托车为主，两轮越野摩托车内外销市场的消费者特点及竞争环境存在较大的差异。在境内市场，国内目前的主流消费人群更热衷于购买排量较高、动力性强、结构更为复杂的大越野产品，且对摩托车产品的材料要求、产品性能以及结构设计等要求相对不高，摩托车行业竞争较为激烈，消费者价格敏感度高于境外。考虑到市场竞争环境及竞争对手同类产品的价格区间等因素，整体上境外的平均价格高于境内，导致两轮摩托车内销毛利率低于境外。2022 年内销中，毛利率较低的两轮越野摩托车销售占比有所提高，使得内销毛利率有所下滑。

4. 主营业务按照销售模式分类的毛利率情况

√适用 □不适用

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	毛利率(%)	主营收入占比 (%)	毛利率(%)	主营收入占比 (%)	毛利率(%)	主营收入占比 (%)
自有品牌	22.19%	92.82%	22.07%	82.38%	17.88%	70.39%
贴牌	17.94%	7.18%	15.65%	17.62%	15.22%	29.61%

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司自有品牌产品收入占比逐年提升。剔除运输费及装柜费后，自有品牌和贴牌的毛利率情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
自有品牌	23.65%	23.74%	19.48%
贴牌	19.60%	17.33%	16.83%

2020 年和 2021 年，随着公司品牌效应逐渐显现，叠加产品结构改善，公司自有品牌产品毛利率逐步提升，与贴牌产品的毛利率差异进一步扩大。

2022 年，随着公司逐渐削减贴牌产品订单，低价格、低毛利率客户（例如 SSR）销售额和销售占比降低，使得公司贴牌产品的毛利率有所上升。

5. 主营业务按照-分类的毛利率情况

□适用 √不适用

6. 可比公司毛利率比较分析

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
涛涛车业	35.75%	43.17%	41.50%
春风动力	25.37%	21.53%	29.32%

北极星	22.81%	23.70%	24.33%
平均数 (%)	27.98%	29.47%	31.72%
发行人 (%)	21.85%	20.92%	17.46%

科目具体情况及分析说明:

报告期内，公司专注于非道路越野车的自主研发、生产和销售。可比公司中春风动力专注于生产大排量段摩托车及全地形车产品；北极星系全地形车全球市场领导者，摩托车产品并非其主打产品；涛涛车业产品线则覆盖更广，除摩托车及全地形车外，还包括平衡车、滑板车等产品线。现选取可比公司的摩托车和全地形车毛利率，列示如下：

(1) 两轮摩托车毛利率

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
涛涛车业-摩托车	未披露	51.14%	49.92%
春风动力-两轮车	20.53%	19.71%	23.33%
北极星-摩托车	未披露	7.25%	3.44%
平均数	20.53%	26.03%	25.56%
本公司-两轮越野摩托车	21.31%	21.11%	16.94%

注：因同行业可比公司春风动力和北极星的 2020 年和 2021 年毛利率均未剔除运费，本公司也未剔除运费；涛涛车业仅披露剔除运费后的摩托车毛利率；截至本招股书签署之日，涛涛车业和北极星未披露 2022 年分产品毛利率；涛涛车业披露其 2022 年越野摩托车毛利率为 29.62%。

(2) 全地形车毛利率

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
涛涛车业-全地形车	未披露	47.88%	46.17%
春风动力-四轮车	27.46%	21.89%	35.12%
北极星-越野车/雪地车	未披露	23.65%	26.88%
平均数	27.46%	31.14%	36.06%
本公司-全地形车	22.58%	20.73%	17.36%

注：因同行业可比公司春风动力和北极星的 2020 年和 2021 年毛利率均未剔除运费，本公司也未剔除运费；涛涛车业仅披露剔除运费后的摩托车毛利率；截至本招股书签署之日，涛涛车业和北极星未披露 2022 年分产品毛利率；涛涛车业披露其 2022 年特种车-全地形车毛利率为 34.12%。

(3) 可比公司毛利率比较分析

由上表可知，2020 年和 2021 年，公司两轮越野摩托车和全地形车的毛利率低于同行业可比公司平均值，主要系受到销售模式和产品排量差异的影响。2022 年公司两轮越野摩托车毛利率与同行业可比公司平均水平基本持平。

1) 涛涛车业的摩托车和全地形车的毛利率明显高于公司，主要系受到涛涛车业仓储式销售模式及销售品类的影响。涛涛车业主要从事全地形车、两轮摩托车以及电动滑板车、电动平衡车及部分配件的研发、生产和销售，与公司的产品较为接近。

涛涛车业在美国、加拿大市场主要通过自有网站、第三方网站（如亚马逊）和沃尔玛等平台直接销售给终端消费者，该两个市场销售占比 70%以上，其向消费者直接销售的定价中考虑海运费、关税、运营费用如广告宣传费、促销费、平台服务费、仓储费运输费等因素，销售定价较高，毛利率相对较高。

2) 2020 年春风动力的毛利率略高于本公司，主要系春风动力产品类型以大排量为主及北美地

区仓储式销售模式的影响；2021 年春风动力摩托车和全地形车的毛利率均有所下滑，主要受到美国加征关税以及运输费用提高的影响。

春风动力主要从事以发动机为核心的全地形车、摩托车、后市场用品等研发、生产和销售，但春风动力的产品主要以大排量为主，产品主要包括 400CC 至 1000CC 排量段四轮全地形车、125CC-1250CC 休闲、玩乐类摩托车等，毛利率较高。除此之外，春风动力在美国市场通过子公司直接销售至美国经销商及终端消费者，销售定价中考虑运费、关税、运营费用等因素，毛利率相对较高。

3）北极星是美国本土上市公司，主营大排量全地形车、摩托车、船及相关配套用品，业务遍布全球，但主要集中在北美地区。北极星在美国当地具有区位优势，主要聚焦于全地形车，且产品排量较大，全地形车毛利率略高于本公司，其摩托车占总收入比重仅为 8% 左右，毛利率较低。

综上，由于公司与同行业可比公司在经营规模、产品规格和销售模式等存在差异，毛利率存在一定差异，具有合理性。

7. 其他披露事项

无

8. 毛利率总体分析

报告期各期，公司主营业务毛利率分别为 17.10%、20.94% 和 21.89%，剔除运输费及装柜费的影响后，公司主营业务毛利率分别为 18.69%、22.61% 和 23.36%。其中，2021 年毛利率较 2020 年度上涨 3.91 个百分点，2022 年毛利率较 2021 年上升 0.75 个百分点。2021 年和 2022 年公司毛利率变动的原因分析如下：

（1）自有品牌产品毛利贡献率提升

报告期各期，公司自有品牌产品的毛利贡献率逐年提升，具体数据如下：

单位：万元

项目	2022 年		2021 年		2020 年	
	毛利额	占比	毛利额	占比	毛利额	占比
自有品牌	8,318.02	94.11%	12,590.33	86.82%	3,856.96	73.64%
贴牌	520.19	5.89%	1,910.89	13.18%	1,380.66	26.36%

公司自 2012 年开始推出自有品牌，经过多年发展，逐步在全球范围内多个主要区域市场开发了自有品牌经销商，通过一段时间的筛选及磨合，公司与经销商合作逐步深化，市场占有率逐步提升。与此同时，公司相应缩减了贴牌生产规模，自有品牌销售占比逐年提升。自有品牌产品因公司具有结构设计、零部件选型等自主权，加之 KAYO 品牌逐步形成的品牌效应和市场认知度，以及自有品牌多为大越野带来的高附加值，自有品牌产品平均毛利率已显著高于贴牌产品的平均毛利率。随着自有品牌销售规模及占比的快速提升，2021 年和 2022 年公司毛利率有所提升。

（2）销售价格随原材料涨价而相应调整

一方面，2021 年，随着钢材等大宗商品价格上涨，公司各项原材料价格都出现不同程度的增长，公司积极与客户协商调整售价，涨价幅度高于原材料价格上涨的幅度；另一方面，公司在推广自有

品牌初期，公司给予重点市场经销商支持，持续采取优惠价格的方式让利经销商，产品定价相对较低，导致公司毛利率低于行业水平。2021年以来，随着公司在全球市场的品牌优势初步确立及公司进一步优化产品设计，在原材料陆续上涨的背景下，公司与经销商客户协商，产品销售价格恢复至其他经销商同等水平，毛利率相应得到改善。

（四） 主要费用情况分析

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)
销售费用	676.88	1.60%	737.76	1.04%	506.26	1.59%
管理费用	1,599.93	3.77%	1,908.77	2.68%	1,241.15	3.90%
研发费用	1,625.00	3.83%	2,352.38	3.31%	1,021.41	3.21%
财务费用	-1,024.24	-2.42%	-248.49	-0.35%	-260.29	-0.82%
合计	2,877.57	6.79%	4,750.42	6.68%	2,508.53	7.88%

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司期间费用分别为 2,508.53 万元、4,750.42 万元和 2,877.57 万元，占营业收入的比例分别为 7.88%、6.68%和 6.79%，随着营收规模的增大，公司期间费用占营业收入的比例有所降低。具体情况如下：

1. 销售费用分析

（1）销售费用构成情况

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
职工薪酬	432.15	63.84%	426.55	57.82%	287.93	56.87%
业务宣传费	75.09	11.09%	73.64	9.98%	13.79	2.72%
劳务费	35.74	5.28%	54.41	7.38%	40.73	8.05%
佣金	20.96	3.10%	52.00	7.05%	33.92	6.70%
折旧及摊销	22.83	3.37%	27.51	3.73%	5.54	1.09%
保险费	35.43	5.23%	25.22	3.42%	22.42	4.43%
服务费	10.55	1.56%	24.88	3.37%	21.83	4.31%
差旅费	20.26	2.99%	18.38	2.49%	13.10	2.59%
办公费用	2.85	0.42%	5.62	0.76%	8.11	1.60%
运费	-			-		-
其他	21.03	3.11%	29.55	4.01%	58.89	11.63%
合计	676.88	100.00%	737.76	100.00%	506.26	100.00%

（2）销售费用率与可比公司比较情况

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
涛涛车业	14.39%	17.50%	13.21%
春风动力	7.70%	6.60%	8.67%
北极星	5.60%	7.07%	7.84%

平均数 (%)	9.23%	10.39%	9.91%
发行人 (%)	1.60%	1.04%	1.59%
原因、匹配性分析	数据来源: Wind 报告期内, 公司销售费用率分别为 1.59%、1.04%和 1.60%, 低于同行业可比公司平均水平, 主要系: (1) 公司主要采取经销模式进行销售, 而同行业的涛涛车业和春风动力等采取直销和经销相结合的销售模式, 直销模式对营销投入要求更高, 呈现高毛利率、高费用率的特点, 故其直销模式拉高了费用率水平; (2) 涛涛车业因存在电动车等其他产品及通过境外子公司和亚马逊等渠道进行销售的情形, 上述销售渠道会产生由境内公司运至境外子(孙)公司的清关及海运费、亚马逊平台费用、自有网站广告费、亚马逊及自有网站运输费等费用, 此外, 由于涛涛车业在美国、加拿大等地实行“仓储式”销售, 会产生境外仓库租赁费、较多营销费用等, 且境外子公司人工的薪酬费用较高, 导致其销售费用率高于发行人。 (3) 春风动力的销售额中亦有约 25%通过境外子公司直接销售, 存在市场推广费用、运输费和售后三包费用等, 此外, 报告期内春风动力约有 30%以上为内销收入, 内销收入占比较高, 对于国内市场, 春风动力通过各类线上线下的营销推广活动进行产品、品牌宣传, 会产生较多销售费用, 导致其销售费用率高于发行人。 (4) 北极星为美国本土上市公司, 其通过在美国、加拿大和欧洲的经销商和分销商向北美等地区客户进行销售, 各类费用均较多, 从而导致其费用率较高。		

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内, 公司销售费用分别为 506.26 万元、737.76 万元和 676.88 万元, 占营业收入的比例分别为 1.59%、1.04%和 1.60%, 2020 年以来销售费用降低主要系公司执行新收入准则将运费调整至营业成本所致, 将运费还原后, 公司销售费用率分别为 3.13%、2.67%和 2.22%。

报告期内, 公司销售费用主要由职工薪酬、业务宣传费、劳务费和运输费构成, 该四项费用占销售费用总额的比例分别为 67.64%、75.17%和 89.47%。

职工薪酬主要为支付销售人员的工资、奖金和福利费等。报告期内, 公司销售职工薪酬分别为 287.93 万元、426.55 万元和 432.15 万元, 公司 2021 年职工薪酬较 2020 年增长明显, 主要系公司业务规模扩大, 支付的销售人员薪酬和奖金相应增加所致。

业务宣传费为公司为进行市场推广而发生的各类宣传、广告费用等。报告期内, 业务宣传费金额分别为 13.79 万元、73.64 万元和 75.09 万元, 2020 年因疫情影响, 线下产品展会取消, 从而导致公司业务宣传费降低。

劳务费为公司支付给摩托车队人员的费用, 由于部分摩托车队人员非公司员工, 公司向其支付的报酬作为劳务费。报告期内, 劳务费金额分别为 40.73 万元、54.41 万元和 35.74 万元。报告期内劳务费金额提高主要系公司近年来车队人数增加且新招车队人员报酬较高所致。

公司除通过境外经销商进行产品销售外, 还通过委托销售中介服务商进行境外销售, 根据公司与销售中介服务商签署的销售佣金合同, 在销售中介服务商完成销售且公司收到回款后需向中介服务商支付一定的销售佣金。报告期内, 佣金金额分别为 33.92 万元、52.00 万元和 20.96 万元, 随着

营业收入增加，公司佣金金额有所提高。

运输费主要为公司将货物运送至出口报关港口所产生的拖车费、报关费和订舱费等。报告期内，公司运输费金额分别为 489.20 万元、1,158.87 万元和 595.11 万元。公司运输费金额变动与公司营业收入规模相当，2020 年、2021 年和 2022 年，因执行新收入准则，公司将原计入销售费用的运输费重分类进营业成本。

2. 管理费用分析

(1) 管理费用构成情况

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
职工薪酬	982.64	61.42%	1,322.49	69.29%	883.65	71.20%
中介机构费	143.37	8.96%	309.17	16.20%	126.27	10.17%
折旧及摊销	152.34	9.52%	82.93	4.34%	72.40	5.83%
业务招待费	46.92	2.93%	34.86	1.83%	18.53	1.49%
残疾人保障金	57.31	3.58%	24.14	1.26%	16.57	1.33%
差旅费	16.44	1.03%	23.92	1.25%	18.91	1.52%
水电费	17.89	1.12%	22.50	1.18%	11.59	0.93%
办公费	63.38	3.96%	41.09	2.15%	33.82	2.72%
股份支付	52.10	3.26%	4.03	0.21%	18.50	1.49%
其他	67.56	4.22%	43.64	2.29%	40.92	3.30%
合计	1,599.93	100.00%	1,908.77	100.00%	1,241.15	100.00%

(2) 管理费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
涛涛车业	3.64%	4.16%	4.33%
春风动力	4.39%	3.54%	4.60%
北极星	4.27%	4.40%	5.01%
平均数 (%)	4.10%	4.03%	4.65%
发行人 (%)	3.77%	2.68%	3.90%
原因、匹配性分析	数据来源：Wind 报告期内，公司管理费用率分别为 3.90%、2.68%和 3.77%，略低于同行业可比公司平均水平，主要系公司管理架构较为简单，管理效率较高，因此管理费用率较同行业可比公司相对较低。		

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司管理费用分别为 1,241.15 万元、1,908.77 万元和 1,599.93 万元，占营业收入的比例分别为 3.90%、2.68%和 3.77%。

公司管理费用主要由职工薪酬、中介服务费及折旧与摊销构成，报告期内，上述费用占管理费用总额的比例分别为 87.20%、89.83%和 79.90%。

报告期内，公司管理费用大幅增加，主要系职工薪酬快速增长所致。随着公司经营规模扩大，管理人员快速增长；同时随着公司业绩快速提升，核心经营管理人员薪酬大幅提升。

报告期内，公司中介服务费主要为筹划北交所上市等发生的审计、法律服务费用以及为招聘员工发生的招聘服务费。报告期内，公司中介服务费金额分别为 126.27 万元、309.17 万元和 143.37 万元。2021 年公司中介服务费较其他年份高，主要系筹划北交所上市发生较多审计、法律服务等费用所致。

报告期内，公司折旧及摊销金额分别为 72.40 万元、82.93 万元和 152.34 万元，随着办公用资产增加，公司折旧及摊销金额有所增长。2022 年公司折旧及摊销金额较高，主要系公司新增厂房等固定资产金额较大，从而导致折旧费用增加较多所致。

3. 研发费用分析

(1) 研发费用构成情况

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
直接投入	676.87	41.65%	1,343.76	57.12%	422.43	41.36%
职工薪酬	797.36	49.07%	838.23	35.63%	406.54	39.80%
折旧及摊销	83.57	5.14%	63.35	2.69%	62.14	6.08%
其他费用	67.21	4.14%	107.03	4.55%	130.31	12.76%
合计	1,625.00	100.00%	2,352.38	100.00%	1,021.41	100.00%

(2) 研发费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
涛涛车业	4.07%	2.93%	2.76%
春风动力	6.61%	4.82%	5.22%
北极星	4.14%	4.02%	4.14%
平均数 (%)	4.94%	3.92%	4.04%
发行人 (%)	3.83%	3.31%	3.21%
原因、匹配性分析	数据来源：可比公司招股说明书、定期报告 报告期内，发行人研发费用率分别为 3.21%、3.31%和 3.83%，2020 年和 2021 年高于涛涛车业，低于春风动力和北极星，与行业平均水平接近。		

(3) 科目具体情况及分析说明

公司研发费用主要由直接投入及研发人员薪酬构成。公司高度重视研发投入，根据目标消费群体特点，公司持续优化整车及车架等核心部件结构设计，推出多种新车型的研发，不断进行前瞻性布局，以更好的实现轻量化与高强度的平衡，持续提升公司竞争力。报告期内，公司研发费用金额分别为 1,021.41 万元、2,352.38 万元和 1,625.00 万元，占营业收入的比例分别为 3.21%、3.31%和 3.83%。

公司 2021 年研发投入相较于 2020 年增幅较大，主要原因系：（1）公司研发方向和研发项目的增加。随着规模和实力的提升，以及应对与本田、雅马哈等全球主流品牌的市场竞争需要，公司通过多种应用领域新车型的研发持续丰富产品结构，从中小排量产品向大排量两轮越野车、UTV 以及

电动化等方向进行前瞻性布局，研发项目数量大幅增加；（2）公司研发测试方式的调整。为实现更精准的性能提升，公司设置了高强度测试场地，通过高强度的碰撞试验、破坏性测试、耐久性试验等反复校验积累关键性能参数，进一步提升产品的操控性、可靠性、耐久性等，研发投入相应增长。

报告期内，研发费用中直接投入金额分别为 422.43 万元、1,343.76 万元和 676.87 万元，主要为材料投入和模具以及测试、检验费用等。报告期内，公司开立多个研发项目。为了确保车辆运行安全可靠，公司在新车型量产前，为掌握各类钢铝型材及配比、空间结构设计等对产品性能影响的具体参数要求，需要持续进行零部件及整车的多种高强度的测试验证工作。公司在进行测试、组装、小批试制的过程中产生较大规模的零配件损耗，研发部门需不断测试，并基于测试结果对产品的工艺流程等进行反复调整和优化，因此，在新产品研制或产品改善研发过程中，材料的耗用量高。

报告期内，研发费用中职工薪酬金额分别为 406.54 万元、838.23 万元和 797.36 万元。为应对日益增加的市场需求、拓展客户资源，公司积极建设研发团队，新招研发人员，研发人员职工薪酬逐年增加。

4. 财务费用分析

（1）财务费用构成情况

单位：元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
利息费用	387,181.79	50,336.86	-
减：利息资本化		-	-
减：利息收入	3,203,584.01	4,283,927.61	2,042,854.01
汇兑损益	-7,534,701.74	1,577,467.71	-692,795.47
银行手续费	108,749.94	171,218.13	132,733.73
其他		-	-
合计	-10,242,354.02	-2,484,904.91	-2,602,915.75

（2）财务费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
涛涛车业	-0.85%	1.27%	3.15%
春风动力	-2.61%	0.41%	1.44%
北极星	0.50%	0.54%	0.95%
平均数（%）	-0.99%	0.74%	1.85%
发行人（%）	-2.42%	-0.35%	-0.82%
原因、匹配性分析	数据来源：Wind 见下。		

（3）科目具体情况及分析说明

报告期内，发行人财务费用率分别为-0.82%、-0.35%和-2.42%，低于行业平均水平，主要系报告期内发行人无银行借款，利息支出较少，且用于票据保证金的银行存款较多，产生较多利息收入所致。

5. 其他披露事项

无。

6. 主要费用情况总体分析

报告期内，公司期间费用金额分别为 2,508.53 万元、4,750.42 万元和 2,877.57 万元，占营业收入的比例分别为 7.88%、6.68%和 6.79%，报告期内，期间费用逐年上升，但占营业收入的比例降低，主要系公司营收规模持续快速增长，由此导致期间费用率降低。

（五） 利润情况分析

1. 利润变动情况

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)
营业利润	7,490.02	17.67%	10,138.89	14.26%	3,102.39	9.74%
营业外收入	27.81	0.07%	44.21	0.06%	39.29	0.12%
营业外支出	2.63	0.01%	5.24	0.01%	15.06	0.05%
利润总额	7,515.21	17.73%	10,177.87	14.31%	3,126.62	9.82%
所得税费用	902.50	2.13%	1,190.23	1.67%	373.17	1.17%
净利润	6,612.71	15.60%	8,987.63	12.64%	2,753.45	8.65%

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司营业利润分别为 3,102.39 万元、10,138.89 万元和 7,490.02 万元，占营业收入的比例分别为 9.74%、14.26%和 17.67%；报告期内，公司净利润分别为 2,753.45 万元、8,987.63 万元和 6,612.71 万元。2020 年至 2021 年，受益于公司营收的快速增长，公司的营业利润和净利润呈现增长趋势；2022 年公司主动削减贴牌产品订单，以及受世界宏观经济形势的影响，公司该年度净利润有所下降。

2. 营业外收入情况

√适用 □不适用

（1）营业外收入明细

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
接受捐赠			
政府补助		10.12	-
盘盈利得		-	-
罚款收入	11.70	19.66	6.24
赞助费			22.32
其他	16.12	14.43	10.73
合计	27.81	44.21	39.29

（2）计入当期损益的政府补助：

√适用 □不适用

单位：万元

补助项目	发放主体	发放原因	性质类型	补贴是否影响当年盈亏	是否特殊补贴	2022 年度	2021 年度	2020 年度	与资产相关/与收益相关
新三板再融资奖励	缙云县金融发展中心	资本市场奖励		是	否		10.12		收益

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司营业外收入金额分别为 39.29 万元、44.21 万元和 27.81 万元，营业外收入的变动主要系收到的赞助费（如供应商免费赞助车队参赛的服装、配件等）变动所致，赞助费金额分别为 79.21 万元、22.32 万元、0 万元和 0 万元。

3. 营业外支出情况

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
对外捐赠		5.00	10.00
非流动资产报废损失	0.19	0.24	
其他	2.44	0.01	5.06
合计	2.63	5.24	15.06

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司营业外支出金额分别为 15.06 万元、5.24 万元和 2.63 万元，金额较小，2020 年度，公司存在 10 万元的捐赠支出，导致当年度营业外支出金额较大。

4. 所得税费用情况

(1) 所得税费用表

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
当期所得税费用	911.44	1,218.17	433.63
递延所得税费用	-8.94	-27.94	-60.45
合计	902.50	1,190.23	373.17

(2) 会计利润与所得税费用调整过程

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
利润总额	7,515.21	10,177.87	3,126.62
按适用税率 15%计算的所得税费用	1,127.28	1,526.68	468.99
部分子公司适用不同税率的影响			
调整以前期间所得税的影响			
税收优惠的影响			
非应税收入的纳税影响			
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	10.56	9.71	14.19

使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响			
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响		-	-
研发费用加计扣除	-235.34	-346.16	-110.01
所得税费用	902.50	1,190.23	373.17

(3) 科目具体情况及分析说明

无。

5. 其他披露事项

无。

6. 利润变动情况分析

报告期内，公司营业利润分别为 3,102.39 万元、10,138.89 万元和 7,490.02 万元，占营业收入的比例分别为 9.74%、14.26%和 17.67%；报告期内，公司净利润分别为 2,753.45 万元、8,987.63 万元和 6,612.71 万元，占营业收入的比例分别为 8.65%、12.64%和 15.60%。2020 年至 2021 年，受益于公司营收的快速增长，公司的营业利润和净利润呈现增长趋势；2022 年公司主动削减贴牌产品订单，以及受世界宏观经济形势的影响，公司该年度净利润有所下降。

(六) 研发投入分析

1. 研发投入构成明细情况

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
直接投入	676.87	1,343.76	422.43
职工薪酬	797.36	838.23	406.54
折旧及摊销	83.57	63.35	62.14
其他费用	67.21	107.03	130.31
合计	1,625.00	2,352.38	1,021.41
研发投入占营业收入的比例 (%)	3.83%	3.31%	3.21%
原因、匹配性分析	报告期内，公司研发投入分别为 1,021.41 万元、2,352.38 万元和 1,625.00 万元，占营业收入的比例分别为 3.21%、3.31%和 3.83%。报告期内，公司不存在研发费用资本化的情况。公司一直重视研发投入，研发项目投入持续、稳定。		

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司的研发投入的金额均已在发生当期费用化，报告期内公司不存在研发费用资本化的情况，也不存在因自主研发形成无形资产而产生无形资产摊销的情况。

2. 报告期内主要研发项目情况

报告期内，公司主要研发项目情况如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
AU300 轴传动工作款全地形车	129.96	331.42	-
AU30D 电动工作款全地形车	17.82	191.58	-
K6-R 两轮越野雪地车		184.49	120.79
200CC 双座青少年越野娱乐多功能车	78.65	176.67	-
TD125 青少年两轮越野雪地车		155.10	-
AU200 雪地工作款全地形车	24.46	140.77	-
K3 两轮全尺寸大越野车	28.98	133.44	60.99
KMB 儿童娱乐越野车	30.30	129.08	-
150CC 单座儿童越野娱乐多功能车	101.55	128.08	-
满足美国 EPA 产品认证开发		127.17	-
50CC 两冲程发动机设计开发		124.99	-
EKMB 电动儿童娱乐越野车	70.92	98.67	-
KT50 两冲程青少年越野竞赛车	29.39	79.70	-
AY70 满足美国 EPA 排放 ATV 车型		77.66	-
TD 产品开发		72.85	-
K4 两轮全尺寸大越野车		72.69	-
AY10D-2 电动儿童娱乐款全地形车		51.16	-
车辆燃油蒸发技术开发	31.33	50.16	-
欧五发动机排放认证开发		26.69	-
全新多功能新动力四轮全地形的开发		-	149.45
全新 150CC 通用型全地形车的开发		-	89.38
高功率两冲程 85CC 青少年竞赛越野摩托车		-	81.40
全新青少年越野摩托车		-	61.80
全新儿童越野摩托车		-	76.05
儿童竞技培训摩托车		-	93.56
200CC 双座卡丁车		-	92.32
轴传动通用款全地形车		-	97.34
150CC 电子燃油喷射系统及燃油蒸发系统		-	98.32
AY70E 车型开发	191.12		
KT250 车型开发	29.18		
2022 款 K6R 车型开发	83.64		
K2pro 车型开发	74.14		
K6L 车型开发	81.61		
EA50 车型开发	45.78		
A50 车型开发	102.10		
EUS70 车型开发	137.94		
EA110 车型开发	99.87		
US70 儿童单座越野娱乐多功能车开发	92.80		
T2-A/T4-A 车型开发	54.41		
T2PRO 车型开发	57.53		
K2-A 车型开发	31.49		
合计	1,625.00	2,352.38	1,021.41

3. 研发投入占营业收入比例与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司	2022 年度	2021 年度	2020 年度

涛涛车业	4.07%	2.93%	2.76%
春风动力	6.61%	4.82%	5.22%
北极星	4.14%	4.02%	4.14%
平均数 (%)	4.94%	3.92%	4.04%
发行人 (%)	3.83%	3.31%	3.21%

科目具体情况及分析说明:

无。

4. 其他披露事项

无。

5. 研发投入总体分析

报告期内，公司研发费用主要由直接投入、职工薪酬和折旧及摊销构成，公司研发投入分别为 1,021.41 万元、2,352.38 万元和 1,625.00 万元，占营业收入的比例分别为 3.21%、3.31%和 3.83%。报告期内，公司不存在研发费用资本化的情况。公司一直重视研发投入，研发项目投入持续、稳定。

(七) 其他影响损益的科目分析

1. 投资收益

☐适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
权益法核算的长期股权投资收益			
处置长期股权投资产生的投资收益			
丧失控制权后，剩余股权按公允价值重新计量产生的利得			
交易性金融资产在持有期间的投资收益	-	3.99	1.41
其他权益工具投资在持有期间取得的股利收入			
债权投资在持有期间取得的利息收入			
其他债权投资在持有期间取得的利息收入			
处置交易性金融资产取得的投资收益			
处置债权投资取得的投资收益			
处置其他债权投资取得的投资收益			
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产在持有期间的投资收益			
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产取得的投资收益			

持有至到期投资在持有期间的投资收益			
可供出售金融资产在持有期间的投资收益			
处置可供出售金融资产取得的投资收益			
处置持有至到期投资取得的投资收益			
合计	-	3.99	1.41

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司投资收益分别为 1.41 万元、3.99 万元和 0 万元，均来自于利用闲置资金购买短期银行理财产品产生的收益。

2. 公允价值变动收益

☐适用 ☒不适用

3. 其他收益

☒适用 ☐不适用

单位：万元

产生其他收益的来源	2022 年度	2021 年度	2020 年度
与日常活动有关的政府补助	1,309.90	234.63	168.74
与递延收益相关的政府补助	47.70	46.30	29.45
个税扣缴税款手续费	6.06	0.29	0.25
合计	1,363.66	281.22	198.44

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司其他收益主要为收到的政府补助，政府补助资金主要用于公司日常经营。公司其他收益金额分别为 198.44 万元、281.22 万元和 1,363.66 万元，具体情况如下：

单位：万元

补助项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
递延收益分摊	47.70	46.30	29.45
生态工业政策和开放型经济政策补助	361.63	99.85	6.00
体育产业发展资金项目补助	-	-	56.00
循环化试点补助	5.31	-	-
科技创新奖	27.50	93.71	63.18
数字化改造补助	15.51		
稳定岗位补贴	10.67	21.07	18.41
社会保险费返还		-	15.28
品牌建设与质量建设补助	60.00		
绿色厂房补助	10.00		
研发补助		-	6.00
专利补贴		-	2.53
防雷检测费退回		-	1.19
文化事业税退回		-	0.15
科技创新券	1.96	-	-

文化企业奖励		20.00	-
个税手续费	6.06	0.29	0.25
清洁生产奖励	5.00		
技能提升培训补贴	28.56		
总工会政府补助	1.00		
上市辅导奖励	400.00		
增量贡献奖励	381.77		
文化产业发展专项资金补助	1.00		
合计	1,363.66	281.22	198.44

4. 信用减值损失

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
应收账款坏账损失	-133.09	-114.12	-14.11
应收票据坏账损失			
其他应收款坏账损失	2.36	1.54	-5.97
应收款项融资减值损失			
长期应收款坏账损失			
债权投资减值损失			
其他债权投资减值损失			
合同资产减值损失			
财务担保合同减值			
合计	-130.73	-112.59	-20.08

科目具体情况及分析说明：

报告期内，信用减值损失为应收账款和其他应收款预计的坏账损失。

5. 资产减值损失

□适用 □不适用

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
坏账损失	-		
存货跌价损失	-40.12	-42.89	-34.01
存货跌价损失及合同履约成本减值损失（新收入准则适用）			
可供出售金融资产减值损失	-		
持有至到期投资减值损失	-		
长期股权投资减值损失			
投资性房地产减值损失			
固定资产减值损失			
在建工程减值损失			
生产性生物资产减值损失			
油气资产减值损失			
无形资产减值损失			
商誉减值损失			

合同取得成本减值损失（新收入准则适用）			
其他			
合计	-40.12	-42.89	-34.01

科目具体情况及分析说明：

报告期内，资产减值损失为存货跌价损失，金额分别为 34.01 万元、42.89 万元和 40.12 万元。

6. 资产处置收益

☐适用 ☒不适用

7. 其他披露事项

无。

四、 现金流量分析

（一） 经营活动现金流量分析

1. 经营活动现金流量情况

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	39,047.58	67,191.15	35,446.74
收到的税费返还	3,351.95	7,457.02	2,842.45
收到其他与经营活动有关的现金	1,710.31	1,327.20	812.57
经营活动现金流入小计	44,109.84	75,975.37	39,101.76
购买商品、接受劳务支付的现金	32,097.54	60,098.66	29,619.07
支付给职工以及为职工支付的现金	4,831.37	6,021.58	2,921.48
支付的各项税费	1,359.52	1,187.62	312.14
支付其他与经营活动有关的现金	1,387.85	2,093.79	1,086.93
经营活动现金流出小计	39,676.27	69,401.65	33,939.61
经营活动产生的现金流量净额	4,433.58	6,573.72	5,162.15

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 5,162.15 万元、6,573.72 万元和 4,433.58 万元。2021 年，公司经营活动现金流量状况较好且呈现增长的趋势，经营活动现金流量主要来源于销售商品、提供劳务收到的现金。2022 年，由于公司营业收入较往年有所降低，导致公司经营活动现金流量净额有所减少。

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入的比例分别为 111.33%、94.49%和 92.12%，报告期内平均收款比例为 99.31%，公司销售收款良好。

2. 收到的其他与经营活动有关的现金

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
政府补助	1,315.96	343.99	568.99
利息收入	320.36	428.39	204.29

收回个人卡款项		401.44	
往来借款		62.78	
其他	74.00	90.6	39.29
合计	1,710.31	1,327.20	812.57

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司收到的其他与经营活动有关的现金分别为 812.57 万元、1,327.20 万元和 1,710.31 万元，2021 年收到其他与经营活动有关的现金较 2020 年增加 514.63 万元，主要系公司注销个人卡并将个人卡余额转入公司账户所致。2022 年收到的其他与经营活动有关的现金较 2021 年增加 383.11 万元，主要系收到的政府补助增加较多所致。

3. 支付的其他与经营活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
销售费用、管理费用及研发费用中的支付额	1,297.31	2,048.93	1,005.72
保证金及往来款	77.22	22.73	52.87
营业外支出	2.44	5.01	15.06
银行手续费	10.87	17.12	13.27
合计	1,387.85	2,093.79	1,086.93

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司支付的其他与经营活动有关的现金分别为 1,086.93 万元、2,093.79 万元和 1,387.85 万元，2021 年支付的其他经营活动有关的现金较 2020 年增加 1,006.87 万元，主要系随着公司销售规模的增加，日常经营过程中的各项费用相应增加所致。

4. 经营活动净现金流与净利润的匹配

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
净利润	6,612.71	8,987.63	2,753.45
加：资产减值准备	40.12	42.89	34.01
信用减值损失	130.73	112.59	20.08
固定资产折旧、油气资产折旧、生产性生物资产折旧、投资性房地产折旧	436.68	248.52	216.47
使用权资产折旧	22.02	22.02	-
无形资产摊销	57.80	27.35	26.06
长期待摊费用摊销		-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	5.42	-	-
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	0.19	0.24	-
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）		-	-
财务费用（收益以“-”号填列）	-714.75	162.78	-69.28
投资损失（收益以“-”号填列）		-3.99	-1.41

递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-8.94	-27.94	-60.45
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）		-	-
存货的减少（增加以“-”号填列）	3,313.85	-2,855.48	-3,601.28
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-1,846.32	-6,590.29	-6,144.03
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	-3,668.03	6,443.37	11,970.02
其他	52.10	4.03	18.5
经营活动产生的现金流量净额	4,433.58	6,573.72	5,162.15

5. 其他披露事项

无。

6. 经营活动现金流量分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 5,162.15 万元、6,573.72 万元和 4,433.58 万元，2021 年公司经营活动现金流量状况较好且呈现增长的趋势。2022 年，由于公司营业收入较往年有所降低，导致公司经营活动现金流量净额有所减少。

报告期内，公司经营活动现金流入分别为 39,101.76 万元、75,975.37 万元和 44,109.84 万元，2021 年公司经营活动现金流入额提升，主要系随着公司销售规模和销售收入的不断增加，销售回款增加所致；2022 年，由于公司营业收入较往年有所降低，导致公司经营活动现金流入有所减少。

报告期内，公司经营活动现金流出分别为 33,939.61 万元、69,401.65 万元和 39,676.27 万元，2021 年随着公司生产和销售规模的增加，支付的采购款、职工薪酬、各项税费及期间费用相应增加所致。2022 年公司主动削减贴牌产品订单，以及受世界宏观经济形势的影响，公司经营规模有所下降，相应的公司该年度采购额有所降低，从而导致经营活动现金流出下降。

（二）投资活动现金流量分析

1. 投资活动现金流量情况

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	-	-	835.00
取得投资收益收到的现金	-	3.99	1.41
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	4.63	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	4.63	3.99	836.41
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,700.31	3,837.37	550.76
投资支付的现金	-	2.40	450.00

取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	3,700.31	3,839.77	1,000.76
投资活动产生的现金流量净额	-3,695.68	-3,835.78	-164.35

科目具体情况及分析说明：

公司收回投资所收到的现金和投资支付的现金主要系为公司理财产品发生。

2. 收到的其他与投资活动有关的现金

☐适用 ☒不适用

3. 支付的其他与投资活动有关的现金

☐适用 ☒不适用

4. 其他披露事项

无。

5. 投资活动现金流量分析：

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-164.35 万元、-3,835.78 万元以及-3,695.68 万元，2021 年投资活动现金流量净额下降较多，主要系公司为满足持续扩大的市场需求，公司投资建设新厂房，相关支出增加所致。2022 年投资活动现金流出金额较大主要系支付募投项目土地出让金所致。

（三） 筹资活动现金流量分析

1. 筹资活动现金流量情况

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	1,011.78
取得借款收到的现金	5,363.30	-	-
发行债券收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	5,363.30	-	1,011.78
偿还债务支付的现金	2,452.02	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	1,782.66	4,876.00	1,536.00
支付其他与筹资活动有关的现金	205.33	23.86	-
筹资活动现金流出小计	4,440.01	4,899.86	1,536.00
筹资活动产生的现金流量净额	923.29	-4,899.86	-524.22

科目具体情况及分析说明：

无。

2. 收到的其他与筹资活动有关的现金

☐适用 ☒不适用

3. 支付的其他与筹资活动有关的现金

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
房租费用	24.76	23.86	
归还股东借款			
上市发行费	180.57		
合计	205.33	23.86	

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司支付的其他与筹资活动有关的现金分别为 0.00 万元、23.86 万元以及 205.33 万元，2021 年支付的其他与筹资活动有关的现金为支付的房租费用。2022 年支付的其他与筹资活动有关的现金主要为支付的房租费用和本次发行上市相关的中介服务费用。

4. 其他披露事项

无。

5. 筹资活动现金流量分析：

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-524.22 万元、-4,899.86 万元以及 923.29 万元。2020 年公司筹资活动的现金流入主要为收到的投资款，公司筹资活动的现金流出主要为支付的分红款。2021 年公司筹资活动产生的现金流量净额较 2020 年减少，主要系公司当年支付的分红款增加。2022 年，公司筹资活动产生的现金流量为正，主要系公司于 2022 年增加银行借款所致。

五、 资本性支出

（一）报告期内重大资产支出情况

报告期内，公司的资本性支出主要是购置固定资产、在建工程等长期资产支出，包括公司为扩大生产经营规模而新建的厂房办公楼、新增的机器设备等。报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 550.76 万元、3,837.37 万元以及 3,700.31 万元。

（二）未来可预见的重大资产支出情况

公司计划使用本次发行股票募集的资金用于运动摩托车智能制造项目、研发中心建设项目等。本次发行股票募集资金投资项目详见本招股说明书“第九节募集资金运用”。除本次发行募集资金有关投资外，公司将根据业务实际需要，合理安排投资计划。

六、 税项

（一） 主要税种及税率

税种	计税依据	税率		
		2022 年度	2021 年度	2020 年度
增值税	应税收入	13%/9%/6%	13%/9%/6%	13%/9%/6%
消费税	生产环节的摩托车销售收入	10%/3%	10%/3%	10%/3%

教育费附加	应纳流转税额	5%	5%	5%
城市维护建设税	应纳流转税额	5%	5%	5%
企业所得税	应纳税所得额	15%	15%	15%

存在不同企业所得税税率纳税主体的说明：

☐适用 ☒不适用

具体情况及说明：

无。

（二） 税收优惠

☒适用 ☐不适用

经浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、国家税务总局浙江省税务局认定，本公司于 2019 年 12 月 4 日通过高新技术企业复审，取得编号为 GR201933000024 的高新技术企业证书，自 2019 年起连续三年按照高新技术企业的优惠税率 15%缴纳企业所得税。

本公司于 2022 年 12 月 24 日通过高新技术企业复审，取得编号为 GR202233002416 的高新技术企业证书，自 2022 年起连续三年按照高新技术企业的优惠税率 15%缴纳企业所得税。

（三） 其他披露事项

无。

七、 会计政策、估计变更及会计差错

（一） 会计政策变更

☒适用 ☐不适用

1. 会计政策变更基本情况

单位：元

期间/时点	会计政策变更的内容	审批程序	受影响的报表项目名称	原政策下的账面价值	新政策下的账面价值	影响金额
2020 年 1 月 1 日	新收入准则	会计政策统一变更，不涉及审批	预收账款	18,136,510.56	0	-18,136,510.56
2020 年 1 月 1 日	新收入准则	会计政策统一变更，不涉及审批	合同负债	0	18,118,830.27	18,118,830.27
2020 年 1 月 1 日	新收入准则	会计政策统一变更，不涉及审批	其他流动负债	0	17,680.29	17,680.29
2021 年 1 月 1 日	新租赁准则	会计政策统一变更，不涉及审批	使用权资产	0	1,321,084.46	1,321,084.46

		批				
2021 年 1 月 1 日	新租赁准则	会计政策统一变更, 不涉及审批	租赁负债	0	1,132,849.88	1,132,849.88
2021 年 1 月 1 日	新租赁准则	会计政策统一变更, 不涉及审批	一年内到期的非流动负债	0	188,234.58	188,234.58

具体情况及说明:

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行财政部修订后的《企业会计准则第 14 号——收入》(以下简称新收入准则)。

公司自 2021 年 1 月 1 日起执行经修订的《企业会计准则第 21 号——租赁》(以下简称新租赁准则)。

2. 首次执行新金融工具准则、新收入准则、新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

√适用 □不适用

(1) 执行收入准则

2017 年 7 月 5 日, 财政部发布《关于修订印发<企业会计准则第 14 号—收入>的通知》, 要求在境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报表的企业自 2018 年 1 月 1 日起施行; 其他境内上市企业自 2020 年 1 月 1 日起施行; 执行企业会计准则的非上市企业, 自 2021 年 1 月 1 日起施行, 本公司自 2020 年 1 月 1 日起施行。

首次执行的累积影响金额调整首次执行当期期初(即 2020 年 1 月 1 日)的留存收益及财务报表其他相关项目金额, 对可比期间信息不予调整。

单位: 元

科目	2019 年 12 月 31 日	2020 年 1 月 1 日
预收账款	18,136,510.56	
合同负债		18,118,830.27
其他流动负债		17,680.29

(2) 执行新租赁准则

2018 年 12 月 7 日, 财政部发布了《企业会计准则第 21 号——租赁》(以下简称“新租赁准则”)。要求在境内外同时上市的企业以及在境外上市并按《国际财务报告准则》或《企业会计准则》编制财务报表的企业自 2019 年 1 月 1 日起实施; 其他执行企业会计准则的企业自 2021 年 1 月 1 日起实施, 其中母公司或子公司在境外上市且按照《国际财务报告准则》或《企业会计准则》编制其境外财务报表的企业可以提前实施。本公司于 2021 年 1 月 1 日执行新租赁准则, 对会计政策的相关内容进行调整。

对于首次执行日前已存在的合同, 本公司在首次执行日选择不重新评估其是否为租赁或者包含租赁。

对于首次执行日之后签订或变更的合同，本公司按照新租赁准则中租赁的定义评估合同是否为租赁或者包含租赁。

本公司作为承租人

本公司选择首次执行新租赁准则的累积影响数调整首次执行当年年初（即 2021 年 1 月 1 日）留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整：

A.对于首次执行日前的融资租赁，本公司在首次执行日按照融资租入资产和应付融资租赁款的原账面价值，分别计量使用权资产和租赁负债；

B.对于首次执行日前的经营租赁，本公司在首次执行日根据剩余租赁付款额按首次执行日承租人增量借款利率折现的现值计量租赁负债，并根据每项租赁按照与租赁负债相等的金额及预付租金进行必要调整计量使用权资产。

C.在首次执行日，本公司按照**新租赁准则**，对使用权资产进行减值测试并进行相应会计处理。

本公司首次执行日之前租赁资产属于低价值资产的经营租赁，采用简化处理，未确认使用权资产和租赁负债。除此之外，本公司对于首次执行日前的经营租赁，采用下列一项或多项简化处理：

将于首次执行日后 12 个月内完成的租赁，作为短期租赁处理；

计量租赁负债时，具有相似特征的租赁采用同一折现率；

使用权资产的计量不包含初始直接费用；

存在续租选择权或终止租赁选择权的，本公司根据首次执行日前选择权的实际行使及其他最新情况确定租赁期；

作为使用权资产减值测试的替代，本公司根据《企业会计准则第 13 号——或有事项》评估包含租赁的合同在首次执行日前是否为亏损合同，并根据首次执行日前计入资产负债表的亏损准备金额调整使用权资产；

首次执行日之前发生租赁变更的，本公司根据租赁变更的最终安排进行会计处理。

本公司作为出租人

对于首次执行日前划分为经营租赁且在首次执行日后仍存续的转租赁，本公司作为转租出租人在首次执行日基于原租赁和转租赁的剩余合同期限和条款进行重新评估并做出分类。除此之外，本公司未对作为出租人的租赁按照衔接规定进行调整，而是自首次执行日起按照新租赁准则进行会计处理。

售后租回交易

对于首次执行日前已存在的售后租回交易，本公司在首次执行日不重新评估资产转让是否符合第七节之“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“7. 收入”部分作为销售进行会计处理的规定。对于首次执行日前应当作为销售和融资租赁进行会计处理的售后租回交易，本公司作为卖方（承租人）按照与其他融资租赁相同的方法对租回进行会计处理，并继续在租赁期内摊销相关递延收益或损失。对于首次执行日前作为销售和经营租赁进行会计处理的售后租回交易，本公司作为卖方（承租人）应当按照与其他经营租赁相同的方法对租回进行会计处理，并根据首次

执行日前计入资产负债表的相关递延收益或损失调整使用权资产。

首次执行新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

单位：元

项目	2021 年 1 月 1 日	2020 年 12 月 31 日	调整数
使用权资产	1,321,084.46	-	1,321,084.46
租赁负债	1,132,849.88	-	1,132,849.88
一年内到期的非流动负债	188,234.58	-	188,234.58

(二) 会计估计变更

☐适用 ☒不适用

(三) 会计差错更正

☒适用 ☐不适用

1. 追溯重述法

☒适用 ☐不适用

单位：万元

期间	会计差错更正的内容	批准程序	受影响的各个比较期间报表项目名称	累积影响数
2020 年 12 月 31 日	根据支付宝对账单差异，调整其他货币资金	2022 年 4 月 15 日第三届董事会第七次会议和 2022 年 5 月 6 日 2021 年年度股东大会	货币资金	0.00
2020 年 12 月 31 日	跨期收入调整影响的应收账款、调整坏账准备		应收账款	109.42
2020 年 12 月 31 日	调整应付账款负数重分类		预付款项	22.98
2020 年 12 月 31 日	调整个人卡中个人卡款项及相关往来借款备用金、应收账款坏账准备		其他应收款	465.23
2020 年 12 月 31 日	跨期成本调整影响存货、调整研发费用影响存货、调整存货跌价准备		存货	-185.94
2020 年 12 月 31 日	调整待抵扣增值税重分类	2022 年 4 月 15 日第三届董事会第七次会议和 2022 年 5 月 6 日 2021 年年度股东大会	其他流动资产	-75.90
2020 年 12 月 31 日	调整坏账准备、存货跌价形成的递延所得税资产		递延所得税资产	8.82
2020 年 12 月 31 日	调整工程、货款及负数重分类		应付账款	-104.12
2020 年 12 月 31 日	调整货款		合同负债	201.88
2020 年 12 月 31 日	根据责权发生制进行薪酬调整		应付职工薪酬	540.19
2020 年 12 月 31 日	调整跨期收入、确认其他收入影响的		应交税费	16.28

	增值税及附加税、 调整个人所得税、 调整应交企业所得税			
2020 年 12 月 31 日	调整备用金、押金、 调整车手劳务、调 整暂估运输费		其他应付款	-19.78
2020 年 12 月 31 日	调整股份支付摊销		资本公积	-18.50
2020 年 12 月 31 日	以上事项导致累计 调减盈余公积		盈余公积	-65.22
2020 年 12 月 31 日	以上事项导致累计 调减未分配利润		未分配利润	-206.13
2020 年度	调整跨期收入、研 发费用、个人卡款 项收到的收入		营业收入	154.08
2020 年度	调整跨期收入对应 的成本等		营业成本	836.71
2020 年度	调整增值税相应调 整税金及附加		税金及附加	-14.59
2020 年度	调整运输费、根据 费用归属进行调整 等		销售费用	-473.27
2020 年度	调整股份支付摊 销、根据费用归属 进行调整等		管理费用	451.22
2020 年度	产品销售冲减研发 费用等		研发费用	-298.69
2020 年度	调整利息收入、手 续费等		财务费用	-13.14
2020 年度	调整坏账准备		信用减值损失	-12.41
2020 年度	调整存货跌价准备		资产减值损失	-28.12
2020 年度	调整与经营无关的 收入		营业外收入	6.28
2020 年度	调整与经营无关的 成本		营业外支出	4.89
2020 年度	调整坏账准备、存 货跌价形成的递延 所得税资产、调整 应交企业所得税		所得税费用	-13.97
2020 年度	以上事项导致累计 调增 2020 年度净 利润		净利润	-356.48

具体情况及说明：

具体情况如下：

单位：万元			
(1) 对资产负债表主要项目的影响			
更正的报表科目	会计差错更正的内容	2020 年 12 月 31 日	

		更正前	调整金额	更正后
货币资金	根据支付宝对账单差异，调整其他货币资金	15,728.94	0.00	15,728.94
应收账款	跨期收入调整影响的应收账款	441.44	115.18	550.86
应收账款	调整应收账款坏账准备		-5.76	
应收账款小计		441.44	109.42	550.86
预付款项	调整应付账款负数重分类	328.39	22.98	351.38
其他应收款	调整个人卡中个人卡款项及相关往来借款备用金	39.89	482.22	505.11
其他应收款	调整应收账款坏账准备		-16.99	
其他应收款小计		39.89	465.23	505.11
存货	跨期成本调整影响存货	7,750.82	0.83	7,564.87
存货	调整研发费用影响存货		-150.73	
存货	调整存货跌价准备		-36.04	
存货小计		7,750.82	-185.94	7,564.87
其他流动资产	调整待抵扣增值税重分类	610.11	-75.90	534.20
递延所得税资产	调整坏账准备、存货跌价形成的递延所得税资产	118.84	8.82	127.66
应付账款	调整工程、货款及负数重分类	5,835.80	-104.12	5,731.68
合同负债	调整货款	4,822.20	201.88	5,024.08
应付职工薪酬	根据责权发生制进行薪酬调整	453.41	540.19	993.59
应交税费	调整跨期收入、确认其他收入影响的增值税及附加税	282.60	26.93	298.88
应交税费	调整个人所得税		-50.58	
应交税费	调整应交企业所得税		39.93	
应交税费小计		282.60	16.28	298.88
其他应付款	调整备用金、押金	91.83	13.20	72.05
其他应付款	调整车手劳务		2.34	
其他应付款	调整暂估运输费		-35.32	
其他应付款		91.83	-19.78	72.05
资本公积	调整股份支付摊销	1,016.90	-18.50	998.40
盈余公积	以上事项导致累计调减盈余公积	680.45	-65.22	615.23
未分配利润	以上事项导致累计调减未分配利润	1,866.31	-206.13	1,660.18
(2) 对利润表主要项目的影响				
更正的报表科目		会计差错更正的内容	2020 年度	

		更正前	调整金额	更正后
营业收入	调整跨期收入	31,684.48	-1.35	31,838.56
营业收入	调整研发费用		-3.16	
营业收入	调整个人卡款项收到的收入		158.59	
营业收入小计		31,684.48	154.08	31,838.56
营业成本	调整跨期收入对应的成本	25,443.35	-0.83	26,280.05
营业成本	调整个人卡款项销售成本结转		72.12	
营业成本	调整归属于成本费用		-11.27	
营业成本	调整薪酬工资		171.65	
营业成本	调整研发费用		137.46	
营业成本	调整运输费重分类		489.20	
营业成本	调整存货跌价转销		-21.62	
营业成本小计		25,443.35	836.71	26,280.05
税金及附加	调整增值税相应调整税金及附加	107.93	-14.59	93.34
销售费用	调整运输费	979.53	-477.98	506.26
销售费用	根据费用归属进行调整		23.70	
销售费用	根据实际工资发放及人员归属进行薪酬调整		-18.99	
销售费用小计		979.53	-473.27	506.26
管理费用	调整股份支付摊销	789.93	-18.50	1,241.15
管理费用	根据费用归属进行调整		-3.51	
管理费用	根据实际工资发放及人员归属进行薪酬调整		473.23	
管理费用小计		789.93	451.22	1,241.15
研发费用	产品销售冲研发费用	1,320.10	-181.30	1,021.41
研发费用	调整模具材料直接投入		97.22	
研发费用	对委外设计费进行调整		-116.94	
研发费用	根据费用归属进行调整		1.55	
研发费用	根据实际工资发放及人员归属进行薪酬调整		-99.22	
研发费用小计		1,320.10	-298.69	1,021.41
财务费用	调整利息收入	-247.15	-0.80	-206.29
财务费用	调整手续费		0.16	
财务费用	调整应收账款汇兑损益		-12.51	
财务费用小计		-247.15	-13.14	-260.29
信用减值损失	调整坏账准备	-7.67	-12.41	-20.08

资产减值损失	调整存货跌价准备	-5.89	-28.12	-34.01
营业外收入	调整与经营无关的收入	33.01	6.28	39.29
营业外支出	调整与经营无关的支出	10.18	4.89	15.06
所得税费用	调整坏账准备、存货跌价形成的递延所得税资产	389.98	-2.84	373.17
所得税费用	调整应交企业所得税		-13.97	
所得税费用小计		389.98	-16.81	373.17
净利润	以上事项导致累计调增 2020 年度净利润	3,109.92	-356.48	2,753.45
(3) 对现金流量表主要项目的影响				
更正的报表科目	会计差错更正的内容	2020 年度		
		更正前	调整金额	更正后
销售商品、提供劳务收到的现金	个人卡等款项影响调整	35,260.34	186.40	35,446.74
收到其他与经营活动有关的现金		802.68	9.89	812.57
购买商品、接受劳务支付的现金	应付票据保证金调整	23,764.63	5,854.44	29,619.07
支付给职工以及为职工支付的现金	个人卡等款项影响调整	2,787.94	133.53	2,921.48
支付的各项税费		334.94	-22.81	312.14
支付其他与经营活动有关的现金		1,067.92	19.00	1,086.93
经营活动产生的现金流量净额	应付票据保证金及个人卡等款项影响调整	10,950.03	-5,787.88	5,162.15
收回投资收到的现金	赎回理财产品调整	-	835.00	835.00
收到其他与投资活动有关的现金		835.00	-835.00	-
投资支付的现金	购买理财产品调整	-	450.00	450.00
支付其他与投资活动有关的现金		450.00	-450.00	-
收到其他与筹资活动有关的现金	应付票据保证金调整	7,855.88	-7,855.88	-
支付其他与筹资活动有关的现金		13,649.26	-13,649.26	-
筹资活动产生的现金流量净额		-6,317.61	5,793.38	-524.22
现金及现金等价物净增加额	货币资金受限资金调整	4,215.11	5.50	4,220.61
期初现金及现金等价物余额		998.60	-8.30	990.30
期末现金及现金等价物余额		5,213.72	-2.80	5,210.92

前期会计差错对比较期间财务报表主要数据的影响如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日和 2020 年年度			
	调整前	影响数	调整后	影响比例
资产总计	29,523.05	344.60	29,867.65	1.17%
负债合计	22,759.40	634.44	23,393.84	2.79%
未分配利润	1,866.31	-206.13	1,660.18	-11.04%
归属于母公司所有者权益合计	-6,763.65	-289.84	6,473.81	-4.29%
少数股东权益	0	0	0	0%
所有者权益合计	6,763.65	-289.84	6,473.81	-4.29%
营业收入	31,684.48	154.08	31,838.56	0.49%
净利润	3,109.92	-356.48	2,753.45	-11.46%

其中：归属于母公司所有者的净利润	-3,109.92	-356.48	2,753.45	-11.46%
少数股东损益	0	0	0	0%

2. 未来适用法

☐适用 ☒不适用

八、 发行人资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

（一） 财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

☒适用 ☐不适用

公司财务报告审计截止日为 2022 年 12 月 31 日，容诚会计师对公司 2023 年 3 月 31 日的资产负债表，2023 年 1-3 月的利润表、现金流量表，以及财务报表附注进行了审阅，并出具了《审阅报告》，财务报告审计截止日后经审阅的主要财务信息如下：

1、资产负债表主要财务数据

单位：万元

项目	2023 年 3 月 31 日	2022 年 12 月 31 日	变动幅度
资产总额	34,509.92	34,157.01	1.03%
负债总额	18,235.30	18,666.73	-2.31%
股东权益合计	16,274.62	15,490.28	5.06%

2023 年 3 月 31 日，公司资产总额和负债总额与上年末基本持平，资产负债状况总体良好，资产负债结构未发生重大变化。

2、利润表及现金流量表主要财务数据

单位：万元

项目	2023 年 1-3 月	2022 年 1-3 月	变动幅度
营业收入	6,921.22	8,364.19	-17.25%
营业利润	856.49	1,197.47	-28.48%
利润总额	859.74	1,213.45	-29.15%
净利润	770.64	1,090.95	-29.36%
扣除非经常性损益后的净利润	395.33	1,062.78	-62.80%
经营活动产生的现金流量净额	1,690.49	-223.71	855.66%

2023 年一季度，因公司主动削减贴牌产品订单、部分客户因新产品订单需等待认证尚未实现销售等原因，使得公司销售收入有所下滑，2023 年 1-3 月公司实现营业收入 6,921.22 万元，较上年同期下降 17.25%。除此之外，由于 2 号厂房投产、募投用地摊销增加以及汇率波动的影响，公司各项费用有所增加，公司净利润、扣除非经常性损益后的归属于母公司的净利润下降幅度高于收入下降幅度。2023 年 1-3 月，公司净利润 770.64 万元，同比下降 29.36%，扣除非经常性损益后的归属于母公司的净利润 395.33 万元，同比下降 62.80%。

随着经销商及零售商去库存的逐步完成，同时考虑到公司零售网络持续扩张、新产品持续推出、

品牌影响力持续扩大以及终端消费需求的恢复，公司销售将恢复增长态势。截至 2023 年 4 月末，公司在手订单金额 17,683.40 万元，较 2023 年一季度末增长 40.68%，较 2022 年末增长 108.35%，公司预计 2023 年上半年收入同比增长 1.59%至 8.67%，预计 2023 年全年收入将恢复增长态势。

3、纳入非经常性损益的主要项目和金额

单位：万元

项目	2023 年 1-3 月
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	438.30
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	3.25
非经常性损益总额	441.55
减：非经常性损益的所得税影响数	66.23
归属于公司普通股股东的非经常性损益净额	375.32

综上，财务报告审计截止日后，因公司主动削减贴牌产品订单、部分客户因新产品订单需等待认证尚未实现销售、以及折旧摊销和汇兑损失有所增加，公司业绩出现一定程度的下滑，未来随着上述因素的影响减弱，公司业绩预计将相对平稳发展。

除上述情形之外，财务报告审计截止日至招股说明书签署日之间公司经营状况良好，公司主营业务、经营模式未发生重大变化，公司董事、监事、高级管理人员保持稳定，未出现对公司经营能力产生重大不利影响的事项，也未出现其他可能影响投资者判断的重大事项。

（二） 重大期后事项

☐适用 ☒不适用

（三） 或有事项

☐适用 ☒不适用

（四） 其他重要事项

☐适用 ☒不适用

九、 滚存利润披露

☒适用 ☐不适用

根据公司 2022 年第二次临时股东大会决议，本次公开发行前滚存的未分配利润在公司股票公开发行后由新老股东按持股比例共享。

第九节 募集资金运用

一、 募集资金概况

（一）募集资金投资项目

经 2022 年 3 月 25 日召开的公司第三届董事会第六次会议及 2022 年 4 月 11 日召开的 2022 年第二次临时股东大会审议通过，公司拟申请向不特定合格投资者公开发行不超过 1,400 万股股票（含本数，不含超额配售选择权），最终发行数量由股东大会授权董事会与主承销商根据具体情况协商，并经中国证监会核准后确定。本次公开发行股票所募集的资金扣除发行费用后，将依据轻重缓急投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总金额	拟使用募集资金
1	运动摩托车智能制造项目	33,781.64	33,781.64
2	研发中心建设项目	9,300.68	9,300.68
3	补充流动资金	5,000.00	5,000.00
合计		48,082.32	48,082.32

（二）实际募集资金与项目投入所需资金存在差异的安排

本次发行募集资金到位后，若实际募集资金净额少于项目投资总额，不足部分由公司自筹资金解决。若实际募集资金净额超出项目投资总额，则公司将按照国家法律、法规及中国证券监督管理委员会和北交所的有关规定履行相应法定程序后合理使用。

若因经营需要或市场竞争等因素导致全部或部分募投项目在本次发行募集资金到位前须进行先期投入的，公司拟以自筹资金先期进行投入，待本次发行募集资金到位后，公司将以募集资金置换先期投入的自筹资金。公司股东大会授权董事会，结合监管机构的审核意见以及拟投资项目的轻重缓急，可对本次募投项目、项目投资金额和具体投资计划进行调整。

（三）募集资金管理制度

公司已制定《募集资金管理制度》，对募集资金专户存储、使用、变更、监督和责任追究等内容进行了明确规定。

公开发行股票前，公司将在商业银行开设募集资金专项账户。募集资金到位后将存放于董事会决定的专项账户集中管理，专项账户不得存放非募集资金或用作其他用途。

二、 募集资金运用情况

（一）运动摩托车智能制造项目

1、项目概况

为顺应公司发展战略，把握市场发展机遇，公司拟通过本项目建设，新建生产车间，优化现有

生产布局，并配套购置相关先进设备，形成年产 40 万辆运动摩托车的生产能力。本项目围绕适度多元化经营方针，依托公司现有业务基础，在扩大原有优势产品产能的同时，进一步丰富产品体系，加大大排量两轮越野车、UTV、道路越野摩托车以及运动摩托车电动化等方面的研发力度，不断突破相关技术难点，优化制造工艺，形成大排量、UTV、道路越野摩托车以及电动摩托车产品的产业化能力。

本项目总投资共计 33,781.64 万元，建设期为 36 个月。项目建成后，将有利于公司推动数字化生产模式转型，突破产能瓶颈，提高生产能力及生产效率，以满足自身及下游市场未来发展需求。同时，进一步丰富公司产品体系，拓宽下游市场范围，在全球居民消费不断升级、动力运动装备行业持续向好、电动摩托车快速发展的大背景下，更好的把握市场发展机遇，提高公司市场竞争力，为公司提供有力的盈利增长点，助力公司实现长期战略规划及发展目标。

2、项目实施的背景

（1）国家政策助推运动摩托车行业发展

由于运动摩托车所具有的娱乐休闲属性，对于促进国民消费升级、拉动健身休闲相关产业协同发展具有重要意义。近年来，国家高度支持相关领域发展，先后颁布多项激励政策，为行业发展提供了良好的政策环境。2016 年，国务院办公厅发布了《关于加快发展健身休闲产业的指导意见》（国办发[2016]77 号），明确提出推动汽车摩托车运动发展，提升冰雪运动、山地户外运动、水上运动、汽车摩托车运动、航空运动等器材装备制造水平。2019 年，国务院办公厅发布了《关于促进全民健身和体育消费推动体育产业高质量发展的意见》（国办发[2019]43 号），明确提出引导足球、冰雪、山地户外、水上、汽车摩托车、航空等运动项目产业合理布局，加强相关基础设施建设，鼓励各地开发一批以攀岩、皮划艇、滑雪、滑翔伞、汽车越野等为代表的户外运动项目。此外，国家还针对摩托车、全地形车颁布了《电动摩托车和电动轻便摩托车安全要求》（GB 24155-2020）、《全地形车发动机通用技术条件》（GBT 32231-2015）等有关标准和规范，进一步明确推动行业规范健康发展，在提升整体行业竞争力的同时，为行业内优质企业提供了更好的发展空间。

（2）全球全地形车市场规模不断增长，UTV 成为行业发展新动力

随着全球经济的不断发展以及各地区生活消费水平的持续提升，全地形车市场呈现持续上升态势，市场规模自 2010 年的 66.5 万辆增长至 2021 年的 101 万辆，年均复合增长率为 3.87%。未来，在全球娱乐休闲、赛事竞技文化不断发展以及全地形车产品功能日益丰富的背景下，相关产品有望受到更多消费群体的认可，全球全地形车市场预期仍将保持稳健增长，根据 Allied Market 预测，2020 年至 2027 年全球全地形车市场将以 6.7% 的年均复合增长率提升，预计在 2027 年达到 119.5 亿美元规模。

根据用途、结构不同，全地形车可主要分为 ATV 与 UTV 两类产品，其中，UTV 产品凭借良好的驾驶体验以及较强的通过性与越野性，近年来受到众多消费者的青睐，销量呈现较高增速增长。根据北极星年报数据统计，全球 UTV 产品销量由 2010 年的 24 万辆增长至 2021 年的 59.5 万辆，年复合增长率达 8.60%，高于市场平均增速，全地形车消费结构发生重要变化，ATV 产品市场逐步稳

定，UTV 成为行业未来发展的新动力。

（3）摩托车电动化进程不断提速，成为行业未来发展重要趋势之一

电动摩托车具有扭力输出大、维护成本低、绿色低碳、无噪音、易驾驶等特点，近年来伴随国家对于“绿色经济”及新能源产业发展的高度重视，节能减排、绿色环保等理念在我国持续渗透，促使摩托车电动化逐渐成为行业未来发展的重要趋势。根据相关数据显示，我国电动摩托车渗透率近年来快速提升，2016 年我国电动摩托车渗透率仅为 0.49%，到 2019 年渗透率快速提升至 11.08%，同比 2018 年增长 10.45%，2020 年持续提升至 13.44%。根据中国摩托车商会数据，2021 年我国电动摩托车产销 395.89 万辆和 394.28 万辆，同比增长 3.65%和 3.43%，未来市场空间巨大。未来，随着国家相关政策的逐步落地，同时新能源汽车发展带动“三电技术”的不断进步，电动摩托车性能、价格优势将不断显现，有望进一步加速摩托车电动化进程，市场将迎来良好发展机遇。

3、项目实施的必要性

（1）项目建设有利于扩大公司生产能力，满足日益增长的订单需求

近年来，伴随全球消费理念的不断升级，越野摩托车、全地形车等运动摩托车市场需求持续提升，推动公司相关业务快速发展。面对日益增长的市场需求，公司目前虽通过合理的订单规划、内部资源调配整合等方式保证了订单产品的交付速度与质量，但目前受制于现有生产作业面积、场地布局、生产设备数量以及设备先进程度有限等因素，生产能力仅能勉强满足公司现有订单交付需求，两轮越野摩托车、全地形车等产品产能趋于饱和状态，业务拓展受到一定限制，现有产能将不能满足公司未来发展需要。

因此，公司拟通过本项目的实施，扩大两轮及四轮运动摩托车相关产品生产规模，提高生产水平与供货能力，缓解公司产能瓶颈，满足未来业务发展需求。项目建成后将有利于公司把握下游市场发展机遇，进一步提高细分领域综合竞争实力，巩固及提升市场地位，为公司未来加大市场拓展力度，持续高质量发展奠定坚实的产能基础。

（2）本项目建设有利于丰富公司产品体系，实现公司长期发展战略及目标

公司自成立以来，始终专注于非道路越野车的自主研发、生产和销售，是国内具有较强竞争力的动力运动装备专业制造商之一，具备丰富的行业经验与技术储备，对产品定位、设计及制造工艺有着深刻理解，目前产品已覆盖多系列两轮越野摩托车和全地形车产品，形成了良好的市场基础与行业地位。

本次项目建设将围绕适度多元化经营方针，依托公司现有业务基础，在扩大原有优势产品产能的同时，进一步丰富产品体系，加大大排量两轮越野车、UTV、道路越野摩托车以及运动摩托车电动化等方面的研发力度，不断突破相关技术难点，优化制造工艺，形成大排量两轮越野车、UTV、道路越野摩托车以及运动摩托车电动化相关产品的产业化能力。项目建设符合公司发展战略，既是多年来在运动摩托车领域的研究成果转化，也是对公司产品的横向拓展，有利于公司进一步拓宽下游市场范围，在全球居民消费不断升级、动力运动装备行业持续向好、电动摩托车快速发展的大背景下，更好的把握市场发展机遇，完善业务体系，提供有力的盈利增长点，助力公司实现长期战略

规划及发展目标。

（3）本项目建设有利于优化公司现有生产布局，推进公司生产数字化转型

为顺应新一轮科技革命和产业趋势变革，着力提升产业链、供应链竞争力，打造制造业未来发展新优势，我国不断推进传统制造业转型升级、构建现代产业体系。自动化、数字化、智能化升级已成为各领域传统制造企业未来的发展共识。公司目前部分产线购置年限较早，自动化、智能化水平有待提升，部分环节对人工依赖程度较高，已不能完全适应未来公司和行业先进生产工艺的要求。因此，公司拟通过本项目建设，优化现有生产布局，配套引进相关先进生产设备及 MES、ERP、PLM 等管理系统，打造数字化生产模式，依托公司现有生产工艺与技术，实现部分环节的自动化生产，减少人为因素对产品稳定性的不利影响，同时增加各个工艺环节的连贯性，减少因工序流转造成的运输、人工成本，进一步提升公司生产效率，保障产品质量及交付稳定性，提升客户粘性与满意度。

本项目建设完成后将有利于推动公司生产数字化升级转型，进一步实现降本增效，提升公司整体竞争实力及盈利水平，促进公司的可持续发展。

4、项目实施的可行性

（1）公司丰富的技术储备将为本项目的顺利实施提供重要技术支撑

公司作为我国越野摩托领域的先行者，经历了越野摩托车行业从最初设计、研发到不断升级换代的整个发展过程，积累了雄厚的行业经验与技术储备，具备国际化先进视野，对细分领域产品有着深刻的理解与认识。公司不断进行研发创新，能够结合国内原材料和零部件水平的特点，自主确定整车设计基点和基础参数，在车架结构设计上具备突出优势。同时，凭借自身强大的技术能力与行业地位，与诸多上游零部件供应商形成独家战略合作，为上游零部件制造商提供前沿的技术理论与要求，并主导后续测试与调校，形成了牢固的纽带联系，进一步强化了公司的自身优势。

依托多年来持续的研发投入，公司在车架主体的结构设计、整车性能的调校、高效传动系统设计等方面掌握了包括“竞技 ATV 车架总成”、“成人二冲程越野摩托车车架”、“越野摩托车车轮安装结构”、“利于舒适的变杠杆比特性类行车制动操纵机构”等在内的多项核心技术，累计获得相关专利 82 项，其中发明专利 1 项，实用新型专利 36 项，外观设计专利 45 项。针对本项目所涉及的 UTV、电动运动摩托车产品，公司目前已完成部分系列的样机制作、道路测试等环节，后续伴随产业化进程的推进，相关业务规模将不断扩大。道路越野摩托车产品与公司现有技术具有高度一致性，相关技术储备丰富，能够凭借现有技术实力在完成资质取得后，顺利实现相关产品的产业化，并依托现有市场基础及销售渠道，形成良好的产品导入。公司在运动摩托车领域较强的软、硬技术实力将为本项目的顺利实施提供重要的技术支撑。

（2）公司良好的品牌声誉为项目建设提供市场保障

近年来，公司高度重视自主品牌建设及推广，凭借持续的自主研发创新、优质的产品质量和多年的业务拓展与积累，“KAYO”自有品牌市场知名度不断提升，多个产品系列已进入了欧美等国际主流品牌市场的专业门店，受到细分市场消费者的高度认可，形成了较强的品牌议价能力和渠道管理能力。目前，公司产品销售主要采取人民币定价方式及款到发货或清关前付清全款的结算方式，

降低了人民币汇率波动和信用风险。此外，公司通过建设华洋赛车培训基地、组建华洋赛车队、参与国内外专业赛事等，逐渐构建起了具有华洋特色的越野摩托车文化生态。专业优质的品牌形象使公司产品受到来自专业赛事协会和同行业的广泛认可，进一步助推 KAYO 品牌的建立和发展。

依托自身完善的技术创新体系和越野摩托车文化配套资源，公司沉淀了较强的技术实力和丰富的生产经营经验，在行业内建立了良好的市场形象和品牌知名度。公司相继获得“浙江出口名牌”、“浙江省著名商标”、“浙江省科技型企业”、“浙江省专利示范企业”等荣誉。而在同行业内，公司多次获得中国汽车摩托车运动突出贡献奖、浙江省休闲运动车行业协会赛事突出贡献奖、浙江省休闲运动车行业协会优秀会员企业等荣誉。公司华洋赛车队自成立以来，多次获得全国摩托车赛事各项组别冠军。公司产品多年来被指定为全国摩托车越野锦标赛指定竞赛用车，在我国各级赛事中的参赛保有量占据前列地位。公司在越野摩托车领域优势地位明显，良好的品牌声誉和市场竞争能力为项目顺利实施奠定了重要基础。

(3) 公司稳定的客户基础与不断完善的销售渠道为新增产能消化提供有力保障

公司产品以对外销售为主，销售模式主要采取经销模式。经过多年来在行业内的不断积累，公司目前已建立起较为成熟、完善的销售渠道，营销网络覆盖北美洲、欧洲、南美洲和大洋洲等国际市场的五十余个国家和地区，在全球范围内拥有近百个经销客户、终端销售网点千余个。凭借良好的品牌形象、优异的产品性能及质量，公司产品受到海外市场广泛认可，目前已与包括 PACIFIC RIM INT'L WEST INC、STOMP DISTRIBUTION LTD、AUTOFANTASY S.R.L、SM-MOTORS, LLC 等在内的众多优秀经销商建立了稳定的合作关系。上述该类优质客户信誉良好、业务规模较大，在当地具备一定影响力，一方面为公司产品销售提供了一定保障，另一方面与该部分优质客户的紧密合作也扩大了公司在行业及地区的影响力、进一步强化了公司品牌优势，助力公司构建良好的市场基础。

未来，随着业务的快速发展，公司将着力突出品牌优势和差异性，进一步完善国内外销售渠道布局，加大在俄罗斯、南美、“一带一路”沿线等国家及地区的市场拓展力度。同时，不断丰富营销模式与手段，构建“国内国际双循环”，利用赛事及电商平台等模式带动国内市场销售。公司稳定的客户基础与不断完善的销售渠道布局将为本次项目新增产能消化提供重要保障。

5、项目投资概算

本项目总投资 33,781.64 万元，其中土地及建筑工程投资 19,031.31 万元，硬件设备购置及安装 8,889.03 万元，基本预备费 1,285.44 元，铺底流动资金 4,575.86 万元。具体情况如下所示：

序号	工程或费用名称	投资估算（万元）	占总投资比例
1	土地购置	2,211.60	6.55%
2	建筑工程	16,819.71	49.79%
3	硬件设备购置及安装	8,889.03	26.31%
4	基本预备费	1,285.44	3.81%
5	铺底流动资金	4,575.86	13.55%
项目总投资		33,781.64	100.00%

5、项目实施进度计划

本项目建设期拟定为 36 个月。项目进度计划内容包括项目前期准备，装修工程、设备购置、安装及调试，生产线试运行、竣工验收等。具体进度如下表所示：

建设进度												
项目	T+1				T+2				T+3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
工程前期工作、厂房建设												
设备询价、订购												
设备安装、调试												
生产线试运行												
竣工验收												

注：“T+1”代表项目建设初始年，Q1、Q2、Q3、Q4 为当年第一、二、三、四季度。

6、项目用地、环评、备案情况

（1）项目用地情况

发行人募投项目“运动摩托车智能制造项目”拟选址为浙江省丽水市缙云县新碧街道三都区块 D-26 地块。截至本招股说明书签署之日，公司已取得缙云县新碧街道三都区块不动产权证书，证件编号浙（2022）缙云不动产权第 0012412 号，宗地面积 66,996.60 平方米，使用期限 50 年。

（2）项目环评及备案情况

截至本招股说明书签署之日，本项目已完成浙江省企业投资项目备案（项目代码：2206-331122-07-02-725700）。本项目已取得丽水市生态环境局出具的“丽环建缙【2022】37 号”《关于浙江华洋赛车股份有限公司运动摩托车智能制造项目环境影响报告书的审查意见》，原则同意公司实施本项目。

（二）研发中心建设项目

1、项目概况

为顺应行业技术发展趋势，进一步提升公司整体研发实力，强化核心竞争优势，公司拟通过本项目投资新建研发中心，优化研发场所布局，并配套购置发动机测功机、带排放测试仪的整车底盘测功机、高低温试验室、电机万次试验、整车振动疲劳试验台等先进的研发及检测设备，为研发人员提供更加良好、专业的研发环境。同时，通过本研发中心建设，吸纳引进行业内优秀技术人才，进一步扩充研发队伍，完善公司的技术人才培养及研发创新管理体系建设，全面提升研发团队的素质和能力，加强对产品外观、工艺、性能、电动化、智能化等方面的研发力度，加快产品设计研发速度并提高产品研发质量，进一步强化公司竞争优势，助力公司实现长期战略发展目标。本项目总投资金额共计 9,300.68 万元，拟全部通过本次公开发行股票募集资金解决，项目建设周期为 36 个月。

2、项目实施的必要性

（1）项目建设有利于顺应行业发展趋势，实现公司发展战略

伴随新能源产业的日趋成熟以及人工智能、物联网、大数据等领域的快速发展，相关新技术在运动摩托车领域不断渗透，推动运动摩托车电动化、智能化转型升级进程不断提速，逐步成为行业

内未来发展的重要趋势之一。

为顺应行业发展趋势，把握市场发展机遇，摩托车行业内企业需紧跟时代潮流，不断提升研发实力，持续对相关核心技术进行研发与创新，推动有价值的科技成果实现有效转化，提升技术先进性。因此，公司拟通过本项目建设，新建研发中心，并配套购置先进的实验及检测设备，优化研发实验室建设，为研发人员提供更加良好、专业的实验环境。同时，通过先进的研发平台以及完善的研发体系，吸引、培养更多核心技术人才，扩充研发队伍，加大对电动化、智能化等市场新兴技术的研发力度，巩固公司行业技术地位，进一步扩充公司产品品类，打造更具市场竞争力的优势产品，助力公司实现长期发展战略。

（2）项目建设有利于公司持续保持技术优势，加速产品迭代和新领域的拓展

近年来，在全球居民消费水平不断提升、消费理念不断转变以及对休闲娱乐运动追求不断升级的背景下，消费者对于运动摩托车产品需求呈现出多元化、个性化、高端化发展趋势，外观设计更加时尚、运动性能及安全舒适性更强、具备更高科技含量、更加节能环保的整车产品逐步受到更多消费者的青睐，这将对企业自主研发创新、技术工艺、生产效率及质量的把控等方面能力提出更高要求。因此，为顺应市场发展趋势，满足用户日益丰富的产品需求，公司有必要不断提升综合研发实力，加强对前沿技术的研发，促进产品升级迭代的同时，加快新产品的开发进程，以技术为导向形成公司产品优势，进一步完善、丰富公司产品体系，更好的把握未来市场发展机遇。本项目建成后，公司将进一步增强产品核心技术优势，巩固和强化公司行业地位，提升公司持续盈利能力。

（3）项目实施有利于强化研发团队建设，改善研发环境，保障公司可持续发展

公司所处运动摩托车行业技术难度高、产品细分系列多、升级迭代速度快，行业经营特点与发展模式决定了研发创新、人才引进等方面均需要大量的资金投入。目前公司有一支富有经验的技术人员组成的研发团队，对行业产品及技术发展有独到的见解，为企业技术创新及将科技成果转化为生产力提供了良好的条件。未来，随着公司业务的不扩张，公司需要进一步扩大研发团队建设规模，引进高素质人才，以推动公司研发能力不断提升。因此，公司拟通过本项目建设为研发人员提供更加良好、专业的研发环境，不断提高公司研发效率，持续优化不同的研发平台，使得研究范围更广、更深入。

本项目的建设有利于充分整合研发资源，通过研发人才的引进与研发中心基础设施的建设使得研发实力显著提高，进一步提升公司的市场竞争力和行业影响力，为公司未来持续稳定发展奠定坚实的基础。

3、项目实施的可行性

（1）国家及地方政策大力支持科技创新，为项目建设创造良好的条件

科技创新作为第一生产力，是企业实现可持续发展的关键。近年来，国家出台了一系列政策鼓励企业科技创新。2019年8月，科技部制定了《关于新时期支持科技型中小企业加快创新发展的若干政策措施》，培育壮大科技型中小企业主体规模、提升科技型中小企业创新能力为主要着力点，引导科技型中小企业加大研发投入，完善技术创新体系，增强以科技创新为核心的企业竞争力。2020年3月，科技部发布《关于推进国家技术创新中心建设的总体方案（暂行）》，要求健全以企业为

主体、产学研深度融合的技术创新体系，完善促进科技成果转化与产业化的体制机制。2020 年 11 月，中共中央发布《国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》，强化企业创新主体地位，促进各类创新要素向企业集聚。推进产学研深度融合，支持企业牵头组建创新联合体，承担国家重大科技项目，鼓励企业加大研发投入，支持创新型中小微企业成长为创新重要发源地。

此外，浙江省相关部门先后颁布《浙江省促进科技成果转化条例》、《关于加强技术创新中心体系建设的实施意见》、《关于加强高校院所科技成果转化的实施意见》、《浙江省技术创新中心建设工作指引（征求意见稿）》等在内多项地方政策大力支持企业进行科技创新。公司本次研发中心建设项目旨在为公司产品及技术创新奠定基础，符合国家及地方政策导向，政策支持为项目建设创造了良好条件。

（2）公司持续的研发投入及丰富的技术储备与项目经验为项目建设提供保障

公司始终坚持“产品领先，工艺制胜”的研发宗旨，高度重视技术创新与技术积累，在运动摩托车领域持续进行研发投入和技术拓展，持续增强公司的自主创新能力。2020-2022 年研发投入分别为 1,021.41 万元、2,352.38 万元以及 1,625.00 万元，占当期营业收入占比均超过 3%，持续、稳定、大额的研发投入，不仅稳固了公司的行业地位，也为公司积累了充足的技术储备。公司历经多年技术沉淀，在运动摩托车领域形成了一定的技术领先优势，在车架主体的结构设计、整车性能的调校、高效传动系统设计等方面掌握了多项核心技术，累计获得相关专利 82 项，其中发明专利 1 项，实用新型专利 36 项，外观设计专利 45 项，还有 20 余项专利正在申请中。此外，公司作为我国运动休闲摩托车的先行者、中国运动摩托车的代表品牌，先后参与了《全地形车防盗装置》（GB/T 34622-2017）、《摩托车和轻便摩托车用电线束总成》（QC/T 417-2021）、《小排量内燃机式全地形车》（T/ZZB 1808-2020）等多项国家标准、行业标准的制定与修订工作，受到行业内企业高度认可，引领行业技术发展。本项目是在现有业务开展过程中技术基础上的进一步深化研究，公司持续的研发投入和丰富的技术储备及项目经验为本项目的顺利实施提供保障。

（3）公司优秀的人员团队及成熟的研发管理体系为项目建设奠定基础

越野摩托车相较于普通民用摩托车技术要求更为独特，具有较高的技术难度，对于研发人员的专业能力及行业经验也有着更高的要求。公司自成立以来始终高度重视人才培养和研发团队的建设，通过自主培养与外部优秀人才引进，不断扩大核心技术团队实力，经过长时间的国内外测试数据和研发经验积累，公司建立了一支以戴继刚为带头人的高水平专业研发队伍，具备深厚的专业技术背景和丰富的研发项目经验，能够根据行业技术发展趋势和市场需求，高效地制订符合公司实际的发展战略和研发方向，对运动摩托车的性能、品质以及产品定位等有着精准的把控。公司研发团队整体成熟且稳定，为整个项目的运行提供了强大的技术人才支撑。

同时，公司还根据自身研发创新活动，制定了完善的研发管理制度，打造跨系统的项目组织架构，项目成立之初，即组建与项目匹配的项目人员团队，涵盖研发、质量、生产、采购、销售、财务、项目管理等各系统，确保所有相关领域与项目同步。此外，公司制定了涵盖整个项目全生命周

期的完善项目开发流程，明确项目开发的节点以及各节点的输入输出文件，以项目流程为依托，制定了《设计开发控制程序》、《研发项目考核管理制度》、《科技人员绩效考核奖励制度》、《科技成果转化奖励制度》等一系列制度文件，保障了研发项目工作的顺利开展。综上所述，公司优秀稳定的研发团队及成熟的研发管理体系将为本项目顺利实施奠定重要基础。

4、项目投资概算

本项目总投资 9,300.68 万元，其中研发及测试场地建设 2,072.19 万元，软硬件设备投资 4,827.51 万元，基本预备费 344.98 万元，产品开发支出 2,056.00 万元。具体情况如下所示：

序号	工程或费用名称	投资估算（万元）	占总投资比例
1	研发及测试场地建设	2,072.19	22.28%
2	软硬件设备投资	4,827.51	51.90%
3	基本预备费	344.98	3.71%
4	产品开发支出	2,056.00	22.11%
项目总投资		9,300.68	100.00%

5、项目实施进度安排

本项目建设实施拟在 36 个月内完成。项目进度计划内容包括项目前期准备、装修工程、软硬件设备购置、设备安装及调试、研发人员招聘及培训、试运行等。具体进度如下表所示：

建设进度												
项目	T+1				T+2				T+3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
工程前期工作、工程建设												
设备询价、订购												
设备安装、调试												
研发人员招聘及培训												
相关产品技术研发												

注：“T+1”代表项目建设初始年，Q1、Q2、Q3、Q4 为当年第一、二、三、四季度。

6、项目用地、环评、备案情况

（1）项目用地情况

发行人募投项目“研发中心建设项目”拟选址为浙江省丽水市缙云县新碧街道三都区块 D-26 地块。截至本招股说明书签署之日，公司已取得缙云县新碧街道三都区块不动产权证书，证件编号浙（2022）缙云不动产权第 0012412 号，宗地面积 66,996.60 平方米，使用期限 50 年。

（2）项目环评及备案情况

截至本招股说明书签署之日，本项目已完成浙江省企业投资项目备案（项目代码：2206-331122-07-02-863854）。根据《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021 年版）》等规定，本项目不涉及废水、废气及危废的排放，无需编制环境影响报告书、环境影响报告表，也无需填报环境影响登记表。

（三）补充流动资金

公司综合考虑了行业发展趋势、发行人自身状况以及战略发展规划等多方面因素，拟使用

5,000.00 万元募集资金用于补充流动资金，以保障发行人日常生产经营，增强发行人市场竞争能力。合理性及必要性如下：

（1）优化公司资本结构，提高抗风险能力

报告期内，公司资产负债率分别为 78.33%、74.10%以及 54.65%，整体资产负债率较高。本次公开发行募集资金补充相应流动资金后，有利于调整优化公司资产负债结构，减轻公司债务负担，进一步改善公司财务状况，提高公司的抗风险能力。

（2）缓解生产经营压力，保障公司可持续发展

公司作为民营中小企业，融资渠道较少。目前，公司与主营业务相关的营运资金主要依靠自有资金及部分银行贷款，主要用于购买生产所需的原材料、支付技术人员与生产人员工资等以保障日常运营的需要，公司资金较为紧张。且随着公司募投项目的实施，未来两年内资本性支出较大，预计将有大量内部自有资金用于购建固定资产，会占用大量的流动资金。本次补充流动资金项目有利于缓解未来公司日常生产经营面临的资金压力，保证公司未来稳定的持续盈利。

综上所述，随着未来发行人产能的逐步提高、研发投入持续开展、业务规模和人员数量的不断扩大，发行人对日常运营资金的需求将持续增加，充足的营运资金有助于发行人实现战略规划，更好地抵御市场风险。

本次募集资金用于补充流动资金后，将有利于改善发行人财务结构，提高发行人资产质量。募集资金到位后，发行人将根据自身业务发展的需要，适时将营运资金投放于日常经营活动中，主要用于包括物料采购、支付员工薪酬、日常生产经营所需等，提升发行人盈利能力。本项目的实施将进一步增强发行人竞争优势并为后续发展提供资金保障。

三、 历次募集资金基本情况

（一）报告期内募集资金的基本情况

公司于 2020 年 2 月 18 日向全国中小企业股份转让系统有限责任公司报送了定向发行申请文件，在取得全国股转公司出具的《关于对浙江华洋赛车股份有限公司股票定向发行无异议的函》（股转系统函[2020]457 号）后，公司根据规定办理本次定向发行相关事宜。本次定向发行以 3.50 元/股的价格向时任公司董事戴继刚、戴鹏、陈钧、任宇等 4 人合计发行 2,890,788 股，募集资金总额为 10,117,758.00 元，用以补充公司流动资金。本次发行已由上会会计师事务所（特殊普通合伙）验资完成，并出具了上会师报字〔2020〕第 1604 号验资报告。

（二）报告期内募集资金的使用情况

2022 年 4 月 15 日，容诚会计师事务所（特殊普通合伙）出具了《前次募集资金鉴证报告》（容诚专字[2022]518Z0169 号），公司前次定向发行募集资金已按照计划使用完毕。

四、 其他事项

截至本招股说明书签署日，发行人不存在需披露的其他事项。

第十节 其他重要事项

一、 尚未盈利企业

报告期内，公司净利润分别为 2,753.45 万元、8,987.63 万元以及 6,612.71 万元；扣除非经常性损益后净利润分别为 2,563.22 万元、8,712.32 万元以及 5,441.95 万元。报告期内公司持续盈利，公司不属于尚未盈利企业，最近一期末亦不存在未弥补亏损。

二、 对外担保事项

☐适用 ☒不适用

三、 可能产生重大影响的诉讼、仲裁事项

☐适用 ☒不适用

四、 控股股东、实际控制人重大违法行为

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人不存在重大违法违规行。

五、 董事、监事、高级管理人员重大违法行为

截至本招股说明书签署日，公司的董事、监事、高级管理人员不存在重大违法违规行。

六、 其他事项

截至本招股说明书签署日，除上述事项外，公司不存在其他对公司产生重大影响的重要事项。

第十一节 投资者保护

一、投资者关系安排

公司按照《公司法》、《证券法》、《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等有关法律法规的规定，制定了上市后适用的《公司章程（草案）》、《信息披露管理制度》以及《投资者关系管理制度》，保障投资者依法享有获取公司信息、参与重大决策和享有资产收益等股东权利，切实保护投资者合法权益。

（一）信息披露制度和流程

公司《信息披露管理制度》对信息披露的基本原则、内容范围、监督及管理、披露程序、内部管理、保密措施、财务管理和会计核算的内部控制及监督机制等方面作了具体约定。明确了公司管理人员在信息披露和投资者关系管理中的责任和义务，有助于加强公司与投资者之间的信息沟通，提升规范运作和公司治理水平，切实保护投资者的合法权益。同时建立了信息披露的保密措施及责任追究机制等。信息披露制度的构建，有助于提升公司规范运作和公司治理水平，切实保护投资者的合法权益。

（二）投资者沟通渠道的建立情况

公司已经根据《公司法》、《证券法》及中国证监会、北京证券交易所的相关要求制订了《投资者关系管理制度》，以增加公司信息披露透明度，改善公司治理，切实保护投资者利益。公司可以通过公告、股东大会、年度报告说明会、一对一沟通、邮寄资料、电话咨询、广告、媒体、报刊或其他宣传材料、路演、现场参观、投资者见面会、公司网站等方式进行投资者关系管理的活动。

公司应尽可能通过多种方式与投资者及时、深入和广泛地沟通，并应特别注意使用互联网络提高沟通的效率，降低沟通的成本。公司召开股东大会的，应当提供网络投票方式。

（三）未来开展投资者关系管理的规划

公司未来开展投资者关系管理的基本原则包括：（1）充分披露信息原则；（2）合规披露信息原则；（3）投资者机会均等原则；（4）公平、公正、公开原则；（5）高效原则；（6）互动沟通原则。

为进一步加强与投资者之间的信息沟通，切实保护投资者合法权益，公司将持续完善《公司章程（草案）》、《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》等投资者保护制度，建立有效、及时的投资者沟通机制，充分保障投资者的知情权及其他合法权益。

二、本次发行上市后的股利分配政策和决策程序

根据公司 2022 年 3 月 25 日第三届董事会第六次会议和 2022 年 4 月 11 日公司 2022 年第二次

临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》和《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年股东分红回报规划》，公司发行上市后的主要股利分配政策如下：

（一）股东回报规划制定考虑因素

公司股东分红回报规划应当着眼于公司长远的可持续发展，综合考虑公司实际经营情况、未来发展目标、股东意愿和要求、社会融资成本和外部融资环境等因素，建立对投资者持续、稳定、科学的回报机制，从而对股利分配做出制度性安排，以保证公司股利分配政策的连续性和稳定性。

（二）股东分红回报规划制定原则

公司股东分红回报规划制定应充分考虑和听取公司股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见，实行积极、持续、稳定的利润分配政策，坚持优先现金方式分配利润的基本原则。

现金分红的条件：公司当年实现盈利、且弥补以前年度亏损和依法提取公积金后，累计未分配利润为正值；现金流可以满足公司正常经营和持续发展的需求；审计机构对公司的该年度财务报告出具无保留意见的审计报告，公司应当采取现金方式分配利润。

在满足现金分红条件、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 10%。公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

公司发放分红时，应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照《公司章程》规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

1、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

2、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

3、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。重大资金支出指：公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 30%，且绝对金额超过 3,000 万元。

（三）公司向不特定合格投资者公开发行并在北交所上市后三年分红回报具体计划

公司每年根据实际盈利水平、现金流量状况、未来发展资金需求情况等因素，制定相应的现金股利分配方案，在依法提取公积金后，根据《公司章程》和本规划对利润分配的规定进行分红。

在确保足额现金股利分配的前提下，考虑股东意愿和要求，公司可以另行增加股票股利分配和资本公积金转增。公司在每个会计年度结束后，由公司董事会提出分红预案，并交付股东大会表决。

公司接受所有股东、独立董事、监事和公众投资者对公司分红的建议和监督。

（四）公司未分配利润的使用计划

公司留存未分配利润主要用于补充营运资金以及对外投资、收购资产、购买设备等重大投资及现金支出，以逐步扩大公司生产经营规模，促进公司业务快速发展和经营业绩持续增长，有计划有步骤地实现公司未来的发展目标，为公司股东提供更多回报。

（五）股东回报规划制定周期和相关决策机制

公司至少每三年重新审议一次股东分红回报三年规划，公司董事会应根据股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见对公司正在实施的股利分配政策作出适当且必要的修改，确定该段时间的股东回报计划，并提交股东大会表决。

公司董事会应结合具体经营情况，充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、发展阶段及当期资金需求，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见制定分红方案，并经股东大会表决通过后实施。

三、本次发行前后股利分配政策的差异情况

本次发行前后，公司的股利分配政策不存在重大变化。

四、本次发行前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序

经公司 2022 年第二次临时股东大会及第三届董事会第六次会议审议，公司本次发行前的滚存未分配利润，由本次发行后的新老股东按其持股比例共同享有。

五、股东投票机制的建立情况

根据上市后适用的《公司章程（草案）》、《股东大会议事规则》等相关规定，公司将通过建立和完善累积投票制度、中小投资者单独计票机制、股东大会网络投票机制、征集投票权等各项制度安排，保障投资者尤其是中小投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等事项的权利。

（一）累积投票制度

根据《公司章程（草案）》的规定，公司在选举非由职工代表担任的董事、监事时实行累积投票制。董事会应当在召开股东大会通知中，表明该次董事或监事选举采用累积投票制。股东大会选举董事时，独立董事和非独立董事的表决应当分别进行。累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。董事会应当向股东公告候选董事、监事的简历和基本情况。

（二）中小投资者单独计票机制

根据《公司章程（草案）》的规定，公司建立了中小投资者单独计票机制。股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

（三）网络投票制

根据《公司章程（草案）》的规定，公司召开股东大会的地点为公司住所地或股东大会会议通知中指明的其他地点。股东大会设置会场，以现场会议形式召开。现场会议时间、地点的选择应当便于股东参加。公司还将提供网络投票的方式为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。股东大会应当给予每个提案合理的讨论时间。

（四）征集投票权

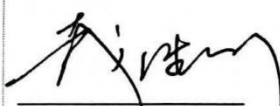
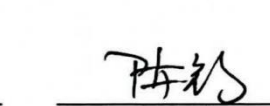
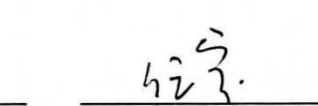
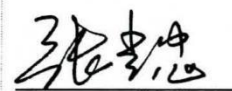
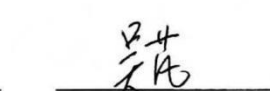
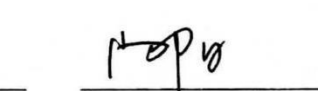
根据《公司章程（草案）》的规定，公司董事会、独立董事、持有 1%以上有表决权股份的股东或者依照法律、行政法规或者中国证监会的规定设立的投资者保护机构可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息，且不得以有偿或者变相有偿的方式进行。除法定条件外，公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

第十二节 声明与承诺

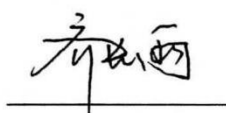
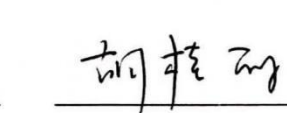
一、 发行人全体董事、监事、高级管理人员承诺

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

全体董事签名：

 戴继刚	 戴 鹏	 陈 钧	 任 宇
 张堂忠	 刘 欣	 吴 芑	 尚 阳

全体监事签名：

 齐长雨	 余同春	 胡桂丽

全体高级管理人员签名：

 戴 鹏	 任 宇	 张堂忠	 陈 钧



二、 发行人控股股东声明

本公司或本人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

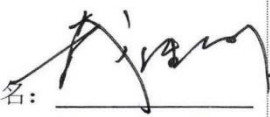
控股股东签名: 

戴继刚



三、 发行人实际控制人声明

本公司或本人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

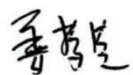
实际控制人签名: 
戴继刚



四、 保荐人（主承销商）声明

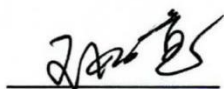
本公司已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

项目协办人：

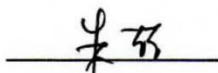


姜梦芝

保荐代表人：

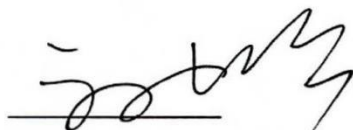


王如意



朱 喆

法定代表人：



刘秋明



保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读浙江华洋赛车股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

保荐机构董事长签名：


赵 陵



保荐机构（主承销商）总裁声明

本人已认真阅读浙江华洋赛车股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

保荐机构总裁签名：


刘秋明



五、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

经办律师：

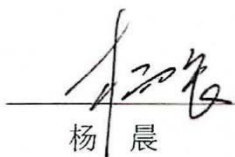


王 成



刘胤宏

律师事务所负责人：



杨 晨



六、 承担审计业务的会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、盈利预测审核报告（如有）、内部控制鉴证报告、发行人前次募集资金使用情况的报告（如有）及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、盈利预测审核报告（如有）、内部控制鉴证报告、发行人前次募集资金使用情况的报告（如有）及经本所鉴证的非经常性损益明细表内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：

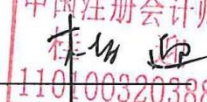

肖厚发



签字注册会计师：


中国注册会计师
110100300019

史少翔


中国注册会计师
110100320388

桂迎


中国注册会计师
110100320659

李超



七、 承担评估业务的资产评估机构声明

☐适用 ☒不适用

八、 其他声明

☐适用 ☒不适用

第十三节 备查文件

一、备查文件目录

- （一）发行保荐书；
- （二）上市保荐书；
- （三）法律意见书；
- （四）财务报告及审计报告；
- （五）公司章程（草案）
- （六）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行相关的承诺事项；
- （七）内部控制鉴证报告；
- （八）经注册会计师鉴证的发行人前次募集资金使用情况报告；
- （九）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- （十）其他与本次发行有关的重要文件。

二、备查文件查阅时间

查阅时间：发行承销期间每个工作日上午 9:00-11:00；下午：14:00-17:00。

三、备查文件查阅地点

- （一）发行人：浙江华洋赛车股份有限公司

办公地址：浙江省丽水市缙云县新碧街道碧园路 139 号

联系人：任宇

联系电话：0578-3068866

传真：0578-3068855

- （二）保荐机构（主承销商）：光大证券股份有限公司

办公地址：上海市静安区新闻路 1508 弄

联系人：王如意、朱喆

联系电话：021-22169999

传真：021-22169284

四、招股说明书的查阅网址

北交所指定信息披露平台：www.bse.cn