

上海安师傅汽车服务股份有限公司关于 2023 年
年报问询函的回复

上海安师傅汽车服务股份有限公司（证券简称：安师傅，证券代码：837085，以下简称“公司”）于 2024 年 8 月 9 日收悉全国股转公司挂牌公司管理一部下发的《关于对上海安师傅汽车服务股份有限公司的年报问询函》（公司一部年报问询函【2024】第 296 号，以下简称《年报问询函》），现对该《年报问询函》相关问题情况回复说明如下：

1、关于经营业绩

2023 年你公司营业收入 379,402,059.40 元，同比增长 150.30%，你公司解释主要系“报告期内公司拓展新城市业务，业务量增长所致”；2023 年营业成本 364,168,639.95 元，同比增长 182.97%，你公司解释主要系“报告期内公司为稳定拓展新城市业务，司机运营成本随营业收入的上升而增加所致”。2023 年，你公司毛利率为 4.02%，同比下降 11.08 个百分点。

你公司 2021 年至 2023 年营业收入分别为 139,334,137.42 元、151,580,813.57 元、379,402,059.40 元，净利润分别为 18,661,042.69 元、-15,981,341.24 元、-18,495,241.97 元。

请你公司：

(1) 单独列示本期新增城市业务的开拓情况，包括但不限于客户获取、营业收入、营业成本、毛利率、净利润等情况，并结合你公司收入确认政策，说明相关收入是否均已取得收入确认凭证；

【回复】：

公司自 2022 年下半年起重点布局城市覆盖，至 2022 年底已累计开通 29 个城市，至 2023 年底城市覆盖数量达到 50 个，2022 年及 2023 年公司的新增注册用户数分别为 78 万人和 382 万人。

2023 年度公司营业收入 379,402,059.40 元，较上年同期增长 227,821,245.83 元，增长 150.30%；营业成本 364,168,639.95 元，较上年同期增长 235,472,637.24 元，增长 182.97%；公司为保证新增市场的司机服务资

源充足及快速获取用户，公司在新进入市场时降低了服务价格，制定了适合当地的价格策略以及针对新司机的激励政策，为应对市场竞争，公司优化了服务模式并扩充了获客渠道，针对新进市场的司机招募的政策激励和对获客渠道的投入使得新增城市的运营成本大幅上升，远超过营业收入的增长速度，导致公司 2023 年度毛利为 15,233,419.45 元，较上年同期减少了 7,651,391.41 元，减少了 33.43%；毛利率为 4.02%，较上年同期下降 11.08%；同时，新增城市运营人员、房租以及研发人员的相应增加，期间费用较上年同期增加投入 1,026,931.21 元，使得公司营业利润较上年同期亏损增加 9,926,402.08 元，净利润为 -18,495,241.97 元。

具体原因如下：

1、2023 年度新增城市的营业收入为 170,322,027.91 元，营业成本为 207,339,714.51 元，毛利率为-21.73%；销售费用 7,976,326.16 元；管理费用 10,018,814.56 元，营业利润为-55,012,827.32 元，净利润为-48,264,596.46 元。

2023 年度新增城市的营业收入较 2022 年度增加 158,734,449.49 元，增长 1,369.87%，增长额占 2022 年营业收入的 104.72%；营业成本较 2022 年度增加 189,988,185.62 元，增长 1,094.94%，增长额占 2022 年营业成本的 147.63%；

2、2023 年度存量城市的营业收入为 209,080,031.49 元，营业成本为 156,828,925.44 元，毛利率为 24.99%，税金及附加为 310,158.63 元，销售费用为 2,735,939.56 元，管理费用为 12,426,462.29 元，研发费用为 7,505,405.83 元，财务费用为 556,398.97 元，其他收益为 1,474,858.91 元，投资收益为 204,713.89 元，信用减值损失为-511,274.07 元，资产处置损益为 56,637.17 元，营业利润为 29,941,676.67 元，营业外收入为 221,496.06 元，营业外支出为 393,818.24 元，净利润为 29,769,354.49 元。

2023 年存量城市的营业收入较 2022 年度增加 69,086,796.34 元，增长 49.35%，增长额占 2022 年度营业收入的 45.58%；其中①2023 年度存量市场的代驾信息服务的营业收入为 170,739,347.00 元，较 2022 年度增长 60,744,920.48 元，增长 55.23%，增长额占 2022 年营业收入的 40.07%；②2023 年度代年检业务受宏观政策（公安部 2022 年 9 月发布《关于深化机动车检验制度改革优化车

检服务工作的意见》，原非营运小客车自注册登记之日起第 6 年、第 8 年、第 10 年进行安全技术检验，改为仅第 6 年、第 10 年需要。）的影响营业收入为 22,304,427.34 元，较 2022 年度减少 7,694,381.29 元，减少 25.65%，减少额占 2022 年度营业收入的-5.08%；③2023 年度取送车业务较 2022 年度营业收入增长 6,534,031.75 元，增长了 100.00%，增长额占 2022 年度营业收入的 4.31%；④2023 年度其他业务收入较 2022 年度增加 9,502,225.40 元，增长了 100.00%，增长额占 2022 年营业收入的 6.27%；

2023 年度存量城市的营业成本较 2022 年度增长 45,484,451.62 元，增长 40.85%，增长额占 2022 年度营业成本的 35.34%；其中①2023 年度代驾信息服务的营业成本为 127,683,383.44 元，较 2022 年度增长 40,994,187.16 元，增长 47.29%，增长额占 2022 年度营业成本的 31.85%；②2023 年度代年检业务营业成本为 19,771,168.06 元，较 2022 年度减少 4,884,109.48 元，减少 19.81%，减少额占 2022 年度营业成本的 3.80%；③2023 年度取送车业务营业成本为 5,925,926.24 元，较 2022 年度增长 5,925,926.24 元，增长 100.00%，增长额占 2022 年度营业成本的 4.60%；④2023 年度其他业务成本为 3,448,447.69 元，较 2022 年度增长 3,448,447.69 元，增长 100.00%，增长额占 2022 年度营业成本的 2.68%。

公司的主营业务是汽车后市场司机服务 O2O 平台的运营，公司通过移动互联网方式和 LBS 等技术手段帮助车主对接到代驾人员，借助司机群体向车主提供代驾、代年检、取送车等完整的司机服务解决方案。平台在接收到需求订单后，根据在公司平台注册的代驾司机上线时设置接单范围，适配代驾司机。

公司普通用户通过平台预约代驾，代年检，取送车服务时，平台在接收到需求订单后，根据在公司平台注册的代驾司机上线时设置接单范围，适配代驾司机，在代驾司机服务订单完成时，公司根据市场的定价标准，当场在计费系统显示结算价格，普通用户需要根据显示的结算价格通过支付宝、微信等支付方式完成线上支付，结算费用信息会自动发送至公司的信息系统，支付金额也发送至公司收单账户，同时公司结算系统会根据与司机师傅约定订单结算规则结算给司机相应的报酬；对于预充值用户，在代驾司机完成服务订单后，结算费用会自动从预充值客户扣除相应结算金额，并发送至公司的后台信息系统，公司结算系统会根据

与司机师傅约定订单结算规则结算给司机相应的报酬到司机在平台注册的账户中，由司机按照平台约定的提现规则进行提现，通过平台合作的灵活用工服务商完成发放，并取得相应的成本发票。公司普通用户线上支付流水和预充值客户产生的订单结算金额，均在订单完成时取得相应的收入确认的流水凭证，安师傅公司有交易价格的主导权，代表本企业为用户提供服务，并提供相应的发票；平台代驾司机没有选择用户的权利，需要按照上线设定的接单范围完成公司推送的订单，取得相应的报酬，因此安师傅在提供服务时属于主营责任方，均已按照收入准则确认收入，并在订单完成时取得了收入确认的依据。

公司与第三方公司（比如保险公司、汽车主机厂公司）合作，向其客户提供代驾服务、代年检、取送车服务等。第三方公司向其客户提供预约代驾服务的方式，在其客户进行预约代驾服务、代年检、取送车时，服务信息会通过第三方平台传送至公司信息平台，进而通知平台上注册上线司机向客户提供服务。在代驾司机服务订单完成时，公司根据与司机师傅约定订单结算规则结算给司机相应的报酬到司机在平台注册的账户中，由司机按照平台约定的提现规则进行提现，通过平台合作的灵活用工服务商完成发放，并取得相应的成本发票，随后公司按照与第三方公司约定账期进行对账、开票以及款项的催收。安师傅公司有与第三方公司约定合作交易价格的主导权，代表本企业为第三方企业的客户提供服务，并提供相应的发票；平台代驾司机没有选择用户的权利，需要按照上线设定的接单范围完成公司推送的订单，取得相应的报酬，因此安师傅在提供服务时属于主营责任方，均已按照收入确认政策确认收入，并在服务完成时且双方完成对账取得了收入确认的依据。

(2) 详细说明主营业务单位成本的具体构成，与往年是否存在较大差异，结合其中变动较大项目的具体变动原因说明营业成本大幅增长的原因及合理性，并说明你公司毛利率水平及变化趋势是否与同行业可比公司平均水平一致；

【回复】：

公司 2022 年度主营业务成本的构成主要由代驾信息服务成本和代年检服务成本构成，2023 年度新增了取送车业务成本和司机运营物料成本。

2023 年度主营业务成本为 364,168,639.95 元，较 2022 年度增加

235,472,637.24元，增长182.97%；与2022年度主营业务成本构成上并未发生较大差异，主要变动的差异情况如下：

1、2023年代驾信息服务的主营业务成本为335,023,097.95元，较2022年度增加230,982,372.78元，增长了222.01%，增长额占2022年度主营业务成本的179.48%；其中①2023年度新增城市的主营业务成本为207,339,714.51元，较2022年度增长189,988,185.62元，增长1094.94%，增长额占2022年度主营业务成本的147.63%；②2023年存量城市的主营业务成本为127,683,383.44元，较2022年度增长40,994,187.16元，增长了47.29%，增长额占2022年度主营业务成本的31.85%。

2、2023年度代年检服务的主营业务成本为19,771,168.06元，较2022年度减少4,884,109.48元，减少19.81%，减少额占2022年营业成本的3.80%；

3、2023年度取送车服务的主营业务成本为5,925,926.24元，较2022年度增长5,925,926.24元，增长100.00%，增长额占2022年度营业成本的4.60%；

4、2023年度其他业务主营成本为3,448,447.69元，较2022年度增长100.00%，增长额占2022年度营业成本的2.68%。

公司2023年代驾信息服务业务的主营业务成本变动较大的主要原因是一方面公司为了快速获取用户，2023年度与支付宝，腾讯，平安好车主、车妈妈等平台方以引流的方式达成合作，进一步推动了营业收入增长的同时，长期上的平台引流服务成本，导致了公司的营业成本相应上涨；一方面公司为保证新增市场的司机服务资源充足，为了更好的为平台的引流客户提供服务，促进平台引流合作的稳定性，针对新增城市制定了适合当地司机激励政策，使得新增城市的运营成本大幅上升；公司为了稳固新增市场的发展，在进入新增城市因降低服务价格，营业收入的增长速度低于运营成本的增长速度，导致公司2023年度毛利为15,233,419.45元，较上年同期减少了7,651,391.41元，减少了33.43%；毛利率为4.02%，较上年同期下降11.08%。

公司整体毛利水平与行业内可比公司接近，可比公司目前皆为非公众公司，无公开数据可查，从市场渠道了解，各家公司的司机的收益比例接近。

(3) 结合你公司发展经营战略、市场形势、供应商与客户变化等情况，说明你公司营业收入保持增长但净利润持续下降且近两年净利润为负的原因及合理性，对你公司持续经营的影响，并说明已采取和拟采取的改善措施及效果。

【回复】：

公司 2022 年度净利润为-15,981,341.24 元，较上年减少 34,642,383.93 元，下降 185.64%，下降主要原因系 2022 年受疫情影响，公司主要收入贡献区域上海 3 月下旬至 5 月底风控，业务收入贡献基本为零，而风控期间当地人员薪资成本未有减少。同时，2022 年度全国多地疫情反复，令公司的正常业务经营受到严重影响，直至 2022 年 12 月疫情全面放开，业务又在全国范围内的大面积感染中遭遇一个多月的停滞。尽快实现全国覆盖是公司 2021 年既定的整体发展战略，2022 年公司新开设了成都、深圳、长沙等 24 个直营分支机构，新开地市带来了的运营成本及营销成本的大幅增加，从而导致了净利润的下降。具体原因如下：①2022 年度营业收入较上期增加 12,246,676.15 元，增加比例 8.79%，增幅较少；②2022 年度营业成本较上年同期增加 30,410,422.89 元，增加比例为 30.94%；③2022 年度销售费用较上年同期增加 5,980,357.69 元，增加比例 50.82%；④2022 年度管理费用较上期增加 9,195,551.13 元，增加比例 106.70%；⑤2022 年度研发费用较上期增加 1,398,918.46 元，增加比例 48.40%；⑥2022 年度营业外收入较上年同期减少 268,633.26 元，减少比例 28.12%；⑦2022 年度营业外支出较上期增加 1,328,420.89 元，增加比例为 1379.07%。

2023 年公司的营业收入取得了显著增长，主要得益于公司市场份额的扩大、产品服务的提升以及市场推广策略的有效实施。公司的城市覆盖从 2022 年的 29 个城市扩大至 2023 年的 50 个，新的城市新的业务来源，直接带动了公司整体营业收入的提升。根据市场的需求，公司在不断优化原有产品和服务的同时，也推出了新的服务产品，成功的与比亚迪、吉利、上汽、蔚来等国内知名汽车主机厂企业开展取送车业务的合作并实现了业务落地，公司原有的保司增值业务也在多个新的省份或城市落地，上述新增对公业务合作也促进了 2023 年度营业收入的大幅增长；公司为了稳固新增市场的发展，2023 年度与支付宝，腾讯，平安好车主、车妈妈等平台方以引流的方式达成合作，大幅提升了客户资源的获取速度，进一步推动了营业收入增长。同时，为了更好的为平台的引流客户提供服务，促

进平台引流合作的稳定性，公司阶段性针对新增市场的运力实施了相应的激励政策，短期内司机运营成本大幅度增长。长期上，平台引流客户资源均有相应的平台引流服务成本，导致了公司的营业成本也相应上涨，拉低了公司整体的盈利水平。公司后续也会致力于通过优质的服务将引流客户转化为平台自身客户，将整体盈利水平再拉回来。由于新开市场的业务发展初期，市场运力的保障需要大力的投入运营成本，导致公司 2022 年度整体运营成本的增加远大于营业收入的增长，使得公司 2023 年度的利润下降及亏损也不可避免。上述两年营收及利润情况均符合公司当年的经营预期。

安师傅自 2017 年至 2021 年持续 5 年盈利且连续 6 年净利润持续增长，至 2023 年连续 8 年保持收入持续增长。虽 2022 年度和 2023 年度分别受疫情和市场拓展的影响导致公司净利润连续两年亏损，但 2022 年度存量城市的营业收入为 139,993,235.15 元，营业成本为 111,344,473.82 元，毛利为 28,648,761.33 元，毛利率为 20.46%，营业利润为 6,058,385.63 元，净利润为 5,959,784.57 元；2023 年存量城市的营业收入为 209,080,031.49 元，营业成本为 156,828,925.44 元，毛利为 52,251,106.05 元，毛利率为 24.99%，净利润为 29,769,354.49 元。上述数据充分证明了公司的可持续经营能力和盈利能力。

结合公司下一阶段战略发展规划，将持续稳固新市场的发展，优化产品服务，随着公司业务收入规模快速增长，将科学合理进行市场投入，逐步收缩市场费用。

经过 2022、2023 两年的市场铺垫，2024 年上半年公司已实现扭亏为盈，2024 年下半年公司将进一步提升盈利水平，进入全国性稳步健康发展的新阶段。

2023 年至 2022 年数据对比

科目名称	2023 年				2022 年				2023 年与 2022 年对比							
	新增城市	存量城市	合并	合计	新增城市	存量城市	合并	合计	新增城市增 长额占 22 年 比	存量城市增 减额	存量城市增 减额	存量城市 变动 比例	存量城市 增长额占 22 年比	合并增减 额	合并增减 变动比例	合并增 长额占 22 年比
代驾信息服务业务收入	170,322,027.91	170,739,347.00	341,061,374.91	121,562,004.94	11,587,578.42	109,994,426.52	158,734,449.49	1369.87%	104.72%	-7,694,381.29	60,744,920.48	55.23%	40.07%	219,479,369.97	180.52%	144.79%
代驾检服务业务收入		22,304,427.34	22,304,427.34	29,998,808.63		29,998,808.63	0.00	0.00%	0.00%	0.00	-7,694,381.29	-25.65%	-5.08%	-7,694,381.29	-25.65%	-5.08%
取送车服务业务收入		6,534,031.75	6,534,031.75	0.00			0.00	0.00%	0.00%	0.00	6,534,031.75	100.00%	4.31%	6,534,031.75	100.00%	4.31%
其他业务收入		9,502,225.40	9,502,225.40	0.00			0.00	0.00%	0.00%	0.00	9,502,225.40	100.00%	6.27%	9,502,225.40	100.00%	6.27%
收入合计	170,322,027.91	209,080,031.49	379,402,059.40	151,540,815.57	11,587,578.42	139,993,235.15	158,734,449.49	1369.87%	104.72%	158,734,449.49	151,540,815.57	49.35%	45.58%	227,821,246.83	150.30%	150.30%
代驾信息服务业务成本	207,339,714.51	127,683,383.44	335,023,097.95	104,040,725.17	17,351,528.89	86,069,196.28	189,988,185.62	1094.94%	147.63%	40,964,187.16	40,964,187.16	47.29%	31.85%	230,982,372.78	222.01%	179.48%
代驾检服务业务成本		19,771,168.06	19,771,168.06	24,655,277.54		24,655,277.54	0.00	0.00%	0.00%	-4,884,109.48	-4,884,109.48	-19.81%	-3.80%	-4,884,109.48	-19.81%	-3.80%
取送车服务业务成本		5,925,926.24	5,925,926.24	0.00			0.00	0.00%	0.00%	5,925,926.24	5,925,926.24	100.00%	4.60%	5,925,926.24	100.00%	4.60%
其他业务成本		3,448,447.69	3,448,447.69	0.00			0.00	0.00%	0.00%	3,448,447.69	3,448,447.69	100.00%	2.68%	3,448,447.69	100.00%	2.68%
成本合计	207,339,714.51	156,828,925.44	364,168,639.95	128,696,002.71	17,351,528.89	111,344,473.82	189,988,185.62	1094.94%	147.63%	45,464,451.62	45,464,451.62	40.85%	35.34%	235,472,637.24	182.97%	182.97%
毛利	-37,017,686.60	52,251,106.05	15,233,419.45	22,864,810.86	-5,763,950.47	28,648,761.33	-31,253,736.13	-136.57%	-136.57%	23,802,344.72	23,802,344.72	103.14%	103.14%	-7,651,391.41	-33.43%	-33.43%

科目名称	2023年				2022年				2023年与2022年对比								
	新增城市	存量城市	合并	合计	新增城市	存量城市	合并	合计	新增城市增 长额占22年 长额占比	新增城市增 额	新增城市 变动比例	新增城市增 长额占22年 长额占比	存量城市增 额	存量城市 变动比例	存量城市 增长额占 22年比	合并增减 变动比例	合并增 长额占 22年比
毛利率	-21.73%	24.99%	4.02%		-49.74%	20.46%	15.10%			28.01%			4.53%				-11.08%
税金及附加		310,158.63	310,158.63			315,638.35	315,638.35		0.00	0.00	0.00%		-5,479.72	-1.74%	-1.74%		-1.74%
销售费用	7,976,326.16	2,735,939.55	10,712,265.72		11,692,710.72	6,055,350.70	17,748,061.42		-3,716,384.56	-31.78%	-20.94%		-3,319,411.14	-54.82%	-18.70%		-39.64%
管理费用	10,018,814.56	12,425,462.29	22,445,276.85		4,494,464.62	13,328,891.22	17,813,355.84		5,534,349.94	123.41%	31.07%		-902,428.93	-6.77%	-5.07%		26.00%
研发费用		7,505,405.83	7,505,405.83			4,289,407.26	4,289,407.26		0.00	0.00%	0.00%		3,215,998.57	74.98%	74.96%		74.96%
财务费用		556,398.97	556,398.97			341,591.64	341,591.64		0.00	0.00%	0.00%		214,807.33	62.88%	62.88%		62.88%
其他收益		1,474,858.91	1,474,858.91			2,821,256.36	2,821,256.36		0.00	0.00%	0.00%		-1,346,397.45	-47.72%	-47.72%		-47.72%
投资收益		204,713.89	204,713.89				0.00		0.00	0.00%	0.00%		204,713.89	100.00%	100.00%		100.00%
信用减值损失		-511,274.07	-511,274.07			-342,761.28	-342,761.28		0.00	0.00%	0.00%		-168,512.79	49.16%	49.16%		49.16%
资产处置损益		56,637.17	56,637.17				0.00		0.00	0.00%	0.00%		56,637.17	100.00%	100.00%		100.00%
营业利润	-55,012,827.32	29,941,676.67	-25,071,150.65		-21,941,125.81	6,796,377.24	-15,144,748.57		-33,071,701.51	150.73%	218.37%		23,145,298.43	340.55%	-152.83%		9,926,402.08
营业外收入		221,466.06	221,466.06			686,756.59	686,756.59		0.00	0.00%	0.00%		-465,260.53	-67.75%	-67.75%		-67.75%

科目名称	2023 年				2022 年			2023 年与 2022 年对比									
	新增城市	存量城市	合并	合计	新增城市	存量城市	合并	新增城市增 长额占 22 年 比	新增城市增 减 额	新增城市 变动比例	新增城市增 长额占 22 年 比	存量城市增 减 额	存量城市增 减比例	存量城市 增长额占 22 年比	合并增 减 额	合并增 减 变动比例	合并增 减 额占 22 年比
营业外支出		383,818.24	383,818.24	383,818.24		1,424,748.20	1,424,748.20	0.00%	0.00	0.00%	0.00%	-1,030,929.96	-72.36%	-72.36%	-1,030,929.96	-72.36%	
利润总额	-55,012,827.32	29,769,354.49	-25,243,472.83	-25,243,472.83	-21,941,125.81	6,058,385.63	-15,882,740.18	206.22%	-33,071,701.51	150.73%	206.22%	23,710,968.86	391.37%	-146.29%	-9,360,732.65	58.94%	
所得税	-6,748,230.86		-6,748,230.86	-6,748,230.86		98,601.06	98,601.06	-6843.97%	-6,748,230.86	100.00%	-6843.97%	-98,601.06	-100.00%	-100.00%	-6,846,831.92	-6943.97%	
净利润	-48,264,596.46	29,769,354.49	-18,495,241.97	-18,495,241.97	-21,941,125.81	5,959,784.57	-15,981,341.24	-164.71%	-26,323,470.65		-164.71%	23,809,569.92		148.96%	-2,513,900.73	15.73%	

2、关于销售费用

你公司 2023 年度销售费用为 10,712,265.72 元,同比下降 39.64%,占收入比重为 2.82%,其中广告宣传费 2,151,163.04 元,同比下降 53.68%,市场业务推广费 7,825,541.30 元,同比下降 37.21%。

请你公司说明本期广告宣传费、业务推广费的具体内容,本期大幅下降的具体原因,并说明销售费用与营业收入反向变动的原因及合理性,是否与开拓新城市业务的发展状况相匹配,你公司销售费用率水平是否与同行业可比公司存在较大差异及差异原因。

【回复】:

2023 年度广告宣传费、业务推广费的具体内容,本期大幅下降的具体原因如下:

公司 2023 年度广告宣传费 2,151,163.04 元,较上年同期下降 53.68%,具体内容主要变动原因系①2023 年度短视频广告 197,456.00 元,较上年同期减少 1,881,737.88 元,减少 90.50%;②2023 年度车库灯箱广告 290,024.29 元,较上年同期减少 374,163.27 元,减少 56.33%;③2023 年度大巴车广告较上年同期减少 513,207.54 元,减少 100.00%;④2023 年度电台广告 949,351.01 元,较上年同期增加 456,147.12 元,增加 92.49%;⑤2023 年度的士屏广告 462,268.35 元,较上年同期增加 349,060.80 元,增加 308.34%;⑥2023 年度参展广告 2,093.20 元,较上年同期减少 297,223.51 元,减少 99.30%;⑦2023 年度腾讯广告 94,339.60 元,较上年同期增加 18,867.90 元,增加 25.00%;⑧2023 年度地推广告 105,927.62 元,较上年同期减少 114,602.05 元,减少 51.97%;⑨2023 年度百度广告 20,000.00 元,与去年同期持平;⑩2023 年度网络媒体推广 0.00 元,较去年同期减少 4,245.28 元,减少 100.00%;⑪2023 年度公众号广告 29,702.97 元,较去年同期增加 29,702.97 元,增加 100.00%。

公司 2023 年市场业务推广费 7,825,541.30 元,较上年同期下降 37.21%。具体内容主要变动原因系①2023 年度公司在用户侧的补贴 7,388,172.23 元,较去年同期减少 4,176,097.25 元,减少 36.11%;②2023 年度物料推广及制作费 437,369.07 元,较去年同期减少 461,629.95 元,减少 51.35%。

2023-2022 销售费用分析

项目	2023 年年报数据	2022 年年报数据	变动额	变动比例
广告宣传费	2,151,163.04	4,644,450.53	-2,493,287.49	-53.68%
市场推广费	7,825,541.30	12,463,268.50	-4,637,727.20	-37.21%
其他	735,561.38	640,342.39	95,218.99	14.87%
合计	10,712,265.72	17,748,061.42	-7,035,795.70	-39.64%

其中：广告宣传费

项目	2023	2022	变动额	变动比例
短视频广告	197,456.00	2,079,193.88	-1,881,737.88	-90.50%
车库灯箱广告	290,024.29	664,187.56	-374,163.27	-56.33%
大巴车广告	-	513,207.54	-513,207.54	-100.00%
电台广告	949,351.01	493,203.89	456,147.12	92.49%
的士屏广告	462,268.35	113,207.55	349,060.80	308.34%
参展广告	2,093.20	299,316.71	-297,223.51	-99.30%
腾讯广告	94,339.60	75,471.70	18,867.90	25.00%
地推广告	105,927.62	220,529.67	-114,602.05	-51.97%
户外 LED 广告	-	161,886.75	-161,886.75	-100.00%
百度广告	20,000.00	20,000.00	-	0.00%
网络媒体推广	-	4,245.28	-4,245.28	-100.00%
公众号广告	29,702.97	-	29,702.97	100.00%
合计	2,151,163.04	4,644,450.53	-2,493,287.49	-53.68%

其中：市场推广费

项目	2023	2022	变动额	变动比例
用户侧优惠补贴	7,388,172.23	11,564,269.48	-4,176,097.25	-36.11%
用户侧物料推广及制作费	437,369.07	898,999.02	-461,629.95	-51.35%
合计	7,825,541.30	12,463,268.50	-4,637,727.20	-37.21%

2023 年度公司的销售费用与营业收入反向变动的原因及合理性如下：

公司 2023 年度销售费用为 10,712,265.72 元,同比下降 39.64%,其中 2023 年度新增城市的销售费用为 7,976,326.16 元,存量城市的销售费用为 2,735,939.56 元。下降的主要原因如下：

(1)公司根据市场情况,在用户侧的市场推广中逐步减少优惠补贴的策略,科学合理的减少市场推广费用,2023 年度在用户侧的市场推广费用为 7,825,541.30 元,较上年同期减少 4,637,727.20 元,减少了 37.21%,其中 2023 年度存量城市用户侧的市场推广费用 2,053,076.45 元,较上年同期减少了

4,002,274.25元,减少了66.09%,减少额占2022年度销售费用的22.55%;2023年度新增城市用户侧的市场推广费用5,772,464.85元,较上年同期减少了635,452.95元,减少了9.92%,减少额占2022年度销售费用的3.58%。

(2)公司在广告宣传费方面实行一城一策的策略,科学性的选择适合的城市进行广告投入,2023年度在广告宣传投入2,151,163.04元,较上年同期减少2,493,287.49元,减少53.68%,其中2023年度新增城市的广告宣传费1,667,876.93元,较上年同期减少2,976,573.60元,减少64.09%,减少额占2022年度销售费用的16.77%;2023年度存量城市的销售费用较上年同期减少3,319,411.14元;减少54.82%,减少额占2022年度销售费用的18.70%,减少的主要原因系①2023年度存量城市的广告宣传费483,286.11元,较上年同期增加100.00%,增加额占2022年度销售费用的2.72%。

降本增效是公司长期追求的经营目标,在不同的发展阶段,基于不同的宏观环境,公司会适时、及时的调整经营策略。公司为了更高效的获取市场份额,增加公司的营业收入,2023年度公司大力度缩减了传统广告宣传方面的支出,在市场业务推广方面也大幅度的减了用户侧的优惠补贴政策,主要在新增城市中通过与支付宝,腾讯,平安好车主、车妈妈等平台方以引流的方式达成合作,获取客户资源。同时,为了更好的服务平台引流客户,促进平台引流合作的稳定性,阶段性对新增市场的运力上做了相应的激励政策,短期内司机运营成本大幅度增长,长期上,平台引流客户资源均有相应的平台引流服务成本,导致了公司的营业成本也相应上涨。另外,公司为了快速加强品牌传播和知名度,在新增城市中通过海量司机资源实行地面推广的形式获取了大量客户订单。加上2023年公司保司和主机厂对公业务及平台引流业务量增长迅速,所以公司在当期销售费用降低的情况下仍实现了营业收入大幅度增,使得公司的销售费用与营业收入成反向变动。

公司同行业目前皆为非公众公司,销售费用率水平无公开数据可查,根据市场情况的了解,同行业之间获取客户资源的渠道不同,市场推广的策略和当期战略差异也较大。公司目前获取客户的资源一方面来自于企业客户如:平安保险、中国人保、太平洋保险等保司机构,以及比亚迪、吉利、上汽、蔚来等国内知名汽车主机厂;一方面来源于支付宝,腾讯,平安好车主、车妈妈等平台方以引流

客户；其他则来自于公司面向广大 toC 用户群体的广告营销、司机地面推广等渠道。同行业之间的销售费用率水平也会存在一定的差异。

上海安师傅汽车服务股份有限公司

2024 年 8 月 22 日

