

证券简称：江淮汽车

股票代码：600418

JAC

关于安徽江淮汽车集团股份有限公司
向特定对象发行股票申请文件的
审核问询函的回复

保荐人（主承销商）

 **国元证券股份有限公司**
GUOYUAN SECURITIES CO.,LTD.

(安徽省合肥市梅山路 18 号)

二〇二五年十二月

上海证券交易所:

安徽江淮汽车集团股份有限公司（以下简称“江淮汽车”“发行人”或“公司”）于 2025 年 1 月 27 日收到上海证券交易所（以下简称“上交所”）出具的《关于安徽江淮汽车集团股份有限公司向特定对象发行股票申请文件的审核问询函》（上证上审（再融资）〔2025〕21 号）（以下简称“审核问询函”）。国元证券股份有限公司（以下简称“国元证券”“保荐人”或“保荐机构”）作为公司本次向特定对象发行 A 股股票的保荐人（主承销商），会同发行人及上海市通力律师事务所（以下简称“发行人律师”）、容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“容诚会计师”、“申报会计师容诚”）、天健会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“天健会计师”、“申报会计师天健”，与申报会计师容诚合称“申报会计师”）等相关方，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就审核问询函所列示的问题逐项进行了核查、落实和认真讨论，现回复如下，请予审核。

本审核问询函回复中的字体代表以下含义：

黑体（加粗）	问询函所列问题
宋体	对审核问询函所列问题的回复、中介机构核查意见，且不涉及申请文件的修改、补充
楷体（加粗）	涉及对募集说明书、审核问询函回复等申请文件的修改、补充
楷体	对募集说明书的引用

本回复报告中若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，为四舍五入原因造成。

除非文义另有所指，本问询函回复报告所用释义与募集说明书保持一致。

目录

问题 1.关于本次募投项目	3
问题 2.关于融资规模	24
问题 3.关于经营情况	36
问题 4.关于主要资产	89
问题 5.关于财务性投资	142
问题 6.关于关联交易	176
问题 7.其他	195

问题 1.关于本次募投项目

根据申报材料，本次募投项目“高端智能电动平台开发项目”为研发项目，投资总额 587,459 万元，将开发全新一代高端智能电动平台，打造全新高端智能系列车型。除本次募投项目外，发行人还有多个乘用车、商用车相关在研项目，以及“江淮年产 20 万辆中高端智能纯电动乘用车建设项目”、“江淮安庆年产 10 万辆新能源乘用车搬迁项目”等多个新能源车在建项目。

请发行人说明：(1) 本次募投项目的具体研发内容及研发目标，与其他在研项目的联系与区别，是否存在重复投入的情况；(2) 推进本次募投项目所需的关键技术与难点，结合发行人目前已具备的技术、研发进度等，说明是否存在研发失败的风险；(3) 开发的新车型是否需新建配套生产线、预计投资金额、实现盈利所需达到的销售目标，结合新车型的市场开拓计划、市场空间、市场竞争情况以及目前在建项目情况、现有车型产销量和产能利用率等情况，说明相关车型的开发是否具有必要性，是否存在研发成果产业化失败、市场开拓不达预期的风险；(4) 募投项目的投资进度情况，是否存在置换董事会前投入的情形。

请保荐机构核查并发表明确意见。

回复：

【说明】

一、本次募投项目的具体研发内容及研发目标，与其他在研项目的联系与区别，是否存在重复投入的情况

(一) 本次募投项目的具体研发内容及研发目标

本次募投项目投资总额为 587,459 万元，拟使用募集资金 350,000 万元，扣除发行费用后将全部用于高端智能电动平台开发项目，研发内容和研发目标如下：

1、研发内容

本次募投项目，以公司电动汽车和智能汽车技术为基础，融合华为等高科技企业智能化、网联化解决方案，开发全新一代高端智能电动汽车平台，打造自主品牌高品质出行解决方案。

主要研发内容包括：①开发底盘系统、座舱系统、智能驾驶系统、车身系统等

核心模块系统，在智能底盘方面，将运用轻量化、数字化技术，根据车型拓展需要，构建平台化的底盘架构，实现多车型跨级别的智能底盘技术通用，推动研发线控转向、主动悬架、电子制动系统等线控底盘及其核心技术；在智能座舱方面，将人性化设计与前沿科技深度融合，集成屏幕显示、语音交互、智能亮化等多项智能化技术，通过健康材质和降噪处理，提升驾乘体验的科技感，打造具备高互动性和舒适性的移动空间；在智能驾驶方面，与领先的智能驾驶技术企业合作，构建全新的高阶智能驾驶架构，增强汽车的感知能力，确保智能驾驶安全。采用全新智能汽车数字底座电气架构，由各核心域控制器分别控制动力运动域、智能驾驶域和智能座舱域，核心域控制器之间采用以太网通讯，由此构建起准中央计算的集中化域控架构。②进行造型方面的各类效果图设计、数据设计制作和模型制作，为搭建线控底盘平台及电子电气架构而进行各类模型搭建、数据制作，对动力、噪音、空调、声学等各种性能进行模型搭建、数据制作、仿真试验等。③进行各类动静态试验，包括动力性、安全性、静谧性、可靠性、耐久性等各种性能测试。④对基于平台架构规划的相关车型和零部件进行试制等。

全新高端智能电动平台具备尺寸柔性化、架构高效化、控制集中化和软件迭代化等特点，采用模块化、高通用化率设计，基于该平台规划了轿车、SUV、MPV等多品类、尺寸不一的系列车型，并能支持各类车型持续迭代升级，支撑公司智能电动化转型，品牌持续向上。

2、研发目标

本次募投项目旨在开发全新平台和领先的智电架构，推动一系列核心技术的持续迭代升级，已规划的系列车型将于2025-2027年陆续具备小批量生产能力，全方位提升产品操控性、安全性、智能化、豪华感、舒适性、驾乘体验及环保性能等，打造自主品牌高品质出行解决方案。

通过本次募投项目的研发，公司将快速优化智能乘用车技术和高端乘用车布局，提升产品竞争力、品牌力和附加值，打造中国自主品牌的高端智能乘用车标杆产品，满足不断迭代的市场需求。

（二）与其他在研项目的联系与区别，是否存在重复投入的情况

结合本次募投项目的主要研发内容和研发目标，公司将截至2025年6月末乘

用车方向主要在研项目的研发内容、研发目标列示对比如下：

序号	项目名称	研发内容	研发目标
1	国际 QX 改款项目	改款车型系紧凑型燃油动力 SUV 乘用车产品，基于 QX 现有车型，开发新的动力配置，提升产品动力性能，优化造型和配置组合，解决目标海外市场用户的关键诉求	满足目标海外市场用户的动力需求，提升产品在竞品车型中的核心竞争力，稳固市场基本盘、扩大海外市场销售规模和利润
2	钇为 3 造型小改型产品开发项目	开发 A0 级别新能源动力钇为 3 造型小改型产品，对造型、配置组合、智能化等进行提升	进一步提高公司 A0 级轿车产品的市场竞争力，丰富产品体系，进一步拓展用户群体，与现有钇为 3 产品形成合力
3	国际 X4 改款项目	基于在售 A0 级别 X4 系列的高温、高原、高寒版燃油车型进行改款开发，对造型、配置组合、智能化等进行提升	加快符合国际市场主流需求的 X4 产品改款，提升核心竞争力，开发客户高感知价值配置并改进产品质量，从而扩大海外市场销量规模和利润
4	RF8 左舵国际版产品开发项目	以燃油 MPV 车型 RF8 国内版为蓝本，在此基础上为适应国际法规进行改款开发，具体包括对动力、舒适性、科技配置进行开发，优化配置组合	进一步丰富瑞风 RF8 产品谱系，提升产品竞争力，扩大 MPV 出口
5	钇为 3 2025 款产品开发项目	开发 A0 级别的 2025 款钇为 3 车型，具体包括对内外饰、智能化、舒适性配置进行品质和功能升级开发，并使用新的电池技术	完成 2025 款产品开发，丰富钇为 3 产品的功能体验，提升产品品质和性价比，进一步优化整车成本，提升产品竞争力和用户满意度
6	JS6 动力改款项目	在现有 JS6 车型基础上开发小改款 A 级燃油 SUV，针对国际不同市场特性，对动力总成在性能、排放法规满足性上进行优化开发，同时增加智能化、舒适性方面的配置，对底盘进行适应性调教	满足海外市场的需求，扩大公司 A 级 SUV 产品在境外市场中的销售规模和效益
7	J7 PLUS 国际版产品开发项目	在现有 J7 PLUS 车型基础上开发 A 级别改款燃油轿车产品，围绕动力经济性能提升等进行优化开发，满足海外市场的法规、油耗和目标市场地区环境适应性需求	完成车型改款，使得相关产品在海外市场的综合竞争力得到进一步提升
8	YX2516 项目	基于 DEFINE 平台架构规划，开展新能源 SUV 相关产品的预研工作	完成产品策略制定，造型效果图及模型评审，架构详细方案设计及验证等
9	M2521 项目	在现有 C 级 RF8 MPV 车型基础上进行改款开发，具体包括对内外饰、座椅等提升	完成中大型 RF8 MPV 车型的品质提升，增强产品竞争力和市场销量
10	M2442 项目	以现有 C 级瑞风 E4 MPV 车型为基础，对内外饰等进行升级	提升产品核心竞争力，抢占市场份额
11	S2515 项目	在现有国际版 JS5 车型基础上，围绕动力性能、舒适性等进行优化	满足相关市场需求，有效控制整车成本，提升产品综合竞争力
12	X2513 项目	开发面向欧洲市场的 A0 级纯电车型，左右舵同步开发，重点满足法规符合性及配置需求	获取认证证书，满足小批量条件，实现相关市场的突破

1、两者之间的联系

公司是一家集全系列商用车、乘用车及动力总成研产销和服务于一体，涵盖汽车出行、金融服务等众多领域的综合型汽车企业集团。本次募投项目与在研项目均系围绕公司自身主营业务开展的研发活动，着力于汽车整车、核心零部件、关键技术等的持续开发、升级，丰富产品结构、优化业务布局，以匹配汽车市场的发展与客户需求的变化，从而提升公司经营规模和效益，提升在不同细分市场的产品力，增强公司核心竞争力。

2、两者之间的区别

公司主要在研项目包括乘用车、商用车和动力总成三个主要方向，本次募投项目系高端智能电动平台开发项目，属于乘用车方向，与商用车和动力总成方向的在研项目相比属于不同的研发方向。公司乘用车方向的主要在研项目如上表所示：

(1) 国际 QX 改款项目

该项目属于现有 SUV 车型 QX 的改款开发，开发的具体内容主要涉及动力配置和造型方面的优化，在动力类型上属于燃油动力，产品定位紧凑型 SUV 细分市场，面向的市场主要为海外特定国家和地区，目标客户主要为城市精英白领及农场主等，类似型号产品国内原售价（目前已停售）约 9 万元-20 万元。

(2) 铂为 3 造型小改型产品开发项目（铂为 3 PLUS 产品）

该项目属于现有两厢轿车铂为 3 的改款开发，开发的具体内容主要涉及造型优化、配置升级等，在动力类型上属于纯电动力，产品定位国内小型两厢轿车细分市场，用于日常通勤等场景，目标客户主要为年轻用户等，相关产品预计国内售价 7 万-12 万元左右。

(3) 国际 X4 改款项目

该项目属于现有 SUV 车型 X4 的改款开发，开发的具体内容主要是针对车型的造型、配置组合等进行提升，在动力类型上属于燃油动力，产品定位小型 SUV 细分市场，面向的市场主要为海外特定国家和地区，目标客户主要为当地中产和年轻家庭用户等，类似型号产品国内原售价（目前已停售）约 7.3 万-10 万元。

(4) RF8 左舵国际版产品开发项目

该项目属于现有 MPV 车型 RF8 的改款开发,主要是针对海外目标市场国家法规要求进行的适应性开发,在动力类型上属于燃油动力和插混动力,产品定位中大型 MPV 细分市场,面向的主要为当地家用兼顾公商务出行场景,目标客户主要为中高收入人群等,类似型号产品国内售价约 17 万-28 万元。

(5) 银为 3 2025 款产品开发项目

该项目属于现有两厢轿车银为 3 的改款开发,开发的具体内容主要涉及配置优化等,在动力类型上属于纯电动动力,产品定位国内小型两厢轿车细分市场,面向的主要为国内日常通勤等场景,目标客户主要为年轻用户,相关产品预计国内售价 7 万-12 万元左右。

(6) JS6 动力改款项目

该项目属于现有 SUV 车型 JS6 的改款开发,开发的具体内容主要是根据不同海外地区和国家市场特性对动力总成和配置等方面进行优化开发,在动力类型上属于燃油动力,产品定位紧凑型 SUV 细分市场,面向的主要为海外特定国家和地区,目标客户主要为当地中产家庭等,类似型号产品国内原售价(目前已停售)约 9 万-20 万元。

(7) J7 PLUS 国际版产品开发项目

该项目系现有轿车车型 J7 PLUS 的改款开发,开发的具体内容主要是对动力经济性能等进行优化,在动力类型上属于燃油动力,面向的市场主要为海外特定地区紧凑型轿车细分市场,目标客户主要为当地中年个人工作/家庭用户,类似型号产品国内售价(目前已停售)约 7 万-14 万元。

(8) YX2516 项目

该项目系基于 DEFINE 平台架构的新能源 SUV 预研性质的研发项目,研发的具体内容是进行产品策略制定,造型效果图及模型评审,架构详细方案设计及验证等。

(9) M2521 项目

该项目属于现款 MPV 车型瑞风 RF8 的改款开发,开发的具体内容主要是对外饰、座椅、NVH、智能化等进行提升,在动力类型上属于燃油和插混动力,产

品定位国内中大型 MPV 细分市场，面向的主要为家用兼公商务等场景，目标客户主要为商务精英、科技体验追求者及多孩家庭等，相关产品预计国内售价 20-30 万。

（10）M2442 项目

该项目属于现款 MPV 车型瑞风 E4 的改款开发，开发的具体内容主要是对内外饰、电气和车体等进行升级，在动力类型上属于纯电，产品定位国内中大型纯电商用 MPV 细分市场，面向的主要为网约客运和公商务场景，兼顾个体商贸及政企单位等场景，目标客户主要为网约车公司/司机、个体商贸及政企单位等，相关产品预计国内售价 15-25 万。

（11）S2515 项目

该项目系在现有 SUV 车型 JS5 的改款开发，开发的具体内容主要是对动力性能、舒适性和智能化提升等进行优化开发，在动力类型上属于燃油动力，面向的市场主要为海外特定地区紧凑型 SUV 市场，目标客户主要为当地中产阶级家庭用户，类似型号产品国内售价（目前已停售）约 9 万-15 万元。

（12）X2513 项目

该项目系开发面向欧洲市场的 A0 级纯电车型，开发的具体内容包括法规适应性开发、外观内饰、整车架构、电池方案等，在动力类型上属于纯电动力，面向的市场主要为海外特定地区小型车市场，目标客户主要为当地家庭用户等，类似型号产品国内售价（目前已停售）约 7 万-12 万元。

本次募投项目以公司电动汽车和智能汽车技术为基础，融合华为等高科技企业智能化、网联化解决方案，开发全新一代高端智能电动汽车平台，平台规划了轿车、MPV 和 SUV 三个品类的纯电、增程等车型，属于全新平台和产品的开发，围绕平台主要开发内容包括：全新的智能线控底盘系统、智能座舱系统、智能驾驶系统、车身系统等核心模块开发，造型、性能和电气底盘等方面的新设计，各类动静态试验，以及基于平台架构规划的相关新车型和零部件进行试制等。平台规划的车型在动力类型上包括纯电和增程，其产品定位 D 级别（大型）豪华轿车、豪华 SUV 和豪华 MPV 细分市场的标杆产品，面向的市场包括商务出行和家庭出行，目标客户主要为企业主、公司高管、金领阶层、高收入家庭、高知家庭等，平台首款轿车车型尊界 S800 全国建议零售价为 70.8 万-101.8 万元。

综上所述，本次募投项目在开发类型上为全新平台和产品的开发，而上述在研项目主要为在现有产品基础上的改款开发和预研性质的开发。本次募投项目与在研项目相比，在研发内容、研发目标等方面均存在显著差异，本次募投项目开发的平台和规划的车型定位于高端乘用车市场，智能化程度和豪华性高于其他在研项目，产品定位和定价、面向的市场目标客户群体等与公司其他在研项目相比也有一定差异。

综上所述，截至 2025 年 6 月末，公司本次募投项目与在研项目相比差异显著，不存在重复投入的情况。

二、推进本次募投项目所需的关键技术与难点，结合发行人目前已具备的技术、研发进度等，说明是否存在研发失败的风险

（一）推进本次募投项目所需的关键技术与难点

本次募投项目的关键技术与难点主要如下：

1、跨域融合技术

跨域融合技术可打破传统汽车电子电气架构中各个域控制器之间的壁垒，实现计算资源、数据资源、软件资源的共享和协同，从而提升整车性能、降低系统复杂度、缩短开发周期，显著提升平台的智能化水平和产品的核心竞争力。其核心包括开发面向服务的区域/中央计算架构和多域协同融合控制技术。

其难点在于：涉及多种技术的深度融合，复杂度较高，标准体系尚待完善，同时，需提供系统安全设计保护和全方位测试验证。

2、智能线控底盘技术

智能线控底盘技术是支撑高阶自动驾驶、智能驾乘体验的基础性核心技术，通过底盘构型的线控化和智能化，实现底盘系统的协同控制和性能优化，从而提升车辆的操控性、舒适性和安全性。

其难点在于：满足高阶自动驾驶需求的冗余安全架构设计、高精度/高可靠控制单元与执行器开发、多系统协同控制算法开发等。

3、高阶智能驾驶系统

本次募投项目配置的高阶智驾系统可实现全场景智能驾驶、自主代客泊车和高

速公路全车速高阶自动驾驶功能，通过多个高清摄像头、前向激光雷达、4D毫米波雷达及固态激光雷达的协同作用，实现360°全方位覆盖环境探测，确保感知信息的准确性和全面性，实现更安全、更智能的驾驶体验。

其难点在于：采用端到端智能驾驶算法模型进行感知与规控算法研发；针对车内外多源传感数据，开发数据闭环系统平台；构建全面、科学、精准的测评体系，对高阶智能驾驶系统进行深入细致的测试评估。

4、高效动力系统

高端智能电动平台架构及系列产品需匹配多种动力组合。高效动力系统采用高性能电机、高效增程器，搭配高压、高能量密度电池包，以及分布式电驱动技术，具备马力输出和扭矩输出目标范围广、上限高、工作电压高等特点，以实现电耗低、加速快、续航能力强、充电时间短、峰值补能效率高等目标。

其关键难点在于：高效、复杂、精准的控制算法和通信协议，冗余设计、预测性维护策略和智能诊断技术，以及动力系统热管理技术。

5、高效协同虚拟仿真技术

高效协同虚拟仿真技术以产品开发全流程仿真分析及平台优化为目标，基于性能开发搭建仿真平台框架，引入多学科、AI算法等智能化应用，集成试验数据管理、仿真自动化工具、高性能计算，精细化仿真任务、流程、数据等功能，实现上下工作流的协同开发。

其难点在于：依据历史数据积累和规范，集成AI虚拟仿真工具，通过结构形状和参数进行性能预测。虚拟仿真指标较多，仿真规范对模型有多样性要求。

6、跨域集成测试技术

跨域集成测试技术系通过高精度仿真，构建覆盖整车各域系统的虚拟测试环境，实现从单一功能测试到多域协同测试的跨越，实现全域互联，全面验证汽车的安全性、可靠性和智能化水平，同时缩短研发周期、降低测试成本。

其难点在于：动力域、底盘域、智驾域、车身域和座舱域的高精度建模与协同测试。

（二）公司目前已具备的技术和研发进度

1、公司目前已具备的技术

公司目前已具备的和本次募投项目相关的主要技术包括：

（1）模块化平台和跨域融合技术

公司在历史产品开发过程中，高度重视平台开发的技术，2018 年开始基于模块化设计理念开发平台并打造车型，首个平台将全车分为十个模块化结构组件，模块间明确定义了接口组件，通过接口组件的差异化实现不同车型的差异化。

公司作为智能汽车电子架构的革新者，具备跨域融合架构设计能力，实现计算资源的集中化和软件功能的可配置化；已具备研发新一代跨域融合控制系统技术能力，以“全域协同”为核心设计理念，突破传统分布式 ECU（电子控制单元）架构的局限性，实现整车多域集成与协同控制，已具备底盘域与动力域、智驾域等的融合控制算法和集成能力，实现动力和底盘域深度融合实现整车纵向、侧向和垂向动力学控制，动力底盘与智驾域融合实现车辆-环境信息互联互通等。

（2）底盘域相关技术

公司已具备满足高阶自动驾驶需求的线控转向、线控制动等系统冗余安全架构设计能力，同时具备高精度/高可靠控制单元和执行器的集成与开发能力，均在部分车型量产；已开展底盘动力等多系统协同控制算法开发和车型搭载，已完成测试与试验验证；具备自主可控的底盘域与动力域域控软件开发技术，其中，底盘域控可实现对连续阻尼控制、空簧、电子驻车制动系统、后轮转向的协同控制，并持续向全主动悬架、电子机械制动系统等全线控技术发展。

（3）智能驾驶技术

公司自 2015 年开始智能驾驶技术研究，建成安徽省智能网联汽车技术省级重点实验室和安徽省自动驾驶创新中心，先后完成了第一代满足国内外法规的主动安全系统和 L2+智能驾驶系统开发，在江淮全系列车型量产搭载应用，其中江淮 T9 系列皮卡获得澳大利亚安全评定机构 ANCAP 五星安全评级。公司持续开展 L4 级自动驾驶前瞻技术研究，累计测试里程超过 20 万公里。通过近十年的技术研究和产品开发，公司已系统掌握智能驾驶系统设计、主动安全算法、融合感知算法、决

策规划算法、车辆控制算法、数据闭环系统、仿真测试与评价的智能驾驶全栈自主开发能力。

（4）高效混合动力及纯电系统开发技术

公司具备完善的混合动力及纯电系统集成开发能力，包括动力选型、仿真分析与优化、集成匹配、系统测试、软件开发与标定、整车测试与评价等。经过多年的发展，已建立起完整的开发流程体系和开发团队，整合公司内外部资源建立起完善的动力系统实验测试能力。此外，公司初步具备了高效动力系统的热管理架构与设计能力，保证电机在复杂的工作环境下能够高效安全运行，掌握了电子差速控制和扭矩矢量分配等分布式电驱的控制策略，保证系统的适应能力和控制精度。

在动力电池与能量管理方面，具备高压系统集成与低压系统联动能力，统筹动力电池与整车布置能力和可编程充电桩测试技术，可提升全车多种控制单元在高压供能环境下的功能安全和稳定性，强化安全、续航及散热设计，并为新能源车型的充电兼容性提供保障。动力域控历经多次迭代，目前已实现完全自主白盒化，可实现纯电与混动模式下多种电机的控制。

（5）虚拟仿真与技术

公司仿真业务经历十余年的发展，已建立起完整的虚拟仿真能力，有效保障产品开发过程的高效、高质量与高水准。目前已具备全领域的虚拟仿真能力，包括计算流体动力学、碰撞、NVH（噪声、振动和声振粗糙度）、车身刚强度、底盘运动学和柔顺性等。在数字化敏捷设计方面开发了多个建模和分析自动化工具，且高性能计算平台一期已投入使用，逐步具备高效协同虚拟仿真技术软硬件条件，并正在进行相应软件平台的搭建。

（6）测试验证技术

公司已建成各类综合试验场地（包含高速环道、直线性能道、动态性能广场、各类强化试验路面、NVH路面、坡道等）和各类实验室（NVH、电磁兼容性、碰撞安全、环境仓等），经过多款新能源产品开发的积淀，具备动力域、底盘域、车身域、座舱域、智驾域等HIL（硬件在环）集成的测试能力，基于多电机的VIL（整车在环）集成测试能力，并逐步形成跨域集成测试能力，以支持试验和测试的需要。

2、本次募投项目研发进度

公司本次募投项目将开发全新一代高端智能电动平台，基于该平台将陆续推出轿车、SUV 和 MPV 等系列化车型。按照公司产品开发流程，新产品开发覆盖概念、计划、开发、验证、发布五个阶段。截至报告期末，公司本次募投项目已完成智能电动平台架构的搭建，基于平台的轿车车型已正式发布上市，其余两个品类的车型分别处于计划阶段和计划阶段初期。

截至报告期末，轿车品类首款车型命名为尊界 S800，已完成试制和验证，具备小批量生产能力。

第二个品类的车型已完成市场调研及产品定义和初步性能设定，目前正在平台架构基础上推进造型开发、数据制作和零部件开发。

第三个品类的车型正在进行车型开发方案设计，并结合市场调研信息对产品进行概念、造型与性能的设计开发。

（三）本次募投项目研发失败的风险较小

公司本次募投项目研发失败的风险较小，具体分析如下：

1、公司高度重视研发投入，积累了丰富的研发经验，具备解决本次募投项目关键技术与难点的能力

公司拥有国家企业技术中心和国家级工业设计中心，拥有博士后工作站与工匠学院，坚持“节能、环保、安全、智能、网联、舒适”的关键技术研发路线，自2002年就开始启动新能源汽车的研发工作，是国内新能源汽车行业的首批践行者之一。近年来，公司坚持生产一代、研发一代、储备一代的基本原则，持续强化在电动化、智能化、网联化、生态化等方面的技术创新和研发投入，2022年度、2023年度、2024年度和2025年1-6月的研发投入金额分别为18.33亿元、22.35亿元、34.64亿元和22.16亿元。

在技术研究方面，公司经过多年来的持续的深耕与技术革新，目前已形成成熟的电动技术平台，系统掌握三电核心科技及能量回收、驱动与制动电耦合、远程监控、电磁兼容等关键技术。在智能汽车领域，公司积极推动智能架构、智能驾驶、智能座舱、智能服务四大学科技术研发，打造了安徽省首个“智能网联技术重点实验室”和“安徽省自动驾驶产业创新中心”两个省级创新平台。截至2024年末，公司积累了约4千项发明专利等知识产权，具备解决本次募投项目关键技术与难点的能力，

具体论述分析详见本回复“问题 1.关于本次募投项目”之“二、推进本次募投项目所需要的关键技术与难点，结合发行人目前已具备的技术、研发进度等，说明是否存在研发失败的风险”。

2、本次募投项目与科技巨头合作，助力智能化技术在平台快速成熟应用

汽车制造厂商和零部件供应商在汽车工业的发展过程中建立了科学的专业分工与协作体系，零部件供应商与汽车制造厂商同步开发的模式应运而生。同步开发模式要求供应商融入整车配套体系，并紧跟汽车制造厂商的开发节奏。公司本次募投项目的开发亦属于该种模式，在自主开发平台架构的基础上，将部分零部件开发等项目委托合作供应商同步研发，在智能驾驶、智能座舱、智能电动、智能网联和云服务等方面与华为等高科技企业强强联合、优势互补，并将完成开发的优势技术持续导入到相关产品之中，助力智能化技术在高端智能电动平台快速成熟应用。

3、本次募投项目前期预研工作准备扎实，可行性已充分论证

公司自 2022 年开始高端智能电动平台的预研工作，开展了系统的市场及用户调研，产品概念、产品价值特性、平台及规划、技术方案、工艺工程方案及商业可行性分析论证等前期调研与分析工作，预研投入约 1.2 亿元（未包含在本次募投项目的投资总额中）。具体包括：在市场方面调研重点城市和邀约目标客户，咨询第三方专业咨询机构、与业内优秀设计师等行业专家沟通交流，在技术方面进行前期仿真实验、造型效果图设计、尺寸设计、功能定位研究、方案范围研究、与潜在部件供应商探讨开发方案及可行性等。

经过充分的市场和技术论证后，公司于 2023 年举行项目立项决策会，由各相关部门对前期研究成果汇报并经公司集体讨论后，同意开展高端智能车电动平台研发工作。

4、公司具备充足的研发人才资源，以保障本次募投项目的顺利实施

在人才方面，截至 2025 年 6 月末，公司员工中博士 28 人、硕士 1,606 人、本科 9,984 人，合计占比超 50%，技术人员占比超过 31%，具有强大的研发人才队伍。同时公司亦根据项目实际需要及时开展专业人才招聘工作，具备充足的研发人员以保障本次募投项目的顺利实施。

5、本次募投项目涉及的车型均已启动研发，首款车型已发布上市

具体论述分析详见本回复“问题 1.关于本次募投项目”之“二”之“(二)”之“2、本次募投项目研发进度”，本次募投项目目前研发工作开展较为顺利，正按计划有序高效推进。

综上，公司高度重视研发投入，积累了丰富的产品研发经验和技术储备，构建了一套完整、成熟的开发流程，具备解决本次募投项目关键技术与难点的能力，具备完成本次募投项目的研发人才等资源。在启动正式开发前，公司对募投项目开发产品的客户需求、产品定义、技术方案等均进行了扎实的调研，对技术可行性也进行了充分、系统的论证。同时，公司在自主开发的基础上还选择与华为等高科技企业合作，助力智能化技术在平台快速成熟应用。截至本回复出具日，公司本次募投项目已完成智能电动平台架构的搭建，基于平台的系列车型研发进展顺利，轿车品类首款车型具备批量生产能力。鉴于此，公司本次募投项目研发失败的风险相对较小。

出于谨慎性考虑，公司已在募集说明书“重大事项提示”之“一、重大风险提示”之“(二) 募集资金投资项目实施的风险”和“第六节 与本次发行相关的风险因素”之“三、对本次募投项目的实施过程或实施效果可能产生重大不利影响的因素”之“(一) 募集资金投资项目实施的风险”中披露了研发失败的风险，具体如下：

“公司本次募集资金投资项目为高端智能电动平台开发项目，可行性分析是基于国家产业政策、市场竞争状况、行业发展趋势、公司自身战略和技术基础等因素做出的。虽然公司综合考虑了各方面因素，但是如募投项目实施过程中，前述因素发生不利变化，可能导致本次募集资金投资项目不能如期实施，或者项目实施效果不及预期的风险，研发失败或研发成果产业化失败、市场开拓不达预期的风险。”

三、开发的新车型是否需新建配套生产线、预计投资金额、实现盈利所需达到的销售目标，结合新车型的市场开拓计划、市场空间、市场竞争情况以及目前在建项目情况、现有车型产销量和产能利用率等情况，说明相关车型的开发是否具有必要性，是否存在研发成果产业化失败、市场开拓不达预期的风险

(一) 开发的新车型需新建配套生产线及其预计投资金额、实现盈利所需达到的销售目标

公司本次募投项目开发的新车型需新建配套生产线，包括“江淮年产 20 万辆中高端智能纯电动乘用车建设项目”，以及在“江淮年产 20 万辆中高端智能纯电动乘用车建设项目”基础上为本次募投项目开发的部分新车型配套技改（主要为模、夹、检具等）项目。配套生产线预计固定资产投资总额约 35 亿元左右。

由于本次募投项目规划的系列车型将分批具备小批量生产条件，配套生产线亦会根据相关车型的研发进度分期投入。故在测算销售目标时，公司做出了如下假设：

- 1、本次募投项目的研发投入和配套生产线的固定资产投资全部投入完毕；
- 2、初步预测无形资产摊销、固定资产折旧和厂房租赁等固定成本；
- 3、初步预测直接材料、直接人工、辅材、燃料动力费用等可变生产成本；
- 4、初步预测新车型可能的销售价格、销量等；
- 5、初步预测新车型相关业务的期间费用和各项税金及附加等。

根据初步测算，预计“江淮年产 20 万辆中高端智能纯电动乘用车建设项目”及其配套技改项目全部投资完成后，公司新车型实现盈利所需达到的销售目标是规划总产能的 35%-40%左右，并将随后续固定资产折旧、无形资产摊销等成本费用的变化，逐步下降至规划总产能的 25%-30%左右。

(二) 结合新车型的市场开拓计划、市场空间、市场竞争情况以及目前在建项目情况、现有车型产销量和产能利用率等情况，相关车型的开发具有必要性

1、新车型的市场开拓计划

公司将从宣传推广、产品策略、渠道建设、客户服务、技术创新、人才储备等多方面全力开展市场开拓工作，具体如下：

（1）宣传推广

公司与合作伙伴将继续加大品牌宣传与投放力度，通过华为品牌盛典活动、鸿蒙智行周年直播、设计沟通会、技术沟通会、产品上市活动等进行品牌专场宣传活动，与主流官媒、新媒体平台、社交媒体、汽车论坛、行业网站等多种媒体渠道合作持续开展新车型品牌推广，参加国内外顶级车展、举办品牌体验活动，展示新车型的技术实力和新奢美学形象，深化新车型的高端、智能、旗舰、环保的品牌定位，提升市场和终端消费群体对新车型的品牌认知，以促进新车型向目标市场和意向客户群体的销售。

（2）产品策略

公司将通过高标准的产品设计和产品配置，构建更加多元的产品矩阵蓝图，实现新车型的竞争优势，以模块化、平台化架构策略优化资源配置与开发周期，实现产品全生命周期的价值最大化与可持续发展。以 8S 设计标准，追求技术引领，定义新型豪华车产品要素，打造自主品牌顶级豪华车产品。围绕不同用户需求和客户体验，采用多种配置、性能组合及长带宽的价格策略，推动产品覆盖更多细分市场，提升产品销量。

（3）渠道建设

在渠道建设方面，公司与华为紧密合作，实现新车型线上和线下相结合的多元化销售及服务网络布局。在线上通过品牌官网、APP、微信小程序等渠道实现在线选配、下单、订单查询等销售功能，并且建立线上服务生态，帮助消费者通过线上更加便捷的实现问题咨询、服务网点查询等售后服务功能。在线下主要通过鸿蒙智行门店进行销售，充分利用华为终端的全国销售网络、强大的品牌营销和用户运营能力，目前鸿蒙智行已拥有 800 多家门店，2025 年将突破 1,000 家，渠道铺设能力较强，业务范围覆盖全国，能有效触达各地目标客户，提升业务响应速度与服务效率。

（4）客户服务

公司将通过基础服务和增值服务相结合，为高端车型匹配尊贵体验。公司将与经销商协同搭建“以用户为中心”的服务体系，从意向客户邀约体验、试驾体验、会员专属服务、整车质保、售后服务、服务 IT 平台建设、车主活动及生态圈建设

等方面建立覆盖售前、售中和售后的完善客户服务体系,提升客户满意度和忠诚度。新车型提供全球首发的融合感知充电机器人自动充电服务等,为客户显著提升使用体验。

(5) 技术创新

新能源汽车是技术密集型产业,唯有创新方能行稳致远。公司将坚持以客户需求为导向,结合新车型的开发经验和用户反馈持续研发,针对新车型及其应用技术不断迭代升级,优化产品性能,确保新车型的技术领先性、安全性、豪华性和可靠性。公司将持续增强各类研发资源、优化研发激励机制,提升自主创新能力,同时积极与产业链上下游、国内知名院校、科研院所建立多种形式的产学研合作,提升新产品、新技术、新工艺的开发投入力度,不断强化新车型的科技附加值和市场竞争力。

(6) 人才储备

公司将进一步完善人才引进机制,通过自主培养和市场化招聘,挖掘优秀人才,充实到新车型相关的研发、生产、销售及管理等部门中去,从而满足公司未来新车型市场拓展对人才的要求。同时,进一步完善员工绩效评价体系和薪酬激励机制,激发员工的创造性和主动性,充分发挥每个员工在新车型市场开拓工作中的潜能。

2、新车型的市场空间及市场竞争情况

(1) 市场空间

高端智能电动平台覆盖轿车、SUV 和 MPV 等主要乘用车车型。根据 S&P Global Mobility 预计,2024 年全球乘用车销量约 8,800 万辆左右。根据中汽协数据,2024 年中国乘用车销量 2,756.3 万辆(含内销+出口),同比增长 5.8%,中国乘用车产出连续两年在 2,500 万辆以上,新能源乘用车整体销量达到 1,105 万辆,同比增长 40.2%。

我国高端乘用车市场由国内车企(自主+合资)品牌和外资进口品牌共同组成,近两年自主品牌高端乘用车市场规模呈现快速上涨趋势。根据中汽协数据,2024 年国内生产的高端品牌乘用车销量 473.8 万辆(不含纯进口数据、下同)、同比增长 2.3%,其中,50 万元以上价位的乘用车销量约 49.7 万辆、同比增长 42.76%,以自主品牌为主的 50 万元以上价位新能源乘用车销量约 29.9 万辆、涨幅 212.8%。此外,根据中国汽车流通协会数据,2024 年中国进口汽车平均报关单价约 39.51 万元,

进口车中豪华车和超豪华车销量约 60 万辆。

（2）市场竞争情况

在高端乘用车市场，传统豪华品牌仍占据重要份额，但在新能源转型挑战下，传统豪华品牌的市场份额不断下降，近年来在中国市场的销量均出现了不同程度的下滑。同时，智能化已成为自主品牌中高端车的重要优势，智能驾驶和智能座舱在购车过程中已成为消费者越来越重要的考虑因素。新能源汽车的崛起使得传统豪华品牌在技术和智能化方面的优势逐渐消失，甚至被自主品牌超越，智能化的持续升级逐步改善消费者对自主品牌的认知。高端乘用车市场的年轻消费者不再局限于传统豪华品牌，消费者们更愿意尝试新兴品牌和新能源车型，市场需求呈现个性化与多样化趋势。以华为鸿蒙智行等为代表的自主科技豪华品牌在高端市场的市场渗透率不断提高，同时还创造了一个新的快速增长的细分高端市场，突显出自主豪华品牌在高端市场的技术实力与品牌认可不断上升。

目前 50 万以上价位的乘用车市场中，轿车细分市场由外资传统豪华品牌占据市场领先份额，主要品牌包括奔驰、宝马、奥迪和保时捷等，且市场集中度较高，自主品牌市场份额较低，车型布局较少；SUV 细分市场中，以问界 M9（定价约 47-57 万）为代表的自主品牌车型正在快速起量，但在 60 万元以上高价格段车型中，宝马、奔驰、保时捷、路虎等外资传统豪华品牌仍是市场主力品牌；MPV 细分市场中，极氪 009、腾势 D9、岚图梦想家等自主品牌车型正在加速渗透并占领一定的市场份额，60 万以上的高价格段车型中，仍以丰田、奔驰等品牌为主。

在百万级别的豪车市场中，外资品牌仍处于相对垄断地位，自主品牌几乎处于空白状态。百万级别轿车主要车型包括奔驰 S、迈巴赫 S、宝马 7 系、奥迪 A8、保时捷 Panamera 等，SUV 车型主要车型包括路虎揽胜、路虎卫士、保时捷 Cayenne、奔驰 GLS、宝马 X7 等，MPV 车型主要车型包括丰田埃尔法等。

3、配套生产线目前的建设情况

截至报告期末，本次募投项目新车型的配套生产线形象建设进度约为 70% 左右，目前厂房、柔性化生产线和首款车型相关的模、夹、检具等已建设完成，相关设备安装调试已完成，正处于生产验证阶段，具备小批量生产条件。

4、公司现有乘用车的产销率和产能利用率情况

公司当前乘用车的产销率和产能利用情况如下：

单位：辆

期间	类型	产量	销量	产销率	产能	产能利用率
2022 年	燃油车	113,790	108,944	95.74%	140,000	124.56%
	新能源车	60,595	57,253	94.48%		
2023 年	燃油车	170,769	171,120	100.21%	140,000	144.34%
	新能源车	31,301	28,821	92.08%		
2024 年	燃油车	136,349	135,580	99.44%	140,000	116.36%
	新能源车	26,561	31,183	117.40%		
2025 年 1-6 月	燃油车	60,505	57,659	95.63%	340,000	79.99% ^注
	新能源车	8,816	8,297	94.11%		

注 1：上表中的乘用车产能、产量等数据不含蔚来合作车型，包含 KD 散件的数量。

注 2：公司肥西新港乘用车智慧工厂（尊界超级工厂），设计产能 20 万辆/年，于 2024 年 12 月底竣工验收，目前厂房、柔性化生产线和首款轿车车型相关的模、夹、检具等已建设完成，后续车型相关模、夹、检具尚未建设完，该工厂于 2025 年 6 月 18 日开始量产首款车型尊界 S800，故上表中 2025 年 1-6 月的产能利用率采用了年化的方法，即实际产能 =140,000/2+200,000/12=86,666.67 辆。

5、首款轿车车型尊界 S800 预定情况分析

（1）首款车型尊界 S800 的预定情况及市场认可度分析

2025 年 5 月 30 日，尊界 S800 车型正式发布了具体配置、内饰和最终售价，全国建议零售价为 70.8 万元-101.8 万元，上市 4 个月预定数突破 15,000 台。

目前中国百万级以上乘用车终端销量约在十几到二十万辆之间，百万级轿车细分市场主要品牌车型包括奔驰 S、保时捷 Panamera、迈巴赫 S、宝马 7 系和奥迪 A8 等，根据市场公开数据，前述车型 2024 年度平均每月销量在 800-1,300 台左右。本次募投项目规划的首款轿车车型尊界 S800 正式上市 4 个月的 15,000 台预定数可在一定程度上展现市场对尊界 S800 的认可。

（2）募投项目规划多款车型，构建了覆盖不同细分市场的产品矩阵

本次募投项目旨在开发全新一代高端智能电动汽车平台，平台目前规划了轿车、SUV 和 MPV 三个品类的车型，其中轿车包括四座、五座适用于不同场景的选项，以及增程、纯电多种能源形式的组合。募投项目规划的车型围绕不同用户需求和客户体验，采用多种配置、性能组合及长带宽的价格策略，产品能够覆盖不同的细分市场。从高端乘用车市场产品结构和公司本次募投项目规划来看，轿车车型在平台

规划的三个品类车型中产能占比最小，平台规划的后续 SUV 和 MPV 车型产能将显著高于轿车车型。

（3）自主科技豪华品牌市场规模及市场渗透率不断攀升

近年来，中国品牌抓住电动化及智能化转型窗口期，拾级而上，在高端豪华车市场中的份额持续提升，同时不断切入更高价格段的细分市场。根据中汽数研 2024 年度数据，在 SUV 细分市场，定价约 41 万-44 万的理想 L9 销量约 8.58 万辆，定价约 47-57 万元的问界 M9 销量约 15.61 万辆；在 MPV 细分市场，定价约 34 万-60 万元的腾势 D9 销量约 10.28 万辆，定价约 33 万-64 万元的岚图梦想家销量约 5.51 万辆，前述车型自推向市场后迅速攀升到相关细分市场的行业前列地位，突显出自主科技豪华品牌在高端市场的技术实力与品牌认可不断上升。

（4）募投项目规划的自主品牌车型在高价格段市场具备稀缺性

目前轿车、SUV 和 MPV 的细分领域中，高价格段市场以外资传统豪华品牌为主。在百万级别的豪车市场中，外资品牌仍处于相对垄断地位，自主品牌几乎处于空白状态。本次募投项目规划的相关车型，属于高价格段稀缺的自主科技豪华品牌，对推动我国汽车产业高质量可持续发展，加快建设汽车强国具有重要意义。

6、相关车型的开发具有必要性

综上所述，公司从宣传推广、产品策略、渠道建设、客户服务、技术创新、人才储备等多方面针对相关车型制定了周密的市场开拓计划，公司现有乘用车产能利用率和产销率较高，新车型的配套生产线目前建设进展顺利，与募投项目研发进度能够匹配。本次募投项目规划的首款轿车车型尊界 S800 于 2025 年 5 月 30 日正式上市 4 个月的 15,000 台预订数可在一定程度上展现市场对产品的认可。高端智能电动平台相关车型定位高端市场，新能源汽车在智能化、网联化等方面的优势，使得国外传统豪华品牌车企的竞争力在减弱，甚至被自主品牌超越，以华为鸿蒙智行为代表的国产科技豪华品牌在高端市场进一步渗透，竞争力和市场份额不断增加，其开发具有必要性。

（三）研发成果产业化失败、市场开拓不达预期的风险较小

高端智能电动平台轿车首款车型尊界 S800 已于 2025 年 5 月 30 日正式上市，尊界 S800 “先行者计划”于 6 月 26 日开始交付，从当前的市场反馈来看，用户反

响较好。综上，公司本次募投项目研发成果产业化失败、市场开拓不达预期的风险较小。但出于谨慎性考虑，公司已在募集说明书“重大事项提示”之“一、重大风险提示”之“（二）募集资金投资项目实施的风险”和“第六节 与本次发行相关的风险因素”之“三、对本次募投项目的实施过程或实施效果可能产生重大不利影响的因素”之“（一）募集资金投资项目实施的风险”中披露了相关风险，具体如下：

“公司本次募集资金投资项目为高端智能电动平台开发项目，可行性分析是基于国家产业政策、市场竞争状况、行业发展趋势、公司自身战略和技术基础等因素做出的。虽然公司综合考虑了各方面因素，但是如募投项目实施过程中，前述因素发生不利变化，可能导致本次募集资金投资项目不能如期实施，或者项目实施效果不及预期的风险，研发失败或研发成果产业化失败、市场开拓不达预期的风险。”

四、募投项目的投资进度情况，是否存在置换董事会前投入的情形

公司于 2024 年 9 月 30 日召开董事会审议通过本次发行相关议案，截至 2024 年 9 月 30 日，本次募投项目已投入金额合计 8.40 亿元，不存在置换董事会前投入的情形。

【核查情况】

一、核查过程

针对以上事项，保荐机构执行了以下核查程序：

- 1、获取并查阅了公司本次募投项目相关的立项资料、可行性研究报告等资料；
- 2、获取了公司截至 2025 年 6 月末的主要在研项目清单及其立项资料等；
- 3、与本次募投项目的相关人员了解募投项目所需的关键技术与难点及开发进度等；
- 4、与发行人技术中心相关人员了解发行人目前已具备的技术；
- 5、与发行人相关人员了解新车型新建配套生产线的情况及建设进度，现场查看了产线建设情况，获取了产线相关的备案批复、盈亏平衡的销量测算表等资料；
- 6、获取了发行人有关新车型的市场开拓计划和市场空间、市场竞争等情况分析，并进行了网络核查；

- 7、获取了发行人现有车型产销量和产能利用率；
- 8、获取了发行人董事会前本次募投项目的投入情况。

二、核查意见

经核查，保荐机构认为：

- 1、本次募投项目与其他在研项目均系围绕发行人自身主营业务开展的研发活动，着力于汽车整车、核心零部件、关键技术等的持续开发、升级，丰富产品结构、优化业务布局，以匹配汽车市场的发展与客户需求的变化，从而提升发行人经营规模和效益，增强核心竞争力；本次募投项目与其他在研项目在研发内容、研发目标等方面均存在显著差异，产品定位和定价、面向的市场目标客户群体等也明显不同，发行人本次募投项目与其他在研项目不存在重复投入的情况；
- 2、发行人高度重视研发投入，积累了丰富的产品研发经验和技术储备，构建了一套完整、成熟的开发流程，具备解决本次募投项目关键技术与难点的能力和资源，且本次募投项目相关预研工作充分、扎实。截至报告期末，发行人本次募投项目已完成高端智能电动平台架构的搭建，基于平台架构的系列车型研发进展顺利，首款车型具备小批量生产能力。发行人本次募投项目研发失败的风险相对较小，发行人已在募集说明书中披露了研发失败的相关风险；
- 3、本次募投项目开发的新车型需新建配套生产线且其进展顺利，相关车型的开发具有必要性，研发成果产业化失败、市场开拓不达预期的风险较小，发行人已在募集说明书中披露了相关风险；
- 4、募投项目的投资进度正常，不存在置换董事会前投入的情形。

问题 2.关于融资规模

根据申报材料，本次发行预计募集资金总额不超过 490,000.00 万元，扣除发行费用后将全部用于高端智能电动平台开发项目。

请发行人说明：(1) 本次募投项目的投资明细及测算依据，本次募集资金用于资本性支出的具体情况；(2) 结合货币资金余额及使用安排、日常经营积累、资金缺口、资产负债率等情况，分析说明本次募集资金的必要性及融资规模的合理性。

请保荐机构及申报会计师根据《证券期货法律适用意见第 18 号》第 5 条进行核查并发表明确意见。

回复：

【说明】

一、本次募投项目的投资明细及测算依据，本次募集资金用于资本性支出的具体情况

本次向特定对象发行股票的募集资金总额不超过 350,000 万元（含本数），扣除发行费用后募集资金将全部用于以下项目：

单位：万元

序号	募集资金投向	投资总额	拟使用募集资金
1	高端智能电动平台开发项目	587,459	350,000
	合计	587,459	350,000

本次募投项目的投资总额为 587,459 万元，拟投入募集资金 350,000 万元，均属于资本性支出。

本次募投项目投资金额明细具体如下：

单位：万元

序号	项目	投资总额	拟使用募集资金投资额	是否属于资本性支出
1	设计开发费	356,659	250,000	是
2	试验费	28,639	20,000	是
3	材料费	92,517	80,000	是
4	人工费	89,088	-	是
5	其他费用	20,556	-	是
	合计	587,459	350,000	-

本次募投项目系全新平台的产品开发，上述投资明细均发生在项目立项后的开发阶段，均为资本化阶段的支出。

本次募投项目投资数额系参照公司类似平台项目的历史开发经验，根据本次募投项目的具体开发内容和平台定位，结合市场调研等综合评估确定的。

投资内容主要为平台开发所发生的直接支出，包含项目开发过程中的设计开发费用、人工费用、试验费用、材料费和支付的其他直接费用，不包含水电费、折旧摊销等间接费用。

1、设计开发费

序号	项目	具体资金投入内容	金额（万元）
1	设计开发费	造型设计	9,912
2		性能设计	12,485
3		电气底盘设计	7,878
4		底盘系统	50,201
5		车身系统	48,837
6		座舱系统	106,463
7		智能驾驶	120,884

设计开发费的投资总金额为 356,659 万元。

2、试验费

序号	项目	具体资金投入内容	金额（万元）
1	试验费	试验检验费	23,086
2		认证费	5,498
3		修理费	55

试验费的投资总金额为 28,639 万元。

3、材料费

序号	项目	具体资金投入内容	金额（万元）
1	材料费	模型制作	17,364
2		装车材料费	66,677
3		辅材备件	5,257
4		标杆车费	3,219

材料费的投资总金额为 92,517 万元。

4、人工费

序号	项目	具体资金投入内容	金额(万元)
1	人工费	工资及工资性费用	87,961
2		差旅费	1,127

人工费的投资总金额为 89,088 万元。公司对本次募投项目人工费用根据项目预计人工小时单价*项目预计总工时进行测算。

对于项目预计人工单价,公司根据研发类人员近三年平均人力成本【豁免披露】进行测算,即人工小时单价=近三年研发类人员平均人力成本总额/12 个月/21.75(天/月) /8 (小时/天)。

对于项目预计总工时,公司根据项目预计标准人数、工作时间和开发周期性测算,即项目预计总工时=项目预计标准人数*21.75 天/月*8 小时/天*开发周期(月)。募投项目预计标准人数系公司在既往同类项目实际标准人数的基础上,结合本次募投项目全新的智能线控底盘系统、智能座舱系统、智能驾驶系统、车身系统等核心模块开发,造型、性能和电气底盘等全新设计,各类动静态试验,以及新车型和零部件试制等实际需要,并充分考虑了项目开发难点等情况进行估算的,三个品类的车型平均各需标准人数【豁免披露】左右。公司于 2023 年举行项目立项决策会,已规划的系列车型将于 2025-2027 年陆续具备小批量生产能力,三个品类的车型开发周期平均各在【豁免披露】。

综上,本次募投项目人工费较高主要系项目体量较大,涉及模块和规划的车型较多,开发周期较长,所需人数较多所致。募投项目人工费占投资总额的比例为 15.16%,低于公司近三年研发费用中的工资及工资性费用占比,具备合理性。

5、其他费用

序号	项目	具体资金投入内容	金额(万元)
1	其他	办公费	48
2		信息化费	8,510
3		装调费	11,997

其他费用的投资总金额为 20,556 万元。

二、结合货币资金余额及使用安排、日常经营积累、资金缺口、资产负债率等情况，分析说明本次募集资金的必要性及融资规模的合理性

（一）结合货币资金余额及使用安排、日常经营积累、资金缺口等情况，分析说明本次募集资金的必要性及融资规模的合理性

综合考虑公司货币资金余额及使用安排、日常经营积累、公司资产负债状况等因素，公司未来三年资金缺口为 430,677.53 万元，具体测算过程如下：

单位：万元			
项目	计算公式	金额	索引
货币资金及交易性金融资产余额	A	1,791,649.93	
其中：其他货币资金余额等受限资金	B	295,818.10	
可自由支配资金	C=A-B	1,495,831.83	1
未来期间预计产生的累计经营活动现金流入净额	D	865,617.43	2
最低现金保有量	E	1,222,094.95	3
未来期间新增最低现金保有量	F	292,478.40	4
未来期间各项资本性支出及项目投资需求	G	1,164,702.49	5
未偿还贷款的利息	H	62,029.73	6
拟支付租赁负债及利息	I	50,821.22	7
总体资金需求合计	J=E+F+G+H+I	2,792,126.79	
总体资金缺口	K=J-C-D	430,677.53	

注：鉴于公司 2022 年度、2024 年度归属于母公司股东的净利润为负数，基于谨慎性考虑，未预计未来三年现金分红所需资金。

1、可自由支配资金

截至 2024 年 12 月 31 日，公司货币资金余额为 1,325,567.15 万元，交易性金融资产余额为 466,082.78 万元，其中使用受限的货币资金余额为 295,818.10 万元。公司可自由支配货币资金余额为 1,495,831.83 万元。

2、未来三年预计产生的累计经营活动现金流入净额

（1）2022 年度-2024 年度发行人营业总收入和经营活动产生的现金流量净额变动情况

2022 年度-2024 年度，公司经营活动产生的现金流量净额占营业总收入比例情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业总收入	4,220,228.66	4,501,640.85	3,657,736.43
经营活动产生的现金流量净额	271,147.26	339,638.13	153,075.42
经营活动产生的现金流量净额占营业总收入比例	6.42%	7.54%	4.18%

如上表所示，2022 年度-2024 年度公司经营活动产生的现金流量净额占营业总收入比例分别为 4.18%、7.54% 和 6.42%，公司采用报告期内经营活动产生的现金流量净额占营业总收入比例平均值 6.05%，预测未来三年（2025 年至 2027 年）的经营活动现金流量净额。

（2）未来三年营业总收入的预测

公司未来三年营业总收入预测如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2026 年度	2027 年度
营业总收入	4,432,485.80	4,761,120.14	5,114,120.16

公司未来三年营业总收入预测依据如下：

①2022 年度至 2024 年度，公司营业总收入由 3,657,736.43 万元增长至 4,220,228.66 万元，复合增长率为 7.41%；②同时，本次募投项目高端智能电动平台开发项目和配套的年产 20 万辆中高端智能新能源乘用车建设项目及配套车型技改项目系公司充分考虑汽车行业的未来发展趋势和自身战略定位开展的战略转型项目，高端智能电动平台规划的首款车型已正式发布上市，第二款车型和第三款车型将分别于 2026 年和 2027 年上市，将为公司带来较大的收入贡献。相关车型的市场空间及在建项目情况详见本问询回复之“问题 1. 关于本次募投项目”之“三、（二）结合新车型的市场开拓计划、市场空间、市场竞争情况以及目前在建项目情况、现有车型产销量和产能利用率等情况，相关车型的开发具有必要性”。

综上，考虑到公司 2022 年度-2024 年度的营业收入复合增长率情况，以及公司本次募投项目及配套建设项目车型陆续投入市场的贡献，假设 2025 年、2026 年和 2027 年营业收入增长率与报告期内营业收入复合增长率保持一致，为 7.41%。同时，考虑到公司 2024 年度营业收入同比有所下滑，公司基于谨慎性考虑以 2022 年、2023 年、2024 年 3 年平均营业收入 4,126,535.31 万元（小于公司 2024 年度

营业总收入 4,220,228.66 万元)作为基数预测 2025 年营业总收入,即预测 2025 年度营业总收入=4,126,535.31 万元* (1+7.41%)。

(3) 公司未来期间预计产生的累计经营活动现金流量净额

对于公司 2025 年、2026 年和 2027 年的经营活动现金流量净额采用销售百分比法进行预测:公司 2025 年、2026 年和 2027 年的经营活动现金流量净额=预测 2025 年、2026 年和 2027 年营业总收入*6.05%=865,617.43 万元, 具体测算过程如下:

单位: 万元

项目	2025 年度	2026 年度	2027 年度
预测营业总收入	4,432,485.80	4,761,120.14	5,114,120.16
经营活动现金流量净额占营业总收入的比例	6.05%		
未来三年预计经营活动现金流量净额	268,165.39	288,047.77	309,404.27
未来三年预计产生的累计经营活动现金流量净额	865,617.43		

3、最低现金保有量

最低现金保有量系公司为维持日常营运所需要的最低货币资金金额, 以应对客户回款不及时, 支付供应商货款、员工薪酬、税费等短期付现成本。根据公司合并报表, 2022 年度、2023 年度和 2024 年度公司经营性现金流出情况及据此测算的公司货币资金保有量测算情况如下:

单位: 万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
购买商品、接受劳务支付的现金	3,108,809.73	3,370,439.32	2,778,438.13
支付给职工以及为职工支付的现金	379,731.98	375,540.42	359,943.14
支付的各项税费	148,523.59	180,694.74	145,715.02
支付其他与经营活动有关的现金	63,760.63	62,887.49	24,370.29
经营活动现金流出小计	3,700,825.93	3,989,561.98	3,308,466.57
月均经营活动现金支出	308,402.16	332,463.50	275,705.55
期末自有支配资金及交易性金融资产余额	1,495,831.83	1,352,735.27	1,061,923.33
覆盖月份数	4.85	4.07	3.85

由上表可知, 2022 年末、2023 年末、2024 年末, 公司可自由支配的货币资金及交易性金融资产对月均经营活动现金流出的覆盖月份数分别为 3.85 个月、4.07

个月和 4.85 个月。为保证公司经营运转稳定，公司通常预留 4 个月左右日常经营所需现金，因此测算保留四个月经营活动现金流出资金作为最低现金保有量。

2024 年度同行业可比公司可自由支配的货币资金及交易性金融资产对月均经营活动现金流出的覆盖月份数具体如下：

公司	2024 年经营活动现金流出合计	月均经营活动现金流出	可自由支配的货币资金及交易性金融资产余额	单位：万元
				覆盖月数
上汽集团	54,100,268.09	4,508,355.67	24,886,452.41	5.52
比亚迪	68,136,375.70	5,678,031.31	14,304,617.30	2.52
一汽解放	6,196,191.84	516,349.32	1,980,215.08	3.84
长城汽车	20,953,011.71	1,746,084.31	4,145,139.83	2.37
长安汽车	17,919,372.70	1,493,281.06	6,342,938.97	4.25
广汽集团	14,105,492.70	1,175,457.73	5,001,949.43	4.26
东风股份	1,468,121.78	122,343.48	414,819.32	3.39
福田汽车	3,502,304.80	291,858.73	691,605.31	2.37
江铃汽车	3,931,093.41	327,591.12	1,252,760.32	3.82
赛力斯	13,921,126.49	1,160,093.87	1,038,243.01	0.89
中位数				3.32
平均数				3.61

注：同行业可比公司可自由支配的货币资金系货币资金金额扣除受限货币资金金额。

由上表可知，公司采用四个月经营活动现金流出资金作为最低现金保有量与同行业可比公司相比处于中间水平，低于上汽集团、长安汽车和广汽集团，具备合理性。

综上，2022 年度-2024 年度，公司的月均经营活动现金流出金额为 305,523.74 万元，因此以 4 个月的覆盖水平，确定最低现金保有量为 1,222,094.95 万元。

4、未来三年新增最低现金保有量

最低现金保有量的需求与公司经营规模密切相关，随经营规模的增加，各项经营活动现金流出通常同步增加，现金保有量也会同步增加。根据公司未来期间预计营业收入，公司未来期间新增最低现金保有量=预测 2027 年营业收入*2022 年度-2024 年度最低现金保有量/报告期平均营业收入-2022 年度-2024 年度最低现金保有量=292,478.40 万元。

5、未来三年各项资本性支出及项目投资需求

截至本报告出具日，公司已审议的投资项目资金需求为 1,164,702.49 万元，具体如下：

单位：万元

序号	投资项目	投资概况	履行的审议程序	2025年-2027年投资金额
1	本次募投项目：高端智能电动平台开发项目	项目总投资 587,459 万元，截至 2024 年 12 月 31 日已支出 141,800.85 万元，2025 年至 2027 年累计现金支出需求 445,658.15 万元	经公司总经理办公会审议通过	445,658.15
2	大众安徽增资款	根据增资协议，公司应于 2025 年 12 月 31 日前缴纳增资款 81,250 万元，2025 年至 2027 年需投资 81,250.00 万元	经公司八届十七次董事会和 2024 年第二次临时股东大会审议通过	81,250.00
3	固定资产投资项目	假设 2025 年、2026 年、2027 年公司投资需求与 2024 年相当，则公司 2025 年、2026 年、2027 年主要投资项目投资需求为 202,357 万元 *3=607,071.00 万元 ^注	2024 年固定资产投资计划已经八届董事会第十八次会议审议通过	607,071.00
4	除本次募投项目外其他已立项的资本化研发项目	项目投资预算合计 29,548.00 万元，截至 2024 年 12 月 31 日已支出 19,116.66 万元，2025 年至 2027 年累计现金支出需求 10,431.34 万元	根据公司《“三重一大”决策制度实施办法》以及研发立项管理办法已履行相关决策程序	10,431.34
5	海外子公司及关键零部件公司出资	项目投资预算合计 20,292.00 万元	已经公司八届董事会第二十四次会议审议通过	20,292.00
合计		—	—	1,164,702.49

注：根据 2024 年江淮汽车八届董事会第十八次会议审议通过的《关于公司 2024 年度投资计划的议案》，公司 2024 年固定资产投资计划 202,357 万元，根据公司已披露的 2024 年度报告，2024 年全年实际完成固定资产投资 224,537.66 万元，全年投资计划完成率 110.96%。此外，根据 2025 年江淮汽车八届董事会第二十四次会议审议通过的《关于公司 2025 年度投资计划的议案》，公司 2025 年固定资产投资计划 197,240 万元，包括年产 20 万辆中高端智能新能源乘用车建设项目及配套车型技改项目、研发五期建设项目、新港乘用车超级工厂停车楼建设项目、技术中心 2025 年研发试验能力提升项目等相关投资，与预测数差异不大，说明以 2024 年投资计划进行未来期间的固定资产投资预测具备合理性。

6、预计偿还借款利息

2022 年度、2023 年度、2024 年度，公司银行借款的利息支出分别为 36,264.98 万元、28,920.54 万元和 21,170.27 万元，年均银行借款利息支出为 28,785.26 万元。截至 2024 年 12 月 31 日，公司银行借款（包括长期借款、一年内到期的非流动负债、短期借款）余额为 715,236.33 万元，平均年化借款利率为 2.89%，按照此银行借款余额和平均年化借款利率测算 2025 年、2026 年和 2027 年每年需支付的利息

为 20,676.58 万元，低于报告期内年均银行借款的利息支出，未来三年未偿还贷款的利息支出合计为 62,029.73 万元。

7、拟支付租赁负债及利息

公司拥有较大体量以使用权资产和租赁负债核算的租赁房屋。公司租赁房屋主要系围绕主业开展生产经营活动所需，支付租赁负债本金及利息列报于公司现金流量表的筹资活动中，未在未来期间预计产生的累计经营活动现金流量净额中予以考虑，因此计算未来资金需求时应考虑支付租赁负债本金及利息支出。

2022 年、2023 年和 2024 年公司除新港智能新能源乘用车项目外支付的租赁负债及利息现金流分别为 1,923.02 万元、1,712.10 万元和 2,186.10 万元，平均年化租赁负债及利息现金流为 1,940.41 万元，根据前述平均值预测公司 2025 年、2026 年和 2027 年拟支付租赁负债及利息合计为 5,821.22 万元；此外公司 2024 年 9 月底已签订的《江淮新港智能新能源乘用车项目土地厂房租赁协议》约定，租赁期内前五年公司每年需支付场地租金 1.5 亿元，公司 2025 年、2026 年和 2027 年拟支付的新港智能新能源乘用车项目土地厂房租赁负债及利息支出预计至少为 45,000.00 万元。因此，公司未来三年拟支付的租赁负债及利息支出预计至少为 50,821.22 万元。

根据前述分析，公司目前面临的资金缺口金额约为 430,677.53 万元，而本次募集资金为 350,000 万元，公司难以通过自有资金进行本次募投项目建设。因此，本次募集资金具有必要性。

（二）结合公司资产负债率等情况，分析说明本次募集资金的必要性及融资规模的合理性

2022 年末、2023 年末和 2024 年末，公司资产负债率分别为 70.12%、69.01% 和 74.68%，公司资产负债率处于较高水平。报告期各期末，公司资产负债率与同行可比上市公司对比情况如下：

单位：%

公司名称	2024 年末	2023 年末	2022 年末
上汽集团	63.77	65.94	66.03
比亚迪	74.64	77.86	75.42
一汽解放	63.44	62.83	58.22
长城汽车	63.64	65.96	64.82

长安汽车	62.01	60.73	56.90
广汽集团	47.61	43.04	35.67
东风股份	50.28	55.15	52.04
福田汽车	71.99	67.91	71.68
江铃汽车	65.64	65.74	66.36
赛力斯	87.38	85.95	79.16
平均值	65.04	65.11	62.63
江淮汽车	74.68	69.01	70.12

与同行业可比上市公司相比，发行人资产负债率较高。本次募投项目建设拟投入募集资金 350,000 万元，若全部采用债务融资方式进行本次募投项目建设，以报告期末财务数据测算，公司资产负债率将增至 76.36%，远高于同行业平均水平，会对公司偿债能力造成一定的影响；若采用股权融资方式进行本次募投项目建设，以报告期末财务数据测算，公司资产负债率将降至 69.71%，与同行业可比公司平均值相当。因此，本次募投项目建设通过股权融资方式可以解决重点项目所需资金，将增强发行人资本实力，降低发行人资产负债率，优化资本结构；同时，节约发行人财务费用，增强财务稳健性，促进发行人的长期可持续发展。

综上所述，一方面，随着公司业务规模的快速增长，公司营运资金的需求不断增加，公司目前面临较大的资金缺口，难以通过自有资金进行本次募投项目建设；另一方面，公司目前资产负债率水平高于同行业可比上市公司平均水平，若通过债务融资方式进行本次募投项目建设，将进一步提升公司资产负债率水平，增加公司的偿债风险；因此，公司本次募集资金具有必要性，融资规模具有合理性。

【核查情况】

一、核查过程

针对以上事项，保荐机构和申报会计师执行了以下核查程序：

1、查阅本次募投项目的可研报告，核查本次募投项目的建设内容、投资数额安排明细、投资数额的测算依据、测算过程及项目资本性支出情况等；

2、核查公司现有货币资金的用途、现金周转、经营性资金净流入等情况，获取公司未来投资支出计划以及银行借款偿还计划，测算预测期资金流入净额、最低现金保有量、资金缺口等情况，并结合公司资产负债率情况及与同行业可比公司对

比情况，分析本次募投项目融资的必要性和融资规模的合理性。

二、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、本次募投项目具体投资数额的测算依据和测算过程合理；本次募投项目拟使用募集资金部分的项目投资均属于资本化阶段支出，均满足公司会计政策中关于开发支出资本化的条件；

2、结合货币资金余额及使用安排、日常经营积累、资金缺口、资产负债率等情况，公司本次募集资金具有必要性，融资规模具有合理性；

3、关于《证券期货法律适用意见第 18 号》第 5 条的核查意见

(1) 通过配股、发行优先股或者董事会确定发行对象向特定对象发行股票方式募集资金的，可以将募集资金全部用于补充流动资金和偿还债务。通过其他方式募集资金的，用于补充流动资金和偿还债务的比例不得超过募集资金总额的百分之三十。对于具有轻资产、高研发投入特点的企业，补充流动资金和偿还债务超过上述比例的，应当充分论证其合理性，且超过部分原则上应当用于主营业务相关的研发投入。

经核查，本次募投项目拟投入募集资金 350,000 万元，均属于资本性支出，不存在将募集资金用于补充流动资金和偿还债务的情形。

(2) 金融类企业可以将募集资金全部用于补充资本金。

经核查，发行人不属于金融类企业，不适用此规定。

(3) 募集资金用于支付人员工资、货款、预备费、市场推广费、铺底流动资金等非资本性支出的，视为补充流动资金。资本化阶段的研发支出不视为补充流动资金。工程施工类项目建设期超过一年的，视为资本性支出。

经核查，本次募投项目系全新平台的产品开发，且相关研发投入均发生在项目立项后的开发阶段，为资本化支出，不视为补充流动资金。

(4) 募集资金用于收购资产的，如本次发行董事会前已完成资产过户登记，本次募集资金用途为补充流动资金；如本次发行董事会前尚未完成资产过户登记，本次募集资金用途为收购资产。

经核查，本次募集资金未用于收购资产，不适用此规定。

(5) 上市公司应当披露本次募集资金中资本性支出、非资本性支出构成以及补充流动资金占募集资金的比例，并结合公司业务规模、业务增长情况、现金流状况、资产构成及资金占用情况，论证说明本次补充流动资金的原因及规模的合理性。

经核查，本次募集资金均属于资本性支出，不存在将募集资金用于补充流动资金和偿还债务的情形，不适用此规定。

(6) 保荐机构及会计师应当就发行人募集资金投资构成是否属于资本性支出发表核查意见。对于补充流动资金或者偿还债务规模明显超过企业实际经营情况且缺乏合理理由的，保荐机构应当就本次募集资金的合理性审慎发表意见。

经核查，本次募投项目拟使用募集资金部分的项目投资均属于资本化阶段支出，均满足公司会计政策中关于开发支出资本化的条件。

问题 3.关于经营情况

根据申报材料，1) 报告期内，公司的主营业务收入分别为 3,595,501.74 万元、3,000,574.05 万元、4,168,276.30 万元和 2,958,763.31 万元，归属于母公司股东的净利润分别为 19,999.94 万元、-158,247.69 万元、15,150.93 万元和 62,512.10 万元，扣非归母净利润分别为-188,357.20 万元、-279,478.40 万元、-171,754.69 万元和-23,118.50 万元；2) 报告期内，公司收入存在一定季节性，境外收入金额及占比持续上升，境内收入金额及占比下降；3) 报告期内，公司主营业务毛利率分别为 7.10%、7.31%、10.47% 和 10.52%；4) 报告期内，公司客户包括直销客户、经销客户及贸易客户等，主要客户集中度快速提升，部分主要客户为报告期内新增、成立时间较短或规模较小。

请发行人说明：(1) 结合主要产品的销量、均价等分析报告期内公司主营业务收入变动的原因，分析其他业务收入的主要内容及波动原因；营业收入变动与售后服务费的匹配情况，收入季节性分布情况，公司业绩变动及收入季节性分布情况与同行业可比公司是否存在差异及原因；(2) 量化分析报告期内扣非归母净利润持续为负的原因，归属于母公司股东的净利润变动幅度较大的原因及合理性，结合 2024 年主要产品的销售情况和毛利率等分析公司归属于母公司股东的净利润同比大幅增加的原因；(3) 报告期内境内收入金额持续下降的原因，境外收入金额大幅增长的原因、对应的主要客户、产品及销售模式，结合报告期内报关数据、出口退税金额等说明与外销业务规模的匹配性；报告期内境内境外收入分布及变动情况与同行业可比公司的差异情况及原因；(4) 结合单价、单位成本、销售结构等分析各主要产品毛利率变动的原因，与同行业可比公司是否存在较大差异及原因，境内外销售毛利率的差异情况及原因；(5) 客户集中度快速提升的原因，区分客户类型说明报告期内向主要客户的销售情况并分析变动情况；成立时间较短、规模较小、报告期内新增等主要客户的基本情况，销售金额变动的合理性，销售金额与客户规模的匹配性；(6) 报告期内政府补助金额下降的原因。

请保荐机构及申报会计师核查并发表明确意见，并说明对不同类型客户及成立时间较短、规模较小、报告期内新增等主要客户的核查程序、比例、结论。

回复：

【说明】

一、结合主要产品的销量、均价等分析报告期内公司主营业务收入变动的原因，分析其他业务收入的主要内容及波动原因；营业收入变动与售后服务费的匹配情况，收入季节性分布情况，公司业绩变动及收入季节性分布情况与同行业可比公司是否存在差异及原因

(一) 结合主要产品的销量、均价等分析报告期内公司主营业务收入变动的原因

报告期内，公司的主营业务收入分别为 3,000,574.05 万元、4,168,276.30 万元、3,874,914.94 万元和 1,785,064.84 万元，其中商用车、乘用车、客车合计收入占同期主营业务收入的比例分别为 91.92%、93.33%、95.34% 和 95.16%，构成报告期内公司的主要产品。报告期内，公司商用车、乘用车及客车的收入、销量、均价具体情况如下：

单位：万元、辆、万元/辆

主要产品	2025 年 1-6 月			
	销售收入	占主营业务收入比例	销售数量	销售均价
商用车	1,064,190.22	59.62%	119,325	8.92
乘用车	486,012.70	27.23%	65,956	7.37
客车	148,399.17	8.31%	3,742	39.66
小计	1,698,602.09	95.16%	189,023	8.99
主要产品	2024 年度			
	销售收入	占主营业务收入比例	销售数量	销售均价
商用车	2,216,167.52	57.19%	227,728	9.73
乘用车	1,224,300.92	31.60%	166,763	7.34
客车	253,917.06	6.55%	5,837	43.50
小计	3,694,385.51	95.34%	400,328	9.23
主要产品	2023 年度			
	销售收入	占主营业务收入比例	销售数量	销售均价
商用车	2,102,426.33	50.44%	227,821	9.23
乘用车	1,591,643.63	38.18%	199,941	7.96
客车	196,303.46	4.71%	4,323	45.41
小计	3,890,373.42	93.33%	432,085	9.00

主要产品	2022 年度			
	销售收入	占主营业务收入比例	销售数量	销售均价
商用车	1,611,433.31	53.70%	179,200	8.99
乘用车	1,010,701.87	33.68%	139,497	7.25
客车	135,980.26	4.53%	3,102	43.84
小计	2,758,115.44	91.92%	321,799	8.57

注：上表中商用车不包含客车以及底盘销量，乘用车不包含蔚来汽车销量，2022 年度未包含 KD 散件，下同。

2022 年至 2025 年 1-6 月，公司主营业务收入变动以及商用车、乘用车和客车的销量、销售均价对主营业务收入变动影响的具体分析如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月			2024 年度		
	销售收入较 2024 年 1-6 月 变动金额	销量对收入增 长的贡献	销售均价对 收入增长的 贡献	销售收入较 2023 年度变 动金额	销量对收入 增长的贡献	销售均价对 收入增长的 贡献
商用车	-88,829.78	-38,175.20	-50,654.58	113,741.20	-858.24	114,599.44
乘用车	-143,574.96	-101,466.84	-42,108.12	-367,342.71	-264,115.68	-103,227.03
客车	41,484.82	40,496.67	988.15	57,613.61	68,749.35	-11,135.74
小计	-190,919.92	-99,145.38	-91,774.55	-195,987.91	-196,224.57	236.66
主营业务收入变动	-185,298.47	—	—	-293,361.37	—	—
项目	2023 年度					
	销售收入较 2022 年度变 动金额	销量对收入增 长的贡献	销售均价对 收入增长的 贡献			
商用车	490,993.02	437,218.19	53,774.83			
乘用车	580,941.76	437,936.76	143,005.00			
客车	60,323.20	53,524.14	6,799.06			
小计	1,132,257.98	928,679.09	203,578.89			
主营业务收入变动	1,167,702.25	—	—			

注 1：销量对收入增长的贡献=（本年度销售数量-上年度销售数量）×上年度销售均价，销售均价对收入增长的贡献=（本年度销售均价-上年度销售均价）×本年度销售数量。

注 2：2025 年 1-6 月收入、销量、单价对比数据为 2024 年 1-6 月；2025 年 1-6 月毛利率

变动额对比数据为 2024 年度，下同。

如上表所示，2023 年度公司主营业务收入较 2022 年度上涨 1,167,702.25 万元、增幅 38.92%，主要系商用车、乘用车、客车销售收入共同上涨所致；2024 年度，公司主营业务收入较 2023 年度下降 293,361.37 万元、降幅 7.04%，其中：商用车销售收入较 2023 年度上涨 113,741.20 万元、乘用车销售收入较 2023 年度下降 367,342.71 万元、客车销售收入较 2023 年度上涨 57,613.61 万元；2025 年 1-6 月公司主营业务收入较上年同期下降 185,298.47 万元，降幅 9.40%，其中：商用车销售收入较上年同期下降 88,829.78 万元，乘用车销售收入较上年同期下降 143,574.96 万元，具体分析如下：

(1) 2023 年度，公司商用车、乘用车销售收入分别同比增加 30.47%、57.48%，销售数量同比增加 27.13%、43.33%，销售均价均有所提升，导致公司 2023 年度主营业务收入同比增长 38.92%，主要原因系：

①2023 年我国汽车销量 3,009.4 万辆，同比增长 12%，其中乘用车销量达 2,606.3 万辆，同比增长 10.6%；商用车销量达 403.1 万辆，同比增长 22.1%，商用车市场谷底回弹，实现恢复性增长。同时，新能源乘用车持续快速增长，销量达 949.5 万辆，同比增长 37.9%。国内整体汽车市场的增长带动公司相关产品销量增长；

②公司抢抓国际市场机遇，积极响应国家“一带一路”倡议，出口市场覆盖多个“一带一路”沿线国家，受主要境外市场整体需求快速增长、行业竞争相对宽松等影响，2023 年公司境外收入持续上升。同时，公司持续强化技术创新和车型更新迭代，带动营业收入整体增长；

③2023 年，公司商用车、乘用车单价上涨主要受销售区域和产品结构的影响，销售区域方面，通过境外子公司销售的乘用车和商用车销售占比有所提升，境外子公司由于其成本结构中包含进口关税、报废税等（由公司境外子公司承担），较直接出口模式（进口关税、报废税等由海外经销商承担）下的产品售价相对更高；产品结构方面，2023 年乘用车中售价较高的 E40X、瑞风 S5、X8Plus 和商用车中售价较高的重卡、新能源商用车的销量均有所提升。

(2) 2024 年度，公司商用车、乘用车、客车销售收入同比分别变动 5.41%、-23.08%、29.35%，销售数量同比变动-0.04%、-16.59%、35.02%，商用车销售均价有所提升，乘用车、客车销售均价有所下降，2024 年主营业务收入下降主要受乘

用车销售数量和销售均价共同下降影响所致，主要原因系：

①2024年，公司乘用车单价变动主要受产品结构和销售区域影响，一方面，公司及时顺应市场需求调整不同产品线结构，同时市场竞争加剧，导致终端让利频繁；另一方面，2023年公司通过境外子公司销售的乘用车收入占比有所下降。

②2024年乘用车销量下降主要系：中国品牌出海加速，公司在海外市场面临的竞争加剧；境内方面，公司更具市场竞争力的电动化、智能化车型处于市场推广或研发阶段，在国内乘用车市场新能源渗透率不断快速提升的市场下，公司现阶段产品竞争力相对不强。

(3)2025年1-6月，公司商用车、乘用车、客车销售收入同比分别变动-7.70%、-22.80%、38.80%，销售数量同比变动-3.31%、-16.12%、37.88%，商用车、乘用车销售均价有所下降，客车销售均价有所上升，2025年1-6月主营业务收入下降主要受商用车、乘用车销售数量和销售均价共同下降影响所致，主要原因系：

①2025年1-6月，公司商用车和乘用车销量下降的主要原因系：境内外市场竞争进一步加剧；受部分海外市场报废税/进口关税、地缘政治阶段性复杂化等影响，公司对相关国家出口销量有所下降；公司更具市场竞争力的智能化车型尚处于研发阶段或产能爬坡初期（高端智能电动平台首款车型尊界S800自2025年5月30日上市4个月预订突破15,000台，首批“先行者计划”于2025年6月26日开启交付，后续车型尚在研发中）。

②2025年1-6月，公司商用车和乘用车单价下降的主要原因系：公司为应对市场竞争，调整部分车型售价；境外子公司（进口关税、报废税等由境外子公司承担导致单价相对较高）销售占比降低；公司境外商用车中平均单价较低的皮卡产品销售占比提升。

（二）分析其他业务收入的主要内容及波动原因

报告期内，公司其他业务收入明细如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
材料销售	101,042.48	197,933.61	153,221.47	488,554.56
海外运保费	21,564.21	77,157.55	95,611.36	81,020.11

运输费	15,480.81	28,152.16	31,157.80	32,741.85
废料销售	2,600.01	6,564.52	7,065.82	8,115.83
租赁	2,570.18	5,763.37	4,243.13	4,730.47
其他	7,667.87	21,103.04	34,460.16	33,730.52
合计	150,925.56	336,674.25	325,759.74	648,893.34

由上表可知，公司其他业务收入主要为材料销售收入、海外运保费收入、运输费收入及其他等，其中其他主要包括商标许可收入、技术许可收入、劳务收入、零星加工收入等。报告期内，公司其他业务收入的波动主要受材料销售、海外运保费收入及运输费收入的波动影响，其中收入占比较大的材料销售收入变动主要受其中的成套 KD 散件收入影响。报告期内，公司成套 KD 散件收入金额如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
主营业务收入-商用车 KD 散件	57,008.46	168,559.38	203,298.39	-
主营业务收入-乘用车 KD 散件	139,857.73	379,000.75	384,625.77	-
其他业务收入-商用车 KD 散件	-	-	-	165,529.96
其他业务收入-乘用车 KD 散件	-	-	-	179,405.58
KD 散件收入合计	196,866.19	547,560.13	587,924.16	344,935.54
营业收入	1,935,990.40	4,211,589.18	4,494,036.04	3,649,467.39
KD 散件收入占营业收入比例	10.17%	13.00%	13.08%	9.45%

由上表可知，报告期内，公司 KD 散件收入分别为 344,935.54 万元、587,924.16 万元、547,560.13 万元和 196,866.19 万元，占营业收入比例分别为 9.45%、13.08%、13.00% 和 10.17%，整体呈上升趋势。公司报告期内境外收入分别为 1,031,859.04 万元、2,366,942.24 万元、2,389,202.80 万元和 1,014,767.06 万元，2022 年度-2024 年度整体呈上升趋势，2025 年 1-6 月较上年同期有所下降。公司成套 KD 散件主要用于出口销售，变动趋势与境外收入变动趋势一致。2022 年度，公司将成套 KD 散件收入计入其他业务收入核算，随着 KD 散件收入占比的不断提升，成为公司营业收入的重要组成部分，且考虑到 KD 散件收入具有较强的稳定性及持续性，能够为公司带来持续、可靠的现金流，将其调整为主营业务收入能更准确反映公司业务特点，故公司自 2023 年起将 KD 散件收入调整为主营业务收入进行核算和管理。

其次，报告期内公司海外运保费收入分别为 81,020.11 万元、95,611.36 万元、77,157.55 万元和 21,564.21 万元，受报告期内境外收入波动和不同海外客户运输距

离、结算模式差异的影响，报告期内公司海外运保费存在波动。此外，报告期内公司运输费收入分别为 32,741.85 万元、31,157.80 万元、28,152.16 万元和 15,480.81 万元，整体呈下降趋势，主要原因系受境内收入下降及不同地区运输距离和出口产品结构变化的影响。

（三）营业收入变动与售后服务费的匹配情况

报告期内，公司营业收入及售后服务费情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入	1,935,990.40	4,211,589.18	4,494,036.04	3,649,467.39
售后服务费	37,706.41	47,413.01	37,297.06	28,307.50
占比	1.95%	1.13%	0.83%	0.78%

注：公司 2024 年年度报告、2025 年半年度报告已根据企业会计准则 18 号解释公告，将不属于单项履约义务的保证类质量保证从销售费用调整到营业成本列报。为保持报告期财务数据的可比性，本回复已对主营业务成本、各产品毛利率和销售费用等进行还原处理，下同。

如上表，公司售后服务费比例逐年上升，主要原因系：

1、近年来，汽车市场竞争激烈，消费者对汽车售后服务的要求越来越高，不仅关注车辆本身的质量和性能，也对售后服务的质量、便捷性等方面有更高的期望。公司为提高客户满意度和忠诚度，逐渐加大在售后服务方面的投入；

2、汽车技术的不断发展，特别是新能源汽车和智能网联汽车的普及，汽车技术含量和复杂性大幅提高，维修保养的难度和成本也相应增加，导致售后服务费用上升；

3、报告期内，公司产品质保期内市场保有量增加，服务费用同步增加。

（四）收入季节性分布情况，公司业绩变动及收入季节性分布情况与同行业可比公司是否存在差异及原因

1、公司业绩变动及与同行业可比公司比较情况

（1）报告期内，公司营业收入变动与同行业可比公司比较情况如下：

单位：亿元

公司简称	2025 年 1-6 月营业收入同比变化情况			2024 年度营业收入同比变化情况			2023 年度营业收入同比变化情况		
	2025 年 1-6 月	2024 年 1-6 月	变动比例	2024 年度	2023 年度	变动比例	2023 年度	2022 年度	变动比例

上汽集团	2,943.36	2,770.86	6.23%	6,140.74	7,261.99	-15.44%	7,261.99	7,209.88	0.72%
比亚迪	3,712.81	3,011.27	23.30%	7,771.02	6,023.15	29.02%	6,023.15	4,240.61	42.04%
一汽解放	280.79	364.66	-23.00%	585.81	639.05	-8.33%	639.05	383.32	66.71%
长城汽车	923.35	914.28	0.99%	2,021.95	1,732.12	16.73%	1,732.12	1,373.40	26.12%
长安汽车	726.91	767.23	-5.25%	1,597.33	1,512.98	5.58%	1,512.98	1,212.53	24.78%
广汽集团	421.66	458.08	-7.95%	1,067.98	1,287.57	-17.05%	1,287.57	1,093.35	17.76%
东风股份	50.31	57.98	-13.22%	109.37	120.70	-9.39%	120.70	121.90	-0.98%
福田汽车	303.71	239.68	26.71%	476.98	560.97	-14.97%	560.97	464.47	20.78%
江铃汽车	180.92	179.20	0.96%	383.74	331.67	15.70%	331.67	301.00	10.19%
赛力斯	624.02	650.44	-4.06%	1,451.76	358.42	305.04%	358.42	341.05	5.09%
平均值	1,016.78	941.37	8.01%	2,160.67	1,982.86	8.97%	1,982.86	1,674.15	18.44%
江淮汽车	193.60	212.98	-9.10%	421.16	449.40	-6.28%	449.40	364.95	23.14%

由上表可知，2023 年度，公司营业收入同比增长 23.14%，与同行业可比公司不存在重大差异；2024 年度，公司营业收入同比下降 6.28%，与同行业可比公司变动趋势有所差异，主要系赛力斯、比亚迪、长城汽车、江铃汽车收入出现不同程度的增长，拉高了同行业可比公司平均值所致，可比公司中一汽解放、广汽集团、东风股份、福田汽车、上汽集团 2024 年度营业收入均出现不同幅度的下降，且下降幅度高于公司。2025 年 1-6 月，公司营业收入同比下降 9.10%，与同行业可比公司变动趋势存在一定差异，主要系比亚迪、福田汽车当期收入实现大幅增长，拉高了可比公司平均值所致，可比公司中一汽解放、长安汽车、广汽集团、东风股份、赛力斯等 2025 年 1-6 月营业收入均呈现下降趋势。

综上，报告期内，公司营业收入变动与同行业可比公司不存在重大差异。

（2）报告期内，公司扣非归母净利润变动与同行业可比公司比较情况

报告期内，公司扣非归母净利润变动与同行业可比公司比较情况如下：

公司简称	2025 年 1-6 月扣非归母净利润同比变动情况			2024 年扣非归母净利润同比变动情况			2023 年扣非归母净利润同比变动情况		
	2025 年 1-6 月	2024 年 1-6 月	变动比例	2024 年度	2023 年度	变动比例	2023 年度	2022 年度	变动比例
上汽集团	54.31	10.20	432.21%	-54.09	100.45	-153.85%	100.45	89.92	11.71%
比亚迪	136.00	123.15	10.43%	369.83	284.62	29.94%	284.62	156.38	82.01%
一汽解放	-3.77	2.84	-232.68%	-5.70	-0.83	-584.54%	-0.83	-17.14	95.14%

长城汽车	35.81	56.30	-36.39%	97.35	48.34	101.40%	48.34	44.77	7.98%
长安汽车	14.77	11.69	26.36%	25.87	37.82	-31.59%	37.82	32.55	16.19%
广汽集团	-29.45	-3.38	-771.11%	-43.51	35.73	-221.80%	35.73	74.96	-52.34%
东风股份	-0.87	-1.06	18.22%	-6.90	-2.72	-153.83%	-2.72	-0.29	-822.39%
福田汽车	5.51	3.05	80.81%	-2.13	4.51	-147.21%	4.51	-3.08	246.35%
江铃汽车	5.40	8.11	-33.44%	13.56	9.95	36.28%	9.95	-2.3	533.34%
赛力斯	24.74	14.37	72.14%	55.73	-48.17	215.71%	-48.17	-42.96	-12.12%
平均值	24.24	22.53	7.62%	45.00	46.97	-4.19%	46.97	33.28	41.14%
江淮汽车	-9.16	0.92	-1,096.63%	-27.41	-17.18	-59.61%	-17.18	-27.95	38.54%

由上表可知，2023年度公司扣非归母净利润同比上涨38.54%，同行业可比公司归母净利润同比上涨平均值为41.14%，公司与同行业可比公司变动幅度基本相当，公司与赛力斯、东风股份、一汽解放等扣非归母净利润均为负数，与同行业不存在重大差异。

2024年度公司扣非归母净利润同比下降59.61%，与同行业可比公司平均值相比差异较大，主要系可比公司中比亚迪、长城汽车、赛力斯2024年扣非归母净利润同比大幅上涨所致；公司2024年度扣非归母净利润为负数，已披露2024年报数据的同行业可比公司中广汽集团为-43.51亿元，同比下降221.80%；一汽解放为-5.70亿元，同比下降584.54%；上汽集团为-54.09亿元，同比下降153.85%；东风股份为-6.90亿元，同比下降153.83%；福田汽车-2.13亿元，同比下降147.21%；公司与同行业不存在重大差异。

2025年1-6月，公司扣非归母净利润-9.16亿元，同比下降1,096.63%，与同行业可比公司平均值相比存在一定差异，主要系可比公司中上汽集团、赛力斯、比亚迪2025年1-6月扣非归母净利润同比大幅上涨所致。可比公司中一汽解放扣非归母净利润-3.77亿元、同比下降232.68%，广汽集团扣非归母净利润-29.45亿元、同比下降771.11%，此外长城汽车、江铃汽车扣非归母净利润分别下降36.39%、33.44%。

2、公司收入季节性分布及与同行业可比公司比较情况

报告期内，公司营业收入季节性分布情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比

第1季度	980,087.65	50.62%	1,126,519.54	26.75%	1,076,855.35	23.96%	976,145.34	26.75%
第2季度	955,902.75	49.38%	1,003,259.98	23.82%	1,160,074.68	25.81%	801,084.11	21.95%
第3季度	-	-	1,090,818.09	25.90%	1,155,209.25	25.71%	977,122.11	26.77%
第4季度	-	-	990,991.57	23.53%	1,101,896.76	24.52%	895,115.83	24.53%
合计	1,935,990.40	100.00%	4,211,589.18	100.00%	4,494,036.04	100.00%	3,649,467.39	100.00%

由上表可知，报告期内公司收入不存在明显季节性分布的情况。

2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，同行业可比公司的营业收入季节性分布情况如下：

公司名称	项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
上汽集团	第 1 季度	46.78%	22.63%	19.37%	24.52%
	第 2 季度	53.22%	22.49%	24.20%	17.79%
	第 3 季度	-	23.22%	26.38%	28.46%
	第 4 季度	-	31.66%	30.05%	29.23%
比亚迪	第 1 季度	45.88%	16.08%	19.95%	15.76%
	第 2 季度	54.12%	22.67%	23.24%	19.76%
	第 3 季度	-	25.88%	26.92%	27.61%
	第 4 季度	-	35.37%	29.89%	36.88%
一汽解放	第 1 季度	51.07%	32.40%	21.97%	39.54%
	第 2 季度	48.93%	28.37%	29.70%	20.13%
	第 3 季度	-	16.27%	23.64%	19.78%
	第 4 季度	-	22.95%	24.70%	20.55%
长城汽车	第 1 季度	43.34%	21.20%	16.76%	24.48%
	第 2 季度	56.66%	24.02%	23.63%	20.76%
	第 3 季度	-	25.14%	28.60%	27.19%
	第 4 季度	-	29.65%	31.01%	27.57%
长安汽车	第 1 季度	46.99%	23.18%	22.84%	28.52%
	第 2 季度	53.01%	24.85%	20.45%	18.14%
	第 3 季度	-	21.43%	28.23%	23.73%
	第 4 季度	-	30.53%	28.48%	29.61%
广汽集团	第 1 季度	46.60%	19.99%	20.50%	21.17%
	第 2 季度	53.40%	22.90%	27.33%	23.14%

公司名称	项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
	第3季度	-	26.44%	28.01%	28.84%
	第4季度	-	30.67%	24.15%	26.85%
东风股份	第1季度	52.24%	30.05%	21.85%	29.43%
	第2季度	47.76%	22.96%	22.87%	22.27%
	第3季度	-	19.94%	31.23%	23.14%
	第4季度	-	27.05%	24.05%	25.16%
福田汽车	第1季度	48.74%	26.98%	26.69%	26.67%
	第2季度	51.26%	23.27%	24.73%	23.23%
	第3季度	-	24.73%	25.13%	26.52%
	第4季度	-	25.02%	23.45%	23.58%
江铃汽车	第1季度	44.04%	20.78%	22.69%	24.03%
	第2季度	55.96%	25.92%	23.83%	23.22%
	第3季度	-	25.57%	24.36%	25.94%
	第4季度	-	27.74%	29.12%	26.81%
赛力斯	第1季度	30.68%	18.30%	14.20%	15.05%
	第2季度	69.32%	26.51%	16.58%	21.36%
	第3季度	-	28.64%	15.76%	31.40%
	第4季度	-	26.55%	53.46%	32.20%
平均值	第1季度	45.64%	23.16%	20.68%	24.92%
	第2季度	54.36%	24.40%	23.65%	20.98%
	第3季度	-	23.73%	25.83%	26.26%
	第4季度	-	28.72%	29.84%	27.84%
公司	第1季度	50.62%	26.75%	23.96%	26.75%
	第2季度	49.38%	23.82%	25.81%	21.95%
	第3季度	-	25.90%	25.71%	26.77%
	第4季度	-	23.53%	24.52%	24.53%

由上表可知，汽车行业收入季节性分布由于不同地区、不同品牌以及不同的市场环境会有所差异。整体来说，汽车行业具有一定的季节性，受到传统消费习惯和节假日安排的影响，我国的汽车销售在“五一”、“十一”和“春节”等节假日期间一般需求较为旺盛，并且业内一直以来存在“金九银十”的销售理念。近年来随着汽车企业各种新品发布会、大型汽车节活动、汽车产品促销活动等汽车营销活动手段的丰富，消费者的购车习惯逐渐发生改变，以及汽车行业对外出口占比增长，汽

车行业的季节性特征日益削弱。

具体来说，公司 2022 年度前三季度收入分布与同行业可比公司相比基本一致，公司 2022 年四季度销售收入占比较三季度有所下降，而同行业可比公司平均值较高，主要原因系比亚迪、长安汽车、赛力斯 2022 年四季度销售占比较高导致同行业可比公司平均值较高所致。公司 2023 年销售收入一季度占比较低，二季度和三季度占比较高，前三季度分布与行业变化趋势和同行业可比公司变化趋势基本一致，主要原因系 2023 年一季度汽车行业进入促销政策切换期，受传统燃油车购置税优惠政策的退出、新能源汽车补贴的结束等影响，市场需求逐步恢复；公司 2023 年四季度销售收入占比较同行业可比公司平均值偏低，主要原因系 2023 年四季度公司乘用车销量较三季度下降所致，与同行业可比公司广汽集团、东风股份、福田汽车变动趋势一致，不存在重大差异。公司 2024 年销售收入一、三季度占比较高，四季度占比较低，主要系公司收入结构中境外收入占比较高，2024 年第四季度因部分境外地区税收政策变化导致当季度境外收入环比有所下降，进而导致公司四季度收入占比有所下降。公司 2024 年四季度收入占比低于同行业公司四季度收入占比的平均值，与一汽解放较为相似，同行业公司 2024 年四季度收入占比平均值较高，主要系上汽集团、比亚迪、长安汽车、广汽集团的四季度收入占比较高所致。公司 2025 年一季度与二季度销售分布较为平均，分布与一汽解放、东风股份较为相似。同行业可比公司平均值 2025 年上半年第二季度略高于第一季度，主要系赛力斯第二季度营业收入份额占比较高，拉高了同行业可比公司平均值。

综上，报告期内，公司收入季节性分布情况与同行业可比公司和行业变化趋势不存在重大差异。

二、量化分析报告期内扣非归母净利润持续为负的原因，归属于母公司股东的净利润变动幅度较大的原因及合理性，结合 2024 年主要产品的销售情况和毛利率等分析公司归属于母公司股东的净利润同比大幅增加的原因

(一) 量化分析报告期内扣非归母净利润持续为负的原因，归属于母公司股东的净利润变动幅度较大的原因及合理性

1、公司报告期内扣非归母净利润持续为负的原因

报告期内，公司扣非归母净利润分别为-279,478.40 万元、-171,754.69 万元、

-274,145.14 万元和-91,564.28 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入	1,935,990.40	4,211,589.18	4,494,036.04	3,649,467.39
营业成本	1,727,365.16	3,724,830.60	3,986,647.00	3,342,047.97
综合毛利额	208,625.24	486,758.58	507,389.05	307,419.42
综合毛利率	10.78%	11.56%	11.29%	8.42%
税金及附加	18,560.80	33,487.00	46,240.15	39,047.30
税金及附加占比	0.96%	0.80%	1.03%	1.07%
销售费用	107,221.98	191,998.79	183,161.02	145,813.06
管理费用	111,988.48	178,886.16	165,535.23	159,528.88
研发费用	68,682.20	176,292.82	159,459.60	153,697.44
财务费用	-25,486.53	4,076.26	35,171.18	1,632.39
费用占比	13.55%	13.09%	12.09%	12.62%
其他收益	19,918.66	50,300.18	136,327.56	118,310.07
投资收益	-21,985.38	-99,353.29	-15,193.23	7,533.82
资产减值损失	-16,641.54	-115,698.36	-106,869.04	-62,699.51
资产处置收益	2,111.02	59,326.80	64,049.50	1,841.27
其他利润表项目	7,715.73	14,535.59	7,341.27	-11,791.35
营业利润	-81,223.19	-188,871.53	3,477.92	-139,105.35
归属于母公司所有者的净利润	-77,281.17	-178,416.00	15,150.93	-158,247.69
扣非后归属母公司股东的净利润	-91,564.28	-274,145.14	-171,754.69	-279,478.40

注：公司 2024 年年度报告已根据企业会计准则 18 号解释公告，将不属于单项履约义务的保证类质量保证从销售费用调整到营业成本列报。为保持报告期财务数据的可比性，本回复已对涉及年度间对比的主营业务成本、各产品毛利率和销售费用等进行还原处理，即已将营业成本中不属于单项履约义务的保证类质量保证还原至销售费用，下同。

如上表所示，报告期内公司综合毛利率分别为 8.42%、11.29%、11.56% 和 10.78%，期间费用率分别为 12.62%、12.09%、13.09% 和 13.55%，同时，报告期内公司资产减值损失规模较大以及联营企业大众安徽处于前期投入阶段投资亏损较多，综合导致报告期内扣非归母净利润持续为负。报告期内，公司扣非归母净利润与同行业可比公司对比情况如下：

单位：万元

公司名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
上汽集团	543,082.58	-540,906.25	1,004,466.99	899,152.49

比亚迪	1,359,974.10	3,698,288.70	2,846,243.20	1,563,779.20
一汽解放	-37,663.76	-57,032.82	-8,331.58	-171,424.29
长安汽车	147,670.65	258,727.17	378,184.67	445,891.93
长城汽车	358,142.32	973,524.83	483,369.88	447,652.51
广汽集团	-294,526.27	-435,133.39	357,263.00	749,629.49
东风股份	-8,706.63	-68,995.70	-27,181.70	-2,946.87
福田汽车	55,060.25	-21,298.60	45,118.50	-30,828.71
江铃汽车	53,991.62	135,632.91	99,523.68	-22,966.77
赛力斯	247,449.50	557,312.84	-481,660.94	-429,590.71
江淮汽车	-91,564.28	-274,145.14	-171,754.69	-279,478.40

如上表所示，2022 年度，同行业可比公司中一汽解放、东风股份、福田汽车、江铃汽车、赛力斯扣非归母净利润均为负数；2023 年度，同行业可比公司中一汽解放、东风股份、赛力斯扣非归母净利润均为负数；2024 年度，同行业可比公司中上汽集团、一汽解放、广汽集团、东风股份、福田汽车扣非归母净利润均为负数；2025 年 1-6 月，同行业可比公司中一汽解放、广汽集团、东风股份扣非归母净利润均为负数。综上，报告期内各期，同行业可比公司亦有亏损情况，公司与同行业可比公司不存在显著差异。

报告期内，公司毛利率、期间费用率及资产减值损失、投资收益等具体分析如下：

(1) 毛利率

受汽车行业竞争加剧、公司品牌影响力、原材料采购成本波动等多种因素影响，公司整体毛利率偏低，报告期内，公司综合毛利率分别为 8.42%、11.29%、11.56% 和 10.78%，公司综合毛利率主要受主营业务毛利率影响。

报告期内各期，公司主营业务毛利率分别为 7.31%、10.47%、10.70% 和 9.62%，主营业务毛利率较低系境内销售毛利率较低所致，具体如下：

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
境内	43.15%	1.74%	38.34%	2.22%	43.22%	4.21%	65.61%	5.09%
境外	56.85%	15.60%	61.66%	15.97%	56.78%	15.22%	34.39%	11.56%
主营业务合计	100.00%	9.62%	100.00%	10.70%	100.00%	10.47%	100.00%	7.31%

报告期各期，公司与同行业可比公司境内外毛利率对比情况具体如下：

公司名称	项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
上汽集团	境内	-	12.32%	13.08%	12.27%
	境外	-	4.03%	6.30%	8.02%
比亚迪	境内	16.97%	20.18%	24.96%	20.62%
	境外	19.82%	17.58%	7.11%	4.02%
长城汽车	境内	-	19.88%	15.52%	17.41%
	境外	-	18.76%	26.01%	27.12%
长安汽车	境内	13.03%	12.07%	17.35%	22.26%
	境外	22.23%	26.20%	24.75%	6.25%
广汽集团	境内	-4.32%	2.52%	4.88%	5.29%
	境外	3.39%	14.72%	13.75%	10.39%
福田汽车	境内	-	12.62%	9.74%	10.82%
	境外	-	12.71%	16.72%	12.91%
赛力斯	境内	-	25.78%	7.55%	9.76%
	境外	-	22.80%	21.21%	19.00%
平均值	境内	8.56%	15.05%	13.30%	14.06%
	境外	15.15%	16.69%	16.55%	12.53%
公司	境内	1.74%	2.22%	4.21%	5.09%
	境外	15.60%	15.97%	15.22%	10.99%

如上表所示，公司主营业务境外毛利率与同行业可比公司平均值基本相当；公司主营业务境内毛利率低于同行业可比公司平均值，与广汽集团基本相当。公司主营业务境内毛利率较低主要受境内乘用车和商用车毛利率较低影响，乘用车境内毛利率较低的原因主要系：境内乘用车市场竞争较为激烈，公司更具市场竞争力的智能化车型尚处于研发阶段或产能爬坡初期，规模效益尚未显现；商用车境内毛利率较低的原因主要系：近年来宏观经济波动、基础设施建设投资放缓，市场需求不足。

具体分析如下：

①乘用车方面，国内市场参与竞争的品牌众多，在新一轮科技革命和产业变革与汽车产业降速调整相叠加的大背景下，行业竞争日趋激烈。同时，随着新能源汽车渗透率的提升，国内车企纷纷向新能源、智能、网联汽车方向发展，公司亦处于产业结构转型和自身战略、产品结构调整的发展过程中，但报告期内公司主要销售的乘用车中燃油车占比相对较高，更具市场竞争力的智能化车型尚处于研发阶段或产能爬坡初期（高端智能电动平台首款车型尊界 S800 自 2025 年 5 月 30 日上市 4 个月预定量突破 15,000 台，于 2025 年 6 月 26 日开启交付，后续车型尚在研发中），规模效益尚未显现。综合导致报告期内乘用车整体的销售毛利率相对较低。

②商用车方面，近两年受宏观经济波动、基础设施建设投资放缓等宏观因素影响，运价较低，终端市场换车需求动力不足，境内商用车市场供大于求，整体表现相对疲弱。公司为保证销量，促销活动力度加大，导致销售毛利率相对较低，符合行业整体现状。公司商用车毛利率与同行业基本相当，具体对比情况参见本题回复之“四”之“（一）”“1、商用车”。

（2）期间费用

报告期内，公司销售费用、管理费用、研发费用和财务费用合计占营业收入比例分别为 12.62%、12.09%、13.09% 和 13.55%，占营业收入比例均高于公司毛利率，其中财务费用相对较低，研发费用、销售费用和管理费用相对较高，符合公司经营情况和行业特点。

公司研发费用、销售费用和管理费用合计占营业总收入的比例与同行业可比公司比较情况如下：

公司名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
上汽集团	8.77%	9.38%	9.05%	9.92%
比亚迪	14.11%	12.34%	11.36%	10.31%
一汽解放	6.99%	9.33%	9.45%	16.15%
长城汽车	12.10%	10.82%	11.59%	12.53%
长安汽车	13.58%	11.55%	10.61%	10.71%
广汽集团	12.64%	10.79%	8.54%	8.55%
东风股份	8.78%	11.62%	9.47%	10.09%

福田汽车	8.99%	10.95%	9.75%	10.48%
江铃汽车	8.74%	8.64%	10.27%	12.93%
赛力斯	21.48%	19.51%	24.07%	23.19%
可比公司平均值	11.62%	11.49%	11.42%	12.49%
江淮汽车	13.04%	11.89%	10.48%	12.55%

注1：研发费用、销售费用和管理费用合计占营业收入的比例=（研发费用+销售费用+管理费用）/营业收入；

注2：为保持与同行业上市公司数据的可比性，上表计算占比时未将营业成本中不属于单项履约义务的保证类质量保证还原至销售费用。

如上表所示，公司研发费用、销售费用和管理费用合计占营业收入比例与同行业可比公司平均值基本相当。

公司研发费用、销售费用和管理费用具体分析如下：

①研发费用方面

公司坚持“生产一代、研发一代、储备一代”的基本原则，持续强化在电动化、智能化、网联化、生态化等方面的技术创新和研发投入，报告期内研发费用分别为153,697.44万元、159,459.60万元、176,292.82万元和68,682.20万元。研发费用金额较高的原因主要系：公司所属的汽车产业属于技术密集型产业，且行业竞争激烈，公司需要不断投入研发以增强市场竞争力；同时，公司产品品类丰富，面向的全球化各区域和细分市场具有差异化需求，从整车到关键部件、核心技术以及对不同国家和地区的适应性开发，均需要大规模研发投入。具体分析如下：

A、汽车属于技术密集型产业，行业竞争激烈，公司需要不断投入研发以增强核心竞争力

公司所属的汽车产业是典型的技术密集型产业，在新一轮科技革命和产业变革与汽车产业降速调整相叠加的大背景下，不断加大研发投入，提升技术实力，是整车企业增强核心竞争力的重要保障措施。同时，近年来汽车行业竞争不断加剧，新车型和新技术的推出速度不断加快，更快的产品和技术迭代周期意味着研发资源需要被同时投入到多个代际和多个品种的产品、技术开发上。为应对市场和客户需要，保持各产品线的竞争力，公司建立了一支优秀的研发人才队伍（截至2025年6月末公司技术人员为6,951人），综合导致研发费用不断增加。

B、公司产品品类丰富，面向全球经营，从整车到关键部件、核心技术以及对不同国家和地区的适应性开发，均需要大规模研发投入

公司现有主导产品包括重、中、轻、微型卡车、皮卡、多功能商用车、MPV、SUV、轿车、客车，专用底盘及变速箱、发动机、车桥等核心零部件，产品品类较为丰富。同时，公司业务面向全球市场，不同国家在用户习惯、用车环境，汽车安全标准认证，环保与能耗要求方面均有不同的标准。无论是整车开发和升级，还是传统燃油车领域的发动机、变速箱等关键部件，以及新能源汽车领域的电动化、智能化、网联化等核心技术开发，以及针对不同区域市场的安全、环保、能耗标准开展适应性开发，均需要较大规模的研发投入。

②销售费用方面

为适应国际化和品牌策略等需要，公司持续加大销售支持力度，报告期内销售费用呈上升趋势，分别为 145,813.06 万元、183,161.02 万元、191,998.79 万元和 107,221.98 万元。销售费用金额较高的原因主要系：公司在全球建立了庞大的销售网络渠道和销售人员队伍，需要较高的费用支持销售活动；消费者需求的提升和汽车技术的发展，以及公司产品保有量的积累，导致售后服务费不断增加。具体分析如下：

A、庞大的全球化销售网络渠道和销售人员队伍建设，需要不断投入较高的销售费用

公司主要采用直销+经销相结合的模式实现产品销售，目前产品已累计销往全球 130 多个国家和地区，自身拥有一支近 2,000 人的销售人员队伍。公司在境内外市场均需结合市场拓展、销售服务、客户维护等需要，提供覆盖汽车销售、零部件供应、售后服务和信息反馈一体的售前、售中、售后等全面销售服务，并建立了全球化的销售网络渠道和营销服务网点。公司需要不断投入较高的销售费用，以支撑销售人员队伍和全球市场销售网络渠道的建立、维护和管理，以及品牌推广。

B、消费者需求的提升和汽车技术的发展，以及产品保有量的积累，导致售后服务费不断增加

近年来，汽车市场竞争激烈，消费者对汽车售后服务的要求越来越高，不仅关注车辆本身的质量和性能，也对售后服务的质量、便捷性等方面有更高的期望。公司为提高客户满意度和忠诚度，逐渐加大在售后服务方面的投入；同时，随着汽车技术的不断发展，特别是新能源汽车和智能网联汽车的普及，汽车技术含量和复杂性大幅提高，维修保养的难度和成本也相应增加。综合导致销售服务费用也会同步

增加。

③管理费用方面

报告期内公司管理费用分别为 159,528.88 万元、165,535.23 万元、178,886.16 万元和 111,988.48 万元，公司管理费用规模处于较高水平，主要原因系：公司为适应全球化经营和精细化管理需要，建立了与经营规模和业务模式相匹配的组织结构和管理、运营人才队伍，购置/构建了相应的办公场所、设备和无形资产等，同时，公司正处于发展变革期，需持续引进大量成熟人才，前述人员工资、资产折旧与摊销等刚性支出，以及维持日常开支所需的各项费用化支出，共同影响了管理费用规模。此外，由于公司尊界超级工厂前期运营费用、人才引进、数字化转型等综合影响，2025 年 1-6 月管理费用同比有所增长。具体分析如下：

公司是一家集全系列商用车、乘用车及动力总成研产销和服务于一体，涵盖汽车出行、金融服务等众多领域的综合型汽车企业集团，已形成燃油和新能源动力的整车业务、核心零部件、汽车出行、汽车服务四大板块，为适应精细化管理和全球化经营的需要，公司目前设立了 24 家一级子公司、21 家二级子公司（境外子公司 7 家），以及 15 家分公司、7 大事业部，建立了战略、财务、变革、规划、品牌、合规、投资、数字化、质量、人力等内部专业职能机构。

为支撑业务运营，公司建立了规模化的管理人才队伍（截至 2025 年 6 月末，公司行政和财务人员合计超 3,500 人），同时公司正处于发展变革期，需持续引进大量成熟人才，并购置/构建了与经营管理规模相匹配的办公场所、设备和无形资产等。前述人员工资、资产折旧与摊销等刚性支出，以及保障日常运营所需的其他费用化支出，共同影响了管理费用规模。此外，受尊界超级工厂前期运营费用、人才引进、数字化转型等综合影响，2025 年 1-6 月公司管理费用有所增加。

（3）投资收益和资产减值损失的影响

①公司联营企业大众安徽目前尚处于前期发展阶段，报告期各期根据持股比例确认投资亏损分别为 23,574.83 万元、44,524.49 万元、133,674.96 万元和 28,725.01 万元，累计达 230,499.29 万元；

②报告期内，公司资产减值损失规模较大，分别为-62,699.51 万元、-106,869.04 万元、-115,698.36 万元和-16,641.54 万元，具体分析详见“问题 4. 关于主要资产”之“七、报告期各期资产及信用减值测试的情况，结合资产减值损失及信用减值损

失确认时点与减值迹象发生时点的匹配情况等说明减值损失的计提时点是否准确”。

2、归属于母公司股东的净利润变动幅度较大的原因及合理性

报告期内，公司归属于母公司股东的净利润分别为-158,247.69 万元、15,150.93 万元、-178,416.00 万元和-77,281.17 万元，变动幅度较大，主要原因如下：

①2023 年度，公司归母净利润较 2022 年度大幅上涨，主要原因系 2023 年度公司营业收入大幅上升，由 2022 年度的 3,649,467.39 万元上升为 4,494,036.04 万元，毛利率由 2022 年的 8.42% 上涨为 11.29%；2023 年度，公司资产处置收益发生额较 2022 年度增加 62,208.23 万元，系 2023 年度处置乘用车三工厂和乘用车公司新桥工厂固定资产、无形资产所致。

②2024 年度，公司归母净利润较 2023 年度大幅下降，主要原因系：2024 年度公司营业收入由 2023 年度的 4,494,036.04 万元下降为 4,211,589.18 万元，毛利同步略有下降；2024 年度其他收益由 2023 年度的 136,327.56 万元下降为 50,300.18 万元，主要系 2024 年公司收到的与研发相关的政府补助大幅度减少 75,088.29 万元所致；此外，2024 年度公司对外投资的大众安徽由于业务转型，其经营业绩大幅度下滑，导致本年公司按照权益法确认的对大众安徽投资收益为-133,674.96 万元。

③2025 年 1-6 月，公司归母净利润由 2024 年 1-6 月的 30,082.89 万元下降为-77,281.17 万元，主要系 2025 年 1-6 月营业收入较上年同期下降 193,789.12 万元，相应毛利额下降 32,099.22 万元，主要系境内外市场竞争加剧，公司更具市场竞争力的智能化车型处于研发阶段或产能爬坡初期（高端智能电动平台首款车型尊界 S800 自 2025 年 5 月 30 日上市 4 个月大定突破 15,000 台，首批“先行者计划”于 2025 年 6 月 26 日开启交付，后续车型尚在研发中），尚未大批量交付；2025 年 1-6 月管理费用较上年同期增加 34,212.86 万元，主要系公司尊界超级工厂前期运营费用、人才引进、数字化转型等综合影响；2025 年 1-6 月投资收益较上年同期下降 16,879.57 万元，主要系本期确认对联营企业大众安徽的投资损失 28,725.01 万元，较上年同期投资损失增加 12,043.43 万元。

综上，报告期内公司归属于母公司股东的净利润变动幅度较大主要原因系报告期内公司营业收入规模、产品毛利率受宏观经济、市场环境等因素影响有所波动，同时管理费用、投资收益、政府补助、资产处置收益等利润表项目变动幅度较大，

具有合理性。

（二）结合 2024 年主要产品的销售情况和毛利率等分析公司归属于母公司股东的净利润同比大幅增加的原因

2024 年 1-9 月，公司归属于母公司股东的净利润为 62,512.10 万元，较 2023 年 1-9 月的 18,393.30 万元同比增加 44,118.80 万元。2024 年度，公司归属于母公司股东的净利润为-178,416.00 万元，较 2023 年度的 15,150.93 万元同比下降 193,566.93 万元，具体分析如下：

2024 年度，公司主要产品商用车、乘用车和客车的营业收入分别为 2,216,167.52 万元、1,224,300.92 万元和 253,917.06 万元，同比 2023 年度分别变化 5.41%、-23.08%、29.35%；2024 年度，公司营业收入 4,211,589.18 万元，同比下降 6.28%，主营业务毛利率由 2023 年度的 10.47% 略升至 10.70%，毛利额由上年同期的 507,389.05 万元略降至 486,758.58 万元，关于主要产品销量、价格变化导致 2024 年收入和毛利下降的原因详见本题回复之“（一）结合主要产品的销量、均价等分析报告期内公司主营业务收入变动的原因”。

以下通过公司利润表其他科目分析公司 2024 年度归属于母公司股东的净利润同比变动的原因：公司对外投资的大众安徽 2024 年度由于业务转型，其经营业绩大幅度下滑，导致本公司按照权益法确认的对大众安徽投资收益为-133,674.96 万元；2024 年度，公司其他收益由 2023 年度的 136,327.56 万元下降至 2024 年度的 50,300.18 万元，主要系公司收到的与研发相关的政府补助大幅度减少 75,088.29 万元所致。以上因素综合导致公司 2024 年度归属于母公司股东的净利润同比降幅较大。

三、报告期内境内收入金额持续下降的原因，境外收入金额大幅增长的原因、对应的主要客户、产品及销售模式，结合报告期内报关数据、出口退税金额等说明与外销业务规模的匹配性；报告期内境内境外收入分布及变动情况与同行业可比公司的差异情况及原因；

（一）报告期内境内收入金额持续下降的原因，境外收入金额大幅增长的原因

1、报告期内公司境内收入金额持续下降的原因

2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，公司主营业务收入来源于

境内的收入分别为 1,968,715.01 万元、1,801,334.06 万元、1,485,712.14 万元和 770,297.78 万元，整体呈下降趋势，主要原因系：

(1) 2022 年度，系受到宏观经济、周期调节、公共卫生事件和芯片短缺等多方面影响，国内汽车市场尤其是商用车行业景气度有所波动。2022 年度，全国商用车销量为 330 万辆，同比下降 31.2%，而公司境内收入中商用车收入占比较高，受行业整体影响境内主营业务收入同比下降 33.66%；

(2) 2023 年度，由于海外市场对公司各车型需求均提升明显，公司从合理调配相关资源的角度，加大对海外市场销售的支持力度，2023 年度公司境外销售收入较 2022 年度增长 1,335,083.20 万元，增幅 129.39%，而境内销售收入较 2022 年度减少 167,380.95 万元，降幅 8.50%；

(3) 2024 年度，公司境内收入下降 315,621.92 万元，主要原因系：乘用车方面，国内市场竞争日趋激烈，随着新能源汽车渗透率的提升，国内车企纷纷向新能源、智能、网联汽车方向发展，公司亦处于产业结构转型和自身战略、产品结构调整的发展过程中，既有主要车型中燃油车占比相对较高，市场竞争力不强，国内市场需求不足，而更具市场竞争力的智能化车型处于市场推广或研发阶段，导致国内乘用车收入进一步下降；商用车方面，2024 年，由于投资减弱和当前运价依然偏低，终端市场换车需求动力不足、让利频繁、竞争加剧，国内商用车市场表现相对疲弱，根据中汽协数据，2024 年全年商用车国内销量同比下降 9%，在此背景下，公司商用车销量亦同比下降 12.54%；此外，公司 2024 年终止了对蔚来的整车制造服务，导致主营业务中的其他收入较 2023 年下降近 10 亿元。

(4) 2025 年 1-6 月，公司主营业务收入中来源于境内收入为 770,297.78 万元，较上年同期下降 35,426.74 万元，降幅 4.40%，主要系国内乘用车市场延续激烈竞争态势，公司更具市场竞争力的智能化车型处于研发阶段或产能爬坡初期（高端智能电动平台首款车型尊界 S800 自 2025 年 5 月 30 日上市 4 个月大定突破 15,000 台，首批“先行者计划”于 2025 年 6 月 26 日开启交付，后续系列车型在持续研发中），尚未大批量交付所致。

综上所述，报告期内公司境内收入金额持续下降，分业务类型来看的主要原因系：商用车方面，2022 年度、2024 年度受市场整体需求影响导致公司当年销量同

比下降；乘用车方面，国内乘用车市场竞争日趋激烈，随着新能源汽车渗透率的提升，国内车企纷纷向新能源、智能、网联汽车方向发展，公司亦处于产业结构转型和自身战略、产品结构调整的发展过程中，既有主要车型中燃油车占比相对较高，市场竞争力不强，国内市场需求不足，而更具市场竞争力的智能化车型处于研发阶段或产能爬坡初期（高端智能电动平台首款车型尊界 S800 自 2025 年 5 月 30 日上市 4 个月大定突破 15,000 台，首批“先行者计划”于 2025 年 6 月 26 日开启交付，后续系列车型在持续研发中），尚未大批量交付所致，同时考虑到报告期内的自有品牌乘用车产能利用率总体保持在较高水平，且乘用车境外毛利率显著高于境内，公司将现有乘用车方面的资源向海外市场合理倾斜和调配，综合导致公司境内乘用车销量和销售收入逐年下降；此外，公司 2024 年终止了对蔚来的整车制造服务，导致主营业务中的其他收入较 2023 年下降近 10 亿元。

2、报告期内公司境外收入金额大幅增长的原因

2022 年度、2023 年度和 2024 年度，公司的主营业务收入中来源于境外的收入分别为 1,031,859.04 万元、2,366,942.24 万元和 2,389,202.80 万元，占比分别为 34.39%、56.78% 和 61.66%，2022 年度至 2024 年度的复合增长率为 52.17%，报告期内整体呈增长态势，主要原因分析如下：

（1）从行业发展趋势来看，根据中国汽车工业协会统计数据，2022 年、2023 年和 2024 年中国汽车出口量分别为 332.12 万辆、522.1 万辆和 585.9 万辆，呈现快速增长趋势，一方面，由于全球公共卫生事件以及地缘政治冲突导致海外汽车制造商供应能力出现一定程度下滑，而我国汽车产业链完整，可以及时向海外市场提供优质产品；另一方面，由于中国汽车品牌自身实力提升，国内汽车行业通过创新转型形成新的竞争优势，竞争力快速提升。

（2）从公司自身业务布局来看，公司的国际业务开展已有 20 余年历史，作为最早布局海外市场的中国汽车品牌之一，多年来，江淮汽车坚定不移实施国际化战略，以“一带一路”建设为契机，推动全球布局和产业体系国际化。公司在越南、哈萨克斯坦成立了两家海外合资公司，在海外多个国家和地区建立了全资子公司，覆盖欧洲、中亚、东南亚、拉丁美洲等区域。受国内汽车市场周期性因素影响下游销售出现波动以及市场竞争日趋激烈的情况下，公司抢抓国际市场机遇，对“一带一路”沿线国家以及拉丁美洲等地区的出口数量逐年增长，境外销售收入持续上升。

(3) 从境外销售车型来看, 2022 年-2024 年, 公司境外收入中商用车与乘用车合计收入占比各期均超过 95%, 且乘用车收入整体增幅大于商用车, 其中: 2023 年度公司境外收入 2,366,942.24 万元, 同比增长 129.39%, 从销售车型来看, 乘用车境外收入 1,211,327.55 万元、同比增长 230.54%, 商用车境外收入 1,079,802.03 万元、同比增长 68.99%; 2024 年度公司境外收入 2,389,202.80 万元, 同比增长 0.94%, 从销售车型来看, 乘用车境外收入 965,696.90 万元、同比下降 20.28%, 商用车境外收入 1,341,037.41 万元、同比增长 24.19%。

①商用车方面, 报告期内境外收入增长系销量和单价的增长共同影响所致。其中, 销量增长主要受境外主要市场的销量增长影响, 主要原因系: 相关境外市场整体需求快速增长; 相关市场行业竞争相对宽松; 公司进入相关市场较早, 产品谱系较全、性价比较高、不断迭代升级, 具有较好的产品竞争力、品牌效应和渠道基础。单价增长主要系境外子公司(进口关税、报废税等由境外子公司承担导致单价相对较高)销售占比提升, 以及高单价产品销售占比提升所致。

②乘用车方面, 2023 年公司境外收入增长系销量和单价的增长共同影响所致。其中, 销量增长的主要原因系: 相关境外市场整体需求快速增长; 相关市场行业竞争相对宽松; 公司产品和品牌在相关市场认可度较高、销售渠道不断成熟; 公司在阿联酋导入高性价比车型, 与大客户合作开发租车细分市场。单价增长主要系境外子公司(进口关税、报废税等由境外子公司承担导致单价相对较高)销售占比提升, 以及导入单价较高的新产品所致。

③客车方面, 2023 年收入增长系销量和单价的上升共同影响所致, 其中, 销量上升主要受公共卫生事件后市场需求恢复所致, 单价上升主要受高单价的 12 米以上客车产品占比提升所致; 2024 年收入增长系客户三十六因当地客车市场需求增加对公司新增采购 1,020 台客车产品所致。

2025 年 1-6 月公司境外收入 1,014,767.06 万元, 同比下降 12.87%, 从销售车型来看, 乘用车境外收入 384,832.40 万元、较上年同期下降 23.49%, 商用车境外收入 523,591.05 万元、较上年同期下降 15.07%, 主要原因系: 随着中资车企加速出海, 境外市场竞争加剧, 公司部分海外市场关税上升、需求下降, 贸易环境阶段性复杂化。

综上所述，2022年度-2024年度公司主营业务中境外销售收入快速增长，主要原因系公司国际化布局较早、渠道建设相对成熟，近两年抓住公共卫生事件对其他国际品牌供应链影响的机会，以及国际贸易和政治环境对部分海外国家和地区汽车产业结构重塑的机会大力拓展境外市场，公司境外乘用车、商用车和客车整车销量快速增长所致；同时，受境外子公司销售占比提升、主力车型升级、新导入高单价车型等影响，公司境外销售区域和产品结构不断优化，导致境外销售的主要产品在相关年度单价亦有所提升。

（二）境外收入对应的主要客户、产品及销售模式

报告期内，公司境外收入按客户类型主要分为贸易、直销及经销，其中贸易客户指公司通过国内外贸企业出口销售至境外，直销客户指直接销售给客户，经销客户指通过海外经销商出口及销售。

报告期各期，公司境外收入前五大客户的销售金额、占当期营业收入比例、产品类型及销售模式如下：

1、2025年1-6月

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占当期营业收入比例	产品	销售模式
1	客户二	209,766.14	10.84%	乘用车、商用车	贸易
2	客户三	124,104.57	6.41%	乘用车、商用车	经销
3	客户一	62,611.29	3.23%	乘用车、商用车、客车等	贸易
4	客户三十九	47,615.18	2.46%	乘用车、商用车、客车等	经销
5	客户三十六	42,733.04	2.21%	客车	经销
合计		486,830.22	25.15%	—	—

2、2024年度

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占当期营业收入比例	产品	销售模式
1	客户一	395,463.97	9.39%	乘用车、商用车	贸易
2	客户二	325,299.96	7.72%	乘用车、商	贸易

				用车	
3	客户三	264,002.84	6.27%	乘用车、商用车	经销
4	客户四	116,391.48	2.76%	乘用车、商用车	贸易
5	客户五	89,998.40	2.14%	乘用车、商用车	贸易
合计		1,191,156.65	28.28%	—	—

3、2023年度

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占当期营业收入比例	产品	销售模式
1	客户七	305,327.04	6.79%	乘用车、商用车	贸易
2	客户四	266,179.56	5.92%	乘用车、商用车	贸易
3	客户三	232,507.10	5.17%	乘用车、商用车	经销
4	客户八	126,167.39	2.81%	乘用车、商用车	贸易
5	客户五	86,445.94	1.92%	乘用车、商用车	贸易
合计		1,016,627.04	22.62%	—	—

4、2022年度

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占当期营业收入比例	产品	销售模式
1	客户三	156,905.48	4.30%	乘用车、商用车	经销
2	客户十	119,196.42	3.27%	乘用车、商用车	经销
3	客户四	101,086.64	2.77%	乘用车、商用车	贸易
4	客户十一	80,986.04	2.22%	乘用车	贸易
5	客户五	65,212.02	1.79%	乘用车、商用车	贸易
合计		523,386.61	14.34%	—	—

(三)结合报告期内报关数据、出口退税金额等说明与外销业务规模的匹配性

1、报关数据与外销收入业务规模的匹配性

报告期内，公司报关数据与外销收入业务规模的匹配性分析如下：

单位: 万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
境内业务主体外销收入①	1,021,547.07	2,255,176.12	2,295,004.87	1,373,979.54
其中: 通过代理商报关出口②	367,098.21	1,113,042.65	1,040,396.35	473,243.60
出口报关金额③	651,736.15	1,140,130.62	1,250,931.70	899,991.92
差异额④ (①-②-③)	2,712.71	2,002.84	3,676.82	744.02
差异率 (④/①)	0.27%	0.09%	0.16%	0.05%

注: 1、上表中境内业务主体外销收入含其他业务收入中的外销收入; 2、通过代理商报关出口指公司通过国内外贸企业出口销售至境外并由该外贸企业自行报关; 3、上述境内业务主体外销收入金额与年度报告中披露的公司合并报表口径存在差异, 主要原因为: (1) 公司境外销售收入包括江淮汽车国际事业部、江汽国际贸易、安凯汽车等境内直接出口的主体以及境外子公司。境外子公司部分采购来源于国际事业部, 部分存在本地化采购, 如货箱、轮胎、ECALL 等零部件材料采购, 以及当期缴纳的关税、报废税、物流、当地经营所产生的费用及留存的利润等; (2) 境外子公司各会计年度存在尚未实现销售的存货; (3) 上表中境内业务主体外销收入含其他业务收入中的外销收入。

如上表, 公司报告期内境内业务主体外销收入与报关数据存在差异, 差异率分别为 0.05%、0.16%、0.09% 和 0.27%, 总体差异率较小, 差异原因主要系时间性差异及汇率折算差异等形成。

2、出口退税金额与外销业务规模的匹配性

报告期内, 公司出口退税金额与外销收入业务规模的匹配性分析如下:

单位: 万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
境内业务主体外销收入①	1,021,547.07	2,255,176.12	2,295,004.87	1,373,979.54
其中: 通过代理商报关出口②	367,098.21	1,113,042.65	1,040,396.35	473,243.60
不符合退税条件③	5,259.68	3,703.90	1,071.08	747.43
出口退税申报外销收入④	713,843.04	1,231,722.65	946,996.77	771,063.55
本期出口未申报退税金额⑤	287,429.88	342,097.68	441,972.67	140,132.87
前期出口未申报退税在本期申报金额⑥	355,699.57	441,984.42	140,121.12	6,417.70
差异额⑦ (①-②-③- (④+⑤-⑥))	3,615.82	6,593.65	4,689.12	-4,790.21
差异率 (⑦/①)	0.35%	0.29%	0.20%	-0.35%

注: 不符合退税条件一般指货样广告等不退税商品、代收代支海运费等。

如上表, 公司报告期内出口退税金额与外销收入存在差异主要是时间差异导致, 申请出口退税需要单证齐备, 受单证传递时效性与税务机关审核等因素影响, 故出口退税申报时间与收入确认时点相比存在一定差异, 扣除时间性差异后报告期内差

异率分别为-0.35%、0.20%、0.29%和0.35%，差异较小，主要系汇率折算影响。

综上，公司报告期内报关数据、出口退税金额与外销业务规模相匹配。

(四) 报告期内境内境外收入分布及变动情况与同行业可比公司的差异情况及原因

报告期内，公司境内境外收入分布及变动情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内	770,297.78	43.15%	1,485,712.14	38.34%	1,801,334.06	43.22%	1,968,715.01	65.61%
境外	1,014,767.06	56.85%	2,389,202.80	61.66%	2,366,942.24	56.78%	1,031,859.04	34.39%
合计	1,785,064.84	100.00%	3,874,914.94	100.00%	4,168,276.30	100.00%	3,000,574.05	100.00%

注：上表中的收入为公司主营业务收入。

由上表可知，公司境外收入占比报告期内整体呈增长态势。2023年度，公司境外收入大规模增长，主要原因系公司抢抓国际市场机遇，加大海外市场布局，境外销售收入持续上升。2024年度及2025年1-6月，随着市场竞争日趋激烈，地方贸易政策变化等原因，境外收入增速有所下滑。

2022年度、2023年度、2024年度和2025年1-6月，公司与同行业可比公司中境内境外收入分布及变动情况具体如下：

单位：亿元，%

公司名称	项目	2025年1-6月			2024年度			2023年度			2022年度	
		营业收入	占比	增幅	营业收入	占比	增幅	营业收入	占比	增幅	营业收入	占比
上汽集团	境内	-	-	-	5,289.29	84.28	-16.40	6,326.66	84.96	-4.24	6,606.83	88.79
	境外	-	-	-	986.61	15.72	-11.94	1,120.39	15.04	34.37	833.80	11.21
	合计	-	-	-	6,275.90	100.00	-15.73	7,447.05	100.00	0.09	7,440.63	100.00
比亚迪	境内	2,359.23	63.54	11.72	5,552.18	71.45	25.59	4,420.94	73.40	32.92	3,326.07	78.43
	境外	1,353.58	36.46	50.49	2,218.85	28.55	38.49	1,602.22	26.60	75.20	914.53	21.57
	合计	3,712.81	100.00	23.30	7,771.03	100.00	29.02	6,023.15	100.00	42.04	4,240.61	100.00
长城汽车	境内	-	-	-	1,193.55	59.79	1.05	1,181.12	68.98	8.99	1,083.67	80.44
	境外	-	-	-	802.59	40.21	51.11	531.14	31.02	101.53	263.56	19.56
	合计	-	-	-	1,996.14	100.00	16.58	1,712.27	100.00	27.10	1,347.23	100.00
长安	境内	604.17	83.11	1.00	1,273.07	79.70	-2.64	1,307.61	86.43	21.25	1,078.41	88.94

汽车	境外	122.74	16.89	-27.38	324.26	20.30	57.90	205.36	13.57	53.13	134.11	11.06
	合计	726.91	100.00	-5.25	1,597.33	100.00	5.58	1,512.98	100.00	24.78	1,212.53	100.00
广汽集团	境内	359.15	84.29	-11.76	960.44	89.11	-22.66	1,241.85	95.74	16.19	1,068.77	97.16
	境外	66.96	15.71	20.56	117.40	10.89	112.64	55.21	4.26	76.45	31.29	2.84
	合计	426.11	100.00	-7.88	1,077.84	100.00	-16.90	1,297.06	100.00	17.91	1,100.06	100.00
福田汽车	境内	-	-	-	336.00	70.44	-21.69	429.07	76.49	26.13	340.18	73.24
	境外	-	-	-	140.98	29.56	6.89	131.89	23.51	6.12%	124.29	26.76
	合计	-	-	-	476.98	100.00	-14.97	560.97	100.00	20.78	464.47	100.00
赛力斯	境内	-	-	-	1,368.12	97.02	360.97	296.79	85.67	2.15	290.55	88.13
	境外	-	-	-	41.97	2.98	-15.49	49.66	14.33	26.92	39.13	11.87
	合计	-	-	-	1,410.09	100.00	307.01	346.45	100.00	5.09	329.67	100.00
平均值	境内	1,107.52	79.18	0.32	2,281.81	77.52	5.06	2,172.01	80.45	10.22	1,970.64	85.49
	境外	514.43	20.82	14.56	661.81	22.48	25.35	527.98	19.55	57.90	334.39	14.51
公司	境内	77.03	43.15	-4.40	148.57	38.34	-17.52	180.13	43.22	-8.50	196.87	65.61
	境外	101.48	56.85	-12.87	238.92	61.66	0.94	236.69	56.78	129.39	103.19	34.39
	合计	178.51	100.00	-9.40	387.49	100.00	-7.04	416.83	100.00	38.92	300.06	100.00

注：同行业可比公司中上汽集团、比亚迪、长城汽车、长安汽车、广汽集团、福田汽车和赛力斯在年度报告中披露了境内境外收入分布情况。

由上表可知，2022年-2024年：

1、公司同行业可比公司境外收入规模及占比整体呈上升趋势，与公司境外收入规模及占比变动趋势一致，主要系近年来中国汽车企业日益重视海外市场发展，纷纷加快出海布局速度，中国汽车品牌在境外逐步建立起竞争优势，产品综合实力逐年增强，境外营业收入整体呈增长趋势。2022年-2024年，公司境外收入复合增长率为52.17%，同行业可比公司中比亚迪、长城汽车、长安汽车、广汽集团境外收入复合增长率分别为55.76%、74.51%、55.49%和93.70%，公司与同行业可比公司境外收入规模上升趋势一致。报告期内，公司境外收入占比高于同行业可比公司，主要系公司境外收入规模快速增长的背景下，境内收入规模总体处于下降趋势所致。

综上，公司报告期内境外收入及变动情况与同行业可比公司变动趋势不存在重大差异，公司境外收入占比高于同行业可比公司主要系公司为匹配境外市场需求，加大境外销售支持力度，同时境内收入规模总体处于下降趋势所致，符合公司经营情况，具有合理性。

2、公司境内收入持续下滑，规模增速和占比低于同行业可比公司，主要原因

分析如下：

商用车方面，受 2022 年以来中国基建投资增速放缓和行业周期影响，2022 年-2024 年公司商用车境内收入复合增长率为-5.14%；乘用车方面，国内乘用车市场竞争日趋激烈，国内车企纷纷向新能源、智能、网联汽车方向发展，公司亦处于发展战略、产品结构调整的过程中，目前公司乘用车产品中燃油车占比相对较高，随着新能源汽车渗透率的提升，更具市场竞争力的智能化车型尚处于研发阶段或产能爬坡初期，尚未大批量交付，乘用车产品竞争力现阶段相对不强，同时考虑到报告期内的自有品牌乘用车产能利用率始终保持在较高水平，且乘用车境内毛利率显著低于境外，公司将乘用车方面的资源向境外市场合理倾斜和调配，综合导致报告期内公司乘用车境内销量和营业收入下降趋势明显；此外，公司 2024 年终止了对蔚来的整车制造服务，导致主营业务中的其他收入较 2023 年下降近 10 亿元。

综上所述，公司 2023 年度、2024 年度、2025 年 1-6 月境内收入分别下降 8.50%、17.52%、4.40%，同行业可比公司中广汽集团、福田汽车、上汽集团、长安汽车 2024 年度境内收入分别下降 22.66%、21.69%、16.40% 及 2.64%，其中上汽集团 2023 年度、2024 年度境内收入连续下降，广汽集团 2025 年 1-6 月境内收入下降 11.76%，其他可比公司已披露的收入数据主要呈上升趋势。报告期内，公司境内收入变动趋势与同行业可比公司变动趋势有所差异，境内收入占比低于同行业可比公司，主要系公司产品结构、境内市场竞争力、业务发展策略等综合影响所致。

四、结合单价、单位成本、销售结构等分析各主要产品毛利率变动的原因，与同行业可比公司是否存在较大差异及原因，境内外销售毛利率的差异情况及原因；

（一）结合单价、单位成本、销售结构等分析各主要产品毛利率变动的原因，与同行业可比公司是否存在较大差异及原因

报告期内，公司主营业务收入由商用车、乘用车、客车、底盘及其他构成，对公司主营业务毛利率、各主要产品的营业收入和毛利率的具体分析情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		
	收入	占比	毛利率
商用车	1,064,190.22	59.62%	8.51%

乘用车	486,012.70	27.23%	11.38%
客车	148,399.17	8.31%	8.89%
底盘及其他	86,462.75	4.84%	14.66%
合计	1,785,064.84	100.00%	9.62%
项目	2024 年度		
	收入	占比	毛利率
商用车	2,216,167.52	57.19%	10.27%
乘用车	1,224,300.92	31.60%	10.33%
客车	253,917.06	6.55%	10.92%
底盘及其他	180,529.43	4.66%	18.08%
合计	3,874,914.94	100.00%	10.70%
项目	2023 年度		
	收入	占比	毛利率
商用车	2,102,426.33	50.44%	11.90%
乘用车	1,591,643.63	38.18%	8.70%
客车	196,303.46	4.71%	7.61%
底盘及其他	277,902.89	6.67%	11.74%
合计	4,168,276.30	100.00%	10.47%
项目	2022 年度		
	收入	占比	毛利率
商用车	1,611,433.31	53.70%	8.85%
乘用车	1,010,701.87	33.68%	2.85%
客车	135,980.26	4.53%	4.47%
底盘及其他	242,458.60	8.08%	17.29%
合计	3,000,574.05	100.00%	7.31%

如上表所示，报告期内公司主营业务毛利率分别为 7.31%、10.47%、10.70% 和 9.62%，2022 年-2024 年呈逐年上涨趋势，公司产品结构和毛利率变动对主营业务毛利率变动的影响具体如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
主营业务毛利率较上期变动	-1.08%	0.23%	3.16%	0.21%
产品结构变动对毛利率变动的贡献	-0.11%	-0.15%	-0.15%	-0.37%
产品毛利率变动对毛利率变动的贡献	-0.96%	0.38%	3.30%	0.58%

注：产品结构变动对毛利率变动的贡献=Σ[(本年度产品销售收入占比-上年度产品销售

收入占比) *本年度该产品毛利率]; 产品毛利率变动对毛利率变动的贡献=Σ[(本年度产品销售毛利率-上年度产品销售毛利率) *上年度该产品的销售收入占比]。

如上表所示, 2023 年公司主营业务毛利率较 2022 年上升 3.16 个百分点, 主要原因系公司主要产品中商用车、乘用车和客车毛利率均出现较大幅度上升所致; 2024 年度公司主营业务毛利率较 2023 年上升 0.23 个百分点, 主要原因系公司主要产品中乘用车、客车、底盘及其他毛利率均上升所致; 2025 年 1-6 月公司主营业务毛利率较 2024 年同期下降 1.08 个百分点, 主要系主营业务产品中商用车、客车、底盘及其他毛利率均下降所致。

报告期内, 公司主要产品商用车、乘用车和客车的销售单价、单位成本、毛利率及同行业可比公司对比情况如下:

1、商用车

单位: 辆、万元/辆

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
毛利率	8.51%	10.27%	11.90%	8.85%
销售数量	119,325	227,728	227,821	179,200
销售单价	8.92	9.73	9.23	8.99
单位成本	8.16	8.73	8.13	8.20

由上表可知, 报告期内, 公司商用车毛利率分别为 8.85%、11.90%、10.27% 和 8.51%。2023 年度, 公司商用车销售单价有所上涨, 同时销售规模的提升形成了一定的规模效应导致单位成本下降, 皮卡、帅铃轻卡等主力车型不断更新迭代、增强竞争力带动毛利率上升, 墨西哥等重点市场的需求整体上升带动毛利率上升, 新导入了电动帅铃、电动星锐等高毛利产品, 综合导致 2023 年度商用车毛利率上升; 受商用车整体市场竞争情况、公司产品结构和部分海外市场关税变动影响, 2024 年度, 公司商用车销售单价增长幅度小于单位成本增长幅度, 2025 年 1-6 月, 公司商用车销售单价下降幅度大于单位成本下降幅度, 导致公司商用车毛利率有所下降。

选取同行业可比公司中以商用车作为主营业务的上市公司与公司商用车系列毛利率对比如下:

公司名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
东风股份	4.08%	1.78%	4.26%	8.73%
一汽解放	3.49%	5.19%	8.25%	8.03%

福田汽车	9.94%	12.64%	11.38%	11.38%
江铃汽车	12.98%	13.38%	15.38%	14.25%
平均值	7.72%	8.25%	9.82%	10.60%
江淮汽车-商用车	8.51%	10.27%	11.90%	8.85%

由上表可知，2022 年度，公司商用车毛利率与东风股份、一汽解放相当，低于福田汽车和江铃汽车；2023 年度，公司商用车毛利率上升而同行业可比公司平均值下降，主要原因系公司商用车 2023 年度出口量增长幅度较大，商用车海外市场毛利率较高所致；2024 年度，公司商用车毛利率与同行业可比公司平均值差异较小且变动趋势一致；2025 年 1-6 月，公司商用车毛利率较高于同行业可比公司平均值，且变动趋势一致。

综上，公司商用车毛利率与同行业可比公司不存在重大差异，变动原因具有合理性。

2、乘用车

单位：辆、万元/辆

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
毛利率	11.38%	10.33%	8.70%	2.85%
销售数量	65,956	166,763	199,941	139,497
销售单价	7.37	7.34	7.96	7.25
单位成本	6.53	6.58	7.27	7.04

由上表可知，报告期内，公司乘用车毛利率分别为 2.85%、8.70%、10.33% 和 11.38%，毛利率持续上升，主要原因系：

2023 年度，公司乘用车销售单价上升，毛利率上升，主要系公司抓住市场机遇加大海外市场销售力度，当年乘用车海外市场占比较 2022 年同比提升 39.84 个百分点，其中在毛利率较高的中东市场 2023 年销量提升约 3.3 万辆。同时公司乘用车销量整体增长导致单位产品固定成本分摊减少，不断优化产品结构和资源配置，在境外市场新导入了毛利率较高的 E10X 车型，综合导致公司 2023 年度乘用车毛利率大幅提升；

2024 年度，面对激烈的国内市场竟争，公司在乘用车销售数量下降和销售单价下滑的背景下，乘用车毛利率 10.33% 较 2023 年的 8.70% 仍有增长，主要原因系公司乘用车在境外的销售的毛利率和占比进一步提升，同时公司强化内部管理，降

低产品的生产成本，且单位成本的降幅超过了单价的下降幅度，综合导致 2024 年公司乘用车毛利率升高。

2025 年 1-6 月，公司乘用车毛利率继续保持上升趋势，主要系公司在墨西哥等境外市场持续加大拓展力度，境外市场毛利率和销售占比继续提升带动公司乘用车毛利率整体增长所致。

综上所述，报告期内国内市场乘用车市场竞争较为激烈，公司乘用车主要产品在国内市场竞争力不强，销售毛利率较低，同时公司加大对海外市场销售支持力度，2022 年、2023 年、2024 年度和 2025 年 1-6 月，公司乘用车毛利率逐年上升，主要系毛利率较高的海外市场销售占比持续提高所致，报告期内公司乘用车境外销售占比从 2022 年度的 36.26% 逐渐上升至 2025 年 1-6 月的 79.18%。

选取同行业可比公司中以乘用车作为主营业务的上市公司与公司乘用车系列毛利率对比如下：

公司名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
上汽集团	7.51%	9.38%	10.19%	9.61%
比亚迪	20.35%	21.02%	20.21%	17.04%
长安汽车	14.58%	14.94%	18.36%	20.49%
长城汽车	18.32%	19.47%	18.73%	19.37%
广汽集团	-3.53%	3.42%	6.94%	6.99%
赛力斯	28.93%	26.21%	10.39%	11.32%
平均值	14.36%	15.74%	14.14%	14.14%
江淮汽车-乘用车	11.38%	10.33%	8.70%	2.85%

由上表可知，2022 年-2024 年，同行业可比公司整体毛利率呈上升趋势，公司乘用车毛利率整体变动趋势与同行业可比公司一致。同时，受公司乘用车国内品牌影响力、市场定价策略和规模效益等因素影响，公司乘用车毛利率整体低于同行业可比公司。2022 年度，公司乘用车毛利率较同行业可比公司偏低较多，主要系公司乘用车境内销售毛利率水平较低，2022 年度境内销售占比较高所致；2023 年度和 2024 年度，公司乘用车境外销售占比大幅上升，带动乘用车毛利率上升较多，但低于同行业可比公司平均值，主要系比亚迪、长城汽车、赛力斯等毛利率较高所致，公司乘用车毛利率高于上汽集团和广汽集团，处于同行业可比公司区间范围内。2025 年 1-6 月，公司毛利率较上年略有提升，同行业可比公司平均值较上年略有下

降，主要系上汽集团、广汽集团等毛利率下降较多影响所致，可比公司中长城汽车、赛力斯均有不同幅度增长。

综上，公司乘用车毛利率低于同行业可比公司，差异原因合理，整体变动趋势与同行业可比公司基本一致。

3、客车

单位：辆、万元/辆

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
毛利率	8.89%	10.92%	7.61%	4.47%
销售数量	3,742	5,837	4,323	3,102
销售单价	39.66	43.50	45.41	43.84
单位成本	36.13	38.75	41.96	41.88

由上表可知，报告期内，公司客车毛利率分别为4.47%、7.61%、10.92%和8.89%，2022年至2024年呈逐年上升趋势，主要系受市场需求和政策刺激导致产销上升带动平均成本降低、车型结构、行业周期、上游原材料成本波动等因素影响。其中：2023年度，公司客车毛利率较2022年度上升3.14个百分点，主要系2023年伴随经济形势持续好转，旅游市场强势复苏，民众出行意愿高涨，国内客车市场需求得到逐步释放，同时，客车海外市场的需求依旧旺盛，继续保持高速增长，整体客车市场明显复苏，随着市场需求回暖，公司客车销量大幅上涨，较2022年增加39.36%，且境外客车售价和销量均有所上升，客车售价增长率大于单位成本变动率，综合导致2023年度毛利率上升；2024年度，公司客车毛利率较2023年度上升3.31个百分点，主要系一方面当年受国家政策刺激和市场持续回暖影响，公司客车销量同比增长35.02%，拉低了平均生产成本，同时原材料采购成本有所下降，主要为电池采购成本下降，另一方面，2024年度公司毛利率较高的双层车及公交车收入占比有所上涨所致。2025年1-6月毛利率有所下降，主要系市场竞争加剧所致。

选取同行业可比公司中以客车作为主营业务的上市公司与公司客车系列毛利率对比如下：

公司名称	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
宇通客车	21.33%	22.94%	25.65%	22.83%
中通客车	15.38%	18.61%	23.94%	17.46%
金龙汽车	11.56%	10.21%	11.56%	9.56%

亚星客车（终止上市）	/	/	13.34%	8.52%
平均值	16.09%	17.25%	18.62%	14.59%
江淮汽车-客车	8.89%	10.92%	7.61%	4.47%

由上表可知，2022年至2024年，公司毛利率呈上升趋势，2025年1-6月有所下降，与同行业可比公司变动趋势一致，公司客车业务毛利率报告期内较同行业可比公司平均值偏低，主要系公司客车总体产销量较小，规模效应相对可比公司不够显著。

综上，公司客车毛利率低于同行业可比公司，差异原因合理，整体变动趋势与同行业可比公司基本一致。

（二）境内外销售毛利率的差异情况及原因

报告期内，公司境内外销售毛利率情况如下：

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
境内销售毛利率	1.74%	2.22%	4.21%	5.09%
境外销售毛利率	15.60%	15.97%	15.22%	11.56%
主营业务毛利率	9.62%	10.70%	10.47%	7.31%

由上表可知，报告期内公司境内销售毛利率分别为5.09%、4.21%、2.22%和1.74%，境外销售毛利率分别为11.56%、15.22%、15.97%和15.60%。报告期内，公司境外销售毛利率整体高于境内，且报告期内境内毛利率逐年下降，境外毛利率逐年上升，主要原因系：

1、境外销售方面，公司作为较早布局海外市场的中国汽车品牌之一，在越南、哈萨克斯坦成立了两家海外合资公司，在海外多个国家和地区建立了全资子公司。报告期内，受境外市场需求逐年增长影响，公司抢抓国际市场机遇，积极推行产品出海战略，境外部分地区对于公司瑞风、嘉悦、星锐、轻卡、皮卡等整车需求逐年增加，车型更新升级引起产品溢价相应提升，公司同类型整车的境外定价一般高于境内，且报告期内销售单价变动率高于单位成本变动率，导致2022年至2024年公司境外销售毛利率逐年上升。2022年至2024年，公司主营业务中境外销售毛利率逐年上升，主要受乘用车毛利率2023年度、2024年度同比上升以及商用车毛利率2023年度同比上升影响。

乘用车境外毛利率报告期内持续增长的主要原因系：中东等主要市场毛利率和

收入占比提升，墨西哥等市场需求快速增长，报告期内公司不断优化产品结构和资源配置，高毛利产品占比提升。商用车境外毛利率 2023 年同比大幅增长的主要原因为：皮卡、帅铃轻卡等境外销售的主力车型不断迭代，产品竞争力提升；墨西哥等重点市场整体需求快速增加，供需关系的变化带动了毛利率的增长； 2023 年导入了毛利率较高的电动帅铃、电动星锐等车型，产品结构不断优化。

2、境内销售方面，一方面受近年来宏观经济波动、基础设施建设投资放缓影响，报告期内公司境内商用车销量和售价均呈下降趋势，且单价下降趋势高于成本下降趋势，导致报告期内公司境内商用车毛利率逐年下降；另一方面，受国内乘用车市场竞争较为激烈、公司乘用车品牌影响力相对不强以及促销活动影响，报告期内公司境内乘用车毛利率逐年下降，以上综合导致报告期内公司境内销售毛利率逐年下降。

此外，2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，公司与同行业可比公司境内境外毛利率及其变动情况具体如下：

公司名称	项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
上汽集团	境内	-	12.32%	13.08%	12.27%
	境外	-	4.03%	6.30%	8.02%
比亚迪	境内	16.97%	20.18%	24.96%	20.62%
	境外	19.82%	17.58%	7.11%	4.02%
长城汽车	境内	-	19.88%	15.52%	17.41%
	境外	-	18.76%	26.01%	27.12%
长安汽车	境内	13.03%	12.07%	17.35%	22.26%
	境外	22.23%	26.20%	24.75%	6.25%
广汽集团	境内	-4.32%	2.52%	4.88%	5.29%
	境外	3.39%	14.72%	13.75%	10.39%
福田汽车	境内	-	12.62%	9.74%	10.82%
	境外	-	12.71%	16.72%	12.91%
赛力斯	境内	-	25.78%	7.55%	9.76%
	境外	-	22.80%	21.21%	19.00%
平均值	境内	8.56%	15.05%	13.30%	14.06%
	境外	15.15%	16.69%	16.55%	12.53%
公司	境内	1.74%	2.22%	4.21%	5.09%

	境外	15.60%	15.97%	15.22%	11.56%
--	----	--------	--------	--------	--------

由上表可知，境外销售方面，2022年至2024年，公司境外销售毛利率与同行业可比公司均呈上升趋势。境内销售方面，公司境内销售毛利率在2022年至2024年呈下降趋势且低于同行业可比公司整体平均水平，主要系：一方面，受不同整车厂商品牌影响力、市场定价策略影响，公司境内销售毛利率相较于同行业可比公司整体较低；另一方面，公司整车收入中商用车占比较高，而上述披露境内外毛利率的同行业可比公司中除福田汽车外均为以乘用车为主导产品的国内头部汽车企业，受近年来宏观经济波动、基础建设投资放缓等因素影响，公司商用车境内销售毛利率下降明显，导致公司2022年至2024年境内销售毛利率呈下降趋势。2025年1-6月，随着市场竞争加剧，公司与同行业可比公司境内、境外毛利率平均值均略有下降，变动趋势一致。

从境内外毛利率差异来看，2022年度至2025年上半年，公司境内销售毛利率均小于境外且差异较大，同行业可比公司境内外销售毛利率差异较小且变动趋势与公司存在差异，主要系受不同公司产品结构的影响所致，2022年度至2023年度公司境内外毛利率以及变动趋势与福田汽车、广汽集团、赛力斯和长城汽车类似。2024年度，公司境内销售毛利率受市场竞争等因素影响进一步下降，境外销售毛利率略有提升，与长安汽车、广汽集团、比亚迪趋势一致。

（三）公司同类产品境内外毛利率差异情况

公司主要产品境内外毛利率差异情况如下：

类别	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	境外	境内	境外	境内	境外	境内	境外	境内
乘用车	17.21%	-10.81%	14.52%	-5.32%	11.65%	-0.69%	9.16%	-0.75%
商用车	15.14%	2.10%	17.28%	-0.46%	19.63%	3.74%	13.05%	6.10%
客车	10.19%	5.98%	9.48%	11.56%	9.38%	6.60%	8.78%	3.75%

报告期内，公司境外毛利率均高于境内，主要受各期商用车和乘用车境外毛利率显著高于境内影响，差异的原因如下：

1、商用车

公司商用车境外销售毛利率高于境内，主要受公司商用车境外定价和产品结构

优于境内影响，具体分析如下：

（1）公司商用车的境外定价显著优于境内

公司商用车面向的主要境外市场的总体需求呈上升趋势，竞争环境相对境内更为宽松，且公司在相关市场的品牌影响力优于境内，综合导致公司产品在境外主要市场的溢价空间较大，定价相对较高。

境外方面，公司产品定价较高的主要原因如下：①市场需求快速增长。2022年至2024年，墨西哥全国商用车销量从64.75万辆增长至91.92万辆，市场整体需求快速增加；②行业竞争相对宽松；③公司在相关市场品牌影响力和竞争力相对较好。公司进入该等市场较早，在当地产品谱系较全，且与当地实力较强的经销商持续加强战略合作，建立本地化组装厂，具有较好的市场竞争力、品牌影响力和市场认可度。

而境内方面，受2022年以来中国基建投资增速放缓和行业周期影响，运价整体处于相对偏低水平，终端市场换车需求动力不足、让利频繁，市场竞争更为激烈，导致公司境内产品定价相对较低。

（2）公司商用车的境外产品结构优于境内

公司帅铃轻卡和皮卡产品市场竞争力较强，产品毛利率相对较高。其中帅铃系高端轻卡市场知名品牌，配置齐全，多次获得各类奖项，稳居全球及中国高端轻卡第一阵营；皮卡是公司的强势产品，具备全价格段、全场景、全品类的产品支撑，其2024年的出口销量为中国品牌皮卡第二名。报告期各期，公司境外商用车销售结构中，帅铃和皮卡产品销售占比显著高于境内。

综上，报告期内，公司商用车境外毛利率高于境内的主要原因系：境外主要市场需求快速增长，相关市场行业竞争相对宽松，公司在相关市场品牌影响力和竞争力相对较好，境外定价优于境内；境外商用车中帅铃轻卡、皮卡等高毛利车型的销售占比相对较高，产品结构优于境内。

2、乘用车

公司乘用车境外销售毛利率高于境内，主要原因如下：

（1）公司乘用车产品在境外主要市场的竞争环境相对境内较为宽松

报告期内，公司乘用车面向的主要境外市场的总体需求呈上升趋势，竞争压力相对较小，且公司在相关市场的品牌影响力优于境内，综合导致公司产品在境外主要市场的竞争环境相对境内较为宽松，具体分析如下：

境外方面：①市场需求快速增长。2022 年至 2024 年，墨西哥全国乘用车销量从 48.70 万辆增长至 63.59 万辆；②竞争压力相对较小；③公司在相关市场品牌影响力和竞争力相对较好。公司进入该等市场较早，在当地产品谱系较全，且与当地实力较强的经销商持续加强战略合作，建立本地化组装厂，具有较好的市场竞争力、品牌影响力和市场认可度。

境内方面，近两年乘用车行业竞争进一步加剧，价格战持续，公司现有车型竞争力相对较弱，导致公司境内乘用车产品溢价空间相对较低。

（2）公司境外销售的乘用车车型规模效应优于境内

公司境内外销售的乘用车主要车型明显不同，2023 年、2024 年和 2025 年 1-6 月境外销售的乘用车车型销量显著高于境内，境外相关车型的规模效应相对境内更好。

综上，报告期内，公司乘用车境外毛利率高于境内的主要原因系：境外主要市场需求快速增长，竞争压力相对较小，公司在相关市场品牌影响力和竞争力相对较好，公司乘用车产品在境外主要市场的竞争环境相对境内较为宽松；2023 年、2024 年和 2025 年 1-6 月境外销售的乘用车车型销量和规模效应显著高于境内。

3、客车

客车方面，2022 年、2023 年、2025 年 1-6 月境外毛利率高于境内，2024 年境内毛利率高于境外，且差异相对不大，主要系各年度间基于境内外市场需求变化和竞争状况的考虑，公司对不同客户定价策略差异所致。公司客车收入占比相对较低，对境内外业务的毛利率影响相对较小。

五、客户集中度快速提升的原因，区分客户类型说明报告期内向主要客户的销售情况并分析变动情况；成立时间较短、规模较小、报告期内新增等主要客户的基本情况，销售金额变动的合理性，销售金额与客户规模的匹配性；

(一) 客户集中度快速提升的原因, 区分客户类型说明报告期内向主要客户的销售情况并分析变动情况

1、客户集中度快速提升的原因

报告期内, 公司对前五大客户的销售收入占各期营业收入的占比情况如下:

单位: 万元

年度	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
前五大客户收入	486,830.22	1,191,156.65	1,050,666.76	577,891.33
营业收入	1,935,990.40	4,211,589.18	4,494,036.04	3,649,467.39
前五大客户占营业收入比例	25.15%	28.28%	23.38%	15.84%

如上表所示, 2022年-2024年公司客户集中度呈上升趋势, 主要系2022年-2024年公司境外收入逐年上升, 公司聚焦“一带一路”等特定区域市场, 相关贸易商客户和境外经销商订单快速增加, 导致贸易商订单增加, 客户集中度提升, 详见本题“2、区分客户类型说明报告期内向主要客户的销售情况并分析变动情况”。

2、区分客户类型说明报告期内向主要客户的销售情况并分析变动情况

报告期内, 公司客户主要分为经销客户、贸易客户和直销客户, 其中经销客户指公司通过经销商将产品销售给终端客户, 贸易客户指公司通过国内外贸企业出口销售至境外, 直销客户指公司直接面向终端客户销售产品或服务。

报告期内, 公司分客户类型的销售情况如下:

单位: 万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
经销	1,401,495.53	72.39%	2,722,201.10	64.64%	2,928,015.19	65.15%	2,762,186.14	75.69%
贸易	286,196.24	14.78%	1,013,834.98	24.07%	986,583.16	21.95%	381,350.06	10.45%
直销	248,298.64	12.83%	475,553.10	11.29%	579,437.69	12.89%	505,931.18	13.86%
合计	1,935,990.40	100.00%	4,211,589.18	100.00%	4,494,036.04	100.00%	3,649,467.39	100.00%

由上表可知, 报告期内, 公司客户以经销为主, 其次分别为贸易及直销。报告期内各期, 公司各按客户类型分类的前五大客户的具体销售情况如下:

①经销客户

单位: 万元

2025年1-6月

序号	客户名称	收入金额	占当期营业收入比例
1	客户三	124,104.57	6.41%
2	客户三十九	47,615.18	2.46%
3	客户三十六	42,733.04	2.21%
4	客户十八	36,521.35	1.89%
5	客户四十	35,606.50	1.84%
合计		286,580.64	14.80%
2024 年度			
序号	客户名称	收入金额	占当期营业收入比例
1	客户三	264,002.84	6.27%
2	客户十五	76,106.55	1.81%
3	客户十七	39,192.42	0.93%
4	客户三十六	34,233.68	0.81%
5	客户三十七	32,600.28	0.77%
合计		446,135.77	10.59%
2023 年度			
序号	客户名称	收入金额	占当期营业收入比例
1	客户三	232,507.10	5.17%
2	客户十七	66,514.96	1.48%
3	客户十九	65,599.09	1.46%
4	客户十五	63,902.69	1.42%
5	客户二十	42,767.87	0.95%
合计		471,291.72	10.49%
2022 年度			
序号	客户名称	收入金额	占当期营业收入比例
1	客户三	156,905.48	4.30%
2	客户十	119,196.42	3.27%
3	客户二十一	54,335.43	1.49%
4	客户二十	49,273.56	1.35%
5	客户十五	47,931.64	1.31%
合计		427,642.53	11.72%

由上表可知，报告期内，公司经销模式前五大客户主要为墨西哥、智利、哈萨克斯坦、阿联酋和部分欧洲国家等国外经销商，报告期各期收入占比均在 10%上下

波动,报告期内主要客户销售金额的变化主要受不同地区采购需求的波动而有所变化,具体分析如下:

2023年度与2022年度相比,客户十七和客户十九进入前五名客户,客户十和客户二十一退出前五名客户。其中:客户十九因当地政府管制原因在2023年恢复进口配额制度,2023年3月开始向包括公司在内的厂家采购汽车产品,导致公司对其销售额增加并进入当年前五名经销商;客户十因当地市场需求萎缩以及当地经销商逐渐采取多汽车品牌采购策略,导致公司2023年对其销售额有所下降,进而导致其当年退出前五名经销客户。其他客户因各年对公司采购需求的变化导致公司对其销售额有所波动。

2024年度与2023年度相比,客户三十六、客户三十七进入前五名经销客户,客户十九、客户二十退出前五名经销客户,主要系:客户十九因当地政府管制原因在2024年未获得进口配额收入下降较多,导致其在2024年度退出公司前五名经销客户;客户二十由于当地市场需求和竞争等原因,导致公司2024年度对其销售收入由42,767.87万元下降至29,461.58万元,退出公司前五名经销商客户;客户三十六和客户三十七递补进入前五大,其中客户三十六因当地客车市场需求增加,导致公司2024年度对其销售收入大幅增加,客户三十七系公司长期合作伙伴,公司对其销售较为稳定。

2025年1-6月与2024年相比,客户三十九、客户十八、客户四十进入前五名经销商客户,客户十五、客户十七、客户三十七退出前五名客户,主要系:客户三十九面向的南美和东南亚等地区下游市场需求增加;客户十八收入增长系2024年公司开始向其导入全系乘用车型号,至2025年上半年销量逐步攀升;客户四十收入增长系公司2025年1月公司开始在当地上市皮卡产品,市场欢迎度较好,销量大幅度增长。

②贸易客户

单位:万元

2025年1-6月			
序号	客户名称	收入金额	占当期营业收入比例
1	客户二	209,766.14	10.84%
2	客户一	62,611.29	3.23%

3	客户四十七	11,513.85	0.59%
4	客户四十一	1,974.96	0.10%
5	客户七	330.00	0.02%
合计		286,196.24	14.78%
2024 年度			
序号	客户名称	收入金额	占当期营业收入比例
1	客户一	395,463.97	9.39%
2	客户二	325,299.96	7.72%
3	客户四	116,391.48	2.76%
4	客户五	89,998.40	2.14%
5	客户八	44,942.05	1.07%
合计		972,095.85	23.08%
2023 年度			
序号	客户名称	收入金额	占当期营业收入比例
1	客户七	305,327.04	6.79%
2	客户四	266,179.56	5.92%
3	客户八	126,167.39	2.81%
4	客户五	86,445.94	1.92%
5	客户一	65,788.65	1.46%
合计		849,908.59	18.91%
2022 年度			
序号	客户名称	收入金额	占当期营业收入比例
1	客户四	101,086.64	2.77%
2	客户十一	80,986.04	2.22%
3	客户五	65,212.02	1.79%
4	客户八	49,579.57	1.36%
5	客户二十二	46,298.25	1.27%
合计		343,162.52	9.40%

受地缘政治与国际贸易因素影响，同时为优化出口成本、拓宽销售渠道，公司选择上述贸易商为公司代理出口，在相关国际市场与该等贸易商合作进行销售，因受终端市场需求增加影响，2022 年-2024 年上述贸易商对公司的采购额整体呈上升趋势，因各家贸易商销售渠道和销售能力差异，各年度间公司对前述贸易商的销售

额有所波动。同时，客户十一因在海外目的地市场业务模式发生变化，报告期内公司逐渐停止与其合作。2025年1-6月，受相关国家地缘政治阶段性复杂化、报废税/进口关税增加等影响，公司对该等贸易商的收入有所下降。

③直销客户

单位：万元

2025年1-6月			
序号	客户名称	收入金额	占当期营业收入比例
1	客户四十二	22,046.07	1.14%
2	客户四十四	14,970.95	0.77%
3	客户四十三	7,430.75	0.38%
4	客户四十五	7,047.74	0.36%
5	客户四十六	5,790.52	0.30%
合计		57,286.03	2.96%
2024年度			
序号	客户名称	收入金额	占当期营业收入比例
1	客户二十三	38,844.80	0.92%
2	客户九	18,411.06	0.44%
3	客户二十四	11,383.37	0.27%
4	客户二十五	8,476.43	0.20%
5	客户三十八	7,410.33	0.18%
合计		84,525.99	2.01%
2023年度			
序号	客户名称	收入金额	占当期营业收入比例
1	客户九	120,485.66	2.68%
2	客户二十四	24,915.62	0.55%
3	客户二十三	11,702.28	0.26%
4	客户二十八	4,273.45	0.10%
5	客户二十九	4,060.18	0.09%
合计		165,437.19	3.68%
2022年度			
序号	客户名称	收入金额	占当期营业收入比例
1	客户九	119,716.75	3.28%

2	客户三十	14,263.01	0.39%
3	客户三十一	7,074.34	0.19%
4	客户三十二	6,620.18	0.18%
5	客户二十八	5,292.04	0.15%
合计		152,966.31	4.19%

由上表可知，报告期内公司直销客户占比相对较小，其中蔚来汽车下属子公司为公司 2022 年度至 2023 年度直销客户中的第一大客户，公司主要为其提供整车制造服务，2024 年该项业务已终止。报告期内，公司其他前五大直销客户主要为安凯客车客户，包括各地公交公司、汽车运输公司等，各主要客户根据实际需求各年度采购金额有所波动。此外，2023 年以来，公司前五大直销客户中境外客户增加，主要系公司客车业务境外销售收入增加所致，2023 年度公司境外客车收入同比增长 263.77%。2024 年，直销收入占比较大的客户九与公司业务合作减少，导致公司前五大直销客户销售额下降。2025 年 1-6 月，客户四十五、客户四十六因其自身业务需要批量采购的货车在当期集中交付，导致公司对该等客户销售额有所增加。

（二）成立时间较短、规模较小、报告期内新增等主要客户的基本情况，销售金额变动的合理性，销售金额与客户规模的匹配性

报告期内，公司前十大客户中成立时间较短、规模较小、报告期内新增等主要客户的基本情况及销售金额如下：

序号	客户名称	设立时间	注册资本（人民币）	客户经营规模	公司对其销售金额（万元）			
					2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
1	客户一	2023/04	500 万元	年营业额 1 亿元以上	62,611.29	395,463.97	65,788.65	-
2	客户二	2024/02	500 万元	年营业额 1 亿元以上	209,766.14	325,299.96	-	-
3	客户七	2022/08	500 万元	年营业额 1 亿元以上	330.00	23,954.46	305,327.04	30,373.36
4	客户四	2018/08	110 万元	年营业额 1 亿元以上	-	116,391.48	266,179.56	101,086.64
5	客户五	2019/09	110 万元	年营业额 1 亿元以上	-	89,998.40	86,445.94	65,212.02
6	客户八	2019/04	110 万元	年营业额 1 亿元以上	-	44,942.05	126,167.39	49,579.57
7	客户二十二	2020/10	110 万元	年营业额 1 亿元以上	-	17,784.67	41,291.75	46,298.25

注：上表中客户经营规模来源于客户访谈信息。

受地缘政治与国际贸易因素影响，同时为优化出口成本、拓宽销售渠道，公司选择上述贸易商为公司代理出口，在相关国际市场与该等贸易商合作进行销售，因受终端市场需求增加影响，报告期内对公司的采购额整体呈上升趋势。因各家贸易商销售渠道和销售能力差异，各年度对前述贸易商的销售额有所波动。

综上，公司报告期内对上述成立时间较短、规模较小、报告期内新增等主要客户的销售金额变动合理，销售金额与客户规模匹配。

六、报告期内政府补助金额下降的原因

报告期内，公司政府补助具体情况如下：

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	单位：万元
					与资产相关/与收益相关
1、与递延收益相关的政府补助	6,852.32	10,795.83	32,358.40	21,743.47	与资产相关
	530.44	2,611.49	471.36	158.00	与收益相关
2、直接计入当期损益的政府补助	1,179.64	15,198.68	103,718.06	98,582.97	与收益相关
其中：项目研发补助	-	5,012.42	80,100.71	63,000.00	与收益相关
新能源汽车专项扶持基金	300.00	2,931.32	14,603.45	6,385.31	与收益相关
新产品导入奖励	-	-	-	10,000.00	与收益相关
合计	8,562.40	28,605.99	136,547.82	120,484.44	—

报告期内，公司与递延收益相关的政府补助主要系“油（气）改电”补贴、自主创新重大项目补贴、退城进园资产补贴、基础投资补偿款等；直接计入当期损益的政府补助主要系项目研发补贴、新能源汽车专项扶持基金、工业发展政策补助、外贸促进资金补贴、企业稳岗补贴、财政贴息等。报告期内，公司政府补助金额逐年下降，主要系项目研发补助、新能源汽车专项扶持基金和新产品导入奖励及其他计入当期损益的政府补助项目减少所致，符合公司实际情况。

【核查情况】

一、核查程序

就上述事项，保荐机构和申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、查阅发行人报告期内的销售快报、定期报告，分析报告期内公司主要产品销量、均价变化情况，分析收入波动的原因及合理性；获取发行人报告期内其他业

务收入明细表，分析其他业务收入的主要内容及波动原因；获取发行人报告期内销售费用明细表，分析售后服务费与营业收入的匹配情况；查阅同行业可比公司定期报告及行业分析报告，分析公司业绩变动及收入季节性分布情况与同行业可比公司是否存在差异及其原因；

2、访谈发行人管理层并结合产品结构、毛利率、期间费用、非经常性损益等方面，了解并分析报告期内公司扣非归母净利润持续为负的原因，归属于母公司股东的净利润变动幅度较大的原因及合理性；获取公司报告期内定期报告，结合公司主要产品的销售情况和毛利率等，分析公司归属于母公司股东的净利润同比变动的原因；

3、访谈发行人管理层，了解公司报告期内境内收入金额持续下降的原因，境外收入金额变动的原因；获取公司境外销售主要客户明细表，分析报告期内公司境外销售的主要客户、销售的主要产品及销售模式；查阅报告期内发行人海关出口报关数据表、免抵退税出口申报表等数据，分析与境外销售规模的匹配性；查阅同行业可比公司公开信息，分析报告期内公司境内境外收入分布及变动情况与同行业可比公司的差异情况及原因；

4、获取公司报告期内定期报告，分析报告期各期公司主要产品营业收入、收入占比以及毛利率的波动情况，结合销售单价、单位成本等因素，分析公司商用车、乘用车和客车毛利率变动的原因，并查阅同行业可比公司公开信息，与同行业可比公司进行对比分析；访谈发行人管理层，了解公司报告期内主要产品毛利率变动的原因，境内外销售毛利率的差异情况及原因；

5、访谈发行人管理层，了解报告期内公司客户集中度快速提升的原因；获取公司报告期内区分客户类型的主要客户的销售明细表；获取公司报告期各期前十大客户中成立时间较短、规模较小、报告期内新增等主要客户名单，通过企查查等公开网络查询其基本情况，访谈发行人管理层，了解公司对前述客户销售金额变动的合理性及与客户规模的匹配性；

6、获取发行人报告期内政府补助明细表，分析报告期内政府补助金额下降的原因。

二、核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、报告期内，公司主营业务收入变动主要受产品结构、销售单价和销量的影响，因行业政策、公共卫生事件、市场需求等因素发生变动，公司各产品的销量、销售均价发生变动，具有合理性；报告期内，公司其他业务收入主要由材料销售收入、海外运保费收入、运输费收入等构成，受公司对成套 KD 散件核算、不同地区运输距离、出口产品结构变化和报告期内境外收入变动影响，公司其他业务收入发生变动，具有合理性；报告期内，公司售后服务费与营业收入变动基本匹配，售后服务费增长主要系受市场竞争加剧、维修难度上升和质保期内产品保有量增加所致；报告期内，公司业绩变动及收入季节性分布情况与同行业可比公司不存在重大差异，公司 2024 年四季度收入占比低于同行业公司四季度收入占比的平均值，与一汽解放较为相似，同行业公司 2024 年四季度收入占比平均值较高，主要系比亚迪、长安汽车、广汽集团的四季度收入占比较高所致，公司 2025 年一季度与二季度销售分布较为平均，分布与一汽解放、东风股份较为相似；

2、报告期内，公司扣非归母净利润持续为负主要受汽车行业市场竞争、期间费用较高等因素影响，此外还受联营企业投资亏损、资产减值损失的影响；公司归属于母公司股东的净利润变动幅度较大主要系报告期内营业收入规模、产品毛利率受宏观经济、市场环境等因素影响有所波动，同时管理费用、投资收益、政府补助、资产处置收益等利润表项目变动幅度较大，具有合理性；公司 2024 年度归属于母公司股东的净利润同比下降，主要系受当期投资的大众安徽亏损和其他收益减少影响所致；

3、2022 年-2024 年，公司境内收入金额持续下降，境外收入金额整体呈增长趋势主要受宏观经济、市场周期、行业竞争格局、地缘政治以及公司战略调整等因素影响，具有合理性；2025 年 1-6 月，公司境内收入下降主要受市场竞争、公司更具市场竞争力的智能化车型尚处于研发阶段或产能爬坡初期所致；境外收入下降主要受市场竞争加剧、相关国家地缘政治阶段性复杂化、报废税/进口关税增加等影响所致。报告期内，公司报关数据、出口退税金额与外销业务规模相匹配；报告期内，公司境外收入占比高于同行业可比公司、境内收入占比低于同行业可比公司，主要系公司基于境内外市场竞争状况差异，为匹配境外市场需求，加大境外销售支

持力度，符合公司经营情况，具有合理性；

4、报告期内，公司各产品毛利率波动的主要因素受行业发展情况、市场竞争、业务模式等因素影响，毛利率变动合理，商用车毛利率与同行业可比公司不存在重大差异，乘用车与客车毛利率低于同行业可比公司，差异原因合理，整体变动趋势与同行业可比公司基本一致；报告期内，公司境外销售毛利率整体大于境内，主要系受国内宏观经济波动、行业周期、公司品牌影响力、海外市场的需求增长以及公司战略调整等因素影响，具有合理性；

5、2022年-2024年，公司客户集中度快速提升，主要系2022年-2024年公司境外收入逐年上升，国内出口贸易商聚焦特定区域市场，导致贸易商订单增加，客户集中度提升，具有合理性；报告期内，公司经销、贸易和直销主要客户的销售情况变动合理，符合公司实际情况；报告期内，成立时间较短、规模较小、报告期内新增等主要客户的销售金额变动合理，销售金额与客户规模匹配；

6、报告期内，公司政府补助金额逐年下降，主要系项目研发补助、新能源汽车专项扶持基金和新产品导入奖励等直接计入当期损益的政府补助金额减少所致，符合公司实际情况。

三、对不同类型客户及成立时间较短、规模较小、报告期内新增等主要客户的核查程序、比例、结论

（一）对不同类型客户的核查程序、比例、结论

1、核查程序

①函证

保荐机构和申报会计师对发行人报告期内不同类型的主要客户发函，函证的具体情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度		
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例	
经销商客户	发函客户对应的收入金额	575,169.99	41.04%	1,019,463.26	37.45%	1,254,026.15	42.83%	1,011,969.18	36.64%
	回函确认客户对应的收	430,716.34	30.73%	497,933.79	18.29%	1,044,841.94	35.68%	795,520.56	28.80%

	入金额								
	营业收入	1,401,495.53	100.00%	2,722,201.10	100.00%	2,928,015.19	100.00%	2,762,186.14	100.00%
贸易客户	发函客户对应的收入金额	283,891.28	99.19%	1,013,834.98	100.00%	938,900.96	95.17%	381,350.06	100.00%
	回函确认客户对应的收入金额	283,891.28	99.19%	1,013,834.98	100.00%	938,900.96	95.17%	381,350.06	100.00%
	营业收入	286,196.24	100.00%	1,013,834.98	100.00%	986,583.16	100.00%	381,350.06	100.00%
直销客户	发函客户对应的收入金额	44,447.77	17.90%	210,697.90	44.31%	316,215.81	54.57%	270,256.16	53.42%
	回函确认客户对应的收入金额	44,447.77	17.90%	160,489.50	33.75%	288,616.27	49.81%	253,020.90	50.01%
	营业收入	248,298.64	100.00%	475,553.10	100.00%	579,437.69	100.00%	505,931.18	100.00%
合计	发函客户对应的收入金额	903,509.04	46.67%	2,243,996.14	53.28%	2,509,142.92	55.83%	1,663,575.40	45.58%
	回函确认客户对应的收入金额	759,055.38	39.21%	1,672,258.27	39.71%	2,272,359.17	50.56%	1,429,891.52	39.18%
	营业收入	1,935,990.40	100.00%	4,211,589.18	100.00%	4,494,036.04	100.00%	3,649,467.39	100.00%

②访谈

保荐机构和申报会计师对发行人报告期各期主要客户进行访谈，分客户类型统计的访谈具体情况如下：

单位：万元

项目		2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
经销客户	营业收入（A）	1,401,495.53	2,722,201.10	2,928,015.19	2,762,186.14
	访谈对应金额（B）	508,135.37	399,379.06	536,082.07	340,329.53
	核查比例（C=B/A）	36.26%	14.67%	18.31%	12.32%
贸易客户	营业收入（A）	286,196.24	1,013,834.98	986,583.16	381,350.06
	访谈对应金额（B）	283,891.28	972,095.85	891,200.34	300,364.02
	核查比例（C=B/A）	99.19%	95.88%	90.33%	78.76%
直销客户	营业收入（A）	248,298.64	475,553.10	579,437.69	505,931.18
	访谈对应金额（B）	48,880.83	38,844.80	120,485.66	119,716.75
	核查比例（C=B/A）	19.69%	8.17%	20.79%	23.66%
合计	营业收入（A）	1,935,990.40	4,211,589.18	4,494,036.04	3,649,467.39
	访谈对应金额（B）	840,907.48	1,410,319.72	1,547,768.06	760,410.29

	核查比例 (C=B/A)	43.44%	33.49%	34.44%	20.84%
--	--------------	--------	--------	--------	--------

③穿行测试

保荐机构和申报会计师选取报告期内各期主要客户，检查相关会计凭证、销售合同、发货记录、物流记录、收货（报关）记录、发票以及回款记录等。

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
经销客户	营业收入 (A)	1,401,495.53	2,722,201.10	2,928,015.19
	核查客户对应的收入 (B)	495,293.17	714,215.98	196,016.74
	核查比例 (C=B/A)	35.34%	26.24%	6.69%
贸易客户	营业收入 (A)	286,196.24	1,013,834.98	986,583.16
	核查客户对应的收入 (B)	272,377.42	972,095.86	849,908.59
	核查比例 (C=B/A)	95.17%	95.88%	86.15%
直销客户	营业收入 (A)	248,298.64	475,553.10	579,437.69
	核查客户对应的收入 (B)	37,017.02	38,844.80	-
	核查比例 (C=B/A)	14.91%	8.17%	-
合计	营业收入 (A)	1,935,990.40	4,211,589.18	4,494,036.04
	核查客户对应的收入 (B)	804,687.61	1,725,156.63	1,045,925.33
	核查比例 (C=B/A)	41.56%	40.96%	23.27%
				21.56%

2、核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为，报告期内发行人对不同类型客户的收入确认真实、准确，不存在异常的情形，符合《企业会计准则》的相关规定。

（二）成立时间较短、规模较小、报告期内新增等主要客户的核查程序、比例

1、核查程序

①函证

保荐机构和申报会计师对客户一、客户二、客户七、客户四、客户五、客户八和客户二十二等 7 家客户（以下简称“7 家客户”）全部实施了函证程序，具体如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
发函金额	272,377.42	99.88%	1,013,834.98	100.00%	891,200.34	100.00%	292,549.84	100.00%
回函确认金额	272,377.42	99.88%	1,013,834.98	100.00%	891,200.34	100.00%	292,549.84	100.00%
营业收入	272,707.42	100.00%	1,013,834.98	100.00%	891,200.34	100.00%	292,549.84	100.00%

②访谈

保荐机构和申报会计师对上述 7 家客户进行了实地访谈，报告期各期访谈比例如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
7家客户营业收入(A)	272,707.42	1,013,834.98	891,200.34	292,549.84
访谈客户对应的收入(B)	272,377.42	972,095.86	891,200.34	292,549.84
核查比例(C=B/A)	99.88%	95.88%	100.00%	100.00%

③穿行测试

保荐机构和申报会计师选取上述 7 家客户，检查相关会计凭证、销售合同、发货记录、收货（报关）记录、发票以及回款记录等，各期核查情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
7家客户营业收入(A)	272,707.42	1,013,834.98	891,200.34	292,549.84
核查客户对应的收入(B)	272,377.42	972,095.86	849,908.58	262,176.48
核查比例(C=B/A)	99.88%	95.88%	95.37%	89.62%

2、核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为，报告期内发行人对成立时间较短、规模较小、报告期内新增等主要客户的收入确认真实、准确，不存在异常的情形，符合《企业会计准则》的相关规定。

问题 4.关于主要资产

根据申报材料，1) 报告期各期末，公司应收款项融资金额分别为 177,637.70 万元、112,909.41 万元、51,274.27 万元和 20,292.81 万元，应收账款金额分别为 218,210.63 万元、307,845.42 万元、297,223.67 万元和 388,801.24 万元；2) 公司其他应收款主要由拆迁补偿款、应收新能源补贴款等构成，合同资产主要为新能源汽车补贴；3) 报告期各期末，公司存货金额分别为 261,821.06 万元、338,831.96 万元、474,567.82 万元和 422,195.41 万元，主要由库存商品、原材料、在成品构成；4) 报告期各期末，公司开发支出账面价值分别为 51,608.97 万元、49,983.00 万元、65,694.70 万元和 109,967.43 万元；5) 截至 2024 年 9 月末，公司专有技术账面价值为 88,362.23 万元，已计提减值准备 113,347.06 万元；6) 报告期各期，公司信用减值损失分别为 1,190.89 万元、-20,676.52 万元、-2,551.53 万元和-2,360.74 万元，资产减值损失分别为 -51,456.98 万元、-62,699.51 万元、-106,869.04 万元和-7,734.13 万元。

请发行人说明：(1) 不同类型的主要客户结算、信用政策，报告期内相关政策是否发生变化，应收账款余额增长、应收款项融资金额下降的原因；(2) 应收账款的坏账准备单项计提相关政策、对应客户及信用情况，并结合账龄、逾期、期后回款、应收账款周转率、坏账核销、同行业可比公司情况等说明坏账准备计提是否充分；(3) 报告期内其他应收款的形成原因、主要对手方、规模及占比，应收新能源补贴计入其他应收款、合同资产的划分依据，其他应收款中补偿补贴款的内容、长期未收回的原因；结合账龄、期后回款、主要对手方的信用情况、坏账计提政策及同行业可比公司对比等说明其他应收款坏账准备计提是否充分；(4) 报告期内存货金额大幅上涨的具体原因，结合存货的主要内容、库龄、订单覆盖率、期后销售、产品及原材料价格变动、存货跌价准备计提政策、同行业可比公司情况等说明存货跌价准备计提的充分性；(5) 研发费用资本化比例较高的原因及合理性，研发费用率及研发费用资本化率与同行业可比公司的差异情况及原因，研发费用的归集情况及相关研发成果；(6) 结合主要专有技术对应报告期内整车销售数量下降等说明减值准备计提是否充分；(7) 报告期各期资产及信用减值测试的情况，结合资产减值损失及信用减值损失确认时点与减值迹象发生时点的匹配情况等说明减值损失的计提时点是否准确。

请保荐机构及申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

【说明】

一、不同类型的主要客户结算、信用政策，报告期内相关政策是否发生变化，应收账款余额增长、应收款项融资金额下降的原因

(一) 不同类型的主要客户结算、信用政策，报告期内相关政策是否发生变化

报告期内，公司客户包括经销客户、贸易客户及直销客户三种类型，不同类型的主要客户结算、信用政策情况如下：

1、经销客户

序号	客户名称	报告期内结算、信用政策	报告期是否发生变化
1	客户三	含多份不同结算方式的订单，包括：①TT、款到发车；②即期LC、发运前开出LC，提单日后30天内付款；③TT、180天OA	未发生变化
2	客户十五	TT、180天OA	未发生变化
3	客户三十七	TT、180天远期信用证或不可撤销即期信用证	未发生变化
4	客户十七	发运前开具90天LC或180天LC	未发生变化
5	客户十九	TT、90天OA	未发生变化
6	客户二十	TT、90天OA	未发生变化
7	客户十	TT或即期LC；款到发车	未发生变化
8	客户二十一	TT、预付或即期LC	未发生变化
9	客户十四	TT或即期LC；款到发车	未发生变化
10	客户三十七	20%TT定金,40天内80%TT或80%LC；10天内LC	未发生变化
11	客户十八	T/T	未发生变化
12	客户四十	LC	未发生变化
13	客户三十九	预付，TT或银行承兑汇票	未发生变化

注：TT为电汇、LC为信用证、OA为赊销，下同。

2、贸易客户

序号	客户名称	报告期内结算、信用政策	报告期是否发生变化
1	客户一	发运前七个个工作日内以电汇形式支付全部货款	未发生变化

序号	客户名称	报告期内结算、信用政策	报告期是否发生变化
2	客户二	签订合同支付不含税合同总金额,剩余货款在交付货物、开具发票后3个月内支付	未发生变化
3	客户四	签订合同支付不含税合同总金额,剩余货款在交付货物、开具发票后3个月内支付	未发生变化
4	客户五	签订合同支付不含税合同总金额,剩余货款在交付货物、开具发票后3个月内支付	未发生变化
5	客户八	签订合同支付不含税合同总金额,剩余货款在交付货物、开具发票后3个月内支付	未发生变化
6	客户七	发运前七个工日内以电汇形式支付全部货款	未发生变化
7	客户十一	签订合同支付不含税货款,剩余货款开票后一周内支付	未发生变化
8	客户二十二	现汇预付全部货款后安排发车	未发生变化
9	客户四十一	合同生效后七日内付出全部货款的20%,交货日期七天前,以电汇或银行承兑汇票形式支付尾款	未发生变化

3、直销客户

序号	客户名称	报告期内结算、信用政策	报告期是否发生变化
1	客户二十五	TT, 预付30%, 尾款发运前付清	未发生变化
2	客户二十三	签订合同支付30%, 车辆交付验收合格支付50%, 余款为质保金或分期支付	未发生变化
3	客户二十四	现汇, 合同生效及用款计划批复后支付30%, 验收合格支付70%	未发生变化
4	客户三十八	次月付款, 付款额度为账面余额的70%-80%, 年度结清	未发生变化
5	客户九	次月支付承兑或现汇	未发生变化
6	客户三十	现汇, 首付30%, 验车合格后付至90%, 余款验收合格后半年内一次性付清	未发生变化
7	客户三十一	现汇, 合同签订后首付30%, 验车合格后10个工作日	未发生变化
8	客户三十二	现汇或承兑, 交车后一个月内支付合同总价的30%, 验收合格6个月内支付合同总价的30%, 验收合格1年内支付合同总价的40%	未发生变化
9	客户二十八	首付20%, 未付款项在3年期限内按季度等额分期付款	未发生变化
10	客户二十九	签署合同后支付100万元定金, 车辆按约定验收合格后第一年年度内支付至合同金额的40%, 第二年年度末支付合同金额的30%, 第三年年度末支付合同金额的30%。	未发生变化
11	客户四十二	签订合同后28日内支付15%, 发运后支付75%, 车辆到达验收后28日内支付10%	未发生变化

序号	客户名称	报告期内结算、信用政策	报告期是否发生变化
12	客户四十三	签署合同后预付 20%，发货前付款 60%，6 个月内支付 20%尾款	未发生变化
13	客户四十四	首期支付合同总价款的 9.01%，签署合同后 15 日内支付 4.49%，收到发货通知后 15 日内支付 10.31%，装运通知 20 日前支付 76.18%	未发生变化
14	客户四十五	订单生效后 7 日内预付 1 万元/台预付款，初验合格并上牌后 10 个工作日内支付 20%（含预付款），验收合格后 90 日内支付 80%	未发生变化
15	客户四十六	根据订单预付 1 万元/每台预付款，生产完成后买方提车之前支付 10 万元/台预付款，申请整车合格证时付清尾款，未及时申请的提车后 30 日内付清尾款	未发生变化

报告期内，公司针对不同类型客户采取不同的信用政策和结算政策，主要客户结算、信用政策未发生变化。

（二）应收账款余额增长、应收款项融资金额下降的原因

1、应收账款余额增长的原因

报告期各期末，公司应收账款余额情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月末	2024 年末	2023 年末	2022 年末
应收账款余额	506,251.12	402,144.72	390,989.28	398,333.43
其中：按单项计提	61,256.16	65,661.62	65,041.27	55,646.26
按组合计提	444,994.97	336,483.10	325,948.01	342,687.17

如上表所示，2022 年末至 2024 年末公司应收账款余额总体保持稳定。公司 2022 年末按组合计提的应收账款余额较 2021 年末增加 95,271.28 万元，主要原因系：

①公司 2022 年为拓展境外市场（当年境外收入同比增加 403,748.16 万元），给予了部分境外客户一定的赊销政策和信用证付款方式，导致主要境外客户应收账款余额增加。其中，对 Allur Group of Companies JSC（哈萨克斯坦）应收账款余额增加 27,885.19 万元，结算信用政策为 180 天赊销；对 Al Habtoor Motors Co.LLC（阿联酋）应收账款余额增加 13,267.85 万元，结算信用政策为 90 天或 180 天信用证。

公司抢抓国际市场机遇，积极响应国家“一带一路”倡议，积极推行产品出海战略，2022 年以来受地缘政治与国际贸易因素影响，海外市场对公司产品需求逐

年提升，公司为匹配境外市场需求，加大境外销售支持力度，导致境外收入增幅较大，2022年境外收入同比增加403,748.16万元、增长64.28%。

对于境外客户，公司按照国际通行的商贸规则和惯例进行销售结算，境外客户主要采取电汇（T/T）、信用证（L/C）等付款手段，采取款到发车、信用期为30天至180天不等的赊销方式进行结算，受部分境外客户存在一定赊销政策和信用证付款方式的影响，境外客户应收账款余额随境外收入增加而有所增长，同时，采取款到发车预付方式的客户合同负债余额也同步增长。母公司国际事业部主要负责公司产品出口销售，2022年末国际事业部境外客户往来余额情况如下：

项目	2022年末	2021年末	变动情况
应收账款余额	81,805.11	36,671.69	45,133.42
合同负债余额	94,872.31	50,478.16	44,394.14

注：上表余额均为外部客户往来余额。

由上表，应收账款余额、合同负债余额变动与境外收入变动趋势一致。其中，应收账款余额增长较大的客户Allur Group of Companies JSC（哈萨克斯坦）及Al Habtoor Motors Co.LLC（阿联酋）报告期内信用政策未发生变化，不存在通过放宽信用政策刺激销售的情况。

②公司向蔚来汽车下属子公司采购原材料，也向蔚来汽车下属其他子公司等销售整车。2021年末，公司将应付材料款与应收整车销售款通过签订三方抹账协议予以抵消，2022年末公司未与前述相关交易主体签订抹账协议，导致对蔚来汽车相关子公司应收账款余额同比增加29,076.24万元。公司为加强应收账款回款管理，通过三方抹账回款措施保障公司利益，2021年12月31日，安徽江淮汽车集团股份有限公司新能源乘用车分公司（以下简称新能源乘用车分公司）与蔚来汽车（安徽）有限公司、上海蔚来汽车有限公司签订《三方抹账协议》，协议约定2021年12月份新能源乘用车分公司向上海蔚来汽车有限公司采购零部件应付材料款33.94亿元与新能源乘用车分公司向蔚来汽车（安徽）有限公司销售整车应收整车款33.94亿元进行三方抹账处理，抹账后公司就上述协议约定金额与上海蔚来汽车有限公司的债务关系以及与蔚来汽车（安徽）有限公司的债权关系终止。《三方抹账协议》中约定的应付材料款和应收整车款系公司、上海蔚来汽车有限公司、蔚来汽车（安徽）有限公司三方对账确认的结果，公司分别取得了经上海蔚来汽车有限公司、蔚来汽车

(安徽)有限公司盖章确认的往来款项对账单,《三方抹账协议》系已按照公司合同签订内部控制制度的规定执行会签审批流程,内部控制执行有效。

2025年6月末,应收账款余额较2024年末增幅较大,主要原因系:公司为了在市场中保持竞争力,同时更好地维护客户关系,通常在前三季度会给予客户较低的收款压力,年末时考虑到自身资金结算安排等,会加速资金回笼,加大应收账款催收力度,故二季度末应收账款规模通常高于年末。

2、应收款项融资金额下降的原因

报告期各期末,公司应收款项融资余额情况如下:

项目	2025年6月末	2024年末	2023年末	2022年末
应收款项融资余额	73,731.84	40,643.11	51,274.27	112,909.41
其中:应收票据-银行承兑汇票	73,731.84	40,643.11	51,274.27	112,909.41

报告期各期末,公司应收款项融资余额均为应收境内客户支付的银行承兑汇票。2022年至2024年末,公司结合自身业务结算需要逐渐减少票据结算占比,同时公司为加快应收票据周转效率,提高应收票据周转频次,导致应收款项融资余额逐年下降。

二、应收账款的坏账准备单项计提相关政策、对应客户及信用情况,并结合账龄、逾期、期后回款、应收账款周转率、坏账核销、同行业可比公司情况等说明坏账准备计提是否充分

(一) 应收账款的坏账准备单项计提相关政策、对应客户及信用情况

公司按照《企业会计准则》和会计政策,对于应收账款,如果有客观证据表明某项应收账款已经发生信用减值,则对该应收账款单项计提坏账准备并确认预期信用损失。报告期各期末,公司结合应收账款账龄、后续还款安排以及客户经营与信用状况等维度综合进行评估确定单项计提比例。整体而言,对出现阶段性付款困难但已约定还款安排的客户,公司结合账龄及还款安排进行单项计提;对于出现信用风险或经营异常的客户,公司结合风险情况判断其风险等级并对应进行单项计提。

报告期各期末,公司单项计提应收账款的坏账准备对应主要客户如下:

单位：万元

期间	客户名称	应收账款余额	坏账准备	计提比例
2025年6月末	深圳市民富沃能新能源汽车有限公司	5,581.12	5,581.12	100.00%
	北京天马通驰汽车租赁有限公司	4,300.00	4,300.00	100.00%
	天津市原野汽车客运有限公司	4,112.95	4,112.95	100.00%
	河北邢安汽车贸易有限公司	2,736.66	2,736.66	100.00%
	河北轩冕汽车销售有限公司	2,591.39	2,591.39	100.00%
	徐州市钇正汽车贸易有限公司(曾用名:一正新能源实业集团有限公司,下同)	1,697.49	1,697.49	100.00%
	芜湖市建鑫汽车零部件有限责任公司	1,584.24	1,584.24	100.00%
	合计	22,603.85	22,603.85	100.00%
2024年末	深圳市民富沃能新能源汽车有限公司	5,581.12	5,581.12	100.00%
	北京天马通驰汽车租赁有限公司	4,300.00	4,300.00	100.00%
	天津市原野汽车客运有限公司	4,112.95	4,112.95	100.00%
	河北邢安汽车贸易有限公司	3,016.66	3,016.66	100.00%
	河北轩冕汽车销售有限公司	2,799.39	2,799.39	100.00%
	徐州市钇正汽车贸易有限公司(曾用名:一正新能源实业集团有限公司,下同)	1,697.49	1,697.49	100.00%
	芜湖市建鑫汽车零部件有限责任公司	1,584.24	1,584.24	100.00%
	巢湖市吉瑞汽车服务有限公司	1,180.98	1,180.98	100.00%
	贵州品众汽车贸易有限公司	1,171.82	1,171.82	100.00%
	合计	25,444.65	25,444.65	100.00%
2023年末	深圳市民富沃能新能源汽车有限公司	5,611.59	5,611.59	100.00%
	河北轩冕汽车销售有限公司	4,835.23	4,835.23	100.00%
	北京天马通驰汽车租赁有限公司	4,300.00	4,300.00	100.00%
	河北邢安汽车贸易有限公司	3,906.66	3,906.66	100.00%
	天津市原野汽车客运有限公司	3,777.48	3,777.48	100.00%
	徐州市钇正汽车贸易有限公司	1,706.46	1,706.46	100.00%
	芜湖市建鑫汽车零部件有限责任公司	1,584.24	1,584.24	100.00%
	长子县公共交通有限公司	1,514.56	1,482.56	97.89%
	贵州品众汽车贸易有限公司	1,171.82	1,171.82	100.00%
	合计	28,408.04	28,376.04	99.89%
2022年末	深圳市民富沃能新能源汽车有限公司	5,612.61	5,612.61	100.00%
	河北邢安汽车贸易有限公司	5,592.83	5,592.83	100.00%
	河北轩冕汽车销售有限公司	4,984.03	4,984.03	100.00%

	北京天马通驰汽车租赁有限公司	4,600.00	4,600.00	100.00%
	天津市原野汽车客运有限公司	3,777.48	3,777.48	100.00%
	芜湖市建鑫汽车零部件有限责任公司	1,775.73	1,775.73	100.00%
	贵州品众汽车贸易有限公司	1,171.82	1,171.82	100.00%
	合计	27,514.50	27,514.50	100.00%

截止本报告回复日，上述单项计提应收账款的坏账准备对应主要客户的信用情况如下：

客户名称	经营情况、还款能力评估情况	是否列入失信被执行人名单	公司已采取的催收措施
北京天马通驰汽车租赁有限公司	经营情况较差，无还款能力	是	已提起诉讼且胜诉，目前正在执行阶段
贵州品众汽车贸易有限公司	已无正常经营，无偿还能力，无可执行的资产	是	已起诉，已强制执行，无可执行的资产，已裁定终本
河北邢安汽车贸易有限公司	经营情况较差，还款能力较弱	否	已提起诉讼且胜诉，目前正在执行阶段，2024年已有部分款项收回
河北轩冕汽车销售有限公司	正常经营，还款能力较弱	否	提起诉讼后和解，持续不间断的催收中，2024年已有部分款项收回
深圳市民富沃能新能源汽车有限公司	已破产，无还款能力	是	已提起诉讼且胜诉，目前正在执行阶段
天津市原野汽车客运有限公司	经营情况较差，还款能力较弱	否	已起诉并进入强制执行阶段，账户查封、股权冻结
芜湖市建鑫汽车零部件有限责任公司	已停止经营，正在破产清算，无还款能力	是	已起诉并进入强制执行阶段，参与破产债权申报
徐州市钇正汽车贸易有限公司	已停止经营，无还款能力	否	已提起诉讼且胜诉，目前正在执行阶段
长子县公共交通有限公司	正常经营，还款能力较弱	否	已提起诉讼且胜诉，目前正在执行阶段，2024年已有部分款项收回

(二) 结合账龄、逾期、期后回款、应收账款周转率、坏账核销、同行业可比公司情况等说明坏账准备计提是否充分

1、应收账款坏账准备计提的总体情况

报告期各期末，公司应收账款账面余额和坏账准备计提情况如下：

单位：万元

期间	类别	账面余额	占比	坏账准备	账面价值	计提比例
2025年6月末	按单项计提	61,256.16	12.10%	56,917.20	4,338.96	92.92%
	按组合计提	444,994.97	87.90%	35,969.77	409,025.19	8.08%

	合计	506,251.12	100.00%	92,886.97	413,364.15	18.35%
2024 年末	按单项计提	65,661.62	16.33%	58,666.60	6,995.02	89.35%
	按组合计提	336,483.10	83.67%	33,014.44	303,468.66	9.81%
	合计	402,144.72	100.00%	91,681.04	310,463.69	22.80%
2023 年末	按单项计提	65,041.27	16.64%	57,899.03	7,142.24	89.02%
	按组合计提	325,948.01	83.36%	35,866.58	290,081.43	11.00%
	合计	390,989.28	100.00%	93,765.61	297,223.67	23.98%
2022 年末	按单项计提	55,646.26	13.97%	50,385.24	5,261.02	90.55%
	按组合计提	342,687.17	86.03%	40,102.77	302,584.40	11.70%
	合计	398,333.43	100.00%	90,488.01	307,845.42	22.72%

注：报告期各期末，公司对于按单项计提坏账准备的应收账款，于资产负债表日，根据相关客户的逾期时间、经营和资信状况、还款意愿、诉讼追偿、履行能力等情况综合确定单项计提金额和比例，部分客户因逾期时间较短、经营状况尚可、具备一定履行能力和还款意愿或诉讼后具备可执行资产等原因，公司未对其100%计提坏账准备。

由上表可知，报告期各期末，公司按单项计提坏账准备的应收账款坏账计提比例分别为90.55%、89.02%、89.35%和92.92%，计提比例较高，结合前述应收账款的坏账准备单项计提相关政策、对应客户及信用情况分析，公司应收账款按单项计提的坏账准备充分。

2、按组合计提坏账准备的应收账款账龄、逾期情况

(1) 账龄情况

报告期各期末，公司按组合计提坏账准备的应收账款账龄结构如下表所示：

单位：万元

项目	2025 年 6 月末		2024 年末		2023 年末		2022 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	407,460.46	91.57%	293,058.63	87.09%	273,696.03	83.97%	277,645.92	81.02%
1 至 2 年	15,866.12	3.57%	17,789.70	5.29%	23,472.43	7.20%	29,458.42	8.60%
2 至 3 年	9,005.16	2.02%	10,175.35	3.02%	9,726.79	2.98%	12,175.31	3.55%
3 至 4 年	2,579.72	0.58%	3,495.51	1.04%	3,412.59	1.05%	3,652.00	1.07%
4 至 5 年	323.93	0.07%	908.68	0.27%	2,149.78	0.66%	9,797.38	2.86%
5 年以上	9,759.59	2.19%	11,055.24	3.29%	13,490.38	4.14%	9,958.13	2.91%
合计	444,994.97	100.00%	336,483.10	100.00%	325,948.01	100.00%	342,687.17	100.00%

报告期各期末，公司按组合计提坏账准备的应收账款账龄主要集中在2年以内，占比分别为89.62%、91.17%、92.38%和95.13%。

(2) 逾期情况

报告期各期末，公司按组合计提坏账准备的应收账款逾期情况如下表所示：

单位：万元

项目	2025年6月末	2024年末	2023年末	2022年末
应收账款账面余额	444,994.97	336,483.10	325,948.01	342,687.17
逾期金额	113,157.64	57,758.66	55,294.05	51,087.46
逾期比例	25.43%	17.17%	16.96%	14.91%

报告期各期末，公司按组合计提坏账准备的应收账款逾期比例分别为 14.91%、16.96%、17.17% 和 25.43%。由于部分客户因自身阶段性资金安排未按信用政策向公司即时付款，导致公司出现逾期情况，但整体可回收性较高，公司总体回款风险可控。针对已逾期的应收账款，公司严格执行应收账款催收管理制度，提醒客户及时回款，确保应收账款催收的及时性。2025 年 6 月末逾期率较 2024 年末偏高主要系公司在第二季度末催收力度小于年末。

3、期后回款情况

报告期各期末，公司应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2025年6月末	2024年末	2023年末	2022年末
应收账款账面余额 ①	506,251.12	402,144.72	390,989.28	398,333.43
按单项计提的应收账款账面余额	61,256.16	65,661.62	65,041.27	55,646.26
按组合计提的应收账款账面余额②	444,994.97	336,483.10	325,948.01	342,687.17
期后回款金额③	160,789.65	244,106.39	297,269.06	325,039.11
期后回款比例 1 ③/①	31.76%	60.70%	76.03%	81.60%
期后回款比例 2 ③/②	36.13%	72.55%	91.20%	94.85%

注：期后日期为 2025 年 8 月 26 日

截至 2025 年 8 月 26 日，报告期各期末应收账款期后回款占应收账款账面余额比例分别为 81.60%、76.03%、60.70% 和 31.76%，总体回款情况正常。其中，2022 年末、2023 年末期后未回款的应收账款主要为按单项计提坏账准备的应收账款，公司已采取诉讼等催收回款措施，具体情况详见本题“（一）应收账款的坏账准备单项计提相关政策、对应客户及信用情况”之回复内容；2024 年末期后未回款的

应收账款除按单项计提坏账准备的应收账款外，主要系公司部分产品分阶段收款尾款等；2025年6月末期后未回款的应收账款除按单项计提坏账准备的应收账款外，主要系公司为了在市场中保持竞争力，同时更好地维护客户关系，通常在前三季度会给予客户较低的收款压力，年末时考虑到自身资金结算安排等，会加速资金回笼，加大应收账款催收力度所致。

4、应收账款周转率情况

报告期各期，公司整体应收账款周转率情况如下：

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
应收账款周转率（次）	5.36	13.89	14.88	13.91

注：应收账款周转率=营业收入/应收账款年平均账面价值，未年化，下同。

报告期内，公司应收账款周转率总体保持稳定，应收账款回款情况良好。

5、坏账核销情况

报告期各期，公司整体应收账款坏账核销情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
应收账款坏账核销金额	1,418.90	616.55	105.42	548.14
期初应收账款坏账金额	91,681.04	93,765.61	90,488.01	79,054.78
应收账款坏账核销比例	1.55%	0.66%	0.12%	0.69%

报告期内，发行人核销应收账款的金额及比例均较低，不存在异常情况。

6、同行业可比公司情况

（1）同行业可比公司按账龄组合计提的坏账比例情况

报告期各期末，公司与同行业可比公司的按组合应收账款坏账计提比例对比情况如下：

可比公司	2025年6月末	2024年末	2023年末	2022年末
上汽集团	3.67%	3.90%	4.70%	3.68%
比亚迪	6.90%	5.25%	4.00%	4.32%
一汽解放	1.35%	1.39%	3.99%	6.81%
长城汽车	1.62%	1.81%	2.41%	1.61%
长安汽车	3.66%	6.05%	7.32%	7.01%

广汽集团	5.28%	6.52%	3.08%	2.08%
东风股份	5.48%	4.62%	5.23%	7.24%
福田汽车	3.19%	4.10%	5.83%	7.28%
江铃汽车	0.28%	0.32%	0.40%	0.27%
赛力斯	7.07%	6.06%	2.43%	2.47%
可比公司平均值	3.85%	4.00%	3.94%	4.28%
江淮汽车	8.08%	9.81%	11.00%	11.70%

报告期各期末，公司按组合应收账款坏账计提比例分别为 11.70%、11.00%、9.81%和 8.08%，高于同行业可比公司，主要系公司 1 年以内账龄段计提比例相对较高。

2025 年 6 月末，公司与同行业可比上市公司各账龄段的坏账计提比例及总体计提比例对比情况如下：

可比公司	1 年以内	1 至 2 年	2 至 3 年	3 至 4 年	4 至 5 年	5 年以上
上汽集团	1.19%	16.16%	32.17%		90.58%	
比亚迪	1.66%	20.72%	36.48%		54.35%	
一汽解放	0.24%	1.17%	10.67%	78.49%	100.00%	100.00%
长城汽车	根据应收账款信用期以逾期账龄为基础采用减值矩阵来评估各类应收账款的预期信用损失：信用期内坏账计提比例为 0.20%，逾期 1-180 天坏账计提比例为 12.14%，逾期超过 180 天坏账计提比例为 100.00%。					
长安汽车	0.02%	2.65%	9.24%		96.35%	
广汽集团	未披露，信用风险特征组合计提坏账准备为 5.28%。					
东风股份	2.05%	19.05%	70.42%		100.00%	
福田汽车	0.33%	4.06%	8.27%	18.92%	47.30%	100.00%
江铃汽车	对于应收账款，无论是否存在重大融资成分，均按照整个存续期的预期信用损失计量损失准备。未逾期坏账计提比例为 0.02%，逾期 1-30 日坏账计提比例为 0.48%，逾期 31-60 日坏账计提比例为 1.19%，逾期 61-90 日坏账计提比例为 2.52%，逾期超过 90 日坏账计提比例为 9.00%。					
赛力斯	未披露，信用风险特征组合计提坏账准备为 7.07%。					
可比公司平均值	0.92%	10.64%	27.88%	73.12%	81.43%	90.21%
江淮汽车	5.00%	10.00%	30.00%	50.00%	80.00%	100.00%

注：可比公司平均值不包括长城汽车、江铃汽车、赛力斯、广汽集团 4 家公司，数据来源为定期报告。

公司 1 年以内账龄段计提比例 5.00% 高于可比公司平均值 0.92%；公司 1 年以上账龄段计提比例与可比公司平均值基本一致。报告期各期末，公司按账龄组合计

提的账龄 1 年以内应收账款占比分别为 81.02%、83.97%、87.09% 和 91.57%，占比金额较高，导致公司按账龄计提的坏账准备比例总体高于同行业可比公司。

公司 1 年以内账龄段坏账计提比例高于可比公司平均值，主要原因系新金融工具准则实施前，公司按照账龄分析法确定坏账准备计提比例，计提标准为 1 年以内 5%、1-2 年 10%、2-3 年 30%、3-4 年 50%、4-5 年 80%、5 年以上 100%；新金融工具准则实施后，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。公司综合评估宏观和行业经济信息、自身客户结构和信用风险特征、历史信用损失经验等未发生重大变化，同时考虑计提政策的一贯性、谨慎性，因此沿用了前述各账龄段的计提比例。经公开资料查询赛力斯新能源车业务、众泰汽车和宇通客车，对应收账款一年以内账龄段计提坏账准备的比例均为 5.00%，公司与该等上市车企的计提比例均一致。

同行可比公司中，根据赛力斯 2022 年披露的《中国证监会行政许可项目审查一次反馈意见通知书》，其新能源车应收账款组合坏账计提比例与公司一致，具体如下：

公司名称	1 年以内	1 至 2 年	2 至 3 年	3 至 4 年	4 至 5 年	5 年以上
赛力斯	5.00%	10.00%	30.00%	50.00%	80.00%	100.00%

此外，汽车行业上市公司中坏账计提比例亦有与公司相近的情况，具体如下：

公司名称	1 年以内	1 至 2 年	2 至 3 年	3 至 4 年	4 至 5 年	5 年以上
宇通客车 (600066.SH)	5.00%	10.00%	30.00%	50.00%	80.00%	100.00%
众泰汽车 (000980.SZ)	5.00%	10.00%	20.00%	40.00%	75.00%	100.00%

综上，公司坏账准备计提充分，符合企业会计准则的规定。

(2) 同行业可比公司应收账款坏账准备整体计提情况

报告期各期末，公司与同行业可比公司的整体应收账款坏账计提比例对比情况如下：

可比公司	2025 年 6 月末	2024 年末	2023 年末	2022 年末
上汽集团	6.25%	6.73%	6.47%	5.02%
比亚迪	8.83%	6.68%	5.48%	6.70%
一汽解放	3.10%	3.49%	7.98%	14.36%

长城汽车	5.47%	6.31%	6.85%	6.41%
长安汽车	3.47%	6.83%	9.37%	7.27%
广汽集团	21.83%	24.47%	9.26%	6.31%
东风股份	24.70%	20.41%	20.60%	21.71%
福田汽车	7.85%	11.03%	14.40%	17.88%
江铃汽车	2.08%	2.75%	2.82%	2.78%
赛力斯	7.67%	6.45%	2.84%	3.03%
可比公司平均值	9.13%	9.52%	8.61%	9.15%
江淮汽车	18.35%	22.80%	23.98%	22.72%

报告期各期末，公司整体应收账款坏账计提比例分别为 22.72%、23.98%、22.80%和 18.35%，远高于同行业可比公司，主要系公司 1 年以内账龄段计提比例相对较高所致。

综上，报告期各期末公司按单项计提坏账准备的应收账款的坏账计提比例分别为 90.55%、89.02%、89.35%和 92.92%，计提较为充分；按组合计提坏账准备的应收账款，其账龄主要集中在 1 年以内，各期末逾期金额及比例均较低；截至 2025 年 8 月 26 日，按账龄组合计提坏账准备的应收账款期后回款比例分别为 93.92%、89.59%、70.20%和 35.65%，总体回款情况较好；应收账款周转率总体保持稳定，核销应收账款的金额及比例均较低，不存在异常情况；公司 1 年以内账龄段计提比例 5.00%远高于可比公司平均值，公司 1 年以上账龄段计提比例与可比公司平均值基本一致；报告期各期末，公司整体应收账款坏账计提比例高于同行业可比公司。公司严格按照会计政策规定充分计提坏账准备，计提的坏账准备能够真实反映公司资产质量，坏账准备计提金额充分合理。

7、公司主要长账龄应收账款的对应客户及长账龄原因

截止 2025 年 6 月末，公司主要长账龄应收账款的对应客户情况如下：

单位：万元

序号	客户	金额	账龄	长账龄原因
1	海口市公共交通有限公司	7,035.19	1 年以内 2,416.50 万元，5 年以上 4,618.69 万元	受客户资金安排影响
2	深圳市民富沃能新能源汽车有限公司	5,581.12	4-5 年 29.2 万元，5 年以上 5,551.92 万元	客户缺乏明显偿债能力
3	北京天马通驰汽车租赁有限公司	4,300.00	5 年以上	客户缺乏明显偿债能力
4	天津市原野汽车客运	4,112.95	2-3 年 32 万元；4-5 年 35.72	客户缺乏明显偿债

	有限公司		万元；5年以上 4,045.23 万元	能力
5	河北邢安汽车贸易有限公司	2,736.66	2-3 年 14.23 万元，3-4 年 9.27 万元，5 年以上 2,713.16 万元	客户缺乏明显偿债能力
6	河北轩冕汽车销售有限公司	2,591.39	1 年以内 20.00 万元，5 年以上 2,571.39 万元	客户缺乏明显偿债能力
7	一正新能源实业集团有限公司	1,697.49	2-3 年 11.06 万元，4-5 年 2.29 万元，5 年以上 1,684.13 万元	客户缺乏明显偿债能力
8	芜湖市建鑫汽车零部件有限责任公司	1,584.24	5 年以上	客户缺乏明显偿债能力
合计		29,639.04		

公司长账龄的原因主要系相关客户缺乏偿债能力，公司已根据坏账计提政策全额计提了坏账准备。

三、报告期内其他应收款的形成原因、主要对手方、规模及占比，应收新能源补贴计入其他应收款、合同资产的划分依据，其他应收款中补偿补贴款的内容、长期未收回的原因；结合账龄、期后回款、主要对手方的信用情况、坏账计提政策及同行业可比公司对比等说明其他应收款坏账准备计提是否充分

(一) 报告期内其他应收款的形成原因、主要对手方、规模及占比

报告期各期末，公司其他应收款构成情况如下：

项目	2025 年 6 月末	2024 年末	2023 年末	2022 年末
应收股利	16.06	790.88	1,401.40	34.47
其他应收款	31,482.13	62,714.84	53,000.82	86,454.88
合计	31,498.19	63,505.72	54,402.22	86,489.35

2022 年末、2023 年末、2024 年末和 2025 年 6 月末，公司其他应收款金额分别为 86,489.35 万元、54,402.22 万元、63,505.72 万元和 31,498.19 万元，占流动资产的比例分别为 3.45%、1.89%、2.29% 和 1.29%。其中应收股利主要系公司应收参股子公司分配的利润，报告期各期末金额分别为 34.47 万元、1,401.40 万元、790.88 万元和 16.06 万元，金额和占比均较小，且账龄主要在一年以内，以下主要分析公司除应收股利外的其他应收款。

报告期各期末，公司除应收股利外的其他应收款账面余额按款项性质分类情况如下：

单位: 万元

款项性质	2025年6月末		2024年末		2023年末		2022年末	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
拆迁补偿款	30,549.46	57.05%	51,312.20	58.54%	39,362.58	50.58%	67,362.58	60.10%
新能源补贴款	2,464.65	4.60%	14,308.53	16.33%	11,195.62	14.39%	17,393.38	15.52%
往来款	10,149.98	18.95%	10,496.49	11.98%	9,985.19	12.83%	6,640.39	5.92%
补偿补贴款	4,600.00	8.59%	4,600.00	5.25%	4,600.00	5.91%	4,600.00	4.10%
出口退税款	980.57	1.83%	1,345.66	1.54%	2,432.74	3.13%	3,105.95	2.77%
代收代付款	271.88	0.51%	275.39	0.31%	629.66	0.81%	623.00	0.56%
其他	4,531.97	8.46%	5,309.17	6.06%	9,612.54	12.35%	12,354.36	11.02%
合计	53,548.51	100.00%	87,647.45	100.00%	77,818.34	100.00%	112,079.65	100.00%

报告期各期末，其他应收款主要由拆迁补偿款、新能源补贴款、往来款构成，占比分别为 81.54%、77.80%、86.85%和 80.61%。其中，拆迁补偿款系公司部分土地已被政府收储但尚未收到的对应补偿款项，新能源补贴款系公司尚未收到已经政府主管部门审核公示的新能源汽车推广应用财政补贴款项。

报告期各期末，其他应收款主要对手方、规模及占比、形成原因如下：

单位: 万元

期间	序号	单位名称	款项性质	账面余额	占比	形成原因
2025年6月末	1	肥西县土地收购储备中心	拆迁补偿款	15,362.58	28.69%	肥西县经开区部分土地收储形成
	2	合肥市土地储备中心	拆迁补偿款	13,667.20	25.52%	合肥市南二环路厂区部分空置土地收储形成
	3	北京天马通驰汽车租赁有限公司	补贴赔偿款	4,600.00	8.59%	详见本题回复之“三”之“(三)”内容。
	4	扬州江淮宏运客车有限公司	往来款	2,012.14	3.76%	2019 年江淮客车将江淮宏运全部股权转让至合并范围外公司；其他应收款形成原因系股权转让前江淮客车与江淮宏运日常往来资金余额
	5	中央财政部门	新能源国补	1,317.60	2.46%	新能源汽车推广应用中央政府补贴
	合计			36,959.52	69.02%	
2024年末	1	肥西县土地收购储备中心	拆迁补偿款	25,362.58	28.94%	肥西县经开区部分土地收储形成
	2	合肥市土地储备中心	拆迁补偿款	24,335.20	27.76%	合肥市南二环路厂区部分空置土地收储形成
	3	各级地方财政部门	新能源地补	7,340.80	8.38%	新能源汽车推广应用地方政府补贴

	4	中央财政部门	新能源国补	6,967.73	7.95%	新能源汽车推广应用中央政府补贴
	5	北京天马通驰汽车租赁有限公司	补贴赔偿款	4,600.00	5.25%	详见本题回复之“三”之“（三）”内容。
	合计			68,606.31	78.28%	
2023年末	1	肥西县土地收购储备中心	拆迁补偿款	38,362.58	49.30%	肥西县经开区部分土地收储形成
	2	各级地方财政部门	新能源地补	6,669.40	8.57%	新能源汽车推广应用地方政府补贴
	3	北京天马通驰汽车租赁有限公司	补偿补贴款	4,600.00	5.91%	详见本题回复之“三”之“（三）”内容。
	4	中央财政部门	新能源国补	4,443.48	5.71%	新能源汽车推广应用中央政府补贴
	5	蔚来汽车（安徽）有限公司	往来款	4,040.00	5.19%	主要系合肥新桥工厂合作项目一致性管理服务费用
	合计			58,115.46	74.68%	
2022年末	1	肥西县土地收购储备中心	拆迁补偿款	66,362.58	59.21%	肥西县经开区部分土地收储形成
	2	中央财政部门	新能源国补	10,059.46	8.98%	新能源汽车推广应用中央政府补贴
	3	各级地方财政部门	新能源地补	6,541.65	5.84%	新能源汽车推广应用地方政府补贴
	4	北京天马通驰汽车租赁有限公司	补偿补贴款	4,600.00	4.10%	详见本题回复之“三”之“（三）”内容。
	5	扬州江淮宏运客车有限公司	往来款	4,010.94	3.58%	扬州江淮宏运客车有限公司（简称江淮宏运）曾系安凯客车控股子公司安徽江淮客车有限公司（简称江淮客车）全资子公司，2019年江淮客车将江淮宏运全部股权转让至合并范围外公司；其他应收款形成原因系股权转让前江淮客车与江淮宏运日常往来资金余额，报告期内已合计回款2,500.00万元。
	合计			91,574.64	81.71%	

（二）应收新能源补贴计入其他应收款、合同资产的划分依据

《企业会计准则第 14 号——收入》（2017）第四十一条规定：企业应当根据本企业履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。企业拥有的、无条件（即，仅取决于时间流逝）向客户收取对价的权利应当作为应收款项单独列示。合同资产，是指企业已向客户转让商品而有权收取对价的权利，且该权利取决于时间流逝之外的其他因素。

根据企业会计准则的规定，合同资产和应收款项都是企业拥有的有权收取对价的合同权利。两者的区别在于，应收款项代表的是无条件收取合同对价的权利，即企业仅仅随着时间的流逝即可收款，而合同资产并不是一项无条件收款权，该权利除了时间流逝之外，还取决于其他条件才能收取相应的合同对价。因此，与合同资产和应收款项相关的风险是不同的，应收款项仅承担信用风险，而合同资产除信用风险之外，还可能承担其他风险，如履约风险等。

结合合同资产的定义，公司将新能源补贴款划分计入其他应收款、合同资产的具体情况如下：

1、其他应收款下新能源补贴款

公司内部设置专门部门负责新能源补贴申报，于申报材料齐备并内部审核通过后提交政府部门进行申报，经政府部门必要的流程审批通过，根据政府部门财政预算资金安排计划等分批进行拨付兑现，即已申报并经政府部门审批通过的新能源补贴款仅随着时间的流逝即可收款，属于无条件收款权，故公司将此部分新能源补贴款列示于其他应收款。

2、合同资产下新能源补贴款

公司将尚未向政府主管部门申报或尚在审核过程中的新能源补贴款列示于合同资产，具体分为以下两种情况：

(1) 由公司负责补贴申报的应收新能源补贴款

公司需收集车辆技术参数、车辆销售发票、行驶证、电池电机发票、车辆里程数据等证明材料并进行内部审核后判断是否符合申领要求，该部分新能源补贴款的未来结算取决于公司对申领要求的履行情况或政府主管部门审核通过情况，即公司尚未向政府主管部门申报或审核状态为待核查的新能源补贴款不属于无条件收款权，故公司将此部分新能源补贴款列示于合同资产。

(2) 由客户负责补贴申报的应收客户地方新能源补贴款

公司部分新能源地补由客户负责补贴申报，公司与客户签订的销售合同中约定，需由客户在车辆国补下拨后再申报对应车辆的地方补贴，客户实际收到地方补贴后再支付给公司，该部分新能源补贴款的未来结算取决于客户对申领要求的履行情况，

不属于无条件收款权，故公司将此部分新能源补贴款列示于合同资产。

（三）其他应收款中补偿补贴款的内容、长期未收回的原因

报告期各期末，其他应收款中补偿补贴款的余额情况如下：

单位：万元

单位名称	2025年6月末	2024年末	2023年末	2022年末
北京天马通驰汽车租赁有限公司	4,600.00	4,600.00	4,600.00	4,600.00

补贴补偿款系子公司安凯客车损失的新能源补贴款，安凯客车销往客户北京天马通驰汽车租赁有限公司的部分车辆因客户管理不善导致在停车场发生火灾，经消防等机关部门认定此次火灾属于意外事故，因涉及车辆已毁损，不具备申报新能源补贴款的条件，根据法院判决，前述新能源补贴款损失由北京天马通驰汽车租赁有限公司进行补偿。因北京天马通驰汽车租赁有限公司经营情况较差，涉及多起诉讼被执行且金额较大，股权已被冻结，还款能力较低，导致公司上述款项长期未收回。会计处理上，公司已对上述款项全额计提了减值准备。

（四）结合账龄、期后回款、主要对手方的信用情况、坏账计提政策及同行业可比公司对比等说明其他应收款坏账准备计提是否充分

1、账龄情况

报告期各期末，公司其他应收款账龄结构如下表所示：

单位：万元

项目	2025年6月末		2024年末		2023年末		2022年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1年以内	23,810.15	44.46%	41,178.23	46.98%	16,698.42	21.46%	19,331.72	17.25%
1至2年	820.83	1.53%	803.07	0.92%	1,230.77	1.58%	23,764.34	21.20%
2至3年	710.92	1.33%	984.68	1.12%	20,598.80	26.47%	52,273.70	46.64%
3至4年	1,071.02	2.00%	20,392.62	23.27%	23,167.36	29.77%	2,620.74	2.34%
4至5年	16,832.65	31.43%	8,778.39	10.02%	2,469.19	3.17%	6,648.30	5.93%
5年以上	10,302.94	19.24%	15,510.45	17.70%	13,653.79	17.55%	7,440.85	6.64%
合计	53,548.51	100.00%	87,647.45	100.00%	77,818.34	100.00%	112,079.65	100.00%

注：上表中其他应收款不包含应收利息和应收股利。

2022年末，其他应收款账龄主要集中在3年以内，占比为85.09%；2023年末，其他应收款账龄主要集中在1年以内、2至3年、3至4年，占比合计为77.70%；

2024年末，其他应收款账龄主要集中在1年以内、3至4年，占比合计为70.25%，2025年6月末，其他应收款账龄主要集中在1年以内、4至5年，占比合计为75.90%，其中1年以上其他应收款主要为拆迁补偿款及新能源补贴款。

2、期后回款情况

公司报告期各期末的其他应收款期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2025年6月末	2024年末	2023年末	2022年末
其他应收款账面余额	53,548.51	87,647.45	77,818.34	112,079.65
期后回款金额	3,443.50	42,254.48	50,788.76	85,352.82
期后回款比例	6.43%	48.21%	65.27%	76.15%

注：上表中其他应收款不包含应收利息和应收股利，期后回款统计截至2025年8月26日。

截至2025年8月26日，报告期各期末其他应收款期后回款比例分别为76.15%、65.27%、48.21%和6.43%，期后回款比例逐年下降，主要系拆迁补偿款受政府财政预算资金支付安排、付款审批程序影响尚未收到回款所致。

3、主要对手方的信用情况

报告期各期末，其他应收款主要对手方信用情况如下：

单位：万元

期间	序号	单位名称	款项性质	账面余额	占比	信用情况
2025年6月末	1	肥西县土地收购储备中心	拆迁补偿款	15,362.58	28.69%	地方政府部门，土地收储款已纳入政府财政预算，信用情况良好。
	2	合肥市土地储备中心	拆迁补偿款	13,667.20	25.52%	地方政府部门，土地收储款已纳入政府财政预算，信用情况良好。
	3	北京天马通驰汽车租赁有限公司	补贴赔偿款	4,600.00	8.59%	民营企业，经营情况较差，涉及多起诉讼被执行且金额较大，股权已被冻结，还款能力较低，相关款项已全额计提减值准备。
	4	扬州江淮宏运客车有限公司	往来款	2,012.14	3.76%	民营企业，正常经营，未被列入失信被执行人，公开信息未查询到存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。
	5	中央财政部门	新能源国补	1,317.60	2.46%	国家政府部门，相关款项根据财政预算资金安排计划分批进行拨付兑现，信

期间	序号	单位名称	款项性质	账面余额	占比	信用情况
						用情况良好。
		合计		36,959.52	69.02%	
2024年末	1	肥西县土地收购储备中心	拆迁补偿款	25,362.58	28.94%	地方政府部门，土地收储款已纳入政府财政预算，信用情况良好。
	2	合肥市土地储备中心	拆迁补偿款	24,335.20	27.76%	地方政府部门，土地收储款已纳入政府财政预算，信用情况良好。
	3	地方财政部门	新能源地补	7,340.80	8.38%	地方政府部门，相关款项根据财政预算资金安排计划分批进行拨付兑现，信用情况良好。
	4	中央财政部门	新能源国补	6,967.73	7.95%	国家政府部门，相关款项根据财政预算资金安排计划分批进行拨付兑现，信用情况良好。
	5	北京天马通驰汽车租赁有限公司	补贴赔偿款	4,600.00	5.25%	民营企业，经营情况较差，涉及多起诉讼被执行且金额较大，股权已被冻结，还款能力较低，相关款项已全额计提减值准备。
		合计		68,606.31	78.28%	
2023年末	1	肥西县土地收购储备中心	拆迁补偿款	38,362.58	49.30%	地方政府部门，土地收储款已纳入政府财政预算，信用情况良好。
	2	地方财政部门	新能源地补	6,669.40	8.57%	地方政府部门，相关款项根据财政预算资金安排计划分批进行拨付兑现，信用情况良好。
	3	北京天马通驰汽车租赁有限公司	补偿补贴款	4,600.00	5.91%	民营企业，经营情况较差，涉及多起诉讼被执行且金额较大，股权已被冻结，还款能力较低，相关款项已全额计提减值准备。
	4	中央财政部门	新能源国补	4,443.48	5.71%	国家政府部门，相关款项根据财政预算资金安排计划分批进行拨付兑现，信用情况良好。
	5	蔚来汽车（安徽）有限公司	往来款	4,040.00	5.19%	行业内知名度较高，经营规模较大，资信较好，回款信用良好，具有较强的支付能力。2023年末应收余额已于2024年收回。
		合计		58,115.46	74.68%	
2022年末	1	肥西县土地收购储备中心	拆迁补偿款	66,362.58	59.21%	地方政府部门，土地收储款已纳入政府财政预算，

期间	序号	单位名称	款项性质	账面余额	占比	信用情况
						信用情况良好。
	2	中央财政部门	新能源国补	10,059.47	8.98%	国家政府部门，相关款项根据财政预算资金安排计划分批进行拨付兑现，信用情况良好。
	3	地方财政部门	新能源地补	6,541.65	5.84%	地方政府部门，相关款项根据财政预算资金安排计划分批进行拨付兑现，信用情况良好。
	4	北京天马通驰汽车租赁有限公司	补偿补贴款	4,600.00	4.10%	民营企业，经营情况较差，涉及多起诉讼被执行且金额较大，股权已被冻结，还款能力较低，相关款项已全额计提减值准备。
	5	扬州江淮宏运客车有限公司	往来款	4,010.94	3.58%	民营企业，正常经营，未被列入失信被执行人，公开信息未查询到存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。
合计				91,574.64	81.71%	

4、坏账计提政策

对于划分为组合的其他应收款，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来的经济状况的预测，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。其他应收款确定组合的依据及坏账准备计提政策如下：

项目	内容	坏账准备计提政策
其他应收款组合1	应收其他款项	以账龄作为信用风险特征组合，按信用风险特征组合对其他第三方应收款项计算预期信用损失
其他应收款组合2	应收新能源补贴款	除存在客观证据表明公司将无法按应收款项的原有条款收回款项外，不计提坏账准备

5、同行业可比公司坏账准备计提情况

报告期各期末，公司与同行业可比公司其他应收款坏账计提比例对比情况如下：

可比公司	2025年6月末	2024年末	2023年末	2022年末
上汽集团	17.64%	18.93%	9.11%	7.16%
比亚迪	3.76%	4.67%	6.02%	8.37%
一汽解放	2.21%	2.97%	8.15%	8.32%
长城汽车	0.001%	0.03%	0.08%	0.44%

长安汽车	1.05%	0.35%	0.85%	0.72%
广汽集团	10.03%	10.35%	14.56%	14.52%
东风股份	2.52%	3.00%	2.71%	0.98%
福田汽车	89.34%	92.71%	91.99%	87.85%
江铃汽车	0.52%	0.48%	0.53%	0.30%
赛力斯	13.67%	18.56%	5.47%	11.19%
可比公司平均值	14.07%	15.21%	13.95%	13.99%
江淮汽车	41.21%	28.45%	31.89%	22.86%

由上表可见，报告期各期末，公司其他应收款坏账计提比例高于可比公司平均值，高于除福田汽车外的其他可比公司。与同行可比公司相比，公司其他应收款坏账计提比例处于合理范围内，无明显异常。

综上，公司其他应收款余额主要由拆迁补偿款、新能源补贴款等构成，主要对手方为政府部门，因政府付款周期安排导致账龄整体较长，公司根据账龄比例计提坏账准备，坏账计提总体比例高于大多数可比公司。针对部分回款风险较大的其他应收款，公司已单项全额计提坏账准备，其他款项无法收回的风险整体较低。公司严格按照会计政策规定充分计提坏账准备，计提的坏账准备能够真实反映公司资产质量，坏账计提准备金额充分合理。

四、报告期内存货金额大幅上涨的具体原因，结合存货的主要内容、库龄、订单覆盖率、期后销售、产品及原材料价格变动、存货跌价准备计提政策、同行业可比公司情况等说明存货跌价准备计提的充分性

(一) 报告期内存货金额大幅上涨的具体原因

报告期各期末，公司存货账面余额变动情况如下：

单位：万元

项目	2025年6月末		2024年末		2023年末		2022年末	
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例
库存商品	329,913.31	18.78%	277,755.59	-31.42%	405,036.12	78.59%	226,802.43	48.39%
原材料	87,568.77	-6.88%	94,034.59	15.59%	81,348.88	-28.29%	113,441.48	10.00%
在产品	11,360.52	134.33%	4,848.09	-15.99%	5,770.62	-3.37%	5,971.91	-55.44%
合计	428,842.59	13.86%	376,638.26	-23.47%	492,155.61	42.15%	346,215.82	28.53%

如上表所示，报告期内公司存货余额增长系2023年末、2025年6月末库存商

品增长所致，主要原因系：

1、公司主要采用以销定产的方式组织整车的生产并结合市场情况合理备货，各期末存货会根据各期末在手订单的变化有所波动，公司各期末在手订单情况详见本题回复之“四”之“(二)”之“3、库存商品订单覆盖率情况”；

2、境外订单相比境内订单的交付周期相对更长，公司境外销售规模持续增加，导致 2023 年末公司为境外销售储备的库存商品持续增加；

3、公司在部分境外地区业务模式主要为国内生产整车后转运至境外子公司，再由境外子公司在当地对外销售，该种模式下公司的存货流转周期会相对更长。2023 年以来，相关子公司业务规模快速增长(2022 年境外子公司营业收入合计 18.15 亿元，2023 境外子公司营业收入合计 50.21 亿元、同比增加 176.71%，2024 年度境外子公司营业收入合计 47.27 亿元)，同时考虑到境外目的地国家和地区有关进口税收政策的调整和变化，公司 2023 年末在相关境外子公司储备的库存商品相应增加较多，2024 年末有所下降。2025 年 6 月末，公司库存商品增长 18.78%，主要系境外子公司库存汇率波动影响和相关海外市场地缘政治阶段性复杂化导致的国际事业部产品出库受阻。

(二) 结合存货的主要内容、库龄、订单覆盖率、期后销售、产品及原材料价格变动、存货跌价准备计提政策、同行业可比公司情况等说明存货跌价准备计提的充分性

1、存货的主要内容

报告期各期末，公司存货的主要内容如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月末		2024 年末		2023 年末		2022 年末	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
库存商品	329,913.31	76.93%	277,755.59	73.75%	405,036.12	82.30%	226,802.43	65.51%
原材料	87,568.77	20.42%	94,034.59	24.97%	81,348.88	16.53%	113,441.48	32.77%
在产品	11,360.52	2.65%	4,848.09	1.29%	5,770.62	1.17%	5,971.91	1.72%
合计	428,842.59	100.00%	376,638.26	100.00%	492,155.61	100.00%	346,215.82	100.00%

由上表，公司存货主要由库存商品构成，报告期各期末库存商品余额占存货余额比例分别为 65.51%、82.30%、73.75% 和 76.93%。

2、存货库龄情况

报告期各期末，公司存货的库龄如下：

单位：万元

存货类别	账龄	2025年6月末		2024年末		2023年末		2022年末	
		账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
原材料	1年以内	74,059.09	84.58%	83,180.79	88.46%	71,126.31	87.43%	107,410.06	94.68%
	1-2年	6,789.59	7.75%	6,570.85	6.99%	5,164.87	6.35%	2,888.34	2.55%
	2-3年	3,698.63	4.22%	1,382.54	1.47%	2,807.00	3.45%	627.38	0.55%
	3年以上	3,021.46	3.45%	2,900.41	3.08%	2,250.70	2.77%	2,515.71	2.22%
	小计	87,568.77	100.00%	94,034.59	100.00%	81,348.88	100.00%	113,441.48	100.00%
库存商品	1年以内	300,105.14	90.97%	261,075.76	93.99%	396,729.14	97.95%	218,720.80	96.44%
	1-2年	23,129.00	7.01%	13,100.25	4.72%	4,862.17	1.20%	4,535.19	2.00%
	2-3年	4,864.52	1.47%	1,855.84	0.67%	1,889.24	0.47%	1,095.51	0.48%
	3年以上	1,814.65	0.55%	1,723.74	0.62%	1,555.56	0.38%	2,450.93	1.08%
	小计	329,913.31	100.00%	277,755.59	100.00%	405,036.12	100.00%	226,802.43	100.00%
在产品	1年以内	11,289.79	99.38%	4,756.05	98.10%	5,620.97	97.41%	5,636.00	94.38%
	1-2年	25.30	0.22%	68.71	1.42%	69.11	1.20%	240.52	4.03%
	2-3年	42.23	0.37%	1.58	0.03%	17.92	0.31%	20.64	0.35%
	3年以上	3.20	0.03%	21.75	0.45%	62.61	1.08%	74.75	1.25%
	小计	11,360.52	100.00%	4,848.09	100.00%	5,770.62	100.00%	5,971.91	100.00%
存货总计	1年以内	385,454.02	89.88%	349,012.60	92.67%	473,476.42	96.20%	331,766.85	95.83%
	1-2年	29,943.89	6.98%	19,739.80	5.24%	10,096.15	2.05%	7,664.05	2.21%
	2-3年	8,605.37	2.01%	3,239.96	0.86%	4,714.16	0.96%	1,743.53	0.50%
	3年以上	4,839.31	1.13%	4,645.90	1.23%	3,868.87	0.79%	5,041.39	1.46%
	合计	428,842.59	100.00%	376,638.26	100.00%	492,155.61	100.00%	346,215.82	100.00%

报告期各期末，公司原材料库龄1年以内的占比分别为94.68%、87.43%、88.46%和84.58%，库存商品库龄1年以内的占比分别为96.44%、97.95%、93.99%和90.97%，在产品库龄1年以内的占比分别为94.38%、97.41%、98.10%和99.38%，存货总体库龄1年以内的占比分别为95.83%、96.20%、92.67%和89.88%，占比较高，公司存货库龄分布情况较为合理，存货周转较快。

3、库存商品订单覆盖率情况

报告期各期末，公司库存商品对应订单情况如下：

单位：万元

项目	2025年6月末		2024年末		2023年末		2022年末	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
有订单对应的库存商品	186,320.76	56.48%	175,239.57	63.09%	332,094.42	81.99%	177,112.01	78.09%
无订单对应的库存商品	143,592.55	43.52%	102,516.02	36.91%	72,941.70	18.01%	49,690.42	21.91%
库存商品合计	329,913.31	100.00%	277,755.59	100.00%	405,036.12	100.00%	226,802.43	100.00%

报告期各期末，有订单对应的库存商品占比分别为 78.09%、81.99%、63.09% 和 56.48%，库存商品订单覆盖率较高。无订单对应的库存商品为：（1）整车部分主要系备货车辆，系根据在售车型预计市场销量备货，以确保及时供货；（2）零配件部分主要是发动机、铸造件等汽车零配件，系根据市场保有车型及各类配件销售情况进行的备货，以满足售后市场以及客户零配件更换所需。2025 年 6 月末订单覆盖率偏低主要系境外子公司受当地利率上升和市场需求等影响无订单库存商品增长所致。

4、期后销售情况

报告期各期末，公司存货中库存商品的期后销售情况如下：

单位：万元

项目	2025年6月末	2024年末	2023年末	2022年末
账面余额	329,913.31	277,755.59	405,036.12	226,802.43
期后销售金额	151,245.17	204,864.24	395,822.89	225,212.85
期后销售比例	45.84%	73.76%	97.73%	99.30%

注：期后日期为 2025 年 8 月 26 日

截至 2025 年 8 月 26 日，公司存货中库存商品期后销售比例分别为 99.30%、97.73%、73.76% 和 45.84%，各期末库存商品的期后销售情况良好。

5、产品及原材料价格变动

（1）产品价格变动

报告期内，公司主要产品平均单价变动情况如下：

单位：万元/辆

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
商用车	8.92	9.73	9.23	8.99
乘用车	7.37	7.34	7.96	7.25

客车	39.66	43.50	45.41	43.84
平均单价	8.99	9.23	9.00	8.57

报告期内，公司主要产品价格如上表所示，2022 至 2024 年度商用车平均单价呈现逐年上升趋势，2025 年 1-6 月有所下降；乘用车平均单价 2023 年同比略有上升，2024 年同比略有下降，总体基本稳定；客车平均单价 2022 年和 2023 年均同比上升，2024 年至 2025 年 1-6 月略有下降，总体基本稳定。2022 至 2024 年度，公司主要产品合计平均单价总体呈现上升趋势，2025 年 1-6 月公司主要产品合计平均单价较上一年度略有下降。

由于公司业务涉及商用车、乘用车、客车等，每种产品大类下涉及的具体车型型号较多，同一大类下不同型号的整车售价差异也较大，在不同国家和地区鉴于当地竞争情况的定价策略也会有所差异，故通过主要产品大类的毛利率变化进行分析，具体分析参见“问题 3 关于经营情况”之“四、结合单价、单位成本、销售结构等分析各主要产品毛利率变动的原因，与同行业可比公司是否存在较大差异及原因，境内外销售毛利率的差异情况及原因”之“（一）结合单价、单位成本、销售结构等分析各主要产品毛利率变动的原因，与同行业可比公司是否存在较大差异及原因”。

（2）原材料价格变动

报告期内，公司主要原材料价格变动情况如下：

单位：元/个

产品名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
***型号自动变速器总成	5,100.00	5,200.00	5,439.33	5,714.33
***型号发动机总成	36,737.95	36,737.95	36,737.95	36,737.95
***型号变速器总成	22,122.00	22,401.25	22,570.00	23,030.00
***型号催化器壳体	1,976.70	1,976.70	1,976.70	1,976.70
***型号分动器总成	2,617.17	2,617.17	2,709.56	2,709.82
***型号增压器	845.00	870.00	885.00	1,025.00
***型号车架总成	3,034.20	3,084.14	3,172.90	2,966.22
***型号后桥总成	5,472.24	5,472.24	5,472.24	5,472.24
***型号高压油轨总成	782.80	782.80	782.80	782.80
***型号轮胎总成	563.26	563.26	563.26	563.26

注：选取标准为报告期内采购的前十大原材料物料品种中各期均有采购数据进行对比。

报告期内，公司主要原材料采购价格总体保持稳定。

6、公司存货跌价计提政策

公司存货主要由原材料、库存商品、在产品构成。各期末，存货在资产负债表日的余额按成本与可变现净值孰低计量。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；需要经过加工的存货，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；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。公司确定存货的可变现净值，以取得确凿证据为基础，并考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素，具体方法如下：

类别	计提方法
原材料	公司根据未来使用情况判断原材料是否陈旧或过时，同时考虑原材料用途、库龄、损毁等因素的影响，以原材料生产产成品的售价减去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认其可变现净值。
库存商品	以该库存商品的售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确认其可变现净值。
在产品	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。

因此，公司制定了完善的存货减值计提政策，确保存货减值准备计提的充分性。

7、与同行业可比公司对比情况

报告期各期末，公司与同行业可比公司存货跌价准备计提比例对比情况如下：

公司名称	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
上汽集团	6.70%	5.80%	4.04%	3.60%
比亚迪	3.19%	4.17%	3.68%	1.72%
一汽解放	3.29%	4.19%	4.07%	6.13%
长城汽车	0.67%	1.38%	0.77%	0.85%
长安汽车	1.27%	1.43%	4.57%	9.06%
广汽集团	4.96%	3.85%	3.14%	3.07%
东风股份	11.50%	8.30%	5.38%	6.59%
福田汽车	2.62%	2.65%	3.77%	2.86%
江铃汽车	5.36%	4.97%	7.89%	3.26%

赛力斯	9.62%	9.16%	4.17%	4.06%
可比公司平均值	4.92%	4.59%	4.15%	4.12%
江淮汽车	6.59%	4.97%	3.57%	2.13%

2022 年末及 2023 年末，发行人存货跌价准备计提比例略低于同行业可比公司平均值，2024 年末及 2025 年 6 月末略高于同行业可比公司平均值，处于同行业可比公司存货跌价准备计提比例区间范围内，高于比亚迪、一汽解放、长城汽车、长安汽车、广汽集团、福田汽车，与上汽集团、江铃汽车相当。公司与可比公司间存货跌价准备计提比例的差异，主要源于受其自身品牌地位、产品结构、销售策略、存货周转等因素的影响，各期间存在各自不同的波动特征。**2022 年末及 2023 年末，公司存货跌价准备计提比例略低于同行业可比公司，主要系公司整体上采用以销定产的方式组织整车的生产并结合市场情况合理备货，公司 2022 至 2023 年境外订单和销售规模持续快速增长，导致公司 2022 年和 2023 年存货周转率较好，且整体高于同行业可比公司平均水平，相应的存货跌价准备计提比例整体低于同行业可比公司平均水平。**报告期各期，公司与同行业可比公司存货周转率对比情况如下：

公司名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
上汽集团	3.52	6.33	6.97	8.98
比亚迪	2.37	6.15	5.76	5.75
一汽解放	2.40	5.68	7.52	4.50
长城汽车	2.57	6.26	5.75	6.09
长安汽车	3.65	8.90	12.81	15.21
广汽集团	2.58	6.21	8.24	9.93
东风股份	3.48	6.18	6.69	5.89
福田汽车	3.95	6.50	8.49	6.93
江铃汽车	8.53	18.23	15.21	12.58
赛力斯	15.23	35.26	8.54	8.94
可比公司平均值	4.83	10.57	8.60	8.48
江淮汽车	4.55	8.95	9.80	11.13

注：存货周转率=营业成本/存货年平均账面价值

如上表所示，2022 年至 2023 年，公司存货周转率高于可比公司平均值；2024 年末公司存货周转率略低于可比公司平均值，主要系可比公司赛力斯当期销量较好，库存周转指标较好所致。公司整体上采取以销定产、订单拉动的生产模式并结合市

场情况合理备货，报告期内，公司通过不断加强存货管理将库存规模保持在合理水平，公司存货库存规模相较可比公司偏低。

综上所述，公司存货主要由库存商品构成，存货结构较为合理；库龄1年以内的存货总体占比分别为95.83%、96.20%、92.67%和89.88%，占比较高，公司存货库龄分布情况较为合理；各期末有订单对应的库存商品占比分别为78.09%、81.99%、63.09%和56.48%，库存商品订单覆盖率较高；库存商品期后销售比例分别为99.30%、97.73%、73.76%和45.84%，期后销售情况良好；主要产品和原材料价格稳定；公司存货跌价计提率处于同行业可比公司存货跌价准备计提比例区间范围内，2022年、2023年略低于同行业可比公司平均值，但2022年、2023年存货周转率整体高于同行业可比公司，公司存货周转较快，库存规模相对较低，存货规模符合行业特征及公司经营策略。整体来看，公司存货减值风险可控，存货跌价准备计提充分。

五、研发费用资本化比例较高的原因及合理性，研发费用率及研发费用资本化率与同行业可比公司的差异情况及原因，研发费用的归集情况及相关研发成果

(一) 研发费用资本化比例较高的原因及合理性，研发费用率及研发费用资本化率与同行业可比公司的差异情况及原因

1、研发费用资本化比例较高的原因及合理性

(1) 公司研发费用核算的会计政策

报告期内，公司研发支出核算的有关会计政策如下：

①研发支出归集范围

公司将与开展研发活动直接相关的各项费用归集为研发支出，包括研发人员职工薪酬、直接投入费用、折旧费用与长期待摊费用、设计费用、装备调试费、无形资产摊销费用、委托外部研究开发费用、其他费用等。

②划分内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准

公司将为进一步开发活动进行的资料及相关方面的准备活动作为研究阶段，无形资产研究阶段的支出在发生时计入当期损益。在公司已完成研究阶段的工作后再进行的开发活动作为开发阶段。

③开发阶段支出资本化的具体条件

- 开发阶段的支出在同时满足下列条件时，确认为无形资产：
- A.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；
 - B.具有完成该无形资产并使用或出售的意图；
 - C.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，能够证明其有用性；
 - D.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；
 - E.归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（2）公司研发费用资本化的具体执行情况

公司根据具体的研发项目可行性项目立项计划、项目可行性研究报告及项目预算决算等具体情况，决定是否开展项目研发。公司内部研究开发项目按类别分为新平台、新车型研发的基本型项目、变型变动研发项目。具体来看：

变型变动项目系在原车型或原平台基础上进行改造升级，属于费用化项目，相关支出应当于发生时计入当期损益。

基本型项目系全新平台、全新结构或全新功能的产品开发，属于资本化项目，资本化项目的支出分为研究阶段支出和开发阶段支出，其中，研究阶段是指项目前期调研和规划阶段，即根据客户需求对产品进行定义，分析产品开发方案可行性，形成产品立项可行性分析报告，直至形成产品开发指令，研究阶段的支出应当于发生时计入当期损益；开发阶段是指项目设计阶段、样机生产和试验阶段、设计改进阶段等，即形成产品开发指令后直至产品批量生产前，进入开发阶段后相关支出可以进行资本化，并在满足必要条件时（通过 G12 门评审会或未通过 G12 门评审会但已达到一定标准的产量）可确认为无形资产。公司对于不满足资本化条件的开发阶段支出，于发生时计入当期损益，前期已计入损益的开发支出在以后期间不再确认资产。

公司对研发项目实行节点门管理，主要阶段情况如下：

开发阶段	研发阶段	主要内容描述
产品规划及策划	研究阶段、开发阶段	该流程涉及 G0、G1、G2 节点门，主要为项目的前期调研策划工作：

开发阶段	研发阶段	主要内容描述
		<p>G0 门规划启动：依据公司战略规划、市场研究和需求分析，输出立项征求意见，启动项目立项工作；</p> <p>G1 门批准立项：根据细分市场需求研究和标杆竞品分析，完成产品定义、可行性分析和商业化论证；定义产品开发目标和开发模式，下发开发指令，批准立项。</p> <p>G2 门开发启动：完成项目管理策划，识别产品开发资源需求、管控指标及风险等，制定详细的开发计划；完成技术策划，确认开发目标，细化各领域模块开发指标，项目正式启动。</p>
造型评审	开发阶段	<p>该流程涉及 G3、G4、G5 节点门，主要为完成整体物理模型设计工作：</p> <p>G3 门完成模型设计。交付底盘系统方案和底盘总布置方案评审报告、内外 PH 评审报告、G3 门的目标成本分解确认报告。</p> <p>G4 门产品设计部门对已确定的产品信息进行详细的方案设计，明确基于目标实现的各子系统的设计方案。在 G4 过门时，交付车身系统方案评审报告、电气系统方案评审报告。</p> <p>G5 门完成造型的设计。交付底盘系统数模 NVH 评审报告以及零部件 DFMEA 评审报告。</p>
工装协同开发	开发阶段	<p>该流程涉及 G6 节点门，在此节点时，所有设计均结束。根据 NAM 流程，数模在正式冻结前分为 4 个阶段，分别是招标数模、SE 数模、模具设计数模、NC 数模。招标数模主要用于车身模具生产商的招议标。SE 数模主要用于冲、焊、涂、总四大工艺进行 SE 同步分析。模具设计数模主要用于工艺规划最终确认，模具浇铸的开始。NC 数模主要用于模具浇铸及加工铣削。在过门时，需交付外验证模型以及内饰系统模型评审报告、Mule 车可靠性试验评审报告、零部件试制协议等。工艺研究员提出工艺 ECR（工程变更反馈），进行工装的开发。对数模进行评审，并反馈给车身设计院。</p>
产品试制	开发阶段	<p>该流程涉及 G7、G8 节点门：</p> <p>G7 门是试制部门依据技术和工艺文件开展完成首台整车试制工作，具体交付物为样车评审报告、首序件验收检测报告、检具预验收报告、质量问题监控计划。</p> <p>G8 门是产品设计部门以及工艺部门根据首台整车试制过程，进行系统的试制验证并对供应商进行反馈。完善相关设计以及工艺文件并完成试行工艺文件下发。具体交付物试制验证闭环报告、全序件验收检测报告、模具预验收报告等。</p>
工装进场验收	开发阶段	<p>该流程涉及 G9 至 G13 节点门：</p> <p>G9 节点门是对工艺及相关部门开展首轮调试、P1 试制工作以及整车性能的稳步提升，完成白车身符合性确认。具体交付为生产线验证闭环报告、样车评审报告、工艺问题闭环报告、工艺验证报告、P1 白车身出车记录等。</p> <p>G10 节点门是开展第二轮调试，具体交付物为设计品质确认报告、生产线验证闭环报告、整车性能实验报告目标成本达成度分析报告等。</p> <p>G11 节点门是开展第三轮调试，具体交付物为标定验证报告、质量问题监控计划、试验问题闭环报告、工艺小批量试制报告等。</p> <p>G12 节点门是工艺工程院根据完善后的工艺文件通过小批量生产拉动，进入量产阶段。具体交付物为标准化审查报告、设计问题闭环报告、工装样车试验问题反馈单、最终商业目标审</p>

开发阶段	研发阶段	主要内容描述
		核报告等。工艺研究院对模、夹、检具进行工艺调试，调试过程留存问题清单，达到指标要求后验收。 G13：项目管理部依据市场验证结果组织开展项目量产评价，同时对项目全过程进行总结，项目管理责任转移，项目关闭。

报告期各期，公司研发投入金额分别为 183,285.71 万元、223,456.84 万元、346,415.92 万元和 221,553.34 万元，其中资本化金额分别为 29,588.27 万元、63,997.24 万元、170,123.10 万元和 152,871.13 万元，研发投入资本化率分别为 16.14%、28.64%、49.11% 和 69.00%。

近年来，公司所属的汽车制造业市场竞争日趋激烈，车企需要持续增加研发投入，保持市场竞争力，推出更具吸引力的产品并不断迭代升级，从而在市场中占据一席之地。报告期内，公司研发费用资本化率相对较高主要系公司基于主营业务需要，为满足海内外市场和客户需求，持续开发新产品所致。

报告期内，公司研发投入中资本化金额总体呈上升趋势，其中 2024 年和 2025 年 1-6 月金额较高，主要原因系：本次募投项目-高端智能电动平台开发项目于 2023 年进入开发阶段，该项目投资总额 587,459 万元，2023 年、2024 年及 2025 年 1-6 月资本化投入金额分别为 6,574.70 万元、135,226.15 万元、145,998.58 万元，推动研发费用资本化金额快速上升。

报告期内，公司对研发相关业务活动制定了完整的管理制度和流程规范，按照企业会计准则相关规定，制定内部研究开发支出相关会计政策，对内部研究开发支出统一在开发支出科目进行分项核算，并严格划分费用支出发生阶段，对于研究阶段支出发生当期结转期间损益，对于满足资本化条件的开发阶段支出，在研发项目达到预定状态时转入无形资产。

综上所述，公司严格遵守并执行研发费用资本化相关制度和企业会计准则要求，公司研发费用资本化率较高系基于行业竞争状况和市场需要持续开发新产品所致，具备合理性。

2、研发费用率及研发费用资本化率与同行业可比公司的差异情况及原因

报告期内，公司及同行业可比公司研发费用率及研发费用资本化率情况如下：

单位：万元

可比公司	项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
上汽集团	研发投入总额	1,017,187.90	2,181,309.00	2,201,324.65	2,086,619.29
	研发费用率	2.73%	2.81%	2.47%	2.42%
	资本化率	19.72%	19.09%	16.57%	13.59%
比亚迪	研发投入总额	3,088,033.90	5,416,096.40	3,991,774.30	2,022,324.20
	研发费用率	7.97%	6.85%	6.57%	4.40%
	资本化率	4.16%	1.78%	0.86%	7.76%
一汽解放	研发投入总额	100,181.15	280,022.38	310,496.31	289,565.51
	研发费用率	3.15%	4.11%	4.67%	7.55%
	资本化率	11.67%	13.95%	3.95%	0.00%
长城汽车	研发投入总额	604,405.21	1,044,614.49	1,103,402.77	1,218,070.47
	研发费用率	4.59%	4.59%	4.65%	4.69%
	资本化率	29.86%	49.59%	54.15%	62.53%
长安汽车	研发投入总额	540,388.15	1,015,914.42	900,755.05	567,780.80
	研发费用率	4.52%	4.07%	3.95%	3.56%
	资本化率	39.24%	35.96%	33.61%	23.99%
广汽集团	研发投入总额	378,871.45	750,800.00	838,800.00	652,600.00
	研发费用率	1.66%	1.68%	1.34%	1.55%
	资本化率	86.99%	80.83%	83.79%	78.26%
东风股份	研发投入总额	18,422.40	54,688.70	41,780.48	41,181.49
	研发费用率	2.43%	3.93%	2.97%	3.38%
	资本化率	33.73%	21.31%	14.18%	0.00%
福田汽车	研发投入总额	119,294.74	212,309.42	225,107.48	189,451.59
	研发费用率	3.16%	3.98%	3.71%	3.43%
	资本化率	50.92%	44.97%	34.44%	47.09%
江铃汽车	研发投入总额	78,529.12	169,976.11	184,638.25	201,850.05
	研发费用率	3.61%	3.43%	3.88%	4.93%
	资本化率	16.86%	22.66%	30.34%	26.51%
赛力斯	研发投入总额	519,794.74	705,265.69	443,824.07	310,586.40
	研发费用率	4.69%	3.85%	4.73%	3.85%
	资本化率	43.64%	20.80%	86.02%	84.00%
可比公司平均值	研发投入总额	646,510.88	1,183,099.66	1,024,190.34	758,002.98
	研发费用率	3.85%	3.93%	3.89%	3.98%

可比公司	项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
	资本化率	33.68%	31.09%	35.79%	34.37%
江淮汽车	研发投入总额	221,553.34	346,415.92	223,456.84	183,285.71
	研发费用率	3.54%	4.18%	3.54%	4.20%
	资本化率	69.00%	49.11%	28.64%	16.14%

注1：数据来源为可比公司定期报告；

注2：研发费用率=合并利润表研发费用/合并利润表营业收入，资本化率=研发总投入的资本化支出/研发投入。

公司报告期各期研发费用率分别为4.20%、3.54%、4.18%和3.54%，总体较为稳定，公司报告期各期研发费用率与同行业可比公司平均值差异值分别为0.22%、-0.35%、0.25%和-0.31%，差异率分别为5.24%、-9.89%、5.98%和-8.76%，差异率较小，与同行业可比公司不存在重大差异。

公司2022年、2023年、2024年、2025年1-6月研发费用资本化率分别为16.14%、28.64%、49.11%和69.00%，2022年和2023年均低于同行业可比公司平均值，2024年和2025年1-6月高于同行业可比公司平均值，报告期内均处于同行业可比公司可比区间范围内。同行业间各公司的研发费用资本化年度间存在一定差异，主要原因系公司产品涉及乘用车、商用车、客车等多个细分领域，不同细分领域业务在行业竞争状况、市场需求、研发投入规模、研发周期、研发资本化等方面存在一定差异，而可比公司的业务侧重点各有所不同。

（二）研发费用的归集情况及相关研发成果

1、研发费用的归集情况

报告期各期，公司研发费用归集情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
工资及工资性费用	33,782.39	49.19%	75,473.16	42.81%	69,308.13	43.46%	67,817.68	44.12%
试验检验费	5,791.24	8.43%	24,413.71	13.85%	15,913.43	9.98%	14,037.34	9.13%
材料费	5,459.64	7.95%	14,333.87	8.13%	15,030.04	9.43%	8,210.25	5.34%
折旧费	3,421.05	4.98%	8,199.22	4.65%	9,483.80	5.95%	11,039.20	7.18%
设计费	8,018.00	11.67%	19,197.90	10.89%	9,966.08	6.25%	7,728.18	5.03%
其他	12,209.90	17.78%	34,674.96	19.67%	39,758.13	24.93%	44,864.80	29.19%

合计	68,682.20	100.00%	176,292.82	100.00%	159,459.60	100.00%	153,697.44	100.00%
----	-----------	---------	------------	---------	------------	---------	------------	---------

公司研发投入主要包括研发人员薪酬、试验检验费、材料费、长期资产折旧费、设计费等其他费用，研发费用具体归集项目和内容如下：

(1) 研发人员薪酬：归集直接从事研发活动人员的工资、奖金、津贴、补贴、福利、工会经费、教育经费、基本养老保险费、基本医疗保险费、失业保险费、工伤保险费、生育保险费、住房公积金和补充保险费，以及外聘研发人员的劳务费用等。

(2) 试验检验费：归集产品性能试验，标定试验，强制性检定试验等相关业务发生的各项费用。

(3) 材料费：归集研发过程中直接消耗的各种材料消耗费用。

(4) 折旧费：归集用于研发活动的仪器、设备、房屋等固定资产的折旧费用。

(5) 设计费：归集为新产品、新技术、新工艺的构思、开发和制造，进行工序、技术规范、操作特性方面的设计等发生的费用，具体是指公司为开发某一特定新产品、新工艺而委托外部单位进行设计开发的相关支出。

(6) 其他费用：与研发活动直接相关的其他费用，如零部件委托开发费、公告费、无形资产摊销、标定费、会务办公费等。

公司制定了《技术中心标准化管理办法》《技术中心重大科技项目管理办法》《产品开发项目变更申请管理办法》《技术中心产品开发项目预算管理办法》《节点门审核管理办法》《专利申报管理办法》等与研发项目管理及研发费用归集、核算、资本化相关的管理制度。公司通过制度体系的建立，对研发项目的立项、审批、过程管控和结项要求进行规范，以及对研发费用的归集、核算和资本化等会计政策和账务处理问题进行了规范。报告期内，公司严格遵守研发相关的内控管理制度，通过研发项目管理系统对研发项目进行立项和过程管理，有针对性的对各阶段追踪项目加以质量管理。研发费用通过建立研发项目工作指令在信息系统进行费用的归集和核算，形成相应的研发项目管理台账。

2、相关研发成果

公司拥有国家企业技术中心和国家级工业设计中心，技术中心目前拥有整车设

计研究院、造型设计院、智能驾驶设计院、商用车研究总院、电驱动设计院、动力总成设计院等研究院及平台相关职能部门。公司坚持“节能、环保、安全、智能、网联、舒适”的关键技术研发路线，大力发展战略技术、新材料、新工艺的运用，强化核心技术能力建设，提升公司技术研发水平，全力打造中国自主品牌的核心竞争力，完成了包括汽油机、柴油机和代替燃料发动机三大类百余款产品研发。

作为我国新能源汽车产业的先行者，公司持续迭代研发，历经九代技术、四代产品，系统掌握了三电核心科技及能量回收、驱动与制动电耦合、远程监控、电磁兼容等关键技术，构建了高集成复合动力系统和全场景多热源耦合整车热管理系统两大关键核心系统；在智能汽车领域，积极推动智能架构、智能驾驶、智能座舱、智能服务四大学科技术研发，打造了安徽省首个“智能网联技术重点实验室”和“安徽省自动驾驶产业创新中心”两个省级创新平台，L3 级高速领航自动驾驶正式进入公开道路测试阶段。与华为、地平线、科大讯飞、黑芝麻、京东方等科技巨头强强联合，在智能新能源汽车研发领域形成全面、长期、稳定的战略合作伙伴关系，持续为用户提供更安全、更自由、更愉悦的移动出行解决方案。

2022 年，专利方面，公司申请专利 462 件，其中发明专利 418 件；共获得授权专利 421 件，其中发明专利 377 件。其中“一种动力电池包”荣获安徽省专利银奖。科技成果方面，公司组织完成科技成果评价 7 项、新产品鉴定 8 项，获国际先进水平 1 项；获得各类科学技术奖 11 项，其中安徽省科学技术奖 3 项、中国汽车工程学会科学技术奖 1 项。科技项目方面，公司承担国家级科研项目 4 项、省级科研项目 7 项，其中主持的国家重点研发计划“整车集成与公告”课题、省重大专项“高安全高比能电池包技术研究及其产业化”项目以及省重点研发计划“新型商用车 AMT 产品开发”项目顺利通过验收。

2023 年，专利方面，公司申请专利 473 件，其中发明专利 429 件；共获得授权专利 191 件，其中发明专利 155 件。其中“汽车（IEV 6E FL）”荣获安徽省外观设计银奖。科技成果方面，公司组织完成科技成果评价 12 项、新产品鉴定 11 项，获国际先进水平 4 项；获得各类科学技术奖 16 项，其中安徽省科学技术奖 4 项、中国汽车工程学会科学技术奖 3 项。科技项目方面，公司承担国家级科研项目 3 项、省部级科研项目 6 项，其中主持的省新能源汽车暨智能网联汽车创新发展工程“面向量产的高度自动驾驶关键系统攻关与整车开发”项目顺利通过验收。

2024 年, 专利方面, 公司申请专利 543 件, 其中发明专利 521 件; 共获得授权专利 98 件, 其中发明专利 65 件。科技成果方面, 公司组织完成科技成果评价 3 项、新产品鉴定 12 项, 获国际先进水平 5 项; 获得各类科学技术奖 4 项。科技项目方面, 公司承担国家级科研项目 3 项、省部级科研项目 4 项, 其中主持的省重点研发计划“支持多元矢量数据融合定位的智能网联汽车集成域控制器开发”项目顺利通过验收。

2025 年 1-6 月, 专利方面, 公司申请专利 123 件, 其中发明专利 107 件; 共获得授权专利 52 件, 其中发明专利 42 件。科技成果方面, 公司组织完成科技成果评价 4 项、新产品鉴定 4 项, 其中 1 项成果评价为“总体技术达到国际先进, 部分指标达到国际领先”水平。科技项目方面, 公司承担国家级科研项目 3 项、省部级科研项目 5 项。

六、结合主要专有技术对应报告期内整车销售数量下降等说明减值准备计提是否充分

截至报告期末, 公司主要专有技术减值准备计提情况如下:

单位: 万元、辆

专有技术名称	账面原值	累计摊销	减值准备余额	账面净值	适用车型	车型销量				报告期计提减值合计
						2022 年	2023 年	2024 年	2025 年 1-6 月	
瑞风 RF8 燃油	39,716.97	12,363.31	10,502.58	16,851.08	瑞风 RF8			891	205	10,502.58
瑞风 RF8 混动	15,095.59	4,699.04	3,991.81	6,404.75	瑞风 RF8PHEV			2,798	716	3,991.81
QXPHEV 专有技术	10,684.68	4,229.35	-	6,455.33	QXPHEV 混动		2,018	1,730	702	-
P041 悍途柴油自动挡	6,589.95	1,647.49	-	4,942.46	皮卡		1,631	3,600	6,442	-
2.0CTI+8AT 搭载悍途	6,604.95	1,720.04	-	4,884.91	悍途皮卡	3,940	4,096	2,311	1,138	-
QX 专有技术	40,869.17	33,889.93	6,979.24	-	QX	5,533	6,760	4,515	1,474	6,979.24
8 方纯电动封闭式物流车	3,958.68	518.40	-	3,440.28	Van 宝路			766	257	-
1.6VVT 增程器总成配恺达 X6 项目	3,135.15	489.87	-	2,645.28	恺达	13,183	11,536	8,790	3,915	-
P843 换代皮卡项目	6,088.66	3,914.14	-	2,174.52	皮卡	3,937	4,345	17,480	10,911	-
2.2CTI	5,500.60	3,554.59	-	1,946.01	骏铃、康铃、轻卡、帅铃、星锐等	94,263	108,820	103,426	56,105	-

专有技术名称	账面原值	累计摊销	减值准备余额	账面净值	适用车型	车型销量				报告期计提减值合计
						2022年	2023年	2024年	2025年1-6月	
2.0CTI 国六 B 配帅铃 T6	4,889.47	3,004.99	-	1,884.48	帅铃 T6	2,717	2,903	2,059	935	-
E10X 专有技术	6,496.85	5,248.42	891.75	356.67	思皓 E10X	44,187	1,992	5,962	1,319	891.75
X6 轿车专有技术	229,799.53	4,787.49	-	225,012.04	尊界 S800	-	-	-	【豁免披露】	-
合计	379,430.25	80,067.06	22,365.38	276,997.81		-	-	-	-	22,365.38

如上表所示，截至 2025 年 6 月末，公司对瑞风 RF8 燃油、瑞风 RF8 混动、QX 专有技术、E10X 专有技术计提减值准备，对其他主要专有技术未计提减值，具体分析如下：

1、RF8 燃油和混动系新推出适配家庭出行、商务接待、长途自驾等多场景需求的 MPV 车型，实际销量未达到产品预期销量，且预计销量难以回升，产品预期经济效益下降，根据 2024 年公司聘请评估公司出具的《资产评估报告》，对瑞风 RF8 燃油和瑞风 RF8 混动专有技术分别计提了 10,502.58 万元和 3,991.81 万元减值。2025 年 1-6 月相关车型销量有所下滑，但目前在公司预期范围内，无进一步减值迹象。

2、QX PHEV 混动车型是公司 2023 年推出的全新插混 SUV，上市后产品销量达到预期，2024 年销量较 2023 年无明显下滑，无减值迹象。

3、P041 悍途柴油自动挡车型上市后产品销量达到预期，销量较 2023 年显著提升，无减值迹象；

4、2.0CTI+8AT 搭载悍途专有技术系为了保障悍途皮卡车型竞争力而开发的专有技术。报告期内悍途皮卡车型持续销售且销量总体较为平稳，为持续保障悍途皮卡的产品竞争力，公司于 2023 年完成 2.0CTI+8AT 搭载悍途专有技术的开发，除应用于国内销售的悍途皮卡外，该专有技术还实际应用于 T8pro、T9 等国际版车型（相关国际版车型 2023 年、2024 年的销售数量分别为 5,657 辆、15,762 辆）中，综合考虑前述车型的合计销售情况，2.0CTI+8AT 搭载悍途专有技术无减值迹象。

5、QX 专有技术应用于 2021 年 6 月上市销售的一款紧凑型插电混动 SUV，经两年的市场磨合期，但实际销量远未达到产品预期销量，且预计销量难以回升，产品预期经济效益下降，根据 2023 年公司聘请国众联资产评估土地房地产估价有限

公司出具的国众联评报字（2024）第 3-0093 号《资产评估报告》，对 QX 专有技术计提了 6,979.24 万元减值。2025 年 1-6 月相关车型销量有所下滑，但目前在公司预期范围内，无进一步减值迹象。

6、8 方纯电动封闭式物流车技术系应用于全新一代新能源物流车 Van 宝路，2024 年下半年结项转入无形资产并开始正式销售，上市后销售尚处于爬坡期，预计将达 到预期销量，无减值迹象；

7、1.6VVT 增程器总成配恺达 X6 项目应用于恺达车型，销量持续下降主要系 恺达车型上市时间较早，产品竞争力下降。公司为保持恺达车型的竞争力开发了 1.6VVT 增程器总成配恺达 X6 项目，该专有技术于 2024 年 4 月完成资本化，目前 与该专有技术相关的新款恺达尚处于销量爬坡期，无减值迹象；

8、P843 换代皮卡项目，报告期内销量稳定提升，主要系老款车型换代升级后， 市场反应良好，总体销量稳定上升，达到预期销量，无减值迹象；

9、2.2CTI 系应用于骏铃、康铃等轻商用车型，上市后总体销量较好，达到预 期销量，无减值迹象；

10、2.0CTI 国六 B 配帅铃 T6 应用帅铃轻商用车型，上市后总体销量较好，达 到预期销量，无减值迹象；

11、E10X 专有技术系应用思皓 E10X 新能源乘用车，2023 年销量进入衰退期 开始下滑，且预计销量难以回升，产品预期经济效益下降，根据 2024 年公司聘请 评估公司出具的《资产评估报告》，对 E10X 专有技术计提了 891.75 万元减值。2025 年 1-6 月相关车型销量有所下滑，该专项技术账面价值较低，减值已充分，无进 一步减值迹象。

12、公司 X6 轿车专有技术应用于尊界 S800 等乘用车，尊界 S800 于 2025 年 5 月 30 日正式上市，目前预定情况良好，无减值迹象。

公司按照《会计准则第 8 号—资产减值》的相关规定，对专有技术进行减值测 试，按资产账面价值与可收回金额孰低计量，差额计提资产减值准备。具体方法如 下：公司专有技术价值最终依附于产品未来所创造效益，结合公司对相关车型技术 的未来收益预测，对车型技术可收回金额采用收益法进行估值。采用适当方法估算 确定技术对产品所创造的现金流贡献率，进而确定技术对产品现金流的贡献，再选

取恰当的折现率，将技术产品中每年技术对现金流的贡献折为现值，以此作为车型技术的估值。

公司已关注到部分车型因市场预期发生变化，销售业绩不佳，预期经济效益有所下降的情况。鉴于相关长期资产已出现经济价值减值迹象，公司按照内部控制要求，对相关长期资产进行减值测试，公司已聘请资产评估专家直接参与公司长期资产减值测试工作，以保证测试结果的合理性和谨慎性。公司针对部分车型经济效益预期下降导致相关长期资产计提减值准备，系基于资产减值测试工作的结果审慎作出，公司专有技术减值准备计提充分、合理。

七、报告期各期资产及信用减值测试的情况，结合资产减值损失及信用减值损失确认时点与减值迹象发生时点的匹配情况等说明减值损失的计提时点是否准确

(一) 报告期各期资产及信用减值测试情况

1、信用减值测试

报告期各期，公司信用减值损失的具体情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
应收账款坏账损失	-2,580.62	1,475.69	-3,386.04	-12,134.33
其他应收款坏账损失	2,857.72	-234.66	775.70	-8,701.03
长期应收款坏账损失	-3.77	-190.92	15.37	107.78
委托贷款坏账损失		-	43.44	51.06
合计	273.33	1,050.11	-2,551.53	-20,676.52

公司以预期信用损失为基础，对以摊余成本计量的金融资产（含应收款项、长期应收款、其他应收款等）进行减值会计处理并确认损失准备，主要计提方法如下：

项目	组合	计提政策
应收账款	组合 1 应收客户款	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。公司以账龄作为信用风险特征组合，按信用风险特征组合对应收客户款计算预期信用损失。
其他应收款	组合 1 应收其他款项	以账龄作为信用风险特征组合，按信用风险特征组合对其他第三方应收款项计算预期信用损失。
	组合 2 应收新能源补贴款	除存在客观证据表明公司将无法按应收款项的原有条款收回款项外，不计提坏账准备。
长期应收款	合同约定收款期限在	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来

	1 年以上、具有融资性质的分期收款销售的应收款项	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。
--	--------------------------	---

公司账龄组合与整个存续期预期信用损失率对照表如下：

账龄	预期信用损失率 (%)	
	应收账款	其他应收款
1 年以内	5.00	5.00
1 至 2 年	10.00	10.00
2 至 3 年	30.00	30.00
3 至 4 年	50.00	50.00
4 至 5 年	80.00	80.00
5 年以上	100.00	100.00

2、资产减值测试

报告期各期，公司资产减值的具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
存货跌价损失	-16,663.26	-17,081.53	-18,440.25	-5,042.83
合同资产减值损失	21.73	-71,863.82	-35,250.48	-19,872.05
固定资产减值损失	-	-8,309.10	-11,587.12	-8,581.84
无形资产减值损失	-	-15,887.53	-15,341.01	-9,484.63
开发支出减值损失	-	-2,553.40	-24,405.96	-18,687.41
长期股权投资减值损失	-	-	-1,844.23	-1,030.75
投资性房地产减值损失	-	-2.98	-	-
合计	-16,641.54	-115,698.36	-106,869.04	-62,699.51

由上表，报告期内资产减值涉及资产主要包括存货、合同资产、固定资产、无形资产、开发支出等，其中存货跌价损失 2023 年、2024 年和 2025 年 1-6 月较高，主要系公司经营规模较大，相应存货余额也较高，公司根据会计准则，对存货在资产负债表日的余额按成本与可变现净值孰低计量并相应计提跌价准备所致；合同资产减值损失 2022 年-2024 年较高，主要系公司参考历史信用损失经验，结合各年度新能源补贴申报要求和政策文件精神的变化，对合同资产中的新能源补贴计提减值准备所致；开发支出减值损失 2022 年-2023 年较高，主要系公司部分开发支出项目因行业技术迭代和市场需求发生变化，商业化价值逐渐降低，公司在 2022 年-2023

年对相关项目计提了大额的减值准备所致；无形资产减值损失 2023 年-2024 年较高，主要系公司部分车型因市场预期发生变化，销售不达预期、业绩不佳，预期经济效益有所下降，对无形资产中的专有技术计提资产减值准备所致。

主要资产减值测试的方法如下：

项目	资产减值测试方法
存货跌价准备	在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。一般按单个存货项目计提存货跌价准备；对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提。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。
合同资产减值	对于划分为组合的合同资产，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，通过违约风险敞口与整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。
长期股权投资减值	公司在资产负债表日对长期股权投资进行逐项检查，根据被投资单位经营政策、法律环境、市场需求、行业及盈利能力等的各种变化判断长期股权投资是否存在减值迹象。当长期股权投资可收回金额低于账面价值时，将可收回金额低于长期股权投资账面价值的差额作为长期股权投资减值准备予以计提。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。
固定资产减值	公司在资产负债表日对各项固定资产进行判断，当存在减值迹象，估计可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。当存在下列迹象的，按固定资产单项项目全额计提减值准备：①长期闲置不用，在可预见的未来不会再使用，且已无转让价值的固定资产；②由于技术进步等原因，已不可使用的固定资产；③虽然固定资产尚可使用，但使用后产生大量不合格品的固定资产；④已遭毁损，以至于不再具有使用价值和转让价值的固定资产；⑤其他实质上已经不能再给公司带来经济利益的固定资产。
无形资产/开发支出减值	当无形资产的可收回金额低于其账面价值时，将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的无形资产减值准备。无形资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。存在下列一项或多项以下情况的，对无形资产进行减值测试：①该无形资产已被其他新技术等所替代，使其为企业创造经济利益的能力受到重大不利影响；②该无形资产的市价在当期大幅下跌，并在剩余年限内可能不会回升；③其他足以表明该无形资产的账面价值已超过可收回金额的情况。

(二) 结合资产减值损失及信用减值损失确认时点与减值迹象发生时点的匹配情况等说明减值损失的计提时点是否准确

1、应收账款

报告期内，公司应收账款计提信用减值损失的情况如下：

单位：万元

项目	2025-6-30/	2024-12-31/	2023-12-31/	2022-12-31/

	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
应收账款余额	506,251.12	402,144.72	390,989.28	398,333.43
期初坏账准备	91,681.04	93,765.61	90,488.01	79,054.78
本期计提	4,745.22	6,408.92	8,623.29	15,329.19
本期收回/转回	2,164.60	7,884.61	5,237.24	3,194.86
本期核销	1,418.90	616.55	105.42	548.14
其他减少	44.21	7.67	3.03	152.95
期末坏账准备	92,886.97	91,681.04	93,765.61	90,488.01
应收账款信用减值损失净额（损失以“-”号填列）	-2,580.62	1,475.69	-3,386.04	-12,134.33

报告期内，公司对应收账款按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。公司对应收账款进行分析，如果该应收账款自初始确认后发生信用减值，公司对其进行单项认定，对该应收账款按整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。对于其他尚未发生信用减值的应收账款，公司结合当前状况以及对未来经济状况的预测，按照账龄组合确定预期信用损失。因此，公司应收账款信用减值损失确认时点与减值迹象发生时点具有匹配性。

2、其他应收款

报告期内，公司其他应收款计提信用减值损失的情况如下：

单位：万元

项目	2025-6-30/ 2025年1-6月	2024-12-31/ 2024年度	2023-12-31/ 2023年度	2022-12-31/ 2022年度
其他应收款余额	53,548.51	87,647.45	77,818.34	112,079.65
期初坏账准备	24,932.61	24,817.52	25,624.77	16,988.56
本期计提	-2,857.72	550.26	-615.27	8,701.03
本期收回/转回	-	315.60	160.42	-
本期核销	-	129.70	16.76	-
其他减少	-8.52	-10.13	14.79	64.81
期末坏账准备	22,066.38	24,932.61	24,817.52	25,624.77
其他应收款信用减值损失净额（损失以“-”号填列）	2,857.72	-234.66	775.70	-8,701.03

报告期内，公司其他应收款计提的信用损失主要为以账龄作为信用风险特征组合，公司按信用风险特征组合对外部第三方应收款项计算预期信用损失，公司其他

应收账款信用减值损失确认时点与减值迹象发生时点具有匹配性。

3、长期应收款（含一年内到期）

报告期内，公司长期应收款计提信用减值损失的情况如下：

单位：万元

项目	2025-6-30/ 2025年1-6月	2024-12-31/ 2024年度	2023-12-31/ 2023年度	2022-12-31/ 2022年度
长期应收款期末余额	20,620.15	20,803.87	17,024.26	22,049.14
期初坏账准备	1,465.78	1,274.85	1,290.23	1,398.01
本期计提	3.77	190.92	-15.37	-107.78
期末坏账准备	1,469.55	1,465.78	1,274.85	1,290.23
长期应收款坏账损失 (损失以“-”号填列)	-3.77	-190.92	15.37	107.78

报告期内，公司长期应收款均为分期收款销售商品形成，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，信用减值损失确认时点与减值迹象发生时点具有匹配性。

4、委托贷款

报告期内，公司委托贷款计提信用减值损失的情况如下：

单位：万元

项目	2025-6-30/ 2025年1-6月	2024-12-31/ 2024年度	2023-12-31/ 2023年度	2022-12-31/ 2022年度
委托贷款期末余额	-	-	-	868.75
期初坏账准备	-	-	43.44	94.50
本期计提	-	-	-43.44	-51.06
本期收回/转回	-	-	-	-
期末坏账准备	-	-	-	43.44
委托贷款坏账损失(损失以“-”号填列)	-	-	43.44	51.06

报告期内，公司委托贷款余额均系对子公司发放，未发生信用减值情况，按期末余额预期信用损失率计算坏账损失，信用减值损失确认时点与减值迹象发生时点具有匹配性。

5、存货

报告期内，公司存货跌价准备变动情况如下：

单位：万元

项目	2025-6-30/ 2025年1-6月	2024-12-31/ 2024年度	2023-12-31/ 2023年度	2022-12-31/ 2022年度
存货期末余额	428,842.59	376,638.26	492,155.61	346,215.82
期初跌价准备余额	18,711.32	17,587.79	7,383.86	7,547.41
本期计提	16,663.26	17,081.53	18,440.25	5,042.83
本期转销	9,008.19	15,441.29	8,131.98	5,206.38
其他减少	-1,878.65	516.71	104.35	-
期末跌价准备余额	28,245.05	18,711.32	17,587.79	7,383.86
存货跌价损失（损失以“-”号填列）	-16,663.26	-17,081.53	-18,440.25	-5,042.83

报告期内，公司存货主要由库存商品、原材料和在产品构成。公司存货在资产负债表日的余额按成本与可变现净值孰低计量。公司确定存货的可变现净值，以取得确凿证据为基础，并考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素，具体方法如下：

类别	计提方法
原材料	公司根据未来使用情况判断原材料是否陈旧或过时，同时考虑原材料用途、库龄、损毁等因素的影响，以原材料生产产成品的售价减去估计将要发生成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确认其可变现净值。
库存商品	以该库存商品的售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确认其可变现净值。
在产品	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。

公司制定了完善的存货减值计提政策，确保存货减值准备计提的充分性。报告期内各期末，公司对存货按照企业会计准则的要求进行减值测试，资产减值损失确认时点和减值迹象发生时点具有匹配性。

6、合同资产

报告期内，公司合同资产减值准备变动情况如下：

单位：万元

项目	2025-6-30/ 2025年1-6月	2024-12-31/ 2024年度	2023-12-31/ 2023年度	2022-12-31/ 2022年度
合同资产期末余额	178,225.52	185,324.85	222,365.32	281,278.42
期初减值准备余额	166,506.64	94,642.82	59,392.35	39,520.29
本期计提	-21.73	71,863.82	35,250.48	19,872.05
期末减值准备余额	166,484.92	166,506.64	94,642.82	59,392.35
合同资产减值损失（损失以“-”号填列）	21.73	-71,863.82	-35,250.48	-19,872.05

报告期内，合同资产余额主要为尚未向政府主管部门申报或尚在审核中的新能源补贴款。2022年公司计提合同资产减值损失19,872.05万元，主要系根据当年工信部公布的新能源汽车推广应用补助资金清算结果，公司存在需进一步核实后予以清算车辆的情形，公司经进一步自查后，结合部分申报车辆最终用户性质及用途等因素综合考虑，对相关新能源补贴计提减值准备；2023年公司计提合同资产减值损失35,250.48万元，主要系公司结合2024年1月国家新下发的新能源汽车推广应用补助资金清算申报通知文件精神，综合考虑行驶里程等因素对合同资产中相关新能源补贴计提减值准备；2024年公司计提合同资产减值损失71,863.82万元，主要系公司参照2024年8月国家新下发的新能源汽车补贴款项清算文件精神以及根据2025年1月与国家主管部门的沟通交流情况，综合判定剩余新能源补贴款项收回的可能性较小后计提的减值准备。2025年6月末，公司合同资产余额与2024年末变化不大。

综上，报告期内，公司均结合当前新能源补贴审核状况以及对未来经济状况的预测，按照企业会计准则的要求和谨慎性原则，对存在预期信用损失的部分及时在当期计提损失，资产减值损失确认时点和减值迹象发生时点具有匹配性。

7、长期股权投资

报告期内，公司长期股权投资减值准备变动情况如下：

项目	2025-6-30/ 2025年1-6月	2024-12-31/ 2024年度	2023-12-31/ 2023年度	2022-12-31/ 2022年度
长期股权投资期末余额	548,487.88	584,421.42	544,717.43	521,886.64
期初减值准备余额	2,981.71	2,981.71	1,274.70	243.95
本期计提	-	-	1,844.23	1,030.75
本期减少	-	-	137.22	-
期末减值准备余额	2,981.71	2,981.71	2,981.71	1,274.70
长期股权投资减值损失 (损失以“-”号填列)	-	-	-1,844.23	-1,030.75

报告期内，公司于2022年、2023年分别计提了长期股权投资减值准备1,030.75万元、1,844.23万元，系子公司安凯客车投资参股公司四川达清客车有限公司（以下简称“四川达清”）因经营不善于2022年12月进入清算阶段，安凯客车公司根据委托的安徽中联国信资产评估有限责任公司对四川达清净资产的评估结果，于

2022 年计提减值准备 1,030.75 万元；2023 年 9 月，四川达清在西南联合产权交易所申请预挂牌转让资产，因四川达清债务纠纷导致其土地使用权被法院冻结，造成短期内无法交易，安凯客车于 2023 年进一步计提减值准备 1,844.23 万元。

报告期各期末，公司在资产负债表日对长期股权投资进行逐项检查，对存在减值迹象的长期股权投资按照企业会计准则的要求进行减值测试，资产减值损失确认时点和减值迹象发生时点具有匹配性。

8、固定资产

报告期内，公司固定资产减值准备变动情况如下：

项目	2025-6-30/ 2025 年 1-6 月	2024-12-31/ 2024 年度	2023-12-31/ 2023 年度	2022-12-31/ 2022 年度
固定资产原值期末余额	2,526,936.12	2,500,433.35	2,347,252.62	2,671,610.01
期初减值准备余额	87,343.59	79,613.99	69,405.02	61,601.31
本期计提	-	8,309.10	11,587.12	8,581.84
本期报废/处置	425.63	579.49	1,378.16	778.13
期末减值准备余额	86,917.96	87,343.59	79,613.99	69,405.02
固定资产减值损失（损失以“-”号填列）	-	-8,309.10	-11,587.12	-8,581.84

报告期内，公司计提固定资产减值损失分资产类型如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
专用设备	-	8,236.77	11,013.22	7,722.93
机器设备	-	20.30	-	623.71
运输设备	-	1.10	346.83	-
房屋	-	50.93	-	-
其他	-	-	227.08	235.20
合计	-	8,309.10	11,587.12	8,581.84

报告期内，公司计提固定资产减值损失主要为专用设备中专用模具，系部分车型因市场预期发生变化，销售不达预期，预计经济效益有所下降，出现资产减值迹象。公司按照《会计准则第 8 号—资产减值》的相关规定，公司对相关存在减值迹象的长期资产进行减值测试，公司同时聘请资产评估专家直接参与长期资产减值测试工作，以保证测试结果的合理性和谨慎性，最终按固定资产资产账面价值与资产

估测值孰低计量，差额计提资产减值准备。

因此，报告期各期固定资产计提减值准备系公司管理层针对部分车型经济效益预期下降而对相关长期资产计提减值准备，是基于资产减值测试工作的结果审慎作出的，资产减值损失确认时点和减值迹象发生时点具有匹配性。

9、无形资产

报告期内，公司无形资产减值准备变动情况如下：

项目	2025-6-30/ 2025 年 1-6 月	2024-12-31/ 2024 年度	2023-12-31/ 2023 年度	2022-12-31/ 2022 年度
无形资产原值期末余额	989,165.33	757,813.75	688,997.49	700,016.46
期初减值准备余额	129,234.59	113,347.06	98,656.30	89,171.67
本期计提	-	15,887.53	15,341.01	9,484.63
本期报废/处置	-	-	650.25	-
期末减值准备余额	129,234.59	129,234.59	113,347.06	98,656.30
无形资产减值损失(损失以“-”号填列)	-	-15,887.53	-15,341.01	-9,484.63

报告期内，公司计提减值准备的无形资产均为专有技术，专有技术主要应用于公司的相关整车等产品。报告期内，公司部分车型因市场预期发生变化，销售不达预期业绩不佳，预期经济效益有所下降，从而导致无形资产-专有技术出现资产减值迹象。公司按照《会计准则第 8 号—资产减值》的相关规定，对专有技术进行减值测试，并聘请资产评估专家直接参与公司长期资产减值测试工作，以保证测试结果的合理性和谨慎性，按资产账面价值与可收回金额孰低计量，差额计提资产减值准备。无形资产减值损失确认时点和减值迹象发生时点具有匹配性。

10、开发支出

报告期内，公司开发支出减值准备变动情况如下：

项目	2025-6-30/ 2025 年 1-6 月	2024-12-31/ 2024 年度	2023-12-31/ 2023 年度	2022-12-31/ 2022 年度
开发支出期末余额	138,072.22	219,275.56	120,491.29	80,373.63
减值准备余额	57,349.98	54,796.59	30,390.63	11,703.23
本期计提	-	2,553.40	24,405.96	18,687.41
本期报废/处置	-	-	-	-

减值准备余额	57,349.98	57,349.98	54,796.59	30,390.63
开发支出减值损失（损失以“-”号填列）	-	-2,553.40	-24,405.96	-18,687.41

报告期内，公司对开发支出每年余额进行减值测试，当资产的可收回金额低于其账面价值时，将对应项目开发支出的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的开发支出减值准备。报告期内，公司正在开发阶段的相关技术受最新市场环境变化影响，其市场前景可能发生变化，公司管理层经评估后会决定暂停开发、改变研发方向或预计对应车型未来无生产、销售计划。公司基于资产减值测试工作的结果及时于当期计提减值准备，开发支出减值损失确认时点和减值迹象发生时点具有匹配性。

2022 年度、2023 年度，公司部分开发支出项目因行业技术迭代和市场需求发生变化，商业化价值逐渐降低，公司对相关项目计提了大额的减值准备，导致当期减值准备计提总体金额较大；2024 年和 2025 年 1-6 月，公司新增开发支出项目主要系高端智能电动平台开发项目，该项目首款车型尊界 S800 自 2025 年 5 月 30 日上市 4 个月预定量突破 15,000 台，于 2025 年 6 月 26 日开启交付，后续车型尚在研发中，该项目具备明确的盈利预期，后续创造的收益预计能够覆盖项目投入，未出现减值迹象。

【核查情况】

一、核查程序

针对以上事项，保荐机构和申报会计师执行了以下核查程序：

- 1、获取报告期内发行人与主要客户的合同，查看发行人对主要客户的信用政策、结算政策，访谈发行人相关负责人，了解报告期内不同类型主要客户的信用政策、结算政策制定情况，对比分析报告期内其政策是否发生变化；
- 2、获取报告期各期末应收账款、应收款项融资明细，分析应收账款增长的主要对象，访谈发行人相关负责人，了解主要主体应收账款余额增长、应收款项融资金额下降的原因及合理性；
- 3、获取发行人报告期各期末应收账款坏账准备单项计提明细、对应主要客户，查询公开工商信息并获取发行人对主要客户的信用评价，了解主要客户的信用情况；

获取报告期各期末应收账款坏账准备计提情况、账龄情况、逾期情况、期后回款情况、应收账款周转率、坏账核销情况，查询同行业可比公司公开披露信息，分析应收账款坏账准备计提是否充分；

4、获取发行人报告期各期末其他应收款明细情况，分析报告期内其他应收款的形成原因、主要对手方情况，获取发行人将应收新能源补贴计入其他应收款、合同资产的划分政策；获取报告期各期末其他应收款中补偿补贴款明细及对应资料，核实长期未收回的原因；获取发行人报告期各期末其他应收款账龄、期后回款、主要对手方的信用情况，检查发行人坏账计提政策，查询同行业可比公司公开披露信息，分析其他应收款坏账准备计提是否充分；

5、获取发行人报告期各期末存货明细情况，分析报告期内存货金额大幅上涨的具体原因；获取报告期各期末存货与订单对应情况、期后销售情况、主要产品及原材料价格变动情况，检查发行人存货跌价准备计提政策，查询同行业可比公司公开披露的存货跌价准备计提信息，分析存货跌价准备计提是否充分；

6、查阅公司定期报告，获取报告期各期开发支出明细，获取研发相关内部控制制度，访谈发行人相关负责人，了解研发费用资本化比例较高的原因及合理性；查询同行业可比公司公开披露的研发费用率及研发费用资本化率，对比分析与发行人的差异情况及原因；获取发行人报告期内研发费用分类别的明细及研发成果；

7、获取报告期内主要专有技术明细、对应减值情况、适用车型及销量情况，分析截止报告期末主要专有技术减值准备计提是否充分；

8、获取报告期各期资产及信用减值损失明细表及公司减值计提政策，检查资产减值损失及信用减值损失确认时点与减值迹象发生时点的匹配情况，分析减值损失的计提时点是否准确。

二、核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、公司不同类型的主要客户结算、信用政策均有明确规定，报告期内相关政策无重大变化；2022年末公司应收账款余额增长主要受2022年末按组合计提的应收账款余额增加影响，主要是公司不同年度基于境外业务拓展、信用期安排、自身结算安排以及维护客户关系的阶段性需要等原因所致；2025年6月末应收账款余

额增长主要系公司通常在前三季度会给予客户较低的收款压力所致，具有合理性；

2、公司按照《企业会计准则》和会计政策制定应收账款的坏账准备单项计提相关政策，对应的主要客户信用情况较差；报告期各期末公司按单项计提坏账准备的应收账款的坏账计提比例较高，计提较为充分；按组合计提坏账准备的应收账款，其账龄主要集中在2年以内，各期末逾期金额及比例均较低；按账龄组合计提坏账准备的应收账款期后回款总体情况较好；应收账款周转率总体保持稳定，核销应收账款的金额及比例均较低，不存在异常情况；公司1年以内应收账款的占比较高，且1年以内账龄段计提比例5.00%，远高于可比公司平均值，公司1年以上账龄段计提比例与可比公司平均值基本相当；公司主要长账龄应收账款主要系相关客户缺乏偿债能力和受客户资金支付安排影响所致，公司已根据坏账计提政策全额计提了坏账准备；报告期各期末，公司整体应收账款坏账计提比例远高于同行业可比公司。公司严格按照会计政策规定充分计提坏账准备，计提的坏账准备能够真实反映公司资产质量，坏账计提准备金额充分合理；

3、公司其他应收款余额主要由拆迁补偿款、新能源补贴款构成，主要对手方为政府部门，信用情况良好，因政府付款周期安排导致账龄整体较长，公司根据账龄比例计提坏账准备；应收新能源补贴计入其他应收款、合同资产的划分依据符合企业会计准则规定；其他应收款中补偿补贴款的余额系子公司安凯客车损失的新能源补贴款，长期未回款主要系客户基本无还款能力所致；公司其他应收款坏账计提总体比例高于大多数可比公司，针对部分回款风险较大的其他应收款，公司已单项全额计提坏账准备，其他款项无法收回的风险整体较低。公司严格按照会计政策规定充分计提坏账准备，计提的坏账准备能够真实反映公司资产质量，坏账计提准备金额充分合理；

4、2023年末公司存货余额增长主要系匹配期末在手订单、境外业务快速增加，积极备货所致；2025年6月末存货余额增长主要系境外子公司库存汇率波动影响和地缘政治阶段性复杂化引起的国际事业部产品出库受阻所致；公司存货主要由库存商品构成，存货结构较为合理；存货库龄主要集中在1年以内，占比较高，公司存货库龄分布情况较为合理；库存商品订单覆盖率较高；存货期后结转情况良好；2022年至2024年度主要产品合计平均单价总体呈上升趋势，2025年1-6月公司主要产品合计平均单价较上一年度略有下降，原材料采购价格总体较为稳定；公司存

存货跌价计提率处于同行业可比公司存货跌价准备计提比例区间范围内，存货周转率整体处于同行业可比公司存货周转率区间范围内，公司存货占营业收入比例低于同行业可比公司平均值，公司存货周转较快，库存规模较低，存货规模符合行业特征及公司经营策略；整体层面上，公司存货整体减值风险可控，存货跌价准备计提较为充分；

5、公司研发费用资本化比例较高主要系公司基于主营业务需要，为满足海内外市场和客户需求，持续开发新产品所致；报告期各期，公司研发费用率与同行业可比公司不存在重大差异；2022年度和2023年度公司研发费用资本化率分别低于同行业可比公司平均值，处于同行业可比公司中下游区间，2024年度和2025年1-6月公司研发费用资本化率高于同行业可比公司平均值，主要系本次募投项目高端智能电动平台开发项目已进入开发阶段且2024年至2025年6月投入较高所致，报告期内公司研发费用资本化率均处于同行业可比公司区间范围内；可比公司间各年度研发费用资本化率有一定差异主要系不同公司间差异主要受产品结构、研发规模、研发周期、研发资本化的不确定性等方面影响所致；

6、截至报告期末，公司主要专有技术对应整车销量情况良好，公司已针对部分经济效益预期下降车型的相关长期资产计提减值准备，公司专有技术减值准备计提充分；

7、报告期内，公司资产减值损失及信用减值损失确认时点与减值迹象发生时点匹配。

问题 5.关于财务性投资

根据申报材料，1) 截至报告期末，发行人认定财务性投资金额合计为 195,545.09 万元，占归属于母公司净资产的比例为 14.23%；2) 子公司合肥江淮汽车融资担保有限公司从事融资担保业务，属于类金融业务；联营企业中安租赁属于类金融业务，发行人未认定为财务性投资。

请发行人说明：(1) 自本次董事会决议日前六个月至本次发行前，公司实施或拟实施财务性投资（含类金融业务）的具体情况，相关财务性投资是否已从本次募集资金总额中扣除；(2) 结合其他应收款、长期股权投资、其他权益工具投资等相关资产的具体内容、与公司业务的协同性等，说明相关资产不认定财务性投资的依据是否准确，最近一期末公司是否存在持有金额较大、期限较长的财务性投资（包括类金融业务）情形，是否存在需要从本次募集资金中调减的情形；(3) 最近一年一期类金融业务的内容、模式、规模等基本情况及相关风险、债务偿付能力及经营合规性，结合具体内容、服务对象、盈利来源、与公司主营业务之间的关系，说明该业务是否属于行业发展所需或符合行业惯例。

请保荐机构及申报会计师核查并发表明确意见，并就发行人是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》第 1 条、《监管规则适用指引——发行类第 7 号》第 1 条的相关规定发表明确意见。

回复：

【说明】

一、自本次董事会决议日前六个月至本次发行前，公司实施或拟实施财务性投资（含类金融业务）的具体情况，相关财务性投资是否已从本次募集资金总额中扣除

公司于 2024 年 9 月 30 日召开第八届董事会第二十二次会议审议通过本次发行相关议案。自本次发行的董事会决议日前六个月（即 2024 年 3 月 31 日）至本回复出具日，公司不存在实施或拟实施财务性投资及类金融业务，具体如下：

（一）投资类金融业务

自本次发行的董事会决议日前六个月至本回复出具日，公司不存在投资类金融

业务的情形，本次发行前亦无此类投资计划。

（二）非金融企业投资金融业务

自本次发行的董事会决议日前六个月至本回复出具日，公司不存在作为非金融企业投资金融业务的情形，本次发行前亦无投资金融业务的计划。

（三）投资前后持股比例增加的对集团财务公司的投资

自本次发行的董事会决议日前六个月至本回复出具日，公司不存在对集团财务公司的投资，亦不存在投资前后持股比例增加的对集团财务公司的投资情形。

（四）与公司主营业务无关的股权投资

自本次发行的董事会决议日前六个月至本回复出具日，公司不存在与公司主营业务无关的股权投资的情形，本次发行前亦无此类投资计划。自本次发行的董事会决议日前六个月至本回复出具日，公司与主营业务相关的新增股权投资为江淮汽车塔什干合资企业有限责任公司（以下简称“塔什干公司”）和中安智联汽车科技（安徽）有限公司（以下简称“中安智联”），其中塔什干公司属于围绕产业链上下游以获取渠道为目的的产业投资，中安智联属于围绕产业链上下游以获取零部件与技术为目的的产业投资，二者均与公司主营业务具有较强的相关性和协同性，符合公司主营业务及战略发展方向，不界定为财务性投资，具体分析参见本题回复之“二、结合其他应收款、长期股权投资、其他权益工具投资等相关资产的具体内容、与公司业务的协同性等，说明相关资产不认定财务性投资的依据是否准确，最近一期末公司是否存在持有金额较大、期限较长的财务性投资（包括类金融业务）情形，是否存在需要从本次募集资金中调减的情形”之“（四）长期股权投资与其他权益工具投资”。

（五）投资产业基金、并购基金

自本次发行的董事会决议日前六个月至本回复出具日，公司投资或拟投资产业基金、并购基金的情形和计划如下：

单位：万元

基金名称	设立时间	公司认缴出资额	2024年3月31日前已实缴金额	2024年3月31日至本回复出具日实缴金额	尚未实缴金额
国江未来	2021年10月	25,000.00	18,500.00	5,000.00	1,500.00

基金名称	设立时间	公司认缴出资额	2024年3月31日前已实缴金额	2024年3月31日至本回复出具日实缴金额	尚未实缴金额
中安智能	2023年8月	30,000.00	9,000.00	-	21,000.00

国江未来、中安智能主要从事股权投资业务，属于投资产业基金，根据合伙协议约定，国江未来、中安智能的投资方向为公司所处的汽车产业链上下游企业。国江未来、中安智能的投资分析和决策机制详见“二、结合其他应收款、长期股权投资、其他权益工具投资等相关资产的具体内容、与公司业务的协同性等，说明相关资产不认定财务性投资的依据是否准确，最近一期末公司是否存在持有金额较大、期限较长的财务性投资（包括类金融业务）情形，是否存在需要从本次募集资金中调减的情形”之“4、长期股权投资与其他权益工具投资”的相关分析。公司对国江未来、中安智能的投资不界定为财务性投资。

因此，自本次发行的董事会决议日前六个月至本回复出具日，公司不存在界定为财务性投资的投资或拟投资产业基金、并购基金的情形。

（六）拆借资金

自本次发行的董事会决议日前六个月至本回复出具日，公司不存在对外拆借资金的情形，本次发行前亦无此类计划。

（七）委托贷款

自本次发行的董事会决议日前六个月至本回复出具日，公司不存在对外委托贷款的情形，本次发行前亦无此类计划。

（八）购买收益波动大且风险较高的金融产品

自本次发行的董事会决议日前六个月至本回复出具日，公司存在购买结构性存款理财产品的情形，主要是为了提高临时闲置资金的使用效率，以现金管理为目的，不存在购买收益波动较大且风险较高的金融产品的情形，本次发行前亦无购买收益波动大且风险较高的金融产品的计划。

综上，自本次发行的董事会决议日前六个月至本回复出具日，公司不存在已实施或拟实施的财务性投资（含类金融业务）情形，不涉及从本次募集资金总额中扣除的情形。

二、结合其他应收款、长期股权投资、其他权益工具投资等相关资产的具体内容、与公司业务的协同性等，说明相关资产不认定财务性投资的依据是否准确，最近一期末公司是否存在持有金额较大、期限较长的财务性投资（包括类金融业务）情形，是否存在需要从本次募集资金中调减的情形

截至 2025 年 9 月末，公司可能涉及财务性投资的会计科目列示如下：

单位：万元

序号	科目	账面价值	主要内容	财务性投资金额
1	交易性金融资产	224,317.71	结构性存款	-
2	其他应收款 ^注	31,017.45	拆迁补偿款、应收新能源补贴款、日常往来款等	-
3	其他流动资产	118,211.76	待抵扣进项税额、存出保证金、预交税费等	-
4	长期股权投资	556,551.23	股权投资	231,352.28
5	其他权益工具投资	9,796.79	股权投资	2,727.66
6	其他非流动资产	2,416.00	预付长期资产购置款	-

注 1：不含应收股利；

注 2:2025 年 1-9 月数据未经审计，下同。

（一）交易性金融资产

截至 2025 年 9 月末，公司交易性金融资产余额 224,317.71 万元，均为结构性存款。公司购买上述结构性存款的目的仅为在充分满足流动性的前提下进行的现金管理，具有安全性高、流动性好、低风险，期限较短等特点，不属于购买收益波动大且风险较高的金融产品，不属于财务性投资。截至 2025 年 9 月末，公司结构性存款明细如下：

序号	核算主体	出售银行	具体产品	起始日	到期日	截至 2025 年 9 月末余额（万元）	合同列示的产品风险等级	约定的年化收益率
1	江淮汽车	中国银行	结构性存款	2025/4/23	2025/10/18	40,446.39	低风险产品	0.85%-2.53%
2	江淮汽车	中国银行	结构性存款	2025/4/28	2025/10/23	40,432.53	低风险产品	0.85%-2.53%
3	江淮汽车	中国银行	结构性存款	2025/7/16	2025/10/14	40,194.93	低风险产品	0.60%-2.31%
4	江淮汽车	中国银行	结构性存款	2025/7/21	2025/10/19	40,182.27	低风险产品	0.60%-2.31%
5	江淮汽车	兴业银行	结构性存款	2025/9/17	2026/3/17	50,037.40	低风险产品	1.20%-1.95%
6	安凯客车	民生银行	结构性存款	2025/9/12	2025/10/17	3,002.70	低风险产品	1.73%

7	钇威科技	招商银行	结构性存款	2025/9/24	2025/12/24	5,001.73	低风险产品	1%-1.8%
8	钇威科技	工商银行	结构性存款	2025/9/29	2025/10/28	2,000.33	低风险产品	0.65%-1.2%
9	江淮担保	杭州银行	结构性存款	2025/7/2	2026/1/2	3,019.45	低风险产品	2.60%
合计			—	—	—	224,317.71	—	—

（二）其他应收款

截至 2025 年 9 月末，公司其他应收款（不含应收股利）账面价值 31,017.45 万元，主要为拆迁补偿款、应收新能源补贴款、日常往来款等日常经营业务，其中日常往来款余额 10,214.70 万元，主要为与日常业务相关的返利、履约保证金、租金等经营性往来，均不属于财务性投资。

（三）其他流动资产

截至 2025 年 9 月末，公司其他流动资产余额为 118,211.76 万元，主要为待抵扣进项税额、存出保证金、预交税费等，不属于财务性投资。

（四）长期股权投资与其他权益工具投资

公司成立以来，围绕战略规划和主营业务方向，陆续投资参股了一些合营企业、联营企业。截至 2025 年 9 月末，公司长期股权投资与其他权益工具投资中的参股公司及其与公司业务的协同性分析如下：

序号	被投资企业名称	截至 2025 年 9 月末公司账面价值(万元)	主营业务	公司投资目的及与公司业务的协同性	是否界定为财务性投资	具体依据
长期股权投资						
1	比克希	5,066.29	汽车线束产品的研发、生产和销售	汽车线束系公司整车产品的主要零部件之一,比克希系公司汽车零部件供应商,公司投资比克希主要目的是提升汽车线束的自主可控生产供应能力。报告期内,公司主要向其采购汽车线束产品,金额分别为 31,921.77 万元、38,160.62 万元、36,187.64 万元和 22,455.60 万元。同时,比克希董事会由 6 名董事组成,公司委派 3 名董事	否	属于围绕产业链上下游以获取原料与技术为目的的产业投资,与公司主营业务具有较强的相关性和协同性,符合公司主营业务及战略发展方向
2	瑞福德	188,018.82	汽车金融及相关产品业务	公司投资瑞福德金融的主要目的:一是满足零售端消费者购车的付款需求,可为客户提供灵活的融资租赁和分期付款方案,降低购车门槛,进一步提升公司整车销量促进整车销售;二是支持出租车公司、企业车队、网约车平台等批量采购的法人客户,通过汽车金融业务缓解其一次性采购资金压力,推动公司 B 端业务发展,提升市场占有。报告期内,公司与瑞福德不涉及主要产品、零部件和原材料的购销,仅涉及瑞福德因其自身客户抵押车辆而向公司采购的少量运输服务等,报告期内公司向其提供运输费等金额分别为 27.93 万元、90.16 万元、4.00 万元和 0 万元。同时,瑞福德董事会由 8 名董事组成,公司委派 3 名董事	是	属于围绕产业链上下游以获取渠道为目的的产业投资。因瑞福德系中国银保监会管理的持牌金融机构,主要从事汽车贷款等业务,属于“非金融企业投资金融业务”,界定为财务性投资
3	康明斯动力	28,323.78	汽车发动机产品的研发、生产和销售	汽车发动机系公司整车产品的主要零部件之一,康明斯动力系公司汽车零部件供应商,公司投资康明斯动力的主要目的是提升汽车发动机的自主可控生产供应能力。报告期内,公司主要向其采购发动机产品,金额分别为 129,977.31 万元、162,912.23 万元、165,864.85 万元和 67,363.43 万元。此外,	否	属于围绕产业链上下游以获取零部件与技术为目的的产业投资,与公司主营业务具有较强的相关性和协同性,符合公司主营业务及战略发展方向

				康明斯动力董事会由 8 名董事组成，公司委派 4 名董事		
4	华霆电池	2,766.34	电池包、动力总成的研发、生产和销售	电池包、动力总成系公司整车产品的主要零部件之一，华霆电池系公司汽车零部件供应商，公司投资华霆电池的主要目的是提升汽车电池包、动力总成的自主可控生产供应能力。报告期内，公司主要向其采购汽车电池、汽车配件，金额分别为 43,596.25 万元、54,537.27 万元、18,424.87 万元和 4,618.62 万元。同时，华霆电池董事会由 7 名董事组成，公司委派 3 名董事	否	属于围绕产业链上下游以获取零部件与技术为目的的产业投资，与公司主营业务具有较强的相关性和协同性，符合公司主营业务及战略发展方向
5	合肥美桥	16,755.22	汽车前后桥、轿车悬架的研发、生产和销售	汽车前后桥、轿车悬架系公司整车产品的主要零部件之一，合肥美桥系公司汽车零部件供应商，公司投资合肥美桥的主要目的是提升汽车前后桥、轿车悬架的自主可控生产供应能力。报告期内，公司主要向其采购汽车车桥、电驱桥，金额分别为 27,358.97 万元、37,103.07 万元、49,091.83 万元和 20,970.48 万元。同时，合肥美桥董事会由 5 名董事组成，公司委派 2 名董事	否	属于围绕产业链上下游以获取零部件与技术为目的的产业投资，与公司主营业务具有较强的相关性和协同性，符合公司主营业务及战略发展方向
6	江淮智能科技	1,459.67	高端新能源汽车工厂运营服务	公司合资成立江淮智能科技的主要目的是为高端新能源汽车工厂提供运营服务，负责相关管理人员、生产人员、运营人员等劳动用工相关事务的运营管理，有助于公司提高汽车制造质量和运营效率。报告期内，公司向其采购金额分别为 0 万元、0 万元、1,770.25 万元和 2,649.96 万元。同时，江淮智能科技董事会由 5 名董事组成，公司委派 2 名董事	否	属于围绕产业链上下游以获取技术与渠道为目的的产业投资，与公司主营业务具有较强的相关性和协同性，符合公司主营业务及战略发展方向
7	大众安徽	92,122.47	汽车整车制造	公司与大众汽车（中国）投资有限公司战略合作，合资成立大众安徽的主要目的是提升自身整车制造质量与技术，获取优质行业资源，有助于公司在整车制造行业竞争中获得优势。公司与大众安徽的交易模式不涉及主要产品、零部件和原材料的购销，仅涉及双方因合作而衍生的运输费、电费等费	否	公司与大众汽车（中国）投资有限公司合资成立专注于新能源汽车的大众安徽系经国家发改委批准的战略合作项目，属于围绕产业链上下游以获取技术与渠道为目的的产

				用的结算。报告期内，公司向其结算的运输费、电费等收入金额分别为 37.63 万元、1,139.09 万元、3,743.72 万元和 1,885.77 万元。同时，大众安徽董事会由 4 名董事组成，公司委派 1 名董事		业投资，与公司主营业务具有较强的相关性和协同性，符合公司主营业务及战略发展方向
8	江淮松芝	18,614.50	汽车空调、新能源汽车热管理系统、轨道空调、冷藏冷冻机组等产品的研发、生产和销售	汽车空调、新能源汽车热管理系统、轨道空调、冷藏冷冻机组等产品系公司整车产品的主要零部件，江淮松芝系公司汽车零部件供应商，公司投资江淮松芝的主要目的是提升前述零部件的自主可控生产能力，有助于公司获取主要零部件。报告期内，公司主要向其采购汽车空调，金额分别为 47,009.21 万元、59,602.23 万元、65,152.35 万元和 28,685.18 万元。同时，江淮松芝董事会由 5 名董事组成，公司委派 2 名董事	否	属于围绕产业链上下游以获取零部件与技术为目的的产业投资，与公司主营业务具有较强的相关性和协同性，符合公司主营业务及战略发展方向
9	江淮毅昌	2,924.01	汽车注塑件、涂装件的研发、加工、销售	汽车注塑件、涂装件等产品系公司整车产品的主要零部件，江淮毅昌系公司汽车零部件供应商，公司投资江淮毅昌的主要目的是提升前述零部件的自主可控生产能力，有助于公司获取主要零部件。报告期内，公司主要向其采购汽车饰件，金额分别为 11,703.12 万元、14,755.42 万元、17,760.27 万元和 6,288.00 万元。江淮毅昌董事会由 5 名董事组成，公司委派 2 名董事	否	属于围绕产业链上下游以获取零部件与技术为目的的产业投资，与公司主营业务具有较强的相关性和协同性，符合公司主营业务及战略发展方向
10	安徽中生	3,239.24	汽车点火锁、门把手、小开关、加油/充电口盖等产品的研发、加工、销售	汽车点火锁、门把手、小开关、加油/充电口盖等产品系公司整车产品的主要零部件，安徽中生系公司汽车零部件供应商，公司投资安徽中生的主要目的是提升前述零部件的自主可控生产能力。报告期内，公司主要向其采购汽车配件，金额分别为 12,228.08 万元、16,280.93 万元、16,902.83 万元和 8,429.61 万元。同时，安徽中生董事会由 5 名董事组成，公司委派 2 名董事	否	属于围绕产业链上下游以获取零部件与技术为目的的产业投资，与公司主营业务具有较强的相关性和协同性，符合公司主营业务及战略发展方向
11	江淮太航常青	1,903.85	汽车被动安全系统产品的开发、制造和销售	汽车被动安全系统产品系公司整车产品的主要零部件，江淮太航常青系公司汽车零部件供应商，公司投资江淮太航常青的主要目的是提升汽车被动	否	属于围绕产业链上下游以获取零部件与技术为目的的产业投资，与公司主营业务具有

				安全系统产品的自主可控生产供应能力。报告期内,公司主要向其采购汽车饰件、配件,金额分别为 10,079.23 万元、11,281.50 万元、11,425.07 万元和 5,198.56 万元。同时,江淮太航常青董事会由 5 名董事组成,公司委派 2 名董事		较强的相关性和协同性,符合公司主营业务及战略发展方向
12	江淮汇通 库尔特	504.88	汽车顶棚、地毯及其他汽车 NVH 部件的研发、加工、销售	汽车顶棚、地毯及其他汽车 NVH 部件系公司整车产品的主要零部件,江淮汇通库尔特系公司汽车零部件供应商,公司投资江淮汇通库尔特的主要目的是提升前述零部件的自主可控生产供应能力。报告期内,公司主要向其采购汽车配件,金额分别为 2,339.57 万元、3,176.76 万元、2,329.30 万元和 1,097.02 万元。同时,江淮汇通库尔特董事会由 7 名董事组成,公司委派 3 名董事	否	属于围绕产业链上下游以获取零部件与技术为目的的产业投资,与公司主营业务具有较强的相关性和协同性,符合公司主营业务及战略发展方向
13	合肥元丰	2,378.24	汽车制动系统产品的研发、加工、销售	汽车制动系统产品系公司整车产品的主要零部件,合肥元丰系公司汽车零部件供应商,公司投资合肥元丰的主要目的是提升汽车制动系统产品的自主可控生产供应能力。报告期内,公司主要向其采购汽车配件,金额分别为 6,460.65 万元、8,561.84 万元、8,886.71 万元和 4,364.81 万元。同时,合肥元丰董事会由 7 名董事组成,公司委派 3 名董事	否	属于围绕产业链上下游以获取零部件与技术为目的的产业投资,与公司主营业务具有较强的相关性和协同性,符合公司主营业务及战略发展方向
14	合肥帝宝	6,743.64	汽车灯具的研发、加工、销售	汽车灯具系公司整车产品的主要零部件,合肥帝宝系公司汽车零部件供应商,公司投资合肥帝宝的主要目的是提升汽车灯具的自主可控生产供应能力。报告期内,公司主要向其采购汽车配件,金额分别为 14,922.97 万元、15,816.63 万元、14,751.30 万元和 6,952.95 万元。同时,合肥帝宝董事会由 5 名董事组成,公司委派 2 名董事	否	属于围绕产业链上下游以获取零部件与技术为目的的产业投资,与公司主营业务具有较强的相关性和协同性,符合公司主营业务及战略发展方向
15	合肥云鹤	4,023.04	汽车座椅的研发、生产、销售	汽车座椅系公司整车产品的主要零部件,合肥云鹤系公司汽车零部件供应商,公司投资合肥云鹤的主要目的是提升汽车座椅的自主可控生产供应能力。报告期内,公司主要向其采购汽车座椅,金额分别为 40,920.42 万元、53,047.54 万元、52,683.19 万元	否	属于围绕产业链上下游以获取零部件与技术为目的的产业投资,与公司主营业务具有较强的相关性和协同性,符合公司主营业务及战略发展方向

				和 32,254.46 万元。同时，合肥云鹤董事会由 9 名董事组成，公司委派 3 名董事		向
16	合肥延锋	4,410.65	汽车仪表台的研发、生产、销售	汽车仪表台系公司整车产品的主要零部件，合肥延锋系公司汽车零部件供应商，公司投资合肥延锋的主要目的是提升汽车仪表台的自主可控生产供应能力。报告期内，公司主要向其采购汽车内饰，金额分别为 72,382.81 万元、98,468.14 万元、76,827.61 万元和 41,820.91 万元。同时，合肥延锋董事会由 9 名董事组成，公司委派 3 名董事	否	属于围绕产业链上下游以获取零部件与技术为目的的产业投资，与公司主营业务具有较强的相关性和协同性，符合公司主营业务及战略发展方向
17	合肥马钢	7,111.97	汽车、家电、机械等行业的冲压零部件产品的研发、生产和销售	汽车零部件冲压系公司整车产品生产过程中的关键工艺，合肥马钢系公司汽车冲压零部件供应商，公司投资合肥马钢的主要目的是提升汽车冲压零部件产品的自主可控生产供应能力。报告期内，公司主要向其采购钢材，金额分别为 6,180.68 万元、8,395.32 万元、4,711.21 万元和 1,618.98 万元。同时，合肥马钢董事会由 3 名董事组成，公司委派 1 名董事	否	属于围绕产业链上下游以获取零部件与技术为目的的产业投资，与公司主营业务具有较强的相关性和协同性，符合公司主营业务及战略发展方向
18	安徽凯翔	179.11	汽车座椅加工、销售，汽车内饰件及零部件销售	汽车座椅及汽车内饰系公司整车产品的主要零部件，安徽凯翔系公司汽车零部件供应商，公司投资安徽凯翔的主要目的是提升汽车座椅及汽车内饰产品的自主可控生产供应能力。报告期内，公司主要向其采购汽车座椅，金额分别为 2,340.38 万元、4,971.13 万元、4,673.60 万元和 3,921.49 万元。	否	属于围绕产业链上下游以获取零部件与技术为目的的产业投资，与公司主营业务具有较强的相关性和协同性，符合公司主营业务及战略发展方向
19	达清客车	0.00	清算关闭中	—	否	—
20	中安租赁	43,333.46	汽车及相关产品的融资租赁业务	汽车金融属于汽车产业链下游产业，公司投资中安租赁的主要目的：一是满足零售端消费者购车的分期付款需要，推动整车销售；二是满足批量性采购汽车的法人客户的付款需求，开展租赁业务缓解其一次性采购资金压力，推动整车销量；三是公司投资中安租赁前后，政府出台一系列文件提出加快融资租赁业发展，发挥融资租赁服务实体经济发展的作用，在公交车、出租车、公务用车等领域鼓励通	是	公司投资中安租赁有助于巩固和拓展公司在整车销售领域的客户资源，属于围绕产业链上下游以获取渠道为目的的产业投资，因其对公司汽车产品租赁业务的收入占比报告期内呈下降趋势，且比例不高，故认定为财务性投资

				过融资租赁发展新能源汽车及配套设施,积极稳妥发展家用轿车消费品租赁市场。报告期内,公司与中安租赁的合作模式不涉及主要产品、零部件和原材料的购销,仅涉及双方因合作而衍生的少量服务费结算,公司向其销售收入分别为35.71万元、43.73万元、41.79万元和12万元。同时,中安租赁董事会由5名董事组成,公司委派2名董事		
21	惠民交通	7,773.51	城市公共交通服务	城市公共交通中使用的大巴车是公司的主要整车产品之一,公司投资惠民交通的主要目的是获取大巴车的销售渠道,有助于拓展公司的销售市场。报告期内,公司主要向其提供汽车维修、充电运维等服务,销售收入分别为1,397.62万元、769.01万元、971.38万元和522.20万元。同时,惠民交通董事会由7名董事组成,公司委派2名董事	否	属于围绕产业链上下游以获取渠道为目的的产业投资,与公司主营业务具有较强的相关性和协同性,符合公司主营业务及战略发展方向
22	亚明汽车	5,183.18	汽车零部件及配件制造,有色金属铸造,模具制造	汽车零部件的铸造系公司整车产品的关键工艺,亚明汽车系公司汽车零部件供应商,公司投资亚明汽车的主要目的是提升汽车零部件铸造产品的自主可控生产供应能力。报告期内,公司主要向其采购发动机缸体,2022年度采购金额为168.20万元,公司自2023年起开始向亚明汽车母公司安徽亚明汽车科技有限公司采购发动机缸体,2023年度、2024年度、2025年1-6月采购金额分别为1,843.59万元、482.07万元和436.99万元。同时,合肥亚明董事会由5名董事组成,公司委派2名董事	否	属于围绕产业链上下游以获取零部件与技术为目的的产业投资,与公司主营业务具有较强的相关性和协同性,符合公司主营业务及战略发展方向
23	江福科技	5,939.43	汽车车身及模夹检具的开发、制造、销售	汽车车身及模、夹、检具系公司整车产品的主要零部件,江福科技系公司汽车零部件供应商,公司投资江福科技的主要目的是提升汽车车身的自主可控生产供应能力。报告期内,公司主要向其采购模具、汽车零部件,金额分别为277.85万元、8,187.39万元、9,932.22万元和8,185.56万元。同时,江福科技董事会由6名董事组成,公司委派2名董事	否	属于围绕产业链上下游以获取零部件与技术为目的的产业投资,与公司主营业务具有较强的相关性和协同性,符合公司主营业务及战略发展方向
24	智途科技	277.07	汽车智能座舱及	汽车智能座舱及软件系公司整车产品的主要零部	否	属于围绕产业链上下游以获

			软件的研发、生产、销售	件,智途科技系公司汽车零部件供应商,公司投资智途科技的主要目的是提升汽车智能驾驶零部件的自主可控生产供应能力。报告期内,公司主要向其采购技术开发服务,金额分别为101.14万元、3,841.12万元、5,044.99万元和1,665.61万元。同时,智途科技董事会由3名董事组成,公司委派1名董事		取零部件与技术为目的的产业投资,与公司主营业务具有较强的相关性和协同性,符合公司主营业务及战略发展方向
25	航瑞国际	11,270.43	远航运输	航瑞国际系公司汽车整车海外运输服务提供商,公司投资航瑞国际的主要目的是提高整车及零部件产品向境外国家的运输能力。报告期内,公司主要向其采购国际货物运输服务,金额分别为0万元、319.13万元、619.39万元和55.31万元。同时,航瑞国际董事会由7名董事组成,公司委派1名董事	否	属于围绕产业链上下游以获取整车海外运输服务资源为目的的产业投资,与公司主营业务具有较强的相关性和协同性,符合公司主营业务及战略发展方向
26	合肥道一动力	176.18	电机、电驱动的开发、生产、销售	电机、电驱动系公司整车产品的主要零部件,合肥道一动力系公司汽车零部件供应商,公司投资合肥道一动力的主要目的是提升前述零部件的自主可控生产供应能力,有助于公司获取主要零部件。报告期内,公司主要向其采购汽车电机、电驱动系统,金额分别为32,981.00万元、21,080.42万元、13,451.18万元和3,946.29万元。同时,合肥道一动力董事会由5名董事组成,公司委派1名董事	否	属于围绕产业链上下游以获取零部件与技术为目的的产业投资,与公司主营业务具有较强的相关性和协同性,符合公司主营业务及战略发展方向
27	安徽朗戈国际贸易有限公司 (曾用名“江汽进出口”,以下简称“安徽朗戈”)	504.01	汽车整车销售,国际货物运输代理	安徽朗戈原为公司控股子公司,自2023年10月变更为公司参股子公司,系公司汽车整车海外运输服务等提供商,公司投资江汽进出口的主要目的是提高整车及零部件产品跨境的运输能力。报告期内,公司主要向其采购备件、零散件、国际货物运输,金额分别为0万元、78.23万元、494.49万元和397.59万元。同时,江汽进出口董事会由3名董事组成,公司委派1名董事	否	属于围绕产业链上下游以获取整车海外运输服务资源为目的的产业投资,与公司主营业务具有较强的相关性和协同性,符合公司主营业务及战略发展方向
28	中科星驰	770.63	智能驾驶系统、智能装备、车路云一体化整体解决方案	汽车智能驾驶系统系公司整车产品的主要零部件,公司投资中科星驰的主要目的是提升汽车智能驾驶相关零部件的自主可控生产供应能力,有助于公	否	属于围绕产业链上下游以获取零部件与技术为目的的产业投资,与公司主营业务具有

			案	司获取主要零部件。报告期内，公司主要向其销售整车，金额分别为 0 万元、0 万元、230.09 万元和 0 万元。同时，中科星驰董事会由 8 名董事组成，公司委派 1 名董事		较强的相关性和协同性，符合公司主营业务及战略发展方向
29	星驰智卡	661.48	汽车智能驾驶零部件的研发、生产、销售与自动驾驶整车集成服务	星驰智卡的主要业务是自动驾驶整车集成服务，与公司的整车业务高度相关。星驰智卡系公司汽车零部件供应商，公司投资星驰智卡的主要目的是增强在自动驾驶领域的技术布局，提升整车智能化水平，进一步巩固市场竞争力，通过投资星驰智卡，公司可以更深入地参与自动驾驶整车集成的研发和应用，加快智能驾驶技术在整车产品中的落地。报告期内，公司主要向其采购技术服务、样件，金额分别为 0 万元、16.00 万元、280.87 万元和 186.39 万元。同时，星驰智卡董事会由 5 名董事组成，公司委派 2 名董事	否	属于围绕产业链上下游以获取零部件与技术为目的的产业投资，与公司主营业务具有较强的相关性和协同性，符合公司主营业务及战略发展方向
30	长投青峡	2,196.09	太阳能光伏板发电、输电、供电业务	汽车生产制造过程中，制造工厂需要大量的电力资源，长投青峡系公司电力服务提供商，公司投资长投青峡的主要目的是通过在工厂上方铺设光伏板，在使用清洁能源的同时节约工厂用电费用，有助于公司的发展。报告期内，公司主要向其采购供电业务，金额分别为 0 万元、0 万元、651.07 万元和 336.66 万元。此外，长投青峡董事会由 3 名董事组成，公司委派 1 名董事	否	属于围绕产业链上下游以获取电力资源与技术为目的的产业投资，与公司主营业务具有较强的相关性和协同性，符合公司主营业务及战略发展方向
31	中机江淮	45,894.97	SPV 投资平台，收购 Allur Group of Companies JSC (哈萨克斯坦) (简称“Allur 集团”) 51% 股权，无实际主营业务	中机江淮系江汽投资与中国机械进出口(集团)有限公司(CMC)共同出资设立的联合体公司，并以此为 SPV 投资平台完成对 ALLUR 集团 51% 的股权收购；ALLUR 集团为境外整车制造企业，拥有独立的海外工厂。公司投资 ALLUR 集团有助于海外销售市场的拓展。报告期内，公司主要向其投资的 ALLUR 集团销售整车，金额分别为 47,931.64 万元、63,902.69 万元、76,106.55 万元和 12,012.92 万元。中机江淮董事会由 5 名董事组成，公司委派	否	属于围绕产业链上下游以获取渠道为目的的产业投资，与公司主营业务具有较强的相关性和协同性，符合公司主营业务及战略发展方向

				2名董事		
32	中航国际	0.00	清算关闭中	—	否	—
33	塔什干公司	13,437.48	整车的本地化组装、销售及售后服务	<p>公司全资子公司江汽国际于2025年8月对塔什干公司实缴出资；该公司系江汽国际与塔什干投资股份有限公司共同出资在乌兹别克斯坦塔什干组建的合资公司，负责江淮汽车整车的本地化组装、销售及售后服务，2025年1-9月，公司向其销售金额为9,680.69万元，与公司主营业务具有较强的相关性和协同性，符合公司主营业务及战略发展方向。塔什干公司的监事会由5名成员组成，公司委派3名监事；塔什干公司的副总经理和财务总监由公司提名。</p> <p>根据安徽省发改委于2025年5月出具的《境外投资项目备案通知书》(皖发改外资备[2025]83号)，对江汽国际“与塔什干投资股份公司合资在乌兹别克斯坦新建江淮汽车塔什干合资企业有限责任公司并开展整车组装项目”予以备案，项目代码：2504-340000-04-05-230001。江汽国际与塔什干投资股份有限公司签订的《合资协议》与《江淮汽车塔什干合资企业有限责任公司章程》明确规定了：塔什干公司的经营范围为汽车、机械及其零部件的进出口、制造，汽车和机械相关技术的引进，汽车、机械及其零部件的销售、汽车、机械配件的进出口与销售，二手车业务，车辆维修，以及技术服务等；塔什干公司设立的主要目标是建立一个工业工厂，用于在乌兹别克斯坦共和国生产公司车辆，以便根据双方同意的条件向经销商进行销售，供应与维修、保养和其他售后服务有关的备件等</p>	否	属于围绕产业链上下游以获取渠道为目的的产业投资，与公司主营业务具有较强的相关性和协同性，符合公司主营业务及战略发展方向
34	中安智联	189.74	智能驾驶系统、车联网平台及新能源汽车配套技术	公司于2025年7月对中安智联实缴出资；根据公司与天翼交通科技有限公司、安徽省中安智联运营管理合伙企业（有限合伙）及兆边（上海）科技有	否	属于围绕产业链上下游以获取零部件与技术为目的的产业投资，与公司主营业务具有

			的研发、销售	限公司签订的《关于中安智联汽车科技(安徽)有限公司的合资经营合同》，中安智联设立系为了承担“安徽省智能网联车路协同关键共性技术攻关实验室”的建设运营，“安徽省智能网联车路协同关键共性技术攻关实验室”是在安徽省发展和改革委员会的指导与支持下组建的，重点攻关车路云一体化智能驾驶、系统集成、C-V2X安全通信、检测认证等关键共性技术。公司参股中安智联系为了推动智能驾驶系统、车联网平台及新能源汽车配套技术的创新突破，为公司的智能化战略提供重要支撑，与公司主营业务具有较强的相关性和协同性，符合公司主营业务及战略发展方向。中安智联董事会由5名董事组成，公司委派1名董事；中安智联设经理1名，副经理2名，财务负责人1名，其中1名副经理由江淮汽车推荐		较强的相关性和协同性，符合公司主营业务及战略发展方向
其他权益工具投资						
1	徽商银行股份有限公司	1,152.66	商业银行服务	投资徽商银行的主要目的是通过持股优质金融机 构优化资金配置，增强金融资源获取能力，同时提 升资本运作效率	是	徽商银行系中国银保监会颁发《金融许可证》的持牌金融 机构，是一家专注于为地方提供金融服务的银行机构，属于 “非金融企业投资金融业务”，界定为财务性投资
2	中发联投资有限公司	1,050.00	投资与资产管理	公司投资中发联投资有限公司的主要目的是通过其投资博格华纳联合传动系统有限公司，完善在离合器变速器模块和其它自动变速器模块领域的业务布局，并加强与国内车企的业务交流合作。报告期内，公司主要向其投资的博格华纳联合传动系统有限公司采购双离合器总成、导向毂总成等，金额分别为4,003.76万元、5,962.49万元、5,177.22万元和1,515.20万元。	是	属于围绕产业链上下游以获取零部件与技术为目的的产 业投资，与公司主营业务具有较强的相关性和协同性，符合 公司主营业务及战略发展方向

3	中发联(北京)技术投资有限公司	525.00	投资与资产管理	公司投资中发联(北京)技术投资有限公司的主要目的是通过其收购德国 META 公司,以此完善公司在发动机领域的业务布局,促进公司提高研发水平、培养发动机研发人才,加强与国内车企的业务交流合作	是	属于围绕产业链上下游以获取零部件与技术为目的的产业投资,与公司主营业务具有较强的相关性和协同性,符合公司主营业务及战略发展方向
4	安徽安和保险代理有限公司	0.00	经营异常,无法取得联系	—	是	—
5	南京白鹭高速客运股份有限公司	954.08	公路旅客运输	公路旅客运输中使用的大巴车是公司的主要整车产品之一,公司投资南京白鹭的主要目的是获取大巴车的销售渠道,及时掌握公路客运市场动向,有助于拓展公司的销售市场。南京白鹭高速客运股份有限公司作为公司的客车客户,公司曾在报告期前向其销售客车产品。同时,南京白鹭董事会由 7 名董事组成,公司委派 1 名董事	否	属于围绕产业链上下游以获取渠道为目的的产业投资,与公司主营业务具有较强的相关性和协同性,符合公司主营业务及战略发展方向
6	合肥万力轮胎有限公司	6,036.89	汽车轮胎的研发、生产、销售	汽车轮胎系公司整车产品的主要零部件,公司投资合肥万力轮胎的主要目的是提升汽车轮胎的自主可控生产供应能力,有助于公司获取主要零部件。报告期内,公司主要向其采购汽车轮胎,金额分别为 4,037.84 万元、3,885.72 万元、2,825.84 万元和 2,222.37 万元。同时,合肥万力轮胎董事会由 5 名董事组成,公司委派 1 名董事	否	属于围绕产业链上下游以获取零部件与技术为目的的产业投资,与公司主营业务具有较强的相关性和协同性,符合公司主营业务及战略发展方向
7	EMIN AUTO (阿尔及利亚)	78.16	汽车整车销售	公司投资 EMIN AUTO (阿尔及利亚)的主要目的是为了和阿尔及利亚当地整车经销商开展合作,共同开发当地市场,获得更多整车销售渠道。报告期内,公司主要向其销售整车,金额分别为 0 万元、65,638.47 万元、178.61 万元和 0 万元。	否	属于围绕产业链上下游以获取渠道为目的的产业投资,与公司主营业务具有较强的相关性和协同性,符合公司主营业务及战略发展方向

注: ①截至 2025 年 9 月末,公司对国江未来、中安智能的投资账面价值分别为 23,032.14 万元、9,365.74 万元,不界定为财务性投资,具体分析详见下文; ②2025 年 10 月,公司已将安徽朗戈国际贸易有限公司股权全部对外转让。

截至 2025 年 9 月末，公司长期股权投资标的共有 36 个，账面价值合计为 556,551.23 万元。其中 34 个不界定为财务性投资，账面价值合计为 325,198.96 万元，除 2 个处于清算关闭中，剩余 32 个标的情况如下：康明斯动力、华霆电池、江淮松芝等 23 家企业系公司的汽车零部件供应商，为公司提供发动机、电池、空调等汽车零部件；长投青峡（1 家）系公司的电力服务供应商，为公司工厂铺设光伏板同时提供电力服务；中安智联（1 家）运营智能网联车路相关技术攻关实验室，为公司的智能化战略提供重要支撑；惠民交通、中机江淮、塔什干公司等 3 家企业系公司为获取销售渠道为目的的产业投资，有助于公司拓展大巴车销售市场或海外销售市场；江淮智能科技（1 家）为公司高端新能源汽车工厂提供运营服务，负责相关管理人员、生产人员、运营人员等劳动用工相关事务的运营管理；大众安徽（1 家）系为提升公司自身整车制造质量与技术，获取优质行业资源，有助于公司在整车制造行业竞争中获得优势；国江未来和中安智能等 2 家企业系公司投资的产业基金，围绕汽车产业链领域开展相关投资整合业务，且对外投资的标的公司均属于汽车产业链相关领域。前述 32 个标的均属于围绕公司产业链上下游以获取技术、原料、渠道为目的的产业投资，符合公司主营业务及战略发展方向，公司也向其中 31 家企业派驻了董事/监事/投委会委员，参与企业的日常经营决策。另外 2 个被界定为财务性投资，账面价值合计为 231,352.28 万元，分别为瑞福德和中安租赁，账面价值分别为 188,018.82 万元和 43,333.46 万元。

截至 2025 年 9 月末，公司其他权益工具投资标的共有 7 个，账面价值合计为 9,796.79 万元。其中 3 个不界定为财务性投资，账面价值合计为 7,069.13 万元：南京白鹭高速客运股份有限公司和 EMIN AUTO（阿尔及利亚）系公司为获取销售渠道为目的的产业投资，有助于公司拓展大巴车销售市场或海外销售市场；合肥万力轮胎有限公司系公司的汽车零部件供应商，为公司提供汽车轮胎，3 个标的均属于围绕公司产业链上下游以获取技术、原料、渠道为目的的产业投资，符合公司主营业务及战略发展方向，且公司向南京白鹭高速客运股份有限公司和合肥万力轮胎有限公司均派驻了董事，参与企业的日常经营决策。另外 4 个被界定为财务性投资，账面价值合计为 2,727.66 万元，分别为徽商银行股份有限公司、中发联投资有限公司、中发联（北京）技术投资有限公司和安徽安和保险代理有

限公司，账面价值分别为 1,152.66 万元、1,050.00 万元、525.00 万元和 0 万元。

1、对国江未来、中安智能、中机江淮、中发联投资有限公司等投资的具体情况分析

根据《上市审核动态》(2023 年第 1 期) 中关于以对外投资为主要业务的主体的相关规定，公司对上述参股公司中以对外投资为主要业务的国江未来、中安智能、中机江淮、中发联投资有限公司、中发联(北京)技术投资有限公司的具体分析如下：

(1) 国江未来

序号	相关规定	具体情况
1	相关主体的设立及对外投资目的	国江未来于 2021 年设立，由江淮汽车直接持有国江未来 50% 合伙份额，安徽国控增动能投资基金合伙企业(有限合伙)、安徽国控资产管理有限公司、安徽国控资本私募基金管理有限公司分别持有合伙份额 39.00%、10.00% 和 1.00%，其中安徽国控资本私募基金管理有限公司为普通合伙人和执行事务合伙人。 根据合伙协议 1.4 条约定，“本合伙企业设立的目的是进一步优化国有资本结构、充分利用产业资源优势，围绕汽车产业链领域开展相关投资整合业务”。
2	发行人能否控制该类主体，能否决定相关主体对外投资标的的选择	作为国江未来的有限合伙人，公司持有国江未来 50.00% 合伙份额，虽不能控制国江未来，但可以通过一票否决权控制国江未来对外投资标的的选择，具体分析如下： 根据合伙协议第 6.3 条的约定，国江未来“投资决策委员会由三名委员组成，江淮汽车、安徽国控增动能投资基金合伙企业(有限合伙)及基金管理人各委派 1 名委员，投资决策委员会决策事项由全体委员一致同意后执行”。因此，根据上述约定，国江未来对于投资执行集体决策，江淮汽车拥有一票否决权，可以控制国江未来的投资方向，对不符合汽车产业链领域投资方向的投资，公司投反对票即无法执行。此外，国江未来已出具说明“在执行合伙事务过程中，已维护并将持续维护江淮汽车的一票否决权”。
3	结合相关主体现有投资标的情况及相关规定，分析说明该主体现有底层各投资标的是否均属于前述的产业投资，能否保障未来投资标的均属于产业投资	根据合伙协议第 7.2 条关于投资目标的约定，国江未来的投资方向为“主要围绕汽车产业链上下游及相关产业项目进行控股或参股投资，以推动其协同战略发展。重点投向于新能源汽车关键技术，电池及管理技术、电机及其控制技术、整车控制技术等领域；汽车智能化、网联化投资方向包括智能座舱、智能驾驶等，如车载传感器、雷达、车载摄像头、夜视技术、人机交互技术等领域；汽车轻量化方向等”。 国江未来现有投资标的均属于产业投资(详见下文)，且由于合伙协议限定投资范围为上述汽车产业链领域，同时公司可以控制投资方向，因此可以保障未来投资标的均属于产业投资。

截至本回复出具日，国江未来对外投资情况如下：

被投资企	持股比例	主营业务	与公司业务的协同性
------	------	------	-----------

业名称			
江苏多维科技有限公司	2.0329%	TMR 磁传感器研发、生产和销售; 其主营产品磁传感芯片可用于汽车中的液位、电流、速度和角度传感, 应用于汽车尿素箱、油箱等场景的液位检测, 动力总成、变速箱、底盘和车身等核心关键系统的角度和速度测量以及电池管理系统的电流测量等领域	位于汽车产业链中上游。公司通过国江未来间接投资江苏多维科技有限公司有助于加强公司与汽车零部件企业之间的业务交流合作, 与公司主营业务具有较强的相关性和协同性, 符合公司主营业务及战略发展方向
芜湖埃泰克汽车电子股份有限公司	1.0213%	设计、开发、制造和销售各类智能网联汽车电子产品; 其主营产品为汽车中央核心域控、车身控制器、域控制器、以太网网关、射频蓝牙、无钥匙进入系统、纹波防夹、毫米波雷达、T-BOX、新能源汽车电子、热管理、专用车智联智控、智能座椅等	位于汽车产业链中上游, 系国内汽车电子第一梯队的优质供应商, 与奇瑞、长城、长安、吉利、一汽、北汽、理想等整车厂达成稳定合作。公司通过国江未来间接投资芜湖埃泰克汽车电子股份有限公司, 有助于加强公司与汽车零部件企业之间的业务交流合作, 与公司主营业务具有较强的相关性和协同性, 符合公司主营业务及战略发展方向
苏州豪米波技术有限公司	7.3572%	毫米波技术及其产品的研发、生产和销售; 主营产品为汽车毫米波雷达等	位于汽车产业链中上游, 系公司毫米波雷达的核心供应商, 主要客户还有奇瑞、江铃等, 与公司主营业务具有较强的相关性和协同性, 符合公司主营业务及战略发展方向。报告期内, 公司主要向苏州豪米波技术有限公司采购汽车毫米波雷达, 金额分别为123.10万元、480.79万元、494.70万元和282.52万元
上海同驭汽车科技有限公司	1.8533%	汽车智能底盘系统一级供应商, 专注于“新一代线控底盘核心技术”的研发和产业化; 主营产品覆盖线控电子液压制动系统(EHB)、集成式线控电子液压制动系统(iEHB)、电子驻车制动系统(EPB)、防抱死制动系统(ABS)、电子稳定性控制系统(ESC)等智能制动系列产品	位于汽车产业链中上游, 是江淮商用车线控制动的核心供应商, 与公司主营业务具有较强的相关性和协同性, 符合公司主营业务及战略发展方向。报告期内, 公司主要向上海同驭汽车科技有限公司采购线控制动系统, 金额分别为0万元、85.97万元、697.67万元和389.43万元
深圳瑞识智能科技有限公司	2.0408%	半导体光学领域的高科技公司, 提供行业VCSEL光学解决方案, 产品可用于汽车激光雷达的发射端、汽车夜视系统、OMS/OMS、汽车PM2.5监测等领域	位于汽车产业链中上游。公司通过国江未来间接投资深圳瑞识智能科技有限公司, 有助于加强公司与汽车零部件企业之间的业务交流合作, 与公司主营业务具有较强的相关性和协同性, 符合公司主营业务及战略发展方向

北京英创汇智科技有限公司	1.0549%	汽车零部件研发商,致力于汽车整车动力学控制、底盘电控、汽车智能主动安全等技术领域创新与产品研发;主营产品覆盖线控电子稳定性控制系统(ESC)、防抱死制动系统(ABS)、电子驻车制动系统(EPB)等智能制动系列产品	位于汽车产业链中上游,是公司线控制动的核心供应商之一,与公司主营业务具有较强的相关性和协同性,符合公司主营业务及战略发展方向。报告期内,公司主要向北京英创汇智科技有限公司及其全资子公司采购线控制动系统,金额分别为2,865.34万元、8,180.38万元、6,492.67万元和2,709.49万元
航宇智造(北京)工程技术有限公司	3.2807%	超高压成形、蒙皮拉形、复材成型、热气胀+快冷强化成形等航空航天、轨道交通、汽车制造领域的轻量化产品研发、生产和销售,可用于汽车防撞梁、汽车A、B、C柱等结构	位于汽车产业链中上游,是多家汽车企业的一级零部件供应商。公司通过国江未来间接投资航宇智造(北京)工程技术有限公司,有助于加强公司与汽车零部件企业之间的业务交流合作,与公司主营业务具有较强的相关性和协同性,符合公司主营业务及战略发展方向
协众国际热管理系统(江苏)股份有限公司	1.8116%	汽车空调研发、生产和销售;主营产品包括传统燃油车空调系统和新能源汽车热管理系统	位于汽车产业链中上游,是国内外各大一线车厂热管理系统零部件供应商。公司通过国江未来间接投资协众国际热管理系统(江苏)股份有限公司,有助于加强公司与汽车零部件企业之间的业务交流合作,与公司主营业务具有较强的相关性和协同性,符合公司主营业务及战略发展方向
万力轮胎股份有限公司	0.7270%	汽车轮胎的生产和销售;主营产品为汽车轮胎	属于汽车零部件企业,位于汽车产业链中上游,是包括公司在内的多家汽车厂的一级供应商,公司亦与其共同投资设立合肥万力轮胎有限公司,与公司主营业务具有较强的相关性和协同性,符合公司主营业务及战略发展方向。报告期内,公司向万力轮胎股份有限公司及其控股子公司主要采购汽车轮胎,金额分别为7,307.31万元、7,479.70万元、6,108.79万元和3,678.60万元
苏州绿控传动科技股份有限公司	0.9837%	新能源商用车电驱动系统的生产与销售,涵盖电驱动系统和自动变速器等核心产品和部件	位于汽车产业链中上游,系国内新能源商用车电驱动系统的领军企业之一,在驱动电机、变速器和控制系统方面掌握一系列关键技术,主要产品为电驱动系统和自动变速器等核心产品和部件,具有高可靠性、高效率、一体化和轻量化的优势,广泛应用于混合动力(含插电式混合动力)和纯电动(含燃料电池)等新能源技术路线下的商用车和非道路移动机械领域,是公司新能源重卡电驱系统供应商,与公司主营业务具有较强的相关性和协同性,符合公司主营业务及战

			略发展方向。报告期内，公司向苏州绿控传动科技股份有限公司采购电驱系统及零部件，金额分别为 494.56 万元、2,867.19 万元、3,682.78 万元和 384.93 万元
--	--	--	---

由上表可知，国江未来对外股权投资的标的公司均属于汽车产业链相关领域，公司对国江未来的投资不界定为财务性投资。

(2) 中安智能

序号	相关规定	具体情况
1	相关主体的设立及对外投资目的	中安智能于 2023 年设立，由江淮汽车直接持有中安智能 30%合伙份额，肥西县运河产业基金有限公司、安徽省铁路发展基金股份有限公司、安徽省新兴产业发展基金有限公司、安徽中安资本管理有限公司和肥西紫蓬私募基金管理有限公司分别持有合伙份额 29.70%、24.00%、15.00%、1.00% 和 0.30%。根据合伙协议，中安智能设立及对外投资目的为发挥国有资本撬动作用，加速汽车产业向电动化、智能化、网联化转型升级，支持新能源汽车整车企业和产业链上下游企业布局安徽，优化全省汽车产业链布局，助推汽车产业高质量发展。此外，中安智能普通合伙人、执行事务合伙人和基金管理人中安资本已于 2025 年 4 月 7 日出具说明函“承诺本基金重点投资于新能源汽车和智能网联汽车全产业链企业，且目前基金实际投资和未来投资方向都将围绕江淮汽车所属产业链上下游进行投资”
2	发行人能否控制该类主体，能否决定相关主体对外投资标的的选择	作为中安智能的有限合伙人，公司持有中安智能 30.00%合伙份额，虽不能控制中安智能，但可以通过一票否决权控制中安智能对外投资标的的选择，具体分析如下：根据合伙协议第 4.2 条的约定，中安智能“投资决策委员会设 5 名委员，其中，公司与肥西县运河产业基金有限公司、安徽省铁路发展基金股份有限公司、安徽省新兴产业发展基金有限公司、安徽中安资本管理有限公司各委派 1 名……，每位委员均有 1 票表决权，基金投资业务的决策需要经投资决策委员会委员一致同意视为通过”。因此，根据上述约定，中安智能对于投资执行集体决策，江淮汽车拥有一票否决权，可以控制中安智能的投资方向，对不符合汽车产业链领域投资方向的投资，公司投反对票即无法执行
3	结合相关主体现有投资标的情况及相关规定，分析说明该主体现有底层各投资标的是否均属于前述的产业投资，能否保障未来投资标的均属于产业投资	根据合伙协议第 3.2 条的约定，中安智能的投资方向为“基金重点投资于新能源汽车和智能网联汽车全产业链企业，包括但不限于动力电池、电驱动、智能网联、轻量化、汽车电子、汽车芯片等细分领域项目，并支持安徽省新兴产业发展”。中安智能现有投资标的均属于产业投资（详见下文），且由于合伙协议和基金管理人承诺限定投资范围为汽车产业链领域，同时公司可以控制投资方向，因此可以保障未来投资标的均属于产业投资

截至本回复出具日，中安智能对外投资情况如下：

被投资企业名称	持股比例	主营业务	与公司业务的协同性
安徽深向科技有限公司	3.33%	专注于智能新能源卡车的研发、生产和销售；主营产品为新能源智能重卡	国内正向设计新能源智能重卡企业，系公司客户。公司通过中安智能间接投资安徽深向科技有限公司有助于加强公司与行业内企业之间的业务交流合作，与公司主营业务具有很强的相关性和协同性，符合公司主营业务及战略发展方向。报告期内，公司向其销售额分别为0万元、2,638.61万元、4,964.05万元和3,312.18万元
安徽中科星驰自动驾驶技术有限公司	5.8252%	面向汽车智能化及自动驾驶场景应用需求，提供软硬一体的智能驾驶系统、智能驾驶核心零部件、智能整车和车云一体的自动驾驶解决方案	位于汽车产业链中上游。公司与其成立了合资公司安徽星驰智卡科技有限公司，并为公司提供汽车零部件产品，与公司主营业务具有较强的相关性和协同性，符合公司主营业务及战略发展方向。报告期内，公司主要向中科星驰销售整车，金额分别为0万元、0万元、230.09万元和0万元；公司向其子公司星驰智卡主要采购技术服务、样件，采购金额分别为0万元、16.00万元、280.87万元和186.39万元
马鞍山恒精新能源科技有限公司	7.8947%	新能源汽车刹车系统零部件研发、生产和销售	位于汽车产业链中上游。公司通过中安智能间接投资马鞍山恒精新能源科技有限公司有助于加强公司与汽车零部件企业之间的业务交流合作，与公司主营业务具有较强的相关性和协同性，符合公司主营业务及战略发展方向

由上表可知，中安智能对外股权投资的标的公司均属于汽车产业链相关领域，公司对中安智能的投资不界定为财务性投资。

（3）中机江淮荷兰汽车有限公司（以下简称“中机江淮”）

根据江淮汽车子公司江汽投资与中国机械进出口（集团）有限公司（以下简称“中机进出口”）于2018年签署的《关于Allur Group of Companies JSC收购股权交易之联合体协议》（简称“联合体协议”），江汽投资与中机进出口共同出资设立联合体公司中机江淮，并完成了境外投资备案，其中江汽投资持股比例49%，中机进出口持股比例51%。因此根据《联合体协议》，中机江淮系“联合体各方为实施拟议交易之目的，在荷兰设立的收购平台”，即SPV（特殊目的投资主体），以完成对ALLUR集团51%的股权收购。

根据国家发改委于2019年3月出具的《境外项目投资备案通知书》（发改办外资备[2019]245号），对“中国机械进出口(集团)有限公司等并购哈萨克斯坦

ALLUR 公司 51% 股权项目”（项目代码：2019-000052-89-03-000437）予以备案。

前述投资项目备案的主要内容如下：

项目名称	中机进出口等并购哈萨克斯坦 ALLUR 公司 51% 股权项目
投资主体	中机进出口、江汽投资
投资地点	直接目的地：荷兰-阿姆斯特丹； 最终目的地：哈萨克斯坦-阿斯塔纳
中方投资额构成	项目总投资 1,497.23 万美元，其中中机进出口出资 763.59 万美元（持股 51%），江汽投资出资 733.64 万美元（持股 49%）
项目主要内容和规模	中机进出口拟与江汽投资在荷兰新设平台公司中机江淮(C&J NED AUTO B.V.)，中机进出口出资 763.59 万美元持股 51%；江汽投资安徽江汽出资 733.64 万美元，持股 49%，并通过该平台公司收购哈萨克斯坦 ALLUR 公司 51% 股权。

江汽投资与中机进出口已于 2020 年 1 月完成对中机江淮的出资（分别为 733.64 万美元、763.59 万美元，合计 1,497.23 万美元）；中机江淮已于 2020 年 6 月完成对收购对方的资金支付，支付金额 1,497.23 万美元，经过主管部门备案的对外投资金额已全部完成支付并用于备案事项。

综上，中机江淮系江淮汽车子公司江汽投资与中机进出口为实施收购 ALLUR 集团 51% 股权之目的，在荷兰设立的 SPV，尽管公司不能控制中机江淮，但鉴于中机江淮设立的特殊目的和备案要求，其设立仅用于收购 ALLUR 集团，未来亦不会新增其他投资标的。公司间接投资 ALLUR 集团有助于海外销售市场的拓展，报告期内，公司向 ALLUR 集团销售整车，金额分别为 47,931.64 万元、63,902.69 万元、76,106.55 万元和 12,012.92 万元。公司对中机江淮的投资不界定为财务性投资。

（4）中发联投资有限公司（以下简称“中发联”）和中发联（北京）技术投资有限公司（以下简称“中发联（北京）”）

公司对中发联和中发联（北京）投资虽系为了投资离合器变速箱和发动机等产业链上游企业，但考虑到公司不能控制其投资方向，基于谨慎性考虑亦认定为财务性投资。

2、对中安租赁的投资分析

根据《证券期货法律适用意见第 18 号》之“一、关于第九条“最近一期末不存在金额较大的财务性投资”的理解与适用”之“（三）上市公司及其子公司参股类金融公司的，适用本条要求；经营类金融业务的不适用本条，经营类金融

业务是指将类金融业务收入纳入合并报表”。中安租赁系公司持股 43.33%的联营企业，不纳入公司合并报表范围，因此公司比照《证券期货法律适用意见第 18 号》的规定进行分析。

公司对中安租赁投资的具体分析如下：

(1) 基本情况、经营内容

项目	具体内容
公司名称	安徽中安汽车融资租赁股份有限公司
经营范围	汽车及相关产品的融资租赁业务；其他融资租赁业务；与主营业务有关的商业保理业务；租赁业务；向国内外购买租赁财产；租赁财产的残值处理及维修；租赁交易咨询（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
成立时间	2018-08-01
注册资本	90,000.00 万元
股权结构	安徽深安投资有限公司持股 56.67%、公司持股 43.33%

2024 年度、2025 年 1-6 月，中安租赁营业收入分别为 12,880.40 万元、6,825.38 万元；2024 年末、2025 年 6 月末，中安租赁资产负债率分别为 49.11%、53.16%。中安租赁制定了相应的内部控制制度，并对客户提取坏账准备金，能够有效控制经营风险。

(2) 服务对象与盈利来源

中安租赁主要从事汽车、设备等融资租赁业务，对于汽车融资租赁业务，服务对象包括公司汽车产品终端客户、公司经销商等。报告期内，中安租赁营业收入分别为 10,940.51 万元、11,388.52 万元、12,880.40 万元和 6,825.38 万元，均为融资租赁业务收入，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
汽车产品租赁业务	400.10	5.86%	950.25	7.38%	1,195.80	10.50%	4,883.86	44.64%
非汽车产品租赁业务	6,425.27	94.14%	11,930.15	92.62%	10,192.72	89.50%	6,056.64	55.36%
营业收入	6,825.38	100.00%	12,880.40	100.00%	11,388.52	100.00%	10,940.51	100.00%

注：上表中中安租赁“汽车产品租赁业务”均为对江淮汽车品牌车辆的融资租赁业务，中安租赁 2025 年 1-6 月相关财务数据未经审计。

中安租赁以汽车相关产品开展租赁业务的客户主要为公司的经销商以及终端消费者客户（其中服务公司经销商客户约 140 家）。由上表可知，报告期内中安租赁汽车产品租赁业务收入占其营业收入的比例分别为 44.64%、10.50%、7.38% 和 5.86%，涉及的汽车标的物均为江淮汽车品牌车辆（轻卡、重卡、客车等），与公司汽车产品销售业务具有较强的协同性。此外，公司与中安租赁合作为客户购买公司汽车产品提供担保：根据公司子公司安凯客车与中安租赁签订协议，安凯客车为涡阳县公共交通有限责任公司、巢湖市经纬城乡客运有限公司与安徽交运集团巢湖汽运有限公司等公司客车产品客户与中安租赁签订的《融资租赁合同》提供未到期融资款余额担保服务。

（3）符合行业惯例

通过查询公开信息，公司同行业可比公司中亦存在参股或控股融资担保、融资租赁等汽车金融业务公司的情形，如上汽集团（600104）持股上汽通用融资租赁有限公司 45% 股权、长安汽车（000625）持股中国兵器装备集团融资租赁有限责任公司 5% 股权、长城汽车（601633）持股天津欧拉融资租赁有限公司 100% 股权和枣启融资租赁有限公司 100% 股权等，详见本题“三、最近一年一期类金融业务的内容、模式、规模等基本情况及相关风险、债务偿付能力及经营合规性，结合具体内容、服务对象、盈利来源、与公司主营业务之间的关系，说明该业务是否属于行业发展所需或符合行业惯例”之“（二）结合具体内容、服务对象、盈利来源、与公司主营业务之间的关系，说明该业务是否属于行业发展所需或符合行业惯例”之“2、与公司主营业务之间的关系，是否属于行业发展所需或符合行业惯例”。此外，根据前述同行业可比公司公开信息，均未将其投资的融资租赁公司认定为财务性投资。

综上，公司对中安租赁的投资有利于满足公司下游客户多样化的融资需求，从而促进公司产品的销售，同时可以整合行业优势资源，实现产融结合、服务实体经济，但考虑到中安租赁对公司汽车产品租赁业务的收入占比报告期内呈下降趋势，且比例不高，因此公司将其认定为财务性投资。

综合以上分析，截至 2025 年 9 月末，对上述投资中，公司投资瑞福德、徽商银行股份有限公司、安徽安和保险代理有限公司属于非金融企业投资金融业务；对中安租赁的投资属于投资类金融业务，且考虑到其对公司汽车产品租赁业务的

收入占比报告期内呈下降趋势，且比例不高，故认定为财务性投资；对中发联和中发联（北京）投资虽系为了投资离合器变速箱和发动机等产业链上游企业，但考虑到公司不能控制其投资方向，基于谨慎性考虑亦认定为财务性投资。除瑞福德、徽商银行股份有限公司、安徽安和保险代理有限公司、中安租赁、中发联和中发联（北京）外，公司对上述其他企业的投资均不界定为财务性投资。

（五）其他非流动资产

截至 2025 年 9 月末，公司其他非流动资产余额 2,416.00 万元，主要是预付长期资产购置款，不涉及财务性投资。

因此，截至 2025 年 9 月末，公司涉及财务性投资的具体情况如下：

单位：万元		
科目	投资内容	期末余额
长期股权投资	瑞福德	188,018.82
	中安租赁	43,333.46
其他权益工具投资	徽商银行股份有限公司	1,152.66
	安徽安和保险代理有限公司	-
	中发联	1,050.00
	中发联（北京）	525.00
合计		234,079.93
合并报表归属于母公司净资产		992,926.20
财务性投资占合并报表归属于母公司净资产的比例		23.57%

综上，结合以上对公司截至 2025 年 9 月末其他应收款、长期股权投资、其他权益工具投资等相关资产的具体内容、与公司业务的协同性的分析，公司相关资产不认定为财务性投资的依据准确，符合公司实际情况。公司 2025 年 9 月末财务性投资占合并报表归属于母公司净资产的比例为 23.57%。公司已于 2025 年 4 月 18 日召开八届二十五次董事会、八届十四次监事会，审议通过了《关于调整公司向特定对象发行 A 股股票方案的议案》等议案，按照相关法律、法规、规范性文件的规定及公司实际情况和资金统筹安排在募集资金总额中调减本次募集资金 140,000 万元，调减金额占公司截至 2025 年 9 月末归属于母公司净资产的比例为 14.10%，调减后，公司不存在持有金额较大、期限较长的财务性投资（包括类金融业务）情形，本次募集资金总额调整为 350,000 万元。

截至 2025 年 6 月末，公司涉及财务性投资的具体情况如下：

单位：万元

科目	投资内容	期末余额
长期股权投资	瑞福德	185,445.81
	中安租赁	42,885.13
其他权益工具投资	徽商银行股份有限公司	1,363.26
	安徽安和保险代理有限公司	-
	中发联	1,050.00
	中发联（北京）	525.00
合计		231,269.20
合并报表归属于母公司净资产		1,058,963.13
财务性投资占合并报表归属于母公司净资产的比例		21.84%

综上，公司 2025 年 6 月末财务性投资占合并报表归属于母公司净资产的比例为 21.84%。公司已于 2025 年 4 月 18 日召开八届二十五次董事会、八届十四次监事会，审议通过了《关于调整公司向特定对象发行 A 股股票方案的议案》等议案，按照相关法律、法规、规范性文件的规定及公司实际情况和资金统筹安排在募集资金总额中调减本次募集资金 140,000 万元，调减金额占公司截至 2025 年 6 月末归属于母公司净资产的比例为 13.22%，调减后，公司不存在持有金额较大、期限较长的财务性投资（包括类金融业务）情形，本次募集资金总额调整为 350,000 万元。

三、最近一年一期类金融业务的内容、模式、规模等基本情况及相关风险、债务偿付能力及经营合规性，结合具体内容、服务对象、盈利来源、与公司主营业务之间的关系，说明该业务是否属于行业发展所需或符合行业惯例。

（一）最近一年一期类金融业务的内容、模式、规模等基本情况及相关风险、债务偿付能力及经营合规性

最近一年一期，公司全资子公司江淮担保所从事的融资担保业务属于类金融业务。江淮担保为江淮汽车经销商、供应商及终端用户提供融资担保服务，并收取担保费。2024 年度、2025 年 1-6 月，江淮担保营业收入分别为 9,930.24 万元、4,158.13 万元；2024 年末、2025 年 6 月末江淮担保流动比率分别为 2.03、1.77，资产负债率分别为 45.08%、51.76%。公司针对江淮担保融资担保业务制定了相

应的内部控制制度，目前无银行等金融机构借款，具备一定的债务偿付能力，并提取担保赔偿准备金和未到期责任准备金作为风险准备金。

根据安徽省公共信用信息服务中心出具的江淮担保的《无违法违规证明》，江淮担保自 2021 年 1 月 1 日至 2025 年 7 月 23 日，在市场监管、地方金融监管等领域无行政处罚和严重失信等违法违规信息。

综上，江淮担保从事的融资担保业务与公司主营业务密切相关，发展较为稳定，防范风险及偿债能力较强，报告期内亦未受到市场监管、地方金融监管等主管部门的行政处罚，业务开展合法合规。

（二）结合具体内容、服务对象、盈利来源、与公司主营业务之间的关系，说明该业务是否属于行业发展所需或符合行业惯例

1、具体经营内容、服务对象、盈利来源

（1）江淮担保基本情况、经营内容

项目	具体内容
公司名称	合肥江淮汽车融资担保有限公司
经营范围	许可项目：融资担保业务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：非融资担保服务；财务咨询；以自有资金从事投资活动（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）
成立时间	2006-07-11
注册资本	50,000.00 万元
股权结构	公司持股 100.00%

此外，江淮担保现持有安徽省地方金融监督管理局颁发的《融资担保业务经营许可证》（许可证编号：皖 340123004），业务范围包括“主营贷款担保、票据承兑担保、贸易融资担保、项目融资担保、信用证担保业务；兼营诉讼保全担保，履约担保业务，与担保业务有关的融资咨询、财务顾问中介服务，以自有资金进行投资业务”，有效期至 2026 年 3 月 17 日。

江淮担保的具体经营内容系为汽车产业链相关客户提供融资担保业务：对于汽车终端客户，江淮担保为其通过融资方式购买公司汽车产品提供担保服务，并收取一定比例担保费；对于公司经销商，江淮担保为其在合作银行开具银行承兑汇票购买公司汽车产品提供担保服务，并收取一定比例担保费。

(2) 服务对象与盈利来源

江淮担保从事融资担保业务，服务对象全部为江淮汽车经销商、供应商和汽车产品的终端用户，满足其融资担保需求。2024年度、2025年1-6月，江淮担保营业收入具体情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度	
	金额	占比	金额	占比
担保费收入	3,756.54	90.34%	8,639.47	87.00%
其他业务收入	401.59	9.66%	1,290.76	13.00%
营业收入	4,158.13	100.00%	9,930.24	100.00%

注：其他业务收入主要为票据监管费、手续费等。

江淮担保最近一年一期的经营情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月/2025年6月末	2024年度/2024年末
营业收入	4,158.13	9,930.24
净利润	1,954.41	3,943.40
资产总额	136,237.39	134,316.92
资产净额	65,725.69	73,771.28

注：2024年度财务数据已经天健会计师审计，2025年1-6月财务数据未经审计。

2、与公司主营业务之间的关系，是否属于行业发展所需或符合行业惯例

(1) 与公司主营业务之间的关系

公司是一家集商用车、乘用车及动力总成研发、制造、销售和服务于一体的综合型汽车厂商，通过子公司江淮担保为江淮汽车经销商、供应商和汽车产品的终端用户提供融资担保业务，盈利来源主要是担保费等相关收入，能够促进公司产品销售，与公司主营业务发展密切相关。公司通过开展融资担保业务，不仅可以为客户提供产品销售服务，还可以为客户提供担保服务，实现产融结合，有利于促进公司产品销售，进而服务实体经济。

(2) 是否属于行业发展所需或符合行业惯例

2020年4月，国家发改委等11个部委联合发布《关于稳定和扩大汽车消费若干措施的通知》(发改产业〔2020〕684号)，提出用好汽车消费金融，鼓励金融机构积极开展汽车消费信贷等金融业务。2022年7月，商务部等17个部门联

合发布《关于搞活汽车流通 扩大汽车消费若干措施的通知》，提出丰富汽车金融服务，加大汽车消费信贷支持，有序发展汽车融资租赁，增加金融服务供给。因此，开展包括担保业务或融资租赁在内的相关汽车金融业务符合国家产业政策。

整车企业通过开展服务于汽车销售的相关金融业务，为产业链上下游企业及终端客户等提供融资担保或融资租赁等综合服务，从而促进整车销售，同时也被终端消费者、经销商等普遍接受，是汽车行业发展中到一定阶段的自然需求，符合汽车行业发展惯例。

通过查询公开信息，公司同行业可比公司中存在部分开展融资担保或融资租赁等汽车金融业务的下属公司，具体情况如下：

序号	上市公司	直接/间接持股比例	设立的相关汽车金融公司
1	上汽集团 (600104)	100.00%	安吉租赁有限公司
		45.00%	上汽通用融资租赁有限公司
2	比亚迪 (002594)	30.00%	深圳比亚迪国际融资租赁有限公司
		77.00%	比亚迪汽车金融有限公司
3	长城汽车 (601633)	98.18%	天津长城滨银汽车金融有限公司
		100.00%	保定枣启租赁有限公司
		100.00%	天津欧拉融资租赁有限公司
4	长安汽车 (000625)	48.66%	长安汽车金融有限公司
		5.00%	中国兵器装备集团融资租赁有限责任公司
5	广汽集团 (601238)	50.00%	广州广汽汇理融资租赁有限公司
6	福田汽车 (600166)	100.00%	北京银达信融资担保有限责任公司
		49.09%	北京中车信融融资租赁有限公司

综上，江淮担保从事的类金融业务与公司主营业务发展密切相关，有利于服务实体经济，属于行业发展所需、符合行业惯例。

【核查情况】

一、核查过程

针对以上事项，保荐机构和申报会计师执行了以下核查程序：

1、查阅《证券期货法律适用意见第 18 号》第 1 条、《监管规则适用指引——发行类第 7 号》第 1 条等关于财务性投资及类金融业务的相关规定，了解财务

性投资（包括类金融业务）认定的要求并进行逐条核查；

2、访谈发行人管理层，了解自本次董事会决议日前六个月至今公司是否存在实施或拟实施财务性投资（含类金融业务）及其具体情况，了解公司对外股权投资的投资背景与目的、是否符合主营业务及战略发展方向、是否有助于发行人获取技术、原料或渠道等情况；查阅公司在前述期间购买理财产品清单及理财产品协议；查阅发行人关于国江未来、中安智能、中机江淮、中发联和中发联（北京）的投资协议及出资明细，了解其决策机制、投资方向，并获取其对外投资项目情况；

3、访谈发行人管理层，了解公司中安租赁、江淮担保经营、财务等方面的具体情况，分析其与公司主营业务的相关性与协同性，及是否符合公司主营业务及战略发展方向；

4、查阅发行人董事会决议、定期报告等公告文件，取得并分析发行人最近一期末可能涉及财务性投资的资产科目明细，核查发行人最近一期末是否存在金额较大的财务性投资；

5、访谈发行人管理层，了解江淮担保的经营内容、模式、规模等基本情况及相关风险、债务偿付能力及经营合规性，并获取江淮担保报告期内客户明细表，分析与公司主营业务之间的协同性以及是否属于行业发展所需或符合行业惯例；查询江淮担保在国家企业信用信息公示系统、信用中国等网站是否存在违法违规信息，获取安徽省公共信用信息服务中心出具的江淮担保的《无违法违规证明》。

二、核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、自本次发行的董事会决议日前六个月至本回复出具日，公司不存在已实施或拟实施的财务性投资（含类金融业务）情形，不涉及从本次募集资金总额中扣除的情形；

2、截至 2025 年 6 月末，公司将长期股权投资中对瑞福德、中安租赁的投资，其他权益工具中对徽商银行股份有限公司、安徽安和保险代理有限公司、中发联和中发联（北京）的投资认定为财务性投资，除前述投资以外的相关资产不认定财务性投资的依据准确，符合公司实际情况。公司 2025 年 6 月末财务性投资占

合并报表归属于母公司净资产的比例为 21.84%，公司已按照相关法律、法规、规范性文件的规定及公司实际情况和资金统筹安排在募集资金总额中调减本次募集资金 140,000 万元，调减金额占公司截至 2025 年 6 月末归属于母公司净资产的比例为 13.22%，调减后，公司不存在持有金额较大、期限较长的财务性投资（包括类金融业务）情形，本次募集资金总额调整为 350,000 万元；

截至 2025 年 9 月末，公司将长期股权投资中对瑞福德、中安租赁的投资，其他权益工具中对徽商银行股份有限公司、安徽安和保险代理有限公司、中发联和中发联（北京）的投资认定为财务性投资，除前述投资以外的相关资产不认定财务性投资的依据准确，符合公司实际情况。公司 2025 年 9 月末财务性投资占合并报表归属于母公司净资产的比例为 23.57%，公司已按照相关法律、法规、规范性文件的规定及公司实际情况和资金统筹安排在募集资金总额中调减本次募集资金 140,000 万元，调减金额占公司截至 2025 年 9 月末归属于母公司净资产的比例为 14.10%，调减后，公司不存在持有金额较大、期限较长的财务性投资（包括类金融业务）情形，本次募集资金总额调整为 350,000 万元；

3、江淮担保从事的融资担保业务与公司主营业务密切相关，有利于服务实体经济，发展较为稳定，防范风险及偿债能力较强，业务开展合法合规，且属于行业发展所需、符合行业惯例。

4、发行人本次发行符合《证券期货法律适用意见第 18 号》第 1 条、《监管规则适用指引——发行类第 7 号》第 1 条的相关规定，具体如下：

《证券期货法律适用意见第 18 号》 第 1 条	发行人情况
1、财务性投资包括但不限于：投资类金融业务；非金融企业投资金融业务（不包括投资前后持股比例未增加的对集团财务公司的投资）；与公司主营业务无关的股权投资；投资产业基金、并购基金；拆借资金；委托贷款；购买收益波动大且风险较高的金融产品等	截至 2025 年 6 月末，发行人存在《证券期货法律适用意见第 18 号》第 1 条列示的财务性投资，系长期股权投资中对瑞福德 185,445.81 万元的股权投资、对中安租赁 42,885.13 万元的股权投资，其他权益工具中对徽商银行股份有限公司 1,363.26 万元股权投资、中发联 1,050.00 万元股权投资、中发联（北京）525.00 万元股权投资与安徽安和保险代理有限公司的股权投资 0 元； 截至 2025 年 9 月末，发行人存在《证券期货法律适用意见第 18 号》第 1 条列示的财务性投资，系长期股权投资中对瑞福德 188,018.82 万元的股权投资、对中安租赁 43,333.46 万元的股权投资，其他权益工具中对徽商银行股份有限公司 1,152.66 万元股权投资、中发联 1,050.00 万元股权投资、中发联（北京）525.00 万元股权投资与安徽安和保险代理有限公司的股权投资 0 元

	元
2、围绕产业链上下游以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资，以收购或者整合为目的的并购投资，以拓展客户、渠道为目的的拆借资金、委托贷款，如符合公司主营业务及战略发展方向，不界定为财务性投资	截至 2025 年 6 月末和 2025 年 9 月末，公司长期股权投资与其他权益工具投资中的被投资企业，除瑞福德、徽商银行股份有限公司和安徽安和保险代理有限公司属于“非金融企业投资金融业务”外，以及对中安租赁、中发联、中发联（北京）属于财务性投资外，均属于围绕产业链上下游以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资，符合公司主营业务及战略发展方向，不界定为财务性投资
3、上市公司及其子公司参股类金融公司的，适用本条要求；经营类金融业务的不适用本条，经营类金融业务是指将类金融业务收入纳入合并报表	截至 2025 年 6 月末和 2025 年 9 月末，公司参股公司中安租赁属于类金融业务公司，但公司对中安租赁的投资系以合资方式参与汽车金融业务的产业投资，有利于满足公司下游客户多样化的融资需求，从而促进公司产品的销售，同时可以整合行业优势资源，实现产融结合、服务实体经济，但考虑到其对公司汽车产品租赁业务的收入占比报告期内呈下降趋势，且比例不高，故认定为财务性投资
4、基于历史原因，通过发起设立、政策性重组等形成且短期难以清退的财务性投资，不纳入财务性投资计算口径	截至本回复出具日，公司不存在基于历史原因，通过发起设立、政策性重组等形成且短期难以清退的财务性投资的情形
5、金额较大是指，公司已持有和拟持有的财务性投资金额超过公司合并报表归属于母公司净资产的百分之三十（不包括对合并报表范围内的类金融业务的投资金额）	截至 2025 年 6 月末，公司财务性投资账面价值 231,269.20 万元，占公司合并报表归属于母公司股东的净资产的比例为 21.84%，公司已按照相关法律、法规、规范性文件的规定及公司实际情况和资金统筹安排在募集资金总额中调减本次募集资金 140,000 万元，调减金额占公司截至 2025 年 6 月末归属于母公司净资产的比例为 13.22%，调减后，公司不存在持有金额较大的财务性投资的情形； 截至 2025 年 9 月末，公司财务性投资账面价值 234,079.93 万元，占公司合并报表归属于母公司股东的净资产的比例为 23.57%，公司已按照相关法律、法规、规范性文件的规定及公司实际情况和资金统筹安排在募集资金总额中调减本次募集资金 140,000 万元，调减金额占公司截至 2025 年 9 月末归属于母公司净资产的比例为 14.10%，调减后，公司不存在持有金额较大的财务性投资的情形
6、本次发行董事会决议日前六个月至本次发行前新投入和拟投入的财务性投资金额应当从本次募集资金总额中扣除。投入是指支付投资资金、披露投资意向或者签订投资协议等	本次发行董事会决议日前六个月至本回复出具日，公司不存在已实施或拟实施的财务性投资（含类金融业务）情形，不涉及因前述情形需要从本次募集资金总额中扣除的情形
7、发行人应当结合前述情况，准确披露截至最近一期末不存在金额较大的财务性投资的基本情况	发行人已在募集说明书“第一节 发行人基本情况”之“七、财务性投资和类金融业务相关情况”之“（二）公司的财务性投资情况”中披露相关内容
《监管规则适用指引—发行类第 7 号》第 1 条	发行人情况
1、除人民银行、银保监会、证监会批准从事金融业务的持牌机构为金	全资子公司江淮担保从事融资担保业务，属于类金融业务。

融机构外,其他从事金融活动的机构均为类金融机构。类金融业务包括但不限于:融资租赁、融资担保、商业保理、典当及小额贷款等业务	
<p>2、发行人应披露募集资金未直接或变相用于类金融业务的情况。对于虽包括类金融业务,但类金融业务收入、利润占比均低于 30%,且符合下列条件后可推进审核工作:</p> <p>(一) 本次发行董事会决议日前六个月至本次发行前新投入和拟投入类金融业务的金额(包含增资、借款等各种形式的资金投入)应从本次募集资金总额中扣除。</p> <p>(二) 公司承诺在本次募集资金使用完毕前或募集资金到位 36 个月内,不再新增对类金融业务的资金投入(包含增资、借款等各种形式的资金投入)。</p>	<p>1、公司本次向特定对象发行股票募集资金全部用于“高端智能电动平台开发项目”,募集资金不存在直接或变相用于类金融业务的情况;</p> <p>2、江淮担保从事的融资担保业务与江淮汽车的主营业务发展密切相关,促进了公司与上下游在资金与业务方面的联动效率,属于符合业态所需、行业发展惯例及产业政策的供应链金融,有利于服务实体经济,可暂不纳入类金融计算口径;</p> <p>3、自本次发行相关董事会前六个月起至今,公司不存在对江淮担保增资的情况,亦不存在向江淮担保提供借款等形式的资金投入用于开展融资担保业务的情形,故无需从本次募集资金总额中扣除;</p> <p>4、公司承诺在本次发行完成后,募集资金将不会直接或变相用于类金融业务,在本次募集资金使用完毕前或募集资金到位 36 个月内,公司不以增资、借款等形式新增对类金融业务的资金投入</p>
3.与公司主营业务发展密切相关,符合业态所需、行业发展惯例及产业政策的融资租赁、商业保理及供应链金融,暂不纳入类金融业务计算口径。发行人应结合融资租赁、商业保理以及供应链金融的具体经营内容、服务对象、盈利来源,以及上述业务与公司主营业务或主要产品之间的关系,论证说明该业务是否有利于服务实体经济,是否属于行业发展所需或符合行业惯例	公司是一家集商用车、乘用车及动力总成研发、制造、销售和服务于一体的综合型汽车厂商,通过子公司江淮担保从事融资担保业务,服务对象全部为江淮汽车经销商、供应商和汽车产品的终端用户,以促进公司产品销售,盈利来源主要为担保费收入。江淮担保从事的融资担保业务与公司的整车销售业务发展密切相关,促进了公司与下游客户在资金与业务方面的联动效率,有利于服务实体经济,符合业态所需、行业发展惯例及产业政策,可暂不纳入类金融计算口径
4、保荐机构应就发行人最近一年一期类金融业务的内容、模式、规模等基本情况及相关风险、债务偿付能力及经营合规性进行核查并发表明确意见,律师应就发行人最近一年一期类金融业务的经营合规性进行核查并发表明确意见	<p>2024 年度和 2025 年 1-6 月,江淮担保为江淮汽车经销商、供应商和汽车产品的终端用户提供融资担保服务,营业收入规模分别为 9,930.24 万元和 4,158.13 万元;2024 年末和 2025 年 6 月末,江淮担保流动比率分别为 2.03 和 1.77,资产负债率分别为 45.08% 和 51.76%。公司针对江淮担保融资担保业务制定了相应的内部控制制度,目前无银行等金融机构借款,具备一定的债务偿付能力,并提取担保赔偿准备金和未到期责任准备金作为风险准备金。</p> <p>保荐机构取得了安徽省公共信用信息服务中心出具的江淮担保的《无违法违规证明》。同时,经查询国家企业信用信息公示系统、信用中国等公开渠道,江淮担保最近一年一期不存在因违反融资担保行业法律、法规、政策而受到行政处罚的情形。</p> <p>截至本报告出具日,江淮担保从事的融资担保业务与公司主营业务密切相关,发展较为稳定,防范风险及偿债能力较强,业务开展合法合规。</p> <p>发行人律师已就发行人最近一年一期类金融业务的经营合规性进行核查并发表明确意见</p>

问题 6.关于关联交易

根据申报材料，1) 报告期各期末，公司货币资金为 1,039,777.04 万元、1,271,412.87 万元、1,534,630.30 万元和 1,326,382.15 万元，长期借款金额分别为 669,203.74 万元、555,909.22 万元、432,500.00 万元和 433,800.00 万元，资金归集账户存在归集控股股东资金账户的情形；2) 公司向关联方采购商品、接受劳务的关联交易金额合计分别为 640,500.55 万元、723,452.22 万元、754,506.19 万元和 462,256.44 万元。

请发行人说明：(1) 结合同行业可比公司情况说明公司同时持有大额货币资金及有息负债的原因及合理性，财务费用和利息收入与存贷款规模的匹配情况，是否存在资金自动归集的情形，是否涉及大股东及关联方资金共管情形；(2) 公司与关联方发生大额关联采购的必要性及商业合理性，相关决策程序情况，结合公司向关联方和其他供应商采购原材料及同行业可比公司的采购单价等指标，对比说明关联交易价格的公允性。

请保荐机构、申报会计师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

【说明】

一、结合同行业可比公司情况说明公司同时持有大额货币资金及有息负债的原因及合理性，财务费用和利息收入与存贷款规模的匹配情况，是否存在资金自动归集的情形，是否涉及大股东及关联方资金共管情形

(一) 公司同时持有大额货币资金及有息负债的原因及合理性

报告期内，公司持有货币资金及有息负债的情况如下：

单位：万元

项目	2025.6.30	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
货币资金	1,107,787.43	1,325,567.15	1,534,630.30	1,271,412.87
其中：库存现金	1.38	4.68	22.68	20.64
银行存款	875,180.89	1,033,269.80	1,195,730.12	1,066,379.56
其他货币资金	232,605.16	292,292.67	338,877.50	205,012.67
有息负债	680,248.73	726,451.05	749,904.23	1,072,228.62

项目	2025.6.30	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
其中：短期借款	15,010.42	11,246.96	5,004.58	91,688.52
一年内到期的非流动负债	433,938.31	347,504.09	312,399.65	424,626.29
长期借款	231,300.00	367,700.00	432,500.00	555,909.22
长期应付款	-	-	-	4.59
有息负债/货币资金	61.41%	54.80%	48.87%	84.33%

1、货币资金余额较大的原因

报告期内，公司货币资金余额分别为 1,271,412.87 万元、1,534,630.30 万元、1,325,567.15 万元和 1,107,787.43 万元，其中，银行存款和其他货币资金均含有受限资金，银行存款中的受限资金主要为存单质押、诉讼冻结资金，其他货币资金中的受限资金主要为银行承兑保证金、汽车消费按揭保证金、保函保证金、信用保证金。公司非受限货币资金余额分别为 1,059,922.10 万元、1,172,566.96 万元、1,029,749.05 万元和 871,919.93 万元，余额较大的主要原因系：

①公司主营业务为整车研发、生产、制造及销售等，报告期内的业务规模较大，日常经营所涉及的原材料采购等对流动资金需求量较大，需预备一定规模的货币资金用以支付供应商货款，报告期各期末公司应付账款和应付票据余额分别为 1,590,173.57 万元、1,834,651.06 万元、2,154,898.34 万元和 2,112,728.49 万元；

②汽车行业市场竞争日趋激烈，公司需要具有一定规模的货币资金，在覆盖到期债务本息的基础上，还要确保在市场波动或突发情况下有足够的流动性，以增强企业的抗风险能力；

③公司所处汽车制造业属于资产密集和技术密集型行业，需要大量的资金投入用于厂房、生产线建设等固定资产投入，也需要大量资金持续开展技术创新、产品研发和战略性投资等，长期存在储备较大规模资金的需要。

2、有息负债余额较大的原因

报告期各期末，公司有息负债余额分别为 1,072,228.62 万元、749,904.23 万元、726,451.05 万元和 680,248.73 万元，主要系长期借款和一年内到期的非流动负债组成，余额较大的主要原因系：

①公司日常营运资金需求较大，根据境内外销售、采购和生产计划需要，在

综合考虑各项流动资产、流动负债周转等情况的基础上，通过适当的流动资金贷款等负债方式，增加资金灵活性，保障生产运营安全性；

②公司债务融资的成本相对较低，适当平衡有息负债、股权融资的比例，可以优化公司资本结构，降低公司资金成本，提升公司的财务杠杆效应。

（二）同行业可比公司情况

报告期各期末，同行业可比公司持有的货币资金及有息负债情况如下：

单位：万元

公司简称	项目	2025.6.30	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
上汽集团	货币资金	19,103,355.20	19,797,817.18	14,363,598.40	15,515,662.95
	有息负债	11,267,258.37	13,490,627.22	13,623,215.77	12,844,920.53
	营业收入	29,433,627.06	61,407,406.18	72,619,911.04	72,098,752.83
	货币资金/营业收入	64.90%	32.24%	19.78%	21.52%
	有息负债/货币资金	58.98%	68.14%	94.85%	82.79%
比亚迪	货币资金	11,173,428.30	10,273,873.40	10,909,440.80	5,147,126.30
	有息负债	3,118,049.80	3,058,363.30	3,803,884.60	1,921,152.20
	营业收入	37,128,094.80	77,710,245.50	60,231,535.40	42,406,063.50
	货币资金/营业收入	30.09%	13.22%	18.11%	12.14%
	有息负债/货币资金	27.91%	29.77%	34.87%	37.32%
一汽解放	货币资金	2,722,645.99	1,985,296.10	2,292,071.09	2,104,147.34
	有息负债	1,271.47	2,994.17	2,717.12	3,299.84
	营业收入	2,807,870.51	5,858,110.63	6,390,453.25	3,833,174.71
	货币资金/营业收入	96.96%	33.89%	35.87%	54.89%
	有息负债/货币资金	0.05%	0.15%	0.12%	0.16%
长城汽车	货币资金	2,800,928.40	3,074,097.52	3,833,723.51	3,577,346.78
	有息负债	2,051,876.34	2,052,065.02	2,936,634.83	2,974,372.72
	营业收入	9,233,463.32	20,219,547.23	17,321,207.68	13,733,998.52
	货币资金/营业收入	30.33%	15.20%	22.13%	26.05%
	有息负债/货币资金	73.26%	66.75%	76.60%	83.14%
长安	货币资金	5,282,988.45	6,418,209.57	6,487,104.27	5,353,018.38

公司简称	项目	2025.6.30	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
汽车	有息负债	366,945.18	353,226.96	213,417.00	250,377.10
	营业收入	7,269,131.04	15,973,303.42	15,129,770.66	12,125,286.41
	货币资金/营业收入	72.68%	40.18%	42.88%	44.15%
	有息负债/货币资金	6.95%	5.50%	3.29%	4.68%
广汽集团	货币资金	3,962,313.88	5,162,367.02	4,889,516.46	3,952,442.53
	有息负债	2,638,821.85	3,607,845.32	2,763,113.19	1,931,139.25
	营业收入	4,216,565.26	10,679,785.92	12,875,730.28	10,933,468.46
	货币资金/营业收入	93.97%	48.34%	37.97%	36.15%
	有息负债/货币资金	66.60%	69.89%	56.51%	48.86%
东风股份	货币资金	278,666.95	420,056.08	571,614.93	618,068.37
	有息负债	26,346.45	26,346.45	376.82	510.47
	营业收入	503,098.03	1,093,726.61	1,206,998.72	1,218,999.23
	货币资金/营业收入	55.39%	38.41%	47.36%	50.70%
	有息负债/货币资金	9.45%	6.27%	0.07%	0.08%
福田汽车	货币资金	1,124,638.94	882,237.23	488,393.18	856,966.96
	有息负债	493,188.02	430,211.86	134,852.60	473,491.13
	营业收入	3,037,099.10	4,769,754.02	5,609,676.14	4,644,674.40
	货币资金/营业收入	37.03%	18.50%	8.71%	18.45%
	有息负债/货币资金	43.85%	48.76%	27.61%	55.25%
江铃汽车	货币资金	1,184,045.02	1,254,629.59	1,183,056.07	860,497.77
	有息负债	148,424.11	158,709.66	139,477.53	119,353.89
	营业收入	1,809,238.62	3,837,416.07	3,316,732.51	3,010,028.38
	货币资金/营业收入	65.44%	32.69%	35.67%	28.59%
	有息负债/货币资金	12.54%	12.65%	11.79%	13.87%
赛力斯	货币资金	4,793,103.15	4,595,543.80	1,316,112.72	1,636,480.28
	有息负债	593,719.51	144,628.43	453,024.91	560,824.89
	营业收入	6,240,172.28	14,517,582.21	3,584,195.79	3,410,499.62
	货币资金/营业收入	76.81%	31.66%	36.72%	47.98%

公司简称	项目	2025.6.30	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
	有息负债/货币资金	12.39%	3.15%	34.42%	34.27%
平均值	货币资金	5,242,611.43	5,386,412.75	4,633,463.14	3,962,175.77
	有息负债	2,070,590.11	2,332,501.84	2,407,071.44	2,107,944.20
	营业收入	10,167,836.00	21,606,687.78	19,828,621.15	16,741,494.61
	货币资金/营业收入	51.56%	24.93%	23.37%	23.67%
	有息负债/货币资金	39.50%	43.30%	51.95%	53.20%
江淮汽车	货币资金	1,107,787.43	1,325,567.15	1,534,630.30	1,271,412.87
	有息负债	680,248.73	726,451.05	749,904.23	1,072,228.62
	营业收入	1,935,990.40	4,211,589.18	4,494,036.04	3,649,467.39
	货币资金/营业收入	57.22%	31.47%	34.15%	34.84%
	有息负债/货币资金	61.41%	54.80%	48.87%	84.33%

注：有息负债=短期借款+长期借款+一年内到期的非流动负债+应付债券+长期应付款。

如上表所示，同行业可比公司中亦存在同时持有大额货币资金及有息负债的情况。报告期各期末，公司货币资金占营业收入的比例处于同行业可比公司区间范围内，但整体上低于一汽解放、长安汽车、广汽集团、东风股份、赛力斯等；公司有息负债占货币资金的比例总体上呈先下降后上升趋势，2022年与上汽集团、长城汽车基本相当，高于同行业可比公司，主要受同行业可比公司中比亚迪、一汽解放、长安汽车等有息负债占货币资金的比例较低影响；2023年与同行业可比公司平均值比例基本一致；2024年低于上汽集团、长城汽车、广汽集团，高于同行业可比公司平均值，主要系同行业可比公司中赛力斯2024年经营状况较好，货币资金大幅度增长，而有息负债降低，有息负债占货币资金的比例快速下降所致；2025年6月末低于长城汽车、广汽集团，高于同行业可比公司平均值，主要受同行业可比公司中比亚迪、一汽解放、长安汽车、东风股份等有息负债占货币资金的比例较低影响所致。

综上所述，公司同时持有大额货币资金及有息负债的主要原因系公司所处汽车制造业，销售收款和采购付款周期存在一定期限错配，公司因此需预备一定金额用以支付供应商货款、员工薪酬、税费等经营性成本。同时，汽车制造业属于资金密集型行业，汽车更新换代、生产线建设和升级、整车及核心零部件的研发、

汽车市场品牌推广等都需要巨大的资金支持。同时银行贷款是公司重要的融资渠道，公司在综合考虑资金使用计划和现金流、综合授信额度、利息成本及偿债能力等情况下，保持适度规模的有息负债规模有助于提升资金灵活性和财务杠杆效应，具有必要性，且随着部分贷款逐步到期有息负债余额总体呈下降趋势。公司各期末持有的货币资金余额与有息负债余额规模均与公司资金需求相匹配，符合自身经营发展需要，与同行业可比公司情况相比不存在显著差异，符合行业特点，具有合理性。

（三）财务费用和利息收入与存贷规模的匹配情况

1、财务费用与银行贷款的匹配

报告期内，公司利息费用支出和银行贷款平均余额关系如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
银行贷款期初余额	715,236.33	749,391.67	1,070,809.13	1,057,225.87
银行贷款期末余额	661,796.78	715,236.33	749,391.67	1,070,809.13
平均贷款余额	688,516.56	732,314.00	910,100.40	1,064,017.50
财务费用-利息支出	9,050.25	21,170.27	28,920.54	36,264.98
平均年化借款利率	2.63%	2.89%	3.18%	3.41%
期末1年期LPR	3.00%	3.10%	3.45%	3.65%

注：上表中财务费用-利息支出已扣除租赁负债产生的利息支出。

如上表，公司报告期内平均年化借款利率较为稳定，报告期内，公司与银行签订的借款合同利率在1.2%-4.275%之间，上表根据借款利息和借款平均余额计算的公司借款利率在合理区间内，与中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布的贷款市场报价利率（LPR）变化趋势基本相符。

2、利息收入与货币资金的匹配

报告期内利息收入和货币资金平均余额关系如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
货币资金期初余额	1,325,567.15	1,534,630.30	1,271,412.87	1,039,777.04
货币资金期末余额	1,107,787.43	1,325,567.15	1,534,630.30	1,271,412.87
货币资金平均余额	1,216,677.29	1,430,098.73	1,403,021.59	1,155,594.96

财务费用-利息收入	8,676.53	22,231.50	21,191.59	19,540.64
平均年化存款利率	1.43%	1.55%	1.51%	1.69%

如上表，报告期内公司平均年化存款利率稳定。公司合作的主要商业银行如中国银行、建设银行公布的最新存款利率情况如下表所示：

项目	活期存款	三个月存款	半年期存款	一年期存款	二年期存款	三年期存款	五年期存款
存款利率	0.05%	0.65%	0.85%	0.95%	1.05%	1.25%	1.30%

报告期内，公司购买了大额存单，大额存单利率一般介于 1.8%-3.1%之间，高于银行定期存款利率，且报告期内各大银行存在下调存款利率的情形，故公司平均年化存款利率高于公司合作的商业银行公布的定期存款利率，属于合理范围。综上，公司利息收入与货币资金规模匹配。

（四）公司存在资金自动归集的情形，不涉及大股东及关联方资金共管情形

1、公司资金自动归集的情形

公司为了方便资金管理，提高资金使用效率，分别通过工商银行、光大银行、招商银行、交通银行、中国银行、中信银行等银行开通银行账户资金归集功能，存在资金自动归集的情形。根据公司资金归集策略，资金自动归集只存在于公司及子公司之间，公司通过银行结算系统，将其子公司指定银行账户中超过留底额度的资金，自动集中划转到母公司账户，统一进行资金管理。公司资金自动归集不涉及控股股东及关联方。

2、不涉及大股东及关联方资金共管情形

发行人和控股股东存在将银行账户纳入同一现金管理协议的情形，包括江汽控股具体银行账户情况如下：

公司	银行	账号	公司	账号	截止 2025 年 6 月 30 日资金拨出余额
江汽控股	光大银行	7671018800014 9118	江淮汽车	0876691201003 01018269	-
江汽控股	光大银行	7671018800022 4652	江淮汽车	0876691201003 01018269	-
江汽控股	光大银行	7671018800024 9110	江淮汽车	0876691201003 01018269	-

发行人为了方便银行账户管理上线了中国光大银行“跨行通”系统，与合作银行光大银行合肥分行签署了跨行通系统使用协议，光大银行合肥分行为发行人

提供跨银行现金管理系统，协助发行人构建现金池、票据池，主要功能包括账户管理、筹融资管理、结算管理、现金池管理、预算管理、票据管理、信息服务等综合的现金管理服务。根据协议约定，为实施“跨行通”系统，发行人应使用光大银行提供的“银企通”服务。“银企通”服务的范围包括账户查询和转账支付等交易，发行人可以查询或交易在光大网上银行或现金管理服务中自身的签约账户和被授权管理的授权账户的余额和交易明细。

江汽控股为了自身银行账户的管理，与光大银行签署了《中国光大银行现金管理服务授权通知书》，考虑到便利性和经济性，使用了光大银行为发行人提供的“跨行通”系统，但根据其自身业务需要仅申请开通了账户查询功能。

综上，江汽控股纳入前述现金管理范围的银行账户仅开通了账户查询功能，并未与发行人的任何银行账户进行资金归集，江汽控股所有银行账户日常均由江汽控股的财务人员独立管理，不涉及大股东及关联方资金共管情形。

为了进一步有效防范、及时控制公司资金管理风险，保证公司的资金安全，增强独立性，截至本回复出具日，江汽控股已终止上述三个资金账户与光大银行签署的现金管理协议，退出了前述现金管理范围。

综上所述，报告期内公司资金自动归集系公司及子公司内部的资金统一管理，不涉及控股股东及关联方，不存在关联方资金占用的情况，不存在与大股东及关联方资金共管情形。

二、公司与关联方发生大额关联采购的必要性及商业合理性，相关决策程序情况，结合公司向关联方和其他供应商采购原材料及同行业可比公司的采购单价等指标，对比说明关联交易价格的公允性

(一) 公司与关联方发生大额关联采购的必要性及商业合理性

报告期内，公司主要向关联方采购汽车零部件及制造服务。公司主要日常关联交易系与合营或联营企业产生。在合营或联营模式下，出资各方在技术、土地、产供销体系、品牌营销等各方面均可实现优势互补，充分实现协同效应，增强自身竞争力。同时，鉴于汽车行业专业化、定制化生产的特点，利用稳定、专业化的配套体系，在保证采购配件质量水平的前提下，可以避免重复建设、降低生产成本和经营费用。公司所处汽车行业，产业链较长，公司十分重视与供应厂商建

立长期的良好合作关系，与部分行业内优秀零部件企业建立战略合作伙伴关系，进一步提升供应链的安全性与稳定性。

报告期各期，发行人向主要关联方采购的具体内容、金额情况如下：

关联方	关联交易内容	单位：万元			
		2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
康明斯动力	发动机	67,363.43	165,864.85	162,912.23	129,977.31
合肥延锋	汽车内饰	41,820.91	76,827.61	98,468.14	72,382.81
安庆华霆	汽车电池	8,434.73	27,421.60	53,925.86	136,647.91
江淮松芝	汽车空调	28,685.18	65,152.35	59,602.23	47,009.21
合肥云鹤	汽车座椅	32,254.46	52,683.19	53,047.54	40,920.42
比克希	汽车配件	22,455.60	36,187.64	38,160.62	31,921.77
合肥美桥	汽车配件	20,970.48	49,091.83	36,924.67	27,154.69
华霆电池	汽车电池	4,618.62	18,424.87	54,537.27	43,596.25
江来公司	其他	-	-	57,516.59	72,045.52
合计		226,603.41	491,653.94	615,095.15	601,655.89
占关联采购的比例		79.42%	80.41%	80.99%	82.90%

1、康明斯动力

发行人向康明斯动力采购的主要内容为柴油发动机，主要用于重卡、轻卡等商用车。康明斯动力是发行人与美国康明斯集团共同控制的合资公司，美国康明斯集团是全球动力技术知名企业，其产品囊括柴油及天然气发动机、发电机组、交流发电机、排放处理系统、涡轮增压系统、燃油系统、控制系统、变速箱、制动技术、车桥技术、滤清系统等领域，美国康明斯集团在中国已成立了6家发动机合资工厂（如：与福田汽车、东风股份、陕汽集团等整车厂合资），根据不同市场及应用为客户提供定制化产品解决方案。发行人借助合资公司的平台对轻型和中型排量发动机进行排放升级和性能优化，从而提升整车价值定位。公司通过邀请招标方式采购发动机，综合考虑各家投标公司产品性能、价格等因素确定最终供应商。康明斯动力因其产品的性能和高性价比获取公司较多订单。公司向康明斯动力采购发动机具备必要性及商业合理性。

2、合肥延锋

发行人向合肥延锋采购的主要内容为门板、立柱、主副仪表板等汽车内饰，主要用于公司乘用车及商用车整车产品。合肥延锋是延锋汽车饰件系统有限公司

控股，发行人参股的合资企业，延锋汽车饰件系统有限公司是国内知名汽车零部件供应商，专注于汽车内外饰、汽车座椅、座舱电子及被动安全领域，在全球建有 240 多个分支机构，约 57,000 名员工。合肥延锋依托母公司延锋集团的技术积累和本地化战略优势，在汽车内饰领域保持领先地位。公司通过邀请招标方式采购汽车内饰，综合考虑各家投标公司产品性能、价格等因素确定最终供应商。公司向合肥延锋采购汽车内饰具备必要性及商业合理性。

3、安庆华霆

发行人向合肥安庆华霆采购的主要内容为动力电池总成，主要用于公司乘用车和商用车产品。安庆华霆是发行人与华霆（合肥）动力技术有限公司共同控制的合营企业子公司，华霆（合肥）动力技术有限公司从事新能源汽车动力系统总成及关键部件的研发及制造，核心优势是乘用车和商用车动力电池系统（含成组及管理系统）。双方为加快发展和培育节能与新能源汽车产业，促进新能源汽车电池的开发和利用，于 2015 年签署合资合作框架协议，成立合资公司专注于研发、生产新能源汽车电池组总成及相应电池管理系统并优先供应江淮。基于此合作背景，公司采购动力电池会向安庆华霆发出邀标邀请，并通过邀标方式确定动力电池供应商。安庆华霆基于价格等优势获取公司订单，公司向安庆华霆采购动力电池总成具备必要性及商业合理性。

4、江淮松芝

发行人向江淮松芝采购的主要内容为汽车空调及相关零部件，主要用于公司乘用车及商用车等产品。江淮松芝是上海加冷松芝汽车空调股份有限公司控股，发行人参股的合资企业，上海加冷松芝汽车空调股份有限公司是国内知名移动式热管理系统供应商，专注于客车热管理、乘用车热管理、轨道车热管理等领域，客户涵盖上汽集团、广汽传祺、比亚迪等国内知名车企。江淮松芝依托母公司的技术积累和本地化战略优势，在汽车空调领域保持行业前列。公司通过邀请招标方式采购汽车空调及相关零部件，综合考虑各家投标公司产品性能、价格等因素确定最终供应商。公司向江淮松芝采购汽车空调及相关零部件具备必要性及商业合理性。

5、合肥云鹤

发行人向合肥云鹤采购的主要内容为汽车座椅，主要用于公司乘用车和部分商用车整车产品。合肥云鹤是由延锋汽车饰件系统有限公司、武汉云鹤汽车座椅有限公司及发行人三方合资的企业，专注于汽车座椅研发和制造。公司凭借技术水平、大股东延锋集团的品牌优势及产业链整合能力，稳居汽车座椅行业前列，公司通过邀请招标方式采购汽车座椅。公司向合肥云鹤采购汽车座椅具备必要性及商业合理性。

6、比克希

发行人向比克希采购的主要内容为汽车线束，主要用于乘用车、商用车、客车等产品。比克希是发行人与比克希集团（PKC Group）共同控制的合资公司，比克希集团（PKC Group）是一家专注于汽车线束及电子系统解决方案的知名跨国企业，其产品包括汽车线束、电气集中分布系统线束、ABS 制动系统线束等。发行人在整合已有线束业务基础上，借助合资公司的平台进一步提升线束产品技术研发、质量管控等方面能力，更好的支撑新车型开发和成本控制。公司通过邀请招标方式采购汽车线束，比克希因其产品的性能和高性价比等优势获取公司订单。公司向比克希采购汽车线束具备必要性及商业合理性。

7、合肥美桥

发行人向合肥美桥采购的主要内容为汽车车桥、电驱桥，主要用于公司商用车及乘用车等产品。合肥美桥是发行人与美国车桥制造国际控股公司（2025 年已退出）出资成立的合营企业，合肥美桥专业从事汽车前后桥、轿车悬架等产品。美国车桥制造国际控股有限公司是国际知名汽车动力传动、驱动和底盘系统供应商，服务客户涵盖全球知名汽车品牌。发行人借助合资公司的平台进一步提升车桥等零部件的质量并更好的支撑新车型的开发。公司通过邀请招标方式采购汽车车桥、电驱桥。公司向合肥美桥采购汽车车桥具备必要性及商业合理性。

8、华霆电池

发行人向华霆电池采购的主要内容为动力电池总成，主要用于公司乘用车、商用车产品。华霆电池是发行人与华霆（合肥）动力技术有限公司共同控制的合营企业，华霆（合肥）动力技术有限公司从事新能源汽车动力系统总成及关键部件的研发及制造，核心优势是乘用车和商用车动力电池系统（含成组及管理系统）。

双方为加快发展和培育节能与新能源汽车产业，促进新能源汽车电池的开发和利用，于 2015 年签署合资合作框架协议，成立合资公司专注于研发、生产新能源汽车电池组总成及相应电池管理系统并优先供应江淮。基于此合作背景，公司采购动力电池会向华霆电池发出邀标邀请，并通过邀请招标方式确定动力电池供应商。华霆电池基于价格等优势获取公司订单，公司向华霆电池采购动力电池总成具备必要性及商业合理性。

9、江来公司

江来公司系发行人与蔚来汽车合资成立的先进制造公司，发行人委托江来公司进行与蔚来合作车型零部件总成的生产加工及生产制造的运营管理。发行人、蔚来汽车和江来公司的合作模式是传统车企与造车新势力优势互补、融合创新的创新模式。发行人与蔚来汽车通过江来公司聚焦智能电动汽车整车及零部件的先进制造技术研发、工艺管理和供应链管理，旨在通过整合蔚来的创新技术与江淮汽车的制造经验，提升生产效率和成本控制能力。发行人根据三方合作协议向江来公司采购制造服务具备必要性及商业合理性。

2025 年 9 月 5 日，公司获得合肥市经济开发区市场监督管理局出具的登记通知书 ((市监) 登字 [2025] 第 439885 号)，江来公司注销。

综上，公司日常关联交易主要系产业链生产上的协作，与关联方发生大额关联交易具有必要性及商业合理性。

（二）相关决策程序情况

公司的《公司章程》对关联交易决策权限和程序进行了明确规定，并建立了《关联交易管理制度》等相关制度。报告期内，发行人与关联方之间的日常关联交易均按规定履行了相关决策程序并予以披露。报告期内，发行人就日常关联交易所作出的决策程序如下：

序号	审议事项	董事会		独立董事 独立意见	股东大会（如需）		是否 超过 预计 金额	是否 经过 审议
		届次	召开时间		届次	召开时间		
1	《关于公司 2022 年度日常关联交易事项的议案》	七届三十七次董事会	2022-3-24	是	2021 年年度股东大会	2022-4-19	是	是

序号	审议事项	董事会		独立董事 独立意见	股东大会（如需）		是否 超过 预计 金额	是否 经过 审议
		届次	召开时间		届次	召开时间		
2	《关于公司2023年度日常关联交易事项的议案》	八届九次董事会	2023-4-27	是	2022 年度股东大会	2023-5-25	是	- ^注
3	《关于公司2024年度日常关联交易事项的议案》	八届十八次董事会	2024-4-27	已经 2024 年第二次独立董事专门会议审议	2023 年度股东大会	2024-5-29	否	-

注：2023 年度，公司个别日常关联交易金额超出了年度预计金额，其超出部分额度较小，未达到《上海证券交易所股票上市规则》所规定的需要提交董事会审议的标准。

综上，公司已就报告期内的日常关联交易履行了必要的内部决策程序，超过日常关联交易的预计金额也履行了必要的内部决策程序。

（三）关联交易价格的公允性

报告期内，发行人向关联方采购内容主要为汽车零部件、制造服务等，均为公司正常业务发展需要形成的。报告期内，发行人与康明斯动力、合肥延锋、江淮松芝、比克希、合肥美桥、延锋云鹤、华霆电池、安庆华霆和江来公司的关联采购金额较大，其主要产品采购单价与其他非关联方供应商对比情况如下：

1、康明斯动力

报告期内，发行人主要向康明斯动力采购轻型卡车用发动机总成及相关备件，公司向康明斯动力和向无关联第三方采购轻型卡车用发动机总成价格对比情况如下：

单位：元/PCS

采购内容	年度	向康明斯采购价格	采购内容	向无关联第三方采购价格
轻型卡车用发动机总成	2022	【豁免披露】	轻型卡车用发动机总成	【豁免披露】
	2023	【豁免披露】		【豁免披露】
	2024	【豁免披露】		【豁免披露】
	2025 年 1-6 月	【豁免披露】		【豁免披露】

公司向康明斯动力采购的发动机总成具有高度定制化的特点，不同型号发动机总成价格差异较大。向康明斯动力采购产品的整体价格区间偏高，主要系向康

明斯动力采购的发动机总成整体偏高端，性能参数较好，公司向康明斯动力采购价格具备公允性。

2、合肥延锋

报告期内，发行人主要向合肥延锋采购汽车饰件等零部件，公司向合肥延锋和向无关联第三方采购的部分汽车饰件价格对比情况如下：

单位：元/只				
采购内容	年度	向合肥延锋采购价格	向无关联第三方采购价格	差异率
仪表板本体总成	2022	【豁免披露】	【豁免披露】	【豁免披露】
左前门内饰板总成	2023	【豁免披露】	【豁免披露】	【豁免披露】
	2024	【豁免披露】	【豁免披露】	【豁免披露】
	2025年1-6月	【豁免披露】	【豁免披露】	【豁免披露】

合肥延锋综合考虑产品差异、采购总量、物流成本等因素，遵循市场化原则与客户协商定价。公司向合肥延锋采购单价与无关联第三方采购价格不存在显失公允的价格差异，公司向合肥延锋采购交易价格具有公允性。

3、江淮松芝

报告期内，发行人主要向江淮松芝采购车载空调系统及相关零部件，向江淮松芝和向无关联第三方采购同类型的汽车空调零部件价格对比情况如下：

单位：元/只				
采购内容	年度	向江淮松芝采购价格	向无关联第三方采购价格	差异率
空调主机总成	2022	【豁免披露】	【豁免披露】	【豁免披露】
	2023	【豁免披露】	【豁免披露】	【豁免披露】
	2024	【豁免披露】	【豁免披露】	【豁免披露】
	2025年1-6月	【豁免披露】	【豁免披露】	【豁免披露】

江淮松芝综合考虑产品差异、采购总量、物流成本等因素，遵循市场化原则与客户协商定价。公司向江淮松芝采购产品数量较多，采购规模稳定，故公司向江淮松芝采购的汽车空调零部件交易价格相较于向无关联第三方采购价格总体偏低，交易价格具有公允性。

4、比克希

报告期内，发行人主要向比克希采购汽车线束，公司向比克希与向无关联第

三方采购同型号的主要汽车线束价格对比情况如下：

单位：元/pcs

采购内容	年度	向比克采购价	向无关联第三方采购价格	差异率
车身线束总成	2022	【豁免披露】	【豁免披露】	【豁免披露】
主线束总成	2023	【豁免披露】	【豁免披露】	【豁免披露】
尾门下线束总成	2024	【豁免披露】	【豁免披露】	【豁免披露】
发动机线束总成	2025 年 1-6 月	【豁免披露】	【豁免披露】	【豁免披露】

公司向比克希采购汽车线束存在与其他关联方价格差异的情况，主要系公司采购线束定价通常是以整套考量，因向不同供应商采购的线束套件规格件存在差异导致部分线束价格有高有低的情况，属于正常情况。公司向比克希采购的汽车线束交易价格相较于向无关联第三方采购价格总体不存在显失公允的重大差异，交易价格具有公允性。

5、合肥美桥

报告期内，发行人主要向合肥美桥采购驱动桥，公司向合肥美桥与向无关联第三方采购同型号的驱动桥价格对比情况如下：

单位：元/pcs

采购内容	年度	向合肥美桥采购价格	向无关联第三方采购价格	差异率
后桥总成（型号 B）	2022	【豁免披露】	【豁免披露】	【豁免披露】
	2023	【豁免披露】	【豁免披露】	【豁免披露】
	2024	【豁免披露】	【豁免披露】	【豁免披露】
	2025 年 1-6 月	【豁免披露】	【豁免披露】	【豁免披露】

由上表可知，公司向合肥美桥采购的驱动桥交易价格相较于向无关联第三方采购价格不存在较大差异，交易价格具有公允性。

6、延锋云鹤

报告期内，发行人主要向延锋云鹤采购汽车座椅，公司向延锋云鹤和其他非关联方供应商采购的汽车座椅价格对比情况如下：

单位：元/件

采购内容	年度	向延锋云鹤采购价格	向无关联第三方采购价格	差异率
左前座椅总成	2022	【豁免披露】	【豁免披露】	【豁免披露】
	2023	【豁免披露】	【豁免披露】	【豁免披露】

	2024	【豁免披露】	【豁免披露】	【豁免披露】
	2025年1-6月	【豁免披露】	【豁免披露】	【豁免披露】

发行人向延锋云鹤采购汽车座椅单价与无关联第三方采购价格不存在较大差异，交易价格具有公允性。

7、华霆电池

报告期内，发行人主要向华霆电池采购动力电池总成，向华霆电池和无关联第三方采购同类型的动力电池价格对比情况如下：

单位：元/KWh

采购内容	年度	向华霆电池采购价格	采购内容	向无关联第三方A采购价格
动力电池总成	2024	【豁免披露】	动力电池总成	【豁免披露】
动力电池总成	2025年1-6月	【豁免披露】	动力电池总成	【豁免披露】

华霆电池综合考虑产品成本、定制化开发费用、采购总量等因素，遵循市场化原则与客户进行价格协商。公司向华霆电池采购动力电池单位千瓦时价格与无关联第三方存在一定差异，主要系采购华霆电池该款电池属于定制化产品用于轿车，向无关联第三方采购产品主要包括标准化电池包或知名品牌电池用于商用车，电芯型式、性能、定制化程度等因素导致价格差异。公司向关联方采购单价与无关联第三方采购单价差异具备合理性，公司向关联方采购价格具备公允性。

8、安庆华霆

报告期内，发行人主要向安庆华霆采购动力电池总成，向安庆华霆和无关联第三方采购同类型的动力电池价格对比情况如下：

单位：元/KWh

采购内容	年度	向安庆华霆采购价格	采购内容	向无关联第三方采购价格
动力电池总成（电量：41.6KWh）	2024	【豁免披露】	动力电池总成（电量：41.93KWh）	【豁免披露】
动力电池总成（电量：41.6KWh）	2025年1-6月	【豁免披露】	动力电池总成（电量：65.67KWh）	【豁免披露】

安庆华霆综合考虑产品成本、定制化开发费用、采购总量等因素，遵循市场化原则与客户进行价格协商。公司向安庆华霆采购单价与向无关联第三方采购单价存在差异，主要系电芯型式、性能、定制化程度等因素影响。向关联方采购价格具备公允性。

9、江来公司

江来公司系发行人与蔚来汽车合资成立的先进制造公司，发行人委托江来公司进行与蔚来合作车型零部件总成的生产加工及生产制造的运营管理。发行人、蔚来汽车和江来公司的合作模式是传统车企与造车新势力优势互补、融合创新的创新模式，发行人未与其他非关联方开展类似合作，无非关联第三方采购单价对比。发行人采购江来公司生产制造服务的单价是基于江来公司加工成本、相关税费等合理成本，遵循市场化原则，在发行人、江来公司和非关联方蔚来汽车三方公司共同认可下确认，具备公允性。截至目前，发行人与蔚来汽车该项合作已成功完结，2024年起已不再与江来公司产生新的关联采购行为。

2025年9月5日，公司获得合肥市经济开发区市场监督管理局出具的登记通知书((市监)登字[2025]第439885号)，江来公司注销。

10、同行业可比公司的采购单价

发行人同行业可比上市公司年报等公开信息均未披露原材料采购单价，故公司无法将向关联方采购的主要原材料与同行业可比上市公司采购原材料单价直接进行对比。

公司将部分向关联方采购原材料单价与关联方向其他同行业公司销售同类产品单价进行对比，具体情况如下：

(1) 江淮松芝

单位：元/只

采购内容	年度	江淮松芝向江淮汽车供货价格	江淮松芝向其他整车厂供货价格	差异率
空调主机总成	2024	【豁免披露】	【豁免披露】	【豁免披露】
	2025年1-6月	【豁免披露】	【豁免披露】	【豁免披露】

江淮松芝综合考虑产品差异、采购总量、物流成本等因素，遵循市场化原则与客户协商定价。公司向江淮松芝采购产品数量较多，采购规模稳定，江淮松芝给予一定的价格优惠。此外，公司主要工厂与江淮松芝距离较近，物流成本较低。故向江淮松芝采购产品单价偏低。公司向关联方采购单价与同行业公司采购同类产品单价不存在显失公允的重大价格差异，公司向关联方采购单价具备公允性。

(2) 合肥延锋

单位: 元/只

采购内容	年度	合肥延锋向江淮汽车供货价格	合肥延锋向其他整车厂供货价格	差异率
仪表板本体总成	2023	【豁免披露】	【豁免披露】	【豁免披露】

合肥延锋遵循市场化原则与客户协商定价。公司向关联方采购单价与同行业公司采购同类产品单价差异较小，公司向关联方采购单价具备公允性。

(3) 合肥美桥

单位: 元/只

采购内容	年度	合肥美桥向江淮汽车供货价格	合肥美桥向其他整车厂供货价格	差异率
后桥总成 (型号 B)	2024	【豁免披露】	【豁免披露】	【豁免披露】
后桥总成 (型号 A)	2025 年 1-6 月	【豁免披露】	【豁免披露】	【豁免披露】

合肥美桥综合考虑产品差异、采购总量、物流成本等因素，遵循市场化原则与供应商协商定价。向关联方采购单价与同行业公司不存在较大差异，公司向关联方采购单价具备公允性。

综上所述，报告期内公司关联采购的定价依据遵循市场化定价原则，参照市场价格，关联采购定价公平、合理，关联交易价格具有公允性。

【核查情况】

一、核查程序:

就上述事项，保荐机构和申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、检查公司货币资金管理制度，了解货币资金循环的关键内部控制，检查公司资金自动归集相关协议，检查公司控股股东银行流水，分析是否涉及大股东及关联方资金共管情形；

2、分析公司货币资金及有息负债分布情况，同时持有大额货币资金和有息负债的原因及合理性，分析同行业可比公司情况，分析公司利息收入及支出与市场利率的差异情况；

3、收集发行人报告期内主要关联交易的合同、协议及相关决策文件。审查发行人关于关联交易的内部审批流程，确认决策程序的合法性；

4、分析关联交易对发行人业务运营、财务状况的影响，评估其必要性和商业合理性；

5、对比关联交易价格与公司向其他非关联第三方采购同类产品交易价格或关联方销售同类产品给其他同行业公司的价格，评估定价的公允性。分析关联交易定价的方法、依据和过程，确认关联交易价格的公允性。

二、核查意见：

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

发行人同时持有大额货币资金及有息负债具有合理性，财务费用和利息收入与存贷款规模匹配，发行人存在与子公司之间资金自动归集的情形，不存在与控股股东或关联方之间资金自动归集的情形，不涉及大股东及关联方资金共管情形；与关联方发生大额关联采购具有必要性及商业合理性，相关决策程序完善，关联交易价格公允。

问题 7.其他

7.1 关于高管兼职

根据申报材料，发行人董事兼总经理李明、董事兼副总经理马翠兵存在与控股股东江汽控股签署劳动合同并在江汽控股领薪的情形。

请发行人说明：(1) 相关人员在控股股东处担任的主要职务、承担的主要工作，是否影响其独立性，公司拟采取的解决措施及进展；(2) 相关人员与控股股东签署劳动合同并领薪，是否符合《上市公司治理准则》第六十八条规定，发行人内控制度是否健全并有效执行。

请保荐机构和发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

【说明】

一、相关人员在控股股东处担任的主要职务、承担的主要工作，是否影响其独立性，公司拟采取的解决措施及进展

1、相关人员在控股股东处担任的主要职务、承担的主要工作

根据中共安徽省委、安徽省人民政府、安徽省国资委的提名、任命以及发行人控股股东江汽控股的确认，李明、马翠兵在江汽控股担任董事职务，未担任董事之外的其他行政职务，符合《上市公司治理准则》（2025年修订）第六十三条规定。二人在江汽控股承担的主要工作为参与江汽控股董事会的决策。

2、是否影响其独立性，公司拟采取的解决措施及进展

根据《安徽省省属企业负责人薪酬管理暂行办法》（皖国资分配[2016]111号）、上述提名任命文件以及发行人的说明，李明和马翠兵系省属企业负责人，需根据相关要求与江汽控股签署劳动合同，并在江汽控股领薪。该等安排不符合当时适用的《上市公司章程指引》（2023年修订）第一百二十六条、《上市公司治理准则》（2018年修订）第六十八条、《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》（2023年12月修订）第4.2.3条第（四）项的规定，但未对发行人的独立性造成重大不利影响，具体如下：

(1) 该等事项的发生具有特定的背景、原因。相关人员在江汽控股担任董事职务系根据中共安徽省委、安徽省政府、安徽省国资委的提名、任命，与控股股东签署劳动合同并领薪事项系依照安徽省省属企业负责人相关规定的要求；

(2) 根据发行人控股股东的确认并经核查，江汽控股的经营范围为投资及管理、企业管理咨询服务。截至目前，江汽控股除持有发行人 28.23% 股份和开迈斯新能源科技有限公司 5.026% 股权外，不从事其他生产经营活动。发行人董事兼总经理李明、董事兼副总经理马翠兵均在江淮汽车工作，其中李明主持江淮汽车经理层全面工作，负责企业目标管理、经营运行调控、经营分析、变革管理、商用车业务、行政服务、保密、档案等工作；马翠兵负责安全、环保、供应商管理及采购并协管战略工作。李明及马翠兵在江汽控股担任董事职务，未担任董事以外的其他行政职务，二人在江汽控股担任董事职务，未分散其作为发行人高级管理人员的时间和精力，未影响其正常承担发行人工作。

(3) 江汽控股已出具承诺函，江汽控股将严格按照《公司法》《证券法》及相关法律法规要求，遵守已作出的避免同业竞争、规范关联交易、保证江淮汽车独立性的有关承诺，全力保障江淮汽车的独立性，并及时履行相关的信息披露义务；杜绝因兼职情形而出现上市公司董事、高级管理人员分散工作精力和损害其他股东利益的行为，保证江淮汽车的董事、高管在江淮汽车依法依规履行职责；江淮汽车高级管理人员未在本公司担任除董事、监事以外的其他行政职务。

截至本回复出具之日，发行人已就相关人员与控股股东江汽控股签署劳动合同并领薪事项进行规范，相关人员的劳动关系已转移至发行人，并自 2025 年 2 月起在发行人处领薪，对于前期江汽控股发放的薪酬，发行人已与江汽控股进行结算。

综上，发行人董事兼总经理李明、董事兼副总经理马翠兵均在江汽控股担任董事职务，未担任除董事以外的其他行政职务，符合《上市公司治理准则》（2025 年修订）第六十三条规定。二人在江汽控股承担的主要工作为参与江汽控股董事会的决策。二人与江汽控股签署劳动合同并领薪事项不符合相关规定要求，但未对发行人的独立性造成重大不利影响。截至本回复出具之日，发行人已就二人与江汽控股签署劳动合同并领薪事项进行规范。

二、相关人员与控股股东签署劳动合同并领薪，是否符合《上市公司治理准则》第六十八条规定，发行人内控制度是否健全并有效执行

1、相关人员与控股股东签署劳动合同并领薪，是否符合《上市公司治理准则》第六十八条的规定

根据当时适用的《上市公司治理准则》（2018年修订）第六十八条的规定，控股股东、实际控制人与上市公司应当实行人员、资产、财务分开，机构、业务独立，各自独立核算、独立承担责任和风险。

发行人相关人员与控股股东签署劳动合同并领薪事项，未对发行人独立性造成重大不利影响。截至本回复出具之日，发行人已就前述事项进行整改规范，符合目前《上市公司治理准则》（2025年修订）第六十二条的规定，具体情况如下：

（1）人员独立性

公司董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》《公司章程》的有关规定选举或任命产生；公司现有业务相关的生产、销售、管理和技术等核心人员均为公司正式员工；公司设有严格的人事管理制度，人事和工资管理与股东严格分开；公司建立了独立的劳动人事管理体系，实现了人事管理的制度化。

经核查，报告期内，发行人的高级管理人员均未在实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他行政职务。除李明和马翠兵曾与江汽控股签署劳动合同并领薪外，发行人的其他高级管理人员均与发行人签订了劳动合同并在发行人处领取薪酬。

上述相关人员与控股股东签署劳动合同并领薪事项不符合当时适用的《上市公司章程指引》（2023年修订）、《上市公司治理准则》（2018年修订）、《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》（2023年12月修订）等的相关规定，但未对发行人的独立性造成重大不利影响（具体详见本题第（一）问之回复）。截至本回复出具之日，前述瑕疵事项已完成整改，相关人员的劳动关系已经转移至发行人，并自2025年2月起在发行人处领薪，对于前期江汽控股发放的薪酬，发行人已与江汽控股进行结算。

（2）资产独立性

发行人资产独立完整，具有完整的产品开发、采购、生产、销售及客户服务部门，拥有独立于控股股东的生产系统、辅助生产系统和配套设施、房屋所有权等资产。公司控股股东投入公司的资产足额到位，控股股东和其他关联方不存在占用公司的资金、资产和其他资源的情形。

（3）财务独立性

发行人设立了独立的财务部门，配备了专职财务人员，建立了独立的财务核算体系和规范、独立并符合上市公司要求的财务会计制度和财务管理制度。公司开设独立的银行账号，不存在与控股股东共用银行账户的情况。公司依法独立进行纳税申报和履行纳税义务。公司根据企业发展规划，自主决定投资计划和资金安排，不存在公司控股股东干预公司财务决策、资金使用的情况。公司不存在货币资金或其他资产被股东单位或其他关联方占用的情况。

（4）机构独立性

发行人已经建立了适应公司发展需要的组织结构，拥有独立的总经理办公室、企业管理与变革部、产品规划部、战略管理部、品牌管理部、安全环保管理部、财务部、合规部、证券与投资中心（董事会办公室）、技术中心、质量管理中心、人力资源管理中心、数字化管理中心、外事办公室等内部组织机构，公司内部组织机构独立于其股东，不存在控股股东干预公司内部组织机构独立运作的情形。

（5）业务独立性

江淮汽车的主营业务涉及汽车整车业务、零部件业务等，主要产品为商用车、乘用车、客车及汽车底盘等。公司具有独立完整的业务体系和直接面向市场经营的能力，独立于公司控股股东，与控股股东不存在同业竞争或业务上的依赖关系。

综上，江淮汽车高级管理人员李明和马翠兵在江汽控股签署劳动合同和领薪事项不符合当时适用的《上市公司治理准则》（2018年修订）第六十八条的规定，但未对发行人的独立性造成重大不利影响。截至本回复出具之日，前述瑕疵事项已经完成整改，符合目前《上市公司治理准则》（2025年修订）第六十二条的规定。

2、发行人内控制度是否健全并有效执行

公司按照《公司法》《证券法》和《公司章程》相关规定，建立了规范的公司治理结构与议事规则。发行人股东（大）会是公司的权力机构，通过董事会对公司进行管理和监督；董事会是公司的经营决策主体，对股东（大）会负责，对公司经营活动中的重大决策问题进行审议并作出决议，或提交股东（大）会审议；监事会是公司的监督机构，负责对公司董事、高级管理人员执行公司职务的行为以及公司财务进行监督；经理层负责组织实施股东（大）会、董事会决议事项，主持实施公司的生产经营管理工作。董事由股东（大）会选举产生，董事长由董事会选举产生，总经理由董事会聘任。

发行人董事会负责内部控制的建立健全和有效实施。公司董事会下设审计委员会，指导公司内部控制体系和内部监督系统建设，评估内部控制的有效性。公司管理层设立合规部等部门，制定并完善合规管理制度，定期开展合规检查与风险评估。

此外，公司制定了包括企业管理、安全生产、质量管理、技术研发、信息管理、营销供管、人事管理、财务管理、内控合规、规划投资、后勤保障等类别的管理制度，确保各项工作有章可循，形成了健全的内部控制制度体系。

截至本回复出具之日，相关人员与控股股东签署劳动合同并领薪事项已进行规范，相关人员的劳动关系已经转移至发行人，并自 2025 年 2 月起在发行人处领薪，对于前期江汽控股发放的薪酬，发行人已与江汽控股进行结算。**2025 年 11 月 18 日起，马翠兵已不再担任公司高级管理人员。**

根据容诚会计师和天健会计师报告期内出具的发行人内部控制审计报告，发行人已按照《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。

综上，发行人相关人员与控股股东签署劳动合同并领薪事项已经完成整改，发行人内部控制制度已建立健全并得到有效执行。

【核查情况】

一、核查情况

就上述事项，保荐机构和发行人律师主要执行了以下核查程序：

- 1、核查中共安徽省委、安徽省人民政府、安徽省国资委的提名、任命文件、江汽控股内部决策文件、李明和马翠兵与江汽控股签署的劳动合同，了解二人在江汽控股的任职情况；
- 2、访谈发行人相关人员，了解李明、马翠兵在发行人处的主要工作，在江汽控股担任董事的原因、主要工作内容以及对发行人的影响；
- 3、查阅《安徽省省属企业负责人薪酬管理暂行办法》（皖国资分配[2016]111号）相关内容，了解省属企业负责人相关规定要求；
- 4、核查江汽控股关于李明和马翠兵劳动关系转移的内部决策文件、二人与江汽控股解除劳动合同的相关文件、发行人与江汽控股薪酬结算相关财务凭证、二人与发行人签署的劳动合同以及于发行人处领薪的凭证，确认相关事项已经整改规范；
- 5、核查发行人与高级管理人员以及其他核心人员签署之劳动合同，发行人作为高级管理人员缴纳社会保险、公积金的抽样凭证、发行人事制度管理文件、发行人组织机构图、土地、房产、知识产权等资产相关产权证明文件、发行人银行账户开立、纳税申报、发行人报告期内的审计报告以及公告文件等文件，了解发行人的独立性情况；
- 6、核查发行人报告期内三会会议文件和公告、发行人的公司治理及内部控制制度以及发行人报告期内的内部控制评价报告和内部控制审计报告，确认发行人的内控制度健全并有效执行；
- 7、获取发行人控股股东江汽控股出具的承诺文件；
- 8、获取发行人出具的说明和确认文件。

二、核查结论

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

发行人董事兼总经理李明、董事兼副总经理马翠兵在江汽控股担任董事职务，未担任董事以外的其他行政职务，符合目前《上市公司治理准则》（2025年修订）第六十三条的规定。二人在江汽控股承担的主要工作为参与江汽控股董事会的决策。二人在江汽控股签署劳动合同和领薪事项不符合当时适用的《上市公司治理

准则》第六十八条的规定，但未对发行人的独立性造成重大不利影响。截至本回复出具之日，前述瑕疵事项已经完成整改，符合目前《上市公司治理准则》（2025年修订）第六十二条的规定。发行人内部控制制度已建立健全并得到有效执行。

7.2 关于境外投资备案

根据申报材料，公司部分境外经营子公司未取得境外投资项目备案。请发行人说明：（1）未备案的原因、相关子公司是否对发行人有重要影响，是否存在被主管部门要求停止项目实施的风险，视情况进行风险提示；（2）相关人员是否存在被追究责任的风险，是否可能构成本次发行障碍。

请保荐机构和发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

【说明】

一、未备案的原因、相关子公司是否对发行人有重要影响，是否存在被主管部门要求停止项目实施的风险，视情况进行风险提示

1、未备案的原因、相关子公司是否对发行人有重要影响

公司部分境外经营子公司未取得境外投资项目备案，主要系相关主体设立时间较早、相关经办人员对相关政策法规理解存在偏差导致。具体如下：

相关主体	主要业务	未备案情形	相关分析及整改措施
意大利设计中心	汽车产品的造型设计、整车产品设计开发以及技术咨询	设立时未向发改主管部门履行备案程序	意大利设计中心系2006年成立，成立时间较早，彼时适用的《境外投资项目核准暂行管理办法》（2004年10月9日施行，2014年5月8日失效）未明确规定“责令其停止项目实施”、“追究有关责任人责任”等罚则。经咨询安徽省发改主管部门，不存在补充办理备案的途径
香港公司	商业、服务业、国际贸易	设立时未向发改主管部门履行备案程序	经咨询安徽省发改主管部门，香港公司不涉及固定资产投资，且相关投资行为发生在2018年3月1日以前（即《企业境外投资管理办法》生效前），该等情况无需向发改主管部门补充备案
俄罗斯公司	汽车、工程机械、汽车零部件、汽车附件、工程机械零部件、内燃机等产品及零部件的采购、销售、服务	设立及投资主体由公司变更为子公司江汽投资时，未向发改主管部门履行备案程序	俄罗斯公司已在2017年增资过程履行了境外投资备案程序，增资批复文件中已体现其设立及变更后投资主体的相关信息，前述程序瑕疵事项已经进行补正
越南公司	各种轻重中卡车、客车的组装，	投资主体由公司变更为子公司江汽投	越南公司原计划于2017年进行增资（后因公司战略调整未最终实施）

相关主体	主要业务	未备案情形	相关分析及整改措施
	各种交通工具和设备进出口、组装、销售、保修等	资时, 未向发改主管部门履行备案程序	, 履行了境外投资备案程序, 增资批复文件中已体现其变更后投资主体的相关信息, 前述程序瑕疵事项已经进行补正

报告期内, 前述境外子公司主要财务数据情况如下:

2025年1-6月/2025年6月30日						
相关主体	主营业务收入(万元)	占比(%)	净利润(万元)	占比(%)	净资产(万元)	占比(%)
意大利设计中心	-	-	-1,243.12	1.36	2,101.67	0.20
香港公司	18,349.88	1.03	-266.63	0.29	545.76	0.05
俄罗斯公司	48,911.33	2.74	-13,336.18	14.56	-7,662.02	-0.72
越南公司	21,406.41	1.20	833.11	0.91	3,423.65	0.32
发行人	1,785,064.84	-	-91,564.28	-	1,058,963.13	-
2024年度/2024年12月31日						
相关主体	主营业务收入(万元)	占比(%)	净利润(万元)	占比(%)	净资产(万元)	占比(%)
意大利设计中心	2,201.57	0.06	237.45	0.09	3,068.66	0.27
香港公司	21,034.81	0.54	650.20	0.24	814.83	0.07
俄罗斯公司	391,965.29	10.12	6,904.92	2.52	5,213.40	0.46
越南公司	30,233.16	0.78	762.76	0.28	2,677.56	0.24
发行人	3,874,914.94	-	-274,145.14	-	1,135,953.18	-
2023年度/2023年12月31日						
相关主体	主营业务收入(万元)	占比(%)	净利润(万元)	占比(%)	净资产(万元)	占比(%)
意大利设计中心	2,194.33	0.05	-134.24	0.08	2,963.06	0.22
香港公司	66,604.17	1.60	154.51	0.09	1,202.87	0.09
俄罗斯公司	391,547.84	9.39	-18,779.96	10.93	-848.82	-0.06
越南公司	17,644.44	0.42	266.98	0.16	2,024.06	0.15
发行人	4,168,276.30	-	-171,754.69	-	1,323,386.22	-
2022年度/2022年12月31日						
相关主体	主营业务收入(万元)	占比(%)	净利润(万元)	占比(%)	净资产(万元)	占比(%)
意大利设计中心	2,548.27	0.08	-393.23	0.14	2,928.96	0.21
香港公司	10,982.12	0.37	79.50	0.03	2,909.91	0.21
俄罗斯公司	140,873.66	4.69	18,147.78	6.49	20,318.37	1.49

越南公司	23,033.54	0.77	738.17	0.26	2,080.01	0.15
发行人	3,000,574.05	-	-279,478.40	-	1,364,337.45	-

注：1、发行人净利润采用扣除非经常性损益后的归属母公司股东净利润。由于公司扣非归母净利润长期为负，占比均采用绝对值计算；2、发行人净资产采用归属于母公司所有者权益合计。

如上表所示，报告期内，意大利设计中心、香港公司以及越南公司主营业务收入、净利润及净资产占比均较小，不会对发行人产生重大影响。俄罗斯公司报告期内存在主营业务收入、净利润占比超过 5%的情形，系公司重要子公司，但鉴于俄罗斯公司已在后续增资过程履行了境外投资备案程序，增资批复文件中已体现俄罗斯公司设立及变更后投资主体的相关信息，前述程序瑕疵事项已经进行补正，俄罗斯公司因备案程序瑕疵而被发改主管部门要求停止项目实施的风险较小，前述程序瑕疵事项不会对公司产生重大不利影响。

2、是否存在被主管部门要求停止项目实施的风险，视情况进行风险提示

意大利设计中心和俄罗斯公司分别设立于 2006 年和 2012 年，前述主体设立时未向发改主管部门履行备案程序。根据《中华人民共和国行政处罚法》第三十七条规定：“实施行政处罚，适用违法行为发生时的法律、法规、规章的规定。但是，作出行政处罚决定时，法律、法规、规章已被修改或者废止，且新的规定处罚较轻或者不认为是违法的，适用新的规定。”据此，意大利设计中心和俄罗斯公司设立未备案事宜适用《境外投资项目核准暂行管理办法》（2004 年 10 月 9 日施行，2014 年 5 月 8 日失效）的规定。根据《境外投资项目核准暂行管理办法》第二十二条规定：“对未经有权机构核准或备案的境外投资项目，外汇管理、海关、税务等部门不得办理相关手续”，该办法并未明确规定“责令其停止项目实施”、“追究有关责任人责任”等罚则。

香港公司设立于 2014 年，俄罗斯公司和越南公司于 2015 年进行投资主体变更，前述主体设立或进行投资主体变更时未向发改主管部门履行备案程序。根据该等行为发生时适用之《境外投资项目核准和备案管理办法》（2014 年 5 月 8 日施行，2018 年 3 月 1 日失效）第二十九条的规定：“对于按照本办法规定投资主体应申请办理核准或备案但未依法取得核准文件或备案通知书而擅自实施的项目，以及未按照核准文件或备案通知书内容实施的项目，一经发现，国家发展改革委将会同有关部门责令其停止项目实施，并提请或者移交有关机关依法追究有

关责任人的法律和行政责任。”

根据现行有效的《企业境外投资管理办法》：“属于核准、备案管理范围的项目，投资主体有下列行为之一的，由核准、备案机关责令投资主体中止或停止实施该项目并限期改正，对投资主体及有关责任人处以警告；构成犯罪的，依法追究刑事责任：（一）未取得核准文件或备案通知书而擅自实施的；（二）应当履行核准、备案变更手续，但未经核准、备案机关同意而擅自实施变更的。”

据此，意大利设计中心及俄罗斯公司设立时适用的《境外投资项目核准暂行管理办法》未明确规定“责令其停止项目实施”、“追究有关责任人责任”等罚则。香港公司设立、俄罗斯公司和越南公司变更投资主体未备案事项存在被发改主管部门责令中止或停止实施项目并限期改正、追究有关责任人责任的风险。

但鉴于：

（1）公司部分境外经营子公司未取得境外投资项目备案，主要系相关主体设立时间较早、相关经办人员对相关政策法规理解存在偏差导致，并非有意规避。前述主体境外投资行为未涉及敏感国家、地区和敏感行业，亦不属于导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣的情形。同时，如前所述，根据《适用意见第 18 号》，报告期内，意大利设计中心、香港公司以及越南公司主营业务收入、净利润占比均较小（占比不超过 5%），对公司不具有重要影响，前述主体程序瑕疵行为可不视为公司存在重大违法行为。俄罗斯公司报告期内存在主营业务收入、净利润占比超过 5%的情形，系公司重要子公司，俄罗斯公司已通过后续增资过程履行境外投资备案程序进行补正，其程序瑕疵事项亦不会对公司产生重大不利影响。

（2）经查阅境外投资项目核准备案相关规定、检索相关案例并向安徽省发改主管部门咨询，香港公司不涉及固定资产投资，且相关投资行为发生在 2018 年 3 月 1 日以前（即《企业境外投资管理办法》生效前），该等情况无需向发改主管部门补充备案；俄罗斯公司及越南公司虽在设立或变更投资主体时未办理发改主管机关的备案程序，但其在后续增资或计划增资时向发改主管部门办理了备案程序，增资批复文件中已体现相关主体设立及变更后投资主体的相关信息，程序瑕疵事项已经进行补正。此外，发改主管部门仅进行事前备案，就前述程序瑕

疵事项，公司不存在补充办理发改主管部门备案的途径。

(3) 前述事项均发生在报告期外，公司及子公司江汽投资不存在被发改主管部门要求停止实施前述境外投资项目的情形。根据安徽省公共信用信息服务中心出具的《公共信用信息报告（无违法违规证明版）》，报告期内，投资主体江淮汽车和子公司江汽投资在发展改革领域无行政处罚记录。

综上，公司部分境外经营子公司未取得境外投资项目备案，主要系相关主体设立时间较早、相关经办人员对发改备案政策法规理解存在偏差导致，并非有意规避。同时，意大利设计中心及俄罗斯公司设立时的法规未明确规定“责令其停止项目实施”、“追究有关责任人责任”等罚则；香港公司无需补充备案；俄罗斯公司及越南公司在设立或变更投资主体未备案事宜已通过办理增资备案手续的方式进行补正。此外，根据《适用意见第 18 号》，意大利设计中心、香港公司以及越南公司主营业务收入、净利润占比均较小（占比不超过 5%），对公司不具有重要影响，前述主体程序瑕疵行为可不视为公司存在重大违法行为。俄罗斯公司系公司重要子公司，但其程序瑕疵事项已通过后续增资过程履行境外投资备案程序进行补正，亦不会对公司产生重大不利影响。报告期内，公司及子公司江汽投资不存在被发改主管部门要求停止实施前述境外投资项目的情形。因此，公司及子公司江汽投资被发改主管部门要求停止项目实施的风险较小。

发行人已在募集说明书“第六节 与本次发行相关的风险因素”之“一、对公司核心竞争力、经营稳定性及未来发展可能产生重大不利影响的因素”中补充披露风险提示如下：

“（五）公司部分境外子公司未履行发改委备案程序的风险

公司境外子公司意大利设计中心、香港公司、俄罗斯公司及越南公司存在设立或投资主体变更时未履行发改委备案程序的情形，境外投资备案程序存在瑕疵。其中，意大利设计中心及俄罗斯公司设立时的法规未明确规定“责令其停止项目实施”等罚则，香港公司无需补充备案，俄罗斯公司及越南公司在设立或变更投资主体未备案事宜已通过办理增资备案手续的方式进行补正。报告期内，公司未因上述境外子公司备案程序瑕疵被发改委予以行政处罚或要求停止实施前述境外投资项目的情形。但根据《境外投资项目核准和备案管理办法》及《企业境外

投资管理办法》等规定，公司可能存在被发改委责令停止项目实施并追究相关责任的风险。”

二、相关人员是否存在被追究责任的风险，是否可能构成本次发行障碍

如前所述，公司部分境外经营子公司未取得境外投资项目备案，主要系相关主体设立时间较早、相关经办人员对发改备案政策法规理解存在偏差导致，并非有意规避且公司积极整改。报告期内，公司及子公司江汽投资未被发改主管部门要求停止实施前述境外投资项目，有关人员被追究责任的风险较小。

根据公安机关出具的《无犯罪记录证明》、安徽省公共信用信息服务中心出具的《公共信用信息报告（无违法违规证明版）》，发行人及其现任董事、监事和高级管理人员不存在涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被中国证监会立案调查的情形，符合《管理办法》第十一条第（四）项的规定。投资主体江淮汽车和江汽投资在发展改革领域无行政处罚记录，最近三年不存在严重损害投资者合法权益或者社会公共利益的重大违法行为，符合《管理办法》第十一条第（六）项的规定。

同时，根据《适用意见第 18 号》，意大利设计中心、香港公司以及越南公司主营业务收入、净利润占比均较小（占比不超过 5%），对公司不具有重要影响，前述主体程序瑕疵行为可不视为公司存在重大违法行为。俄罗斯公司报告期内存在主营业务收入、净利润占比超过 5%的情形，系公司重要子公司，但其程序瑕疵事项已通过后续增资过程履行境外投资备案程序进行补正，亦不会对公司产生重大不利影响。

综上，相关人员就部分境外子公司未取得境外投资项目备案而被追究责任的风险较小，不构成本次发行的障碍。

【核查情况】

一、核查情况

就上述事项，保荐机构和发行人律师主要执行了以下核查程序：

1、核查意大利设计中心、香港公司、俄罗斯公司、越南公司的境外投资项目备案文件，了解该等主体未备案的情形；

- 2、取得发行人出具的有关意大利设计中心、香港公司、俄罗斯公司、越南公司未备案原因和从事主要业务的说明；
- 3、核查意大利设计中心、香港公司、俄罗斯公司、越南公司在报告期内的财务数据，判断相关境外经营子公司是否对发行人有重要影响；
- 4、查阅发行人及江汽投资的《公共信用信息报告（无违法违规证明版）》，登录国家发展和改革委员会官网、安徽省发展和改革委员会官网、合肥市发展和改革委员会官网、信用中国官网以及国家企业信用信息公示系统等网站检索发行人及江汽投资是否存在因未备案而遭受发改主管部门行政处罚的情形；
- 5、查阅《境外投资项目核准暂行管理办法》《境外投资项目核准和备案管理办法》《企业境外投资管理办法》等相关规定并咨询安徽省发改主管部门；
- 6、获取公安机关出具的《无犯罪记录证明》，了解发行人的董事、监事、高级管理人员是否存在犯罪情况；
- 7、取得了发行人出具的说明。

二、核查结论

经核查，保荐机构和发行人律师认为：公司部分境外经营子公司未取得境外投资项目备案，主要系相关主体设立时间较早、相关经办人员对相关政策法规理解存在偏差所致；意大利设计中心、香港公司以及越南公司主营业务收入、净利润及净资产占比均较小，不会对发行人产生重大影响；俄罗斯公司报告期内存在主营业务收入、净利润占比超过 5%的情形，系公司重要子公司，但在其后续增资过程中的批复文件中已体现俄罗斯公司设立及变更后投资主体的相关信息，前述程序瑕疵事项已经进行补正；投资主体发行人及子公司江汽投资就部分境外经营子公司未备案事项被发改主管部门要求停止项目实施的风险较小，发行人已在募集说明书进行了风险提示；相关人员就部分境外子公司未取得境外投资项目备案而被追究责任的风险较小；未备案事项不构成本次发行的障碍。

7.3 请发行人说明：（1）报告期内资产处置收益的主要构成情况；（2）报告期内部分年度归属于母公司股东的净利润盈利而少数股东损益亏损的原因；（3）最近一期末大额其他应付款的主要内容。请保荐机构及申报会计师核查并发表明确意见。

【说明】

一、报告期内资产处置收益的主要构成情况

报告期各期，公司资产处置收益分别为 1,841.27 万元、64,049.50 万元、59,326.80 万元和 2,111.02 万元，主要构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
固定资产处置收益	2,080.14	33,728.55	61,553.81	1,617.47
无形资产处置收益	30.88	25,598.25	2,495.69	223.80
合计	2,111.02	59,326.80	64,049.50	1,841.27

2023 年公司资产处置收益主要为固定资产的处置收益，主要构成为：1、转让乘用车公司三工厂存货、固定资产及在建工程以及新桥工厂构筑物和设备至蔚来汽车科技（安徽）有限公司确认处置收益 37,913.68 万元。2、转让新能源乘用车分公司三工厂建筑物和构筑物至合肥恒创智能科技有限公司确认处置收益 22,582.96 万元。

2024 年度公司资产处置收益主要为固定资产和无形资产的处置收益，主要构成为公司位于合肥市南二环路厂区部分空置土地被政府收储确认处置收益 53,630.28 万元。

2025 年 1-6 月公司资产处置收益主要为公司已签署销售协议的部分工装模具于 2025 年 1-6 月交割完毕形成的资产处置收益。

二、报告期内部分年度归属于母公司股东的净利润盈利而少数股东损益亏损的原因

报告期各期，公司归属于母公司股东的净利润和少数股东损益情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
----	--------------	---------	---------	---------

归属于母公司所有者的净利润	-77,281.17	-178,416.00	15,150.93	-158,247.69
少数股东损益	-8,156.64	-20,935.67	-22,323.94	-14,475.03

公司 2023 年度存在归属于母公司股东的净利润盈利而少数股东损益亏损的情形，具体原因如下：

2023 年少数股东损益为负主要系子公司钇威科技、安凯客车当期净利润亏损，公司按控制比例分别确认少数股东损益-16,547.55 万元、-11,022.89 万元所致。其中，钇威科技 2023 年净利润亏损主要系新能源乘用车市场竞争激烈导致毛利率处于较低水平所致，安凯客车 2023 年净利润亏损主要系固定成本较高、毛利率仍然处于较低水平所致。

三、最近一期末大额其他应付款的主要内容

截止 2025 年 6 月末，公司大额其他应付款余额的主要内容如下：

单位：万元

序号	单位名称	款项性质	期末余额	占比	款项形成原因
1	大众汽车(安徽)有限公司	投资款、保 证金	83,523.42	29.10%	主要系2024年公司向大众安徽新增出资16.25亿元，出资系分阶段进行，余额主要系需在2025年12月31日前完成的出资部分。
2	安徽省国有资本运营控股集团有限公司	国有资本预算资金	58,400.74	20.35%	根据《安徽省省属企业国有资本经营预算资金管理暂行办法》等相关文件规定，安徽省国资委向公司下达的尚未达到结转为资本金条件的国有资本预算资金。
3	安徽江淮汽车集团控股有限公司	国有资本预算资金	6,772.54	2.36%	系安徽省国资委下达的国有资本预算资金，尚未达到结转为资本金的条件。
4	上海蔚来汽车有限公司	保证金	2,000.00	0.70%	系根据双方合作模式安排，上海蔚来汽车有限公司向公司支付的合作车型相关汽车售后服务质量保证金。
5	合肥凌大塘集体资产经营有限责任公司	股利	1,285.62	0.45%	公司控股子公司合肥汇凌应付其他股东普通股股利
合计			151,982.32	52.96%	-

【核查情况】

一、核查过程

针对以上事项，保荐机构和申报会计师执行了以下核查程序：

- 1、获取并检查报告期内发行人资产处置收益的明细表、处置合同、发票等，了解大额资产处置收益形成的背景及原因；
- 2、获取报告期内发行人合并财务报表，分析归属于母公司股东的净利润盈利而少数股东损益亏损的原因；访谈公司相关管理人员及财务人员，了解少数股东损益亏损的背景及原因；
- 3、获取报告期内发行人其他应付款主要构成明细表、对应合同等，核查大额其他应付款余额的主要内容、对应对象及款项形成原因。

二、核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

- 1、报告期内，公司资产处置收益主要由固定资产处置收益和无形资产处置收益构成；
- 2、公司 2023 年存在归属于母公司股东的净利润盈利而少数股东损益亏损的情形，2023 年少数股东损益为负主要系子公司钇威科技、安凯客车当期净利润亏损所致；
- 3、最近一期末大额其他应付款的主要内容为尚未出资的增资款、国有资本预算资金以及保证金。

7.4 请发行人说明：公司是否存在文化传媒及广告业务、互联网及互联网平台业务，若是，请说明相关业务的具体内容、经营模式、收入利润占比等情况，以及后续业务开展的规划安排。

请保荐机构及发行人律师核查并发表明确意见。

【说明】

一、文化传媒及广告业务情况

1、关于文化传媒及广告业务的相关法规

根据国家统计局发布的《文化及相关产业分类（2018）》的规定，文化及相关产业是指为社会公众提供文化产品和文化相关产品的生产活动的集合，分为：

（1）以文化为核心内容，为直接满足人们的精神需要而进行的创作、制造、传播、展示等文化产品（包括货物和服务）的生产活动，具体包括新闻信息服务、内容创作生产、创意设计服务、文化传播渠道、文化投资运营和文化娱乐休闲服务等活动；（2）为实现文化产品的生产活动所需的文化辅助生产和中介服务、文化装备生产和文化消费终端生产（包括制造和销售）等活动。

根据《中华人民共和国广告法（2021修正）》第二条的规定：“在中华人民共和国境内，商品经营者或者服务提供者通过一定媒介和形式直接或者间接地介绍自己所推销的商品或者服务的商业广告活动，适用本法。本法所称广告主，是指为推销商品或者服务，自行或者委托他人设计、制作、发布广告的自然人、法人或者其他组织。本法所称广告经营者，是指接受委托提供广告设计、制作、代理服务的自然人、法人或者其他组织。本法所称广告发布者，是指为广告主或者广告主委托的广告经营者发布广告的自然人、法人或者其他组织。”

2、公司文化传媒及广告业务的具体情况

公司主营业务系商用车、乘用车及动力总成研发、制造、销售和服务。公司主营业务不包含文化传媒及广告业务，实际经营业务中也不涉及文化传媒及广告相关业务。

截至本回复出具之日，公司部分控股子公司经营范围內存在“个人互联网直播服务”、“摄像及视频制作服务”、“广告设计、代理”、“广告发布”、“广告制作”

等涉及文化传媒及广告业务的描述，相关主体并未实际开展该等业务，具体情况如下：

序号	企业名称	经营范围	实际主营业务	是否实际开展文化传媒及广告业务
1	和行科技个人互联网直播服务；摄像及视频制作服务.....广告设计、代理；广告制作；广告发布；.....	网约车经营业务、汽车租赁业务、软件开发及销售业务等	否
2	青岛和行广告的设计、制作、代理、发布.....	汽车租赁业务	否
3	安庆和行广告的设计、制作、代理、发布.....	汽车租赁业务	否
4	天津和行从事广告业务.....	无实际经营	否
5	武汉和行广告设计、制作、代理、发布.....	无实际经营	否
6	和瑞出租个人互联网直播服务；摄像及视频制作服务；广告设计、代理；广告发布；广告制作（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）.....	巡游出租汽车经营服务、机动车修理和维护	否

经核查，截至本回复出具之日，公司不存在开展文化传媒及广告业务的情形，没有开展文化传媒及广告业务的规划安排。

二、互联网及互联网平台业务情况

1、关于互联网及互联网平台业务的相关法规

根据《中华人民共和国电子商务法》第二条的规定：“本法所称电子商务，是指通过互联网等信息网络销售商品或者提供服务的经营活动。”

根据《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》第二条的规定：“‘互联网平台’是指通过网络信息技术，使相互依赖的双边或者多边主体在特定载体提供的规则下交互，以此共同创造价值的商业组织形态。”

2、公司互联网相关业务载体情况

截至本回复出具之日，公司正在使用中的自有网站、微信公众号、小程序、APP 等互联网相关业务载体情况主要如下：

(1) 网站/域名

序号	名称	运营主体	主要功能/用途	是否产生收入	销售产品类型	是否属于互联网平台
1	jac.com.cn	江淮汽车	公司官网及主要业务系统入口, 用于信息发布等	否	无	否
2	starnetah.com	江淮汽车	江淮卡友生态管理系统, 用于信息发布、产品展示、数据查询等	否	无	否
3	jaczyt.com	江淮专用车	信息发布、产品宣传	否	无	否
4	jacdb.com	江汽担保	信息发布、产品宣传	否	无	否
5	jaclogistics.cn	江汽物流	信息发布、产品宣传	否	无	否
6	yiweiauto.cn	钇威汽车	钇威官网及小程序接口	否	无	否
7	hexingyueche.com	和行科技	信息发布、产品宣传	否	无	否
8	ah117.com	和行科技	公务用车管理平台	否	无	否
9	igongwu.com	和行科技	产品宣传、订购软件	是	和行科技自行开发的公务用车管理平台软件	否
10	jachx.com	和行科技	产品宣传	否	无	否
11	ankai.com	安凯客车	信息发布、产品宣传	否	无	否

(2) 微信公众号、小程序

序号	名称	类型	运营主体	主要功能/用途	是否产生收入	销售产品类型	是否属于互联网平台
1	HelloJAC	公众号	江淮汽车	信息发布	否	无	否
2	JAC MOTORS	公众号、小程序	江淮汽车	信息发布、产品查询、图片展示	否	无	否
3	江汽集团	公众号	江淮汽车	信息发布	否	无	否
4	江淮 1 卡	公众号	江淮汽车	用于品牌信息发布、企业宣传、产品传播等	否	无	否
5	康铃卡车	公众号	江淮汽车	江淮康铃品牌信息发布、产品传播等	否	无	否
6	江淮 1van	公众号	江淮汽车	用于 1van 品牌信息发布、企业宣传、产品传播等	否	无	否

序号	名称	类型	运营主体	主要功能/用途	是否产生收入	销售产品类型	是否属于互联网平台
7	江淮卡友	小程序	江淮汽车	蓝牙钥匙车控	否	无	否
8	JAC 帅铃	公众号	江淮汽车	江淮帅铃品牌信息发布、产品传播等	否	无	否
9	JAC 骏铃	公众号	江淮汽车	江淮骏铃品牌信息发布、产品传播等	否	无	否
10	江淮皮卡	公众号、小程序	江淮汽车	汽车资讯、预约试驾、预约维保	否	无	否
11	江淮卡友智慧零售平台	小程序	江淮汽车	车型展示、预约试驾、老客转介绍	否	无	否
12	江淮新能源轻卡	公众号	江淮汽车	江淮新能源轻卡品牌信息发布、产品传播等	否	无	否
13	江淮钇为	公众号、小程序	江淮汽车	汽车资讯、预约试驾、预约维保、在线购车	是	江淮钇为车系、汽车配件、生活用品	否
14	JAC 江淮瑞风	小程序	江淮汽车商务车营销分公司	汽车资讯、预约试驾、预约维保、在线购车	是	江淮瑞风RF8	否
15	MY JAC	小程序	江淮汽车乘用车营销分公司	汽车资讯、预约试驾、预约维保、在线购车	是	江淮X8 E家、江淮A5 PLUS等	否
16	江淮汽车	公众号	江淮汽车乘用车营销分公司	乘用车产品信息发布及品牌传播等	否	无	否
17	钇威汽车	小程序	江淮汽车安庆分公司	用于司机入场申请、出门证申请及随车单绑定等功能	否	无	否
18	卡嘉	小程序	江淮汽车重型车分公司	资讯发布、产品展示、车联网、预约维保	否	无	否
19	JAC 高端新能源智慧工厂LES 系统	小程序	江淮汽车肥西新能源乘用车分公司	用于物流商申请物流入库	否	无	否
20	智慧流动	小程序	扬州江淮	访客、物流配送进出门管理（出	否	无	否

序号	名称	类型	运营主体	主要功能/用途	是否产生收入	销售产品类型	是否属于互联网平台
				门证)			
21	江汽物流	公众号	江汽物流	信息发布、企业宣传	否	无	否
22	扫码宝盒	小程序	江汽物流	用于送货车辆预约进出物流园区	否	无	否
23	江汽物流云	小程序	江汽物流	用于乘用车车辆运输环节司机进行业务操作	否	无	否
24	杰克巴士	小程序	江汽物流	用于班车预约	否	无	否
25	江汽物流链	小程序	江汽物流	用于商用车车辆运输环节司机进行业务操作	否	无	否
26	江汽物流招聘	小程序	江汽物流	用于企业招聘	否	无	否
27	江汽物流用户中心	小程序	江汽物流	用于经销商查询物流订单	否	无	否
28	江小牛行政小助手	小程序	江汽物流	用于园区访客进出登记	否	无	否
29	安徽江淮专用汽车有限公司	公众号	江淮专用车	信息发布、企业宣传	否	无	否
30	江汽担保	公众号	江汽担保	信息发布、企业宣传	否	无	否
31	星瑞齿轮	公众号	星瑞齿轮	信息发布、企业宣传	否	无	否
32	合肥和瑞出租车有限公司	公众号	和瑞出租	信息发布、企业宣传	否	无	否
33	和行约车	公众号、小程序	和行科技	乘客下单、支付、订单查询等	是	提供网约车服务	是
34	和行 DIP	小程序	和行科技	车辆租赁管理系统（车辆整备、交车、收车等）	否	无	否
35	智享公务	小程序	和行科技	车辆申请、审批、调度、查询、车务管理、车辆定位等	否	无	否
36	和行软件	公众号	和行科技	软件业务品牌宣传与推广	否	无	否
37	和行科技	公众号	和行科技	和行科技品牌宣传与业务推广	否	无	否
38	和行无人车	小程序	和行科技	无人车业务宣传等	否	无	否
39	安凯客车	公众号	安凯客车	信息发布、企业宣传	否	无	否

序号	名称	类型	运营主体	主要功能/用途	是否产生收入	销售产品类型	是否属于互联网平台
40	AK 安凯机械	公众号	安凯金达	信息发布、企业宣传	否	无	否
41	安凯大家园	公众号	安凯客车	内部宣传	否	无	否

(3) APP

序号	APP 名称	运营主体	主要功能/用途	是否产生收入	销售产品类型	是否属于互联网平台
1	好悍邦	江淮汽车	汽车资讯、信息发布、预约试驾、预约维保、在线购车、车联网	是	江淮皮卡车系、汽车配件、生活用品	否
2	MY JAC	江淮汽车	汽车资讯、信息发布、预约试驾、预约维保、在线购车、车联网	是	江淮 X8 E 家、江淮 A5 PLUS 等、汽车配件、生活用品	否
3	江淮卡友	江淮汽车	产品展示、资讯发布、车联网、预约维保、配件商城	是	江淮商用车车系、汽车配件	是
4	卡嘉	江淮汽车	资讯发布、车型展示、预约维保、车联网	是	汽车配件	否
5	江淮瑞风	江淮汽车	汽车资讯、信息发布、预约试驾、预约维保、在线购车、车联网	是	江淮瑞风 RF8、汽车配件	否
6	瑞风汽车	江淮汽车	汽车资讯、信息发布、预约试驾、预约维保、在线购车、车联网	是	江淮瑞风 E3、汽车配件、生活用品	否
7	江淮卡友车队版	江淮汽车	产品展示、资讯发布、车联网、预约维保	否	无	否
8	江淮卡友服务版	江淮汽车	服务工单建立维护、保养券核销	否	无	否
9	江淮车联网	江淮汽车	道路救援、维修站查询、车联网	否	无	否
10	江淮销售助手	江淮汽车	线索管理、客户管理、试驾管理	否	无	否
11	江淮担保	江汽担保	贷后催收信息填报	否	无	否
12	JMS	江汽物流	用于整车仓储及发运环节作业	否	无	否
13	新港WMS	江汽物流	用于仓库物料收发存作业	否	无	否
14	Smart eShuttle	江汽物流	用于班车预约	否	无	否
15	智汇点	江汽物流	用于企业内部人员办公	否	无	否

序号	APP 名称	运营主体	主要功能/用途	是否产生收入	销售产品类型	是否属于互联网平台
16	江汽物流	江汽物流	用于整车仓储作业	否	无	否
17	杰克巴士	江汽物流	用于班车预约	否	无	否
18	江淮钇为	钇威汽车	品牌宣传、用户运营、远程车控、线上购车和售后服务	是	江淮钇为车系、汽车配件、生活用品	否
19	和行约车	和行科技	乘客下单、支付、订单结算与查询等	是	提供网约车服务	是
20	和行约车司机端	和行科技	司机接单、送达功能等	否	无	否
21	和行加盟司机	和行科技	司机加盟、接单、送达功能等	否	无	否
22	的士之家	和行科技	出租车接单、送达功能等	否	无	否
23	公务和行	和行科技	公务用车申请、审批、调度派车、收车等	否	无	否

3、公司通过第三方平台开展互联网相关业务情况

报告期内，公司存在于抖音、京东、拼多多等第三方平台开设店铺的情况，具体如下：

序号	平台名称	店铺名称	运营主体	主要功能/用途	状态	是否产生收入
1	抖音	江淮乘用车	江淮汽车乘用车营销分公司	售卖购车券、车用商品等	运营中	是
2	抖音	江淮钇为汽车	江淮汽车	售卖购车券、车用商品等	店铺已于2024年关闭	是
3	京东	江淮轻卡 江淮专卖店	江淮汽车	产品展示、获取线索	店铺关闭中，商品已下架	否
4	拼多多	江淮轻卡 汽车官方旗舰店	江淮汽车	产品展示、获取线索	店铺已于2024年关闭	否

此外，和行科技除通过自有互联网载体开展网约车业务外，亦利用第三方聚合平台如高德开展网约车业务，即乘客可通过高德平台进行打车，和行科技司机接单并提供送达服务，高德平台与和行科技进行结算。

4、公司开展互联网及互联网平台业务具体内容、经营模式、收入利润占比

如前所述，报告期内，公司除通过部分自有互联网载体进行信息发布、产品

宣传外，还通过部分自有或第三方互联网载体开展互联网销售业务，具体如下：

（1）汽车等产品销售业务

公司通过江淮瑞风 APP、瑞风汽车 APP、JAC 江淮瑞风小程序、MY JAC APP/小程序、江淮钇为 APP/小程序等向客户销售不同型号的汽车，客户通过线上互联网载体完成选车配置、在线支付订金后，选择线下经销商支付剩余款项并提车。

此外，公司通过江淮钇为 APP/小程序、江淮卡友 APP、江淮瑞风 APP、瑞风汽车 APP、MY JAC APP 以及通过入驻第三方电商平台等销售：①车载插座、脚垫、柴油、尿素等汽车配件；②水杯、雨伞等生活用品。公司通过前述互联网载体销售自身或其他企业的商品或服务，并与客户进行结算。

（2）网约车业务

发行人控股子公司和行科技通过和行约车 APP/小程序开展网约车业务，乘客通过和行约车平台在线支付车费，平台统一收取后按一定比例支付给网约车司机，和行科技与网约车司机系合作关系。此外，和行科技亦利用第三方聚合平台如高德开展网约车业务，即乘客可通过高德平台进行打车，和行科技司机接单并提供送达服务，高德平台与和行科技进行结算。和行科技通过和行约车平台为司机与乘客提供交易撮合，属于开展互联网平台业务。

报告期内，公司互联网及互联网平台业务产生的营业收入¹分别为 287,235.08 万元、53,646.22 万元、74,152.75 万元和 1,941.37 万元，占公司同期营业收入比重分别为 7.87%、1.19%、1.76% 和 0.10%；公司互联网及互联网平台业务毛利分别为 -9,362.92 万元、-1,366.87 万元、-5,839.70 万元和 18.63 万元，占公司同期毛利比重分别为 3.05%、0.27%、1.32%² 和 0.01%，相关业务形成的收入、毛利占公司同期营业收入、毛利比重较小，对公司业绩影响较小。

5、后续业务开展的规划安排

公司及其控股子公司从事的互联网及互联网平台业务是对传统线下业务的线上延伸，公司及其控股子公司未来仍将维持现有业务模式开展相关业务。

¹ 注：公司通过互联网销售汽车，线上仅收取客户支付的订金，车辆交付及尾款支付通过 4S 店等线下渠道进行，公司基于谨慎性考虑将车辆全额收入统计在互联网及互联网平台业务产生的营业收入中。

² 注：由于公司互联网及互联网平台业务毛利长期为负，占比均采用绝对值计算。

6、发行人互联网业务收入情况

报告期各期，发行人互联网业务收入³及占同期营业收入比重分别如下：

单位：万元

业务类型	2025年1-6月		2024年		2023年		2022年	
	营业收入	占同期营业收入比重	营业收入	占同期营业收入比重	营业收入	占同期营业收入比重	营业收入	占同期营业收入比重
互联网销售业务	35.43	0.0018%	69,415.97	1.65%	49,523.56	1.10%	282,628.42	7.74%
自行运营互联网平台业务	0.50	0.0000%	3.51	0.00%	25.10	0.0006%	22.65	0.00%
入驻第三方互联网平台业务	1,905.44	0.10%	4,733.27	0.11%	4,097.56	0.09%	4,584.01	0.13%
合计	1,941.37	0.10%	74,152.75	1.76%	53,646.22	1.19%	287,235.08	7.87%

7、公司互联网业务的合法合规性

（1）公司业务资质合法合规情况

根据《互联网信息服务管理办法》（2024修订）的规定，国家对经营性互联网信息服务实行许可制度；对非经营性互联网信息服务实行备案制度。根据《安徽省通信管理局关于增值电信业务经营许可有关问题的公告》，企业利用自身网站并以自营方式直接销售自身或其它企业的商品或服务，无其它单位或个人以自身名义入驻该网站实施销售行为的，不属于增值电信业务，无需取得《增值电信业务经营许可证》；企业依托微信、支付宝等互联网平台的小程序、公众号等形式经营业务，且无其他独立运营平台的，无需取得《增值电信业务经营许可证》。

公司开展互联网业务涉及的相关资质情况如下：

①互联网销售业务、其他互联网业务相关资质

截至本回复出具之日，就互联网销售业务、其他互联网业务，公司相关自有小程序和APP均已取得ICP备案，无需取得其他相关资质。

②互联网平台业务相关资质

截至本回复出具之日，就自营的互联网平台：公司上述相关自营平台载体均已办理完成ICP备案；公司已取得了《增值电信业务经营许可证》，和行科技已取得《增值电信业务经营许可证》《网络预约出租汽车经营许可证》。

根据《中华人民共和国电子商务法》等相关规定，公司及其控股子公司在第

³ 注：公司通过互联网销售汽车，线上仅收取客户支付的订金，车辆交付及尾款支付通过4S店等线下渠道进行，公司基于谨慎性考虑将车辆全额收入统计在互联网销售业务产生的营业收入中。

三方电商平台销售公司产品仅需遵守电商平台制定的平台规则,无需取得特殊资质。

(2) 公司反垄断合法合规情况

根据《中华人民共和国反垄断法》的规定,经营者可以通过公平竞争、自愿联合,依法实施集中,扩大经营规模,提高市场竞争能力。具有市场支配地位的经营者,不得滥用市场支配地位,排除、限制竞争。

公司不具有相关市场的市场支配地位,未达成、实施垄断协议,不存在排除、限制竞争的不正当竞争情形,不存在违反《中华人民共和国反垄断法》《反垄断指南》等相关法律法规规定的情况。

(3) 公司个人信息收集合法合规情况

公司及相关控股子公司互联网销售业务涉及向用户销售汽车、汽车配件等,互联网平台业务涉及向用户销售相关车用商品或者向乘客提供网约车服务等,其他互联网业务涉及用户登录/注册以使用相关载体功能等。为开展前述业务,公司需相应收集用户个人信息,包括:在用户登录时,获取手机号以便动态验证登录;在发生交易时获取用户姓名、收件信息、位置信息等。相关信息系为完成交易所需合理收集的信息,未超过必要的限度,且已取得用户的同意。公司不存在为客户提供个人数据存储及运营的相关服务,不存在对相关数据挖掘及提供数据增值服务的情形。根据《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》等相关法律、行政法规,目前单纯的个人信息收集、储存不存在相关资质、许可或备案的强制性规定,发行人无需就此取得相关资质。

公司在信息收集过程中严格遵守《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》等法律法规的要求,具体情况如下:

具体规定	发行人实际情况	是否合规
《中华人民共和国个人信息保护法》		
第五条 处理个人信息应当遵循合法、正当、必要和诚信原则,不得通过误导、欺诈、胁迫等方式处理个人信息。	公司已制定《信息安全管理规定》《IT系统及服务安全管理办法》,对涉及个人信息的处理活动进行规范;公司在相关隐私协议中明确向用户告知了收集和使用个人信息的目的、方式和范围,收集个人信息的范围以满足用户操作、提供服务为	
第六条 处理个人信息应当具有明确、合理的目的,并应当与处理目的直接相关,采取对个人权益影响最小的方式。收集个人信		合规

<p>息，应当限于实现处理目的的最小范围，不得过度收集个人信息。</p> <p>第七条 处理个人信息应当遵循公开、透明原则，公开个人信息处理规则，明示处理的目的、方式和范围。</p>	<p>限；收集个人信息遵循合法合规、最小化和授权同意等原则，采取相应的措施保证用户个人信息的安全和质量。</p>	
<p>第十三条 符合下列情形之一的，个人信息处理者方可处理个人信息：（一）取得个人的同意；（二）……。依照本法其他有关规定，处理个人信息应当取得个人同意，但是有前款第二项至第七项规定情形的，不需取得个人同意。</p> <p>第十四条 基于个人同意处理个人信息的，该同意应当由个人在充分知情的前提下自愿、明确作出。法律、行政法规规定处理个人信息应当取得个人单独同意或者书面同意的，从其规定。个人信息的处理目的、处理方式和处理的个人信息种类发生变更的，应当重新取得个人同意。</p>	<p>公司以“明确告知”和“事先同意”作为收集个人信息的前提，符合法律规定。</p>	合规
<p>第十五条 基于个人同意处理个人信息的，个人有权撤回其同意。个人信息处理者应当提供便捷的撤回同意的方式。个人撤回同意，不影响撤回前基于个人同意已进行的个人信息处理活动的效力。</p> <p>第十六条 个人信息处理者不得以个人不同意处理其个人信息或者撤回同意为由，拒绝提供产品或者服务；处理个人信息属于提供产品或者服务所必需的除外。</p>	<p>用户可在隐私协议中便捷地找到联系方式，进而行使撤回同意等权利。公司未以个人不同意处理其个人信息或者撤回同意为由，拒绝提供产品或者服务。</p>	合规
<p>第十七条 个人信息处理者在处理个人信息前，应当以显著方式、清晰易懂的语言真实、准确、完整地向个人告知下列事项：（一）个人信息处理者的名称或者姓名和联系方式；（二）个人信息的处理目的、处理方式，处理的个人信息种类、保存期限；（三）个人行使本法规定权利的方式和程序；（四）法律、行政法规规定应当告知的其他事项。</p> <p>前款规定事项发生变更的，应当将变更部分告知个人。个人信息处理者通过制定个人信息处理规则的方式告知第一款规定事项的，处理规则应当公开，并且便于查阅和保存。</p>	<p>公司通过相关隐私协议事先明确告知用户信息处理者的基本情况，个人信息收集和使用的范围、目的和方式，用户权利实现路径，联系渠道及采取的保护个人信息的措施等。</p>	合规
<p>第二十五条 个人信息处理者不得公开其处理的个人信息，取得个人单独同意的除外。</p>	<p>公司不存在公开用户个人信息的情形。</p>	合规
《中华人民共和国网络安全法》		
<p>第十条 建设、运营网络或者通过网络提供服务，应当依照法律、行政法规的规定和国家标准的强制性要求，采取技术措施和其他必要措施，保障网络安全、稳定运行，有效应对网络安全事件，防范网络违法犯罪活动，维护网络数据的完整性、保密性和可用性。</p> <p>第四十条 网络运营者应当对其收集的用户信息严格保密，并建立健全用户信息保</p>	<p>公司已根据相关要求，采取技术措施和其他必要措施，保障网络安全、稳定运行。公司对收集的用户信息严格保密，并为此建立了《IT 系统及服务安全管理办法》加强个人信息保护工作，在集团公司数字化管理中心设置信息安全部负责相关网络安全、数据安全工作，负责组织落实各项网络安全、数据安全保障措施，配备相</p>	合规

护制度。	应的技术能力和管理措施，确保相关措施的有效落地。	
第四十一条 网络运营者收集、使用个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，公开收集、使用规则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经被收集者同意。网络运营者不得收集与其提供的服务无关的个人信息，不得违反法律、行政法规的规定和双方的约定收集、使用个人信息，并应当依照法律、行政法规的规定和与用户的约定，处理其保存的个人信息。	1、公司以“明确告知”和“事先同意”作为收集个人信息的前提，符合法律规定。2、公司收集用户个人信息时遵循合法合规、最小化和授权同意等原则，并按国家或行业规定的安全标准，采取相应的措施保证用户个人信息的安全和质量。3、公司已制定《信息安全管理规定》及《IT系统及服务安全管理办法》对涉及个人信息的处理活动进行规范。	合规
第四十二条 网络运营者不得泄露、篡改、毁损其收集的个人信息；未经被收集者同意，不得向他人提供个人信息。但是，经过处理无法识别特定个人且不能复原的除外。网络运营者应当采取技术措施和其他必要措施，确保其收集的个人信息安全，防止信息泄露、毁损、丢失。在发生或者可能发生个人信息泄露、毁损、丢失的情况时，应当立即采取补救措施，按照规定及时告知用户并向有关主管部门报告。	1、公司以“明确告知”和“事先同意”作为收集个人信息的前提，符合法律规定。2、除用户明确同意、法律法规明确规定或按政府部门的要求、为实现隐私协议中声明的目的或明示的情形外，公司不会向其他任何公司、组织和个人分享用户个人信息。3、公司已制定《信息安全管理规定》及《IT系统及服务安全管理办法》对涉及个人信息的处理活动进行规范。	合规
第四十三条 个人发现网络运营者违反法律、行政法规的规定或者双方的约定收集、使用其个人信息的，有权要求网络运营者删除其个人信息；发现网络运营者收集、存储的其个人信息有错误的，有权要求网络运营者予以更正。网络运营者应当采取措施予以删除或者更正。	公司相关隐私政策中明确告知用户行使个人权利的反馈渠道、联系方式，用户可以便捷地行使权利。	合规
第四十四条 任何个人和组织不得窃取或者以其他非法方式获取个人信息，不得非法出售或者非法向他人提供个人信息。	1、公司以“明确告知”和“事先同意”作为收集个人信息的前提，符合法律规定。2、公司严格按照隐私政策收集用户个人信息。3、公司《IT系统及服务安全管理办法》明确规定“信息系统的管理单位应当对收集的用户信息严格保密，不得泄露、篡改、毁损收集的个人信息，不得非法向他人提供个人信息”。	合规
《中华人民共和国数据安全法》		
第三十二条 任何组织、个人收集数据，应当采取合法、正当的方式，不得窃取或者以其他非法方式获取数据。法律、行政法规对收集、使用数据的目的、范围有规定的，应当在法律、行政法规规定的目的和范围内收集、使用数据。	1、公司制定了《信息安全管理规定》《IT物理安全管理办法》《IT终端安全管理规定》《IT系统及服务安全管理办法》《电子数据安全管理办法》等多项数据安全、网络安全管理制度，并对涉及个人信息的数据处理活动进行了规范；2、公司以“明确告知”和“事先同意”作为收集个人信息的前提，符合法律规定。3、公司收集用户个人信息时遵循合法合规、最小化和授权同意等原则，并按国家或行业规定的安全标准，采取相应的措施保证用户个人信息的安全和质量。	合规

《APP 违法违规收集使用个人信息行为认定方法》		
未公开收集使用规则	公司在相关 APP 中公开隐私政策等个人信息收集使用规则；在首次运行时，通过弹窗等明显方式提示用户阅读隐私政策等收集使用规则。	合规
未明示收集使用个人信息的目的、方式和范围	公司在隐私政策中明示了收集使用个人信息的目的、方式与范围，收集使用规则清晰易懂，不存在使用户难以理解的情形。	合规
未经用户同意收集使用个人信息	公司以符合规定的方式在征得用户同意后收集个人信息或打开可收集个人信息的权限；实际收集的个人信息及打开的权限均在用户授权范围内，不存在以默认选择同意隐私政策等非明示方式征求用户同意的情况；不存在未经用户同意更改其设置的可收集个人信息权限状态的情形；不存在以欺诈、诱骗等不正当方式误导用户同意收集个人信息或打开可收集个人信息的权限的情形；不存在违反其所声明的收集使用规则，收集使用个人信息的情形。	合规
违反必要原则，收集与其提供的服务无关的个人信息	公司 APP 中收集信息仅用于为用户提供相关服务；收集的信息与提供的服务均具备相关性，不存在若用户不同意收集信息即拒绝提供业务功能的情况；不存在收集个人信息的频度等超出业务功能实际需要的情形。	合规
未经同意向他人提供个人信息	公司采集的个人信息仅用于公司提供相关服务，不存在未经同意向他人提供的情况。	合规
未按法律规定提供删除或更正个人信息功能或未公布投诉、举报方式等信息	公司已公开投诉与联系方式，在收到有关个人信息查询、更正、删除、撤销授权以及注销账号请求时及时响应。	合规

（4）公司未受到重大行政处罚

根据公司及其主要子公司取得的《法人和非法人组织公共信用信息报告（无违法违规证明版）》，并经查询中华人民共和国工业和信息化部、安徽省通信管理局等网站，截至本回复出具之日，公司及其控股子公司遵守互联网相关法律、法规和规范性文件，不存在因开展互联网业务而受到主管部门相关的重大行政处罚的情形。

综上，截至本回复出具之日，公司及其控股子公司开展互联网业务已取得必要的资质；不存在违反《中华人民共和国反垄断法》《反垄断指南》等相关法律法规规定的情况；公司及其控股子公司开展互联网业务过程中收集的相关个人信息系为完成交易所需合理收集的信息，在信息收集过程中严格遵守《中华人民共

和《个人信息保护法》《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》等法律法规的要求，未超过必要的限度，且已取得用户的同意；公司及其控股子公司未因开展互联网业务而受到主管部门相关的重大行政处罚。因此，公司互联网业务不存在重大违法违规行为。

【核查情况】

一、核查情况

就上述事项，保荐机构和发行人律师主要执行了以下核查程序：

1、查阅《文化及相关产业分类》《中华人民共和国电子商务法》《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》等相关法律法规及规范性文件；

2、登录国家企业信用信息系统进行查询，了解发行人及其控股子公司经营范围及主营业务等，判断是否开展文化传媒及广告业务、互联网及互联网平台业务；

3、访谈发行人相关人员及取得发行人的说明，抽查发行人及其子公司相关业务合同及发票，了解发行人及其控股子公司是否实际开展文化传媒及广告业务、互联网及互联网平台业务，以及相关业务的经营模式、业务内容及后续业务开展的规划安排；

4、工信部 ICP/IP 地址/域名信息备案管理系统查询并登录查看发行人及其控股子公司自有网站、APP、公众号及小程序，了解其功能及运行情况；

5、查阅发行人及其控股子公司通过自有互联网载体或第三方平台开展业务的收入及利润等财务资料情况；

6、取得发行人《增值电信业务经营许可证》，和行科技《增值电信业务经营许可证》《网络预约出租汽车经营许可证》；

7、查阅发行人相关互联网载体的隐私政策等文件，以及发行人制定的《信息安全管理规定》《IT 物理安全管理规定》《IT 终端安全管理规定》《IT 系统及服务安全管理规定》《电子数据安全管理规定》等多项数据安全、网络安全管理制

度，了解个人信息收集情况。

二、核查结论

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

- 1、截至本回复出具之日，发行人不存在开展文化传媒及广告业务的情形；
- 2、截至本回复出具之日，发行人及其控股子公司存在涉及从事互联网及互联网平台业务的情形，经营模式为利用自有网站、APP、小程序、入驻第三方电商平台等互联网载体进行汽车等产品销售业务，以及子公司和行科技通过和行约车平台、利用第三方聚合平台开展网约车业务；
- 3、报告期内发行人互联网及互联网平台相关业务形成的收入、毛利占发行人同期营业收入、毛利比重较小，对发行人业绩影响较小。发行人及其控股子公司未来仍将维持现有业务模式开展相关业务；
- 4、截至本回复出具之日，发行人及其控股子公司开展互联网业务已取得必要的资质；不存在违反《中华人民共和国反垄断法》《反垄断指南》等相关法律法规规定的情况；发行人及其控股子公司开展互联网业务过程中收集的相关个人信息系为完成交易所需合理收集的信息，在信息收集过程中严格遵守《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》等法律法规的要求，未超过必要的限度，且已取得用户的同意；发行人及其控股子公司未因开展互联网业务而受到主管部门相关的重大行政处罚。公司互联网业务不存在重大违法违规行为。

保荐机构关于发行人回复的总体意见：

对本回复材料中的公司回复，本机构均已进行核查，确认并保证其真实、完整、准确。

(本页无正文, 为安徽江淮汽车集团股份有限公司《关于安徽江淮汽车集团股份有限公司向特定对象发行股票申请文件的审核问询函的回复》之签章页)



发行人法定代表人声明

本人已认真阅读《关于安徽江淮汽车集团股份有限公司向特定对象发行股票申请文件的审核问询函的回复》的全部内容，确认审核问询函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

法定代表人（签字）：



项兴初

安徽江淮汽车集团股份有限公司

2025年12月11日



(本页无正文, 为国元证券股份有限公司《关于安徽江淮汽车集团股份有限公司向特定对象发行股票申请文件的审核问询函的回复》之签章页)

保荐代表人(签字):

刘海波

刘海波

王奇

王奇

国元证券股份有限公司

2025年2月11日



保荐人（主承销商）法定代表人声明

本人已认真阅读《关于安徽江淮汽车集团股份有限公司向特定对象发行股票申请文件的审核问询函的回复》的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

法定代表人（签字）：

沈和付

