证券代码：603129　　证券简称：春风动力

浙江春风动力股份有限公司

ZHEJIANG CFMOTO POWER CO.,LTD.

（浙江省杭州市临平区临平经济开发区五洲路 116 号）

关于公司向不特定对象发行可转换公司债券募集资金使用可行性分析报告

二〇二五年四月

一、本次募集资金运用计划

本次向不特定对象发行可转换公司债券拟募集资金总额不超过人民币250,000.00万元（含本数），扣除发行费用后募集资金净额将用于投资以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟使用募集资金金额
1	年产300万台套摩托车、电动车及核心部件研产配套新建项目	350,000.00	178,000.00
2	营销网络建设项目	90,000.00	45,000.00
3	信息化系统升级建设项目	12,000.00	12,000.00
4	补充流动资金项目	15,000.00	15,000.00
合计		467,000.00	250,000.00

在不改变本次募集资金拟投资项目的前提下，公司董事会或董事会授权人士可根据项目的进度、资金需求等实际情况，对相应募集资金投资项目的投入顺序和具体金额进行适当调整。

若扣除发行费用后的实际募集资金净额低于拟投入募集资金额，则不足部分由公司自筹解决。本次发行募集资金到位之前，公司将根据项目进度的实际情况以自有资金或其它方式筹集的资金先行投入，并在募集资金到位之后按照法律法规规定的程序予以置换。

二、本次募集资金投资项目的实施背景

（一）国家产业政策支持

1、国家产业政策支持行业规范、健康发展

国家发改委发布的《产业结构调整指导目录（2024年本）》，积极倡导以“推动制造业高端化、智能化、绿色化”为首要政策导向，以智能制造为主攻方向，推动产业技术变革和优化升级，加快推广应用智能制造新技术，推动制造业产业模式转变。其中，旅游装备设备以及休闲、登山、滑雪、潜水、探险等各类户外活动用品开发与营销服务等旅游相关产业，及体育竞赛表演活动、体育健身休闲活动均被国家列为鼓励类产业。

国家发展改革委等五部门联合发布的《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》（发改就业〔2024〕840 号）提出打造“商旅文体融合”消费空间，鼓励国货“潮品”消费，构建新消费品牌，打造中国消费名品方阵，重点品牌带头建设国际品牌，办好中国品牌日活动。该政策将有利于构建和培育新消费场景。

工信部等五部门发布的《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》（工信部联消费[2022]68 号）将“轻量化、网联化、智能化的电动自行车”列为“升级创新产品制造工程”，成为构建高质量供给体系的重要组成部分。

2、电动两轮新国标和以旧换新政策红利叠加，行业需求扩容空间广阔

为贯彻落实商务部等 14 部门《推动消费品以旧换新行动方案》等要求，2024 年 8 月，商务部等五部门办公厅（室）印发《推动电动自行车以旧换新实施方案》的通知，在全国范围内推动电动自行车以旧换新，通过财政支持大力推动老旧车辆退出市场，提升电动自行车各环节安全水平，释放电动自行车行业巨大的更新换代需求。

2024 年 12 月，工业和信息化部等五部门联合修订的《电动自行车安全技术规范》（GB17761—2024）正式发布，该标准将于 2025 年 9 月 1 日起正式实施。新标准明确规定自 2025 年 12 月 1 日起，所有在售电动自行车产品必须完全符合新标准要求。此次政策调整显著提高了行业准入门槛，将有力推动电动两轮车产业迈向高质量发展新阶段。

（二）电动两轮车需求持续高企，成为城市交通的重要支撑

电动两轮车作为新一代城市短途出行工具，正在快速改变中国城市交通的运行结构。凭借绿色环保、成本低廉、出行灵活等优势，电动两轮车早已突破基础代步工具的边界，成为连接居民生活、商业配送和城市末端物流的重要交通节点。根据中商产业研究院数据，截至 2023 年底，我国电动两轮车社会保有量已超过 4.25 亿台，市场规模庞大，渗透率持续提升。2024 年，国内销量达到 4,950 万辆，城市居民对其依赖度持续增强，特别是在二线及以下城市和郊区，电动两轮车更成为不可或缺的生活基础设施。

同时，伴随新消费场景不断拓展，电动两轮车正在嵌入即时配送、同城电商、社区零售等新兴业态生态之中。此外，电动两轮车也成为城市绿色交通体系中的

关键一环，有效缓解城市拥堵、降低交通碳排放，为国家“双碳”战略目标提供了现实路径支撑。在政策引导和市场自发需求的双重推动下，电动两轮车已不再是“低端交通工具”的代名词，而是快速向城市出行基础设施角色转型。

（三）摩托车“娱乐化”消费驱动市场繁荣，两轮出行活力持续释放

从整体产业结构看，中国摩托车产业正沿着电动化、智能化、品牌化等方向转型升级，展现出强大的发展韧性和潜力。2024 年 1-12 月，全行业完成燃油摩托车产销 1,656.45 万辆和 1,645.62 万辆，同比增长 13.86%和 12.99%。同时，我国燃油摩托车行业正经历从“工具属性”向“娱乐属性”的深度转型，市场活力显著增强。以 250cc 以上为代表的中大排量燃油摩托车成为核心增长引擎，2024 年销量突破 75 万辆，同比增长超 40%，远超行业平均水平，展现出强劲的市场增长潜力。

随着消费升级浪潮的推进，摩托车技术迭代的步伐不断加快，国内自主品牌依托自主研发能力，在发动机热效率、轻量化材料应用、智能电控系统等领域实现突破，逐步打破国际品牌在高端市场的垄断地位。与此同时，行业集中度持续提升，头部企业通过差异化产品矩阵、赛事文化营销及用户生态建设，抢占年轻消费者市场，形成“技术+品牌”双轮驱动的竞争壁垒。随着“娱乐化出行”理念深入人心，摩托车已不仅是交通工具，更成为生活方式符号，为行业长期高质量发展奠定坚实基础。

（四）现有业务行业领先，顺应行业发展趋势推进智能化改造、优化产能布局

春风动力通过全地形车全球化深耕、摩托车中大排量差异化竞争、电动车智能化破局，构建了多元化的产品矩阵与市场布局。其中，在全地形车领域，公司是国内全地形车（ATV/UTV/SSV）出口龙头，常年稳居中国品牌全地形车出口额第一；在摩托车领域，公司打造了以运动性能为核心、兼具竞技属性和休闲功能的高端产品矩阵，在 2024 年国内大于 200CC 的跨骑摩托车市场中，公司销量位居行业第一，龙头地位稳固；在电动两轮车领域，极核电动依托公司雄厚的研发实力和前瞻性产业布局，正快速崛起成为行业新锐力量，展现出显著的成长性与市场竞争力，2024 年极核电动销量首次突破 10 万辆，销售增速迅猛。

在品牌矩阵上，CFMOTO 作为专业动力运动装备的国际化品牌，代表了春风动力在传统燃油动力领域的深厚积累与全球化影响力，强调技术可靠性和专业运动基因；极核 ZEEHO 作为电动化与智能化的潮流先锋代表，则承载了电动化转型的使命，以智能科技和潮流文化为核心，重新定义年轻用户的出行体验。两者共同覆盖了从经典机械到未来科技的多元需求和从运动玩乐到通勤出行的丰富场景。

得益于上述领先优势，近年来公司业务规模保持了快速发展，近三年营业收入分别为 113.78 亿元、121.10 亿元和 150.38 亿元，复合增长率达 14.96%。

为深度契合全球客户需求并贯彻公司全球化发展战略，公司已在杭州、重庆、株洲、泰国、墨西哥等战略要地建设现代化制造基地，构建了“全球布局、区域联动”的产业链协同体系，各生产基地配备国际一流水准的生产设施，形成了完善的智能制造基础设施体系。但随着公司经营规模的持续扩张，公司产能利用率日趋饱和，尤其是极核电动业务呈指数级增长，现有生产能力已难以满足市场对高端、智能电动两轮车的旺盛需求。为顺应行业高端化、智能化发展趋势，公司亟需通过全面智能化改造、优化产能布局来提升生产效率。通过引入先进的数字化设备与智能制造系统，对生产流程进行重构，实现从零部件制造到整车装配的全流程智能化管理；同时，科学规划产能布局，整合生产资源，促进四轮车与两轮车业务协同发展，以更高的生产效率、更优的产品品质，在行业深度变革中抢占先机，全面提升智能制造水平，巩固市场竞争优势。

三、本次募集资金投资项目的具体情况

（一）年产 300 万台套摩托车、电动车及核心部件研产配套新建项目

1、项目概述

在全球产业竞争格局加速重构的战略背景下，公司正以前瞻性布局构建“四轮+两轮”的双轮驱动产业体系。当前，依托杭州、重庆等核心两轮车生产基地，公司已形成覆盖燃油摩托车、新能源电动车的全品类产品矩阵，在研发创新、品牌建设及市场拓展方面构筑起显著的竞争优势，持续巩固国内外市场领先地位。

为顺应行业发展趋势，公司计划投资建设“年产 300 万台套摩托车、电动车及核心部件研产配套新建项目”。项目选址浙江省桐乡市，将围绕电动两轮车和摩托车整车制造以及关键零部件的自主研发与配套生产，全力打造高标准智能化工厂。其中，本项目的主要产能将用于电动两轮车的产能扩张，同时部分产能用于中大排量摩托车的产能扩张。

面向未来，桐乡项目将作为公司两轮车产业战略升级的核心支点，逐步承接杭州基地的两轮车生产制造职能，与杭州、重庆等基地形成功能互补、协同发展的产业新格局。该项目作为公司未来两轮车产业发展的核心基地，承担着至关重要的战略使命。一方面，它是公司拓展电动两轮车业务版图的关键布局，公司将以此为依托，进一步加大在电动两轮车领域的产业布局和拓展力度，推出更多满足不同消费群体需求的产品，提升在电动两轮车领域的市场份额，强化品牌影响力。另一方面，在摩托车业务上，项目将助力公司巩固在中大排量、高性能摩托车市场的优势地位，丰富产品矩阵，提升产品附加值和竞争力。

通过多地联动的生产基地战略分工，公司将实现资源的优化配置与高效利用，进一步提升供应链韧性与产业竞争力，为两轮车业务的全球化战略实施与高端化转型升级注入强劲动力，助力公司在全球动力装备市场竞争中抢占战略制高点。

2、项目必要性分析

（1）满足快速增长的城市出行市场需求，提升产品供给能力

在城市生活节奏不断加快的当下，电动两轮车和摩托车凭借其灵活便捷的特点，广泛应用于日常通勤及休闲玩乐等多个领域，成为城市出行不可或缺的一部分。消费者对电动两轮车和摩托车的要求也越来越高，不仅关注基本出行功能，更对产品的性能、智能化体验、外观设计等方面提出了更高期望。

2024 年，公司在两轮车领域展现出了强劲的增长动能。燃油摩托车板块践行“双循环”战略，全年销量 28.65 万辆，实现营收 60.37 亿元，同比增长 37.14%；与此同时新能源赛道更呈现爆发式增长，极核电动销量突破 10.60 万辆，销售收入 3.97 亿元，同比增长 414.15%。然而，面对市场需求的持续井喷，公司现有产能逐渐难以满足市场需求，导致交付周期延长。本项目作为公司未来两轮车产业发展的重要基地，项目的实施将实现整车与部件的生产能力扩张，这不仅能够有

效缓解产能不足的问题，大幅缩短交付周期，还能提升市场响应速度与产品迭代能力，更好地满足市场对高品质电动两轮车的需求，进一步巩固公司在电动两轮车市场的竞争地位。同时，随着中大排量摩托车市场的热度持续攀升，公司同样需要扩大产能，以满足市场对中大排量、高性能摩托车的需求，巩固在摩托车市场的优势地位。本项目的实施，不仅是当下市场竞争的需要，更是为公司未来发展创造更广阔空间的关键布局，有助于公司在两轮车市场实现全方位、多层次的发展，增强整体竞争力。

（2）积极响应“两化融合”政策导向，打造智能绿色制造新标杆

近年来，国家高度重视制造业的高质量发展，大力倡导以“数字化、绿色化”为核心推进技术改造与转型升级。桐乡市作为制造业强市，积极响应国家政策，全面推进“两化”融合，鼓励企业通过实施高水平的数字化与绿色化改造，创建未来工厂、绿色工厂等标杆项目，推动本地制造业向智能化方向迈进。

公司本次投资建设的项目紧密贴合这一政策导向，将引入智能焊接、全自动注塑、电控装配等一系列自动化设备，同时配备高效环保除尘与废气处理系统，构建一个节能、清洁且可追溯的智能制造体系。这不仅顺应了“两化”改造的发展趋势，还有望成为制造业转型升级的重要示范项目，为行业的可持续发展提供借鉴。公司通过本项目的实施，打造智能绿色制造新标杆，有助于提升公司品牌形象，增强在行业内的影响力，吸引更多优质资源，为公司未来在两轮车产业及相关领域的拓展奠定坚实基础，打开更广阔的发展空间。

（3）完善产品矩阵，增强市场竞争力

随着消费者对个性化、智能化和高性能产品的需求不断增长，电动两轮车和摩托车市场正加速向智能化、高端化方向发展。公司立足两轮车产业，在稳固传统燃油摩托车市场优势的同时，积极布局新能源赛道，通过技术研发与产品创新构建差异化竞争优势，形成覆盖燃油、电动多品类的产品矩阵，实现产业发展的战略升级。

本项目规划建设年产 300 万台套的现代化生产基地，将成为公司深化两轮车业务布局的重要战略支点。依托规模化制造优势，公司将精准匹配不同消费群体需求，持续推出高附加值产品，推动在两轮车市场的份额提升。同时，凭借深厚

的技术积累，公司将在中大排量摩托车与高端电动车领域持续发力，通过优化产品结构、强化智能科技应用，进一步提升产品矩阵的市场竞争力与品牌溢价能力。

3、项目可行性分析

（1）顺应产业发展趋势，符合国家政策导向，具备良好政策基础

近年来，在国家全力推动制造业向高质量、智能化、绿色化迈进的大背景下，一系列政策相继出台，包括《“十四五”制造业高质量发展规划》、《智能制造发展规划》等国家级政策。同时国家围绕电动两轮车安全、产业发展、消费刺激等方面，密集出台了一系列政策标准。2024 年底，新版《电动自行车安全技术规范》重磅发布，大幅抬高了行业准入门槛，有力推动产业朝着高质量方向转型升级。与此同时，以旧换新政策将电动两轮车列为重点扶持品类，叠加车辆 5-6 年的平均使用寿命，首批市场保有量集中进入更新周期，释放出庞大且持续稳定的替换需求，为项目开展营造了极为有利的市场环境，带来了前所未有的发展机遇。

公司始终紧跟国家政策导向，坚定不移地提升智能制造水平，持续加大核心技术研发投入。2024 年，公司研发投入 10.26 亿元，占营业收入的 6.82%，同比增长 11.00%，新增发明专利 40 项、实用新型专利 290 项。公司在技术创新领域的持续深耕与丰硕成果，使其在行业内始终占据领先地位。本项目的实施，是公司积极响应国家产业转型升级号召的有力举措，有助于构建自主可控、安全高效的电动两轮车及摩托车全流程制造体系，高度契合政策导向与行业发展大势，能够充分借助政策东风，为项目顺利推进创造良好的外部条件。

（2）市场需求旺盛，细分领域龙头地位突出，为项目实施提供广阔空间

公司早在 2019 年已将电动产品作为公司重点推动的产品系列组合之一。自 2020 年创立极核品牌以来，公司便深度布局电动两轮车领域，不断推陈出新。AE8、AE6、AE2、AE4 等系列新品相继问世，凭借时尚动感的外观设计、卓越不凡的性能表现以及前沿智能的配置，全方位满足了不同消费者的个性化需求，在激烈的市场竞争中脱颖而出，占据了一席之地。极核电动通过持续不断的新品推出与产品升级，成功构建了从高端电摩到高端电自的完善产品矩阵，在市场上形成了强大的品牌影响力。

在电动与摩托车出行市场双双呈现快速增长态势的当下，市场对公司产品的需求与日俱增，这对公司的制造能力与产能保障提出了更高要求。本项目的建设，将显著增强公司的产品供给能力，提升生产柔性与交付效率。通过引入国际先进的生产设备和智能化管理系统，能够实现生产运作的高效化、精准化，快速响应市场需求变化，灵活调整生产计划，生产出更多满足市场多样化、个性化需求的优质产品，进一步巩固公司在电动两轮车和摩托车市场的领先地位，为公司实现高质量、可持续发展提供强有力的支撑。

（3）经验积累深厚，技术体系完备，具备强大实施能力

公司多年来专注于摩托车和电动车的研发与制造，在长期的发展历程中，构建了一套涵盖发动机研发、整车设计、整合调校、品质控制、售后服务等全环节的完备产业体系，积累了丰富且宝贵的产品开发与制造经验。特别是在电控系统、车辆轻量化结构、水冷大排量动力系统等关键技术领域，公司拥有深厚的技术沉淀与多项自主知识产权。这些核心技术优势，不仅确保了产品的高性能、高可靠性，更为新产品的研发和生产提供了坚实的技术保障。

与此同时，公司始终将研发体系建设置于战略高度，汇聚了一支由整车、动力、电子控制、智能互联等多领域专业人才组成的高素质技术团队。公司通过自主创新、产学研协同研发、技术引进与消化吸收再创新等多种创新模式，持续推动技术升级与产品创新，成功构建了涵盖新能源三电、整车及发动机的正向研发体系。在原创造型、三电系统、整车平台、电气及智能化控制、发动机等关键领域，形成了行业领先的自主创新能力。

在生产制造方面，公司作为国家工信部认定的智能制造示范企业，已具备成熟先进的智能制造能力。公司通过引入国际领先的自动化生产设备和前沿的工业互联网技术，实现了生产过程的“自动化”与“智能化”，构建了完善高效的工业互联网和生产制造物联网体系。本项目将充分依托公司现有的智能制造优势、完备的研发体系以及成熟稳定的供应链协作机制，高效推进新产能建设与工艺升级。从项目规划、设备采购安装，到生产流程优化、质量控制等各个关键环节，都能够充分整合利用公司的现有资源和丰富经验，有力保障项目顺利实施、达产达效，为公司持续高质量发展注入强劲动力。

4、项目实施主体、建设地点

项目实施主体是浙江极核智能装备有限公司，建设地点为浙江省桐乡市。

5、投资概算

本项目建设期为 2 年，投资总额为 350,000.00 万元，其中拟使用募集资金 178,000.00 万元。

6、项目经济效益

经过可行性论证，该项目具有良好的经济效益。项目达产后，能够为公司带来持续的现金流入。

7、立项、环保等报批事项

本项目涉及的项目备案已完成，环评等其他审批手续正在办理中，预计不存在障碍。

（二）营销网络建设项目

1、项目概述

在竞争激烈的市场中，营销网络作为公司连接品牌用户的关键桥梁，其布局与运营的优劣对公司的市场表现和业务发展起着关键性作用。公司凭借“技术立企、稳健经营、长期主义”的理念，在全地形车、摩托车及电动两轮车领域取得了显著成就。然而，随着市场需求的不断增长和行业竞争的日益加剧，现有的店面数量已难以满足公司动力运动业务的进一步扩张，特别是极核电动车业务呈现出指数级增长的形势，使得现有店面数量的局限性更加凸显。为了更好地抓住市场机遇，提升极核电动车的市场占有率和品牌影响力，公司决定实施营销网络建设项目。该项目聚焦于构建多层次、多方位的销售与服务网络，包括中心店、空间店、旗舰店等。通过优化极核电动车网点布局，提升服务质量，加强品牌推广，进一步挖掘市场潜力，提高网点覆盖率，为电动车业务的持续增长提供有力支撑。

2、项目必要性分析

（1）电动车市场增长迅猛，现有渠道亟待扩充

电动两轮车市场空间极为广阔，为企业的发展提供了诸多机遇与可能，但在这一背景下，电动两轮车行业的竞争也日趋白热化。极核电动车在这激烈的市场竞争中脱颖而出，凭借其独特的产品优势和精准的市场定位，迅速获得了消费者的青睐，展现出强劲的发展潜力。然而，随着市场需求的不断攀升，极核电动车现有的店面数量已逐渐成为制约其进一步发展的瓶颈。相对较少的店面数量难以充分满足市场的旺盛需求，导致部分潜在客户无法便捷地获取产品，这在一定程度上限制了极核电动车的市场拓展。

为了紧紧抓住当前的市场机遇，进一步扩大极核电动车的市场份额，加快营销网络建设已成为当务之急。通过增加店面数量，不断拓宽市场覆盖范围，能够让极核电动车更高效地触达消费者。这不仅可以及时满足市场需求，提升消费者的购买体验，还能在市场中进一步巩固和提升极核电动车的地位，增强其市场竞争力，为品牌的长期发展奠定坚实基础。

（2）完善公司营销部署，巩固公司行业地位

电动两轮车行业竞争激烈，市场格局不断变化。极核电动车虽然在技术和产品方面具有一定优势，但在营销布局上仍需进一步完善，以应对日益激烈的市场竞争。目前，行业内各大品牌纷纷加大市场拓展力度，竞争手段日益多样化。在这样的背景下，公司需要优化网点布局，增加终端店面数量。

通过精细化管理，提升渠道掌控力，强化网点间的协同效应，可以充分发挥规模经济优势，提高运营效率，降低成本。例如，通过统一的品牌形象建设和营销策略实施，提高品牌在不同区域的一致性和影响力；通过加强各网点之间的信息共享和资源调配，提高应对市场变化的能力。这不仅有助于公司更好地满足消费者需求，还能快速提升行业的影响力和市场的关注度，推动公司整体业务的持续发展，提升公司在整个电动两轮车行业的竞争力。

（3）契合品牌发展战略，提升品牌影响力

近年来，极核电动车在国际市场的品牌建设成效初显。通过高频次亮相国际车展、举办新品全球发布会等一系列品牌推广活动，极核电动的品牌知名度得到显著提升。作为企业电动化战略布局的核心板块，极核电动车品牌形象的塑造不仅关乎产品销量，更对企业未来发展具有深远意义。然而，在激烈的全球市场竞

争中，极核电动车的品牌影响力仍存在提升空间，亟待实现更广泛的市场覆盖与更深度的用户连接。伴随电动两轮车行业新规的落地实施，极核电动正迎来战略机遇期。品牌计划以高端产品力和技术创新为双引擎，加速在产品研发和渠道建设方面的战略布局，全力向全球电动出行领军品牌的目标迈进。

为进一步深化品牌影响力，极核电动车需构建多层次、立体化的营销网络体系。通过优化终端布局，将品牌价值理念与产品核心优势精准传递给全球消费者；同时，结合不同区域的文化特色和消费习惯，策划本土化营销活动，让品牌形象更具亲和力与感染力。

3、项目可行性分析

（1）丰富的营销渠道拓展经验为项目提供有力支持

公司在动力运动产品领域深耕多年，始终将渠道建设作为核心战略重点推进，积累了丰富的营销渠道拓展经验。秉持厂商价值一体化理念，公司构建了完善的营销渠道管理制度与体系，凭借卓越的品牌影响力和良好的市场口碑，吸引了众多在市场占据较高份额、具有强大市场影响力的优质经销商，与之建立了长期稳定的战略合作关系。

在长期的市场实践中，公司在网点选址、装修标准、店面布局、产品陈列、门店管理等方面积累了成熟的经验。这些经验可以直接应用于极核电动车渠道网点的建设，确保新网点能够快速融入市场，实现高效运营。例如，在网点选址上，公司可以根据极核电动车的目标客户群体分布，结合当地的交通流量、消费能力等因素，精准选择合适的位置；在装修标准上，通过统一的品牌形象设计，突出极核电动车的科技感和时尚感，吸引消费者的关注；在门店管理方面，公司可以利用成熟的管理体系，对员工进行专业培训，提高服务质量和销售效率。

（2）依托现有服务体系、传播矩阵及合作资源，实现营销网络高效落地

公司已构建的完善服务体系与成熟品牌传播矩阵，为极核电动车营销网络建设提供了坚实可行的实施基础。在售后服务层面，全国性服务网点的布局经验可直接复制，新开门店通过接入现有客户关系管理系统，能快速搭建起标准化服务流程，实现服务请求从受理到完成的全流程数字化管控，确保服务响应及时高效。

同时，依托已建成的仓储管理系统，可实现核心配件在短时间内全国范围配送，配合以服务满意度为导向的考核制度，新门店能在较短周期内快速形成稳定、高效的售后服务能力。

在品牌传播方面，“1+N”全媒体传播矩阵具备成熟的运营机制与可复用模板。新门店可直接使用公司统一制作的官网、APP、电商平台内容素材，通过抖音、B 站等社交平台的标准化运营方案，快速启动线上宣传。国内“春风日”活动已形成完整的策划、执行与复盘体系，新区域门店可借鉴其用户互动模式，结合本地特色开展沉浸式体验活动，预计能触达大量潜在用户。

此外，公司与行业权威媒体、垂直平台及知名 KOL 的合作资源库，能为新门店提供现成的合作渠道与方案。通过复用成功案例中的传播策略与内容形式，新门店可在开业期间快速完成品牌曝光，在较短时间内实现区域市场品牌知名度显著提升。这种依托现有资源、复用成熟模式的建设路径，配合专业服务团队的定向指导与培训，能确保极核电动车营销网络快速、高效落地，有力推动市场拓展与销售增长。

（3）优质的品牌形象助力极核电动车市场推广

公司在动力运动装备行业深耕多年，树立了广泛的知名度与良好的美誉度。通过实施“差异化、高端化”品牌竞争策略，在充分满足消费者多样化需求的同时，采取多渠道、全方位的品牌管理策略，不断提升品牌形象与品牌溢价能力。

在产品研发方面，公司持续加大研发投入，汇聚行业顶尖技术人才，提升产品性能，优化工艺设计，提高产品品质，以卓越的产品附加值提升品牌价值。极核电动车在新品推出与升级方面成果丰硕，完善了从高端电摩到高端电自的产品矩阵。在门店建设方面，公司以全域高端化营销为着力点，对终端门店从装修风格、店面布局、产品陈列等多方面进行升级改造。门店形象以“科技、动感、品质”为主题，旨在提升品牌与产品的科技感、时尚感与品质感，为消费者营造更加优质的购物体验。同时举办品牌体验活动、开展线上线下整合营销等方式，建立并强化公司产品与消费者之间的情感连接，增强用户对品牌与产品价值的认知与认同，提升品牌格调。

极核电动车作为公司的重要业务板块，能够借助公司强大的品牌影响力，快

速打开市场，获得消费者的认可和信赖。消费者对春风动力品牌的信任和认可，将促使他们更愿意尝试和购买极核电动车产品，有力推动产品在市场上的推广和销售。

4、项目实施主体、实施地点

项目实施主体是浙江春风动力股份有限公司及其子公司，实施地点涉及全国主要省市。

5、投资概算

本项目实施期为 3 年，投资总额为 90,000.00 万元，其中拟使用募集资金 45,000.00 万元。

6、项目经济效益

本项目不直接计算效益，项目完成后将有助于公司扩大市场覆盖面、提高营销效率、增强核心竞争力，最终为公司带来良好的经济效益。

7、立项、环保等报批事项

本项目涉及的备案等手续正在办理中，预计不存在障碍。

（三）信息化系统升级建设项目

1、项目概述

在公司的发展历程中，公司始终高度重视信息化建设，公司已成功搭建涵盖企业资源规划（SAP）、产品生命周期管理（PLM）、客户关系管理（CRM）等在内的完整信息化系统架构，这些系统在采购、生产计划制定、客户信息维护、研发项目推进等企业运营关键环节发挥着重要作用，有力地推动了公司业务的稳健发展。凭借在信息化领域的卓越实践，在智能制造领域，公司荣获国家工信部智能制造示范工厂、国家级新一代信息技术与制造业融合发展试点“数字领航”企业等称号，成为行业内信息化建设的佼佼者，展现了公司在生产制造智能化转型的突出成果。

然而，随着公司规模的不断扩张、业务场景愈发复杂多样，以及海外一体化生产体系的逐步构建，现有的信息化系统面临新的挑战。为顺应行业发展趋势，满足公司未来发展需求，公司启动信息化系统升级建设项目。该项目将充分运用大数据、云计算、人工智能等前沿技术，对产品生命周期管理、研发平台管理、供应链管理、仓储管理、销售渠道、业务中台、数据存储及备份、网络信息安全、云服务等多方面进行优化升级。通过打破系统间的数据壁垒，实现信息实时共享与高效协同，加速公司运营管理向数字化、智能化转型升级，进一步巩固和提升公司在全地形车、摩托车、电动车领域的综合竞争力，为企业高质量发展注入强劲的信息化动力。

2、项目必要性分析

（1）紧跟智能化浪潮，持续深化信息化建设

在国家积极推动数字化战略的大背景下，制造业智能化转型已成为行业竞争的核心驱动力。信息技术深度融入企业的研发、生产、管理等各个层面，成为优化资源配置、提升运营效率的关键因素。公司始终紧跟政策导向，积极投身信息化建设，前期已取得显著成效，建立了较为完善的信息化管理体系。

但随着行业智能化进程的不断加速，公司业务的复杂性和多样性不断增加。在研发方面，产品更新换代节奏加快，对项目进度跟踪、资源精准分配以及技术创新的要求越来越高；在产业协同方面，多品类产品布局和广泛的市场覆盖，需要更高效的信息共享机制来支撑。尽管公司现有信息化系统具备一定基础，但在功能拓展和性能提升上已逐渐难以满足业务发展的需求。

本次信息化系统升级建设项目聚焦研发项目全流程管理、产业信息协同、智能生产制造等核心领域，旨在进一步提升公司在各业务环节的信息化与精细化水平，优化资源配置，增强公司在动力运动产品市场的核心竞争力，巩固公司在信息化建设方面的领先地位，确保公司在智能化发展浪潮中始终保持优势。

（2）强化管理效能，提升信息协同水平

随着公司业务的蓬勃发展，全地形车、摩托车、电动车的产品线日益丰富，市场覆盖范围持续扩大，公司运营过程中产生的信息流变得愈发复杂。公司现有

的信息化系统虽在一定程度上实现了信息电子化管理，但面对日益增长的数据量和复杂的业务流程，在研发设计、零部件生产、整车装配、市场营销、售后服务等多环节的协同管理方面，仍存在提升空间。

此次信息化系统升级，将基于公司现有的坚实信息化基础，进一步优化系统功能和业务流程。借助智能化技术，减少对人力的过度依赖，实现业务流程的标准化和自动化，确保研发、生产、销售等全链条信息能够高效流转与共享。这不仅有助于显著提升各环节的工作效率，降低运营成本，还将为公司的可持续发展提供更坚实的保障，推动公司管理水平迈向新的高度，是公司在现有良好基础上追求更高效运营的重要举措。

（3）推进精细化管理，提升生产质效

全地形车、摩托车、电动车制造行业对生产精度、设备协同及成本控制有着极高的要求。公司现有的生产信息化系统在过往对生产流程的管理和监控中发挥了重要作用，但随着生产规模的持续扩大，产品种类日益繁多，生产工艺愈发复杂，现有系统在数据采集的全面性、分析的深度以及实时监控的及时性方面的不足逐渐显现。例如，在设备效率监测上，难以对所有设备的实时状态进行精准把握；在成本控制方面，对生产过程中的资源消耗分析不够精细；在产品质量把控上，缺乏高效的质量预测和预警机制。

本项目通过升级企业资源规划（如 SAP）、产品生命周期管理（PLM）、客户关系管理（CRM）等信息化系统，依托公司已有的数据积累和系统框架，实现生产数据的全面实时采集与深度监控。借助大数据分析技术，精准获取产品质量和能耗情况，并运用自动化技术和智能算法优化生产流程。这将有效提升生产线的稳定性和生产效率，降低次品率和生产成本，确保产品质量达到行业领先水平，进一步巩固公司在行业内的产品质量优势，体现了公司对产品品质精益求精的追求。

3、项目可行性分析

（1）契合政策导向，保障项目推进

近年来，国家出台了一系列政策大力支持制造业信息化建设。工信部发布的《信息化和工业化融合发展规划（2016-2020）》明确提出推进网络协同制造，加强企业各业务环节的纵向集成与横向协同，实现全流程信息共享和业务协同；《“十四五”智能制造发展规划》也鼓励企业加大技术改造投入，推动生产过程智能化。公司此次信息化系统升级建设项目是在已有良好信息化基础上的进一步优化，与国家政策导向高度契合。在政策的引导与支持下，公司能够获取产业扶持、技术指导等资源，为项目的顺利实施营造良好的外部环境，保障项目沿着正确的方向稳步推进。

（2）人才与管理支撑，确保系统高效运行

经过多年的发展，公司已具备扎实的信息化管理基础，建立了覆盖采购、生产、销售、研发、财务、人力资源等全业务流程的规范制度和成熟运作模式。公司拥有一支专业的信息化技术团队，成员具备丰富的系统开发、维护和数据分析经验，对公司现有的信息化系统架构和业务逻辑较为熟悉，能够为系统升级工作提供有力的技术支持。

同时，各业务部门拥有熟悉业务流程的复合型人才，在过往的信息化建设过程中积累了丰富经验，能够快速适应信息化系统升级带来的变化。此外，公司完善的人才培养、引进机制和长效激励机制，将持续为项目实施提供充足的人力保障，确保系统升级后能够高效稳定运行，充分发挥新系统的优势。

（3）技术发展助力，降低项目技术风险

当前，5G、大数据、云计算、人工智能等新一代信息技术快速发展，并与制造业深度融合，为企业信息化建设提供了强大的技术支撑。工业互联网平台的成熟应用，使得设备互联互通与数据实时分析成为可能；人工智能算法能够助力生产决策优化和业务流程自动化。公司在以往的信息化建设中已经对部分先进技术有所应用，积累了一定的技术实践经验。此次系统升级，公司可以充分借助这些先进技术和成熟的行业解决方案，在已有信息化系统的基础上进行优化和拓展，有效降低项目技术风险，确保信息化系统升级后的功能实现与性能提升，为项目的成功落地提供坚实的技术保障。

4、项目实施主体

项目实施主体为浙江春风动力股份有限公司。

5、投资概算

本项目实施期为 3 年，投资总额为 12,000.00 万元，其中拟使用募集资金 12,000.00 万元。

6、项目经济效益

本项目不直接计算效益，但其实施将进一步提升公司运营管理的数字化、智能化水平，优化业务流程，提高资源配置效率。

7、立项、环保等报批事项

本项目涉及的备案等审批手续正在办理中，预计不存在障碍。

（四）补充流动资金项目

1、项目概述

公司拟将募集资金中的 15,000.00 万元用于补充流动资金，以满足公司日常运营资金需要。

2、项目合理性及必要性分析

（1）增加公司营运资金，提升公司行业竞争力

近年来公司主营业务呈现较快发展趋势，报告期内公司的营业收入分别为 1,137,801.69 万元、1,211,034.72 万元、1,503,806.01 万元和 425,048.92 万元。基于下游市场需求，预计未来几年内公司仍将处于业务快速扩张阶段，市场开拓、日常经营等环节对流动资金的需求也将进一步扩大。因此，通过本次募集资金补充流动资金的实施，能有效缓解公司快速发展带来的资金压力，有利于增强公司竞争能力，降低经营风险，是公司实现持续健康发展的切实保障。

（2）对公司财务状况的影响

本次以募集资金补充流动资金的项目实施，有利于缓解公司营运资金压力，提升公司资金实力，保障公司快速发展的资金需求与稳定性。同时，本项目有利于维持公司快速发展的良好势头，巩固公司现有市场地位，促进公司长远健康发

展，符合公司全体股东的利益。

四、本次募集资金对公司经营管理和财务状况的影响

（一）本次发行对公司经营管理的影响

本次募集资金投资项目符合国家相关的产业政策以及公司未来整体战略的发展方向，具有良好的市场发展前景和经济效益。本次募集资金投资项目的实施是公司正常经营的需要，有助于公司抓住行业发展的机遇，巩固和提高公司在行业内的市场地位和市场影响力。

（二）本次发行对公司财务状况的影响

本次发行募集资金到位后，公司的总资产将相应增加，能够增强公司的资金实力，为公司业务发展提供有力保障。

随着公司募投项目的陆续投入，公司的盈利能力将进一步增强，公司整体的业绩水平将得到进一步提升。但由于募投项目的投入需要一定的周期，募集资金投资项目难以在短期内产生效益，公司存在发行后短期内净资产收益率下降的风险。

五、结论

综上所述，本次向不特定对象发行可转换公司债券募集资金的用途符合国家产业政策以及公司的战略发展规划方向。本次募集资金投资项目的实施，将进一步扩大公司业务规模，优化公司产品结构，增强公司竞争力，有利于公司可持续发展，符合全体股东的利益。

因此，本次向不特定对象发行可转换公司债券募集资金投资项目具有良好的可行性。

浙江春风动力股份有限公司

董事会

2025 年 4 月 29 日