

证券代码：689009

证券简称：九号公司

公告编号：2026-036

九号有限公司

关于 2025 年年度报告信息披露监管问询函的 回复公告

本公司董事会及全体董事保证公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性依法承担法律责任。

九号有限公司（以下简称“公司/本公司”）于近日收到上海证券交易所《关于九号有限公司 2025 年年度报告的信息披露监管问询函》（上证科创公函【2026】0182 号），现将问询函的相关问题回复如下：

本回复公告中若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致；如无特殊说明，本回复公告涉及币种为人民币。鉴于本公告部分信息涉及商业秘密，公司针对该部分内容进行豁免披露。

问题1：关于经营业绩

年报显示，公司 2025 年实现营业收入 212.78 亿元，同比增长 49.89%，归母净利润 17.58 亿元，同比增长 62.17%；其中四季度实现营业收入 28.88 亿元，同比减少 12.22%，环比减少 56.55%，归母净利润-2,903.15 万元，2021 年以来首次出现单季度归母净利润为负。从销售模式来看，自主品牌分销收入占比超 90%。此外，公司 2025 年存在非货币性资产交换损益 6,071.92 万元。

请公司：（1）结合市场变化、行业竞争、成本费用构成及毛利率变动等，量化分析四季度收入下滑、净利润为负的原因；（2）结合相关交易背景、商业实质、公允价值确认依据、与交易对手是否存在关联关系，说明非货币性资产交换损益的形成原因；（3）说明 2025 年主要分销商销售情况，包括但不限于分销商基本情况、合作年限、交易内容、2025 年度发货金额、收入确认金额、期后退货金额、期末应收账款余额、期后回款金额、期末库存情况及是否存在压货情形，是否与公司或供应商存在关联关系等，并说明分季度主要分销商变

动情况及原因。请年审会计师详细说明针对公司分销收入的审计程序、获得的审计证据及结论，是否充分、有效，重点是对于合同、交货单、物流单及销售发票等支持性文件的核查情况，包括核查方法、比例、数据来源、结果和结论意见。

问题回复：

一、结合市场变化、行业竞争、成本费用构成及毛利率变动等，量化分析四季度收入下滑、净利润为负的原因。

1. 2025 年第四季度收入下滑原因

报告期第四季度，公司实现营业收入 28.88 亿元，较第三季度环比减少 37.59 亿元，其中电动两轮车业务收入环比减少 39.20 亿元，为该季度收入回落的主要原因。收入阶段性回落主要系行业政策、渠道供需及季节性等多重因素共同影响所致，具体而言：

(1) 新国标政策颁布及施行。为加强电动自行车产品质量安全监管，国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会于 2024 年 12 月 31 日联合发布新版《电动自行车安全技术规范》（GB 17761-2024，以下简称“新国标”），该标准于 2025 年 9 月 1 日正式施行。根据规定，2025 年 9 月 1 日起所有新生产的电动自行车均须符合新国标要求，同时给予 2025 年 8 月 31 日前按照旧标准生产的车辆 3 个月销售过渡期，允许销售至 2025 年 11 月 30 日。新国标政策为公司带来新的机遇与挑战，该政策大幅抬升了行业准入门槛，提升了行业安全与技术要求，将加速不合格企业出清，行业集中度将持续提升，公司在智能化电动两轮车赛道的提前布局将成为我们的核心竞争优势。

(2) 新国标政策切换影响产销节奏，新车型集中于季度末上市。关于新国标实施背景下公司的产品节奏安排，主要基于以下三方面综合考量：一是新国标带来系统性技术升级要求，公司需据此重新设计车架结构、优化电池布局，并同步实现智能化核心配置的完整集成，无法通过旧款车型简单改款满足合规上市标准，相关研发与产品打磨需要一定周期；二是严格落实 12 月 1 日起全国全面禁售旧国标车型的监管要求，公司已于 11 月底前完成全国范围内旧国标库存清理，整体实现了新旧产品的平稳过渡，降低了新旧车型在渠道端的内耗风险；三是结合电动两轮车行业一、四季度为传统销售淡季的客观规律，充分利用淡季窗口期完成渠道培训、终端备货及首批用户产品磨合，为后续旺季销售打好

基础。公司于2025年12月22日正式发布符合新国标的Fz系列车型，因此2025年第四季度绝大部分时间内公司尚无新国标车型实现销售收入，收入确认相应受限。

(3)受季节性淡季及前期需求透支双重影响。第四季度为电动两轮车行业传统销售淡季，主要由于入冬后气温下降，北方地区用户骑行意愿与通过短交通方式通勤需求显著降低，门店客流量也有所下滑；同时，受新国标政策落地预期影响，终端消费需求已集中在前三季度提前释放，进一步加剧了第四季度收入回落。此外，经销商年底普遍处于去库存阶段，补货动力不足，使得淡季效应被进一步放大。

综上，公司受行业政策、渠道供需及季节性等多重因素共同影响，收入呈现阶段性回落，同期行业可比公司也均呈现营业收入环比大幅下滑态势，如下表（单位：亿元）：

可比公司	2025年第四季度 营业收入	2025年第三季度 营业收入	环比变动(%)
九号公司(689009.SH)	28.88	66.48	-56.55
爱玛科技(603529.SH)	40.02	80.64	-50.37
小牛电动(NASDAQ:NIU)	6.76	16.94	-60.09
新日股份(603787.SH)	5.39	13.88	-61.18

由此可见，本次收入波动并非公司单独面临的经营风险，而是属于短期内受政策变化、季节性影响导致的全行业普遍性阶段性调整。

2. 2025年第四季度净利润为负的原因

报告期第四季度受收入规模下滑、费用结构、所得税费用等多项因素共同影响，各因素具体影响如下（单位：万元）：

项目	2025年第四季度	2025年第三季度	环比变动	变动比例(%)
营业总收入	288,821.18	664,753.13	-375,931.95	-56.55
营业总成本	207,983.39	472,021.15	-264,037.76	-55.94
毛利润	80,837.79	192,731.98	-111,894.19	-58.06
毛利率	27.99%	28.99%	-1.00%	/
期间费用	107,640.78	130,242.59	-22,601.81	-17.35
期间费用率	37.27%	19.59%	17.68%	/
所得税费用	-20,853.53	13,490.93	-34,344.46	-254.57
其他项目	-3,046.30	-5,554.67	2,508.37	-45.16
归属于母公司的净利润	-2,903.15	54,553.12	-57,456.27	-105.32

(1)如本题回复“一、关于经营业绩”之“1.2025年第四季度收入下滑原因”所述，2025年第四季度收入下滑，环比减少35.79亿元，第四季度毛利润

环比减少 11.19 亿元，直接导致 2025 年第四季度盈利水平大幅回落；

(2)2025 年第四季度毛利率为 27.99%，环比减少 1.00 个百分点，主要系以下原因所致。为激励经销商进行终端门店升级，以加强终端客户的购买体验并提升客户满意度，公司向经销商提供门店建设补贴。鉴于该补贴直接与经销商采购公司产品的销售行为相关，且公司未从中获得可明确区分的商品或服务，公司根据《企业会计准则第 14 号——收入》关于应付客户对价的规定，将该补贴冲减当期营业收入。2025 年第四季度，公司因门店建设补贴共计冲减营业收入 5,721.73 万元。该门店建设补贴在各季度之间分布较为均衡，第四季度补贴对收入的冲减额与前三季度相比并无重大差异。但由于第四季度营业收入规模环比下降 56.55%，导致门店建设补贴占营业收入的比重显著上升，该事项对毛利率的影响 1.98 个百分点，从而加剧了 2025 年第四季度的毛利率波动；

2025 年三、四季度的门店建设补贴及营业总收入如下表所示（单位：万元）：

项目	2025 年第三季度	2025 年第四季度
营业总收入	664,753.13	288,821.18
门店建设补贴	5,494.51	5,721.73
占收入比重	0.83%	1.98%

(3)2025 年第四季度公司销售费用、管理费用、研发费用、财务费用合计支出 10.76 亿元，环比第三季度减少 2.26 亿元；但受营业收入大幅下降影响，期间费用率升至 37.27%，环比上升 17.68 个百分点。公司人工薪酬、资产折旧、物业费用、技术服务费、股份支付等刚性固定成本合计 7.80 亿元，在营业收入收缩的背景下，固定费用无法同步缩减，摊薄效应显著，进一步压缩了 2025 年第四季度的利润空间；

(4)2025 年第四季度所得税费用-2.09 亿元，形成所得税收益，一方面全年研发费用加计扣除税收优惠落地，调减当期所得税费用 0.73 亿元，公司前三季度预缴所得税时暂未在三季度预缴环节申报享受研发加计优惠，年末汇算口径完整归集全年合规研发支出，依据财税及总局研发加计扣除相关政策，统一在年度结账时点核算全年加计抵税收益，相应冲减当期所得税费用 0.73 亿元，优惠资料完整留存备查，税会处理符合税法与《企业会计准则第 18 号——所得税》规定。另一方面下属部分子公司四季度经营亏损，冲回前期已计提当期所得税 1.36 亿元，前述子公司 1-3 季度盈利并按季度预缴规则计提、申报当期应交所

得税，四季度受行业周期、项目投产节奏等客观因素影响当期亏损，对应前期多计提的当期所得税冲回；

综上，受上述多重因素综合影响，公司 2025 年第四季度归母净亏损为 2,903.15 万元。然而，从中长期来看，新国标实施以来行业竞争格局持续优化。行业核心竞争要素已从“价格竞争”转向“产品升级”，竞争态势从“全行业充分竞争”演变为“龙头集中”。随着新国标切换窗口期结束，行业库存逐步消化，新品销量逐步释放，行业景气度有望企稳回升。本次单季度收入及盈利水平波动系政策切换叠加传统淡季所致的全行业共性问题，不影响公司近年来持续向好的发展态势。公司整体经营基本面稳健、盈利能力持续向好。

二、结合相关交易背景、商业实质、公允价值确认依据、与交易对手是否存在关联关系，说明非货币性资产交换损益的形成原因。

报告期内，公司以持有的九号商用（北京）科技有限公司（以下简称“九号商用科技”）100%股权作为对价，以股权置换的方式取得第三方公司享刻智能技术（北京）有限公司（以下简称“享刻智能”）17.53%股权投资，本次投资交易前，本公司与享刻智能不存在关联关系。

九号商用科技主要从事本公司旗下负责配送机器人研发、生产及销售业务，具备独特的细分市场定位，并已在技术研发、专业团队、市场渠道与品牌积淀上完成一定布局储备。目前，该细分赛道整体体量、增速规模与当期业绩贡献，相较于集团成熟主力业务存在阶段性差异，受细分应用场景需求制约，预计暂难以快速实现规模化、标准化量产模式，短期投入回报节奏难以匹配预设目标。由于目前该市场相对细分、无法形成规模化、标准化产品，公司经审慎评估，若全力扩张该项业务，需持续投入大量的人力及物力资源建立全域竞争壁垒，或将分流核心主业资源。为兼顾稳健经营与长远机遇把握，公司决定不再追加投入，以参与股权投资形式长期跟踪行业动态，待赛道商业模式、市场格局成熟清晰后，适时重启深度业务布局。相比之下，享刻智能面向餐饮、厨房、酒店等典型商业服务空间场景，深耕商业服务自动化赛道，其战略发展方向、下游客户积累等各方面更契合九号商用科技的业务定位，在人才储备、技术储备、资源投入、业务拓展等方面与九号商用科技具有较强一致性，能够形成优势互补。因此以战略性投资而非直接投入相关业务，既可保留相关技术与团队资源

平稳存续、价值留存，亦可达成公司的产业链延伸布局需求，预期可实现与享刻智能的双赢格局。本次交易完成后，本公司亦不再参与九号商用科技的生产经营决策。

公司委托第三方资产评估机构对九号商用科技股权公允价值开展专项估值工作。根据《企业会计准则第 39 号——公允价值计量》及资产评估相关准则规定，股权公允价值常用评估方法包含市场法、收益法、成本法三类，评估机构结合标的实际经营现状、行业发展特征逐项研判各方法适用性：

1. 收益法：九号商用科技主营配送机器人业务，当前所处行业政策与市场环境变化较快、行业周期性及下游需求波动显著，项目尚处在业务初创拓展期，盈利模式尚未成熟，未来现金流与收益指标可预见性偏弱、预测参数不确定性较高，不满足收益法估值的应用前提，故不予采用；

2. 成本法：该方法立足于账面重置成本核算单项资产价值，仅能够反映标的各项有形资产重置价值，难以量化企业业务资质、核心研发技术、研发团队、渠道资源、品牌壁垒等表外无形资产协同价值，无法客观体现企业整体经营价值与成长性溢价，因此不选用成本法；

经多维度论证，市场法与标的业务属性、估值数据可得性匹配度最高，作为本次公允价值估值的首选评估方法。

本次采用市场法估值时，评估机构筛选同赛道多个可比公司的乘数确定行业乘数水平，对标细分商用服务机器人行业估值逻辑，最终选取企业价值/预测营业收入（“Leading EV/S”）倍数作为核心估值乘数，结合九号商用科技未来一期预测营业收入，公允测算反映九号商用科技股权公允价值。

九号商用科技的主要财务数据列示如下（单位：人民币万元）：

项目	2025/7/31（评估基准日）	2025/8/31（处置日）
营业收入	792.25	844.75
净利润	-905.65	-954.95
总资产	6,316.18	2,187.25
净资产	859.61	810.32

评估师基于九号商用科技评估基准日的财务数据，预测九号商用科技 2025 年的收入区间为 1,000 至 1,400 万元人民币；根据上述估值方法评估测算得出九号商用科技 100.00%股权于评估基准日的公允价值。

公司持有的享刻智能 17.53%股权投资，以享刻智能投前估值为公允价值计

量基础。首先以享刻智能整体投前估值结合其实收注册资本，计算得出每 1 元注册资本对应的单位公允价值；再以本公司所持股权对应的新增注册资本金额，乘以上述单位公允价值，测算得出享刻智能 17.53%股权的公允价值。该测算金额与九号商用科技独立评估确定的公允价值结果基本一致，定价逻辑严谨、结果公允，符合《企业会计准则第 39 号——公允价值计量》相关规定，本次股权投资公允价值计量及股权转让定价具备合理性与可靠性。

于处置时点，本公司按照企业会计准则相关规定，根据合并报表层面对应享有九号商用科技的净资产账面价值，结合换出的九号商用科技 100.00%股权的公允价值，计算确认股权置换投资收益 6,071.92 万元，并计入非经常性损益核算。

三、说明2025年主要分销商销售情况，包括但不限于分销商基本情况、合作年限、交易内容、2025年度发货金额、收入确认金额、期后退货金额、期末应收账款余额、期后回款金额、期末库存情况及是否存在压货情形，是否与公司或供应商存在关联关系等，并说明分季度主要分销商变动情况及原因。

1. 2025 年度境外前十大经销商信息（单位:万元）：

分销商名称	是否存在关联关系	分销商基本情况	合作年限	交易内容	2025 年度发货金额	2025 年度收入确认金额	期后退货金额	期末应收账款\合同负债余额	期后回款情况
Amazon	否	全球最大综合电商平台之一	2017 年至今	服务机器人、电动滑板车、电动平衡车	56,086.22	56,086.22	582.35	10,679.48	已于 2026 年第一季度全额收回
分销商 1	否	中欧及东欧头部全地形车、越野摩托、雪地车、割草机器人进口总经销商	2020 年至今	全地形车、服务机器人	33,039.05	33,039.05	-	7,138.65	已于 2026 年第一季度全额收回
Best Buy Co., Inc.	否	全球头部消费电子及家电连锁零售巨头	2020 年至今	电动滑板车、电动平衡车、服务机器人	27,678.14	27,678.14	-	8,366.13	已于 2026 年第一季度全额收回
分销商 2	否	德国专业电动滑板车及消费性电子产品代理商及渠道商	2025 年至今	电动滑板车、电动平衡车	25,876.55	25,876.55	-	11,430.15	已于 2026 年第一季度全额收回
分销商 3	否	德国园林工具老牌企业，无绳割草机、吹叶机、草坪拖拉机等专业园林设备	2022 年至今	服务机器人	18,457.30	16,413.50	-	1,079.48	已于 2026 年第一季度全额收回
分销商 4	否	法国农业机械与园林养护设备的分销商，产品涵盖拖拉机、乘坐式割草机及割草机器人等	2022 年至今	服务机器人	16,044.54	16,044.54	-	5,632.06	已于 2026 年第一季度全额收回
分销商 5	否	德国专业电动滑板车代理商	2018 年至今	电动滑板车、电动平衡车	15,934.68	15,934.68	-	-	/
分销商 6	否	全球领先的 IT 生态系统及消费	2022 年	电动滑板车、	15,530.49	15,530.49	-	15,087.88	已于 2026 年第一

		电子产品分销商和解决方案整合商	至今	电动平衡车					季度全额收回
分销商 7	否	德国企业，主要从事各类机器和设备的制造与销售	2023 年至今	服务机器人	12,937.86	12,937.86	-	9,752.33	已于 2026 年第一季度全额收回
分销商 8	否	全地形车、多功能越野车、燃油及电动摩托车等车辆的销售	2020 年至今	全地形车	12,088.41	12,001.56	-	1,607.61	已于 2026 年第一季度全额收回
合计	/	/	/	/	233,673.24	231,542.59	582.35	/	/

2. 2025 年境内前十大经销商信息（单位：万元）：

分销商名称	是否存在关联关系	分销商基本情况	合作年限	交易内容	2025 年度发货金额	2025 年度收入确认金额	期后退货金额	期末应收账款\合同负债余额	期后回款情况
分销商 9	否	电动两轮车及相关配件的销售	2023 年至今	电动两轮车	36,665.22	36,665.22	-	-2,950.78	已于 2026 年第一季度全额确认收入
分销商 10	否	自行车、摩托车及电动两轮车及相关配件的销售	2020 年至今	电动两轮车	27,222.77	27,222.77	-	-1,933.58	已于 2026 年第一季度全额确认收入
分销商 11	否	摩托车及电动两轮车及相关配件的销售	2021 年至今	电动两轮车	22,363.73	22,363.73	-	-3,664.40	已于 2026 年第一季度全额确认收入
分销商 12	否	电动两轮车及相关配件的销售	2024 年至今	电动两轮车	16,155.96	16,155.96	-	-537.13	已于 2026 年第一季度全额确认收入
分销商 13	否	电动两轮车及相关配件的销售	2024 年至今	电动两轮车	15,641.01	15,640.97	-	-1,245.40	已于 2026 年第一季度全额确认收入
分销商 14	否	电动两轮车及相关配件的销售	2019 年至今	电动两轮车	13,929.77	13,929.73	-	-2,082.23	已于 2026 年第一季度全额确认收入
分销商 15	否	电动两轮车及相关配件的销售	2020 年至今	电动两轮车	13,390.98	13,390.91	-	-2,079.09	已于 2026 年第一季度全额确认收入
分销商 16	否	电动两轮车及相关配件的销售	2020 年至今	电动两轮车	12,287.35	12,287.11	-	-1,962.13	已于 2026 年第一季度全额确认收入
分销商 17	否	电动两轮车及相关配件的销售	2024 年	电动两轮车	13,163.44	13,163.44	-	-1,550.40	已于 2026 年第一

			至今						季度全额确认收入
北京京东世纪贸易有限公司	否	全球知名综合电商平台之一	2015年至今	电动滑板车、电动平衡车	11,919.21	11,919.21	371.52	2,489.85	已于2026年第一季度全额收回
合计	/	/	/	/	182,739.44	182,739.05	371.52	/	/

3. 分季度主要分销商收入按产品分类变动分析（单位：万元）：

（1）电动滑板车、电动平衡车、服务机器人

分销商名称	区域	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
Amazon	美洲、欧洲	7,375.25	17,572.83	18,746.02	12,392.12
Best Buy Co., Inc.	美洲	3,073.06	5,792.23	7,350.66	11,462.19
分销商 2	欧洲	-	-	11,167.80	14,708.75
分销商 5	欧洲	3,015.49	8,251.72	4,111.00	556.47
分销商 6	欧洲	2,592.07	4,166.58	4,784.53	3,987.31
北京京东世纪贸易有限公司	亚洲	2,344.15	4,093.64	2,931.14	2,550.28
合计	/	18,400.02	39,877.00	49,091.15	45,657.12

公司作为全球平衡车、滑板车行业的龙头企业，业务覆盖中国、欧洲、美洲、澳洲等全球多国家及区域市场。公司主要通过境外设立销售子公司负责所在国家及周边区域的辐射销售，部分产品亦采用直接出口方式实现销售。受产品使用场景的季节性属性影响，不同区域市场的消费旺季与当地气候条件、传统促销节点及经销商备货节奏密切相关，且各合作客户的销售季节性因其所在地理位置及销售辐射区域的不同而呈现差异化特征。具体而言，欧美地区夏季气候适宜户外出行消费，叠加“黑色星期五”“圣诞节”等大型促销活动对终端需求的有力拉动，面向终端消费者的采购集中在第二至第四季度，经销商通常于第二季度提前启动备货并锁定库存规模，带动公司对 Amazon、Best Buy Co., Inc.、分销商 6 等渠道客户的销售额在第二、三季度呈现显著攀升态势。分销商 2 系公司于 2025 年第三季度新增合作客户，其营业收入自合作当季起逐步体现，第四季度因渠道持续备货及补货而延续增长，该增长主要源于新

客户拓展，而非季节性因素影响。

中国大陆地区合作方北京京东世纪贸易有限公司亦体现出典型的季节性波动，其中第二、三季度受益于市场需求旺盛，公司对其营业收入规模显著高于第一、四季度水平，反映出国内消费电子终端销售节奏与促销活动周期的一致性。

(2) 电动两轮车

分销商名称	区域	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
分销商 9	亚洲	7,939.15	10,698.27	15,841.70	2,186.10
分销商 10	亚洲	7,539.29	7,784.67	10,801.46	1,097.35
分销商 11	亚洲	5,461.60	7,562.24	8,068.89	1,271.00
分销商 12	亚洲	2,047.27	4,394.01	9,079.58	635.10
分销商 13	亚洲	3,661.51	5,371.07	6,400.45	207.94
分销商 14	亚洲	3,640.54	4,632.83	5,390.90	265.46
分销商 15	亚洲	3,661.11	3,694.24	5,275.16	760.40
分销商 16	亚洲	3,749.66	4,109.87	4,030.76	396.82
分销商 17	亚洲	-	3,481.41	8,491.97	1,190.06
合计	/	37,700.13	51,728.61	73,380.87	8,010.23

电动两轮车业务目前系公司的第一大业务板块，销售方式主要以分销商自提为主。公司已在全国建立了覆盖面广、层次完善的分销网络体系。截至 2025 年末，公司中国区电动两轮车专卖门店已突破 10,000 家，覆盖全国 2,200 余个县市，形成了从一线城市至县域市场的纵深布局。该产品也体现了明显的季节性波动特点，第二、第三季度为传统旺季。同时 2025 年第四季度正式施行电动自行车全新安全技术规范，行业合规标准全面更新，带动渠道经营节奏调整。受多重因素叠加影响，合作经销商整体在第二、三季度销售规模处于年内高位，第四季度销售额出现明显回落，走势与行业整体运行趋势保持一致。

(3) 服务机器人

分销商名称	区域	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
-------	----	------	------	------	------

分销商 3	欧洲	5,783.11	4,053.87	3,164.46	3,412.06
分销商 4	欧洲	3,881.13	2,168.44	1,957.97	8,037.00
分销商 7	欧洲	7.39	772.17	1,182.16	10,976.14
合计	/	9,671.63	6,994.48	6,304.59	22,425.20

服务机器人业务近年来保持着高速增长，该产品的核心销售市场为欧洲市场，公司通过在欧洲、美国设立子公司或境内直接出口的方式实现业务的开展。该类产品的销售季节性也受其使用场景的限制导致季节性显著，经销商普遍需要提前备货以供旺季实现终端销售，每年第一、四季度为公司对渠道销售旺季。

(4) 全地形车

分销商名称	区域	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
分销商 1	欧洲	6,782.59	10,042.87	8,659.79	7,553.80
分销商 8	欧洲	2,729.23	4,521.70	2,537.56	2,213.07
合计	/	9,511.82	14,564.57	11,197.35	9,766.87

全地形车产品的主要市场亦为欧美地区，公司主要采用直接出口并辅以设立美国销售子公司的方式实现销售。针对欧洲及北美市场，该类产品的传统销售旺季集中于春季至夏初（即每年3月至6月），与此期间的户外骑行与休闲活动需求增长相吻合。公司的主要分销商收入按季节的分布也与此趋势保持一致。

综上，公司分季度主要分销商收入的变动情况与产品特性、传统季节性特征表现一致，不存在重大异常。

4. 分销商期末库存情况及是否存在压货情形

公司电动平衡车、电动滑板车、服务机器人、全地形车等产品，其下游合作渠道主要为全球大型电商平台、零售巨头及区域性大型国家级总代理。此类客户具备雄厚渠道实力与较强市场话语权，在合作商务条款谈判中占据主导地位，致使公司在相关品类产品的合作中，对渠道客户的管理约束能力相对较弱；同时受合作渠道运营模式影响，公司难以全面、及时获取下游分销商实际库存存量、终端铺货节奏及终端实时动销等核心数据，对该类产品渠道库存整体统筹管控能力存在天然的局限性。但 2026 年第一季度，公司以上

产品自主品牌分销业务销量同比增长 27.49%，市场终端需求稳步释放，渠道货品流转顺畅，整体渠道库存处于合理健康区间。

针对电动两轮车业务，公司已实现对该产品渠道库存客户组的有效管控。2025 年初，公司下游分销商渠道库存合计 45.76 万台，2025 年期间渠道库存终端市场激活 398.79 万台，截至 2025 年末，渠道库存合计 56.61 万台，经测算渠道库存周转天数约 47 天。2026 年 1 至 4 月，渠道库存终端市场激活 123.14 万台，经测算渠道库存周转天数约 55 天，库存流转效率处于行业合理区间，周转态势良好。

2025 年末渠道库存量 56.61 万台，同比年初涨幅 23.71%，主要分销商客户组年末库存量 6.08 万台，同比年初涨幅 49.61%。本年度电动两轮车销售同比增长 57.39%，业务规模快速扩张，分销商为匹配终端市场需求、渠道铺货增加备货；渠道库存增速低于销量增速，库存增长与业务放量相匹配，库存变动合理。电动两轮车主要经销商客户组 2025 年度库存情况如下（单位：台）：

分销商客户组名称	2025 年 1 月 1 日库存量	2025 年度发货量	2026 年度激活量	2025 年 12 月 31 日库存量
分销商 9	7,802	213,551	209,126	12,227
分销商 10	11,085	108,326	104,285	15,126
分销商 11	5,195	80,503	79,622	6,076
分销商 12	3,502	52,614	44,131	11,985
分销商 13	3,537	65,591	64,880	4,248
分销商 14	3,951	48,496	45,267	7,180
分销商 15	2,811	43,235	44,333	1,713
分销商 16	2,760	66,876	67,385	2,251
合计	40,643	679,192	659,029	60,806

2026 年 4 月末渠道存货量 99.80 万台，同比期初涨幅 76.29%，主要分销商客户组期末库存量 11.49 万台，同比期初涨幅 88.98%。

受电动两轮车季节性旺季到来影响，下游经销商集中前置备货，库存上行符合行业季节性经营特征。

分销商客户组名称	2025 年 12 月 31 日库存量	2026 年 1-4 月发货量	2026 年 1-4 月激活量	2026 年 4 月 30 日库存量
分销商 9	12,227	31,597	20,447	23,377

分销商 10	15,126	16,285	10,480	20,931
分销商 11	6,076	37,305	29,712	13,669
分销商 12	11,985	12,812	10,993	13,804
分销商 13	4,248	28,819	20,425	12,642
分销商 14	7,180	10,159	7,182	10,157
分销商 15	1,713	14,408	8,656	7,465
分销商 16	2,251	25,583	14,969	12,865
合计	60,806	176,968	122,864	114,910

综上，现阶段渠道整体库存规模与终端市场需求、市场分销节奏相匹配，库存结构科学合理，不存在下游经销商刻意囤货、压货等异常经营情形，渠道市场经营秩序规范稳定。

四、请年审会计师详细说明针对公司分销收入的审计程序、获得的审计证据及结论，是否充分、有效，重点是对于合同、交货单、物流单及销售发票等支持性文件的核查情况，包括核查方法、比例、数据来源、结果和结论意见。

年审会计师回复：

我们按照中国注册会计师审计准则的规定对公司 2025 年度财务报表执行了相关审计工作，旨在对公司 2025 年度财务报表整体发表审计意见。我们未对公司季度财务报表信息执行审计工作。2025 年度，针对九号公司荷兰销售子公司 Segway Europe B.V.（以下简称“SEBV”）的营业收入，我们引入了毕马威荷兰成员所作为组成部分审计师进行审计。除了利用毕马威荷兰成员所的工作外，针对经销收入，我们执行的主要审计和核查程序如下：

1. 了解和评价与收入确认相关的关键财务报告内部控制的设计和运行有效性；

2. 抽样选取公司与经销商签订的销售合同或订单，检查与商品控制权转移相关的条款和条件，评价收入确认的会计政策是否符合企业会计准则的要求；

3. 选取收入交易，检查交货单、提单、报关单及销售发票等支持性文件，以评价收入是否按照会计政策予以确认。我们在执行抽样程序时，未按照直销、经销的口径分别选取样本，而是将全部直销收入与经销收入放入收入总体中进行了抽样，本程序核查的经销收入金额为人民币 71.35 亿元，占全部经销收入的比例为 36.73%；

4. 选取客户，对收入交易额和年末往来余额执行函证程序在执行函证程序时，我们基于年末应收账款余额作为总体选取样本客户，但未区分直销与经销模式分别进行抽样。针对选取的样本，我们对其年末往来余额及相关的收入交易额执行了函证。2025 年度，我们针对经销客户销售收入实施的函证金额为人民币 35.39 亿元，占全部经销收入的比例为 18.22%；本年函证回函率为 70.26%，对于所有未回函的样本，我们均已通过检查期后收款记录及核对交易原始凭证等方式执行了替代测试；

5. 选取接近资产负债表日前后的销售交易，检查交货单、提单、报关单及销售发票等支持性文件，评价相关收入是否已记录于正确的期间，本项程序核查的经销收入金额为人民币 6.45 亿元，占全部经销收入的比例为 3.32%；

6. 选取本年度新增主要客户，通过查询全国企业信用信息公示系统等方式，了解其注册资本、注册时间和经营范围等信息，关注其与公司是否存在关联关系，相关交易是否存在异常情况；

7. 检查资产负债表日后实际发生的销售退回，抽样检查相关支持性文件，以评价收入是否已记录于恰当的会计期间；

8. 选取符合特定风险标准的收入会计分录向管理层询问作出这些会计分录的原因并检查相关支持性文件；

9. 选取新增的电动两轮车线下经销门店，在不告知公司的情况下，独立通过实地走访、电话调查及公开渠道查询等方式验证门店的真实性及存在性，关注相关交易是否存在异常情况；

10. 针对电动两轮车业务，我们获取了截至 2025 年 12 月 31 日以及期后系统中的终端消费者电动两轮车激活数据，测算截至 2025 年 12 月 31 日已销售的电动两轮车被终端消费者累计激活比例，并对比报告期末时点激活比例与期后延续激活趋势的变动匹配性，评估经销商年末库存水位的整体合理性；

11. 在抽样的基础上，对客户期后回款进行检查。

基于前述收入细节性测试、截止性测试及函证测试，我们对除荷兰销售子公司 SEBV 外经销收入的核查金额（去重后）总计为人民币 92.70 亿元，占全部经销收入的比例为 47.72%；我们作为集团审计师，利用组成部分审计师毕马威荷兰成员所的工作对荷兰销售子公司 SEBV 的收入进行核查，并获取了毕马威荷兰成员所就组成部分财务汇报信息出具的集团审计汇报意见，其核查的经销收入金额为人民币 19.69 亿元，占全部经销收入比例为 10.14%。综合考虑前述程序，我们对经销收入的核查金额（去重后）总计为人民币 112.39 亿元，占全部经销收入的比例为 57.86%。

基于上述工作，我们认为，就财务报表整体而言，我们对公司经销收入执行的审计程序及获取的审计证据充分、有效，公司对经销收入相关的会计处理在所有重大方面符合企业会计准则的规定；公司上述关于四季度收入下滑、净利润为负的原因、非货币性资产交换损益的具体情况和形成原因、2025 年主要分销商销售情况的说明在所有重大方面与我们在执行审计工作中获取的资料以及了解的信息一致。

问题2：关于境外收入和资产

年报显示，公司 2025 年度实现境外收入 79.28 亿元，占比 37.26%，较上年增加 37.35%。境外销售毛利率 36.01%，高于境内。境外资产 45.49 亿元，占总资产的比例为 21.24%。

请公司结合不同产品销售地区、毛利率、市场竞争等因素，分析境外收入增长及毛利率高于境内毛利率的原因。请年审会计师说明：（1）对境外收入的审计程序及其充分性、有效性，包括但不限于境外客户的函证与走访情况（包括函证比例、回函比例，走访形式、走访对象等）、与出口退税、外管局收汇数据、中信保数据等第三方数据的验证及匹配情况等；（2）对境外经销是否实现最终销售的核查情况，包括核查方法、比例、数据来源、结果和结论意见；（3）公司境外客户应收账款期后收回情况，未收回账款对应的客户及原因，销售商品、提供劳务收到的现金与收入是否匹配；（4）公司储存在境外银行货币资金的函证情况，存货及其他资产核算情况。

问题回复：

一、请公司结合不同产品销售地区、毛利率、市场竞争等因素，分析境外收入增长及毛利率高于境内毛利率的原因。

1. 境外收入增长的原因

2025 年度，公司实现境外营业收入 79.28 亿元，较上年同期增加 21.56 亿元，同比增长 37.35%，境外业务收入实现较快增长，主要系服务机器人、智能短交通产品海外市场销量大幅提升共同拉动所致。

(1) 服务机器人业务高速增长

公司服务机器人产品外销为主，欧美为主要目标市场。2025 年该板块实现营业收入 20.02 亿元，同比增加 10.22 亿元，增幅达 104.26%，营收规模实现翻倍式增长。一方面，全球智能割草机器人行业市场空间持续扩容，欧洲作为全球核心消费市场，出货量占比超九成，海外市场需求持续旺盛；另一方面，行业技术迭代加速，产品逐步迈入无边界智能化发展阶段，多传感器融合定位成为行业主流发展方向。

公司依托自主研发核心技术，率先推出无边界规划式智能割草机器人，搭载自研 EFLS 多源融合定位系统，可达成厘米级精准定位，无需预埋边界线缆，有效解决传统产品安装繁琐、使用受限等行业痛点，显著优化终端安装效率与

用户使用体验。凭借突出的产品性能与技术优势，公司海外品牌知名度、市场认可度及渠道影响力持续增强，产品市场渗透率稳步提升。截至 2025 年末，公司 NAVIMOW 系列无边界割草机器人全球累计落地服务超 40 万户家庭，成为全球市场、全价格段、无边界割草机器人品类的销量第一，有力带动海外营收大幅增长。

(2) 智能短交通产品需求放量

2025 年公司 ToB 及定制产品实现销售收入 18.52 亿元，较上年增加 5.22 亿元，同比增长 39.25%。一方面，欧洲地区短交通产品利好政策持续释放，为公司共享业务增长提供了有利的外部环境。短交通产品（包括电动滑板车、电动自行车等）具备出行成本低、契合绿色出行理念、助力碳中和目标实现等显著优势，能够有效解决城市出行“最后一公里”的痛点，因此受到欧洲各国政策层面的持续鼓励。以荷兰为例，自 2025 年 7 月 1 日起，合规电动滑板车在荷兰道路上正式获得合法通行资格，这一政策变化有效释放了此前被压制的终端消费需求，为短交通产品在欧洲核心市场的渗透拓展了空间。另一方面，近年来欧美地区共享出行商业运营模式日趋成熟，市场运营场景持续丰富，行业发展环境持续向好。公司精准贴合海外主流共享运营场景实际需求，迭代推出全新车型，持续优化产品续航能力、整车耐用性及多场景适配兼容性，同时兼顾产品轻量化设计与长期运营高可靠性，实现产品综合性能与市场化适配能力双重升级，进一步巩固海外市场竞争优势，推动共享系列产品海外出货量与销售收入稳步提升。

综上，公司海外主力品类依托硬核技术壁垒、精准市场定位及持续产品迭代，市场竞争力不断夯实，各业务板块协同发力，共同推动 2025 年公司境外营业收入实现 37.35% 的稳步增长。

2. 境外毛利率高于境内毛利率的原因

公司境外、境内销售产品结构存在显著差异，不同品类产品行业盈利水平不同，叠加区域市场定价、产品定位差异，最终形成境外整体毛利率显著高于境内毛利率的经营格局。

公司境外市场主打高附加值、高盈利水平品类，其中服务机器人境外销售毛利率达 52.35%，在境外整体收入中占比 25.25%；ToB 及定制产品境外销售毛利率为 39.64%，在境外整体收入中占比 23.36%，两类高毛利率产品合计占境外

收入近半数，直接拉高境外整体盈利水平。

境内市场营收主要是电动两轮车产品，电动两轮车业务聚焦国内市场，产品绝大部分实现境内销售，其销售毛利率为 24.37%，且该品类在境内营业收入中占比高达 92.05%，拉低境内整体综合毛利率。

综上，受境内外主力销售品类毛利率水平、收入结构占比双重因素影响，公司境外综合毛利率持续高于境内综合毛利率。

同行业公司盈利水平对比如下表：

行业	公司	综合毛利率 (%)
智能服务机器人	九号公司 (689009. SH)	52.35
	科沃斯 (603486. SH)	48.82
	石头科技 (688169. SH)	42.35
电动滑板车产品	九号公司 (689009. SH)	39.64
	涛涛车业 (301345. SZ)	41.48
电动两轮车产品	九号公司 (689009. SH)	24.37
	雅迪控股 (01585. HK)	19.10
	爱玛科技 (603529. SH)	18.29
	小牛电动 (NASDAQ:NIU)	19.60

对标同行业上市公司盈利水平，公司各品类毛利率均贴合行业合理区间，具备合理性与公允性：智能服务机器人赛道整体具备高盈利属性，同行业科沃斯 (603486. SH) 2025 年综合毛利率 48.82%、石头科技 (688169. SH) 42.35%，公司服务机器人毛利率高于行业头部企业平均水平，符合高端智能机器人产品盈利特征；ToB 及定制产品与涛涛车业 (301345. SZ) 41.48% 毛利率水平基本趋近，处于行业正常区间；电动两轮车行业整体毛利率偏低，雅迪控股 (01585. HK) 19.10%、爱玛科技 (603529. SH) 18.29%、小牛电动 (NASDAQ:NIU) 19.60%，公司两轮车产品毛利率与行业整体趋势保持一致。整体而言，公司分品类毛利率水平符合细分行业经营现状与市场盈利规律，具备合理性。

二、请年审会计师说明：（1）对境外收入的审计程序及其充分性、有效性，包括但不限于境外客户的函证与走访情况（包括函证比例、回函比例，走访形式、走访对象等）、与出口退税、外管局收汇数据、中信保数据等第三方数据的验证及匹配情况等；（2）对境外经销是否实现最终销售的核查情况，包括核查方法、比例、数据来源、结果和结论意见；（3）公司境外客户应收

账款期后收回情况，未收回账款对应的客户及原因，销售商品、提供劳务收到的现金与收入是否匹配；（4）公司储存在境外银行货币资金的函证情况，存货及其他资产核算情况。

年审会计师回复：

（1）对境外收入执行的审计程序

针对境外收入，公司主要通过境外设立的销售子公司负责所在国家及周边区域的辐射销售，同时辅以直接出口方式实现销售。2025 年度，公司按上述两种模式的收入构成情况如下：

单位：人民币万元

项目	2025 年度
境外收入	792,834.05
-境内子公司直接出口外销收入	228,968.93
-境外子公司销售收入	563,865.12
其中：通过 SEBV 实现销售收入	196,914.34

2025 年度，针对公司荷兰销售子公司 SEBV 的营业收入，我们引入了毕马荷兰成员所作为组成部分审计师进行审计。除了利用毕马威荷兰成员所的工作外，针对境外收入，我们执行的主要审计和核查程序包括：

1. 了解和评价与收入确认相关的关键财务报告内部控制的设计和运行有效性；
2. 抽样选取公司与客户签订的销售合同或订单，检查与商品控制权转移相关的条款和条件，评价公司收入确认的会计政策是否符合企业会计准则的要求；
3. 选取收入交易，检查交货单、提单、报关单及销售发票等支持性文件，以评价收入是否按照会计政策予以确认。此外，选取接近资产负债表日前后的销售交易，检查交货单、提单、报关单及销售发票等支持性文件，评价相关收入是否已记录于正确的会计期间。本项程序核查的境外收入金额为人民币 13.24 亿元，占全部境外收入的比例为 16.69%；
4. 选取本年度新增主要客户，通过查询公开渠道信息等方式，了解其注册资本、注册时间和经营范围等信息，关注其与公司是否存在关联关系，并核实相关交易是否存在异常情况；
5. 检查资产负债表日后实际发生的销售退回，抽样检查相关支持性文件，以评价收入是否已记录于恰当的会计期间；

6. 选取符合特定风险标准的收入会计分录，向管理层询问作出这些会计分录的原因，并检查相关支持性文件；

7. 在抽样的基础上，对客户期后回款进行检查；

8. 选取客户，对收入交易额和年末往来余额执行函证程序。在执行函证程序时，我们基于年末应收账款余额作为总体选取样本客户。针对选取的样本，我们对其年末往来余额及相关的收入交易额执行了函证。2025 年度，我们针对境外客户销售收入实施的函证金额为人民币 22.08 亿元，占全部境外收入的比例为 27.86%；本年函证回函率为 58.40%，对于所有未回函的样本，我们均已通过检查期后收款记录及核对交易原始凭证等方式执行了替代测试；

相较境内函证，境外回函率偏低，主要基于以下几方面原因导致：首先，境外客户基于地区文化习惯、法务或内控要求等原因，不予回函；其次，公司境外主要客户主要包括 Amazon 等全球性大型知名电商平台，Target、Bestbuy 等全球性头部连锁，及 Curaçao（美西最大的西语裔零售商）、Arvesta（比利时最大的农业和园艺服务商）等国家或区域性大型零售商。这些客户规模较大，具备雄厚渠道实力与较强市场话语权，在合作商务条款谈判中占据主导地位。公司与这些客户的交易金额对其基本无影响或占比较小，致使公司在与这类客户的合作中，对其约束能力相对较弱，进而对方配合意愿相对较低；再次，公司产品品类繁多，在全球各国铺设经销渠道，经销商数量多、客户集中度相对分散。根据近年已上市公司的公开资料，如格力博（301260.SZ）、欧圣电气（301187.SZ）、泰鹏智能（873132.BJ）、美之高（834765.BJ）等针对主要客户为国外大型商超卖场的上市公司，查询其境外函证的收回情况，一般回函率也相对较低。因此回函率较低的情况与市场上其他上市公司的情况可比。

此外，针对 SEBV 的营业收入审计，我们作为集团审计师，利用了毕马威荷兰成员所的工作，毕马威荷兰成员所作为组成部分审计师，对于公司的集团汇报财务信息执行审计工作，并按照集团审计指引向集团审计师汇报。我们作为集团审计师，对境外组成部分审计师的独立性和专业胜任能力进行了了解和评价，并执行了以下程序：

a. 了解境外子公司的主要业务及经营环境，与毕马威荷兰成员所或管理层讨论对集团而言重要的业务活动；

b. 向毕马威荷兰成员所发送集团审计指引，主要内容包括审计范围、已识

别的主要审计风险、集团会计政策、组成部分审计重要性水平、汇报文件指引及要求、集团汇报时间安排、关联方认定及独立性等事项；

c. 参与毕马威荷兰成员所实施的风险评估程序，与毕马威荷兰成员所讨论由于舞弊或错误导致的财务信息发生重大错报的可能性，识别导致集团财务报表发生重大错报的特别风险，与其讨论需要特别关注的审计领域（包括收入确认等）；

d. 复核毕马威荷兰成员所对风险评估程序的记录；

e. 复核毕马威荷兰成员所对识别出的特别风险领域执行的审计工作和形成的审计工作底稿，评价其针对识别出的特别风险所实施的进一步审计程序的恰当性，并记录毕马威荷兰成员所针对所识别出的重大风险所执行的主要审计程序。对于收入确认，复核其执行的审计程序，包括但不限于：收入三单匹配测试、截止性测试、应收账款函证测试、期后销售退回检查、符合特定风险标准的收入会计分录测试等；

f. 获取毕马威荷兰成员所就组成部分财务汇报信息进行审计并出具的集团汇报意见和其他汇报事项。

基于前述收入细节性测试、截止性测试及函证测试，我们对除荷兰销售子公司 SEBV 外境外收入的核查金额（去重后）总计为人民币 28.41 亿元，占全部境外收入的比例为 35.83%；我们作为集团审计师，利用组成部分审计师毕马威荷兰成员所的工作对荷兰销售子公司 SEBV 的收入进行核查，并获取了毕马威荷兰成员所就组成部分财务汇报信息出具的集团审计汇报意见，其核查的境外收入金额为人民币 19.69 亿元，占全部境外收入比例为 24.84%。综合考虑前述程序，我们对境外收入的核查金额（去重后）总计为人民币 48.10 亿元，占全部境外收入的比例为 60.67%。

境外收入与出口退税、外管局收汇数据及中信保数据验证及匹配情况如下：

单位：人民币万元

A. 纳税申报表中免抵退出口销售收入与境外销售收入的匹配情况	2025 年度
免抵退税出口销售额（出口退税申报表）①	703,996.44
公司境外销售收入金额②	792,834.05
加：境内公司对境外子公司销售额③	466,895.52
减：境外子公司销售额④	563,865.12
调整与出口退税同一口径出口货物销售额⑤=②+③-④	695,864.45
匹配差异⑥=①-⑤	8,131.99

差异率⑦=⑥/⑤	1.17%
----------	-------

如上表所示，公司境外销售收入与出口退税申报表中免抵退税出口销售额差异主要系申报时间差异，剔除时间性差异影响后，退换货、运保费与外币折算等导致的差异较小，公司境外销售收入与出口退税数据相匹配，具有合理性。

单位：人民币万元

B. 外汇收汇数据与境外销售收入的匹配情况	2025 年度
境外收入①	792,834.05
境内子公司收汇金额②	553,999.28
减：境内子公司自境外子公司收汇额③	363,580.61
境内子公司外销收汇金额④=②-③	190,418.67
加：境外子公司销售收汇额⑤	555,400.82
境外收入收汇金额⑥=④+⑤	745,819.50
差异率⑦=1-⑥/①	5.93%

2025 年，公司外销收汇金额与境外收入差异率较低，为 5.93%，产生差异的主要原因系：①收入确认时点与收款金额的时间性差异；②汇兑损益与手续费差异。

单位：人民币万元

C. 境外收入与出口信用保险投保金额匹配情况	2025 年度
境外收入①	792,834.05
减：境外子公司销售额②	563,865.12
减：现销收入金额③	31,001.13
境内公司从事境外业务的赊销收入金额④=①-②-③	197,967.80
已投保客户收入⑤	190,157.54
已投保客户收入占境内公司从事的境外业务收入比例⑤/④	96.05%

中国出口信用保险公司推出的出口信用保险产品是承保出口商在经营出口业务的过程中因进口商的商业风险或进口国的政治风险而遭受的损失的一种信用保险。2025 年度，公司投保金额折合人民币约计 19.02 亿元，投保范围为境内公司货物出口业务。该保险并非境外业务中的强制险种，公司根据历史经验以及对客户信用风险的评估综合判断是否金额投保。截至 2025 年末，公司境内公司超 90%的境外业务已获中信保承保，公司外销收入规模与中信保投保规模相匹配。

基于上述工作，我们认为，就财务报表整体而言，我们对境外收入执行的审计程序及获取的审计证据充分、有效，公司对境外收入相关的会计处理在所有重大方面符合企业会计准则的相关规定。

(2) 对境外经销是否实现最终销售的核查情况

如本问询函“问题一、关于经营业绩”在公司回复中所述，公司的主要客户多为全球性大型知名平台、头部连锁以及区域性大型零售商或专用设备零售商，这些客户规模较大，公司与这些客户的交易金额对其基本无影响或占比较小。公司无论是从商业谈判地位，抑或是出于境内外文化习惯以及地方法律差异等原因，公司客观无法掌握这类客户的进销存明细，因而这些客户无法配合我们进行穿透核查。但从公司业务角度来看，近年来收入持续增长，主要产品的市场渗透率不断提升，且公司与这些主要客户建立了长期、稳定的合作关系，近年来订单持续，回款情况良好，应收账款周转快，且期后无重大退货，期后回款情况良好。结合我们已执行的细节性测试、期后回款检查、利用毕马威荷兰成员所的工作、分析应收账款及存货周转情况等程序，未发现重大异常。

(3) 公司境外客户应收账款期后收回情况及销售商品、提供劳务收到的现金与收入匹配情况

单位：人民币万元

A. 2025 年度境外客户应收账款期后收回情况	金额
2025 年末境外客户应收账款账面余额	122,379.18
境外客户应收账款期后回款情况（注）	114,403.30
境外客户应收账款期后回款比例	93.48%

注：上述期后回款统计截至年报出具日。

公司境外客户应收账款期后回款比例为 93.48%，期后回款比例较高，回款情况良好，未收回境外客户应收账款余额占比较小，主要系个别客户未达支付账期所致。

单位：人民币万元

B. 2025 年度销售商品、提供劳务收到的现金与境外收入匹配情况	金额
2025 年境外收入	792,834.05
2025 年销售商品、提供劳务收到的现金	745,819.50
收现与外销收入比例	94.07%

2025 年，公司境外销售收入规模与销售商品、提供劳务收到的现金规模匹配，收现与外销收入比例有差异的主要原因系公司收入规模进一步扩大，赊销信用期未到应收账款规模有所增加所致。

(4) 公司储存在境外银行货币资金函证情况，存货及其他资产核算情况

针对上述事项，我们执行的审计及核查程序主要包括：

1. 对全量的境外银行账户（包括零余额账户和在报告期内注销的账户）实施函证程序，发函比例为 100.00%，回函金额覆盖比例为 99.56%。针对未回函

的函证，考虑到公司有关货币资金循环的内部控制健全并得到有效执行，且未回函比例无论从金额或性质上均不重大，我们通过检查截至资产负债表日的银行对账单或网银记录、银行余额调节表等信息执行替代测试，将其与账面余额进行核对。

2. 针对境外存货及长期资产，我们执行的程序包括但不限于：

a. 了解并评价公司与存货及长期资产管理相关的关键财务报告内部控制的设计和运行有效性；

b. 对公司 2025 年度存货执行现场或视频监盘及函证程序，核查比例及结果详见问题六的回复；

c. 评价公司存货跌价准备政策是否符合企业会计准则的规定，并基于该存货跌价准备政策，检查年末存货跌价准备的计算准确性；

d. 将公司的存货跌价准备计提情况与同行业可比公司进行比较，了解差异原因及合理性；

e. 在抽样的基础上，将本期新增的长期资产记录检查至采购申请单、采购合同、形式发票、付款凭证等支持性文件；

f. 在抽样的基础上，将本期处置的长期资产记录检查至资产处置申请审批单、处置协议/合同、收款凭证等支持性文件，检查处置损益计算的准确性；

g. 在抽样的基础上，检查长期资产的权属证明；

h. 评价公司长期资产折旧及摊销政策是否符合会计准则，基于公司政策重新计算报告期内折旧及摊销金额，与账面计提进行对比。

基于上述工作，我们认为，我们对 2025 年公司境外资金、存货及长期资产执行的审计程序及获取的审计证据充分、有效。

问题3：关于费用支出

年报显示，公司本期发生销售费用 18.79 亿元，同比增长 70.71%，大于营业收入增长幅度，主要系本报告期内人工成本以及宣传与广告费增加所致。管理费用 11.91 亿元，同比增长 42.29%，主要系本报告期内人工成本增加所致，其中股份支付费用 1.49 亿元，同比增长 320.25%。研发费用 12.5 亿元，同比增长 51.27%，主要系本报告期内人工成本和专业及技术服务费增长所致。财务

费用-1.92 亿元，主要系本报告期内汇兑收益以及存款利息收入的增加所致，其中四季度财务费用为 8,675.23 万元。

请公司：（1）说明宣传与广告费的主要构成及金额，支出的具体支付对象，是否与公司或实控人存在关联关系，结合主要子公司销售费用金额及变动情况，说明销售费用同比增大于营业收入增长原因；（2）结合近三年公司人员数量变化、人均薪酬、同行业可比公司情况、薪酬福利构成及绩效考核机制等，区分销售费用、管理费用、研发费用说明人工成本增加的合理性，并说明管理费用中股份支付费用增幅显著高于销售费用和研发费用中相应费用增幅的原因；（3）说明四季度财务费用较前三季度大幅增长的原因。

问题回复：

一、说明宣传与广告费的主要构成及金额，支出的具体支付对象，是否与公司或实控人存在关联关系，结合主要子公司销售费用金额及变动情况，说明销售费用同比增大于营业收入增长原因。

1. 说明宣传与广告费的主要构成及金额，支出的具体支付对象，是否与公司或实控人存在关联关系

宣传及广告费构成与金额明细如下表（单位：万元）：

构成项目	人民币金额
市场推广	30,122.68
广告费	29,675.09
渠道建设费	6,097.61
展会费及其他配套服务费	2,663.57
合计	68,558.95

如上图所示，宣传及广告费用主要包含开拓渠道的市场推广支出和面向广大终端消费者的广告投放支出，该类支出主要用于品牌形象塑造、市场声量提升与产品市场推广，服务于集团整体经营及全渠道销售布局。

其中主要的支付对象如下（单位：万元）：

序号	供应商名称	支出金额	占比 (%)	合作年限	合作模式	关联关系
1	京东集团股份有限公司	5,294.30	7.72	2020 年至今	预付	非关联方
2	MeetSocial (HongKong) Digital Marketing Co., Limited	4,707.10	6.87	2024 年至今	应付	非关联方

3	分众智媒广告有限公司	4,339.62	6.33	2025年至今	应付	非关联方
4	供应商 1	2,830.19	4.13	2022年至今	预付/应付	非关联方
5	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	1,173.85	1.71	2020年至今	预付	非关联方
6	供应商 2	1,105.38	1.61	2024年至今	应付	非关联方
7	天津万达传媒有限公司南京分公司	1,031.09	1.50	2023年至今	应付	非关联方
8	供应商 3	790.69	1.15	2024年至今	应付	非关联方
9	供应商 4	755.55	1.10	2025年至今	应付	非关联方
10	供应商 5	720.95	0.07	2025年至今	应付	非关联方
合计	/	22,748.72	32.19	/	/	/

相关费用的合作服务商多为行业内具有较高市场知名度的广告及营销服务供应商，上述合作方与本公司及公司实际控制人、董事、高级管理人员在资产、人员、财务及业务等方面均保持独立，不存在《上海证券交易所科创板股票上市规则》中规定的关联关系情形。

2. 结合主要子公司销售费用金额及变动情况，说明销售费用同比增大于营业收入增长原因

公司 2025 年度与 2024 年度销售费用与营业收入同比变动如下表：（单位：万元）

项目	2025 年	2024 年	同比变动	同比变动 (%)
人工成本	63,889.39	32,870.77	31,018.62	94.37
宣传与广告费	68,558.95	41,144.50	27,414.45	66.63
其他	55,421.01	36,039.26	19,381.75	53.78
合计	187,869.35	110,054.53	77,814.82	70.71
营业收入	2,127,787.67	1,419,580.86	708,206.81	49.89
销售费用率 (%)	8.83	7.75	-	1.08

本期公司销售费用同比增幅高于营业收入同比增幅，主要系公司基于全球化战略布局、新业务拓展及海外属地化运营建设需要，阶段性加大销售人员及薪酬投入、品牌宣传及市场广告推广等战略性前置投入所致。上述费用投入均围绕公司中长期发展规划开展，贴合业务扩张节奏，具备充分的商业合理性与经营必要性。

(1) 本期销售人员人工薪酬支出 6.39 亿元，较上年同期增加 3.10 亿元，同比增长 94.37%。人工成本大幅增长的核心原因系公司持续优化全球营销网络布局，大力推进海外属地化运营体系建设、加码新兴业务赛道拓展，战略性扩充销售、售后、本地化运营及专业技术团队，本期销售人员数量同比增长 95.35%，人员规模扩张带动薪酬费用同步大幅提升，具体如下：

一是服务机器人全球化专业团队建设投入大幅增加。报告期内，公司持续发力服务机器人海外高端市场，全力推进 NAVIMOW 品牌全球化布局。服务机器人相关主体（未岚大陆(北京)科技股份有限公司，以下简称“未岚大陆”、未岚大陆（珠海）科技有限公司，以下简称“未岚珠海”、NAVIMOW B.V. 及 NAVIMOW Inc.）本期人工成本合计 8,368.50 万元，较上年同期增加 5,614.65 万元，同比增长 203.88%。一方面，为适配欧美核心市场属地化合规经营要求，提升终端市场响应速度、售后服务质量，公司持续扩充欧洲、美洲区域本地销售及运营人员，海外属地团队规模快速扩容，人员数量增长至 164 人，同比增长 156.25%（详见下表，单位：万元）；另一方面，智能服务机器人行业技术壁垒高、市场竞争聚焦产品力与品牌力，公司为持续巩固全球无边界割草机器人龙头地位，持续引进行业高端品牌营销、市场拓展专业人才，该类核心岗位薪酬水平相对较高，人均成本由上年 43.03 万元增长至 51.03 万元。

项目	2025 年	2024 年	变动	变动比例
人工成本	8,368.50	2,753.85	5,614.65	203.88%
销售人员	164	64	100	156.25%

二是电动两轮车销售团队配套扩容。伴随公司电动两轮车业务市场规模持续快速扩张，终端渠道、终端销量及售后需求大幅增长，为提升客户购买体验、增强市场竞争力并进一步扩大市场份额，公司也同步配套扩充了销售与服务团队，人员规模稳步增长，带动人工成本提升。报告期内，电动两轮车业务主体（九号科技有限公司，以下简称“九号科技”及九号科技贸易（常州）有限公司，以下简称“九号科技贸易”）销售人员共计 574 人，较 2024 年增加 241 人，增幅 72.37%；对应人工成本由上年 1.35 亿元增至 2.30 亿元，同比增长 70.33%（详见下表，单位：万元），人员规模与人工成本增幅基本匹配，增长态势具备合理性。

项目	2025 年	2024 年	变动	变动比例
人工成本	23,018.52	13,514.17	9,504.34	70.33%
销售人员	574	333	241	72.37%

三是海外属地化运营体系持续加码投入。为深耕欧美核心市场，构建自主可控的全球化营销与服务体系，公司持续完善海外区域分子公司及本地化运营团队建设。报告期内，SEBV、Segway Inc.、Segway Powersports Inc. 等海外核心运营主体销售人员扩充至 177 人，较上年增长 71.84%，对应人工成本增加至 1.77 亿元，较上年同期增加 7,976.84 万元，同比增幅 81.77%（详见下表，

单位：万元）。公司通过搭建海外本地化销售、售后、仓储运营、渠道管理团队，全面提升海外市场自主运营能力、终端服务响应效率与品牌本地化影响力，为海外业务持续高速增长筑牢团队与体系基础，相关人员投入属于支撑海外长期发展的战略性前置投入。

项目	2025年	2024年	变动	变动比例
人工成本	17,731.79	9,754.95	7,976.84	81.77%
销售人员	177	103	74	71.84%

综上，本期销售人员人工成本增长系公司业务规模持续上涨、全球化布局、新业务及品牌拓展、属地化体系建设的阶段性、战略性投入，人员扩充与薪酬投入均匹配公司业务扩张节奏与长期发展战略，相关投入有效支撑了公司海外收入、新兴业务收入的持续增长，具备充分的合理性与必要性。

(2)本期公司广告及业务宣传费支出6.86亿元，较上年同期增加2.74亿元，同比增长66.63%。该项费用增长主要系公司结合电动两轮车存量市场深耕、服务机器人新兴业务全球化拓展的战略规划，阶段性加大品牌建设、全域营销及渠道推广的前置性投入所致。相关宣传推广支出紧密贴合各业务板块发展阶段，适配市场竞争格局与业务扩张需求，具备充分的商业合理性与战略必要性。

报告期内，公司持续深化品牌体系建设与全域营销渠道布局，构建“线上线下融合、国内国际协同”的立体化营销体系。品牌端，公司依托多元化圈层营销模式，通过明星代言、电竞联动等年轻化、破圈式传播方式，精准触达核心消费群体，持续放大九号品牌市场影响力、提升国民认知度与用户认可度，巩固公司在智能短途出行领域的品牌龙头地位。渠道端，公司深化与主流电商平台战略合作，持续完善线上内容营销、线下场景渗透的全渠道布局，依托KOL内容裂变传播、梯媒精准投放、线下场景触点覆盖等多元推广手段，搭建“商品+供应链+履约服务”一体化运营生态，有效赋能国内外市场渠道拓展与终端销售，为公司整体业务增长筑牢市场基础。具体分业务投入情况如下：

主要子公司广告及业务宣传费支出对比如下表（单位：万元）：

主体	2025年	2024年	同比变动	变动比例(%)
九号科技	11,268.00	20,816.62	-9,548.62	-45.87
九号科技贸易	22,237.00	-	22,237.00	-
未岚大陆	9,569.85	3,710.02	5,859.83	157.95
未岚珠海	2,362.01	70.90	2,291.11	3,231.47
NAVIMOW B.V.	3,843.05	361.62	3,481.43	962.73
NAVIMOW Inc.	1,743.44	233.84	1,509.60	645.57

其他	17,535.60	15,951.50	1,584.1	9.93
合计	68,558.95	41,144.50	27,414.45	66.63

一是国内电动两轮车业务品牌与渠道推广持续加码。本期九号科技及九号科技贸易广告及业务宣传费合计 3.35 亿元，较上年同期增加 1.27 亿元。电动两轮车行业市场竞争充分，品牌力与渠道渗透率是市场份额提升的核心关键。为持续巩固公司智能两轮车差异化竞争优势，进一步抢占国内主流消费市场，公司针对性加大国内市场品牌曝光、数字化精准营销、终端渠道推广资源投入，持续强化九号智能出行的品牌标签，优化线下终端推广布局、激活渠道动销能力，助力国内业务销量稳步提升、市场份额持续扩容。

二是服务机器人新业务全球化品牌培育投入集中释放。本期未岚大陆、未岚珠海、NAVIMOW Inc. 及 NAVIMOW B. V. 等机器人业务主体广告及业务宣传费合计 1.75 亿元，较上年同期增加 1.32 亿元。公司服务机器人业务处于海外市场规模化拓展、品牌快速起量的关键培育期，欧洲作为全球核心消费市场，行业渗透率持续提升、市场竞争日趋激烈。为快速打开海外市场、建立 NAVIMOW 无边界割草机器人品类认知、培育用户消费习惯，公司集中投入资源开展海外品牌塑造、市场普及推广、经销商招商及行业展会等系列市场拓展工作。前期阶段性、前瞻性的品牌与渠道投入，有效助力公司割草机器人业务海外销量翻倍增长、稳居全球无边界割草机器人行业龙头地位，完全匹配新业务及新品牌的拓展规律，投入具备合理性。

综上，本期公司销售费用增长，是公司适配全球化运营布局、存量业务深耕、新兴业务及品牌培育的战略性前置投入，销售人员扩容、品牌宣传与渠道推广投入均与公司业务规模扩张、新赛道拓展节奏高度匹配，有效支撑了公司国内外业务的持续高质量增长。

二、结合近三年公司人员数量变化、人均薪酬、同行业可比公司情况、薪酬福利构成及绩效考核机制等，区分销售费用、管理费用、研发费用说明人工成本增加的合理性，并说明管理费用中股份支付费用增幅显著高于销售费用和研发费用中相应费用增幅的原因。

（一）区分销售费用、管理费用、研发费用说明人工成本增加的合理性

报告期内，公司销售费用、管理费用、研发费用人工成本合计 21.15 亿元，

较上年同期增加 7.41 亿元，同比增长 53.93%。近三年公司人工成本持续增长，主要系公司处于高速发展与全球化扩张阶段，围绕智能短交通及服务机器人等核心赛道持续开展组织规模扩张与高端人才结构升级所致。公司建立了科学完善的绩效考核与薪酬管理体系，采用关键绩效指标、目标管理等专业考核工具，搭建“目标制定、绩效执行、考核评价、结果反馈”的全流程闭环管理机制，将公司整体战略目标层层分解至各部门及员工个人。公司于每半年度、年度开展两次综合绩效评价，客观评估员工工作业绩与岗位价值贡献，并将绩效等级结果全面应用于员工薪酬定级、绩效奖金、岗位晋升、评优激励等内部管理环节，有效激活组织活力、绑定人才价值与公司发展，薪酬发放、绩效激励合乎规范、具备充分合理性。结合近三年人员规模、人均薪酬、薪酬结构及同行业可比情况，分费用类型对人工成本增长合理性说明如下：

1. 销售费用：销售费用人工成本从 2023 年 2.62 亿元增长至 2024 年 3.29 亿元，2025 年进一步增长至 6.39 亿元，近三年年均复合增长率为 56.09%，增长幅度较高，核心驱动因素为销售人员规模大幅扩张，人均薪酬保持稳定，薪酬结构及行业对比均处于合理区间。

公司近三年销售费用人工成本、薪酬构成明细、人员数量与人均薪酬如下表（单位：万元）：

项目	2025 年	2024 年	2023 年	复合增长率 (%)
人工成本	63,889.39	32,870.77	26,222.03	56.09
人员数量	1,260.00	645.00	390.00	79.74
人均薪酬	50.71	50.96	67.24	-13.16

从薪酬福利构成来看，公司销售端人工成本以工资、奖金为核心，结构清晰、支出合规。近三年销售人员工资由 1.86 亿元增至 4.59 亿元，复合增长率 57.09%；销售奖金由 0.53 亿元增至 1.21 亿元，复合增长率 51.10%。工资与奖金合计占销售费用人工成本总额的 90.96%，是销售人工成本的核心组成部分，社保、公积金、福利费等其他人工支出占比较低，薪酬结构符合制造业及科创企业销售团队薪酬体系惯例。

从人员数量变动来看，为匹配公司全球化营销布局、海外属地化运营体系建设及服务机器人新业务拓展战略，公司持续扩充销售、终端售后、本地化运营及专业市场人才，销售团队规模三年持续扩容。销售人员从 2023 年 390 人增长至 2024 年 645 人，2025 年进一步增至 1,260 人，复合增长率 79.74%。人员

大幅增长主要用于支撑海外市场渠道铺设、NAVIMOW 服务机器人全球化推广、国内电动两轮车渠道下沉及终端服务能力升级，人员扩张与业务营收增长、市场版图拓展高度匹配。

从人均薪酬水平来看，公司销售团队人均薪酬整体保持平稳，无异常上浮。2024 年至 2025 年销售人员人均薪酬稳定维持在 50-51 万元区间，年度波动极小，不存在整体涨薪、超额计提薪酬、非理性抬高人力成本的情形。

销售费用人均薪酬同行业对比如下表（单位：万元）：

公司	2025 年	2024 年	2023 年	复合增长率 (%)
九号公司 (689009. SH)	50.71	50.96	67.24	-13.16
春风动力 (603129. SH)	47.79	41.63	40.60	8.49
新日股份 (603787. SH)	27.24	28.34	27.79	-0.99
安克创新 (300866. SZ)	60.35	58.50	53.20	6.51
石头科技 (688169. SH)	38.73	29.89	36.30	3.29
爱玛科技 (603529. SZ)	36.78	34.72	26.37	18.10

从同行业可比维度来看，2025 年公司销售人员人均薪酬 50.71 万元，与同行业头部企业相比处于合理中位水平，其中与春风动力 (603129. SH) 的 47.79 万元基本持平，低于安克创新 (300866. SZ) 的 60.35 万元，贴合智能出行、智能硬件出海行业的人才薪酬区间，薪酬定价公允、具备行业合理性。综上，公司本期销售费用人工成本大幅增长，主要系公司全球化、新业务拓展战略下的团队规模前置扩容所致，人均薪酬保持稳定、薪酬结构合理、行业对标公允，人工成本增长真实匹配业务发展需求，具备充分合理性。

2. 管理费用：本期管理费用人工成本近三年累计由 2023 年 3.91 亿元增至 2025 年 6.57 亿元，年均复合增速 29.59%，整体增速稳健，主要系管理人员有序扩容、核心管理人才储备升级所致，人均薪酬保持稳定，符合企业规模化发展管理配套规律。

公司近三年管理费用人工成本、薪酬构成明细、人员数量与人均薪酬如下表（单位：万元）：

项目	2025 年	2024 年	2023 年	复合增长率 (%)
人工成本	65,671.19	51,843.36	39,102.70	29.59
人员数量	1,266.00	1,016.00	909.00	18.01
人均薪酬	51.87	51.03	43.02	9.81

从薪酬福利构成来看，管理端人工成本增长以基础薪资扩容为主、绩效奖

金稳步增长，结构健康。管理员工资由 2023 年 2.22 亿元增至 4.01 亿元，复合增长率 34.40%；管理人员奖金由 2023 年 1.02 亿元增至 1.29 亿元，复合增长率 12.46%。薪资增长主要匹配人员规模扩张及核心管理岗位标准化定级，奖金增长平稳，无突击计提、超额发放的异常情况。

从人员数量变动来看，为适配公司业务体量快速增长、全球化治理及精细化管理需求，公司持续推进“百将计划”，重点补充战略运营、信息化、海外治理、供应链管理等关键岗位人才，夯实集团化管理能力。管理人员从 2023 年 909 人增至 2024 年 1,016 人，2025 年进一步增至 1,266 人，近三年年均复合率 18.01%。人员有序扩张有效支撑公司多业务板块、多海外主体的规范化运营，管理团队扩容具备业务必要性。

从人均薪酬水平来看，近三年管理人员人均薪酬年均复合增长率 9.81%，主要系前期核心骨干人才引入、岗位结构优化所致；2024-2025 年人均薪酬稳定维持在 51 万元左右，近两年基本无大幅波动，整体薪酬水平趋于平稳，不存在非理性上涨情形。

管理费用人均薪酬同行业对比如下表（单位：万元）：

公司	2025 年	2024 年	2023 年	复合增长率 (%)
九号公司 (689009.SH)	51.87	51.03	43.02	9.81
春风动力 (603129.SH)	59.26	73.38	62.45	-2.59
新日股份 (603787.SH)	25.07	21.68	18.10	17.69
安克创新 (300866.SZ)	69.37	70.98	46.00	22.80
石头科技 (688169.SH)	46.93	42.90	36.75	13.00
爱玛科技 (603529.SZ)	29.90	24.55	17.04	32.46

从同行业可比维度来看，2025 年公司管理人员人均薪酬 51.87 万元，与石头科技 (688169.SH) 的 46.93 万元处于同一合理梯队，低于安克创新 (300866.SZ) 的 69.37 万元，符合科创型制造企业管理人才薪酬定位，行业对标合理、定价公允。综上，公司管理费用人工成本增长，系公司规模化发展过程中管理团队有序扩容、核心人才梯队建设的正常结果，人均薪酬整体稳定、行业对标合理，人工成本增长具备必要性与合理性。

3. 研发费用：研发费用人工成本近三年由 2023 年 3.94 亿元增至 2025 年 8.20 亿元，年均复合增长率达 44.15%。研发人工成本快速增长，系公司坚持技术自研、持续加码核心赛道研发投入、大规模引进高端技术人才的战略结果，

薪酬激励与研发成果深度绑定，人均薪酬稳定可控，符合科创企业发展特性。

公司近三年研发费用人工成本、薪酬构成明细、人员数量与人均薪酬如下表（单位：万元）：

项目	2025年	2024年	2023年	复合增长率(%)
人工成本	81,963.73	52,699.76	39,447.51	44.15
人员数量	2,423.00	1,583.00	1,434.00	29.99
人均薪酬	33.83	33.29	27.51	10.89

从薪酬福利构成来看，研发人工成本以工资、奖金为核心，激励机制导向清晰。研发人员工资由2023年2.76亿元增至5.34亿元，复合增长率39.10%；研发人员奖金由2023年0.72亿元增至1.79亿元，复合增长率57.67%。工资及奖金合计占研发人工成本总额的87.01%，为研发人工核心支出。其中奖金增速高于薪资增速，充分体现公司绩效考核机制的激励导向，通过绩效奖金与技术突破、项目落地、产品迭代成果深度挂钩，有效激发研发团队创新活力，薪酬结构设计科学合理。从人员数量变动来看，为持续巩固公司在智能短交通、电动两轮车、服务机器人、智能化控制系统等领域的技术壁垒，公司持续加大研发投入，引进高端技术人才。研发人员从2023年1,434人增至2024年1,583人，2025年进一步增至2,423人，近三年复合增长率29.99%。研发团队大幅扩容，有效支撑公司核心产品技术迭代、新产品研发及海外产品合规升级，是公司保持核心竞争力的战略性投入。

从人均薪酬水平来看，近三年研发人员人均薪酬复合增长率10.89%，主要系高端技术人才引入、研发岗位结构升级所致；2024-2025年人均薪酬稳定维持在33-34万元区间，近两年无明显波动。研发奖金与项目进度、技术突破、创新成果直接挂钩，绩效激励常态化、规范化，人均薪酬整体稳定，充分说明研发人工成本增长核心驱动因素为人员数量扩张，而非整体薪酬非理性上涨。

研发费用人均薪酬同行业对比如下表（单位：万元）：

公司	2025年	2024年	2023年	复合增长率(%)
九号公司(689009.SH)	33.83	33.29	27.51	10.89
春风动力(603129.SH)	30.07	31.32	29.63	0.74
新日股份(603787.SH)	19.56	14.96	13.04	22.47
安克创新(300866.SZ)	53.05	53.47	50.55	2.44
石头科技(688169.SH)	48.75	42.55	46.52	2.37
爱玛科技(603529.SZ)	28.61	22.38	24.38	8.33

从同行业可比维度来看，2025年公司研发人员人均薪酬33.83万元，高于

传统车企及制造企业春风动力(603129.SH)的30.07万元及爱玛科技(603529.SH)的28.61万元,同时低于安克创新(300866.SZ)的53.05万元及石头科技(688169.SH)的48.75万元,处于行业合理区间,契合公司“高端技术引育、成本可控、激励有效”的成长型科创企业薪酬策略。

综上所述,近三年公司销售费用、管理费用、研发费用人工成本整体增长,均为公司全球化布局、业务规模扩张、核心人才梯队建设、新兴赛道战略培育带来的战略性、前置性、必要性投入。各项费用人工成本增长核心驱动均为人员规模有序扩容,各条线人均薪酬近年度保持稳定、无异常上浮;公司薪酬结构清晰、绩效考核体系完善;同时各条线人均薪酬水平均处于同行业可比公司合理区间,对标不存在异常偏离,人工成本增长整体具备充分的商业合理性、合规性与必要性。

(二)管理费用中股份支付费用增幅显著高于销售费用和研发费用中相应费用增幅的原因

为建立健全长效激励机制,充分调动公司核心人员积极性,实现员工与公司长期发展目标的深度绑定,公司自上市前后即系统建立了以股票期权和二类限制性股票为核心的股权激励体系。该体系旨在将股东利益、公司利益与核心团队利益紧密统一,通过授予员工认股期权和二类限制性股票,激发核心人才的创新活力与创业精神,有效促进公司业绩持续增长,并为公司的长远健康发展奠定了坚实的制度基础。2025年,公司管理费用中股份支付费用增幅显著高于销售费用和研发费用中相应费用增幅,主要系公司控股子公司未岚大陆于2025年实施了一轮新的股权激励,且该激励计划下针对部分关键激励对象未设置等待期,相关股份支付费用一次性计入当期损益并主要归属于管理费用所致,具体情况说明如下。

为增强未岚大陆管理层及核心骨干的发展信心,吸引和留住优秀人才,充分调动管理层及核心骨干的积极性,推进业务长期稳定发展,结合未岚大陆当前经营情况及未来发展需要,未岚大陆于2025年实施了新一轮股权激励。根据该激励安排,激励对象以合计4,650.03万元的价款认购未岚大陆515.38万元的新增注册资本。本次激励计划下的激励对象为未岚大陆及本公司的部分董事、高级管理人员及核心员工。前述人员自未岚大陆成立以来深度参与了其业务发展战略、市场推广策略、财务体系建设、人才招聘等重大经营决策和支

持，对于未岚大陆的发展起到了至关重要的作用。激励对象通过直接参与或通过持有员工持股平台北京无界未来科技中心（有限合伙）相应合伙份额间接持有未岚大陆股权。上述事项已严格履行必要的审议程序，公司于2025年4月11日召开第二届董事会第三十次会议，于2025年5月9日召开2024年年度股东大会，审议通过了《关于控股子公司增资实施股权激励暨关联交易的议案》。详见公司于2025年4月12日在上海证券交易所网站上披露的《九号有限公司关于控股子公司增资实施股权激励暨关联交易的公告》（公告编号：2025-018）及于2025年5月10日在上海证券交易所网站上披露的《九号有限公司2024年年度股东大会决议公告》（公告编号：2025-035）。

根据《监管规则适用指引——发行类第5号》之“问题5-1 增资或转让股份形成的股份支付”中规定，对于股份立即授予或转让完成且没有明确约定等待期等限制条件的，股份支付费用原则上应一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益。鉴于本次未岚大陆股权激励计划针对部分激励对象未设置等待期或行权限制条件，该等激励对象自授予日起即享有对应股权的全部权利，因此未岚大陆作为接受服务企业，需于2025年一次性确认该等激励对象对应的全部股份支付费用。根据其在未岚大陆的任职或职能归属，本次确认的股份支付费用在不同费用科目之间分配如下：该等激励对象主要为管理团队成員，未岚大陆据此确认并计入管理费用的股份支付费用约为9,715.98万元；剩余少数激励对象为核心技术人员，对应计入研发费用的股份支付费用约为792.00万元；本次激励对象中不涉及销售团队人员，故无相关费用计入销售费用。

由于未岚大陆系本公司的控股子公司，根据企业会计准则的规定，公司需将其经营业绩纳入合并财务报表。由此，上述未岚大陆一次性确认的股份支付费用中，绝大部分归属于管理费用，导致公司2025年度合并口径的管理费用中的股份支付费用增幅显著高于销售费用及研发费用中的相应增幅。综上，公司就股份支付相关的会计处理符合企业会计准则及监管指引的规定，具备合理的商业背景与合规的会计依据。

三、说明四季度财务费用较前三季度大幅增长的原因。

2025年第四季度财务费用8,675.23万元，较前三季度大幅增长，主要系第

四季度产生大额汇兑损失 1.36 亿元所致。第四季度美元和欧元汇率波动，美元汇率第四季度末较三季度末美元汇率下降 1.08%，欧元汇率第四季度末较三季度末欧元汇率下降 1.19%，由于公司货币资金及应收账款等外币货币性资产余额较大，汇率波动对汇兑损益产生显著影响。

公司主营业务涉及广泛的跨境贸易往来，日常经营中常年持有较大规模的外币货币性资产，因此面临汇率波动风险。为有效防范汇率波动对公司整体损益及财务状况产生的不利影响，切实保障股东利益，公司制定了严格且审慎的外汇风险管理政策。公司始终坚持套期保值原则，使用外汇远期、掉期等衍生金融工具对冲与主营业务相关的汇率风险，绝不进行任何形式的投机交易。

2025 年第四季度，公司根据市场汇率走势及实际风险敞口情况，有序开展上述衍生品业务。当期相关衍生工具确认收益 5,722.88 万元。上述收益与当期因汇率波动产生的汇兑损益形成了有效的对冲机制，平滑了汇率波动对净利润的冲击，降低了业绩波动性。

年审会计师回复：

针对上述事项，我们执行的主要审计和核查程序包括：

1. 了解并评价与职工薪酬、费用确认和计量、汇兑损益相关的关键财务报告内部控制的设计和运行有效性，包括测试财务系统中与汇兑损益计算相关的关键信息系统自动化控制和信息系统一般控制；
2. 按照不同性质对各项费用进行变动分析，就费用变化较大的项目询问管理层原因并评价其合理性；
3. 在抽样的基础上，将本期记录的费用检查至发票、银行回单、审批单据等支持性文件，以评价费用确认的适当性；
4. 选取接近资产负债表日前后发生的费用，检查会计凭证和相关原始单据，以评价各项费用是否记录在恰当的会计期间；
5. 检查银行借款合同及租赁合同相关条款，对财务费用中的利息费用执行重新计算；
6. 通过国家外汇管理局官网信息查询外币汇率，并与公司使用的汇率进行对比分析；
7. 检查公司主要外币货币性项目折算的准确性，抽样检查已实现汇兑损益

的准确性；

8. 获取公司区分销售费用、管理费用及研发费用的人均薪酬变动分析，查阅同行业可比公司的人均薪酬情况进行比较，了解差异原因及合理性；

9. 针对员工股份支付，我们执行的工作如下：

a. 获取并检查本年与员工激励计划相关的董事会及股东会决议、股份支付激励计划的会议纪要；

b. 检查上市公司与股份支付激励计划相关的公告，并与董事会及股东会决议、股份支付激励计划的会议纪要进行交叉核对；

c. 获取本年员工激励计划的连续性变动清单，检查清单期初数与上年年末数是否一致，同时对本期变动抽取样本核对至合同等相关支持性文件；

d. 抽样检查当年新增及取消的激励对象签署的股份激励协议；

e. 检查股权激励的条款和可行权条件，通过比较相关历史数据，复核管理层对限制性条件能否达成预期，以及对可达到行权条件的股份期权数所作估计的合理性；

f. 评估管理层聘请的第三方评估机构的客观性、独立性和胜任能力；

g. 利用毕马威估值专家的协助复核管理层对本年新授予的权益工具于授予日的公允价值的评估结果，包括测试及评价估值方法、关键假设和数据；

h. 重新计算股份支付摊销金额，复核管理层计提的股份支付费用金额是否准确。

基于上述工作，我们认为，公司上述关于销售费用同比增大于营业收入增长原因、人工成本增加的合理性、管理费用中股份支付费用增幅显著高于销售费用和研发费用中相应费用增幅的原因及四季度财务费用较前三季度大幅增长的原因的说明，在所有重大方面与我们在执行审计工作中获取的资料以及了解的信息一致。

问题4：关于对外投资

年报显示，公司本期长期股权投资金额为 1.35 亿元，系对珠海硬核增长股权投资基金合伙企业（有限合伙）的投资，根据公开信息，公司子公司九号（海南）控股集团有限公司及九号（常州）私募基金管理有限公司合计持有 45%。2025 年末，公司其他权益工具投资及其他非流动性金融资产下对应的对

外投资金额合计 7.44 亿元，涉及 3 家私募股权投资基金及非上市公司股权投资。

请公司：（1）说明公司长期股权投资和私募股权投资基金的基本情况，包括但不限于募资情况、运作机制、投资领域及投资标的等信息，说明资金用途及最终流向，并结合公司的投资目的、合伙人身份、出资比例及合伙约定等、说明公司未将上述股权投资纳入合并报表的原因；（2）说明九号（海南）控股集团有限公司及九号（常州）私募基金管理有限公司的其他主要股权投资项目情况，结合投资方向、投资决策机制等，说明公司所投资项目和公司主营业务及战略发展方向是否密切相关，并结合公司历史投资损益、资金财务状况以及业务发展规划等，说明对外投资的原因及资产安全性。

问题回复：

一、说明公司长期股权投资和私募股权投资基金的基本情况，包括但不限于募资情况、运作机制、投资领域及投资标的等信息，说明资金用途及最终流向，并结合公司的投资目的、合伙人身份、出资比例及合伙约定等、说明公司未将上述股权投资纳入合并报表的原因。

1. 说明公司长期股权投资和私募股权投资基金的基本情况，包括但不限于募资情况、运作机制、投资领域及投资标的等信息，说明资金用途及最终流向

公司长期股权投资和私募股权投资基金为珠海硬核增长股权投资基金合伙企业（有限合伙）（以下简称“珠海硬核基金”）、海南以莱创业投资中心合伙企业（有限合伙）（以下简称“海南以莱基金”）、常州以莱创业投资中心（有限合伙）（以下简称“常州以莱基金”）、潍坊清信华平投资中心（有限合伙）（以下简称“潍坊清信华平基金”），以下分别说明各项投资的基本情况：

（1）珠海硬核基金

募资情况：珠海硬核基金（基金编号 SATL33）于 2025 年 1 月 14 日成立，于 2025 年 1 月 16 日完成中国证券投资基金业协会备案。截至 2025 年 12 月 31 日，各合伙人认缴出资总额为人民币 100,000.00 万元，全体合伙人实缴出资总额为人民币 30,000.00 万元，具体明细如下（单位：万元）：

基金合伙人名称	合伙人身份	认缴/实缴出资金额	认缴及实缴出资比例
九号(常州)私募基金管理有限公司	普通合伙人	1,010.00/303.00	1.01%

九号（海南）控股集团有限公司	有限合伙人	43,990.00/13,197.00	43.99%
珠海兴格资本投资有限公司	有限合伙人	40,000.00/12,000.00	40.00%
珠海市黄杨产业投资基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	15,000.00/4,500.00	15.00%
合计	/	100,000.00/30,000.00	100.00%

运作机制：珠海硬核基金执行事务合伙人/管理人为九号（常州）私募基金管理有限公司（以下简称“常州私募”），按照中国证券投资基金业协会的要求合规运作。珠海硬核基金设立投资决策委员会，对珠海硬核基金被投资企业的投资、处置及退出等相关事项进行审议并作出决议，执行事务合伙人/管理人依据决议内容执行投资及退出事宜。投资决策委员会应由六名委员组成。其中，基金管理人任命三名投资决策委员会委员，有限合伙人珠海兴格资本投资有限公司（以下简称“兴格资本”）提名和任命二名投资决策委员会委员，有限合伙人珠海市黄杨产业投资基金合伙企业（有限合伙）（以下简称“黄杨产业投资”）提名和任命一名投资决策委员会委员，相关投资决策委员会委员均具有相关投资或产业经验，且具有基金从业资格证。投资决策委员会的表决实行一人一票，投资决策委员会的所有决策需由全体委员通过方为有效。

投资领域：聚焦于新一代信息技术（出行科技、人工智能、物联网）、高端装备制造（机器人）、新能源（电池级相关技术）、新材料等硬科技相关领域的未上市的高成长性创业企业。

截至 2025 年 12 月 31 日已交割投资标的如下表：

公司名称	主营业务
广东匠芯创科技有限公司	HMI 芯片
珠海一微科技股份有限公司	移动机器人 SoC 芯片
中科芯磁科技（珠海）有限责任公司	FPGA 芯片

珠海硬核基金资金均按照合伙协议约定，投资于标的项目或标的项目股权转让方，不存在资金最终流向公司、公司的关联方或其他利益方的情形。

（2）海南以莱基金

募资情况：海南以莱基金（基金编号 SQP493）于 2021 年 5 月 14 日成立，于 2021 年 5 月 25 日完成中国证券投资基金业协会备案。截至 2025 年 12 月 31 日，各合伙人认缴出资总额为人民币 11,999.70 万元，全体合伙人实缴出资总额为人民币 11,999.70 万元，具体明细如下（单位：万元）：

基金合伙人名称	合伙人身份	认缴及实缴出资金额	认缴及实缴出资比例
前海清岩华山投资管理（深圳）有限公司	普通合伙人	29.85	0.25%
潍坊清阳华辰咨询中心（有限合伙）	有限合伙人	29.85	0.25%
九号（海南）控股集团有限公司	有限合伙人	11,940.00	99.50%
合计	/	11,999.70	100.00%

运作机制：海南以莱基金执行事务合伙人/管理人为前海清岩华山投资管理（深圳）有限公司，按照中国证券投资基金业协会的要求合规运作。海南以莱基金设立投资决策委员会，对海南以莱基金项目投资、项目处置及退出等相关事项进行审议并作出决议，执行事务合伙人/基金管理人依据决议内容执行投资及退出事宜。投资决策委员会由投资专业人士构成，由三名委员组成。其中，由普通合伙人任命二名投资决策委员会委员，有限合伙人九号（海南）控股集团有限公司提名和任命一名投资决策委员会委员。投资决策委员会的表决实行一人一票，投资决策委员会的所有决策需由二名及以上的委员（含投资人委员）通过方为有效。

投资领域：主要投资于智能短交通、人工智能、物联网、机器人领域等前沿科技领域具有高成长性的高科技项目的股权投资以及相关领域的创投基金份额。

截至 2025 年 12 月 31 日已交割投资标的如下表：

公司名称	主营业务
南京楚航科技股份有限公司	新能源汽车核心零部件
苏州汉天下电子有限公司	半导体
浙江瞻视科技有限公司	新能源汽车核心零部件
杭州肇观智能科技有限公司（原名上海肇观电子科技有限公司）	视觉处理芯片
广东金晟新能源股份有限公司	锂电回收利用

海南以莱基金的资金均按照合伙协议约定，投资于标的项目或标的项目股权转让方，不存在资金最终流向公司、公司的关联方或其他利益方的情形。

（3）常州以莱基金

募资情况：常州以莱基金（基金编号 SVK571）于 2022 年 3 月 31 日成立，于 2022 年 4 月 15 日完成中国证券投资基金业协会备案。截至 2025 年 12 月 31 日，各合伙人认缴出资总额为人民币 40,405.00 万元，全体合伙人实缴出资总额为人民币 20,202.50 万元，具体明细如下（单位：万元）：

基金合伙人名称	合伙人身份	认缴/实缴出资金额	认缴及实缴出资比例
---------	-------	-----------	-----------

前海清岩华山投资管理（深圳）有限公司	普通合伙人	405.00/202.50	1.00%
常州科教城产业投资基金（有限合伙）	有限合伙人	5,000.00/2,500.00	12.375%
常州市武进区产业投资基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	5,000.00/2,500.00	12.375%
九号（海南）控股集团有限公司	有限合伙人	30,000.00/15,000.00	74.25%
合计	/	40,405.00/20,202.50	100.00%

运作机制：常州以莱基金执行事务合伙人/管理人为前海清岩华山投资管理（深圳）有限公司，按照中国证券投资基金业协会的要求合规运作。常州以莱基金设立投资决策委员会，对常州以莱基金项目投资、项目处置及退出等相关事项进行审议并作出决议，执行事务合伙人/基金管理人依据决议内容执行投资及退出事宜。投资决策委员会由投资专业人士构成，由三名委员组成。其中，由普通合伙人任命二名投资决策委员会委员，有限合伙人九号（海南）控股集团有限公司提名和任命一名投资决策委员会委员（投资人委员）。投资决策委员会的表决实行一人一票，投资决策委员会的所有决策需由二名及以上的委员（含投资人委员）通过方为有效。

投资领域：主要投资于智能移动出行、人工智能、物联网、机器人领域等前沿科技领域具有高成长性的高科技项目的股权投资。

截至 2025 年 12 月 31 日已交割投资标的如下表：

公司名称	主营业务
广东金晟新能源股份有限公司	新能源
仁芯致远（杭州）半导体科技有限公司	新能源汽车核心零部件
深圳牧野微电子技术有限公司	半导体
苏州璞华锐芯投资合伙企业（有限合伙）（注）	以私募基金方式从事半导体/集成电路领域的股权投资
杭州闪电兔智能科技有限公司	智能制造
上海川土微电子股份有限公司	半导体

注：苏州璞华锐芯投资合伙企业（有限合伙）是专为投资紫光展锐（上海）科技股份有限公司（以下简称“紫光展锐”）而设立的投资主体。紫光展锐系全球领先的平台型芯片设计企业，提供移动通信芯片、物联网芯片、智能座舱芯片、智能显示芯片、Wi-Fi 芯片等产品与服务。

常州以莱基金资金均按照合伙协议约定，投资于标的项目或标的项目股权转让方，不存在资金最终流向公司、公司的关联方或其他利益方的情形。

（4）潍坊清信华平基金

募资情况：潍坊清信华平基金（基金编号 SZZ761）于 2023 年 4 月 20 日成立，于 2023 年 5 月 12 日完成中国证券投资基金业协会备案。截至 2025 年 12

月 31 日，各合伙人认缴出资总额为人民币 7,731.00 万元，全体合伙人实缴出资总额为人民币 7,631.00 万元，具体明细如下(单位：万元)：

基金合伙人名称	合伙人身份	认缴/实缴出资金额	认缴/实缴出资比例
九号（海南）控股集团有限公司	有限合伙人	5,250.00/5,150.00	67.91%/67.49%
前海清岩华山投资管理（深圳）有限公司	普通合伙人	1.00/1.00	0.01%/0.01%
花华圆园（上海）文化传播股份有限公司	有限合伙人	800.00/800.00	10.35%/10.48%
高禄峰	有限合伙人	800.00/800.00	10.35%/10.48%
凡孝金	有限合伙人	240.00/240.00	3.10%/3.14%
张晶	有限合伙人	160.00/160.00	2.07%/2.10%
吴波	有限合伙人	160.00/160.00	2.07%/2.10%
尹宗义	有限合伙人	160.00/160.00	2.07%/2.10%
胡方竹林	有限合伙人	160.00/160.00	2.07%/2.10%
合计	/	7,731.00/7,631.00	100.00%

运作机制：潍坊清信华平基金执行事务合伙人/管理人为前海清岩华山投资管理（深圳）有限公司，按照中国证券投资基金业协会的要求合规运作。潍坊清信华平基金设立投资决策委员会，对潍坊清信华平基金被投资企业的投资、处置及退出等相关事项进行审议并作出决议，执行事务合伙人/管理人依据决议内容执行投资及退出事宜。投资决策委员会由三名委员组成。其中，由普通合伙人任命二名投资决策委员会委员，基石有限合伙人九号（海南）控股集团有限公司提名和任命一名投资决策委员会委员。投资决策委员会的表决实行一人一票，投资决策委员会的所有决策需由全体委员通过方为有效。

投资领域：投资于投资标的 1，主营业务为交通工具电控系统。

潍坊清信华平基金资金均按照合伙协议约定，投资于标的项目或标的项目股权转让方，不存在资金最终流向公司、公司的关联方或其他利益方的情形。

2. 结合公司的投资目的、合伙人身份、出资比例及合伙约定等，说明公司未将上述股权投资纳入合并报表的原因

公司针对上述股权投资的会计处理情况如下：

珠海硬核基金资金	重大影响，将其作为以权益法核算的长期股权投资进行确认
海南以莱基金	控制，已将其纳入合并范围
常州以莱基金	控制，已将其纳入合并范围
潍坊清信华平基金	控制，已将其纳入合并范围

由上表可见，除珠海硬核基金作为以权益法核算的长期股权投资进行确认和计量外，本公司已将其余基金投资纳入合并报表范围。

(1) 珠海硬核基金

对于珠海硬核基金，本公司将其作为以权益法核算的长期股权投资进行确认与计量，未纳入合并报表。具体原因及合理性说明如下：

2025年1月，公司下属子公司常州私募、九号（海南）控股集团有限公司（以下简称“海南控股”），携手兴格资本、黄杨产业投资共同发起设立珠海硬核基金，旨在整合各方资源、实现优势互补，聚力深耕产业赛道，协同开展优质项目投育，为各方共同开拓股权投资领域的新机遇。珠海硬核基金的合伙人身份及出资比例如下：

单位：人民币万元

基金合伙人名称	合伙人身份	认缴/实缴出资金额	认缴及实缴出资比例
常州私募	普通合伙人	1,010.00/303.00	1.01%
海南控股	有限合伙人	43,990.00/13,197.00	43.99%
公司小计	/	45,000.00/13,500.00	45.00%
兴格资本	有限合伙人	40,000.00/12,000.00	40.00%
黄杨产业投资	有限合伙人	15,000.00/4,500.00	15.00%
合计	/	100,000.00/30,000.00	100.00%

根据合伙企业的议事机制，普通合伙人需依据投资决策委员会（以下简称“投委会”）的决策结果执行合伙企业的投资、退出及其他业务。常州私募有权任命三名投委会委员，有限合伙人兴格资本有权提名并任命两名委员，有限合伙人黄杨产业投资有权提名并任命一名委员。投委会实行一人一票表决机制，所有决策需经全体委员一致通过方为有效。

依据《企业会计准则第33号——合并财务报表》第七条规定：“合并财务报表的合并范围应当以控制为基础予以确定。控制，是指投资方拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。”首先，珠海硬核基金的设立目的与经营范围聚焦于股权投资业务，股权的投资、退出及其他相关业务构成了其唯一且核心的相关活动。从议事机制分析，普通合伙人需依据投委会的决策结果执行相关业务，因此投委会实际应被视为该合伙企业的最高决策机构。其次，尽管本公司对珠海硬核基金合计持有45%的份额并担任普通合伙人，但仅有权任命三名投委会委员，而兴格资本与黄杨产业投资合计持有55%的份额，并共同掌握剩余三票，其持股比例亦具有较强的经济激励行使其表决权。鉴于投委会的所有决策需经全体委员一致通过，上述权力结构对本公司形成了有效的制衡机制，公司无法凭借委员数量优势单方面主导投资、退出等重大决策的通过。

基于上述分析，从实质重于形式的原则出发，本公司虽能从珠海硬核基金

的经营活动中享有可变回报，但因无法单方面主导其财务和经营决策，缺乏运用权力直接影响回报金额的能力，仅能对其施加重大影响。该情形符合《企业会计准则第2号——长期股权投资》关于权益法核算的相关要求。因此，本公司将对珠海硬核基金的投资作为以权益法核算的长期股权投资，相关会计处理合规、合理，符合企业会计准则的规定。

(2) 海南以莱基金、常州以莱基金及潍坊清信华平基金

对于海南以莱基金、常州以莱基金及潍坊清信华平基金（以下合称“并表基金”），本公司能够对该等基金施加控制，因此将其纳入合并报表范围，具体原因及合理性说明如下：

上述三支并表基金的投资领域均聚焦于公司上下游相关前沿科技领域，符合公司发展战略，主要投资于具有高成长性的高科技股权项目，行业覆盖智能短交通、人工智能、物联网及机器人等。公司旨在通过该等基金寻求优质企业，以形成与现有业务的上下游协同效应，同时筛选高成长性初创公司，为公司储备和培育优质资产，并获取投资回报。上述三支基金的合伙人身份及出资比例详见本题回复“1.说明公司长期股权投资和私募股权投资基金的基本情况，包括但不限于募资情况、运作机制、投资领域及投资标的等信息，说明资金用途及最终流向”所述。

依据合伙协议，并表基金的合伙约定及议事机制如下：

基金名称	合伙约定
海南以莱基金及常州以莱基金	设有投委会，对被投资企业的投资、处置及退出等相关事项进行审议并作出决议，普通合伙人依据决议内容执行投资及退出事宜。投委会由三名委员组成。其中，由普通合伙人任命二名投委会委员，海南控股提名和任命一名投委会委员（“投资人委员”）。投委会的表决实行一人一票，投委会的所有决策需由二名及以上的委员（需含投资人委员）通过方为有效。
潍坊清信华平基金	设有投委会，对被投资企业的投资、处置及退出等相关事项进行审议并作出决议，普通合伙人依据决议内容执行投资及退出事宜。投委会由三名委员组成。其中，由普通合伙人任命二名投委会委员，海南控股提名和任命一名投委会委员。投资决策委员会的表决实行一人一票，投资决策委员会的所有决策需由全体委员通过方为有效。

依据《企业会计准则第33号——合并财务报表》第七条规定：“合并财务报表的合并范围应当以控制为基础予以确定。控制，是指投资方拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。”首先，以上三支基金的设立目的是投资于

符合公司发展战略的科技企业，为公司储备和培育优质资产并获取投资回报。其次，各支基金的普通股合伙人的投资份额极低，仅介于 0.01%至 1.00%之间，虽然其在各基金中均可任命及委派两名投委会委员，但其缺乏足够的经济激励来行使其表决权，实质上更多的是充当执行人或代理人角色；相比之下，虽然公司在这些基金的投委会中仅可委派了一名委员，但本公司持有各基金的绝大部分份额，且基金的对外投资等决策实际均需要本公司及普通合伙人委派的委员共同通过方可生效，即公司实际具有一票否决权，从而具有很强的经济激励来行使公司的表决权。第三，本公司作为有限合伙人持有三支基金的份额均超过三分之二，对合伙协议约定内容的修改（包括对普通合伙人的罢免及更换等事项）具有较高的主导能力，相关决策相对易于推进。第四，从可变回报的角度分析，本公司承担了三支基金 67.49%至 99.50%的风险敞口。当基金年化收益率低于 8%时，本公司享有相应比例的收益；当基金年化收益率高于 8%时，对于超过 8%的部分，普通合伙人与有限合伙人按照 2:8 的比例进行分配，但可见本公司仍享有绝大部分超额收益。相比之下，普通合伙人的投资回报仅为 1.50%至 2.00%的固定管理费及 20%的超额业绩报酬，其可变回报的量级及变动性均不重大。基于上述分析，本公司虽以有限合伙人身份参与各基金，但因持有绝大部分份额，能够对基金构成实际控制，根据企业会计准则的规定，应将上述三支基金纳入合并报表范围。因此，本公司对该等基金投资的相关会计处理合规、合理，符合《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》的规定。

二、说明九号（海南）控股集团有限公司及九号（常州）私募基金管理有限公司的其他主要股权投资项目情况，结合投资方向、投资决策机制等，说明公司所投资项目和公司主营业务及战略发展方向是否密切相关，并结合公司历史投资损益、资金财务状况以及业务发展规划等，说明对外投资的原因及资产安全性。

1. 说明九号（海南）控股集团有限公司及九号（常州）私募基金管理有限公司的其他主要股权投资项目情况，结合投资方向、投资决策机制等，说明公司所投资项目和公司主营业务及战略发展方向是否密切相关

海南控股的股权投资项目包含珠海硬核基金和亨刻智能，常州私募的股权投资项目为珠海硬核基金。亨刻智能项目信息如下：

投资方向：享刻智能面向餐饮、厨房、酒店等典型商业服务空间场景，深耕餐饮后厨及商业服务自动化赛道。主营业务涵盖商用烹饪机器人、智能后厨自动化设备的研发、设计、生产与销售，同时为连锁餐饮、中央厨房、新零售等客户提供无人化后厨整体解决方案、AI 系统部署及技术运维服务。

投资决策机制：享刻智能系公司投资部发起、经集团投委会委员一致表决同意执行的项目投资事项。

享刻智能与公司业务层面契合，符合机器人、移动技术等相关产业链上下游，属于公司主业的延伸与生态布局，与公司主营业务契合，非脱离主业的无关领域投资。

2、结合公司历史投资损益、资金财务状况以及业务发展规划等，说明对外投资的原因及资产安全性。

公司对外股权投资行为，是基于中长期战略发展规划开展的产业布局举措，是公司深耕主业、卡位产业链核心资源、储备前沿技术、整合行业优质资源的重要战略手段。公司围绕智能短交通、服务机器人、高端智能制造等核心主业开展战略性对外投资，通过精准布局产业链上下游优质标的，有效锁定核心供应链资源、前沿核心技术、多元化应用场景及行业优质产能与渠道资源，持续赋能公司主业技术迭代升级、供应链稳定配套、海内外市场拓展及新兴业务孵化培育，助力完善公司产业生态布局、巩固行业核心竞争壁垒，贴合公司长期可持续发展战略。结合公司历史投资损益、资金财务状况及未来业务发展规划，具体说明如下：

(1) 从历史投资损益情况看：公司对外投资整体稳健，持续实现正向收益

资产投资类型		2021年	2022年	2023年	2024年	2025年
其他非流动金融资产损益	投资收益	-	-	-	-	215.07
	公允价值变动损益	5,476.22	7,915.81	14,115.12	-363.46	1,123.07
	小计	5,476.22	7,915.81	14,115.12	-363.46	1,338.14
其他权益工具投资股利收入	投资收益	-	133.25	449.77	405.30	479.08
权益法核算的长期股权投资损益	投资收益	325.83	175.65	-1,038.85	-	-489.01
合计		5,802.05	8,224.71	13,526.04	41.84	1,328.21

从上表可知，2021年至2025年，公司对外投资项目累计收益持续为正，各年度因对外投资产生的投资收益及公允价值变动损益合计分别为5,802.05万元、8,224.71万元、1.35亿元、41.84万元、1,328.21万元，历年投资经营均实现

正向回报，无重大投资亏损、减值损失情形。其中其他非流动金融资产，系公司持有的对外非上市主体股权投资。根据《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》相关规定，该类股权投资为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，按公允价值进行后续计量。新增投资以投资交割时点的交易对价作为公允价值确认依据，每年末委托第三方独立评估机构开展公允价值评估工作，以其作为公允价值确定依据，将该资产公允价值与账面价值的差额，确认为公允价值变动损益，计入当期损益。报告期内投资收益主要来源于公司处置对 Surrion Limited（虬龙开曼）股权投资产生的收益，过往投资项目运作规范、退出路径清晰、收益兑现良好，印证公司具备成熟的投资研判、投后管理及风险把控能力，历史对外投资运作具备稳健性与合理性。

（2）从资金财务状况看：公司资金储备充裕，对外投资具备充足资金支撑，资金运用具备合理性

公司经营状况良好，资金储备持续稳步增长，资金流动性充足、财务结构稳健。公司货币资金规模由 2021 年 17.26 亿元增长至 2025 年 83.01 亿元，资金储备大幅提升，为公司开展战略性产业投资提供了坚实的资金保障。在保障日常生产经营、研发投入、市场拓展、产能建设及现金流安全稳定的前提下，公司利用闲置自有资金开展合规对外战略投资，旨在进一步提升资金使用效率、盘活存量资金、优化资产结构，增厚公司整体经营收益，不存在因对外投资影响主业正常经营、现金流承压的情形，资金投入具备充分可行性与合理性。

（3）从业务发展规划看：对外投资聚焦主业赋能，战略定位清晰，无盲目多元化投资

公司始终坚守主业发展战略，未来将持续深耕智能短交通、服务机器人等核心主营业务，坚持“产业赋能为主、财务投资为辅”的投资原则，围绕主业产业链开展精准战略布局。公司对外投资严格聚焦主业上下游产业链、前沿核心技术及配套优质产业资源，重点服务主业技术升级、供应链完善、新业务孵化，严格控制非主业投资、严控盲目扩张及高风险投资。通过产业投资与主营业务深度协同，构建“投资赋能主业迭代、主业支撑投资布局”的良性产业循环，持续完善公司产业生态、提升长期核心竞争力，完全契合公司长期经营目标与战略发展规划。

（4）从投资资产安全性及资金合规性看：投资运作规范，资产安全可控，

无异常资金流转

公司所有对外投资项目均严格履行内部决策、审批及信息披露程序，投资流程合规、决策审慎。投资资金严格按照合伙协议、投资协议约定用途专款专用，全部定向用于对应标的项目的产业经营与技术研发，资金流向清晰、用途规范。不存在投资资金最终回流公司、流向公司关联方或其他利益相关方的情形，无资金挪用、利益输送、异常资金流转等违规情形。同时公司建立了完善的投资管理制度与投后风控体系，持续跟踪标的的经营情况、财务状况及风险变动，动态把控投资风险，保障对外投资资产安全、可控。

综上，公司对外投资均为服务主业发展的战略性产业布局，依托公司充裕的资金储备、成熟的投资管理经验，投资逻辑清晰、决策审慎、运作合规。历年投资收益稳健正向，资金投入不影响主业经营，投资资产风险可控、安全稳定，持续助力公司产业链完善与长期战略落地，具备充分的必要性、合理性与合规性。

年审会计师回复：

针对对外投资，我们执行的主要审计和核查程序包括：

1. 了解并评价公司与对外投资管理及财务核算相关的关键财务报告内部控制的设计和运行有效性；

2. 针对权益法核算的长期股权投资，获取被投资企业的财务报表，并将重新计算的投资损益与被审计单位计算的投资损益相核对，将重新计算的应占有被投资企业净资产的份额与长期股权投资的账面净值进行核对，并关注长期股权投资是否存在减值迹象；

3. 针对以公允价值计量的股权投资，与管理层进行访谈以了解投资背景及投资目的；

4. 针对当期新增的权益法核算的长期股权投资及以公允价值计量的股权投资，检查相关的支持性文件，包括被投资公司股东协议、股权购买协议、出资流水等，评价管理层对相关股权投资的分类是否符合会计准则的要求；

5. 评估管理层聘请的第三方评估机构的客观性、独立性和胜任能力；

6. 在抽样的基础上，获取第三方评估机构编制的非上市股权投资公允价值评估报告，利用毕马威估值专家的工作，评价管理层的估值方法、关键假设和

数据的合理性；

7. 针对计入其他权益工具的股票投资，获取投资清单，检查投资及赎回（如有）的银行流水，并执行函证程序，以评价其他权益工具的存在性以及准确性；

8. 评价在财务报表中上述投资相关披露是否符合相关会计准则的要求。

基于上述工作，我们认为，公司上述关于长期股权投资和私募股权投资基金的基本情况以及说明九号（海南）控股集团有限公司及九号（常州）私募基金管理有限公司的其他主要股权投资项目情况的说明，在所有重大方面与我们在执行审计工作中获取的资料以及了解的信息一致。

问题5：关于往来款

年报显示，公司 2025 年末预付款项余额 1.3 亿元，同比增长 27.95%；其他应收款余额 6,274.10 万元，同比减少 40.99%，主要系公司收回理赔款所致，2025 年三季度其他应收款余额为 1.69 亿元；其他应付款余额 12.66 亿元，同比增长 94.44%，主要来自于服务费和应付工程及设备款的增长。

请公司：（1）说明其他应收款季末余额较年末余额变动较大的原因，本年末因收回理赔款导致其他应收款同比减少的具体情况，并说明其他应收款前五名对象以及和控股子公司非经营性往来的具体情况，包括关联关系、形成原因、逾期情况及期后回款；（2）说明预付款项余额的具体构成，包括向主要预付款项对象采购的具体内容、采购金额、预付比例、期后结转情况，是否存在长期未结转、与合同约定不符的情形，是否存在预付后合同取消、款项退回情形，主要预付款资金的最终流向是否存在异常；（3）其他应付款中服务费和应付工程及设备款的具体支付对象及形成原因，是否与公司存在关联关系。

问题回复：

一、说明其他应收款季末余额较年末余额变动较大的原因，本年末因收回理赔款导致其他应收款同比减少的具体情况，并说明其他应收款前五名对象以及和控股子公司非经营性往来的具体情况，包括关联关系、形成原因、逾期情况及期后回款。

1. 其他应收款季末余额较年末余额变动较大的原因，本年末因收回理赔款导致其他应收款同比减少的具体情况

(1)2025 年年末其他应收款余额 6,274.10 万元，较三季度末余额 1.69 亿元减少 1.06 亿，主要是：

1) 本集团全资美国子公司 Segway Inc. 于 2025 年度因办公地址搬迁，向第三方公司处置自有房产，相关处置对价 573.00 万美元（折合人民币约 4,100.00 万元），该笔处置款已于 2025 年第四季度收回；

2) 2025 年第三季度末已到期未收回的应收利息 4,582.55 万元，2025 年第四季度，公司为进一步提高资金使用效率，提高资金的收益回报率，将对应本金继续以 7 天通知存款形式进行管理。截至 2025 年末，公司仍持有该类未到期的 7 天通知存款，相关未到期应收利息按照企业会计准则规定，在年度财务报表中列示于货币资金—未到期应收利息项目。

(2)应收理赔款主要系公司与小米通讯技术有限公司在合作期间，针对小米品牌及公司自有品牌定制产品相关业务形成的未结算订单所产生的补偿款项。针对该部分订单，公司已发生原材料采购或产成品生产投入，双方就此于 2024 年 12 月 2 日签署正式协议并达成一致确认，相关款项已于 2025 年度完成实际结算。

2. 其他应收款前五名对象以及和控股子公司非经营性往来的具体情况，包括关联关系、形成原因、逾期情况及期后回款

(1)其他应收款前五名具体情况如下:

序号	单位全称	关联关系	期末余额 (元)	形成原因	账龄	逾期情况及期后回款
1	U. S. Customs and Border Protection (即“美国海关与边境保护局”)	非关联方	14,913,731.88	该笔款项为公司向美国海关与边境保护局缴纳的进口清关保证金。鉴于美国子公司持续开展自境内采购及进口业务,相关保证金需持续用于海关履约担保,暂未办理退还,因此形成较长账龄。该情形符合跨境进口业务行业惯例,具备合理性	1年以内至3年以内	属于押金未逾期,截至2026年一季度余额无变动。
2	北京东升博展科技发展有限公司	非关联方	10,480,064.19	该款项系公司为租赁办公及经营场所,根据租赁合同约定向出租方支付的履约保证金。因公司自2013年起持续承租该物业,保证金长期存续,因此账龄较长,具有合理性	1年以内及3年以上	属于押金未逾期,截至2026年一季度增加押金约340万元人民币。
3	Amazon	非关联方	6,949,152.80	该款项为在亚马逊入驻、销售的押金及保证金。亚马逊是全球知名的跨境电商平台,公司从事出海销售,与如亚马逊等知名电商合作,具有合理性	1年以内	属于押金未逾期,截至2026年一季度余额无变动。
4	Globalization Partners PTE. LTD.	非关联方	4,540,339.66	该款项为本公司境外子公司为雇佣外国专业人士,支付的雇佣保证金。本集团近年不断拓宽产品矩阵,并积极打开境外销售渠道,增设了若干海外子公司并在当地聘用员工。Globalization Partners是知名的全球化服务企业,通过其在海外招聘可以降低本集团海外的经营风险,具有合理性	1年以内	属于押金未逾期,截至2026年一季度余额无变动。
5	寰裕置业(深圳)有限公司	非关联方	2,955,963.67	该款项系公司为深圳租赁办公及经营场所,根据租赁合同约定向出租方支付的履约保证金,具有合理性	1年以内	属于押金未逾期,截至2026年一季度余额无变动。
合计		/	39,839,252.20	/	/	/

(2) 和控股子公司非经营性往来的具体情况

2025 年度，公司与控股子公司的非经营性往来变动详见下表（单位：万元）：

控股子公司	往来科目	年初余额	年内偿还金额	外币折算影响	年末余额
NineRobot Limited	其他应收款	101,280.22	-96.62	-2,247.78	98,935.82
NINEROBOT (SINGAPORE) PTE. LTD.	其他应收款	728.69	-	-16.18	712.51
Ninebot Acquisition Corporation	其他应收款	431.30	-	-9.57	421.73
Segway Inc.	其他应收款	1,865.32	-	-41.41	1,823.91
总计	其他应收款	104,305.53	-96.62	-2,314.94	101,893.97

如上表所示，公司发生非经营性往来的子公司，均为上市公司合并报表范围内的全资子公司或孙公司，上述控股子公司或孙公司不存在其他小股东，相关往来款项均已在合并报表中予以抵消。因此，上述公司与全资控股子公司发生的非经营性资金往来不属于《上海证券交易所科创板上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》有关提供财务资助的相关要求，属于公司内部资金往来范畴，无需履行董事会审议程序。

公司对 NineRobot Limited 的其他应收款：款项实质为经营资金拆借，属于母公司向子公司补充经营投入，借款合同未约定还本期限、无明确资金收回计划，根据《企业会计准则第 2 号——长期股权投资》相关规定，将其认定为实质上构成对子公司净投资的长期债权，不在经营性往来核算范畴；资金投放按照公司《资金管理制度》《关联交易管理制度》履行审批流程，内控审批资料完整留存。

公司对 NINEROBOT (SINGAPORE) PTE. LTD.、Ninebot Acquisition Corporation 和 Segway Inc. 的其他应收款：全部为日常经营代垫运营成本形成，业务背景真实，款项支付均履行公司内控审批程序，债权原始支撑资料完整。其中对 Segway Inc. 代垫款项已于 2026 年 4 月完成结算，往来款项结清；结合经营及资金安排，公司对 NINEROBOT (SINGAPORE) PTE. LTD. 和 Ninebot Acquisition Corporation 的代垫往来计划于本年度内清算收回。

综上，以上其他应收款为公司与合并范围内控股子公司在日常资金统筹管理过程中形成的资金往来、代垫款项等款项。相关款项属于集团内部正常资金调配与业务往来，将根据内部资金安排及业务进度及时结清。

二、说明预付款项余额的具体构成，包括向主要预付款项对象采购的具体内容、采购金额、预付比例、期后结转情况，是否存在长期未结转、与合同约定不符的情形，是否存在预付后合同取消、款项退回情形，主要预付款资金的最终流向是否存在异常。

预付款项余额主要包含预付货款和预付服务费，2025年期末，主要预付款项对象具体情况如下：

序号	单位全称	主要业务内容	期末余额（元）	采购金额（元）	预付比例	期后结转情况	形成原因	账龄	合作年限
1	供应商 6	采购锂电池业务	33,044,297.56	67,500,000.00	50.00%	截至 2026 年 5 月 31 日，已结转约 1,423.93 万元	锁定采购量及供货周期，确保原材料稳定供应	1 年以内	2020 年至今
2	福建云众动力科技有限公司（“云众动力”）	采购锂离子电池业务	21,172,313.53	300,000,000.00	8.33%	截至 2026 年 5 月 31 日，未能正常结转	锁定货源及采购单价，保障成本可控	2 至 3 年	2018 年至 2023 年
3	广东博力威科技股份有限公司	采购锂离子电池业务	19,017,615.00	63,355,500.00	30.00%	截至 2026 年 5 月 31 日，已结转约 620.46 万元	锁定采购量及供货周期，确保原材料稳定供应	1 年以内	2022 年至今
4	阿里集团	宣传推广服务、品牌合约业务	11,601,913.37	框架协议	100.00%	截至 2026 年 5 月 31 日，已结转约 934.66 万元	为开展品牌推广、渠道建设及市场活动，根据合作进度预付相关服务费用	1 年以内	2017 年至今
5	供应商 7	采购 CVT 发动机业务	6,120,670.87	框架协议、按需下订单	100.00%	截至 2026 年 5 月 31 日，已全部结转	预付保障排产与专用产能	1 年以内	2020 年至今
	合计	/	90,956,810.33	/	/	/	/	/	/

与2024年末相比，公司2025年末预付账款前五大供应商中新增了供应商6、广东博力威科技股份有限公司及阿里集团，相关预付金额已包含在2025年末预付账款余额明细表中。具体情况及原因如下：

1、针对供应商6及广东博力威科技股份有限公司的预付款项。

主要系基于2025年度锂电行业原材料价格波动的实际状况，为最大程度拉通上下游配套、实现产业链协同降本，以应对日益严峻的市场竞争，公司通过预付方式锁定采购量及供货周期，从而保障原材料的稳定供应。

2、针对阿里集团的预付款项

主要系公司为加大促销力度、提升品牌宣传推广效果，与阿里集团开展合作购买其关键词推广、场景推广、内容推广等数字化营销服务所产生。公司与阿里集团是长期合作伙伴，2024年针对阿里集团的预付款项余额为446.75万元。

3、2024年末预付供应商未进入2025年末前五大的详细说明。

2024年末存在预付账款的供应商8、供应商9及供应商10，其预付款性质分别为预付货款、预付货款及预付租赁款。2025年度，公司与供应商8、供应商9的合作有序进行，交易规模正常。对这两家公司在2025年度的预付款余额分别为165.55万元、0.00万元，主要是由于在2025年12月31日的时点，对两家公司的预付订单较少或没有，而年中所下的预付订单已提货完成，因此导致预付款余额较小。2025年度，公司与供应商10的租赁合同到期，不再续约，因此合作结束，在2025年度的预付款余额为零。综上，上述三家公司的预付款余额较小或为零，故未列入2025年末主要预付款对象。

4、云众动力成立于2018年，是一家新能源电池综合解决方案服务商。2022年及以前，本公司基于正常市场交易条件和相关协议向云众动力采购锂电池，交易定价公允，遵循公平、公开、公正的市场原则，符合商业惯例。

导致该预付款项长期挂账且无法结转的直接原因是双方合作纠纷。2022年，云众动力供应的电池因质量问题（具体表现为工艺灌胶问题导致热失控）未能达到公司要求，并造成公司损失。经多次沟通，确认云众动力无法满足公司质量要求，且其拒绝按公司的质量要求继续供货，致使该笔预付款项长期滞留。

鉴于双方存在履约纠纷，相关商品未完成交付，且云众动力近年涉及多起诉讼及执行案件，其财务状况与合规风险较高，持续经营能力及还款能力存在重大不确定性，本公司基于谨慎性原则，已于2023年对该笔预付款项全额计提

资产减值损失。为维护公司权益，本公司于2024年就上述买卖合同纠纷向常州市武进区人民法院提起诉讼，主张云众动力支付欠付货款及违约金等。云众动力虽提起反诉，但法院经审理后驳回其全部反诉请求，并判令其向本公司履行付款义务。判决生效后，因云众动力未按期履行，本公司于2025年8月向法院申请强制执行。截至目前，尽管公司已胜诉并申请强制执行，云众动力仍未能返还该笔款项。公司对该笔预付账款已全额计提减值损失，相关会计处理谨慎、合理。

上述预付对象均为公司正常生产经营合作供应商，款项均基于真实业务背景形成，定价公允，除预付云众动力的锂电池业务采购款账龄为2-3年外，其他预付款项账龄均为1年以内且正常结转，不存在与合同约定不符的情形，亦不存在预付后合同取消、款项退回的情形。公司未发现主要预付款资金的最终流向存在异常。

三、其他应付款中服务费和应付工程及设备款的具体支付对象及形成原因，是否与公司存在关联关系。

1. 其他应付款中服务费的具体支付对象及形成原因，是否与公司存在关联关系

公司其他应付款中的服务费，主要核算应付外部服务商的广告宣传费、咨询顾问费、技术支持费、日常运营费及商务代理费等。随着公司整体业务规模持续扩大，服务采购频次与金额上升，同时受费用确认与结算周期存在时间性差异（部分已发生但未达合同付款节点的服务费依据权责发生制暂挂账于本科目）的影响，期末余额呈现增长态势，该趋势与公司业务扩张节奏保持一致。具体而言：

为配合业务拓展及品牌建设，公司加大了线上线下渠道的广告投放力度，包括搜索引擎营销、社交媒体推广、行业展会及精准营销活动等，同时增加了与专业营销服务商的合作频次及投放预算，导致应付广告宣传费相应增加；公司在战略规划、财务税务、法律合规等方面引入了外部专业咨询服务，故应付咨询顾问费有所上升；公司近年来持续拓展智能服务范围，业务系统对数据处理、稳定性及安全性的要求不断提高。为此，公司积极寻求各类技术服务合作方，采购一系列技术服务。其中，云服务采购规模增长较快，以支撑智能客服、

数据分析、业务中台等核心模块的日常运行。上述技术服务费的增加，直接导致应付技术支持费相应增长。

综上，公司其他应付款中服务费的增长与业务规模扩张、智能化服务深化及市场推广力度加大相匹配，具有合理的商业背景。

公司产品品类布局丰富、业务线覆盖面较广，内部组织架构按业务条线划分，职能部门设置多元。伴随多品类产品研发、生产及市场化运营需求，公司配套外包服务场景繁杂，对应服务类供应商数量较多、地域布局分散，供应商整体集中度偏低。

2025 年度主要其他应付服务费的对象见如下列示表格（单位：万元）：

序号	供应商名称	供应商基本情况	应付金额
1	MeetSocial (HongKong) Digital Marketing Co., Limited (飞书)	飞书深诺集团香港子公司，为中国品牌在海外社交媒体提供广告投放与跨境数字化营销服务。	1,068.70
2	乐晨光海（北京）文化传媒有限公司	从事广告设计制作发布、文化交流策划、市场调研、文艺创作及会议展览服务等综合文化传媒业务。	782.44
3	上海观池文化传播有限公司	专注高品质影视制作、数字人直播、LED 虚拟制片及 MR/AR 互动技术开发的创意内容运营平台。	566.04
4	硕软（上海）软件贸易有限公司	硕软集团上海地区总部，提供软件许可采购、云迁移及数字化转型服务。	557.05
5	乐推（上海）文化传播有限公司	整合传统互联网和移动互联网资源的综合型广告公司，提供广告设计制作代理及文化活动策划等业务。	550.00
6	上海唐神广告传播有限公司	集数字整合营销、社交传播、影视制作为一体的全域整合营销公司，中国一级广告企业。	504.00
7	毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）	主要提供审计、税务和咨询等专业服务。	424.53
8	北京赞意互动广告传媒有限公司	专注品牌年轻化、娱乐营销、跨界营销的整合营销公司。	416.05
9	四川蓉城蕾茗科技有限公司	综合性服务提供商，业务涵盖软件开发、技术服务及增值电信业务，提供客服外包与技术支持。	407.38
10	供应商 3	以大视频为核心的整合营销公司，提供品牌广告、效果广告及直播电商等全链路营销服务。	301.30
11	广西京东晴川电子商务有限公司	京东旗下电商服务企业，主营广告发布代理、技术开发服务，负责京东平台广告内容合规审查。	287.11
12	深圳市青年力量传播有限公司	新生代抖音 MCN 公司，专注短视频达人营销、直播电商及本地生活服务。	283.02

13	广东省广告集团股份有限公司	中国最早的广告公司之一，提供品牌管理、媒介代理、数字营销等一站式全营销解决方案。	282.00
14	上海葵友文化传播有限公司	影视创意集团，主要提供广告策划与制作服务。	280.38
15	引力传媒股份有限公司	以 AI 为底座推动营销创新，主营品牌营销、社交营销、电商运营，布局 AIGC 与全球化业务。	276.42
16	成都星泽佑网络科技有限公司	成都本土电竞企业，旗下拥有 AG 电竞俱乐部，围绕“电竞+”向体育、娱乐、音乐等领域拓展。	236.61
17	上海博观瑞思传媒科技有限公司	专注于抖音生态的品牌全域经营服务商，为服饰、美妆等 300+ 品牌提供品效销整合经营服务。	234.74
18	Soya Expo Group Ltd.	主营展会策划、活动组织与推广，提供一站式展览解决方案。	208.17
19	北京众行互动数字文化传媒有限公司	专注数字及社会化整合营销的传播公司。	207.55
20	华为云计算技术有限公司	主要提供云计算服务。	188.68
合计			8,062.17

前述款项支付对象均为无关联第三方，与公司、控股股东、实际控制人及董高及其关联主体不存在关联关系。相关费用均依托真实经营业务产生，交易定价参照市场行情公允确定，结算依据完整充分，不存在关联方非经营性资金往来、利益输送及其他异常交易情形。公司由于有多个事业部和业务单元，因此相应的服务费的供应商相对分散，无针对同一供应商的大额应付服务费。

2、其他应付款中应付工程及设备款的具体支付对象及形成原因，是否与公司存在关联关系。

2025 年期末，其他应付款中的应付工程及设备款具体情况如下：

序号	单位全称	期末余额（元）	占期末应付工程及设备款余额合计数的比例（%）	形成原因	是否存在关联关系
1	中国建筑第七工程局有限公司	99,229,509.68	26.51	九号科技智能电动车 C2 地块项目工程	否
2	浙江大东吴集团建设有限公司	98,942,441.99	26.43	九号科技智能电动车 C1 地块项目工程	否
3	江苏双楼建设集团有限公司	17,442,744.36	4.66	纳恩博（常州）科技有限公司新基地在建工程	否
4	广州瑞松智能科技股份有限公司	12,970,530.97	3.47	九号科技电摩流水线工程	否
5	浙江世贸装饰股份有限公司	11,300,351.31	3.02	九号科技智能电动车 C2 地块项目装修工程	否
合计		239,885,578.31	64.09	/	/

针对 2025 年末其他应付款——应付工程及设备款余额较 2024 年末变动较大的供应商，说明如下：

中国建筑第七工程局有限公司、浙江大东吴集团建设有限公司、浙江世贸装饰股份有限公司为公司下属子公司九号科技 C 地块建设工程及装修工程的服务方。2024 年度，公司该等承包商根据工程进度向公司开具了发票，公司随即进行了付款，因此 2024 年年末未形成应付余额。截至 2025 年 12 月 31 日，上述工程已达到预定可使用状态，公司已经将上述在建工程转固，并进行了相应的暂估入账，但由于该等供应商未与公司及时进行开票结算，因此形成较大其他应付余额。

广州瑞松智能科技股份有限公司：该公司为 2025 年度新增供应商。因九号科技新建电摩流水线工程需向其采购焊接线等设备，相关交易于 2025 年度发生，导致年末形成较大余额。

此外，2024 年末存在其他应付款——应付工程及设备款的宿州市共盛装饰工程有限公司、南昌当先装饰工程有限公司、江苏互邦通建设工程有限公司及江苏中鑫车业有限公司，2025 年度公司与上述四家企业的业务合作有序进行，交易规模正常。截至 2025 年末，公司对上述四家公司的其他应付款余额分别为 305.49 万元、279.45 万元、645.18 万元及 83.40 万元。鉴于上述余额相对较小，故未将其列入 2025 年末主要其他应付款对象。

年审会计师回复：

针对预付款项、其他应收款及其他应付款，我们执行的主要审计程序包括：

1. 了解和评价公司与采购与付款流程、长期资产管理流程及费用确认和计量流程相关的关键财务报告内部控制的设计和运行有效性；

2. 获取年末预付款项及其他应收款的账龄明细表，关注是否存在长期挂账的情形并询问原因及合理性，检查坏账准备计提是否符合企业会计政策；

3. 对于重大的其他应收款及其他应付款，了解款项的具体内容，检查合同、银行收付款单据等支持性文件，并在抽样的基础上执行函证程序；

4. 获取固定资产及在建工程变动明细表，选取新增的固定资产及在建工程记录，核对至采购相关支持性文件；

5. 在抽样的基础上，将年末预付款项余额核对至合同、银行付款单据等支持性文件；

6. 选取接近资产负债表日前后发生的费用，检查会计凭证和相关原始单据，以评价各项费用是否记录在恰当的会计期间。

基于上述工作，我们认为，公司上述有关其他应收款的具体情况、季末余额较年末余额变动较大的原因、预付款项余额的具体情况、其他应付款中服务费和应付工程及设备款的具体支付对象及形成原因的说明，在所有重大方面与我们在执行审计工作中获取的资料以及了解的信息一致。

问题6：关于存货

年报显示，截至报告期末，公司存货账面余额为 33.18 亿元，较上年年末增加 64.68%，存货跌价准备期初余额 1.76 亿元，本年度计提存货跌价准备 2,466.24 万元，转回或转销存货跌价准备 4,150.81 万元，存货跌价准备期末余额为 1.52 亿元。2025 年，公司毛利率为 29.63%，较上年同期增长了 1.39 个百分点。

请公司：（1）结合订单支持率，说明销售毛利率上升，存货周转率下降，存货同比上升且变动较大的原因及合理性，与同行业可比公司是否存在显著差异；（2）结合期末存货可变现净值的确认依据及测算过程，重要假设及关键参数的选取标准及依据，存货跌价准备新增计提、转回或转销的具体情况，说明存货跌价准备计提是否充分、合理；（3）区分销售模式说明存货存放地点、盘点程序及盘点结果。请年审会计师说明存货的监盘程序、监盘比例及监盘结果，说明获取审计证据的充分性和有效性。

问题回复：

一、结合订单支持率，说明销售毛利率上升，存货周转率下降，存货同比上升且变动较大的原因及合理性，与同行业可比公司是否存在显著差异。

报告期内，公司销售毛利率有所上升，同时存货余额同比增幅较大、存货周转率有所下降，上述变动主要受产品结构优化及降本增效推动、备货策略调整及销售节奏影响，具体原因及合理性分析如下：

1. 毛利率上升主要系产品结构优化及降本增效共同推动。

一方面，公司持续优化产品结构，高毛利率车型销售占比提升，如服务机

器人产品毛利率 52.35%，销售额从 2024 年 9.80 亿元提升至 20.02 亿元，收入占比提升 2.50 个百分点；

另一方面，受益于电动两轮车产品销量增长，公司通过规模化集中采购、生产工艺持续优化、产能利用率提升及供应链运营效率改善等措施有效降低单位成本，同时结合合理的产品定价策略，共同推动电动两轮车整车产品销售毛利率较上年同期提升 2.65 个百分点。

2. 存货大幅增加系跨境生产与销售模式及为匹配渠道扩张与旺季需求提前备货。

公司近三年业务规模持续扩张，产品矩阵不断丰富，销售渠道稳步拓宽，带动营业收入实现显著增长。公司业务呈现一定季节性特征，基于对未来市场销售的合理预期，同时为保障境内外订单及时交付，公司对各类产品进行了提前备货。

电动车产品：受电动自行车行业新版国家标准（GB17761-2024《电动自行车安全技术规范》）实施影响，公司结合战略布局、研究开发和生产节奏安排，于 2025 年 12 月 22 日正式向市场推出符合新规的全新车型，并为保障上市供应及市场交付开展提前备货，致使 2025 年末电动车存货账面余额增加至 12.18 亿元，阶段性提升了 2025 年存货周转天数，详见下表（单位：万元）。于 2025 年末，期末带订单支撑的库存商品占比超 100%。

电动车产品	2024 年 12 月 31 日	2025 年 12 月 31 日	2026 年 3 月 31 日
产成品	51,810.08	105,296.65	41,352.61
自制半成品	9,848.72	3,419.83	4,253.74
原材料及其他	4,366.53	13,035.89	15,725.31
合计	66,025.33	121,752.37	61,331.66
主营业务成本	612,900.55	920,049.30	281,845.02
存货周转天数	22.70	37.25	28.91

服务机器人和电动滑板车及平衡车产品：公司产品生产基地位于国内，而服务机器人、电动滑板车及平衡车等产品主要面向海外市场销售。为保障海外市场及时交付、降低跨境物流时效风险，应对海外市场波动及潜在国际税收相关风险，公司在国内完成生产后，提前将产成品备货至海外子公司及海外仓库，构建本地化库存体系。

为匹配海外销售旺季及经销商补货需求，公司相应提高了海外仓的备货储备量。该部分库存虽已发运海外，但在期末资产负债表日尚未对外出售的部分

仍体现于公司合并报表存货中，从而推高了期末存货余额。

2025 年末服务机器人、电动滑板车及平衡车存货余额均有所增加。服务机器人产品 2025 年末存货金额为 7.19 亿元，有订单支持的库存商品比分别为 32.94%，2026 年一季度存货周转天数相应提升至 187.88 天，详见下表（单位：万元）。

服务机器人产品	2024 年 12 月 31 日	2025 年 12 月 31 日	2026 年 3 月 31 日
产成品	10,377.24	59,768.11	97,960.79
自制半成品	4,036.23	2,252.33	4,830.55
原材料及其他	1,789.50	9,863.37	8,155.17
合计	16,202.97	71,883.81	110,946.51
主营业务成本	43,476.99	90,686.17	43,303.19
存货周转天数	143.94	177.27	187.88

受以上因素影响，电动滑板车及平衡车产品 2025 年末存货金额增加至 11.06 亿元，有订单支持的库存商品比分别为 37.23%，2026 年一季度存货周转天数相应抬升至 144.45 天，详见下表（单位：万元）。

电动滑板车及平衡车产品	2024 年 12 月 31 日	2025 年 12 月 31 日	2026 年 3 月 31 日
产成品	62,612.74	102,076.28	107,068.22
自制半成品	8,411.99	6,836.77	2,749.60
原材料及其他	3,729.54	1,726.11	5,055.05
合计	74,754.27	110,639.16	114,872.87
主营业务成本	243,278.81	313,680.70	69,471.86
存货周转天数	116.34	107.86	144.45

3. 周转率下降系备货规模扩大所致，无滞销风险。

存货周转率下降主要系期末备货增加所致，并非产品滞销或周转效率恶化。本期存货以适销车型及核心零部件为主，库龄结构良好，不存在大额积压、滞销及减值风险。

与同行业公司存货周转率对比如下表：

公司	存货周转率（次）
九号公司(689009.SH)	5.98
雅迪控股(01585.HK)	22.12
爱玛科技(603529.SH)	24.34
春风动力(603129.SH)	5.34
科沃斯(603486.SH)	3.47
涛涛车业(301345.SZ)	1.58

公司 2025 年存货周转率为 5.98 次，在可比公司中处于居中水平。与上述可比公司相比，本公司产品结构更为多元，覆盖电动平衡车、电动滑板车、智能电动两轮车、服务机器人、全地形车及配件等多个品类，各产品线在采购、

生产、销售等环节的存货周转节奏存在差异，因此导致整体存货周转率因业务结构的不同产生差异。具体而言，雅迪控股(01585.HK)及爱玛科技(603529.SH)存货周转率高于公司，主要系其产品聚焦于电动两轮车赛道，品类相对集中，该类产品的存货周转速度快、流转效率较高；春风动力(603129.SH)存货周转率与公司水平较为接近；科沃斯(603486.SH)、涛涛车业(301345.SZ)存货周转率低于公司水平。综上，公司存货周转率处于行业合理区间，与公司多元化的产品矩阵相匹配。

综上，本期毛利率上升系产品结构优化与降本增效的综合体现，存货增长及周转率下降系公司为匹配渠道扩张、保障市场供应进行的合理备货，相关变动符合经营实际，具备合理性。

二、结合期末存货可变现净值的确认依据及测算过程，重要假设及关键参数的选取标准及依据，存货跌价准备新增计提、转回或转销的具体情况，说明存货跌价准备计提是否充分、合理。

公司按照《企业会计准则第1号——存货》规定，于资产负债表日对存货按照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。按类别划分的存货跌价准备可变现净值的确认依据、具体方法如下：

项目	确定可变现净值的具体依据
原材料	公司根据原材料备货政策、周期以及过往生产销售经验判断按库龄组合计算可变现净值，并根据可变现净值计提原材料跌价准备。
自制半成品	相关产成品估计售价减去至完工估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额确定可变现净值。
产成品	产成品预计售价减去估计的销售费用以及相关税费后的金额确定可变现净值。

关键性参数	确定依据
估计售价	为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算。当持有存货的数量多于相关合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。
预计销售费用	估计不含税售价乘以当年度销售费用率。
预计税费	估计不含税售价乘以增值税税率。

2025年度，本公司因少部分产品市场售价下行、长库龄及技术迭代等因素导致存货可变现净值下降，计提存货跌价准备人民币2,466.24万元；因前期减值因素消除、售价回升，及因部分跌价存货实现对外销售、报废等原因转出合计人民币4,150.81万元。报告期内，公司计算各类型存货可变现净值所采用的

关键假设确认依据与以往年度保持一致，前述关键假设均系公司结合 2025 年度实际经营数据及合同约定确定，确定依据充分、测算方法清晰。于 2025 年 12 月 31 日，本集团存货跌价准备占存货原值比例为 4.58%。根据公开信息披露，公司与同行业可比公司存货跌价准备占存货原值比例对比如下：

公司名称	存货跌价准备占存货原值比例
爱玛科技(603529.SH)	0.29%
涛涛车业(301345.SZ)	0.83%
新日股份(603787.SH)	2.10%
春风动力(603129.SH)	3.42%
九号公司(689009.SH)	4.58%
石头科技(688169.SH)	7.46%
科沃斯(603486.SH)	9.19%

由上表可见，本公司存货跌价准备计提比例处于同行业合理区间，与公司产品矩阵丰富、迭代速度快、海外销售占比较高的业务特征相匹配，与同行业可比公司不存在重大不合理差异。

公司严格按照企业会计准则要求，对存货按成本与可变现净值孰低计量，相关可变现净值的确认依据充分，测算方法及重要假设合理，关键参数选取合理且符合公司实际经营情况。公司对长库龄、滞销、技术迭代、海外周转较慢等高风险存货已全面识别并足额计提跌价准备。存货跌价准备计提、转回、转销依据充分，会计处理恰当。结合期后销售实现情况、存货库龄结构及同行业对比情况，公司 2025 年末存货跌价准备计提充分、合理，符合现行企业会计准则。

三、区分销售模式说明存货存放地点、盘点程序及盘点结果。

1. 报告期末，公司在产品、库存商品、原材料等存货存放的主要地点包括自有或租赁仓库、第三方代管仓库、委外供应商仓库等，具体如下（单位：万元）：

地点/情况类型	2025 年 12 月 31 日	
	存货余额	占比
自有/租赁仓库	270,632.61	81.56%
第三方代管仓库	25,500.29	7.69%
委外供应商	14,298.52	4.31%
发出商品	21,361.24	6.44%
合计	331,792.66	100.00%

2. 盘点程序：

(1) 财务部制定 2025 年度存货盘点计划：1) 存货盘点范围：原材料、半成品、产成品、低值易耗品等，并确定各类存货的盘点地点；2) 盘点负责人：各公司仓库管理人员及财务人员；3) 准备存货盘点表等资料；4) 盘点时间：2026 年 1 月 15 日前。

(2) 执行盘点：盘点中核实存货编码、存货名称、识别号码、数量、存放地等信息是否一致；识别存货状态（良品、不良品）。对已盘点的存货需挂上有盘点人及监盘人签字确认的盘点标签或做出特殊记号，注意货物移动情况。针对存货的准确性（账→实物），根据账面清单查点实物；针对存货的完整性（实物→账），根据实物清点，确认是否存在账面未记录情况。实物盘点结束，盘点人员、监盘人员需在盘点表上签字确认并写明盘点日期。

(3) 盘点完毕后：各事业部汇总存货盘点结果，结合 2025 年 12 月财务报表存货数据，2026 年 1 月 15 日前完成存货盘点报告撰写；各法人公司核算负责人按法人公司拆分统计盘点差异，并进行会计处理。

3. 盘点结果：我们对自有/租赁仓库、第三方代管仓库、委外供应商存货进行了盘点，差异率低于 0.5%，对于盘盈或盘亏的存货，财务协同业务梳理原因，并将处理方案报内部批准后进行会计处理。

四、请年审会计师说明存货的监盘程序、监盘比例及监盘结果，说明获取审计证据的充分性和有效性。

年审会计师回复：

针对存货监盘，我们主要执行了以下审计程序：

1. 了解并评价公司与存货盘点相关的关键财务报告内部控制的设计和运行有效性；

2. 监盘前获取公司的盘点计划，评价盘点计划的合理性；

3. 监盘开始前观察盘点现场，包括关注存货是否已经适当整理，是否均纳入盘点范围；

4. 监盘过程中观察盘点程序的执行情况，盘点人员是否能够按照盘点计划完整并有效执行盘点程序，关注是否存在残次、陈旧及破损的存货；

5. 从存货盘点记录选取项目追查至存货实物，以测试存货记录的存在性；

从存货实物选取项目追查至存货盘点记录，以测试存货盘点的完整性；

6. 对于存放于第三方代管（包括委外供应商）的存货实施函证程序，确认其存在性及权属情况，对不能回函的第三方物流仓检查期后发出商品结转收入成本的情况。

我们对公司存货以现场监盘或者函证的方式进行核查，核查比例为 72.00%。

基于上述工作，我们认为，对公司存货监盘执行的审计程序及获取的审计证据充分、有效。

问题7：关于递延所得税资产

年报显示，公司递延所得税资产期末余额为 3.25 亿元，同比增长 203.31%，主要系内部交易未实现利润、预计负债、预提销售返利和可抵扣亏损计提的递延所得税资产增加所致。

请公司：（1）说明本期内部交易未实现损益大幅变动原因，内部存货、内部固定资产对应的未实现毛利金额及变动情况，与递延所得税资产增长幅度是否匹配，内部定价是否公允，后续销售节奏是否合理；（2）说明预提销售返利的计提依据，结合历史年度达标率、回款情况，说明估计的合理性，返利政策、返利比例是否发生变更，不同分销商的返利政策是否存在明显差异；（3）结合未来公司盈利预测，说明相关暂时性差异预计未来能否转回，确认递延所得税资产是否满足未来能够获得足额应纳税所得额抵扣的条件，会计估计是否谨慎。

问题回复：

一、说明本期内部交易未实现损益大幅变动原因，内部存货、内部固定资产对应的未实现毛利金额及变动情况，与递延所得税资产增长幅度是否匹配，内部定价是否公允，后续销售节奏是否合理。

1. 内部交易未实现损益及相应递延所得税资产如下：

项目（元）	2025年12月31日余额		2024年12月31日余额		递延所得税资产变动金额	变动（%）
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产		
未实现内部毛利-存货	487,537,295.80	113,345,003.63	8,041,922.08	2,074,815.90	111,270,187.73	5,362.89

未实现内部毛利-资产转让	51,150,333.35	8,755,866.79	53,642,568.85	8,718,555.14	37,311.64	0.43
合计	538,687,629.15	122,100,870.41	61,684,490.93	10,793,371.04	111,307,499.37	1.03 1.26

本期公司内部交易未实现损益较上年大幅增加，主要系存货类内部交易未实现毛利显著增长所致。具体而言，年末存货类内部交易未实现内部毛利余额为人民币 4.88 亿元，较上年末增加人民币 4.79 亿元，对应确认递延所得税资产增加人民币 1.11 亿元；资产转让类内部交易（含固定资产等）的年末未实现内部毛利余额为人民币 5,115.03 万元，较上年末减少人民币 249.22 万元，确认递延所得税资产增加人民币 3.73 万元。

2025 年末公司存货类内部交易未实现损益按产品类型列示如下：

产品类型	2025 年 12 月 31 日余额		2024 年 12 月 31 日余额		递延所得税资产变动金额	变动 (%)
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产		
服务机器人	344,516,654.93	77,510,197.95	-	-	77,510,197.95	/
电动平衡车和电动滑板车	109,979,458.56	27,574,510.09	8,041,922.08	2,074,815.90	25,499,694.19	1.22 9.01
电动两轮车	33,041,182.31	8,260,295.58	-	-	8,260,295.58	/
合计	487,537,295.80	113,345,003.62	8,041,922.08	2,074,815.90	111,270,187.72	5.36 2.89

同比大幅增加，主要基于以下经营背景及业务安排：

（1）境内外产销架构及备货策略

公司生产基地位于国内，智能服务机器人、电动滑板车、平衡车等产品的生产主要在境内完成，考虑到上述产品亦是公司海外市场销售的核心产品。为保障海外市场及时交付、降低跨境物流时效风险，并应对海外市场波动，公司在国内完成生产后，会将产成品提前备货至境外子公司及海外仓库，构建境外的本地化库存体系，并由当地销售子公司实现对外销售。

（2）境外收入增长及产品季节性特征

2025 年度公司实现境外收入 79.28 亿元，同比增长 37.35%。其中，智能割草机器人业务自 2021 年推出无边界产品后，市场渗透率快速提升，近三年复合增长率超 180%，该业务近年来蓬勃发展，2024 年曾因备货不足出现供不应求、无货可卖的情况。此外，该业务呈现一定的季节性特征，销售旺季集中于上半年，为满足旺季需求，公司期末相应增加了海外备货。

同时，欧洲市场政策变化亦带来智能短交通产品需求的集中释放。2025 年，

欧盟针对电动滑板车产品出台一系列合规要求，电动滑板车在欧洲逐步成为跟eBike并驾齐驱的新兴交通工具趋势日渐清晰。上述政策推动“低质无证产品”加速出清，2025年下半年起欧洲订单显著向龙头品牌集中。电动滑板车产品因其出行成本低、绿色环保契合碳中和理念、解决“最后一公里”出行需求等优势，广受当地消费者青睐。荷兰自2025年7月1日起正式开放合规电动滑板车合法上路，进一步带动市场需求爆发。综上，公司欧洲区域收入大幅上升，为匹配销售旺季及经销商补货需求，公司相应提高了海外仓备货储备量。

（3）国际贸易及税收政策不确定性下的前瞻性备货

2025年11月，欧盟对原产于中国的割草机器人启动反倾销调查。考虑到当前国际贸易局势复杂、国际税收政策不确定性较大，公司结合未来市场预期及政策解读，主动进行了提前备货安排。

截至2025年12月31日，上述发往境外子公司的备货仍处于仓储待售状态，尚未实现对第三方的最终销售，由此形成合并报表层面的内部交易未实现利润。上述存货类内部交易未实现毛利同比大幅增加，相应导致可抵扣暂时性差异扩大，进而使得递延所得税资产同比大幅增长，二者变动方向一致、变动幅度匹配。

针对内部交易未实现利润所形成的可抵扣暂时性差异，系由境内子公司向境外销售子公司销售商品而产生。根据《企业会计准则第18号——所得税》的规定，递延所得税资产应按暂时性差异预计转回期间适用税率计量。公司按照内部交易中买方（即持有存货的境外销售子公司）所在地的法定所得税税率确认递延所得税资产，并根据各子公司实际适用的税率分别计算确认。公司近三年整体营业收入持续攀升，公司海外销售的主要产品（如智能割草机器人、电动滑板车、平衡车等）毛利水平较高，海外销售业务的盈利空间充足。公司已制定并执行符合经济合作与发展组织（OECD）转让定价指引的定价政策。为保证转让定价合规，境外销售子公司通常需维持合理的利润水平，因此管理层预计买方子公司未来期间能够产生足够的应纳税所得额。上述会计处理符合《企业会计准则第18号——所得税》的相关规定。

2. 内部交易定价公允性

公司内部交易主要采用成本加成法或参照可比非受控价格作为定价基础，并结合转让定价同期资料进行合理性分析。报告期内，公司内部交易定价政策

保持一贯性，未发现因定价不公允导致利润转移或递延所得税资产异常的情形。

3. 后续销售节奏的合理性

公司根据历史销售规律、境外市场订单需求及政策利好因素进行的提前备货，具备明确的商业逻辑。截至本回复日，2025年末库存商品中涉及内部交易未实现利润的部分，期后出库及销售情况正常，预计能够在合理期间内实现对第三方的销售，从而转回相应的递延所得税资产。后续销售节奏与公司业务模式及市场预期保持一致，具有合理性。截至2025年12月31日集团内部交易尚未实现对外销售的整机产品中，于2026年1-4月实现对外销售比例超过90%。

二、说明预提销售返利的计提依据，结合历史年度达标率、回款情况，说明估计的合理性，返利政策、返利比例是否发生变更，不同分销商的返利政策是否存在明显差异。

本公司的销售返利类型主要包括发货返利、激活返利及促销返利，乃根据发货数量、激活数量或者促销力度确定返利金额。公司会根据产品类型、销售情况、产品市场竞争力等因素对返利政策进行动态调整，其中，电动两轮车对不同分销商的返利政策无明显差异，服务机器人产品线会根据不同区域的市场竞争情况针对不同经销商的返利政策进行差异化调整。具体如下：

产品类型	返利类型	主要返利政策	返利实现方式
电动两轮车	发货返利、激活返利	根据发货数量/激活数量*单台返利计算返利金额，单台返利金额根据经销商购买数量/终端客户激活数量确定，并根据完成任务量所处冲刺目标量、低于冲刺目标量、保底目标量区间而逐渐降低。	授予经销商奖励额度，经销商可使用该额度向公司免费兑换商品。
服务机器人	达量返利、促销返利、库存补贴	根据经销商提货数量/终端客户激活数量/经销商库存数量对应提货金额或者补贴价差金额，给予一定比例的返利或者补贴。	现金返利或直接抵减货款。

2025年度，电动两轮车返利金额占整机收入比例约11%，服务机器人返利金额占整机收入比例约3.85%。

针对电动两轮车业务，公司通过授予经销商奖励额度的方式实现发货返利及激活返利。经销商未来可使用该额度无偿向公司进行采购。公司在向经销商销售商品的同时授予其奖励额度。根据《企业会计准则第14号——收入》（2017年修订）第三十五条规定：“对于附有客户额外购买选择权的销售，企业应当评估该选择权是否向客户提供了一项重大权利。企业提供重大权利的，

应当作为单项履约义务，按照本准则第二十条至第二十四条规定将交易价格分摊至该履约义务，在客户未来行使购买选择权取得相关商品控制权时，或者该选择权失效时，确认相应的收入。客户额外购买选择权的单独售价无法直接观察的，企业应当综合考虑客户行使和不行使该选择权所能获得的折扣的差异、客户行使该选择权的可能性等全部相关信息后，予以合理估计。”公司授予经销商的奖励额度实质上向经销商提供了一项额外购买选择权，且构成重大权利，公司将其作为一项单独的履约义务。在此情况下，经销商购买公司产品所支付的价款实际取得了两项单独的商品：一是其原本购买的商品，二是奖励额度。公司按照单独售价的相对比例，将销售商品收取的价款分摊至该两项商品，分摊至奖励额度的部分先确认为负债，待经销商未来使用该奖励额度取得相关商品控制权或该奖励额度失效时确认收入。根据历史实际经验，经销商对授予额度的实际使用率接近 100.00%。截至 2026 年 4 月 30 日止期间，经销商对 2025 年 12 月 31 日已计提的返利已基本全部使用。

针对服务机器人业务，公司通过现金返利或抵减货款的方式实现达量返利、促销返利及库存补贴。根据《企业会计准则第 14 号——收入》（2017 年修订）第十六条规定：“合同中存在可变对价的，企业应当按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，应当不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。企业在评估累计已确认收入是否极可能不会发生重大转回时，应当同时考虑收入转回的可能性及其比重。”同时，根据《企业会计准则第 14 号——收入》应用指南（2018 年修订）的相关规定，企业与客户的合同中约定的对价金额可能因折扣、价格折让、返利、退款、奖励积分、激励措施、业绩奖金、索赔等因素而变化。公司在判断交易价格是否为可变对价时，会综合考虑已公开宣布的政策、特定声明、以往习惯做法、销售战略及客户所处环境等因素。公司向经销商销售货物时，已根据既定返利政策，结合经销商的过往销售情况、销售能力等，合理预估应计提的现金返利金额，并遵循可变对价估计限制的相关要求确认销售收入。

近两年上述返利的实际历史年度达标率近 100.00%，对于 2025 年 12 月 31 日计提的返利，经销商于截至 2026 年 4 月 30 日止期间已近 100.00%使用，公司针对返利的估计合理、审慎，会计处理符合企业会计准则的相关规定，不存在

通过变更返利政策、比例等方式调节利润的情况。

三、结合未来公司盈利预测，说明相关暂时性差异预计未来能否转回，确认递延所得税资产是否满足未来能够获得足额应纳税所得额抵扣的条件，会计估计是否谨慎。

1. 公司近年来的经营业绩如下（单位：万元）：

经营业绩情况	2025年	2024年	2023年	2022年	2021年
营业收入	2,127,787.67	1,419,580.86	1,022,208.34	1,012,431.80	914,605.36
归属于上市公司股东的净利润	175,817.15	108,412.69	59,799.48	45,055.31	41,059.88

近年来，公司营业收入及归属于上市公司股东的净利润持续保持上升态势，系公司持续深化智能短交通与服务机器人两大核心业务的战略布局。在产品端，持续加大研发投入，不断推动电动两轮车、电动滑板车、服务机器人及全地形车等核心产品的迭代升级，有效提升产品竞争力与用户满意度；在市场端，积极拓展销售渠道，强化渠道布局，显著提高市场占有率。上述举措共同推动公司销售规模的扩大与盈利能力的提升。

2. 行业发展趋势

智能短交通行业呈现出规范化、智能化与场景化并行的发展特征：（1）电动平衡车与电动滑板车行业正加速迈向合法交通工具化的发展新阶段。（2）共享微出行已成为行业发展的重要组成部分。根据 Cognitive Market Research 预测，预计 2025 至 2033 年将以 17% 的年复合增长率持续扩张。（3）电动两轮车行业正加速从“规模驱动”向“创新驱动”转型。行业竞争转向“合规底线、技术高线、服务防线”的价值竞争，公司具备“硬件+软件+服务”的能力，将会推动企业更具增长韧性。

服务机器人行业在技术迭代与出海浪潮中迎来爆发式增长，在技术迭代与中国企业出海的双轮驱动下，产业延续增长态势。中国品牌凭借研发创新与供应链优势，逐步提升在全球市场的份额，推动行业向智能化发展。当前，行业呈现技术驱动、场景拓展、生态协同、全球联动的显著特征。未来，随着人工智能、物联网、新能源等相关技术的持续突破，智能出行与服务机器人产业将进一步深度融合，推动智慧生活的普及。

3. 未来盈利预测

公司预计能够保持平稳发展，未来能够维持目前的盈利能力与经营业绩，同时结合制定合规合理的内部转移定价方案，预计可实现充足的应纳税所得额，足额运用可抵扣暂时性差异。

年审会计师回复：

针对递延所得税资产，我们执行的主要审计程序包括：

1. 了解并评价公司与递延所得税资产确认相关的关键财务报告内部控制的设计和运行有效性；
2. 检查递延所得税资产计算表，了解可抵扣暂时性差异项目性质及产生原因，并基于适用税率进行重新计算，与管理层计算结果进行核对；及
3. 获取管理层编制的未来期间应纳税所得额的预测，了解其关键假设的合理性，以评估已确认递延所得税资产的可回收性。

基于上述工作，我们认为，公司上述有关递延所得税资产情况的说明在所有重大方面与我们在执行审计工作中获取的资料以及了解的信息一致；2025 年公司对递延所得税资产确认相关的会计处理在所有重大方面符合企业会计准则的规定。

问题8：关于合同负债

年报显示，2025 年末公司合同负债余额 27.6 亿元，同比增长 107.6%，主要系报告期内预收的货款增加。根据公司披露的 2025 年三季度，三季度末合同负债余额为 14.68 亿元。

请公司说明预收合同款的主要交易对象、销售商品、付款节点与合同条款是否相符，付款周期、交付周期、毛利率与同类产品是否存在显著差异，期后结转以及是否出现退单等情况，并说明年末较三季度末合同负债大幅增长的原因及合理性。请年审会计师说明对四季度合同负债真实性、收入确认时点准确性的核查程序、核查范围及核查结论。

问题回复：

一、说明预收合同款的主要交易对象、销售商品、付款节点与合同条款是否相符，付款周期、交付周期、毛利率与同类产品是否存在显著差异，期后结转以及是否出现退单等情况，并说明年末较三季度末合同负债大幅增长的原因

及合理性。

1. 预收合同款的主要交易对象、销售商品、付款节点与合同条款是否相符，付款周期、交付周期、毛利率与同类产品是否存在显著差异，期后结转以及是否出现退单等情况

预收合同款的主要交易对象如下表（单位：万元人民币）：

交易对象	业务范围	销售商品	合同条款及与付款节点是否相符	预收合同款余额	结转情况	是否前十大分销商
分销商 18	信息技术服务与电动自行车、摩托车销售	电动两轮车	先款后货，相符	3,369.34	全额结转	否
分销商 19	北欧地区分销无人机、运动相机、机器人等	服务机器人	先款后货，相符	3,262.25	全额结转	否
分销商 20	销售新能源汽车、电动自行车、电动摩托车整车及配件	电动两轮车	先款后货，相符	2,494.00	全额结转	否
分销商 11	摩托车及电动两轮车及相关配件的销售	电动两轮车	先款后货，相符	2,461.66	全额结转	是
分销商 21	销售电动自行车、电动三轮车、自行车及零配件	电动两轮车	先款后货，相符	1,971.79	结转 1,910.83 万元,占比 96.91%	否
分销商 22	销售电动自行车、体育用品、服装鞋帽	电动两轮车	先款后货，相符	1,894.04	全额结转	否
分销商 23	销售摩托车、电动自行车、软件开发、技术服务等	电动两轮车	先款后货，相符	1,796.31	全额结转	否
分销商 14	电动两轮车及相关配件的销售	电动两轮车	先款后货，相符	1,758.62	全额结转	是
分销商 24	销售电动自行车、电动三轮车、自行车及零配件	电动两轮车	先款后货，相符	1,695.86	全额结转	否
分销商 10	自行车、摩托车及电动两轮车及相关配件的销售	电动两轮车	先款后货，相符	1,593.96	全额结转	是
合计	/	/	/	22,297.83	/	/

报告期内，公司合同负债主要系电动两轮车产品预收的分销商货款。公司分销商数量较多且分布较为分散，上述预收货款结算模式符合行业通行惯例，交易对手均为公司正常经营合作的第三方客户，不存在关联关系。其中，分销商 18、分销商 19、分销商 20、分销商 21、分销商 22、分销商 23、分销商 24

截至 2025 年底预收合同款余额较大但非本公司前十大分销商，主要系各客户在报告期内确认收入金额未超过前十大分销商。

结合 2025 年期末预收合同款与全年收入确认金额来看，部分客户期末收入占比全年收入确认金额较大主要系：（1）公司电动两轮车于 2026 年 1 月开展年度促销活动，分销商 18、分销商 20、分销商 21、分销商 23 等客户为在促销期间优先锁定货源、确保供货份额，于 2025 年 12 月底提前支付货款，以便在 2026 年 1 月促销启动后第一时间完成订单提报及货物交割。上述行为系客户基于自身商业利益作出的自主安排，符合行业惯例。因此，该部分预收货款实为促销活动前的集中备货性付款，后续已于 2026 年一季度促销执行期间逐步转化为实际销售收入。（2）分销商 19 在中国出口信用保险公司（“中信保”）获批的信用额度较低，公司基于风险管控原则，对该类客户采用“先款后货”的销售结算模式，即客户需先行支付全部或部分货款后，公司方安排发货。该部分客户于年末集中支付预付款，系其为保障来年一季度正常供货而主动履行的前置付款义务。上述结算安排系公司常规信用管理政策的正常执行，与行业风险控制实践一致。

相关合同条款主要约定经销授权内容、门店管理、政策价格体系、费用结算方式、交货方式、售后服务、质量标准及违约责任等内容，合同条款正常、公允，不存在异常特殊条款。合同中结算方式如下：“双方一致确认并同意以款到发货方式进行结算，由授权方为被授权方在其系统中或其他授权方指定方式提供单独账户用于产品下单与费用结算”。

截至 2026 年一季度末，相关预收合同款已按照合同约定履约进度陆续结转营业收入，期后结转情况正常。报告期内及期后未发生大额退单、合同取消、客户违约退款等情形，合同负债余额变动合理，不存在异常情况。

销售产品/服务	2025 年期末余额（元）	期后结转收入（元）	备注
电动两轮车	2,087,849,354.37	2,051,434,430.03	
APP 服务	89,280,964.21	39,102,605.64	APP 服务，属于在某一时段内履行的履约义务。根据收入准则规定，相关收入在服务提供的期间内，按照履约进度（直线法）分期确认。
其他产品	384,203,295.21	306,378,555.31	
合计	2,561,333,613.79	2,396,915,590.98	

2. 年末较三季度末合同负债大幅增长的原因及合理性

2025 年末，公司合同负债余额为 27.60 亿元，较 2025 年三季度末增加 12.92 亿元，环比增幅显著，主要系电动两轮车业务预收合同货款大幅增加，同时客户实际行使额外购买选择权导致部分合同负债被核销，综合影响所致。分结构来看，2025 年第四季度，电动两轮车业务新增预收合同款 16.09 亿元，客户实际行使额外购买选择权导致合同负债余额较三季度末减少 3.86 亿元，二者共同推动期末合同负债规模环比上行。

2025 年 9 月 1 日，新版《电动自行车安全技术规范》（GB17761-2024）正式落地实施，行业技术标准、合规要求全面升级。为适配新国标政策要求，公司于四季度集中开展全系电动两轮车新品研发定型、产线设备技术改造、供应链体系适配优化及产品 CCC 认证更新等系列合规升级工作，行业整体进入政策过渡期与产品迭代期，公司新国标合规车型同步处于产能爬坡阶段，阶段性导致新品订单生产及交付周期有所延长。

为抢抓新国标政策红利、提前锁定旺季市场份额，公司于 2025 年 12 月召开新品发布会，集中推出多款符合新国标的全新迭代车型。根据公司与经销商长期合作的先款后货结算机制，下游经销商集中提前预付订货款项、锁定新品货源，使得四季度预收经销商货款规模大幅增长。同时，本期客户额外购买选择权使用核销导致合同负债金额有所回落，共同助推期末合同负债环比提升。

综上，公司年末合同负债环比大幅增长，系新国标政策迭代、公司新品集中发布、产能过渡期交付延迟及经销商提前锁货打款等多重正常经营因素叠加导致，属于行业政策更替阶段的阶段性、合理性变动，不存在异常预收、虚构负债、调节报表的情形。

二、请年审会计师说明对四季度合同负债真实性、收入确认时点准确性的核查程序、核查范围及核查结论。

年审会计师回复：

针对合同负债真实性及收入确认时点准确性，我们执行的主要审计程序包括：

1. 了解和评价与销售与收款流程相关的关键财务报告内部控制的设计和运行有效性；

2. 抽样选取公司与经销商签订的销售合同或订单，检查与商品控制权转移相关的条款和条件，评价收入确认的会计政策是否符合企业会计准则的要求；

3. 选取客户，对截至资产负债表日的合同负债余额及交易额执行函证程序；

4. 选取接近资产负债表日前后的销售交易，检查交货单、提单、报关单及销售发票等支持性文件，评价相关收入是否已记录于正确的期间；

5. 选取本年度新增主要客户，通过查询全国企业信用信息公示系统等方式，了解其注册资本、注册时间和经营范围等信息，关注相关交易是否存在异常情况；

6. 检查资产负债表日后实际发生的销售退回，抽样检查相关支持性文件，以评价收入是否已记录于恰当的会计期间；

7. 选取新增的线下经销门店，独立通过实地走访、电话调查及公开渠道查询等方式验证门店的真实性及存在性，关注相关交易是否存在异常情况。

基于上述工作，我们认为，2025 年公司对合同负债和收入确认相关的会计处理在所有重大方面符合企业会计准则的相关规定。

特此公告。

九号有限公司

董事会

2026 年 6 月 16 日