

中国国际金融股份有限公司
关于扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市的

上市保荐书

保荐人（主承销商）



（北京市朝阳区建国门外大街1号国贸大厦2座27层及28层）

二〇二六年四月

关于扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市的 上市保荐书

深圳证券交易所：

扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司（以下简称“扬腾创新”、“发行人”或“公司”）拟申请首次公开发行股票并在创业板上市（以下简称“本次证券发行”或“本次发行”），并已聘请中国国际金融股份有限公司（以下简称“中金公司”）作为首次公开发行股票并在创业板上市的保荐机构（以下简称“保荐机构”或“本机构”）。

根据《中华人民共和国公司法》（以下简称“《公司法》”）、《中华人民共和国证券法》（以下简称“《证券法》”）、《首次公开发行股票注册管理办法》（以下简称“《首发办法》”）、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》（以下简称“《上市规则》”）、《证券发行上市保荐业务管理办法》（以下简称“《保荐办法》”）和《保荐人尽职调查工作准则》等法律法规和中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）、深圳证券交易所（以下简称“深交所”）等有关规定，中金公司及其保荐代表人诚实守信，勤勉尽责，严格按照依法制订的业务规则和行业自律规范出具上市保荐书，并保证所出具文件真实性、准确性和完整性。

（本上市保荐书中如无特别说明，相关用语具有与《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》中相同的含义。）

目 录

目 录	2
一、发行人基本情况.....	3
二、发行人本次发行情况.....	10
三、本次证券发行上市的保荐代表人、协办人及项目组其他成员情况.....	11
四、保荐机构是否存在可能影响公正履行职责情形的说明.....	12
五、保荐机构承诺事项.....	13
六、发行人就本次证券发行上市履行的决策程序.....	14
七、保荐机构关于发行人符合创业板定位及国家产业政策的说明.....	15
八、保荐机构关于本次证券上市是否符合上市条件的说明.....	26
九、保荐机构对发行人持续督导工作的安排.....	27
十、保荐机构和相关保荐代表人的联系地址、电话和其他通讯方式.....	28
十一、保荐机构认为应当说明的其他事项.....	28
十二、保荐机构关于本次股票上市的推荐结论.....	28

一、发行人基本情况

（一）发行人概况

公司名称	扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司
英文名称	Yangteng Innovation (Fujian) Information Technology Co., Ltd.
注册资本	36,000 万元
法定代表人	谢洪兴
有限公司设立日期	2019 年 9 月 24 日
股份公司设立日期	2024 年 12 月 3 日
住所	福建省福州市闽侯县上街镇创业路 2 号 1#楼 15F-01 室
邮政编码	350100
联系电话	0591-38268889
传真	0591-38268889
电子信箱	yangtengIR@cht-group.net
信息披露和投资者关系部门	董事会办公室
信息披露和投资者关系负责部门负责人	龚翱
信息披露和投资者关系负责部门联系电话	0591-38268889

（二）发行人的主营业务

公司是一家专注于汽车后市场的创新型企业，致力于打造数智驱动的全球汽配品牌。公司以数智化为内核，构建了集新品开发、供应链精细化管理、多渠道运营及品牌建设等多个环节为一体的汽配数字化产业链路，并通过跨境电商平台、自营独立站等多种渠道直接、高效触达全球消费者，向其提供以自有品牌“A-Premium”为代表的丰富、优质的汽车配件产品。

公司的主要产品为汽车配件产品，主要用于汽车后市场的汽车维修、养护，具体可分为四大类，包括底盘零部件、发动机零部件、车身及附件零部件及电子电气零部件。截至报告期末，公司在售的自有品牌汽车配件产品 SPU 数量超过 500 个，SKU 数量已达约 17.21 万个，涵盖全球主流车型。报告期内，公司营业收入分别为 176,219.39 万元、327,129.36 万元和 443,971.89 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 13,064.98 万元、29,017.64 万元和 34,595.89 万元，营业收入与净利润规模呈增长趋势。

依托包括中国在内的成熟、完备的汽车整车和零部件制造产业链，公司自身不直接生产汽车配件，产品的生产和制造由外部汽车配件生产厂商完成，公司采购的产品主要为供应商生产的成品汽车配件。公司主要以线上销售的方式直接触达全球终端消费者，销售渠道包括亚马逊、eBay 等跨境电商平台以及自营独立站等，销售网络已覆盖美国、加拿大、德国、英国、澳大利亚等多个国家和地区。公司坚持品牌化战略，基于不同市场的需求特征以及差异化的产品定位，打造了线上汽配品牌 A-Premium、Frankberg 和 YHT AUTO。根据灼识咨询数据，以 2024 年营业收入口径统计，公司在以北美地区为主要销售区域的线上汽配卖家中市场份额位列第三，系其中排名最高的中国企业；近年来公司旗下品牌 A-Premium 店铺在亚马逊美国、加拿大市场全品类中长期排名前列，并稳居亚马逊汽车配件垂直品类第一。

截至 2026 年 3 月 31 日，公司已获授权发明专利共 23 项，软件著作权共 240 项；公司及子公司先后被认定为“福建省数字经济核心产业创新企业”“福建省技术先进型企业”“国家级高新技术企业”“福建省专精特新中小企业”“福建省创新型中小企业”等，并荣获“亚马逊 2023 年度数字化转型之星”“2024 年度福建跨境电商出海品牌引领奖”“2025 年亚马逊全球物流战略合作伙伴奖”等奖项，在业内具有较高品牌知名度和行业影响力。

（三）发行人在报告期内的主要经营和财务数据及财务指标

报告期内，公司主要经营和财务数据及财务指标如下：

项目	2025 年末/ 2025 年度	2024 年末/ 2024 年度	2023 年末/ 2023 年度
资产总额（万元）	332,134.87	258,991.67	144,256.83
归属于母公司股东权益（万元）	227,129.40	154,190.00	77,099.91
资产负债率（合并）	31.62%	40.47%	46.55%
资产负债率（母公司）	2.31%	2.81%	8.49%
营业收入（万元）	443,971.89	327,129.36	176,219.39
净利润（万元）	37,059.41	29,608.84	11,095.30
归属于母公司股东的净利润（万元）	37,059.41	29,608.84	11,095.30
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润（万元）	34,595.89	29,017.64	13,064.98
基本每股收益（元）	1.04	1.47	不适用
稀释每股收益（元）	1.04	1.47	不适用
加权平均净资产收益率	17.82%	26.55%	19.85%

项目	2025 年末/ 2025 年度	2024 年末/ 2024 年度	2023 年末/ 2023 年度
经营活动产生的现金流量净额（万元）	13,871.29	3,560.32	13,484.45
现金分红（万元）	7,000.00	6,500.00	4,215.44
研发投入占营业收入的比例	1.34%	0.87%	0.85%

注：相关财务指标计算公式如下：

1、资产负债率=（总负债/总资产）×100%；

2、基本每股收益、稀释每股收益和加权平均净资产收益率，依据归属于公司普通股股东的净利润计算，按照《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》的要求进行计算。

（四）发行人存在的主要风险

1、与发行人相关的风险

（1）线上第三方平台经营风险

公司主要通过亚马逊、eBay 等境外第三方电商平台销售汽车配件产品，报告期内，公司通过第三方电商平台销售实现的收入金额分别为 157,128.86 万元、274,074.06 万元和 365,905.48 万元，占主营业务收入的比例分别为 89.17%、83.79%和 82.42%。亚马逊、eBay 等开放式电商平台连接全球主要线上消费市场，助力全球消费增长。然而，若前述电商平台自身的运营稳定性、业务模式、经营策略、卖家行为准则等发生重大变化，或平台所在的国家或地区出现宏观环境变化、政治局势动荡等情况，且公司无法及时对销售渠道进行调整，则可能对公司的经营业绩产生不利影响。此外，公司与第三方电商平台合作若在未来发生重大不利变动，亦可能对公司的经营活动、财务状况造成不利影响。

（2）存货管理的风险

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 66,145.93 万元、119,329.02 万元和 138,138.30 万元，占资产总额的比例分别为 45.85%、46.07%和 41.59%，存货金额及占比较高，较高规模的存货水平一定程度上增加了公司的存货周转风险和资金占用压力。如果未来采购价格或运输成本大幅波动，或公司产品不能持续紧跟市场需求变化，导致存货周转不畅、周转率下降，则可能存在存货跌价的风险。若公司对于存货管理不善，出现损失或损毁等情况，将造成公司财产的直接损失，进而对经营业绩造成不利影响。

（3）新品导入及开发失败的风险

公司的新品导入及开发基于数据收集和市场调研，通过公司自主搭建的新品可行性数据分析模型对拟开发汽车配件产品进行价格定位和销量预测，经样品评审、外观及包装设计、质量检验等流程后，实现新品的上架和销售。新品导入及开发的成功与否与市场数据调研及分析、供应商生产及开发能力等息息相关。若公司未能及时捕捉市场消费趋势变化或对市场情况产生误判，或供应商产品开发、生产能力不足，且公司无法迅速采取相关应对措施，则可能导致公司新品开发数量或新开发的产品销量未达预期、新品库存积压、品牌声誉受损等风险，进而对公司经营业绩造成不利影响。

（4）电商平台费用上涨的风险

公司通过入驻亚马逊、eBay 等线上电商平台开展线上销售业务，此类电商平台对卖家在平台上销售商品会收取一定的销售平台费，包括平台佣金及交易杂费等。报告期各期，销售平台费分别为 25,026.98 万元、42,641.88 万元和 60,995.66 万元，占各期营业收入的比例分别为 14.20%、13.04%和 13.74%。随着公司来自第三方电商平台销售收入的不增长，销售平台费用也随之增加。若线上电商平台收取的销售平台费的费用标准发生上涨，将可能对公司经营业绩造成不利影响。

（5）供应链管理、产品质量及侵权风险

报告期内，公司自身不从事直接生产活动，产品的生产制造主要由外部汽配供应商完成。公司销售的汽车配件产品质量一定程度上受限于上游汽配厂商的生产能力、技术工艺、管理水平等因素。若上游汽配厂商出现停工停产、单方面终止合作协议、出现交付产品未达合同约定的规格、质量、数量、成本及交付周期要求，产品未满足销售国家或地区的认证要求、或出现侵犯他人知识产权，且未能及时整改的情况，而公司未能迅速采取有效补救措施，则可能导致产品交付延迟、因质量及侵权问题引发退换货等一系列问题。上述情形不仅会损害公司品牌声誉，影响与平台或客户的合作关系，还可能对公司的经营业绩产生不利影响。

（6）汇率波动风险

报告期各期，公司主营业务收入绝大多数来自于境外销售，公司外销业务主要以美元、欧元为结算币种，美元、欧元兑人民币汇率受全球政治、经济影响呈现一定波动。报告期内，公司的汇兑收益金额分别为 800.09 万元、1,295.45 万元和-1,894.44 万元。未

来若美元、欧元兑人民币汇率出现重大波动，可能对公司的汇兑损益带来不确定性的影响，进而影响公司经营业绩。

（7）经营规模扩大导致的管理风险

随着公司经营规模和资产规模的不断扩大以及未来募投项目的实施，公司的业务和资产规模将迅速扩大，员工人数将持续增加，这对公司的管理水平、内部控制和体系建设等提出更高的要求。如果公司的经营管理水平不能适应公司规模快速扩张，将可能引发相应的管理风险，进而对公司的经营情况和盈利能力产生不利影响，制约公司的长远发展。

（8）信息系统运行风险

报告期内，公司新品开发、采购管理、仓储物流、市场运营、财务核算等环节均依托公司的信息系统开展，且公司信息系统与亚马逊、eBay 等电商平台、第三方物流商的系统相对接，以同步公司货物流转、产品仓储、订单履约、资金结算等数据信息。因此公司信息系统的可靠性和稳定性对公司日常经营活动产生重要影响。若未来公司业务规模扩张速度过快，未能及时完成信息系统的迭代更新，使得信息系统功能与公司日常经营管理需求无法匹配，将可能产生对公司经营管理的不利影响。

（9）部分租赁房屋实际用途与规划用途不一致风险

公司目前生产经营所使用的房产系通过租赁取得。公司及其境内子公司租赁的部分房产存在实际用途与相关租赁物业的规划用途、核准用途不符的情形。截至报告期末，该等房屋租赁面积合计 12,773.88 平方米，占扬腾创新及其子公司境内租赁物业总面积的 14.26%。《商品房屋租赁管理办法》第六条规定：“有下列情形之一的房屋不得出租：（三）违反规定改变房屋使用性质的。”第二十一条规定：“违反本办法第六条规定的，由直辖市、市、县人民政府建设（房地产）主管部门责令限期改正，对没有违法所得的，可处以 5000 元以下罚款；对有违法所得的，可以处以违法所得 1 倍以上 3 倍以下，但不超过 3 万元的罚款。”因此，公司及其子公司存在不能按照现有用途继续使用相关租赁物业的风险。虽然该等租赁物业的产权人和出租方已作出承诺，但上述情形以及若出租方在租赁到期后对所出租物业作出其他安排，或由于城市更新、土地整备等事项导致租赁物业未来发生停用或搬迁的情形，可能对公司日常经营管理产生不利影响。

（10）技术人员流失风险

公司业务涉及信息技术、汽车零部件及跨境电商运营等多个领域，对核心技术人员知识储备与行业经验具有较高要求。随着线上汽配行业的快速发展，市场对上述复合型人才需求持续增加，人才竞争日趋激烈。若公司未能持续引进优秀人才，构建有效的人才培养与激励机制，可能导致核心技术人才的流失，削弱公司研发实力与技术优势，影响公司信息系统等的开发与迭代，进而对公司的核心竞争力可能造成不利影响。

（11）国内税收优惠政策变化的风险

报告期内，公司企业所得税税收优惠合计金额分别为 2,333.50 万元、4,223.23 万元和 4,202.10 万元，占利润总额的比例分别为 18.43%、12.86%和 9.96%。如果未来国家主管税务机关对相关优惠政策做出调整，或者公司未来不能持续满足相关税收优惠的条件，将对公司的经营业绩和利润水平产生一定程度的影响。

2、与行业相关的风险

（1）国际贸易摩擦及美国关税政策风险

报告期内，公司境外主营业务收入分别为 176,163.35 万元、327,024.08 万元和 443,840.48 万元，占主营业务收入比例分别为 99.98%、99.98%和 99.98%，其中美国地区主营业务收入占比分别为 74.78%、78.59%和 77.91%，占比较高。近年来，全球贸易保护主义趋势加剧，美国的贸易政策频繁调整；2025 年，美国对中国出口至美国的商品（包括汽车配件产品在内）关税进行了数次调整。在全球汽车配件市场中，美国汽车保有量大，平均车龄长，汽车配件售后市场规模较大，美国地区也是公司主要销售地之一。如果未来国际贸易摩擦进一步加剧，美国关税加征相关的税率、实施方式、豁免清单等发生变化，而公司无法通过提高产品售价、供应链调整等措施应对美国关税加征政策，或公司销量增长不及预期，则公司将面临业绩波动甚至大幅下滑的风险。

（2）行业监管政策变化风险

近年来，我国国务院、发改委、商务部、海关总署等陆续出台了一系列支持和鼓励跨境电商行业及汽车零部件行业的行业政策，如《关于进一步促进跨境电商出口发展的公告》《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》《关于推动汽车后市场高质量发展的指导意见》等。虽然公司所处的行业受到了国家政策的大力支持，但如果未来国家相关行业政策发生变化或调整，可能会对公司的产品出口、境外仓储等业务环节造成不利影响，进而影响公司的经营状况和发展前景。

（3）行业竞争加剧风险

公司是全球线上汽配知名品牌企业之一，在北美、欧洲等地区拥有较高的品牌知名度和市场认可度。然而，随着全球汽车零部件技术迭代更新、汽车后市场商业模式的不断发展，汽车后市场的行业规模将呈现增长趋势，吸引了全球的大型品牌企业、本土中小品牌企业纷纷布局线上汽配市场，公司未来面临的行业竞争者可能增多，市场竞争可能加剧。若公司无法在经营过程当中采取有效的竞争策略，保持自身在数智化建设、新品导入及开发、供应链管理、多渠道运营、品牌营销等方面的核心竞争力，将可能存在竞争力减弱、业绩增速放缓、利润空间下滑等不利影响。

3、其他风险

（1）募集资金投资项目实施风险

公司本次公开发行募集资金主要投资于新品开发及运营中心建设项目、数智化供应链及运营管理平台建设升级项目、品牌建设及渠道推广升级项目和智能仓储物流体系建设升级项目，其可行性系公司基于对当前市场环境、行业发展趋势、管理效率提升需要、资金和技术等因素的分析作出。如果在项目实施过程中宏观经济形势、相关产业政策等客观条件发生重大不利变化，则本次募集资金投资项目是否能够按时实施、项目实施效果能否符合预期等将存在不确定性，从而给公司的生产经营和未来发展带来一定的风险。

（2）募投项目用地尚未取得的风险

截至本招股说明书签署日，本次募集资金投资项目中新品开发及运营中心建设项目、数智化供应链及运营管理平台建设升级项目、品牌建设及渠道推广升级项目的募投用地尚未取得。公司拟通过购置福建省福州市内的房产实施前述募投项目。若未来募投项目用地的取得进展晚于前述募投项目开始建设的预期时间或发生其他不利变化，本次募投项目中的部分项目可能面临延期实施或者变更实施地点的风险。

（3）对赌协议风险

公司历史上曾签订涉及对赌条款等特殊权利安排的相关协议，发行人作为对赌义务人的相关对赌条款已经终止，不再具有效力，且自始无效、未附恢复条款。公司历史上曾签订的特殊权利安排的相关协议中涉及公司管理层股东的特殊权利条款，自发行人就首次公开发行股票并在境内证券交易所上市的申报材料向境内证券交易所递交申请并被受理之日起中止，但自公司主动撤回 IPO 申请等情形发生之日起自动恢复且自始有

效。

虽然公司未作为对赌条款的义务人，但如触发涉及公司管理层股东的对赌恢复条件，则仍可能对公司股权结构和日常经营稳定造成不利影响。

二、发行人本次发行情况

(一) 本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股（A股）		
每股面值	人民币 1.00 元		
发行股数	不超过 4,001 万股	占发行后总股本比例	不低于 10%
其中：发行新股数量	不超过 4,001 万股	占发行后总股本比例	不低于 10%
股东公开发售股份数量	本次发行不涉及股东公开发售股份	占发行后总股本比例	不适用
发行后总股本	不超过 40,001 万股		
每股发行价格	【】元		
发行市盈率	【】倍		
发行前每股净资产	【】元	发行前每股收益	【】元
发行后每股净资产	【】元	发行后每股收益	【】元
发行市净率	【】倍		
发行方式	采用向网下投资者询价配售与网上资金申购发行相结合的方式，或中国证监会、深圳证券交易所认可的其他发行方式		
发行对象	符合资格的自然人、法人和其他机构投资者（法律法规及公司需遵守的其他监管规则所禁止的投资者除外）		
承销方式	余额包销		
募集资金总额	【】万元		
募集资金净额	【】万元		
募集资金投资项目	新品开发及运营中心建设项目		
	数智化供应链及运营管理平台建设升级项目		
	品牌建设与渠道推广升级项目		
	智能仓储物流体系建设升级项目		
发行费用概算	本次发行费用总额为【】万元，其中： 保荐承销费用：【】万元 审计验资费用：【】万元 律师费用：【】万元 信息披露费用：【】万元 发行手续费用及其他费用：【】万元 以上费用均不含增值税		

拟公开发售股份股东名称、持股数量及拟公开发售股份数量、发行费用的分摊原则（如有）	本次发行的股份全部为新股，不涉及公开发售老股
（二）本次发行上市的重要日期	
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

三、本次证券发行上市的保荐代表人、协办人及项目组其他成员情况

（一）本次证券发行的保荐代表人

中国国际金融股份有限公司指定郭慧、胡健彬担任本次扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司发行的保荐代表人。

上述两位保荐代表人的执业情况如下：

郭慧：于 2015 年取得保荐代表人资格，曾经担任威胜信息技术股份有限公司科创板 IPO 项目保荐代表人，希荻微电子集团股份有限公司科创板 IPO 项目保荐代表人，在保荐业务执业过程中严格遵守《保荐办法》等相关规定，执业记录良好。

胡健彬：于 2021 年取得保荐代表人资格，曾经担任安克创新科技股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券项目的保荐代表人，曾参与的项目包括炬芯科技股份有限公司科创板 IPO 项目等，在保荐业务执业过程中严格遵守《保荐办法》等相关规定，执业记录良好。

（二）本次证券发行项目协办人

本次证券发行项目的协办人为马小淳，其保荐业务执行情况如下：

项目协办人：马小淳，于 2015 年取得证券从业资格，曾参与上海新致软件股份有限公司科创板 IPO 项目、兰州丽尚国潮实业集团股份有限公司重大资产重组项目、深圳广田集团股份有限公司非公开发行股票项目、厦门象屿股份有限公司向特定对象发行股票项目、厦门信达股份有限公司向特定对象发行股票等项目。

（三）本次证券发行项目组其他成员

本次证券发行项目组其他成员包括：陈逸林、黄诗婷、詹雪琬、孔令坤、段良晓。

四、保荐机构是否存在可能影响公正履行职责情形的说明

（一）本机构自身及本机构下属子公司持有发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况如下：

截至报告期末，保荐人、主承销商中金公司的全资子公司中金浦成以及全资子公司中金资本运营有限公司作为执行事务合伙人的中金榕投分别直接持有发行人 1,611,005 股、619,621 股股份（对应发行前持股比例分别为 0.4475%、0.1721%）。截至报告期末，发行人股权逐层穿透后，存在中金公司相关主体通过麦步投资、武汉源夏、成都鼎晖间接持有发行人少量股份的情形，经逐层穿透后计算的间接持有发行人股份比例约为 0.14%。

中金公司作为本次发行项目的保荐机构，严格遵守相关法律法规及监管要求，切实执行内部信息隔离制度，充分保障保荐机构的职业操守和独立性。中金公司已建立并实施包括《限制名单政策》在内的信息隔离墙制度，在制度上确保各业务之间在机构设置、人员、信息系统、资金账户、业务运作、经营管理等方面的独立隔离机制及保密信息的妥善管理，以防范内幕交易及避免因利益冲突产生的违法违规行为。中金公司下属子公司持有发行人股份是依据其自身独立投资研究决策，属于其日常市场化行为，与本次项目保荐并无关联。保荐机构与发行人之间存在的上述关系不影响保荐机构公正履行保荐职责。

除上述情况外，本机构及其下属子公司不存在直接或间接持有发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况。

（二）发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方不存在持有本机构及本机构下属子公司股份的情况。

（三）本机构的保荐代表人及其配偶，董事、监事、高级管理人员，不存在持有发行人或其控股股东、实际控制人及重要关联方股份，以及在发行人或其控股股东、实际控制人及重要关联方任职的情况。

(四)中金公司控股股东为中央汇金投资有限责任公司(以下简称“中央汇金”或“上级股东单位”),截至2025年12月31日,中央汇金直接持有中金公司40.11%的股权,同时,中央汇金的下属子公司中国建银投资有限责任公司、建投投资有限责任公司、中国投资咨询有限责任公司共持有中金公司约0.06%的股权。中央汇金为中国投资有限责任公司的全资子公司,中央汇金根据国务院授权,对国有重点金融企业进行股权投资,以出资额为限代表国家依法对国有重点金融企业行使出资人权利和履行出资人义务,实现国有金融资产保值增值。中央汇金不开展其他任何商业性经营活动,不干预其控股的国有重点金融企业的日常经营活动。根据发行人提供的资料及公开信息资料,中金公司上级股东单位与发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方之间不存在相互持股的情况,中金公司上级股东单位与发行人控股股东、实际控制人、重要关联方之间不存在相互提供担保或融资的情况。

(五)本机构与发行人之间不存在其他影响保荐人独立性的重大关联关系。

本机构依据相关法律法规和本机构公司章程,独立公正地履行保荐职责。

五、保荐机构承诺事项

保荐机构通过尽职调查和对申请文件的审慎核查,做出如下承诺:

(一)保荐机构已按照法律、行政法规和中国证监会、深交所的相关规定,对发行人及其控股股东、实际控制人进行了尽职调查、审慎核查,充分了解发行人经营状况及其面临的风险和问题,履行了相应的内部审核程序,同意推荐发行人证券发行上市,并据此出具本上市保荐书。

(二)保荐机构有充分理由确信发行人符合法律法规及中国证监会有关证券发行并上市的相关规定。

(三)保荐机构有充分理由确信发行人申请文件和信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

(四)保荐机构有充分理由确信发行人及其董事在申请文件和信息披露资料中表达意见的依据充分合理。

(五)保荐机构有充分理由确信申请文件和信息披露资料与其他证券服务机构发表

的意见不存在实质性差异。

(六) 保证所指定的保荐代表人及本保荐机构的相关人员已勤勉尽责，对发行人申请文件和信息披露资料进行了尽职调查、审慎核查。

(七) 保证保荐书、与履行保荐职责有关的其他文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

(八) 保证对发行人提供的专业服务和出具的专业意见符合法律、行政法规、中国证监会的规定和行业规范。

(九) 自愿接受中国证监会依照《保荐办法》采取的监管措施。

(十) 自愿遵守中国证监会规定的其它事项及深圳证券交易所的自律监管。

六、发行人就本次证券发行上市履行的决策程序

经核查，发行人已就本次证券发行履行了《公司法》《证券法》、深交所及中国证监会规定的决策程序，具体如下：

(一) 董事会决策程序

2026年4月3日，发行人依照法定程序召开第一届董事会第十次会议，审议通过了本次发行的相关议案，并同意提交股东会审议。

(二) 股东会决策程序

2026年4月22日，发行人召开2026年第二次临时股东会，审议通过了本次发行和授权董事会办理具体事宜等相关议案。

综上，保荐机构认为，发行人已就本次证券发行履行了《公司法》《证券法》以及中国证监会和深交所规定的决策程序。

七、保荐机构关于发行人符合创业板定位及国家产业政策的说明

（一）发行人符合创业板定位的理由和依据

1、发行人符合创业板行业领域要求

公司主要从事汽车后市场零部件产品的线上销售业务。根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所处行业属于“F 批发与零售业”之“52 零售业”下的“互联网零售”（行业代码：F5292）子类，不属于《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》中第五条所规定的原则上不支持其在创业板申报发行上市的行业；根据《新产业新业态新商业模式统计分类（2018）》，其中的“互联网零售”（行业代码：081201）属于新产业、新业态、新商业模式的范畴；根据《现代服务业统计分类》，公司所处行业属于“05 现代商贸服务业”下的“0512 互联网零售”。此外，公司的主要产品为各类汽车配件产品，具体产品亦不属于《产业结构调整指导目录（2024 年本）》中的限制类、淘汰类产业，符合国家有关法律、法规和政策规定。

2、发行人符合创业板定位相关指标要求

根据《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》，发行人满足规定第四条第二款标准的指标要求，属于成长型创新创业企业，相关指标要求的符合情况如下：

创业板定位相关指标	是否符合	指标情况
最近三年累计研发投入金额不低于5,000万元	是	2023年、2024年及2025年，公司研发投入分别为1,501.88万元、2,849.82万元和5,967.06万元，累计研发投入金额为10,318.77万元，已超过5,000万元
最近三年营业收入复合增长率不低于25%。最近一年营业收入金额达到3亿元的企业，或者按照《关于开展创新企业境内发行股票或存托凭证试点的若干意见》等相关规则申报创业板的已境外上市红筹企业，不适用前款规定的营业收入复合增长率要求。	不适用	2025年，公司营业收入为443,971.89万元，高于3亿元，不适用营业收入复合增长率的要求

3、公司通过创新、创造、创意促进新技术、新产业、新业态、新模式与传统产业深度融合的情况

历经多年发展，我国汽车零部件产业供应逐步完善，已形成了品类齐全、配套完整的产业体系，中国已经发展成为全球汽车后市场的生产制造中心，为全球提供丰富的汽

车配件产品。但传统汽配产业链形成了“生产商-出口商-进口商-经销商”的多层级分销体系，交易链条冗长且层级复杂。在供给端，由于层层叠加的中间环节导致信息传递的滞后和失真，使得上游汽配生产商通常只能被动承接下游的批量订单，难以实时掌握境外终端市场的需求动向并及时调整产品开发和生产计划，容易造成库存结构失衡、周转效率低下的情形；同时，传统模式下汽配生产商多以贴牌代工为主，缺乏自主品牌支撑，产品附加值不高，议价能力较弱，盈利空间进而较为有限。

在销售端，传统外贸模式下的多环节流转推高了汽配外贸流通成本，产品在层层转运中被中间渠道商累加利润，导致终端用户需要支付更高的成本购买；此外，传统汽配外贸更多聚焦于整车厂商或大型经销商的批量采购，而个人车主或中小修理厂的多样化、碎片化和长尾化的市场需求难以得到充分满足，存在供需错配的情形。

(1) 公司以跨境电商模式减少中间交易环节，高效链接上游生产厂商与终端消费者

公司以亚马逊、eBay 等跨境电商平台和自营独立站等线上渠道为核心，集中向境内外汽配厂商采购汽配产品后，直接面向境外终端消费者开展销售，为终端用户提供优质、高性价比的汽配产品，大幅减少了传统外贸模式下多层的中间环节，显著降低了产品流通成本。依托数智技术，公司搭建了车型及汽配信息数据库，公司持续收集和分析汽车后市场需求，打通供需两端的信息壁垒，助力汽配生产商精准对接境外 DIY 车主、中小汽配修理厂等终端客户需求，及时动态调整生产规划，减少产品错配与库存滞销。

与此同时，公司以跨境电商模式构建全球线上销售网络，打造了以 A-Premium 为代表的自主品牌体系，积极参与全球汽车后市场竞争，通过精细化运营持续提升品牌溢价和产品附加值，形成了一条区别于传统外贸的线上汽配出海的路径。公司聚焦汽车后市场“微笑曲线”两端，持续增强在全球汽配产业链中的定价权和话语权。

(2) 公司以数智技术促进汽车后市场产业升级，有效提升运营效率

1) 基于大数据有效推动新品导入及开发

公司将大数据等数字化工具与深耕汽车后市场多年的行业经验深度融合，构建起一套数智化、系统化的新品导入和开发体系，以数智驱动结合人工经验进行新品的具体导入和开发。公司依托行业积累和数智化技术构建了全维度车型数据库，以汽车车型、汽

车配件品类为脉络，整合了全球车型的核心参数、适配标准等关键信息；在此基础上，公司结合机器学习算法等建立了多维度的新品可行性分析数据模型，量化评估产品未来市场规模和增长潜力，助力筛选具备贴合市场需求的新品开发方向，实现汽配产品智能、精准、高效的导入与开发。

凭借上述数智化技术和新品导入开发体系，公司持续、快速拓宽了产品品类边界，2024年、2025年公司分别新增在售自有品牌SKU 4.0万个和5.7万个。截至报告期末，公司自有品牌SKU数量已达约17.21万个。未来公司将继续保持报告期内的新品开发力度，持续扩充汽配SKU覆盖，进一步巩固在供给侧的领先优势。

2) 数智化驱动供应链管理升级

公司自研的多维度分层式需求预测模型整合了汽配产品多维度信息，根据特征分层后应用差异化的需求预测算法，实现对不同品类、不同渠道的配件产品的销量预测，并基于此统筹产品采购规划；公司运用智能跨境仓配一体化系统等技术科学统筹产品采购计划，动态调整安全库存阈值，实时监控库存动销，以实现库存价值的最大化利用；公司以境内外分布式仓库为基点，引入物联网、AGC（Automated Guided Cart，自动导引车）等技术，实现全球库存协同调度，并运用全链路物流跟踪系统和尾程分仓配送系统等自动规划最优履约路径，有效缩短配送周期，显著提升交付效率。报告期内，公司存货周转率保持在1.8次以上，处于汽车后市场同类型企业较高水平。

此外，公司已构建覆盖供应商准入审核和产品质量检测的数字化质量管控体系，建立产品适配性及质量问题的用户反馈数据积累机制，推动供应商根据反馈持续改进产品质量与性能，从而为全球消费者提供高品质的汽车配件产品。

3) 数智技术助力全球多渠道精细化运营

在多渠道运营方面，公司已与亚马逊、eBay、PartsGeek、Autodoc等十余个境外线上销售渠道建立合作关系；公司基于用户画像标签体系开展精准化营销运营，针对不同渠道、不同类型的终端客户，推送适配的产品推荐及个性化支持服务；公司通过智能客服与人工客服协同的模式，高效响应客户咨询、售后保修等需求，全方位优化用户消费体验，持续提升服务价值和用户满意度；公司运用了多维数据映射技术，提升了汽配产品模糊搜索的匹配度，引导客户精准选择适配产品；公司搭建的销售链接实时监控系统，基于库存健康度评分模型，量化产品断货风险等级，采用基于约束的动态价格弹性模型

模拟计算价格调整对销量等的影响,实现产品库存、价格、销量和平台流量的动态平衡。综合上述举措,公司提升了订单履约效率和用户满意度。截至报告期末,公司在亚马逊、eBay 上的主要店铺好评率已在 98%以上。报告期内,公司在主要销售渠道的复购率¹均呈增长趋势,其中销售占比最高的亚马逊平台店铺的复购率分别约为 19%、28%、34%,在保持较高水平基础上持续增长;随着公司的数智化、精细化运营和新开发的 SKU 持续获得市场认可,未来预计将持续保持增长趋势。

4) 品牌数智化建设

公司运用了数智化工具优化文案设计和视觉符号打造,搭建了 Listing 智能视觉生产平台,运用 AI 技术实现批量化、智能化的图片修饰,提升设计效率,实现品牌视觉与文字表达统一,增强了品牌识别度;公司通过跨境电商平台和自营独立站触达全球用户,借助内容营销、口碑传播塑造品牌认知。通过上述举措,近年来公司旗下品牌已在海外市场建立起强劲的品牌影响力与用户忠诚度,公司 A-Premium 品牌店铺在亚马逊美国、加拿大市场全品类中长期排名前列,并稳居亚马逊汽车配件垂直品类第一;公司的众多产品连续多年入选亚马逊平台最畅销产品(Best Seller)、亚马逊之选(Amazon's Choice)。公司在 eBay 平台汽车配件垂直品类中亦取得优异表现,系 eBay 平台优秀评级卖家(Top Rated Seller)。

(3) 公司协同上游供应链积极推动中国汽配制造业高质量发展

公司始终以植根中国的汽配品牌积极参与汽车后市场的全球竞争,将市场趋势、终端需求、用户反馈等数据精准传导至生产制造端,引导上游供应商科学排产、优化产品布局,推动汽配行业从“批量生产”向“柔性精益智造”转型升级。同时,依托数智化的新品导入开发体系,公司持续挖掘高稀缺性、高适配性的汽配产品,助力供应商提升产品附加值与核心竞争力。报告期内,公司新增自有品牌汽配产品 SKU 在售数量分别约为 1.9 万个、4.0 万个和 5.7 万个。公司积极响应《十五五规划纲要》关于支持跨境电商等新业态新模式发展、促进外贸提质增效的战略导向,以跨境电商模式开拓全球销售渠道,充分把握线上汽配市场快速发展机遇,有效带动上游汽配制造企业深度融入国家高水平对外开放大局,助力供应商拓宽销售渠道、扩大订单规模、创造业务增量。报告期内,公司合作境内供应商数量从 2023 年的 222 家增至 2025 年的 288 家,其中,前

¹ 复购率以同一自然年度内购买次数达两次及以上的客户(同一邮箱/账号),其在该年度内第二次及以上购买的订单金额占当年订单总金额的比例计算,下同

50 家境内供应商平均采购额由 1,120 万元增至 2,002 万元。未来公司将持续协同上游供应链加大科技与资本投入，进一步巩固我国作为全球汽车后市场的核心地位，推动中国汽配产业高质量发展。

综上所述，公司以跨境电商模式减少中间交易环节，高效链接汽配生产商和终端消费者；以数智化为内核，将大数据、人工智能等新技术与汽配产业深度融合，构建覆盖新品开发、供应链管理、销售运营、品牌建设的全链路数智化体系，推动汽车后市场产业升级，促进了新技术、新产业、新业态、新模式与传统汽配产业深度融合，助力行业高质量发展。

4、公司的技术创新性及其表征

报告期内，公司持续加大研发投入，2023 年、2024 年及 2025 年研发投入金额分别为 1,501.88 万元、2,849.82 万元和 5,967.06 万元，年均复合增长率为 99.33%，保持快速增长趋势。公司高度重视技术人才队伍建设，通过校园招聘和社会招聘不断引进和挖掘专业人才，并根据公司业务模式对员工进行专业化培训，打造了一支信息技术与汽配行业相融合的高质量研发人才队伍。截至报告期末，公司研发人员为 142 人，占比 11.62%，其中本科及以上学历的人员 141 人，专业背景覆盖软件工程、物联网工程、电子信息工程、应用数学等。

公司坚持以数智化为内核，结合公司所处的行业特征和具体业务模式，经过专业化研发团队的自主研发和技术攻关，已开发了覆盖各个线上汽配业务环节的信息系统，并搭建了推动业务持续发展的数据库和各类数据模型。公司拥有的核心技术、技术先进性及其表征具体如下：

核心技术名称	技术类别	技术在业务过程中的应用	技术先进性及具体表征	技术来源	对应主要知识产权
多维度分层式需求预测模型	需求预测运筹规划	汽配行业具有 SKU 数量庞大，适配车型复杂，备货周期长且长尾分布的特征，因此销售预测的准确性对企业库存周转效率起到关键作用。该技术已运用于公司分渠道产品销售预测中，能够实现数十万个 SKU 以周为单位的需求预测，预测周期覆盖 52 周-104 周，大幅提升了公司销售预测的效率和准确率。	基于多维特征聚类构建的汽配深层预测引擎，深度整合市场区域、销售渠道、品类属性、品牌归属等多维度因子与销量等级、生命周期阶段、需求频次、季节性特征等多层式标签，实现 SKU 维度的细化需求预测；运用因果推断与知识图谱技术探索市场潜在真实需求，预测供需动态平衡节点；依托深度学习 Embedding 技术建立自适应自动化分类体系，支撑公司百万量级的 SKU 规模化预测。	自主研发	发明专利： 一种基于多维度的销售预测方法及系统
基于智能配货技术的跨境仓配一体化的多约束配货计划生成系统	需求预测运筹规划	汽配行业百万量级的 SKU 的货物形态各异，批量流转场景复杂多变，常出现货物库位被抢占、配货分柜效率较低的情形，需要在库存周转高效和保障库存水平之间取得优化平衡。公司已在产品采购下单、境内入库、境外入仓的过程中应用该技术，合理规划库位安排、分柜装配、发货响应等，提升了公司配货效率并节约人工成本。	该系统建立了智能库位预占机制，依托动态权重计算与智能锁技术实现库存预占自动释放，支持紧急插单实时响应；运用自动分柜算法计算体积、重量与优先级维度的最优配载方案，节约配货成本，提升物流装载率与作业效率；该系统搭建了自适应权重与多维主替体系，突破行业流程逻辑僵化限制，实现市场优先级驱动的实时/批次双模动态调整。	自主研发	发明专利： 1、一种供应链监测与优化方法及系统 2、一种仓库配货分柜方法、系统、设备及存储介质
尾程分仓配送系统	仓储物流及配送	线上汽配行业的尾程订单履约需要考虑境外仓库分布、履约时效、产品体积重量、多渠道配送方案等复杂因素，仅凭人工筛选或单一配送策略难以满足日益复杂的尾程配送场景。公司通过该技术自动计算全局最优尾程配送方案，优化尾程配送策略，实现配送时效性和成本的优化平衡。 此外，针对多仓库数据同步延迟与库存信息虚高并存的行业痛点，公司已运用该技术同步公司自营仓、海外仓多个仓库的库存信息，并配合订单履约系统实现产品订单的自动化、智能化调度。	运用订单指派模型与多维装箱模型，构建了自动化处理的高效履约配送系统，在兼顾库存分布与时效约束前提下，实现全局最优分仓配送策略，降低尾程物流成本，提升作业效率。 建立“实时库存驱动+缺货预警”的双重保障机制，实现从智能分仓到资源保障的全链路闭环优化，提升订单调度的自动化决策能力与履约确定性。	自主研发	发明专利： 1、一种基于实时物流数据的订单分拣与路径优化方法及系统 2、一种多平台订单协同履约自动化调度方法及系统
基于多维数	综合型技术	全球车型、汽配产品和具体品牌之间映射关系	构建车型-商品多维度映射与兼容关系双重建	自主	发明专利：

核心技术名称	技术类别	技术在业务过程中的应用	技术先进性及具体表征	技术来源	对应主要知识产权
据映射与车型兼容关系建模的跨境汽配商品与车型智能管理技术		复杂，汽配产品和用户车型常存在无法适配的情况。公司已在独立站、OMS 系统等运用该技术，通过实时同步车型-商品映射与兼容关系，确保产品适配信息的准确性，减少错配风险。	模，从底层解决数据适配度不足的问题；运用多区域标准兼容机制，实现数据库的自动化更新与多系统同步，降低系统同步误差；搭建了动态标签+毫秒级检索体系，实现检索响应 < 150ms，提高检索效率。	研发	一种基于车型库的产品开发方法及系统 软件著作权： 1、扬腾创新商品车型归纳表管理系统 V1.0 2、扬腾创新商品车型兼容表管理系统 V1.0 3、扬腾创新商品车型库管理系统 V1.0 4、扬腾创新商品车型库标签管理系统 V1.0
基于大数据分析技术的汽车 SKU 全生命周期市场洞察与开发建议系统	新品导入及开发	汽配行业需要考虑全球汽车车型、车龄等因素持续进行新品开发，新品批量开发难度较大，不确定性高。公司将该技术应用到新品开发环节中，支持公司每年新开发数万个 SKU，持续挖掘高稀缺性、高适配性的有效汽配产品需求。	基于车型库数据中的各类型汽车的保有量、车型的全生命周期相关数据、分渠道、分地区的汽配 SKU 销量、用户评价维度等数据，运用时间序列预测、森林回归等算法建立新品可行性分析模型并开展具体分析，精准估算产品未来销量表现，为产品开发提供决策评估依据。	自主研发	发明专利： 一种基于车型库的产品开发方法及系统 对应软著： 1、扬腾数智亚马逊商品和卖家自有商品管理系统 V1.0 2、扬腾数智北美车型库 SKU 匹配系统 V1.0
基于区域化适配技术的跨境独立站构建与合规运营管理技术	销售及运营	汽配行业场景下，商品和车型匹配关系复杂，SKU 数量庞大，独立站需要满足多市场、多币种环境下的系统适配问题，并对接多个外部接口，保障数据的一致性，需要定制化的架构设计并持续结合业务情况迭代优化。该技术助力公司完成独立站的架构搭建和升级，公司独立站已于 2022 年上线，在合规运行的前提下为客户提供丰富优质的产品和周到的服务，报告期内独立站业务规模快速增长。	基于分布式系统架构与模块化设计理念，构建具备用户注册、画像构建、分层运营等功能的自营独立站，独立站系统采用服务化设计与多云部署架构，提升了其扩展性、稳定性及跨区域容灾能力；此外，独立站系统还搭载了站点数据安全防护及合规管控模块，严格遵循境外隐私相关法规要求，确保数据安全合规。	自主研发	软件著作权： 1、扬腾创新 A-premium 加拿大区自建商城系统[简称：独立站管理平台]V1.0 2、扬腾创新独立站用户管理系统 V1.0
基于 Vader 和 AI 模型的数据预处理技术	销售及运营	亚马逊、eBay 等平台客户反馈和用户评价数据驳杂。公司运用该技术能够更准确地划分客户诉求的优先级，为销售运营团队的客服工作开展提供数据支撑，并对其中标准化的部分进行自动回复处理，提升响应的及时性和用户体验	针对历史客诉及用户评价数据存在多语种混杂、表述不规范的问题，通过引入 Vader（Valence-Aware Dictionary and Sentiment Reasoner，一种基于规则的情感分析模型）、AI 情绪分析技术，实现客户情绪的定性识别（正面、负面或中性），为运营团队提供明确的优化方向，提升用户体验。	自主研发	发明专利： 一种基于电商平台的客户 VOC 智能响应方法及系统 软件著作权： 1、扬腾数智主数据监控系统 V1.0 2、扬腾数智供应商监控可视化系统 V1.0 3、扬腾数智大数据集成管理全链路智控系统 V1.0

核心技术名称	技术类别	技术在业务过程中的应用	技术先进性及具体表征	技术来源	对应主要知识产权
					4、扬腾创新各业务数据交换与共享集群管理平台 V1.0 5、扬腾创新多用户实时同时更新动态数据管理系统 V1.0
Listing 智能视觉生产平台	品牌及营销	公司海量 SKU 的上架需要对产品的图片根据不同平台、不同需求的展示方案进行批量调整，需要耗费大量的人力和时间成本。公司目前已运用该技术实现人工智能图像修饰，在保留工业图像关键细节的同时实现自动化图像修改，大幅提升设计部门的工作效率，节约人力成本。	采用扩散 Transformer 架构结合 Flow Matching（流匹配）与 LoRA（低秩适应）微调技术，解决工业图像细节失真难题，实现汽配材质纹理的高保真语义修复；通过节点化工作流达成自动化处理与设计意图的深度对齐，提升图像处理效率与适配性；运用规则驱动与参数化建模方案，实现品牌视觉资产自动化生成、结构尺寸高精度制版与多工艺兼容，有效降低设计成本与人工误差；依托分布式 GPU（图形处理器）调度架构实现多节点协同与动态资源调度，满足高负载 AI 内容生产需求，保障推理任务高并发稳定执行	自主研发	软件著作权： 1、扬腾数智自动化精修图库系统 ²

² 该技术对应的知识产权正在申请登记

经过在汽车后市场的多年深耕，公司在线上汽配的各个业务环节均形成了丰富的技术积累，截至 2026 年 3 月 31 日，公司已获授权发明专利共 23 项，拥有的软件著作权共 240 项；公司及子公司先后被认定为“福建省数字经济核心产业创新企业”“福建省技术先进型服务企业”“国家级高新技术企业”“福建省专精特新中小企业”“福建省创新型中小企业”等。

5、公司的成长性及其表征

（1）公司所处行业具有广阔的市场空间

公司所处的汽车后市场是汽车产业链的重要环节。随着全球范围内汽车保有量的增加和车龄的增长，汽车维修、养护需求持续增加，汽车配件售后市场将保持稳步增长趋势。根据灼识咨询数据，2024 年，全球汽车配件售后市场规模已达约 5,800 亿美元，预计未来市场规模将持续上升。

汽车配件售后市场按渠道划分可以分为线下渠道和线上渠道，线下渠道主要包括汽配连锁超市、汽配维修店、汽配零售商等，线上渠道主要包括 Amazon、eBay 等大型电商平台以及 CarParts、PartsGeek 等专业汽配电商网站等。随着全球互联网及移动互联网覆盖率持续上升，电商平台、物流配送等基础设施的不断完善，全球电商市场交易规模保持持续增长趋势。而汽车配件产品具有品类复杂、数量繁多、专业属性强的特点，消费者需要一定的知识和经验积累才能自行选购合适的汽配产品。在此背景下，线上汽配企业运用数智技术，深入分析和预测汽车配件用户的需求和行为，提供多样化、个性化的产品和服务，使得近年来汽车后市场的线上渗透率也稳步提升。根据灼识咨询数据，2024 年全球线上汽车配件市场规模占全球汽车配件售后市场的渗透率已从 2020 年的 13.39% 上升至 2024 年的 14.81%，全球线上汽配市场规模已达 856 亿美元；结合全球汽车配件售后市场规模和线上渗透率的增长趋势，预计至 2029 年全球线上汽配市场规模将达 1,222 亿美元，年均增速预计为 7.38%。因此，线上汽配市场规模广阔，预计未来仍保持较快增长趋势。

（2）公司报告期内经营业绩保持快速增长

报告期内，公司将技术创新与汽配业务场景深度融合，持续提升综合竞争力：1）公司基于数智化技术构建海量 SKU 全生命周期精细化管理体系，有效提升了从供应端到需求端的运营效率，加快库存周转速度；2）公司构建了新品导入和开发体系，能够

高效匹配市场需求，快速扩大汽配产品覆盖面；3）公司 A-Premium 品牌已成为全球知名的线上汽配品牌，获得用户高度认可；4）公司以严格的供应商准入和数字化的质量控制体系打造高品质的产品，确保产品质量稳定、可靠。凭借在汽车后市场的耕耘和创新，报告期内，公司营业收入分别为 176,219.39 万元、327,129.36 万元和 443,971.89 万元，营业收入年均复合增长率为 58.73%，保持快速增长趋势；报告期内，公司扣除非经常性损益后的归属于母公司的净利润分别为 13,064.98 万元、29,017.64 万元和 34,595.89 万元，年均复合增长率为 62.73%，盈利能力良好，具备成长性。

（3）公司将持续深耕汽车后市场，预计未来保持良好增长态势

未来，公司仍将聚焦于汽车后市场领域，进一步加大在人工智能、大数据、物联网等技术领域的投入，通过与汽配产业的深度融合，夯实公司数智化能力，全面提升经营管理和运营效率。公司将持续推进新产品的开发及导入，重点布局供给相对不足的产品领域，持续拓宽产品矩阵，扩大产品覆盖范围，提升综合竞争力，以更好地满足全球客户多元化、差异化的需求。与此同时，公司将积极拓展全球新渠道和新市场，完善全球化业务布局，凭借高品质的产品和服务不断提升品牌影响力，持续赢得全球消费者的信赖。通过上述举措，公司预计未来经营业绩将保持良好的增长态势。

综上所述，公司符合创业板定位相关指标要求和创业板行业领域要求，能够通过创新、创造、创意促进新技术、新产业、新业态、新模式与传统汽配产业深度融合，推动行业高质量发展；公司具备较强的成长性；因此，公司符合创业板定位要求。

（二）发行人业务符合产业政策和国家经济发展战略的情况

公司是一家专注于汽车后市场的创新型企业，致力于打造数智驱动的全球汽配品牌。公司以数智化为内核，构建了集新品开发、供应链精细化管理、多渠道运营及品牌建设等多个环节为一体的汽配数字化产业链路，并通过跨境电商平台、自营独立站等多种渠道直接、高效触达全球消费者，向其提供以自有品牌“A-Premium”为代表的丰富、优质的汽车配件产品。根据《现代服务业统计分类》，公司所处行业属于“05 现代商贸服务业”下的“0512 互联网零售”。《十五五规划纲要》指出，“全链条补强生产性服务业薄弱环节，提高现代服务业与先进制造业、现代农业融合发展水平……壮大节能环保、数智化转型等服务”。互联网零售系零售商通过电子商务平台开展销售活动，运用数智技术赋能产品开发、供应链管理、销售运营等业务环节，驱动生产商向“柔性精

益智造”模式转型，加速商品零售的数字化升级，提升了商品流通效率。因此，互联网零售符合“推进生产性服务业向专业化和价值链高端延伸”的国家发展战略。

从业务模式而言，公司属于跨境电商行业。《十五五规划纲要》指出，“促进外贸提质增效……支持跨境电商等新业态新模式发展，优化海外仓布局和功能。”跨境电商出口作为我国扩大高水平对外开放的重要手段，带动越来越多优质的中国制造产品走向全球，有利于提升我国在国际市场中的竞争力，实现高质量发展。因此，跨境电商行业属于符合国家发展战略和产业政策导向的行业。

从产品结构而言，公司主要销售的产品为汽车配件产品，属于汽车零部件行业。汽车零部件行业系汽车产业高质量发展的核心板块和关键支撑，近年来，《汽车行业稳增长工作方案（2025-2026年）》《关于促进汽车消费的若干措施》《关于推动汽车后市场高质量发展的指导意见》等汽车零部件行业相关政策文件陆续出台，系统部署了推动汽车后市场高质量发展的主要任务，鼓励企业向高端化、数字化、自主化方向转型、提升国际竞争力，推动汽车产业集群的建设和汽车零部件行业的健康发展。因此，公司产品所处的汽车零部件行业也属于符合国家发展战略和产业政策导向的行业。

报告期内，公司始终以植根中国的汽配品牌积极参与汽车后市场的全球竞争，积极响应《十五五规划纲要》关于支持跨境电商等新业态新模式发展、促进外贸提质增效的战略导向，以跨境电商模式开拓全球销售渠道，充分把握线上汽配市场快速发展机遇，有效带动上游汽配制造企业深度融入国家高水平对外开放大局，助力供应商拓宽销售渠道、扩大订单规模、挖掘业务增量，符合我国提升开放能力、推动产业经济转型和高质量发展的国家战略。

综上，公司主要产品和业务符合产业政策和国家经济发展战略。

保荐机构根据中国证监会颁布的《首发办法》以及深圳证券交易所颁布的《上市规则》《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》等相关规定，对发行人是否符合创业板的定位要求进行核查分析。经核查，保荐机构认为，公司符合创业板定位相关指标要求和创业板行业领域要求，能够通过创新、创造、创意促进新技术、新产业、新业态、新模式与传统汽配产业深度融合，推动行业高质量发展；公司具备较强的成长性；公司符合创业板定位要求，公司主要产品和业务符合产业政策和国家经济发展战略，符合《首发办法》《上市规则》等规章制度的规定。

八、保荐机构关于本次证券上市是否符合上市条件的说明

保荐机构对发行人是否符合《上市规则》规定的上市条件进行了逐项核查。经核查，保荐机构认为本次证券上市符合《上市规则》规定的上市条件，具体情况如下：

（一）发行人符合《证券法》《首发办法》规定的发行条件

根据《关于扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的发行保荐书》第五节“本机构对本次证券发行的推荐意见”之“四、本次证券发行符合《证券法》规定的发行条件”、“五、本次证券发行符合《首发办法》规定的发行条件”，发行人符合《证券法》《首发办法》规定的公开发行股票的条件，符合《上市规则》第 2.1.1 条第（一）项的规定。

（二）发行人符合发行后股本总额不低于人民币 3,000 万元的规定

根据发行人《营业执照》《公司章程》，发行人本次发行前股本总额为 36,000 万元，本次拟发行股份不超过 4,001 万股，本次发行后公司股本总额大于 3,000 万元，符合《上市规则》第 2.1.1 条第（二）项的规定。

（三）发行人符合公开发行的股份达到公司股份总数的 25%以上；公司股本总额超过 4 亿元的，公开发行股份的比例为 10%以上的规定

发行人本次发行前股本总额为 36,000 万元，本次拟发行股份不超过 4,001 万股，发行后股本总额不超过 40,001 万元，发行股数占公司发行后总股本的比例不低于 10%，符合《上市规则》第 2.1.1 条第（三）项的规定。

（四）发行人市值及财务指标符合《上市规则》要求标准

1、发行人本次上市选择的标准

发行人符合并选择适用《上市规则》第 2.1.2 条第（一）项的上市标准：最近两年净利润均为正，累计净利润不低于 1 亿元，且最近一年净利润不低于 6,000 万元。

2、发行人财务指标符合标准

根据德勤出具的《审计报告》，最近 3 年发行人扣除非经常性损益前后孰低的净利润分别为 11,095.30 万元、29,017.64 万元和 34,595.89 万元，3 年均为正；公司最近两年

归属于母公司股东的净利润（以扣除非经常性损益前后较低者计算依据）均为正，累计为 63,613.53 万元，不低于 1 亿元，且最近一年净利润不低于 6,000.00 万元。

综上，发行人满足《上市规则》第 2.1.2 条第（一）项的上市标准，不涉及市值指标，无需提交预计市值分析报告。

（五）深圳证券交易所规定的其他上市条件

经核查，本机构认为发行人符合深圳证券交易所规定的其他上市条件。

九、保荐机构对发行人持续督导工作的安排

事项	安排
（一）持续督导事项	在本次发行结束当年的剩余时间及以后 3 个完整会计年度内对发行人进行持续督导。
督导发行人履行有关上市公司规范运作、信守承诺和信息披露等义务，审阅信息披露文件及向中国证监会、证券交易所提交的其他文件	1、督导发行人严格按照《证券法》《上市规则》等有关法律、法规及规范性文件的要求，履行有关上市公司规范运作、信守承诺和信息披露等义务； 2、在发行人发生须进行信息披露的事件后，审阅信息披露文件及向中国证监会、证券交易所提交的其他文件。
督导发行人有效执行并完善防止控股股东、实际控制人、其他关联方违规占用发行人资源的制度	1、督导发行人有效执行并进一步完善已有的防止控股股东、实际控制人、其他关联方违规占用发行人资源的制度； 2、与发行人建立经常性沟通机制，持续关注发行人上述制度的执行情况及履行信息披露义务的情况。
督导发行人有效执行并完善防止其董事、高级管理人员利用职务之便损害发行人利益的内控制度	1、督导发行人有效执行并进一步完善已有的防止董事、高级管理人员利用职务之便损害发行人利益的内控制度； 2、与发行人建立经常性沟通机制，持续关注发行人上述制度的执行情况及履行信息披露义务的情况。
督导发行人有效执行并完善保障关联交易公允性和合规性的制度，并对关联交易发表意见	1、督导发行人有效执行并进一步完善《公司章程》《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司关联交易管理制度》等保障关联交易公允性和合规性的制度，履行有关关联交易的信息披露制度； 2、督导发行人及时向保荐机构通报重大关联交易情况，并对关联交易发表意见。
持续关注发行人募集资金的专户存储、投资项目的实施等承诺事项	1、督导发行人执行已制定的《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司募集资金管理办法》等制度，保证募集资金的安全性和专用性； 2、持续关注发行人募集资金的专户存储、投资项目的实施等承诺事项； 3、如发行人拟变更募集资金及投资项目等承诺事项，保荐机构要求发行人通知或咨询保荐机构，并督导其履行相关决策程序和信息披露义务。
持续关注发行人为他人提供担保等事项，并发表意见	1、督导发行人执行已制定的《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司对外担保管理制度》等制度，规范对外担保行为； 2、持续关注发行人为他人提供担保等事项； 3、如发行人拟为他人提供担保，保荐机构要求发行人通知或咨询保荐机构，并督导其履行相关决策程序和信息披露义务。

事项	安排
(二) 保荐协议对保荐机构的权利、履行持续督导职责的其他主要约定	1、有权列席发行人的股东会、董事会会议，对上述会议的召开议程或会议议题发表独立的专业意见； 2、有权定期对发行人进行实地专项核查。
(三) 发行人和其他中介机构配合保荐机构履行保荐职责的相关约定	1、发行人已在保荐协议中承诺全力支持、配合并督促其控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员和雇员全力支持、配合保荐机构做好持续督导工作，为保荐机构提供履行持续督导责任的工作便利，及时、全面向保荐机构提供一切所需要的文件资料，并确保并保证所提供文件资料的真实、准确和完整，不得无故阻挠保荐机构正常的持续督导工作； 2、发行人应聘请律师事务所和其他证券服务机构协助发行人在持续督导期间履行义务，并应督促该等证券服务机构协助保荐机构做好持续督导工作。
(四) 其他安排	无

十、保荐机构和相关保荐代表人的联系地址、电话和其他通讯方式

保荐机构（主承销商）	中国国际金融股份有限公司
保荐代表人	郭慧、胡健彬
联系地址	北京市朝阳区建国门外大街1号国贸大厦2座27层及28层
联系电话	010-65051166
传真	010-65051166

十一、保荐机构认为应当说明的其他事项

无其他应当说明的事项。

十二、保荐机构关于本次股票上市的推荐结论

本机构作为扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的保荐机构，按照《公司法》《证券法》《首发办法》《保荐办法》《上市规则》《保荐人尽职调查工作准则》等法律法规和中国证监会、深交所的有关规定，通过尽职调查和对申请文件的审慎核查，并与发行人、发行人律师及发行人会计师经过充分沟通后，认为发行人具备首次公开发行股票并在创业板上市的基本条件。因此，本机构同意保荐扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市。

（以下无正文）

(本页无正文,为《中国国际金融股份有限公司关于扬腾创新(福建)信息科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的上市保荐书》之签章页)

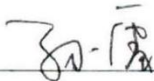
法定代表人:



陈亮

2026年4月22日

保荐业务负责人:



孙雷

2026年4月22日

内核负责人:




章志皓

2026年4月22日

保荐代表人:



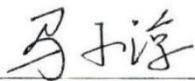
郭慧



胡健彬

2026年4月22日

项目协办人:



马小淳

2026年4月22日

保荐人公章

中国国际金融股份有限公司



2026年4月22日