

创业板投资风险提示：本次发行股票拟在创业板上市，创业板公司具有创新投入大、新旧产业融合存在不确定性、尚处于成长期、经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。



扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司

Yangteng Innovation (Fujian) Information Technology Co., Ltd.

（福建省福州市闽侯县上街镇创业路2号1#楼15F-01室）

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

（申报稿）

声明：本公司的发行申请尚需经深圳证券交易所和中国证监会履行相应程序。本招股说明书不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

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）

致投资者的声明

一、公司上市的目的

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。

近年来，公司所处的线上汽配行业呈增长趋势，市场规模持续扩大，线上渗透率不断上升。在此背景下，公司本次申请于创业板上市，借助资本市场紧抓线上汽配市场机遇，进一步巩固公司竞争优势和市场领先地位。

（一）加大研发投入，持续强化数智化能力

公司坚持将数智技术与汽车后市场业务场景深度融合，已在汽配全链路运营效率、汽配产品覆盖面、品牌影响力和产品质量等多个维度建立独特的竞争优势。基于已有的研发积累，公司将在未来加大研发投入，引进和培养更多优秀人才，持续强化数智化能力，深化大数据、人工智能等新技术与汽配产业的融合和应用，提升全链路运营效率与决策智能化水平，巩固公司的技术领先优势，为未来高质量发展提供核心动能。

（二）提高品牌影响力，深化全球市场布局

公司以植根中国的汽配品牌积极参与汽车后市场的全球竞争，在报告期内已快速成长为全球线上汽配行业的知名企业。通过本次上市，公司将加大全球品牌建设投入，在耕耘北美、欧洲成熟市场的同时积极拓展新兴市场，深化全球市场布局，提升公司在国际竞争中的品牌影响力和市场份额。

（三）推动业绩持续增长

本次上市将有助于公司依托现有的产品全生命周期管理体系，加速拓展汽配产品品类和市场覆盖范围，结合公司的数智化新品导入及开发、供应链精细化管理和质量控制体系等核心竞争力，为全球客户提供更优质、丰富的汽配产品及服务，推动业绩持续增长。

（四）促进国内汽配产业高质量出海

通过本次上市，公司将进一步发挥全链路数智化运营体系效能，持续推动上游汽配制造企业科学规划生产、优化产品结构和提升产品质量，助力其向“柔性精益智造”转型升级。与此同时，公司将积极贯彻《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总体方针，借助跨境电商等新模式持续开拓全球销售渠道，为上游汽配制造企业拓宽销路，挖掘业务增量，共同融入国家高水平对外开放大局。

（五）完善公司治理

本次上市将助力公司进一步完善现代企业治理体系，提升内部管理水平，吸纳行业优秀人才，增强盈利能力，实现企业的长期稳定发展，进而为投资者创造更多的价值和回报。

二、公司现代企业制度的建立健全情况

公司建立了清晰的法人治理架构，建立健全了覆盖风险管理、合规管理、审计监督等多个层面的内部控制体系。公司在采购、销售、物流、仓储等业务环节建立了严格的内部控制流程，形成了精细化、信息化的科学管理体系。

三、本次融资的必要性及募集资金使用规划

本次募集资金投资项目系公司基于国家产业政策、行业发展趋势、市场需求变化和公司战略规划等因素综合论证后确定，系对公司主营业务的深度拓展和战略升级，符合国家产业政策与公司发展战略规划。本次募集资金将全部投入公司主营业务，用于实施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，拟投入的募集资金金额合计为 80,162.35 万元。

募集资金投资项目实施后，将有效增强公司的竞争力，提升公司运营效率，巩固市场领先地位，推动公司在数智化建设、新品开发、品牌建设和多渠道营销、仓储管理等方面实现高质量发展，为公司未来进一步发展奠定坚实的基础。

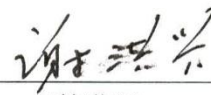
四、公司持续经营能力及未来发展规划

长期以来，公司致力于打造数智驱动的全球汽配品牌，为全球消费者提供品类丰富、质量可靠的汽车配件产品。公司将技术创新与汽车后市场业务场景深度融合，在海量的SKU全生命周期精细化管理、新品开发和产品覆盖率、用户粘性和品牌影响力等多个维度已经建立独特的竞争优势。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跨境电商汽配卖家；根据Marketplace Pulse和灼识咨询数据，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；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）。凭借在汽车后市场的持续耕耘和创新，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，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，具备较高的行业影响力和品牌知名度。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，公司营业收入和净利润均保持增长趋势，盈利能力良好，具备持续经营能力。

未来，公司将持续深耕全球汽车后市场，持续加大数智化建设投入，不断夯实公司的数智化体系能力，通过大数据、人工智能、物联网等数智技术进一步提升汽车后市场产业链运转效率和企业自身运营效率，实现新技术、新模式、新业态与汽配产业深度融合，成为全球汽车后市场数智化创新的引领者，让全球消费者的汽车维修、养护等向更高效、更智能、更可持续的方向发展。公司将继续协同上游供应链持续加大科技和资本投入，巩固我国作为全球汽车后市场制造中心的核心地位，推动我国汽配产业高质量发展。

（本页无正文，为《致投资者的声明》之签章页）

实际控制人、董事长：


谢洪兴

扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司



2026 年 4 月 22 日

声 明

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对发行人注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	本次公开发行不超过 4,001 万股，且不低于发行后公司股本总额的 10.00%，本次发行不涉及公司股东公开发售股份
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	人民币【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市证券交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不超过 40,001 万股
保荐机构（主承销商）	中国国际金融股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

目 录

致投资者的声明	1
一、公司上市的目的.....	1
二、公司现代企业制度的建立健全情况.....	2
三、本次融资的必要性及募集资金使用规划.....	2
四、公司持续经营能力及未来发展规划.....	3
声 明	5
发行概况	6
目 录	7
第一节 释义	11
一、一般用语.....	11
二、专业用语.....	14
第二节 概览	16
一、重大事项提示.....	16
二、发行人及本次发行的中介机构基本情况.....	18
三、本次发行概况.....	19
四、发行人主营业务经营情况.....	20
五、发行人的板块定位情况.....	23
六、发行人报告期主要财务数据和财务指标.....	30
七、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营情况.....	30
八、发行人选择的具体上市标准.....	31
九、发行人公司治理特殊安排等重要事项.....	31
十、募集资金运用与未来发展规划.....	31
十一、其他对发行人有重大影响的事项.....	32
第三节 风险因素	33
一、与发行人相关的风险.....	33
二、与行业相关的风险.....	36
三、其他风险.....	37
第四节 发行人基本情况	39

一、发行人基本情况.....	39
二、发行人的设立情况和报告期内的股本、股东变化情况.....	39
三、发行人报告期内重大资产重组.....	53
四、发行人在其他证券市场的上市挂牌情况.....	53
五、发行人股权结构.....	53
六、发行人子公司、参股公司及分公司情况.....	53
七、控股股东、实际控制人及持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东的基本情况.....	60
八、特别表决权股份或类似安排.....	69
九、报告期内控股股东、实际控制人是否存在重大违法行为的情况.....	69
十、发行人股本情况.....	70
十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员.....	74
十二、发行人股权激励及其他制度安排和执行情况.....	88
十三、发行人员工情况.....	95
第五节 业务与技术	98
一、发行人主营业务和主要产品情况.....	98
二、发行人所处行业的基本情况和竞争状况.....	119
三、销售情况和主要客户.....	155
四、采购情况和主要供应商.....	159
五、发行人的主要固定资产和无形资产.....	163
六、公司核心技术及研发情况.....	175
七、公司境外进行生产经营的情况.....	185
第六节 财务会计信息与管理层分析	187
一、财务报表.....	187
二、审计意见类型和关键审计事项.....	191
三、财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况.....	193
四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计.....	194
五、非经常性损益情况.....	221
六、税项.....	222
七、发行人主要财务指标.....	227

八、经营成果分析.....	229
九、资产质量分析.....	258
十、偿债能力、流动性与持续经营能力分析.....	276
十一、重大资产业务重组或股权收购合并事项.....	288
十二、期后事项、或有事项、其他重要事项及重大担保、诉讼事项.....	289
十三、盈利预测.....	289
第七节 募集资金运用与未来发展规划	290
一、募集资金运用方案.....	290
二、募集资金投资项目基本情况.....	293
三、发展战略规划.....	297
第八节 公司治理与独立性	301
一、报告期内发行人公司治理制度的建立健全情况.....	301
二、公司内部控制情况.....	302
三、发行人报告期内存在的违法违规行为及受到处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施的情况.....	303
四、发行人报告期内资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用和为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况.....	304
五、发行人直接面向市场独立持续经营的能力.....	304
六、发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业从事相同、相似业务的情况.....	306
七、关联方.....	307
八、关联交易.....	310
九、报告期内关联方的变化情况.....	319
第九节 投资者保护	320
一、本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序.....	320
二、董事会关于股东回报事宜的专项研究论证情况以及相应的规划安排理由....	320
三、本次发行前后股利分配政策和未分配利润的使用安排.....	320
四、公司上市后股东长期回报规划及主要考虑因素.....	327
五、特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排.....	327

六、尚未盈利时发行人控股股东、实际控制人和董事、监事、高级管理人员落实保护投资者合法权益规定的各项措施.....	328
第十节 其他重要事项	329
一、重大合同.....	329
二、对外担保情况.....	333
三、重大诉讼与仲裁事项.....	333
第十一节 声明	334
一、发行人及其全体董事、审计委员会委员、高级管理人员声明.....	334
二、发行人控股股东、实际控制人声明.....	339
三、保荐人（主承销商）声明.....	340
四、发行人律师声明.....	343
五、承担审计业务的会计师事务所声明.....	344
六、资产评估机构声明.....	345
七、验资机构声明.....	347
第十二节 附件	348
一、附件目录.....	348
二、查阅地点.....	348
三、查阅时间.....	349
附件一 落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配决策程序、股东投票机制建立情况	350
附件二 与投资者保护相关的承诺、发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项	354
附件三 股东会、董事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况说明	384
附件四 审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明	388
附件五 募集资金具体运用情况	389
附件六 子公司、参股公司简要情况	404
附件七 发行人被许可使用的商标	405
附件八 软件著作权	409

第一节 释义

在本招股说明书中，除非文义另有所指，下列简称和术语具有如下涵义：

一、一般用语

公司、本公司、母公司、发行人、扬腾创新、股份公司	指	扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司
扬腾有限、有限公司	指	福建扬腾创新信息科技有限公司，系发行人前身
福州扬腾网络	指	福州扬腾网络科技有限公司，系发行人子公司
福州鸿辉	指	福州鸿辉信息科技有限公司，系发行人子公司
福州华翔	指	福州华翔汽车配件有限公司，系发行人子公司
福州硕辉	指	福州硕辉信息科技有限公司（曾用名：福州硕辉汽车配件有限公司），系发行人子公司
厦门世纪华腾	指	厦门世纪华腾网络科技有限公司，系发行人子公司
深圳数智	指	深圳扬腾数智科技有限公司，系发行人子公司
杭州数智	指	杭州扬腾数智科技有限公司，系发行人子公司
横琴数智	指	广东横琴扬腾数智科技有限公司，系发行人子公司
香港扬腾创新	指	扬腾创新有限公司（Yangteng Innovations Limited），系发行人子公司
香港卓越创新	指	卓越创新有限公司（Premium Innovations Limited），系发行人子公司
香港世纪华腾	指	Century Huateng Network Overseas Limited，系发行人子公司
福州爱腾	指	福州爱腾信息科技有限公司，系发行人子公司
德国 APM	指	APM Autoteile GmbH，系发行人子公司
德国 Interparts	指	Interparts Wholesale GmbH，系发行人子公司
香港国际配件	指	国际汽车配件有限公司（International Auto Parts Limited），系发行人子公司
扬腾 BVI	指	International Auto Parts (BVI) Ltd，系发行人子公司
扬腾开曼	指	International Auto Parts (Cayman) Limited，系发行人子公司
国际配件（香港）	指	国际汽车配件（香港）有限公司（International Auto Parts (HK) Limited），系发行人子公司
扬腾爱尔兰	指	Premium International Auto Parts Limited，系发行人子公司
美国 PPM	指	Premium Parts Master LLC，系发行人子公司
美国 PPW	指	Premium Parts Wholesale Ltd.，系发行人子公司
美国 IAPD	指	International Auto Parts Development LLC，系发行人子公司

美国 IAPW	指	International Auto Parts Wholesale LLC，系发行人子公司
香港 IAPD	指	International Auto Parts Development (HK) Limited，系发行人子公司
香港 IAPW	指	International Auto Parts Wholesale (HK) Limited，系发行人子公司
扬腾泰国	指	Yangteng Innovation (Thailand) Limited，系发行人子公司
福州兴腾	指	福州高新区兴腾企业管理合伙企业（有限合伙）（曾用名：安吉兴腾企业管理合伙企业（有限合伙）），系发行人股东，持股平台
福州骏腾	指	福州高新区骏腾企业管理合伙企业（有限合伙）（曾用名：长兴骏腾企业管理合伙企业（有限合伙）），系发行人股东，持股平台
福州福腾	指	福州高新区福腾企业管理合伙企业（有限合伙）（曾用名：长兴福腾企业管理合伙企业（有限合伙）），系发行人股东，持股平台
福州拓腾	指	福州高新区拓腾企业管理合伙企业（有限合伙）（曾用名：长兴拓腾企业管理合伙企业（有限合伙）），系发行人股东，持股平台
福州闽腾	指	福州高新区闽腾企业管理合伙企业（有限合伙）（曾用名：长兴闽腾企业管理合伙企业（有限合伙）），系发行人股东，持股平台
福州驰腾	指	福州高新区驰腾企业管理合伙企业（有限合伙）（曾用名：安吉驰腾企业管理合伙企业（有限合伙）），系发行人股东，持股平台
福州智腾	指	福州智腾企业管理合伙企业（有限合伙），系发行人股东，持股平台
腾讯香港	指	Tencent Mobility Limited，系发行人股东
腾讯开曼	指	Luck Talent Holding Limited，系发行人股东
金色成长	指	金色成長叁（香港）有限公司（Golden Growth III (Hong Kong) Limited），系发行人股东
Astrend Opportunity	指	Astrend Opportunity IV (Hong Kong) Beta Limited，系发行人股东
高瓴琳恒	指	深圳琳恒投资咨询中心（有限合伙），系发行人股东
高瓴鼎磊	指	珠海鼎磊投资中心（有限合伙），系发行人股东
恒旭资本	指	上海长三角产业升级股权投资合伙企业（有限合伙），系发行人股东
武汉源夏	指	武汉源夏股权投资合伙企业（有限合伙），系发行人股东
Macro Capital	指	Macro Capital Hong Kong Limited，系发行人股东
麦步投资	指	舟山麦步投资有限责任公司，系发行人股东
富达基金	指	Fidelity China Special Situations PLC，系发行人股东
无锡鼎晖	指	无锡鼎晖弘嘉股权投资合伙企业（有限合伙），系发行人股东
成都鼎晖	指	成都鼎晖盈嘉股权投资基金合伙企业（有限合伙），系发行人股东
Genuine Holdings	指	Genuine Holdings Limited，系发行人股东
无锡彬复	指	无锡彬复海创人才创业投资合伙企业（有限合伙），系发行人股东
无锡彬扬	指	无锡彬扬创业投资合伙企业（有限合伙），系发行人股东
鹰潭彬沃	指	鹰潭彬沃创新创业投资合伙企业（有限合伙），系发行人股东
彬逸复旅	指	常州彬逸复旅创业投资合伙企业（有限合伙），系发行人股东
内蒙彬复	指	内蒙古国创大数据应用产业投资中心（有限合伙），系发行人股东
上海彬复	指	上海彬复卿云创业投资合伙企业（有限合伙），系发行人股东

衡阳彬复	指	衡阳彬复潇湘创业投资合伙企业（有限合伙），系发行人股东
中金浦成	指	中金浦成投资有限公司，系发行人股东
中金榕投	指	福州中金榕投新兴产业投资合伙企业（有限合伙），系发行人股东
福建产业基金	指	福建龙头产业股权投资基金合伙企业（有限合伙），系发行人股东
福州榕投	指	福州榕投壹号股权投资合伙企业（有限合伙），系发行人股东
海峡股权基金	指	福州高新区海峡股权投资合伙企业（有限合伙），系发行人股东
ACHV	指	Achiever Ventures III (Hong Kong) Limited，系发行人原股东
《公司章程》	指	根据本招股说明书文义所需，指当时有效的《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	经公司 2026 年第二次临时股东会通过，为本次发行之目的，按照《上市公司章程指引》等中国法律全面修订的《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司章程（草案）》，自公司股票于深圳证券交易所创业板上市之日起生效
股东会	指	扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司股东会
董事、董事会	指	扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司董事、董事会
证监会、中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《十五五规划纲要》	指	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要》
保荐机构、主承销商、中金公司	指	中国国际金融股份有限公司
发行人会计师、德勤	指	德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人律师	指	北京市海问律师事务所
资产评估机构	指	厦门嘉学资产评估房地产估价有限公司
eMarketer	指	一家国际市场研究机构，专注于市场营销、互联网等领域
灼识咨询	指	灼识企业管理咨询（上海）有限公司
Marketplace Pulse	指	www.marketplacepulse.com，总部位于美国纽约，是一家全球知名的电子商务数据统计平台
Statista	指	Statista Inc.，一家全球知名的数据统计机构
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元
报告期	指	2023 年度、2024 年度和 2025 年度
报告期各期末	指	2023 年 12 月 31 日、2024 年 12 月 31 日和 2025 年 12 月 31 日

二、专业用语

汽车零部件/汽配/汽车配件	指	构成汽车整体各单元的零部件
汽车后市场	指	汽车从售出到报废的过程中，围绕汽车售后使用环节中各种后继需要和服务而产生的一系列交易活动的总称
线上汽配行业	指	通过互联网线上渠道向客户销售汽车配件产品和提供服务的行业
线上销售	指	通过互联网进行产品销售
B2C	指	Business-to-Consumer，即直接面向消费者销售产品和服务的零售模式。这种形式的销售一般以网络零售业为主，主要借助于互联网开展在线销售活动
B2B	指	Business-to-Business，是一种销售产品和服务的对象为企业、公司的商业模式
跨境电商	指	通过电子商务平台/网站向分属不同关境的客户销售产品
DIY	指	Do it yourself，即用户购买汽车配件产品后，自主进行汽车维修、养护等
DIFM	指	Do it for me，即用户购买汽车配件产品后交由专业服务商或人员进行汽车维修、养护等
亚马逊/Amazon	指	Amazon.com, Inc.，是美国最大的网络电子商务公司，在本招股说明书中亦指其网络销售平台；亚马逊旗下公司包括 Amazon.com Services LLC、Amazon.com.ca, Inc.、Amazon Services Europe S.A.R.L 等
亚马逊 VC	指	Amazon Vendor Central（亚马逊供应商中心），卖家通过该模式将产品主要以买断的形式销售给亚马逊，亚马逊全权负责后续运输、销售、客服和售后等
eBay	指	eBay Inc.，是全球最大的网络交易平台之一，eBay 旗下公司包括 eBay GmbH、eBay Marketplaces GmbH 等
独立站	指	自建的汽车零部件垂直品类自营网站
Autodoc	指	Autodoc SE，是一家欧洲领先的汽车零部件/汽车配件在线零售商
沃尔玛/Walmart	指	Walmart Inc.，总部位于美国的知名连锁企业，在全球范围内以沃尔玛购物广场、山姆会员店、沃尔玛商店、网络销售平台等多种方式经营零售业务，提供种类齐全的商品和服务
PartsGeek	指	Parts Geek, LLC，一家专注于在线销售汽车配件的零售商
Turn5	指	Turn5, Inc.，一家专注于在线销售汽车配件的零售商
Alibaba	指	阿里巴巴集团控股有限公司旗下速卖通、阿里巴巴国际站等跨境零售电商平台
美国四大汽配连锁商超	指	美国知名汽配商超 AutoZone、O'Reilly、Advance Auto Parts 和 NAPA，均为在美国上市的汽车售后市场零部件零售商
Dorman	指	Dorman Products, Inc.，一家在美国上市的汽车售后市场替换及升级零部件的设计、制造与分销商
Febi	指	Ferdinand Bilstein GmbH & Co. KG，一家德国汽车售后市场领先的高品质替换零部件制造商与供应商
CarParts	指	CarParts.com, Inc.，一家在美国上市的线上汽配零售商，主要销售的产品为汽车配件
RockAuto	指	RockAuto, LLC，一家总部位于美国的线上汽配零售商，主要通过其汽配专业网站销售汽车配件
爱信	指	爱信株式会社，一家总部位于日本的汽车零部件、汽车保修设备等产品的制造商

汽车零部件整车配套市场、汽车零部件 OEM 市场	指	Original Equipment Manufacturer Market，指汽车出厂前，为汽车制造厂商提供整车装配零部件的市场
汽车配件售后市场、汽车配件 AM 市场	指	After Market，指汽车销售之后的维修、保养等过程中需要更换的汽车配件市场
汽车零部件独立后市场	指	Independent After Market，指汽车销售之后，由独立第三方提供维修、保养等售后服务的汽车零部件市场
头程物流	指	将商品运到海外目的地仓库存储的物流过程
尾程配送	指	从境外存储仓将商品直接派送到消费者的物流过程
FBA	指	Fulfillment by Amazon，指亚马逊卖家将自身产品运送至当地亚马逊仓库中，由亚马逊在海外提供专业的仓储和物流服务，由其负责货物的拣选、储存、包装和运输
SPU	指	Standard Product Unit（标准化产品单元），是商品信息聚合的单元，属性值、特性相同的商品就可以成为一个 SPU。本招股说明书中，产品类别、基本功能和产品形态相同的汽车配件产品为一个 SPU
SKU	指	Stock Keeping Unit（库存量单位），是物理上不可分割的最小存货单位。本招股说明书中，用型号、规格、品牌、属性等因素来划分不同的 SKU
AI	指	Artificial Intelligence，即人工智能，是研究、开发用于模拟、延伸和扩展人的智能的理论、方法、技术及应用系统的一门新技术科学
机器学习	指	通过算法和模型使计算机从数据中自动学习并进行预测或决策的技术
开模	指	产品模具的制造，系汽车配件生产的工序之一

注：本招股说明书中部分合计数与各单项数据之和在尾数上存在差异，这些差异系四舍五入原因所致。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文做扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、重大事项提示

（一）重大风险提示

本公司提醒投资者认真阅读本招股说明书之“第三节 风险因素”部分，并特别注意以下重要事项：

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、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。

3、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。

4、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。

（二）与投资者保护相关的承诺

本公司提示投资者认真阅读本次发行相关主体作出的重要承诺以及未能履行承诺的约束措施，具体承诺事项请参见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件二 与投资者保护相关的承诺、发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项”。

（三）本次发行前滚存利润分配方案及发行后公司股利分配政策

1、发行前滚存利润分配方案

2026 年 4 月 22 日，公司召开 2026 年第二次临时股东会，审议通过《关于首次公开发行人民币普通股（A 股）股票前滚存利润分配方案的议案》，约定公司本次发行

上市前滚存的未分配利润在本次发行上市后由新老股东共同享有。

2、发行后公司股利分配政策

2026 年 4 月 22 日，公司召开 2026 年第二次临时股东会，审议通过《关于首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市后三年股东回报规划的议案》，规定本次发行后的股利分配政策，包括股东回报规划的原则、股东回报规划的具体方案、制定股东回报规划的考虑因素、股东回报规划的决策程序和监督机制、利润分配方案的实施等，具体参见本招股说明书第九节之“三、本次发行前后股利分配政策和未分配利润的使用安排”。

二、发行人及本次发行的中介机构基本情况

(一) 发行人基本情况			
中文名称	扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司	有限公司成立日期	2019 年 9 月 24 日
英文名称	Yangteng Innovation (Fujian) Information Technology Co., Ltd.	股份公司成立日期	2024 年 12 月 3 日
注册资本	36,000 万元	法定代表人	谢洪兴
注册地址	福建省福州市闽侯县上街镇创业路 2 号 1#楼 15F-01 室	主要生产经营地址	福建省福州市闽侯县上街镇创业路 2 号 1#楼 15F-01 室
控股股东	福州兴腾	实际控制人	谢洪兴
行业分类	零售业（F52）	在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况	无
(二) 本次发行的有关中介机构			
保荐人	中国国际金融股份有限公司	主承销商	中国国际金融股份有限公司
发行人律师	北京市海问律师事务所	其他承销机构	无
审计机构	德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	厦门嘉学资产评估房地产估价有限公司
发行人与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间存在的直接或间接的股权关系或其他利益关系		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%。 除上述情形外，发行人与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间均不存在直接或间接的股权关系或其他利益关	

		系的情形。	
(三) 本次发行其他有关机构			
股票登记机构	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司	收款银行	【】
其他与本次发行有关的机构		保荐机构（主承销商） 律师	北京市金杜（深圳）律师事务所

三、本次发行概况

（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	无
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	保荐及承销费	【】 万元	
	审计费	【】 万元	
	律师费	【】 万元	
	发行手续费	【】 万元	

	其他	【】万元
(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	

四、发行人主营业务经营情况

(一) 主营业务情况

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”。

汽车后市场系围绕汽车售后使用环节衍生需求和服务形成的市场，从汽车后市场产业链结构来看，下游终端用户需求多样化、碎片化和长尾化，上游生产供给相对充分，但同时呈现出多元分散的特点。在此背景下，将多样、碎片且长尾化的终端需求与供给充足但多元分散的生产制造端有效链接，是产业链的核心价值环节。公司以大数据、人工智能等数字技术为底层驱动，构建了一套汽配全链路数智化运营体系，促进汽配产业与新技术、新模式的深度融合，改善行业内供需信息不对称的现状，实现上游生产厂商与消费者端到端的高效链接。

在经营过程中，公司持续挖掘和积累业务数据，深化市场洞察，不断迭代和完善数智化运营体系，进而驱动业务高质量发展：1、在新品开发端，公司基于市场洞察持续对细分汽车配件产品进行可行性研究和分析，实现智能、精准、高效的新品导入和开发，截至 2025 年末，公司在售的自有品牌 SKU 数量已达约 17.21 万个，位居行业前列；2、在供应链管理端，公司构建了需求驱动的动态库存优化机制，使用自研的多维度分层式需求预测模型和跨境智能仓配系统，合理统筹产品采购计划，高效管控库存

动销，保障产品的有效供应；公司以境内外分布式仓库为基点，构建了专业的仓储管理和物流跟踪系统，保证产品全流程运输和仓储的信息畅通，实现履约路径的智能优化，提高仓储配送效率和交付体验。报告期内，公司的存货周转率在 1.8 次以上，处于汽车后市场同类型企业较高水平；3、在多渠道运营端，公司积极引入大数据、人工智能等新兴技术，基于市场历史数据、竞品信息等多维度数据不断提高订单履约效率，优化用户体验，增强精准营销能力。截至 2025 年末，公司在亚马逊、eBay 的主要店铺好评率均在 98%以上；4、同时，公司始终坚持品牌化战略，引入数智化工具赋能文案设计、视觉符号打造等，通过优良的产品品质、专业的形象和口碑的沉淀，树立了良好的品牌形象，持续建立和深化与终端用户的链接。报告期内，公司在主要销售渠道的复购率均呈增长趋势，其中销售占比最高的亚马逊平台店铺的复购率¹分别约为 19%、28%、34%，在保持较高水平基础上持续增长。

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，在海量 SKU 全生命周期精细化管理、新品开发和产品覆盖率、供应链精细化管理、用户粘性和品牌影响力等多个维度已经建立独特的竞争优势，并已经快速成长为全球线上汽配行业的品牌企业。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；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）。经过多年的发展，公司在汽车后市场领域已经具备较强的全球影响力。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，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%。

公司秉承数智化创新汽车后市场产业链的理念，持续加大研发投入，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”。

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

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。凭借在汽车后市场的持续耕耘和创新，公司在报告期内荣获“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。

（二）主要产品

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。

（三）采购模式和主要供应商情况

报告期内，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。公司建立了采购与付款管理、存货管理等内控流程，并自主开发了需求预测、采购运筹管理、存货管理、质检管理等供应链管理相关的信息系统模块，通过严格的供应商筛选、产品全链路跟踪和质量控制程序确保产品采购质量，提高采购效率。

报告期内，公司具体采购情况和主要供应商请参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“四、采购情况和主要供应商”。

（四）销售模式和主要客户情况

公司的销售模式可以分为线上 B2C 模式、线上 B2B 模式和线下销售模式，其中线上 B2C 模式是公司最主要的销售模式。线上 B2C 模式下，公司在线上第三方电商平台（如 Amazon、eBay 等）开设的线上店铺和自建独立站，以线上零售的方式触达全球消费者，将中国及全球制造的优质汽车配件产品销售至全球各个国家和地区；公司的线上 B2B 模式系电商平台或网站向公司下单采购产品，并销售给其他客户。除此之外，公司还通过线下模式向客户销售产品，作为公司销售模式的补充。

报告期内，公司主要通过 Amazon、eBay 等电商平台以及自有独立站销售产品，以面向个人消费者为主，公司具体销售情况和主要客户请参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“三、销售情况和主要客户”。

五、发行人的板块定位情况

（一）公司符合创业板行业领域要求

1、公司所处行业符合国家发展战略和产业政策导向

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。

2、公司所处行业不属于创业板发行上市申报负面清单行业

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。

（二）公司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

（三）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级的中间环节，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 SKU4.0 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統，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 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。

（四）公司技术创新及其表征

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详见招股说明书“第五节 业务与技术”之“六、公司核心技术及研发情况”之“（一）公司核心技术情况”。

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。

（五）公司成长性及其表征

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。

六、发行人报告期主要财务数据和财务指标

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（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%
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。

七、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营情况

公司最近一期审计报告的截止日为 2025 年 12 月 31 日。财务报告审计截止日至本

招股说明书签署日，公司整体经营环境未发生重大变化，发行人经营状况与财务状况稳定，不存在影响发行条件的重大不利因素。

八、发行人选择的具体上市标准

根据深圳证券交易所发布的《深圳证券交易所创业板股票上市规则》规定的上市条件，发行人符合上市标准为“2.1.2（一）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”，具体如下：

2023年、2024年和2025年，公司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为计算依据）分别为11,095.30万元、29,017.64万元和34,595.89万元，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为计算依据）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，公司符合《深圳证券交易所创业板股票上市规则》第2.1.2条规定的第一套标准。

九、发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署日，发行人不存在公司治理的特殊安排。

十、募集资金运用与未来发展规划

（一）募集资金运用

经公司第一届董事会第十次会议及2026年第二次临时股东会批准，发行人本次拟公开发行人民币普通股不超过4,001万股，且发行数量占发行后总股本的比例不低于10%。实际募集资金扣除发行费用后，将根据《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司募集资金管理办法》专户存储、使用，并将本次募集资金投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资概算总额	拟用募集资金投入金额
1	新品开发及运营中心建设项目	31,811.83	31,811.83

序号	项目名称	投资概算总额	拟用募集资金投入金额
2	数智化供应链及运营管理平台建设升级项目	17,470.49	17,470.49
3	品牌建设与渠道推广升级项目	14,807.49	14,807.49
4	智能仓储物流体系建设升级项目	16,072.54	16,072.54
合计		80,162.35	80,162.35

若本次发行实际募集资金净额（扣除发行费用后）不能满足上述项目资金需求，不足部分将由公司通过自有资金以及银行贷款等自筹资金解决。本次发行上市募集资金到位前，公司可根据各项目的实施进度，以自筹资金对上述拟投资项目进行先期投入，待募集资金到位后再以募集资金置换先行投入的资金。本次发行上市募集资金到位后，公司将严格按照有关制度的要求使用募集资金。

（二）未来发展规划

长期以来，公司致力于打造数智驱动的全球汽配品牌，为全球消费者提供品类丰富、质量可靠的汽车配件产品。未来，公司将持续深耕全球汽车后市场，持续加大数智化建设投入，不断夯实公司的数智化体系能力，通过大数据、人工智能、物联网等数智技术赋能汽配产业链条，提升管理运营效率；公司将持续推进新品导入和开发，重点聚焦于开发市场供给尚不充分的产品，以不断提升公司产品覆盖面和竞争力，更好地满足全球消费者多样化、差异化的需求；公司将全球持续拓展新渠道、新市场，完善全球布局，通过优质的产品和服务提升品牌影响力，以成为深受全球消费者信赖品牌。与此同时，在企业运营和发展过程中，公司将助力新技术、新模式、新业态与汽配产业深度融合，联动汽配产业链上的众多中国汽配制造企业不断增加科技创新和资本投入，携手推动汽配产业转型升级和高质量发展。

十一、其他对发行人有重大影响的事项

截至本招股说明书签署日，不存在其他对发行人有重大影响的事项。

第三节 风险因素

一、与发行人相关的风险

（一）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。

（二）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。

（三）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。

（四）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断增长，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。

（五）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。

（六）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。

（七）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。

（八）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。

（九）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 5,000 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。

（十）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。

（十一）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。

二、与行业相关的风险

（一）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。

（二）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。

（三）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。

三、其他风险

（一）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、品牌建设与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、项目实施效果是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。

（二）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、品牌建设与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。

（三）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。

第四节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

注册中文名称	扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司
注册英文名称	Yangteng Innovation (Fujian) Information Technology Co., Ltd.
注册资本	36,000 万元
法定代表人	谢洪兴
有限责任公司成立日期	2019 年 9 月 24 日
股份有限公司设立日期	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
电话号码	0591-38268889
传真号码	0591-38268889
互联网网址	http://www.yangtenginnovation.com
电子信箱	yangtengIR@cht-group.net
负责信息披露和投资者关系的部门	董事会办公室
部门负责人和联系方式	部门负责人：龚翱 联系方式：0591-38268889

二、发行人的设立情况和报告期内的股本、股东变化情况

（一）发行人设立及报告期内股本和股东变化情况概览

公司设立及报告期内股本和股东变化简要情况如下表所示：

序号	时间	事由	股本及股东变化的具体情况
有限公司设立情况			
1	2019 年 9 月	扬腾有限设立	注册资本 1,000.00 万元，谢洪兴认缴 1,000.00 万元，出资价格为 1.00 元/注册资本
报告期内公司股本、股东变化情况及股份公司设立情况			
2	2023 年 1 月	报告期初	注册资本为 1,196.41077 万元，福州兴腾认缴 614.99594 万元，腾讯香港认缴 117.64706 万元，福州骏腾认缴 109.53427 万元，福州福腾认缴 95.96979 万元，ACHV 认缴 70.58824 万元，福州拓腾认缴 49.50000 万元，福州闽腾认缴 41.40588 万元，福州驰腾认缴 30.00000 万元，麦步投资认缴 23.30000 万元，恒旭资本认缴 19.94018 万元，彬逸复旅认缴 8.71329 万元，无锡彬复认缴 8.46635 万元，内蒙彬

序号	时间	事由	股本及股东变化的具体情况
			复认缴 6.34977 万元
3	2023 年 2 月	扬腾有限报告期内第一次股权转让	股东 ACHV 将其持有的扬腾有限 5.9%股权（对应出资额 70.58824 万元）以 1,037.2121 万美元的价格转让给金色成长（当时与 ACHV 系由同一股东控制的主体），价格为 14.69 美元/注册资本
4	2023 年 8 月	扬腾有限报告期内第一次增资	公司的注册资本增加至 1,295.75173 万元，新增注册资本 99.34096 万元由腾讯香港、恒旭资本、Astrend Opportunity、衡阳彬复、上海彬复认购，每股注册资本单价为 231.53 元
5	2024 年 3 月	扬腾有限报告期内第二次增资	注册资本增加至 1,416.68892 万元，新增注册资本 120.93719 万元由福州智腾、高瓴琳恒、腾讯香港、中金浦成、Astrend Opportunity、恒旭资本、鹰潭彬沃认购。福州智腾认购每股注册资本单价为 226.90 元，其它主体认购每股注册资本单价为 282.35 元，福州智腾为公司向员工进行股权激励授予的持股平台，因此与其他主体的价格存在差异
6	2024 年 7 月	扬腾有限报告期内第二次股权转让	（1）彬逸复旅将其持有的扬腾有限 0.1628%股权（对应出资额 2.30728 万元）以 586.3111 万元的价格转让给鹰潭彬沃，每股注册资本单价为 254.11 元； （2）麦步投资将其持有的扬腾有限 0.1667%股权（对应出资额 2.36115 万元）以 600 万元的价格转让给鹰潭彬沃，每股注册资本单价为 254.11 元； （3）麦步投资将其持有的扬腾有限 0.1111%股权（对应出资额 1.5741 万元）以 400 万元的价格转让给恒旭资本，每股注册资本单价为 254.11 元
7	2024 年 12 月	整体变更设立股份有限公司	扬腾有限整体变更为股份有限公司，股本为 1,416.6891 万元
8	2024 年 12 月	扬腾创新报告期内第一次增资	股本由 1,416.6891 万元增加至 1,582.8776 万元，新增股本 166.1885 万元由武汉源夏、Macro Capital、Genuine Holdings、无锡鼎晖、成都鼎晖、富达基金、福建产业基金、福州榕投、海峡股权基金、中金榕投、腾讯香港、腾讯开曼、Astrend Opportunity、无锡彬扬、高瓴鼎磊认购，每股单价为 367.05 元
9	2025 年 3 月	扬腾创新报告期内第二次增资	以公司资本公积金 34,417.1224 万元向全体股东按比例转增股本，公司的股本由 1,582.8776 万元增加至 36,000 万元

（二）有限责任公司的设立情况

2019 年 9 月 19 日，谢洪兴签署《福建扬腾创新信息科技有限公司章程》，根据该章程，扬腾有限设立时的注册资本为 1,000 万元。

2019 年 9 月 24 日，福州市市场监督管理局向扬腾有限核发了《营业执照》。根据该营业执照的记载，扬腾有限的注册资本为 1,000 万元；法定代表人为谢洪兴；经营范围为“网络与信息安全软件开发；信息技术咨询服务；其他未列明信息技术服务；其他信息系统集成服务；计算机、软件及辅助设备批发；基础软件开发；支撑软件开

发；应用软件开发；日用杂货批发；日用杂品零售；其他日用品零售；其他机械设备及电子产品批发；其他电子产品零售；汽车零配件零售；汽车及配件批发；互联网零售；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）”。

扬腾有限设立时的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名	注册资本	持股比例
1	谢洪兴	1,000.0000	100.0000%
合计		1,000.0000	100.0000%

（三）股份有限公司的设立情况

2024年11月6日，扬腾有限股东会作出决议，同意扬腾有限全体股东作为发起人，将有限公司整体变更为股份有限公司，股份公司名称为扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司；同意以截至2024年8月31日经审计的扬腾有限账面净资产为依据，折股为股份公司股本1,416.6891万股，每股面值1元，净资产折股后剩余金额计入公司资本公积。

2024年11月6日，福州兴腾、腾讯香港、福州骏腾、福州福腾、金色成长、高瓴琳恒、福州拓腾、福州闽腾、恒旭资本、福州驰腾、福州智腾、Astrend Opportunity、麦步投资、彬逸复旅、无锡彬复、中金浦成、内蒙彬复、衡阳彬复、上海彬复和鹰潭彬沃共同签署了《发起人协议》，对扬腾有限变更公司形式等事项作出约定。

2024年11月26日，发起人召开成立大会，审议通过了设立发行人等相关议案，包括通过发行人的《公司章程》、选举产生发行人的董事会和监事会成员等。

2024年11月26日，公司全体发起人签署了《公司章程》。

2024年11月27日，德勤对本次整体变更的股本实收情况进行审验，并出具了德师报（验）字（24）第00232号《验资报告》，确认各发起人的出资已足额到位。

2024年12月3日，福州市市场监督管理局向股份公司核发了统一社会信用代码为91350100MA338EEKXY的《营业执照》。

于发行人设立之日，发行人的股权结构如下表所示：

单位：万股

序号	股东名称	持股数量	持股比例
1	福州兴腾	614.9959	43.4108%
2	腾讯香港	186.2170	13.1445%
3	福州骏腾	109.5343	7.7317%
4	福州福腾	95.9698	6.7742%
5	金色成长	70.5882	4.9826%
6	高瓴琳恒	63.7510	4.5000%
7	福州拓腾	49.5000	3.4941%
8	恒旭资本	41.4508	2.9259%
9	福州闽腾	41.4059	2.9227%
10	福州驰腾	30.0000	2.1176%
11	福州智腾	26.4439	1.8666%
12	Astrend Opportunity	23.5561	1.6628%
13	麦步投资	19.3648	1.3669%
14	无锡彬复	8.4664	0.5976%
15	中金浦成	7.0834	0.5000%
16	鹰潭彬沃	6.9674	0.4918%
17	彬逸复旅	6.4060	0.4522%
18	内蒙彬复	6.3498	0.4482%
19	衡阳彬复	4.3192	0.3049%
20	上海彬复	4.3192	0.3049%
合计		1,416.6891	100.0000%

（四）报告期内发行人股本和股东变化情况

1、报告期初，扬腾有限的股权情况

报告期初，扬腾有限的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	注册资本	持股比例
1	福州兴腾	614.99594	51.4034%
2	腾讯香港	117.64706	9.8333%
3	福州骏腾	109.53427	9.1552%

序号	股东名称	注册资本	持股比例
4	福州福腾	95.96979	8.0215%
5	ACHV	70.58824	5.9000%
6	福州拓腾	49.50000	4.1374%
7	福州闽腾	41.40588	3.4608%
8	福州驰腾	30.00000	2.5075%
9	麦步投资	23.30000	1.9475%
10	恒旭资本	19.94018	1.6667%
11	彬逸复旅	8.71329	0.7283%
12	无锡彬复	8.46635	0.7076%
13	内蒙彬复	6.34977	0.5307%
合计		1,196.41077	100.0000%

2、2023 年 2 月，扬腾有限报告期内第一次股权转让

2023 年 1 月 3 日，扬腾有限召开股东会，同意 ACHV 将其持有的扬腾有限 5.90% 股权（对应出资额 70.58824 万元）以 1,037.2121 万美元的价格转让给金色成长（当时与 ACHV 系由同一股东控制的主体）。

2023 年 1 月 3 日，ACHV 与金色成长就上述股权转让事宜签署《福建扬腾创新信息科技有限公司股权转让协议》。

2023 年 1 月 3 日，扬腾有限签署了相应的《福建扬腾创新信息科技有限公司章程》。

2023 年 2 月 6 日，福州市市场监督管理局向扬腾有限核发了变更后的《营业执照》。

本次变更后，扬腾有限的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	注册资本	持股比例
1	福州兴腾	614.99594	51.4034%
2	腾讯香港	117.64706	9.8333%
3	福州骏腾	109.53427	9.1552%
4	福州福腾	95.96979	8.0215%

序号	股东名称	注册资本	持股比例
5	金色成长	70.58824	5.9000%
6	福州拓腾	49.50000	4.1374%
7	福州闽腾	41.40588	3.4608%
8	福州驰腾	30.00000	2.5075%
9	麦步投资	23.30000	1.9475%
10	恒旭资本	19.94018	1.6667%
11	彬逸复旅	8.71329	0.7283%
12	无锡彬复	8.46635	0.7076%
13	内蒙彬复	6.34977	0.5307%
合计		1,196.41077	100.0000%

3、2023 年 8 月，扬腾有限报告期内第一次增资

2023 年 8 月 2 日，扬腾有限召开股东会，同意将注册资本由 1,196.41077 万元增加至 1,295.75173 万元。其中股东认购情况如下：

单位：万元

序号	投资方	增资款	计入注册资本
1	腾讯香港	13,000.0000	56.14924
2	恒旭资本	4,000.0000	17.27669
3	Astrend Opportunity	4,000.0000	17.27669
4	衡阳彬复	1,000.0000	4.31917
5	上海彬复	1,000.0000	4.31917
合计		23,000.0000	99.34096

注：Astrend Opportunity 的增资款以上述表格金额等额的美元出资。

2023 年 8 月 2 日，扬腾有限签署了相应的《福建扬腾创新信息科技有限公司章程》。

2023 年 8 月 10 日，福州市市场监督管理局向扬腾有限核发了变更后的《营业执照》。

本次变更后，扬腾有限的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	注册资本	持股比例
1	福州兴腾	614.99594	47.4625%
2	腾讯香港	173.79630	13.4128%
3	福州骏腾	109.53427	8.4533%
4	福州福腾	95.96979	7.4065%
5	金色成长	70.58824	5.4477%
6	福州拓腾	49.50000	3.8202%
7	福州闽腾	41.40588	3.1955%
8	恒旭资本	37.21687	2.8722%
9	福州驰腾	30.00000	2.3153%
10	麦步投资	23.30000	1.7982%
11	Astrend Opportunity	17.27669	1.3333%
12	彬逸复旅	8.71329	0.6725%
13	无锡彬复	8.46635	0.6534%
14	内蒙彬复	6.34977	0.4900%
15	衡阳彬复	4.31917	0.3333%
16	上海彬复	4.31917	0.3333%
合计		1,295.75173	100.0000%

4、2024 年 3 月，扬腾有限报告期内第二次增资

2024 年 2 月 28 日，扬腾有限召开股东会，同意将注册资本由 1,295.75173 万元增加至 1,416.68892 万元。其中股东认购情况如下：

单位：万元

序号	投资方	增资款	计入注册资本
1	高瓴琳恒	18,000.0000	63.75100
2	福州智腾	6,000.0000	26.44391
3	腾讯香港	3,506.9634	12.42069
4	中金浦成	2,000.0000	7.08344
5	Astrend Opportunity	1,772.9899	6.27944
6	恒旭资本	750.9838	2.65978
7	鹰潭彬沃	649.0997	2.29893
合计		32,680.0368	120.93719

注：Astrend Opportunity 的增资款以上述表格金额等额的美元出资。

2024 年 2 月 28 日，扬腾有限签署了相应的《福建扬腾创新信息科技有限公司章程》。

2024 年 3 月 15 日，福州市市场监督管理局向扬腾有限核发了变更后的《营业执照》。

本次变更后，扬腾有限的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	注册资本	持股比例
1	福州兴腾	614.99594	43.4108%
2	腾讯香港	186.21699	13.1445%
3	福州骏腾	109.53427	7.7317%
4	福州福腾	95.96979	6.7742%
5	金色成长	70.58824	4.9826%
6	高瓴琳恒	63.75100	4.5000%
7	福州拓腾	49.50000	3.4941%
8	福州闽腾	41.40588	2.9227%
9	恒旭资本	39.87665	2.8148%
10	福州驰腾	30.00000	2.1176%
11	福州智腾	26.44391	1.8666%
12	Astrend Opportunity	23.55613	1.6628%
13	麦步投资	23.30000	1.6447%
14	彬逸复旅	8.71329	0.6150%
15	无锡彬复	8.46635	0.5976%
16	中金浦成	7.08344	0.5000%
17	内蒙彬复	6.34977	0.4482%
18	上海彬复	4.31917	0.3049%
19	衡阳彬复	4.31917	0.3049%
20	鹰潭彬沃	2.29893	0.1623%
合计		1,416.68892	100.0000%

5、2024 年 7 月，扬腾有限报告期内第二次股权转让

2024 年 7 月 9 日，扬腾有限召开股东会，同意如下股权转让：

单位：万元

序号	受让方	转让方	转让股权比例	认缴出资额	股份转让款
1	鹰潭彬沃	麦步投资	0.1667%	2.36115	600.0000
2	鹰潭彬沃	彬逸复旅	0.1628%	2.30728	586.3111
3	恒旭资本	麦步投资	0.1111%	1.57410	400.0000

2024 年 7 月 9 日，彬逸复旅、麦步投资、鹰潭彬沃、恒旭资本分别就上述股权转让事宜签署《福建扬腾创新信息科技有限公司股权转让协议》。

2024 年 7 月 11 日，福州市市场监督管理局向扬腾有限核发了变更后的《营业执照》。

本次变更后，扬腾有限的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	注册资本	持股比例
1	福州兴腾	614.99594	43.4108%
2	腾讯香港	186.21699	13.1445%
3	福州骏腾	109.53427	7.7317%
4	福州福腾	95.96979	6.7742%
5	金色成长	70.58824	4.9826%
6	高瓴琳恒	63.75100	4.5000%
7	福州拓腾	49.50000	3.4941%
8	恒旭资本	41.45075	2.9259%
9	福州闽腾	41.40588	2.9227%
10	福州驰腾	30.00000	2.1176%
11	福州智腾	26.44391	1.8666%
12	Astrend Opportunity	23.55613	1.6628%
13	麦步投资	19.36475	1.3669%
14	无锡彬复	8.46635	0.5976%
15	中金浦成	7.08344	0.5000%
16	鹰潭彬沃	6.96736	0.4918%

序号	股东名称	注册资本	持股比例
17	彬逸复旅	6.40601	0.4522%
18	内蒙彬复	6.34977	0.4482%
19	上海彬复	4.31917	0.3049%
20	衡阳彬复	4.31917	0.3049%
合计		1,416.68892	100.0000%

6、2024 年 12 月，整体变更设立股份有限公司

扬腾有限整体变更为股份有限公司的情况详见本节之“二、发行人的设立情况和报告期内的股本、股东变化情况”之“（三）股份有限公司的设立情况”。

7、2024 年 12 月，扬腾创新报告期内第一次增资

2024 年 12 月 24 日，发行人召开股东会，同意将公司的股本由 1,416.6891 万元增加至 1,582.8776 万元。其中股东认购情况如下：

单位：万元

序号	投资方	增资款	计入股本（万股）
1	武汉源夏	10,000.00	27.2440
2	Macro Capital	10,000.00	27.2440
3	富达基金	7,000.00	19.0708
4	Astrend Opportunity	4,053.83	11.0443
5	腾讯香港	4,009.02	10.9222
6	腾讯开曼	4,009.02	10.9222
7	无锡鼎晖	3,600.00	9.8078
8	成都鼎晖	3,600.00	9.8078
9	无锡彬扬	3,000.00	8.1732
10	Genuine Holdings	2,800.00	7.6284
11	高瓴鼎磊	2,745.00	7.4785
12	福建产业基金	2,183.14	5.9477
13	福州榕投	2,000.00	5.4488
14	海峡股权基金	1,000.00	2.7244
15	中金榕投	1,000.00	2.7244
合计		61,000.00	166.1885

注：Macro Capital、Genuine Holdings、富达基金、腾讯开曼、Astrend Opportunity 的增资款以上述表格金额等额的美元出资。

2024 年 12 月 25 日，福州市市场监督管理局向扬腾创新核发了变更后的《营业执照》。

本次变更后，扬腾创新的股权结构如下：

单位：万股

序号	股东名称	持股数量	持股比例
1	福州兴腾	614.9959	38.8530%
2	腾讯香港	197.1392	12.4545%
3	福州骏腾	109.5343	6.9199%
4	福州福腾	95.9698	6.0630%
5	金色成长	70.5882	4.4595%
6	高瓴琳恒	63.7510	4.0275%
7	福州拓腾	49.5000	3.1272%
8	恒旭资本	41.4508	2.6187%
9	福州闽腾	41.4059	2.6159%
10	Astrend Opportunity	34.6004	2.1859%
11	福州驰腾	30.0000	1.8953%
12	武汉源夏	27.2440	1.7212%
13	Macro Capital	27.2440	1.7212%
14	福州智腾	26.4439	1.6706%
15	麦步投资	19.3648	1.2234%
16	富达基金	19.0708	1.2048%
17	腾讯开曼	10.9222	0.6900%
18	无锡鼎晖	9.8078	0.6196%
19	成都鼎晖	9.8078	0.6196%
20	无锡彬复	8.4664	0.5349%
21	无锡彬扬	8.1732	0.5164%
22	Genuine Holdings	7.6284	0.4819%
23	高瓴鼎磊	7.4785	0.4725%
24	中金浦成	7.0834	0.4475%
25	鹰潭彬沃	6.9674	0.4402%

序号	股东名称	持股数量	持股比例
26	彬逸复旅	6.4060	0.4047%
27	内蒙彬复	6.3498	0.4012%
28	福建产业基金	5.9477	0.3758%
29	福州榕投	5.4488	0.3442%
30	上海彬复	4.3192	0.2729%
31	衡阳彬复	4.3192	0.2729%
32	中金榕投	2.7244	0.1721%
33	海峡股权基金	2.7244	0.1721%
合计		1,582.8776	100.0000%

8、2025年3月，扬腾创新报告期内第二次增资

2025年3月27日，扬腾创新召开股东会，同意以公司资本公积金34,417.1224万元向全体股东按比例转增股本，公司的股本由1,582.8776万元增加至36,000万元。

2025年3月28日，福州市市场监督管理局向扬腾创新核发了变更后的《营业执照》。

本次变更后，扬腾创新的股权结构如下：

单位：万股

序号	股东名称	持股数量	持股比例
1	福州兴腾	13,987.0906	38.8530%
2	腾讯香港	4,483.6134	12.4545%
3	福州骏腾	2,491.1811	6.9199%
4	福州福腾	2,182.6784	6.0630%
5	金色成长	1,605.4148	4.4595%
6	高瓴琳恒	1,449.9138	4.0275%
7	福州拓腾	1,125.7977	3.1272%
8	恒旭资本	942.7316	2.6187%
9	福州闽腾	941.7105	2.6159%
10	Astrend Opportunity	786.9303	2.1859%
11	福州驰腾	682.3017	1.8953%
12	武汉源夏	619.6209	1.7212%

序号	股东名称	持股数量	持股比例
13	Macro Capital	619.6209	1.7212%
14	福州智腾	601.4239	1.6706%
15	麦步投资	440.4212	1.2234%
16	富达基金	433.7346	1.2048%
17	腾讯开曼	248.4078	0.6900%
18	无锡鼎晖	223.0626	0.6196%
19	成都鼎晖	223.0626	0.6196%
20	无锡彬复	192.5546	0.5349%
21	无锡彬扬	185.8863	0.5164%
22	Genuine Holdings	173.4957	0.4819%
23	高瓴鼎磊	170.0864	0.4725%
24	中金浦成	161.1005	0.4475%
25	鹰潭彬沃	158.4623	0.4402%
26	彬逸复旅	145.6941	0.4047%
27	内蒙彬复	144.4160	0.4012%
28	福建产业基金	135.2709	0.3758%
29	福州榕投	123.9242	0.3442%
30	上海彬复	98.2332	0.2729%
31	衡阳彬复	98.2332	0.2729%
32	中金榕投	61.9621	0.1721%
33	海峡股权基金	61.9621	0.1721%
合计		36,000.0000	100.0000%

（五）发行人历史沿革中的股权代持及解除情况

发行人历史上不存在股权代持情况，不存在争议或潜在纠纷。

（六）本次发行前涉及的股东特殊权利条款的内容及终止情况

公司本次发行前涉及的对赌协议及其解除情况如下：

签订情况	涉及的特殊权利	解除情况
2024年12月24日，发行人、管理层股东、投资人股东等相关方签署了《关于扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司	优先购买权、共同出售权、优先认购权、反稀释权、回购权、领	2025年9月，发行人、管理层股东、投资人股东等相关方签署了《关于扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司股东特殊权利之终止协议》，主要内容概括如下： 1、自公司首次公开发行股票并在境内证券交易所上市的

签订情况	涉及的特殊权利	解除情况
腾创新（福建）信息科技股份有限公司之《股东协议》（以下简称“股东协议”）	售权、优先清算权、限制性交易等特殊股东权利	申报文件之签字财务报告出具前一日起，股东协议中回购权项下所约定的回购权中针对公司作为回购义务人及责任人（包括连带责任人）的部分自股东协议生效之日起从未被执行，且该等回购权应视为自始无效。 2、股东协议中回购权项下所约定的回购权中针对管理层股东作为回购义务人及责任人（包括连带责任人）的部分自公司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（以下简称“IPO 申请”）并被受理之日起中止，但自以下任一情形最早发生之日起自动恢复且自始有效： （1）公司主动撤回辅导验收申请； （2）公司在通过证监局辅导验收合格之日起 12 个月内未向境内证券交易所提交 IPO 申请； （3）公司主动撤回 IPO 申请或上市保荐人撤回对公司的上市保荐； （4）公司 IPO 申请被境内证券交易所或者中国证监会退回、撤销或不予批准； （5）公司 IPO 申请自境内证券交易所受理后届满 24 个月未获得境内证券交易所审核通过及中国证监会注册的；或 （6）公司在其 IPO 申请获得中国证监会发行批文之日起 12 个月内，无论因任何原因导致没有完成 IPO。 3、除上文所述回购权以外，股东协议项下的特殊权利条款涉及发行人的，自公司 IPO 申请被境内证券交易所受理之日起终止，不再具有效力，且视为自始无效；上述特殊权利条款涉及管理层股东的，将于公司 IPO 申请被境内证券交易所受理之日起中止，但自以下任一情形最早发生之日起自动恢复且自始有效： （1）公司主动撤回 IPO 申请或上市保荐人撤回对公司的上市保荐； （2）公司 IPO 申请被境内证券交易所或者中国证监会退回、撤销或不予批准； （3）公司 IPO 申请自境内证券交易所受理后届满 24 个月未获得境内证券交易所审核通过及中国证监会注册的；或 （4）公司在其 IPO 申请获得中国证监会发行批文之日起 12 个月内，无论因任何原因导致没有完成本次发行上市。

如上表所示，截至公司本次 IPO 申请被境内证券交易所受理之日起，发行人作为对赌义务人的相关对赌条款均已终止，且自始无效。涉及管理层股东的特殊权利条款均已中止，虽然存在效力恢复约定，但是：1、公司不再作为对赌相关条款下的义务人或责任承担方；2、公司不存在对赌协议等类似安排，上述条款不存在可能导致公司控制权变化的约定，不存在与公司市值挂钩的相关约定；3、该等条款不存在严重影响公司持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形；4、如公司成功上市，相关特殊权利条款的效力将不再恢复。因此，前述股东特殊权利的约定及终止安排符合《监管

规则适用指引——发行类第4号》的相关要求。

三、发行人报告期内重大资产重组

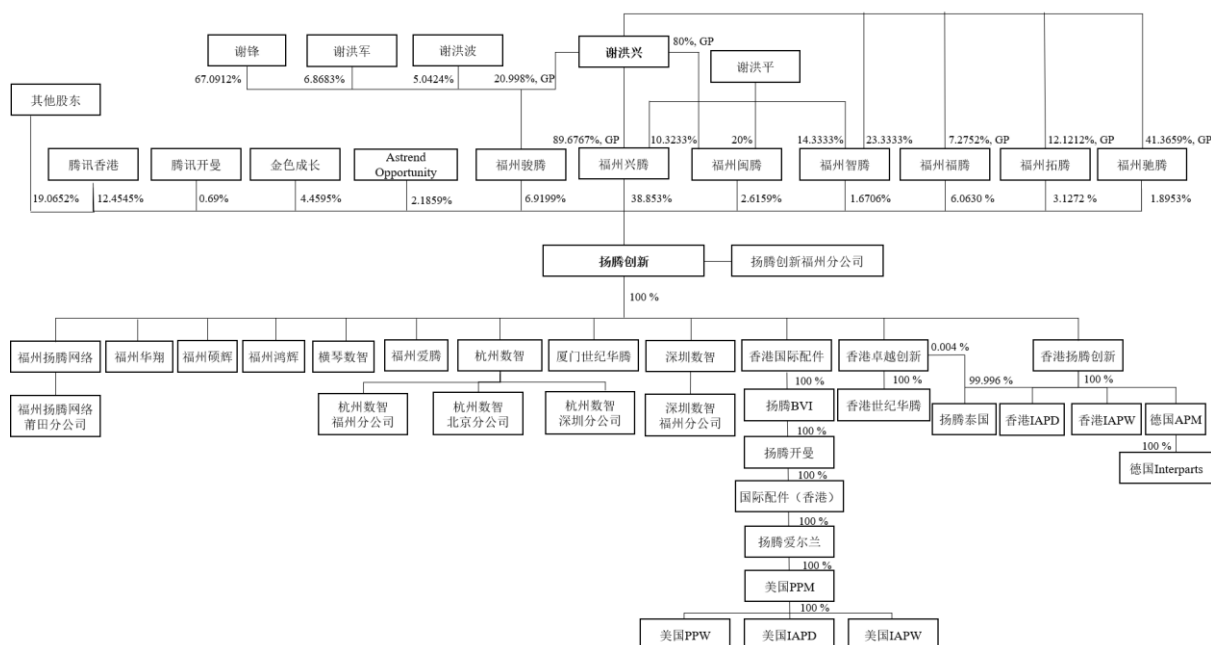
报告期内，发行人未发生当时有效的《上市公司重大资产重组管理办法》界定的重大资产重组。除本招股说明书已披露内容外，发行人自成立以来不存在其他对管理层、控制权、业务发展及经营业绩产生重大影响的重要事件。

四、发行人在其他证券市场的上市挂牌情况

发行人自设立至今，未在其他证券市场上市或挂牌交易。

五、发行人股权结构

截至 2026 年 3 月 31 日，公司的股权结构如下图所示：



六、发行人子公司、参股公司及分公司情况

截至 2026 年 3 月 31 日，公司拥有 26 家控股子公司、1 家参股公司、6 家分公司。

（一）重要控股子公司

截至报告期末，发行人重要控股子公司（指最近一年总资产、净资产、营业收入或净利润占发行人合并口径总资产、净资产、营业收入或净利润 5%以上的子公司）共计 8 家，情况如下：

1、福州扬腾网络

（1）基本情况

名称	福州扬腾网络科技有限公司
成立时间	2017 年 3 月 2 日
注册资本/实收资本	10,000 万元/10,000 万元
注册地和主要生产经营地	福建省福州市闽侯县上街镇创业路 2 号 1#楼 15 层
主营业务、在发行人业务板块中定位	负责向境内供应商购进货物，再销售给境外子公司，并向境外子公司提供供应链管理服务，是集团的主要采购主体和出口贸易主体
股东构成及控制情况	发行人持有福州扬腾网络 100%股权

（2）主要财务数据

最近一年，福州扬腾网络经德勤审计的财务数据如下：

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日/2025 年度
总资产	161,913.41
净资产	22,073.03
营业收入	126,786.85
净利润	326.48

2、福州鸿辉

（1）基本情况

名称	福州鸿辉信息科技有限公司
成立时间	2020 年 3 月 16 日
注册资本/实收资本	100 万元/100 万元
注册地和主要生产经营地	福州市闽侯县上街镇创业路 2 号 1#楼邦邦财富中心 22 层 02 室
主营业务、在发行人业务板块中定位	向子公司提供店铺运营及技术服务

股东构成及控制情况	发行人持有福州鸿辉 100%股权

（2）主要财务数据

最近一年，福州鸿辉经德勤审计的财务数据如下：

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日/2025 年度
总资产	17,434.05
净资产	15,115.69
营业收入	13,214.52
净利润	8,815.40

3、深圳数智

（1）基本情况

名称	深圳扬腾数智科技有限公司
成立时间	2022 年 11 月 16 日
注册资本/实收资本	100 万元/100 万元
注册地和主要生产经营地	深圳市南山区西丽街道云城社区仙洞路 8 号光峰科技总部大厦 23 层 2315
主营业务、在发行人业务板块中定位	提供集团内的软件开发、向子公司提供店铺运营及技术服务
股东构成及控制情况	发行人持有深圳数智 100%股权

（2）主要财务数据

最近一年，深圳数智经德勤审计的财务数据如下：

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日/2025 年度
总资产	16,656.54
净资产	3,232.29
营业收入	5,857.79
净利润	3,333.83

4、杭州数智

(1) 基本情况

名称	杭州扬腾数智科技有限公司
成立时间	2024 年 11 月 29 日
注册资本/实收资本	100 万元/100 万元
注册地和主要生产经营地	浙江省杭州市滨江区西兴街道西兴路 2333 号星澜大厦 4 幢 602 室
主营业务、在发行人业务板块中定位	提供集团内的软件开发、向子公司提供店铺运营及技术服务
股东构成及控制情况	发行人持有杭州数智 100%股权

(2) 主要财务数据

最近一年，杭州数智经德勤审计的财务数据如下：

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日/2025 年度
总资产	8,429.65
净资产	5,599.53
营业收入	8,507.21
净利润	5,488.64

5、香港卓越创新

(1) 基本情况

名称	Premium Innovations Limited
成立时间	2021 年 7 月 5 日
发行股本/实收股本	500,000 股/500,000 港元
注册地和主要生产经营地	Room 1911, Lee Garden One, 33 Hysan Avenue, Causeway Bay, Hong Kong
主营业务、在发行人业务板块中定位	负责公司在加拿大、英国、澳大利亚等终端市场的销售
股东构成及控制情况	发行人持有香港卓越创新 100%股权

(2) 主要财务数据

最近一年，香港卓越创新经德勤审计的财务数据如下：

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日/2025 年度
总资产	67,442.97
净资产	127.66
营业收入	52,029.10
净利润	544.90

6、香港扬腾创新

（1）基本情况

名称	Yangteng Innovations Limited
成立时间	2021 年 1 月 29 日
发行股本/实收股本	10,000 股/10,000 港元
注册地和主要生产经营地	Flat/Room 917b, Block A, 9/F. New Mandarin Plaza, No. 14 Science Museum Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong
主营业务、在发行人业务板块中定位	负责产品采购并销售给集团内的终端销售子公司
股东构成及控制情况	发行人持有香港扬腾创新 100%股权

（2）主要财务数据

最近一年，香港扬腾创新经德勤审计的财务数据如下：

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日/2025 年度
总资产	97,942.10
净资产	3,102.77
营业收入	103,320.76
净利润	913.34

7、德国 APM

（1）基本情况

名称	APM Autoteile GmbH
成立时间	2017 年 9 月 7 日
发行股本/实收股本	1 股/25,000 欧元

注册地和主要生产经营地	Bielefelderstraße 3F, 39171 Sülzetal
主营业务、在发行人业务板块中定位	负责公司在欧洲地区市场的销售
股东构成及控制情况	香港扬腾创新持有德国 APM100%股权

（2）主要财务数据

最近一年，德国 APM 经德勤审计的财务数据如下：

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日/2025 年度
总资产	29,057.90
净资产	850.74
营业收入	40,480.54
净利润	108.82

8、美国 PPW

（1）基本情况

名称	Premium Parts Wholesale Ltd.
成立时间	2021 年 4 月 12 日
发行股本/实收股本	10,000 股/10,000 美元
注册地和主要生产经营地	2 Park Plaza, Suite 1140, Irvine, California 92614
主营业务、在发行人业务板块中定位	负责公司在北美地区市场的销售
股东构成及控制情况	美国 PPM 持有美国 PPW100%股权

（2）主要财务数据

最近一年，美国 PPW 经德勤审计的财务数据如下：

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日/2025 年度
总资产	145,793.51
净资产	2,367.76
营业收入	342,248.24
净利润	916.98

（二）其他控股子公司情况

序号	名称	注册资本	实收资本	公司持股比例	设立时间	主营业务定位
1	福州硕辉	100 万元	100 万元	100%	2021/3/30	向子公司提供店铺运营及技术服务
2	厦门世纪华腾	100 万元	0.50 万元	100%	2014/09/17	持有公司 eBay 平台澳洲、美国、加拿大等站点的店铺
3	香港世纪华腾	49 万港元	49 万港元	100%	2014/9/16	持有公司亚马逊美国、墨西哥、加拿大等站点的店铺
4	福州华翔	100 万元	100 万元	100%	2020/03/16	负责境内、阿里巴巴国际站等其他渠道的销售
5	福州爱腾	10,000 万元	-	100%	2025/6/5	负责爱信品牌产品的采购
6	横琴数智	100 万元	100 万元	100%	2026/2/9	拟用于开拓拉美地区业务
7	美国 PPM	1 美元	1 美元	100%	2023/5/10	负责公司在北美地区市场的销售
8	国际配件（香港）	100 万港元	100 万港元	100%	2023/1/20	为公司境外架构持股平台，未来将根据公司的整体发展规划对子公司进行业务分工和定位
9	香港国际配件	100 万港元	100 万港元	100%	2022/11/4	
10	扬腾开曼	1 万美元	-	100%	2023/1/12	
11	扬腾 BVI	1 万美元	-	100%	2022/12/7	
12	扬腾爱尔兰	100 欧元	-	100%	2023/6/6	
13	香港 IAPD	100 万港元	100 万港元	100%	2024/9/19	持有公司亚马逊平台美国、墨西哥、加拿大站点的店铺
14	美国 IAPD	1 美元	1 美元	100%	2023/5/10	目前尚未实际经营，未来将根据公司的整体发展规划对子公司进行业务分工和定位
15	美国 IAPW	1 美元	1 美元	100%	2023/5/10	负责爱信品牌产品在美国地区的销售
16	香港 IAPW	100 万港元	100 万港元	100%	2025/6/13	负责爱信品牌产品的采购和销售
17	扬腾泰国	500 万泰铢	-	100%	2025/7/23	持有公司泰国土地，未来计划拓展东南亚区域业务
18	德国 Interparts	5 万欧元	5 万欧元	100%	2025/9/15	负责爱信品牌产品在欧洲地区的销售

（三）参股公司情况

截至 2026 年 3 月 13 日，发行人的子公司扬腾开曼持有 CarParts3,050,000 股股份，约占 CarParts 发行在外的普通股总数 70,492,131 股的 4.3267%。CarParts 是一家美国纳斯达克上市公司（股票代码：PRTS），2025 年财年，CarParts 营业收入达 5.48 亿美元，净利润为-0.50 亿美元。CarParts 拥有成熟的线上销售渠道与品牌影响力，发行人参股 CarParts 有助于进一步拓展北美汽配市场。

（四）分公司情况

序号	分公司名称	所属公司	设立日期	营业场所	负责人
1	扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司福州分公司	发行人	2023.12.14	福建省闽侯县上街镇创业路 2 号邦邦财富中心 1 号楼 1502 室	谢洪兴
2	福州扬腾网络科技有限公司莆田分公司	福州扬腾网络	2018.10.11	福建省莆田市涵江区江口镇锦绣南街 1699 号普洛斯物流园 A-3	谢洪兴
3	深圳扬腾数智科技有限公司福州分公司	深圳数智	2024.11.13	福建省闽侯县上街镇新港大道 10 号 B 栋 21 层 09 单元	王青芸
4	杭州扬腾数智科技有限公司福州分公司	杭州数智	2024.12.12	福建省闽侯县上街镇新港大道 10 号 B 栋 21 层 02 单元	谢洪平
5	杭州扬腾数智科技有限公司北京分公司	杭州数智	2025.07.01	北京市海淀区苏州街 3 号 7 层 701	韩露
6	杭州扬腾数智科技有限公司深圳分公司	杭州数智	2025.10.21	深圳市南山区西丽街道云城社区仙洞路 8 号光峰科技总部大厦 23 层 2315	谢洪平

七、控股股东、实际控制人及持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东的基本情况

（一）控股股东、实际控制人的基本情况

1、控股股东

截至本招股说明书签署日，福州兴腾持有公司 38.8530%的股份，为发行人控股股东。

名称	福州高新区兴腾企业管理合伙企业（有限合伙）				
成立时间	2020 年 11 月 26 日				
注册地和主要生产经营地	福建省闽侯县上街镇创业路 3 号福抗创投中心 B 栋 21 层 05 室				
出资人构成	序号	姓名	合伙人类型	认缴/实缴出资额（万元）	出资比例

	1	谢洪兴	普通合伙人	551.5080	89.6767%
	2	谢洪平	有限合伙人	63.4879	10.3233%
	合计			614.9959	100.0000%
实际控制人	谢洪兴				
主营业务及与发行人主营业务的关系	除投资发行人外，无其他业务				
最近一年的主要财务数据	项目		2025 年 12 月 31 日/2025 年度		
	总资产（万元）		621.81		
	净资产（万元）		621.13		
	营业收入（万元）		-		
	净利润（万元）		2,532.10		

注：福州兴腾最近一年的财务数据已经华兴会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

2、实际控制人

截至本招股说明书签署日，谢洪兴先生通过福州兴腾、福州闽腾、福州拓腾、福州骏腾、福州福腾及福州驰腾合计控制了公司 59.4743%的股份表决权；通过福州兴腾、福州闽腾、福州拓腾、福州骏腾、福州福腾、福州驰腾及福州智腾合计间接持有公司 40.3818%的股份。其中，通过福州兴腾间接持有公司 34.8421%的股份并担任执行事务合伙人，通过福州闽腾间接持有公司 2.0927%的股份并担任执行事务合伙人，通过福州拓腾间接持有公司 0.3791%的股份并担任执行事务合伙人，通过福州骏腾间接持有公司 1.4531%的股份并担任执行事务合伙人，通过福州福腾间接持有公司 0.4411%的股份并担任执行事务合伙人，通过福州驰腾间接持有公司 0.7840%的股份并担任执行事务合伙人，通过福州智腾间接持有公司 0.3898%的股份，合计间接持股比例为 40.3818%。同时，谢洪兴先生担任发行人董事长、总经理，其对发行人的股东会、董事会决策过程能够产生重大影响。因此，谢洪兴先生为公司实际控制人。

3、实际控制人控制的其他持股平台

截至本招股说明书签署日，除福州兴腾之外，公司实际控制人谢洪兴通过担任执行事务合伙人控制以下持股平台福州闽腾、福州拓腾、福州骏腾、福州福腾及福州驰腾。

（1）福州闽腾

截至本招股说明书签署日，福州闽腾的基本情况如下：

名称	福州高新区闽腾企业管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91330522MA2D5E26X2
执行事务合伙人	谢洪兴
认缴出资额	100 万元
注册地址	福建省闽侯县上街镇新港大道 10 号 B 栋 21 层 11 单元
成立时间	2020 年 12 月 1 日
营业期限	长期

截至本招股说明书签署日，福州闽腾的合伙人及出资比例如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	认缴/实缴出资额（万元）	出资比例
1	谢洪兴	普通合伙人	80.0000	80.0000%
2	谢洪平	有限合伙人	20.0000	20.0000%
总计			100.0000	100.0000%

（2）福州拓腾

截至本招股说明书签署日，福州拓腾的基本情况如下：

名称	福州高新区拓腾企业管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91330522MA2D5J9X9G
执行事务合伙人	谢洪兴
认缴出资额	49.5 万元
注册地址	福建省闽侯县上街镇新港大道 10 号 B 栋 21 层 08 单元
成立时间	2020 年 12 月 16 日
营业期限	长期

截至本招股说明书签署日，福州拓腾的合伙人及出资比例如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	认缴/实缴出资额（万元）	出资比例
1	谢洪兴	普通合伙人	6.0000	12.1212%
2	辛士考	有限合伙人	43.5000	87.8788%
总计			49.5000	100.0000%

（3）福州骏腾

截至本招股说明书签署日，福州骏腾的基本情况如下：

名称	福州高新区骏腾企业管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91330522MA2D5E0K1D
执行事务合伙人	谢洪兴
认缴出资额	109.53427 万元
注册地址	福建省闽侯县上街镇新港大道 10 号 B 栋 21 层 07 单元
成立时间	2020 年 12 月 1 日
营业期限	长期

截至本招股说明书签署日，福州骏腾的合伙人及出资比例如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	认缴/实缴出资额（万元）	出资比例
1	谢洪兴	普通合伙人	23.0000	20.9980%
2	谢锋	有限合伙人	73.4879	67.0912%
3	谢洪军	有限合伙人	7.5232	6.8683%
4	谢洪波	有限合伙人	5.5232	5.0424%
总计			109.5343	100.0000%

（4）福州福腾

截至本招股说明书签署日，福州福腾的基本情况如下：

名称	福州高新区福腾企业管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91330522MA2D5E8K2X
执行事务合伙人	谢洪兴
认缴出资额	95.96979 万元
注册地址	福建省闽侯县上街镇新港大道 10 号 B 栋 21 层 10 单元
成立时间	2020 年 12 月 2 日
营业期限	长期

截至本招股说明书签署日，福州福腾的合伙人及出资比例如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	认缴/实缴出资额（万元）	出资比例
1	谢洪兴	普通合伙人	6.9820	7.2752%
2	刘雄文	有限合伙人	14.8408	15.4640%
3	苏志良	有限合伙人	17.2336	17.9573%
4	许镇城	有限合伙人	16.3674	17.0547%
5	陈彩英	有限合伙人	18.4300	19.2040%
6	邓薛琴	有限合伙人	4.6075	4.8010%
7	詹荣佳	有限合伙人	4.6075	4.8010%
8	林智鑫	有限合伙人	4.6075	4.8010%
9	李俊艺	有限合伙人	2.7645	2.8806%
10	黄裕楠	有限合伙人	1.8430	1.9204%
11	王林	有限合伙人	1.8430	1.9204%
12	黄梓桑	有限合伙人	1.8430	1.9204%
总计			95.9698	100.0000%

（5）福州驰腾

截至本招股说明书签署日，福州驰腾的基本情况如下：

名称	福州高新区驰腾企业管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91330523MA2D5D0Y36
执行事务合伙人	谢洪兴
认缴出资额	30 万元
注册地址	福建省闽侯县上街镇新港大道 10 号 B 栋 21 层 06 单元
成立时间	2020 年 11 月 26 日
营业期限	长期

截至本招股说明书签署日，福州驰腾的合伙人及出资比例如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	认缴/实缴出资额（万元）	出资比例
1	谢洪兴	普通合伙人	12.4098	41.3659%
2	王雷	有限合伙人	5.0000	16.6667%
3	曾传英	有限合伙人	5.8824	19.6078%
4	包明生	有限合伙人	0.2393	0.7976%
5	陈小燕	有限合伙人	0.2393	0.7976%

序号	合伙人姓名	合伙人类型	认缴/实缴出资额（万元）	出资比例
6	陈晓琴	有限合伙人	0.2393	0.7976%
7	陈玉玉	有限合伙人	0.2393	0.7976%
8	甘振枝	有限合伙人	0.2393	0.7976%
9	黄铭林	有限合伙人	0.2393	0.7976%
10	江贤通	有限合伙人	0.2393	0.7976%
11	江一帆	有限合伙人	0.2393	0.7976%
12	李晓莉	有限合伙人	0.2393	0.7976%
13	林渊培	有限合伙人	0.2393	0.7976%
14	林云熹	有限合伙人	0.2393	0.7976%
15	刘日斌	有限合伙人	0.2393	0.7976%
16	阙春花	有限合伙人	0.2393	0.7976%
17	王自伟	有限合伙人	0.2393	0.7976%
18	袁文珍	有限合伙人	0.2393	0.7976%
19	郑静怡	有限合伙人	0.2393	0.7976%
20	黄永福	有限合伙人	0.1595	0.5317%
21	林秋艳	有限合伙人	0.1595	0.5317%
22	马秋阳	有限合伙人	0.1595	0.5317%
23	钟贵珍	有限合伙人	0.1595	0.5317%
24	钟宪靖	有限合伙人	0.1595	0.5317%
25	黄裕楠	有限合伙人	0.1436	0.4786%
26	黄梓桑	有限合伙人	0.1436	0.4786%
27	王林	有限合伙人	0.1436	0.4786%
28	刘美林	有限合伙人	0.1196	0.3988%
29	罗钰沁	有限合伙人	0.1196	0.3988%
30	吴小燕	有限合伙人	0.1196	0.3988%
31	李俊艺	有限合伙人	0.0957	0.3190%
32	陈丹	有限合伙人	0.0798	0.2659%
33	陈青青	有限合伙人	0.0798	0.2659%
34	陈莹	有限合伙人	0.0798	0.2659%
35	黄雪娟	有限合伙人	0.0798	0.2659%
36	黄以薰	有限合伙人	0.0798	0.2659%
37	廖有鑫	有限合伙人	0.0798	0.2659%
38	林金	有限合伙人	0.0798	0.2659%

序号	合伙人姓名	合伙人类型	认缴/实缴出资额（万元）	出资比例
39	汪俊	有限合伙人	0.0798	0.2659%
40	张敏静	有限合伙人	0.0798	0.2659%
41	赵林	有限合伙人	0.0798	0.2659%
42	钟厚铁	有限合伙人	0.0798	0.2659%
43	周凯明	有限合伙人	0.0798	0.2659%
44	周丽思	有限合伙人	0.0798	0.2659%
45	周希雅	有限合伙人	0.0798	0.2659%
46	朱元霖	有限合伙人	0.0798	0.2659%
总计			30.0000	100.0000%

4、实际控制人及其一致行动人

公司实际控制人谢洪兴的一致行动人为谢洪平、谢锋、谢洪军、谢洪波。谢洪平为谢洪兴的同胞弟弟，通过福州兴腾、福州闽腾及福州智腾间接持有公司 4.7735%的股份；谢锋为谢洪兴的堂兄弟，通过福州骏腾间接持有公司 4.6427%股份；谢洪军为谢洪兴的堂兄弟，通过福州骏腾间接持有公司 0.4753%股份；谢洪波为谢洪兴的堂兄弟，通过福州骏腾间接持有公司 0.3489%股份。

谢洪兴，中国国籍，无境外永久居住权，身份证号码为 3504301985*****。

谢洪平，中国国籍，无境外永久居住权，身份证号码为 3504301988*****。

谢锋，中国国籍，无境外永久居住权，身份证号码为 3504301990*****。

谢洪军，中国国籍，无境外永久居住权，身份证号码为 3504301990*****。

谢洪波，中国国籍，无境外永久居住权，身份证号码为 3504301974*****。

2025 年 6 月 9 日，谢洪兴、谢洪平、谢锋、谢洪军及谢洪波签署了《一致行动协议》，确认自持股平台（包括福州兴腾、福州闽腾、福州拓腾、福州骏腾、福州福腾、福州驰腾）设立至今，在持股平台的所有重大事项的决策和施行均与谢洪兴的意向保持一致，不存在与谢洪兴意向相悖的情况。各方进一步确认，在公司以及其现在或将来持股和控制的所有境内外公司及持股平台中与行使股东、董事及合伙人权利、履行股东、董事及合伙人义务相关的所有事项，所行使相关表决权均与谢洪兴保持一致，若出现各方意见不一致的特殊情形，应以谢洪兴的意见为准。

基于上述，谢洪平、谢锋、谢洪军、谢洪波为发行人实际控制人谢洪兴的一致行动人。

（二）控股股东、实际控制人直接或间接持有发行人股份的质押、冻结或其他争议情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东与实际控制人直接或间接持有发行人的股份不存在质押或其他有争议的情况。

（三）其他持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况

除控股股东福州兴腾以及实际控制人控制的持股平台外，其他持有公司 5%以上股份或表决权的主要股东为腾讯香港及腾讯开曼、金色成长及 Astrend Opportunity。

1、腾讯香港及腾讯开曼

腾讯香港及腾讯开曼为同一控制下的主体，分别持有公司 12.4545%和 0.6900%的股份，合计持有公司 13.1445%的股份。

（1）腾讯香港

截至报告期末，腾讯香港的基本情况如下：

名称	Tencent Mobility Limited		
成立时间	2012 年 2 月 29 日		
注册资本/实收资本	1,000 港元		
注册地址/主要生产 经营地	29/F., Three Pacific Place, No. 1 Queen's Road East, Wanchai, Hong Kong		
主营业务及其与公司 主营业务的关系	除投资发行人外，与发行人主营业务无其他关系		

截至报告期末，腾讯香港的股东情况如下：

序号	股东名称	持有股份数（股）	持股比例
1	腾讯控股有限公司	1,000	100.0000%
合计		1,000	100.0000%

（2）腾讯开曼

截至报告期末，腾讯开曼的基本情况如下：

名称	Luck Talent Holding Limited
成立时间	2020 年 8 月 6 日
注册资本/实收资本	1 美元
注册地址/主要生产 经营地	PO Box 309, Ugland House, Grand Cayman, KY1-1104, Cayman Islands
主营业务及其与公司 主营业务的关系	除投资发行人外，与发行人主营业务无其他关系

截至报告期末，腾讯开曼的股东情况如下：

序号	股东名称	持有股份数（股）	持股比例
1	TPP Fund II, L.P.	1	100.0000%
	合计	1	100.0000%

截至报告期末，腾讯开曼的股东 TPP Fund II, L.P.的普通合伙人 TPP GP II, Ltd.为腾讯控股有限公司（Tencent Holdings Limited，香港联交所股票代码：00700（港币柜台）及 80700（人民币柜台），以下简称“腾讯控股”）的下属企业。根据腾讯控股披露的 2025 年报，截至 2025 年 12 月 31 日，腾讯控股主要股东情况如下：

序号	股东名称	所持股份/相关股份数量（股）	持股比例
1	MIH Internet Holdings B.V.	2,079,512,000	22.80%
2	Advance Data Services Limited	804,859,700	8.82%

注 1：MIH Internet Holdings B.V.由 Naspers Limited 通过其非全资控股公司 Prosus N.V.控制，MIH Internet Holdings B.V.系 Prosus N.V.的全资控股公司；

注 2：Advance Data Services Limited 直接持有 709,859,700 股股份及通过其全资控股公司马化腾环球基金会间接持有 95,000,000 股股份，Advance Data Services Limited 为马化腾全资控股。

2、金色成长及 Astrend Opportunity

金色成长及 Astrend Opportunity 为同一控制下的主体，分别持有公司 4.4595%和 2.1859%的股份，合计持有公司 6.6454%的股份。

（1）金色成长

截至报告期末，金色成长的基本情况如下：

名称	金色成长叁（香港）有限公司（Golden Growth III (Hong Kong) Limited）
成立时间	2022 年 11 月 11 日

注册资本/实收资本	1 港元
注册地址/主要生产 经营地	5705, 57th Floor, The Center, 99 Queen's Road Central, Hong Kong
主营业务及其与公司 主营业务的关系	主营业务为投资持股；除投资发行人外，与发行人主营业务无其他关系

截至报告期末，金色成长的股东情况如下：

序号	股东名称	持有股份数（股）	持股比例
1	Shunwei China Internet Opportunity Fund III, L.P.	1	100.0000%
合计		1	100.0000%

（2）Astrend Opportunity

截至报告期末，Astrend Opportunity 的基本情况如下：

名称	Astrend Opportunity IV (Hong Kong) Beta Limited
成立时间	2022 年 11 月 11 日
注册资本/实收资本	1 港元
注册地址/主要生产 经营地	5705, 57th Floor, The Center, 99 Queen's Road Central, Hong Kong
主营业务及其与公司 主营业务的关系	主营业务为投资持股；除投资发行人外，与发行人主营业务无其他关系

截至报告期末，Astrend Opportunity 的股东情况如下：

序号	股东名称	持有股份数（股）	持股比例
1	Shunwei China Internet Opportunity Fund IV, L.P.	1	100.0000%
合计		1	100.0000%

八、特别表决权股份或类似安排

截至本招股说明书签署日，公司不存在特别表决权股份或类似安排。

九、报告期内控股股东、实际控制人是否存在重大违法行为的情况

报告期内，公司控股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产

或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

十、发行人股本情况

（一）本次发行前后公司股本情况

本次发行前，公司总股本为 36,000 万股，根据公司董事会决议、股东会决议，本次拟公开发行不超过 4,001 万股，且不低于发行后总股本的 10%；本次发行不安排股东公开发售股份。若按本次发行 4,001 万股测算，本次发行后公司总股本为 40,001 万股。假设本次发行 A 股 4,001 万股，发行前后公司的股本结构如下：

单位：万股

序号	股东姓名/名称	本次发行前		本次发行后	
		持股数量	持股比例	持股数量	持股比例
1	福州兴腾	13,987.0906	38.85%	13,987.0906	34.97%
2	腾讯香港	4,483.6134	12.45%	4,483.6134	11.21%
3	福州骏腾	2,491.1811	6.92%	2,491.1811	6.23%
4	福州福腾	2,182.6784	6.06%	2,182.6784	5.46%
5	金色成长	1,605.4148	4.46%	1,605.4148	4.01%
6	高瓴琳恒	1,449.9138	4.03%	1,449.9138	3.62%
7	福州拓腾	1,125.7977	3.13%	1,125.7977	2.81%
8	恒旭资本	942.7316	2.62%	942.7316	2.36%
9	其他股东	7,731.5800	21.48%	7,731.5800	19.33%
10	本次发行新股	-	-	4,001.0000	10.00%
合计		36,000.0000	100.00%	40,001.0000	100.00%

（二）本次发行前公司前十名股东

本次发行前，公司前十名股东的持股情况如下：

单位：万股

序号	股东姓名/名称	持股数量	持股比例
1	福州兴腾	13,987.0906	38.8530%

序号	股东姓名/名称	持股数量	持股比例
2	腾讯香港	4,483.6134	12.4545%
3	福州骏腾	2,491.1811	6.9199%
4	福州福腾	2,182.6784	6.0630%
5	金色成长	1,605.4148	4.4595%
6	高瓴琳恒	1,449.9138	4.0275%
7	福州拓腾	1,125.7977	3.1272%
8	恒旭资本	942.7316	2.6187%
9	福州闽腾	941.7105	2.6159%
10	Astrend Opportunity	786.9303	2.1859%
合计		29,997.0622	83.3251%

（三）本次发行前的前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

截至本招股说明书签署日，发行人不存在自然人股东直接持有发行人股权的情况。

（四）国有股份或外资股份情况

1、国有股东持股情况

截至本招股说明书签署日，发行人股东中有 1 名国有股东，具体持股情况如下：

序号	股东名称	股东性质	持股数（万股）	持股比例
1	中金浦成（CS）	国有股东	161.1005	0.4475%

注：CS 为 Controlling State-owned Shareholder 的缩写，表示国有实际控制股东。

截至本招股说明书签署日，中金浦成持有发行人 1,611,005 股股份，持股比例为 0.4475%。中金浦成属于《上市公司国有股权监督管理办法》第七十四条规定的，不符合本办法规定的国有股东标准，但政府部门、机构、事业单位和国有独资或全资企业通过投资关系、协议或者其他安排，能够实际支配其行为的境内外企业，证券账户标注为“CS”，所持上市公司股权变动行为参照本办法管理的情形，中金浦成的证券账户已在中国证券登记结算有限责任公司标注为“CS”。

2、外资股东持股情况

截至本招股说明书签署日，发行人股东中有 7 名外资股东，具体持股情况如下：

序号	股东名称	股东性质	持股数（万股）	持股比例
1	腾讯香港	外资股东	4,483.6134	12.4545%
2	金色成长	外资股东	1,605.4148	4.4595%
3	Astrend Opportunity	外资股东	786.9303	2.1859%
4	Macro Capital	外资股东	619.6209	1.7212%
5	富达基金	外资股东	433.7346	1.2048%
6	腾讯开曼	外资股东	248.4078	0.6900%
7	Genuine Holdings	外资股东	173.4957	0.4819%

（五）发行人申报前十二个月新增股东情况

本招股说明书签署日前十二个月内，发行人不存在新增股东的情况。

（六）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前，公司部分股东之间的关联关系及关联股东各自持股比例，具体如下表所示：

单位：万股

序号	股东姓名/名称	持股数量	持股比例	关联关系
1	福州兴腾	13,987.0906	38.8530%	公司控股股东福州兴腾与公司股东福州骏腾、福州福腾、福州拓腾、福州闽腾以及福州驰腾的执行事务合伙人均为实际控制人谢洪兴，存在关联关系。
2	福州骏腾	2,491.1811	6.9199%	
3	福州福腾	2,182.6784	6.0630%	
4	福州拓腾	1,125.7977	3.1272%	
5	福州闽腾	941.7105	2.6159%	
6	福州驰腾	682.3017	1.8953%	
7	腾讯香港	4,483.6134	12.4545%	公司股东腾讯香港和腾讯开曼为同一控制下的关联方，存在关联关系。
8	腾讯开曼	248.4078	0.6900%	
9	金色成长	1,605.4148	4.4595%	公司股东金色成长和 Astrend Opportunity 为同一控制下的关联方，存在关联关系。
10	Astrend Opportunity	786.9303	2.1859%	
11	高瓴琳恒	1,449.9138	4.0275%	公司股东高瓴琳恒、高瓴鼎磊为关联方，存在关联关系。
12	高瓴鼎磊	170.0864	0.4725%	
13	武汉源夏	619.6209	1.7212%	公司股东武汉源夏、Macro Capital 为关联方，存在关联关系。
14	Macro Capital	619.6209	1.7212%	
15	无锡彬复	192.5546	0.5349%	公司股东无锡彬复、无锡彬扬、鹰潭彬沃、彬逸

序号	股东姓名/名称	持股数量	持股比例	关联关系
16	无锡彬扬	185.8863	0.5164%	复旅、内蒙彬复、上海彬复、衡阳彬复为同一控制下的关联方，存在关联关系。
17	鹰潭彬沃	158.4623	0.4402%	
18	彬逸复旅	145.6941	0.4047%	
19	内蒙彬复	144.4160	0.4012%	
20	上海彬复	98.2332	0.2729%	
21	衡阳彬复	98.2332	0.2729%	
22	无锡鼎晖	223.0626	0.6196%	公司股东无锡鼎晖、成都鼎晖和 Genuine Holdings 为同一控制下的关联方，存在关联关系。
23	成都鼎晖	223.0626	0.6196%	
24	Genuine Holdings	173.4957	0.4819%	
25	中金浦成	161.1005	0.4475%	公司股东中金浦成为中金公司的全资子公司，中金榕投的普通合伙人为中金资本运营有限公司、系中金公司的全资子公司，中金浦成和中金榕投为同一控制下的关联方，存在关联关系。
26	中金榕投	61.9621	0.1721%	

除上述情况外，本次发行前发行人各股东之间不存在其他关联关系。

（七）发行人股东公开发售股份的影响

本次发行不涉及公司股东公开发售股份的情况。

（八）持有发行人股份的私募基金备案登记情况

截至本招股说明书签署日，公司股东恒旭资本、武汉源夏、无锡鼎晖、成都鼎晖、无锡彬复、无锡彬扬、鹰潭彬沃、彬逸复旅、内蒙彬复、衡阳彬复、上海彬复、福建产业基金、福州榕投、中金榕投及海峡股权基金属于《中华人民共和国证券投资基金法》《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金登记备案办法》规范的私募投资基金，上述股东均已在中国证券投资基金业协会备案并纳入监管，具体情况如下：

序号	股东名称	基金备案编号	基金管理人名称	管理人登记编号
1	恒旭资本	SJH898	上海恒旭创领私募基金管理有限公司	P1070270
2	武汉源夏	SSV532	拉萨源驰投资管理有限公司	P1011126
3	无锡鼎晖	SB9028	鼎晖股权投资管理（天津）有限公司	P1000301
4	成都鼎晖	SAFM21	鼎晖股权投资管理（天津）有限公司	P1000301
5	无锡彬复	SNQ255	上海子彬投资管理有限公司	P1032414
6	无锡彬扬	SARJ76	上海子彬投资管理有限公司	P1032414

序号	股东名称	基金备案编号	基金管理人名称	管理人登记编号
7	鹰潭彬沃	SAAP48	上海子彬投资管理有限公司	P1032414
8	彬逸复旅	SQZ372	上海子彬投资管理有限公司	P1032414
9	内蒙彬复	SJR778	上海子彬投资管理有限公司	P1032414
10	衡阳彬复	SVQ338	上海子彬投资管理有限公司	P1032414
11	上海彬复	S09719	上海子彬投资管理有限公司	P1032414
12	福建产业基金	SH6179	福建省产投私募基金管理有限公司	P1074936
13	福州榕投	STB475	福州榕投私募基金管理有限公司	P1074308
14	中金榕投	SZY278	中金资本运营有限公司	PT2600030375
15	海峡股权基金	SQG187	福州高新区海峡创业投资管理有限公司	P1071643

（九）发行人股东信息披露专项承诺

根据《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》的要求，公司已出具信息披露专项承诺，具体情况详见本招股说明书之“第十二节 附件”之“附件二 与投资者保护相关的承诺、发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项”之“（九）其他承诺事项”之“4、股东信息披露事项的承诺”。

十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员

（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况

根据《公司法》《关于新<公司法>配套制度规则实施相关过渡期安排》《上市公司章程指引》等相关法律法规的规定，结合公司的实际情况及需求，公司于 2025 年 9 月 20 日召开 2025 年第三次临时股东会审议通过了《关于取消监事会、修订<公司章程>及其附件的议案》，公司不再设置监事会，《公司法》规定的监事会的职权由董事会审计委员会行使。

截至本招股说明书签署日，公司董事、高级管理人员的任职资格均符合相关法律法规、规范性文件及《公司章程》的规定。

1、董事情况

截至本招股说明书签署日，公司董事会由 11 名董事组成，其中独立董事 4 名。董事会中职工代表董事为 1 名，由职工代表大会选举产生。公司董事任期三年，可连选连任。

公司现任董事及其任期情况如下表所示：

序号	姓名	任职	提名人	任职期间
1	谢洪兴	董事长	发起人	2024 年 11 月 26 日至 2027 年 11 月 25 日
2	刘雄文	董事	发起人	2024 年 11 月 26 日至 2027 年 11 月 25 日
3	龚翱	董事	董事会提名委员会	2025 年 8 月 29 日至 2027 年 11 月 25 日
4	苏志良	董事	发起人	2024 年 11 月 26 日至 2027 年 11 月 25 日
5	王雷	职工代表董事	职工代表大会	2024 年 11 月 26 日至 2027 年 11 月 25 日
6	谢洪平	董事	发起人	2024 年 11 月 26 日至 2027 年 11 月 25 日
7	许镇城	董事	发起人	2024 年 11 月 26 日至 2027 年 11 月 25 日
8	陈飞	独立董事	董事会	2025 年 3 月 27 日至 2027 年 11 月 25 日
9	李珊	独立董事	董事会	2025 年 3 月 27 日至 2027 年 11 月 25 日
10	田光宇	独立董事	董事会	2025 年 3 月 27 日至 2027 年 11 月 25 日
11	钟瑞庆	独立董事	董事会	2025 年 3 月 27 日至 2027 年 11 月 25 日

注：2024 年 11 月 26 日至 2025 年 9 月 20 日，王雷任非职工代表董事；2025 年 9 月 20 日，发行人召开 2025 年第一次职工代表大会，选举王雷为职工代表董事。

公司现任董事的简历如下：

谢洪兴先生，1985 年出生，中国国籍，无境外永久居住权。2008 年 7 月毕业于福州大学国际经济与贸易专业，取得本科学历。2008 年 7 月至 2012 年 12 月，任福州路特工贸有限公司外贸业务员；2013 年开始在汽车配件领域创业，2014 年 9 月至 2017 年 2 月，任厦门世纪华腾总经理；2017 年 3 月至 2019 年 8 月，任福州扬腾网络总经理；2019 年 9 月至今，任扬腾创新及其前身扬腾有限董事长、总经理。

刘雄文先生，1984 年出生，中国国籍，无境外永久居住权。2007 年 7 月毕业于福建理工大学材料成型及控制工程专业，取得本科学历。2007 年 7 月至 2018 年 8 月，任福州信泰汽车零部件有限公司技术品保部经理；2018 年 9 月至 2019 年 8 月，任福州扬腾网络副总经理；2019 年 9 月至 2024 年 11 月，任扬腾有限副总经理；2024 年 11 月

至今，任扬腾创新董事。

龚翱先生，1989 年出生，中国国籍，无境外永久居住权。2013 年 6 月毕业于北京大学国际经济与贸易专业，取得本科学历；2017 年 6 月毕业于北京大学法律专业，取得硕士研究生学历。2017 年 7 月至 2024 年 8 月，历任中国国际金融股份有限公司投资银行部经理、高级经理、副总经理，中金资本运营有限公司副总经理；2024 年 8 月至今，任扬腾创新及其前身扬腾有限董事会秘书；2025 年 8 月至今，任扬腾创新董事。

苏志良先生，1985 年出生，中国国籍，无境外永久居住权。2008 年 7 月毕业于福州大学工商管理专业，取得本科学历。2008 年 8 月至 2011 年 8 月，任友达光电（厦门）有限公司采购工程师；2011 年 9 月至 2016 年 6 月，任达运精密工业（厦门）有限公司采购副经理；2016 年 6 月至 2017 年 12 月，任厦门世纪华腾首席运营官；2018 年 1 月至 2019 年 12 月，任福州扬腾网络副总经理；2020 年 1 月至 2024 年 11 月，任扬腾有限副总经理；2024 年 11 月至今，任扬腾创新董事。

王雷先生，1983 年出生，中国国籍，无境外永久居住权。2005 年 7 月毕业于上海交通大学电子信息工程专业，取得本科学历；2022 年 1 月毕业于北京大学工商管理专业，取得硕士研究生学历。2005 年 7 月至 2008 年 1 月，任英特尔产品（上海）有限公司产品工程师；2008 年 2 月至 2018 年 3 月，为自由职业者；2018 年 4 月至 2020 年 8 月，任福建中青集团有限公司投资总监；2020 年 9 月至 2024 年 11 月，任扬腾有限副总经理；2024 年 11 月至今，任扬腾创新董事。

谢洪平先生，1988 年出生，中国国籍，无境外永久居住权。2009 年 6 月毕业于湖南第一师范学院数学教育专业，取得大专学历。2009 年 10 月至 2012 年 12 月，任福州路特工贸有限公司业务员；2013 年开始在汽车配件领域创业，2014 年 9 月至 2017 年 2 月，任厦门世纪华腾副总经理；2017 年 3 月至 2019 年 8 月，任福州扬腾网络副总经理；2019 年 9 月至 2024 年 11 月，任扬腾有限副总经理；2024 年 11 月至今，任扬腾创新董事。

许镇城先生，1986 年出生，中国国籍，无境外永久居住权。2008 年 7 月毕业于福州大学国际经济与贸易专业，取得本科学历。2008 年 7 月至 2010 年 9 月，任福建永信数控科技股份有限公司外贸业务员；2010 年 10 月至 2012 年 2 月，任福建省德化县精华陶瓷有限公司外贸经理；2012 年 3 月至 2015 年 6 月，任深圳晶盛达电子有限公司业

务经理；2015年7月至2017年3月，任厦门世纪华腾副总经理，2017年3月至2019年9月，任福州扬腾网络副总经理；2019年9月至2024年11月，任扬腾有限副总经理；2024年11月至今，任扬腾创新董事。

陈飞先生，1983年出生，中国国籍，有香港永久居留权。2006年7月毕业于北京大学金融专业，取得本科学历；2008年7月毕业于北京大学金融专业，取得硕士研究生学历。2008年7月至2010年5月，任香港上海汇丰银行有限公司投资银行部分析员；2010年5月至2018年5月，任瑞银集团香港分行投资银行部董事；2018年5月至2022年4月，任土巴兔集团股份有限公司首席财务官兼董事会秘书；2022年4月起至今任药师帮股份有限公司执行董事、首席财务官；2022年4月至今，任深圳市百舫科技有限公司执行董事、总经理；2023年12月至今，任上海重塑能源集团股份有限公司独立非执行董事；2025年3月至今，任上海仙工智能科技股份有限公司独立非执行董事；2025年8月至今，任成都闻泰医药科技股份有限公司独立非执行董事。2025年3月至今，任公司独立董事。

李珊女士，1986年出生，中国国籍，无境外永久居留权。2007年6月毕业于浙江大学电子商务专业，取得本科学历；2009年6月毕业于浙江大学金融学专业，取得硕士研究生学历；2014年3月毕业于澳大利亚阿德雷德大学财务学专业，取得博士研究生学历。2014年3月至2014年12月，任澳大利亚阿德雷德大学商学院博士后；2015年3月至今，历任厦门大学财务管理与会计研究院助理教授、副教授；2023年10月至今，任环创（厦门）科技股份有限公司独立董事；2025年3月至今，任公司独立董事。

田光宇先生，1966年出生，中国国籍，无境外永久居留权。1986年7月毕业于清华大学汽车专业，取得本科学历；1995年12月毕业于清华大学汽车设计制造专业，取得博士研究生学历。1986年8月至1989年8月，任济南汽车制造总厂助理工程师；1995年12月至今，任清华大学汽车工程系讲师、副教授、教授，清华大学车辆与运载学院教授、学术委员会主任，兼任中国汽车工程学会电动汽车分会主任委员。2025年3月至今，任公司独立董事。

钟瑞庆先生，1971年出生，中国国籍，无境外永久居留权。1996年7月毕业于厦门大学会计学专业，取得本科学历；1999年7月毕业于厦门大学会计学专业，取得硕士研究生学历；2003年3月毕业于北京大学经济法专业，取得博士研究生学历。2003年3月至2004年8月，任汕头大学商学院特聘助理教授；2004年12月至2007

年 9 月，在浙江大学从事博士后研究；2007 年 10 月至 2010 年 12 月，任浙江大学光华法学院讲师；2011 年 1 月至今，任浙江大学光华法学院副教授；2011 年 4 月至 2017 年 6 月，任浙江大学经济法研究所执行所长；2016 年 3 月至今，任浙江大学光华法学院国际融资与并购研究中心执行主任；2019 年 12 月至 2025 年 12 月，担任上海爱旭新能源股份有限公司独立董事，目前同时担任京东方华灿光电股份有限公司、浙商财产保险股份有限公司独立董事。2025 年 3 月至今，任公司独立董事。

2、审计委员会委员情况

公司审计委员会由 3 名董事组成，其中独立董事 2 名。截至本招股说明书签署日，现任审计委员会委员基本情况如下表：

姓名	职务	本届任期
李珊	召集人	2025 年 3 月 27 日至 2027 年 11 月 25 日
钟瑞庆	委员	2025 年 3 月 27 日至 2027 年 11 月 25 日
王雷	委员	2025 年 3 月 27 日至 2027 年 11 月 25 日

上述审计委员会成员简历参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“1、董事情况”部分相关内容。

3、高级管理人员情况

截至本招股说明书签署日，公司现任 4 名高级管理人员的基本情况如下表所示：

姓名	职务	任职期间
谢洪兴	总经理	2024 年 11 月 26 日至 2027 年 11 月 25 日
胡胜利	执行总裁	2024 年 11 月 26 日至 2027 年 11 月 25 日
曾传英	财务负责人	2024 年 11 月 26 日至 2027 年 11 月 25 日
龚翱	董事会秘书	2024 年 11 月 26 日至 2027 年 11 月 25 日

公司全体高级管理人员的简历如下：

谢洪兴先生、龚翱先生，详见本招股说明书之“第四节 发行人基本情况”之“十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“1、董事情况”的相关内容。

胡胜利先生，1972 年出生，中国国籍，无境外永久居住权。1993 年 7 月毕业于长沙铁道学院电子电器专业，取得专科学历；2001 年 6 月毕业于国防科技大学计算机及应用专业，取得本科学历；2008 年 3 月毕业于湖南大学工商管理专业，取得硕士研究生学历；2023 年 4 月毕业于中欧国际工商学院工商管理专业，取得 EMBA 学历。1993 年 8 月至 1999 年 3 月，任湖南省邮电学校学生科科长兼团委书记；1999 年 4 月至 2000 年 8 月，任湖南国信通信有限责任公司人力资源部高级业务技术主管；2000 年 9 月至 2011 年 2 月，历任湖南联通市场部副总经理、C 网经营部总经理、长沙联通副总经理、娄底联通总经理、中国联通华盛通信有限公司销售部总经理、中国联通集团销售部渠道管理与销售处处长；2011 年 3 月至 2011 年 11 月，任湖南金拓天油茶科技开发有限公司总经理；2011 年 12 月至 2013 年 12 月，任乐语中国控股有限公司副总裁兼乐语凯飞通讯技术有限公司总经理；2014 年 1 月至 2021 年 1 月，历任京东集团股份有限公司通讯采销一部总经理、通讯采销部总经理、集团副总裁兼 3C 文旅事业部总裁、集团高级副总裁兼时尚家居平台事业群总裁、集团高级副总裁兼战略合作部负责人；2021 年 5 月至 2024 年 3 月，历任长沙远大住宅工业集团股份有限公司董事、集团联席总裁兼湖南远大魔方科技有限公司总经理，集团副董事长兼 CEO；2024 年 4 月至 2024 年 8 月，自由职业；2024 年 8 月至今，任扬腾创新及其前身扬腾有限执行总裁。

曾传英女士，1988 年出生，中国国籍，无境外永久居住权，持有中国注册会计师、注册税务师、法律职业资格。2011 年 6 月毕业于中南财经政法大学市场营销、会计学专业，取得本科学历；2021 年 6 月毕业于北京大学工商管理专业，取得硕士研究生学历。2011 年 7 月至 2012 年 3 月，任上海汉得信息技术股份有限公司咨询顾问；2012 年 4 月至 2012 年 10 月，任深圳市第二职业技术学校老师；2012 年 11 月至 2013 年 2 月，自由职业；2013 年 3 月至 2014 年 6 月，任中商产业数据科技（深圳）股份有限公司研究员；2014 年 7 月至 2017 年 10 月，任北京兴华会计师事务所（特殊普通合伙）审计经理；2017 年 11 月至 2019 年 7 月，任瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）审计经理；2019 年 7 月至 2021 年 8 月，任中山证券有限责任公司投行质控部高级经理；2021 年 9 月至今，任扬腾创新及其前身扬腾有限财务负责人。

4、核心技术人员情况

截至本招股说明书签署日，公司其他核心人员共 3 人，均为公司核心技术人员；公司主要基于以下标准认定核心技术人员：（1）公司研发部门负责人及核心成员；

（2）相应人员在公司主营业务相关领域具有丰富的从业经验并且对公司发展具有重要贡献。

截至本招股说明书签署日，公司核心技术人员的基本情况如下表所示：

姓名	职务
谷云	信息技术研发部负责人
刘明	信息技术研发部技术专家
张伟	信息技术研发部资深工程师

公司核心技术人员的简历如下：

谷云先生，1982 年出生，中国国籍，无境外永久居住权，正高级工程师。2005 年 7 月毕业于东北大学计算机科学与技术专业，取得本科学历；2008 年 6 月毕业于中国科学院计算技术研究所计算机应用专业，取得硕士研究生学历。2008 年 7 月至 2011 年 5 月，任百度时代网络技术（北京）有限公司研发组长；2011 年 6 月至 2012 年 1 月，任磁石聚乐（北京）科技有限公司技术子方向负责人；2012 年 2 月至 2013 年 2 月，任微梦创科网络科技（中国）有限公司高级研发经理；2013 年 2 月至 2016 年 2 月，任安投融（北京）信息技术有限公司 CTO（首席技术官）；2016 年 3 月至 2016 年 5 月，自由职业；2016 年 6 月至 2021 年 6 月，任北京嘀嘀无限科技发展有限公司技术总监；2021 年 6 月至 2023 年 2 月，任北京诺信创联科技有限公司 CTO（首席技术官）；2023 年 3 月至 2024 年 4 月，自主创业；2024 年 4 月至今，任扬腾创新及其前身扬腾有限信息技术研发部负责人。

刘明先生，1986 年出生，中国国籍，无境外永久居住权。2009 年 6 月毕业于天津财经大学计算机科学与技术专业，取得本科学历；2009 年 7 月至 2009 年 11 月，任天津宝盈电脑机械有限公司工程师；2009 年 11 月至 2010 年 8 月，自由职业；2010 年 8 月至 2012 年 1 月，任大连慧搜网络技术有限公司前端工程师；2012 年 2 月至 2015 年 12 月，任北京千橡互动科技有限公司前端工程师；2015 年 12 月至 2016 年 9 月，任高德软件有限公司前端工程师；2016 年 9 月至 2018 年 9 月，任滴滴出行科技有限公司前端工程师；2018 年 10 月至 2021 年 10 月，任贝壳找房科技有限公司前端工程师；2021 年 10 月至 2022 年 11 月，任北京诺信创联科技有限公司前端负责人；2023 年 1 月至 2023 年 8 月，任北京希瑞亚斯科技有限公司前端工程师；2023 年 9 月至 2024 年 5 月，

自主创业；2024 年 6 月至今，任扬腾创新及其前身扬腾有限信息技术研发部技术专家。

张伟先生，1994 年出生，中国国籍，无境外永久居住权。2017 年 6 月毕业于同济大学软件工程专业，取得本科学历。2017 年 7 月至 2019 年 5 月，任上海京颐科技股份有限公司软件开发工程师；2019 年 5 月至 2021 年 10 月，任上海微聘信息科技有限公司 Java 开发工程师；2021 年 11 月至 2022 年 1 月，任上海数皆智能技术有限公司高级 Java 工程师；2022 年 1 月至今，任扬腾创新及其前身扬腾有限信息技术研发部资深工程师。

5、董事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、高级管理人员及核心技术人员在除公司及其分、子公司以外的其他单位的主要兼职情况如下表所示：

序号	姓名	在发行人职务	兼职单位	兼任职务	兼职单位与发行人是否存在关联关系
1	谢洪兴	董事长、总经理	福州兴腾	执行事务合伙人	是
2			福州骏腾	执行事务合伙人	是
3			福州福腾	执行事务合伙人	是
4			福州拓腾	执行事务合伙人	是
5			福州闽腾	执行事务合伙人	是
6			福州驰腾	执行事务合伙人	是
7	许镇城	董事	福州智腾	执行事务合伙人	是
8	王雷	职工代表董事	深圳市笔林文化传媒有限公司	监事	否
9	陈飞	独立董事	药师帮股份有限公司	执行董事兼首席财务官	是
10			深圳市百舫科技有限公司	执行董事兼总经理	是
11			上海重塑能源集团股份有限公司	独立非执行董事	否
12			上海仙工智能科技股份有限公司	独立非执行董事	否
13			成都闻泰医药科技股份有限公司	独立非执行董事	否
14	钟瑞庆	独立董事	京东方华灿光电股份有限公司	独立董事	否
15			浙商财产保险股份有限公司	独立董事	否
16			浙江大学	光华法学院国际融资与并购研究中心执行主任	否

序号	姓名	在发行人职务	兼职单位	兼任职务	兼职单位与发行人是否存在关联关系
17	李珊	独立董事	环创（厦门）科技股份有限公司	独立董事	否
18			厦门大学	副教授	否
19	田光宇	独立董事	清华大学	教授	否
20	胡胜利	执行总裁	氢峰能源科技有限公司	董事	是
21	谷云	信息技术研发部负责人	北京明医数智科技有限公司	执行董事，经理，财务负责人	否
			乾兆信业（烟台）生物工程有限公司	监事	否

除上述情况外，公司董事、高级管理人员与其他核心人员无其他兼职情况。

6、董事、高级管理人员及其他核心人员相互之间的亲属关系

公司董事长、总经理谢洪兴和董事谢洪平互为兄弟关系，公司董事长、总经理谢洪兴、董事谢洪平二人与董事刘雄文互为表兄弟关系。除此之外，截至本招股说明书签署日，公司董事、高级管理人员及其他核心人员之间不存在亲属关系。

7、董事、高级管理人员及其他核心人员是否涉及行政处罚等情况

公司董事、高级管理人员和其他核心人员最近三年不存在涉及行政处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况。

（二）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与公司签订的协议及履行情况

1、协议

截至本招股说明书签署日，公司与在公司任职并领取薪酬的董事（独立董事除外）、高级管理人员、核心技术人员签订了劳动合同或聘任协议，与高级管理人员、核心技术人员签署了保密协议、竞业限制协议，与独立董事签署了聘用协议。

截至本招股说明书签署日，上述协议履行正常，相关董事、高级管理人员、核心技术人员均严格履行合同约定的义务和职责，不存在违约情形。

2、承诺

公司董事、高级管理人员与其他核心人员有关承诺详见本招股说明书之“第十二节 附件”之“附件二 与投资者保护相关的承诺、发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项”有关内容。

截至本招股说明书签署日，公司董事、高级管理人员及其他核心人员均严格履行协议约定的义务和职责，遵守相关承诺。

（三）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属直接或间接持有发行人股份及股份质押或冻结的情况

1、持有发行人股份情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属持有公司股份的情况如下：

单位：万股

序号	姓名	职位/亲属关系	直接/间接持股情况		合计持股数	合计持股比例
			直接	间接		
1	谢洪兴	董事长、总经理	-	14,537.46	14,537.46	40.38%
2	谢洪平	董事	-	1,718.48	1,718.48	4.77%
3	刘雄文	董事	-	357.58	357.58	0.99%
4	王雷	职工代表董事	-	133.76	133.76	0.37%
5	许镇城	董事	-	392.30	392.30	1.09%
6	苏志良	董事	-	412.00	412.00	1.14%
7	胡胜利	执行总裁	-	150.36	150.36	0.42%
8	曾传英	财务负责人	-	153.83	153.83	0.43%
9	龚翱	董事、董事会秘书	-	50.12	50.12	0.14%
10	谷云	信息技术研发部负责人	-	50.12	50.12	0.14%
11	刘明	信息技术研发部技术专家	-	3.01	3.01	0.01%

除上述持股情况外，公司董事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属均未以任何方式直接或间接持有公司股份。

2、股份质押或冻结情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属所持公司股份不存在其他质押、冻结或发生诉讼纠纷等情形。

（四）董事、监事、审计委员会委员、高级管理人员及其他核心人员的变动情况

自 2024 年 1 月 1 日至本招股说明书签署日，公司董事、原监事、审计委员会委员、高级管理人员及其他核心人员的变动情况如下：

1、董事变动情况

变动时间	变动原因	变动前人员	变动后人员
2025 年 3 月	增选钟瑞庆、田光宇、陈飞及李珊为独立董事	谢洪兴、谢洪平、刘雄文、苏志良、许镇城、王雷、欧阳宗善	谢洪兴、谢洪平、刘雄文、苏志良、许镇城、王雷、欧阳宗善、钟瑞庆、田光宇、陈飞、李珊
2025 年 8 月	投资人股东委派的董事欧阳宗善辞任，选举龚翱为董事	谢洪兴、谢洪平、刘雄文、苏志良、许镇城、王雷、欧阳宗善、钟瑞庆、田光宇、陈飞、李珊	谢洪兴、谢洪平、刘雄文、苏志良、许镇城、王雷、龚翱、钟瑞庆、田光宇、陈飞、李珊
2025 年 9 月	职工代表大会选举王雷为职工代表董事，王雷由非职工代表董事转任职工代表董事	谢洪兴、谢洪平、刘雄文、苏志良、许镇城、王雷、龚翱、钟瑞庆、田光宇、陈飞、李珊	谢洪兴、谢洪平、刘雄文、苏志良、许镇城、王雷、龚翱、钟瑞庆、田光宇、陈飞、李珊

2、监事变动情况

变动时间	变动原因	变动前人员	变动后人员
2024 年 11 月	改制为股份有限公司并设立监事会	陈玉玉	陈玉玉（职工代表监事）、黄梓桑、江一帆
2025 年 9 月	公司于 2025 年 9 月 20 日召开 2025 年第三次临时股东会审议通过了《关于取消监事会、修订<公司章程>及其附件的议案》，公司不再设置监事会，《公司法》规定的监事会的职权由董事会审计委员会行使	陈玉玉（职工代表监事）、黄梓桑、江一帆	无

3、审计委员会委员变动情况

变动时间	变动原因	变动前人员	变动后人员
2025 年 3 月	在董事会下设审计委员会	无	李珊、钟瑞庆、王雷

4、高级管理人员变动情况

变动时间	变动原因	变动前人员	变动后人员
2024 年 11 月	完善公司治理结构，聘任谢洪兴担任公司的总经理，胡胜利担任公司的执行总裁，曾传英担任公司的财务负责人，龚翱担任公司的董事会秘书	谢洪兴（经理）	谢洪兴、胡胜利、曾传英、龚翱

5、其他核心人员变动情况

截至本招股说明书签署日，公司核心技术人员为谷云、刘明、张伟，自核心技术人员入职以来未发生变动。

综上所述，公司董事、原监事、审计委员会委员、高级管理人员变动，系公司正常经营管理需要，最近两年内公司董事、原监事、审计委员会委员、高级管理人员及核心技术人员未发生重大不利变化。上述人员变化事宜符合有关法律、法规、规范性文件和《公司章程》等有关规定，并已经履行必要的法律程序。

（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、高级管理人员及其他核心人员的主要对外投资情况如下表所示：

单位：万元/万股

姓名	在发行人任职	被投资单位	持股比例	认缴出资额/ 持有股份数	被投资单位与本公司的 关联关系
谢洪兴	董事长、总经理	福州兴腾	89.68%	551.5080	持股平台
		福州驰腾	41.37%	12.4098	持股平台
		福州闽腾	80.00%	80.0000	持股平台
		福州骏腾	21.00%	23.0000	持股平台
		福州拓腾	12.12%	6.0000	持股平台
		福州福腾	7.28%	6.9820	持股平台
		福州智腾	23.33%	1,400.0000	持股平台
王雷	职工代表董事	福州驰腾	16.67%	5.0000	持股平台
		福州智腾	3.33%	200.0000	持股平台
刘雄文	董事	福州福腾	15.46%	14.8408	持股平台

姓名	在发行人任职	被投资单位	持股比例	认缴出资额/ 持有股份数	被投资单位与本公司 的关联关系
		福州智腾	3.33%	200.0000	持股平台
谢洪平	董事	福州闽腾	20.00%	20.0000	持股平台
		福州智腾	14.33%	860.0000	持股平台
		福州兴腾	10.32%	63.4879	持股平台
许镇城	董事	福州智腾	3.33%	200.0000	持股平台
		福州福腾	17.05%	16.3674	持股平台
苏志良	董事	福州智腾	3.33%	200.0000	持股平台
		福州福腾	17.96%	17.2336	持股平台
胡胜利	执行总裁	福州智腾	25.00%	1,500.0000	持股平台
曾传英	财务负责人	福州智腾	3.33%	200.0000	持股平台
		福州驰腾	19.61%	5.8824	持股平台
龚翱	董事、董事会秘书	福州智腾	8.33%	500.0000	持股平台
田光宇	独立董事	北京慧恒智铭电子技术有限公司	12.00%	12.0000	无关联关系
陈飞	独立董事	深圳市百舫科技有限公司	60.00%	60.0000	关联方
		药师帮股份有限公司 (09885.HK)	2.29%	1,566.0305	关联方
谷云	信息技术研发部 负责人	福州智腾	8.33%	500.0000	持股平台
		北京明医数智科技有限公司	100.00%	500.0000	无关联关系
		北京紫薇之星科技有限公司	13.00%	39.0000	无关联关系
刘明	信息技术研发部 技术专家	福州智腾	0.50%	30.0000	持股平台

注：上表所列陈飞所持药师帮股份有限公司（09885.HK）股份的情况，数据来源于同花顺 iFind、香港交易所官网等公开披露的信息。

除上述对外投资外，公司董事、高级管理人员及其他核心人员无其他重大对外投资情况。公司董事、高级管理人员及其他核心人员的上述投资与公司业务不存在利益冲突。

（六）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况

1、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬组成、确定依据及所履行的程序

经公司 2024 年度股东会审议批准，公司独立董事领取每年税前 15 万元固定津贴。除上述情况外，公司董事、高级管理人员及核心技术人员均在公司专职工作并领取薪酬。

在公司担任具体职务的董事、高级管理人员及核心技术人员根据其在公司的任职岗位领取相应薪酬，薪酬由基本薪酬和绩效工资组成，基本薪酬参考职位、责任、市场薪资行情等因素确定，绩效工资根据个人年度考核评估结果发放。

2、报告期内董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况

报告期内，公司董事、原监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬总额及其占公司同期利润总额的比例如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
薪酬总额	1,907.95	1,358.48	420.66
利润总额	42,184.86	32,845.12	12,663.01
薪酬总额/利润总额	4.52%	4.14%	3.32%

注 1：上表中的薪酬总额不包含股份支付；

注 2：2025 年 9 月 20 日，公司召开 2025 年第三次临时股东会审议通过了《关于取消监事会、修订<公司章程>及其附件的议案》，公司不再设置监事会，以上 2025 年度薪酬总额中的监事薪酬为 2025 年 1-9 月薪酬。

3、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近一年从发行人及其关联企业获得收入情况

本公司现任董事、高级管理人员及其他核心人员 2025 年度从公司领取薪酬情况如下表所示：

姓名	职务	2025 年度从本公司领取薪酬或津贴 (万元)	是否存在关联企业领薪
谢洪兴	董事长、总经理	120.00	否
王雷	职工代表董事	121.97	否

姓名	职务	2025 年度从本公司领取薪酬或津贴 (万元)	是否存在关联 企业领薪
刘雄文	董事	120.06	否
谢洪平	董事	158.03	否
许镇城	董事	108.13	否
苏志良	董事	108.04	否
钟瑞庆	独立董事	11.25	否
田光宇	独立董事	11.25	否
陈飞	独立董事	11.25	是
李珊	独立董事	11.25	否
胡胜利	执行总裁	336.00	否
曾传英	财务负责人	111.18	否
龚翱	董事、董事会秘书	152.11	否
谷云	信息技术研发部负责人	180.20	否
刘明	信息技术研发部技术专家	101.34	否
张伟	信息技术研发部资深工程师	53.75	否

报告期内，除独立董事陈飞因在药师帮股份有限公司任执行董事、首席财务官而领取薪酬外，公司其他董事、高级管理人员及其他核心人员均不存在从其他关联企业领取薪酬的情况。

公司依法为在公司领薪的非独立董事、高级管理人员及其他核心人员办理住房公积金及社会保险，目前不存在其它特殊待遇和法定养老金以外的退休金计划。

十二、发行人股权激励及其他制度安排和执行情况

（一）本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在首发申报前制定、上市后实施的期权激励计划。

公司存在首发申报前实施的股权激励计划，福州驰腾和福州智腾作为股权激励平台，持有发行人股份，用于激励公司员工；福州福腾为发行人早期实施的员工持股并投资于发行人的合伙企业。福州驰腾和福州智腾的具体情况如下：

1、福州驰腾

（1）福州驰腾的基本情况和人员构成

截至本招股说明书签署日，福州驰腾的基本情况如下：

名称	福州高新区驰腾企业管理合伙企业（有限合伙）
成立时间	2020年11月26日
认缴出资额	30.00万元
注册地址	福建省闽侯县上街镇新港大道10号B栋21层06单元
执行事务合伙人	谢洪兴
经营范围	一般项目：企业管理；企业管理咨询；会议及展览服务；市场营销策划；社会经济咨询服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；翻译服务；图文设计制作。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

截至本招股说明书签署日，福州驰腾的合伙人构成及出资情况如下：

单位：万元、万股

序号	姓名	合伙人类型	对应持股平台合伙份额		对应发行人股份数	发行人处任职情况
			合伙份额	权益比例		
1	谢洪兴	普通合伙人	12.4098	41.37%	282.2403	董事长、总经理
2	王雷	有限合伙人	5.0000	16.67%	113.7170	职工代表董事
3	曾传英	有限合伙人	5.8824	19.61%	133.7846	财务负责人
4	李俊艺	有限合伙人	0.0957	0.32%	2.1768	采购中心经理
5	黄裕楠	有限合伙人	0.1436	0.48%	3.2653	采购中心经理
6	王林	有限合伙人	0.1436	0.48%	3.2653	营销运营主管
7	黄梓桑	有限合伙人	0.1436	0.48%	3.2653	品牌设计中心设计总监
8	包明生	有限合伙人	0.2393	0.80%	5.4421	采购中心新品开发经理
9	陈丹	有限合伙人	0.0798	0.27%	1.8140	营销运营主管
10	陈青青	有限合伙人	0.0798	0.27%	1.8140	物控部数据分析组长
11	陈小燕	有限合伙人	0.2393	0.80%	5.4421	营销客服组长
12	陈晓琴	有限合伙人	0.2393	0.80%	5.4421	营销运营主管
13	陈莹	有限合伙人	0.0798	0.27%	1.8140	营销运营组长
14	陈玉玉	有限合伙人	0.2393	0.80%	5.4421	总裁助理
15	甘振枝	有限合伙人	0.2393	0.80%	5.4421	营销运营主管
16	黄铭林	有限合伙人	0.2393	0.80%	5.4421	物控部主管

序号	姓名	合伙人类型	对应持股平台合伙份额		对应发行人股份数	发行人处任职情况
			合伙份额	权益比例		
17	黄雪娟	有限合伙人	0.0798	0.27%	1.8140	采购中心采购组长
18	黄以薰	有限合伙人	0.0798	0.27%	1.8140	营销数据分析组长
19	黄永福	有限合伙人	0.1595	0.53%	3.6281	采购中心经理
20	江贤通	有限合伙人	0.2393	0.80%	5.4421	营销运营主管
21	江一帆	有限合伙人	0.2393	0.80%	5.4421	营销运营主管
22	李晓莉	有限合伙人	0.2393	0.80%	5.4421	总经理助理
23	廖有鑫	有限合伙人	0.0798	0.27%	1.8140	营销运营组长
24	林金	有限合伙人	0.0798	0.27%	1.8140	营销客服组长
25	林秋艳	有限合伙人	0.1595	0.53%	3.6281	营销运营组长
26	林渊培	有限合伙人	0.2393	0.80%	5.4421	公共事务总监
27	林云熹	有限合伙人	0.2393	0.80%	5.4421	采购中心新品开发组长
28	刘美林	有限合伙人	0.1196	0.40%	2.7210	物流部关务主管
29	刘日斌	有限合伙人	0.2393	0.80%	5.4421	营销运营主管
30	罗钰沁	有限合伙人	0.1196	0.40%	2.7210	财务部税务与资金经理
31	马秋阳	有限合伙人	0.1595	0.53%	3.6281	营销客服主管
32	阙春花	有限合伙人	0.2393	0.80%	5.4421	物控部助理
33	汪俊	有限合伙人	0.0798	0.27%	1.8140	采购中心新品开发组长
34	王自伟	有限合伙人	0.2393	0.80%	5.4421	采购中心经理
35	吴小燕	有限合伙人	0.1196	0.40%	2.7210	营销运营主管
36	袁文珍	有限合伙人	0.2393	0.80%	5.4421	营销运营主管
37	张敏静	有限合伙人	0.0798	0.27%	1.8140	营销运营组长
38	赵林	有限合伙人	0.0798	0.27%	1.8140	财务部核算经理
39	郑静怡	有限合伙人	0.2393	0.80%	5.4421	营销运营主管
40	钟贵珍	有限合伙人	0.1595	0.53%	3.6281	营销运营组长
41	钟厚铁	有限合伙人	0.0798	0.27%	1.8140	营销运营组长
42	钟宪靖	有限合伙人	0.1595	0.53%	3.6281	采购中心采购组长
43	周凯明	有限合伙人	0.0798	0.27%	1.8140	营销运营组长
44	周丽思	有限合伙人	0.0798	0.27%	1.8140	营销运营组长
45	周希雅	有限合伙人	0.0798	0.27%	1.8140	物控部海外交付组长
46	朱元霖	有限合伙人	0.0798	0.27%	1.8140	营销运营主管

（2）人员离职后的股份处理

根据发行人、被授予对象签署的《股份激励认购协议》等文件，对员工离职等情形出现后的股份处理进行约定，具体安排如下：

1) 业绩考核

各被激励对象均同意并承诺，业绩考核期共 4 期（每期 12 个月，自各自认购日或协议约定的时间点起算），根据各期考核系数解锁相应股份，就当期考核未能解锁部分，由执行事务合伙人或其指定主体按照对应实际出资额加该部分 4% 年利率（单利）对应的利息回购该等合伙份额。

2) 特殊转让限制

公司上市申报后，被激励对象需要待公司上市后且持股平台与上市相关的减持锁定期结束后才可转让，且该等转让的安排应当遵守届时法律法规、交易所规则及持股平台签署的承诺函要求的转股限制。

3) 强制回购及收回

①如发生下列情形，执行事务合伙人可以 1 元或者法律认可的最低价值予以回购：

A、被激励对象发生违规行为导致违法犯罪、严重违反公司规章制度；

B、被激励对象履行职务时，因为索贿、受贿、泄露公司重大机密（包括离职后）损害公司及关联公司利益的；

C、被激励对象因执行职务时的错误行为，致使公司利益受到重大损失的。

②总考核期届满前，如发生下列情形，执行事务合伙人退回被激励对象已经缴纳的认购金并收回被激励对象取得的激励股权：

A、被激励对象与公司的聘用合同到期，本人不愿与公司续约的；

B、被激励对象与公司的聘用合同未到期，被激励对象因个人绩效等原因被辞退的；

C、被激励对象与公司的聘用合同未到期向公司提出辞职并经公司同意的。

2、福州智腾

（1）福州智腾的基本情况和人员构成

截至本招股说明书签署日，福州智腾的基本情况如下：

名称	福州智腾企业管理合伙企业（有限合伙）
成立时间	2024 年 2 月 6 日
认缴出资额	6,000.00 万元
注册地址	福建省闽侯县上街镇创业路 2 号邦邦财富中心 1 号楼 18 层 1801 室
执行事务合伙人	许镇城
经营范围	一般项目：企业管理；企业管理咨询；财务咨询；会议及展览服务；市场营销策划；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；信息技术咨询服务；翻译服务；广告设计、代理；软件销售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

截至本招股说明书签署日，福州智腾的合伙人构成及出资情况如下：

单位：万元、万股

序号	姓名	合伙人类型	对应持股平台合伙份额		对应发行人股份数	发行人处任职情况
			合伙份额	权益比例		
1	许镇城	普通合伙人	200.0000	3.33%	20.0475	董事
2	谢洪兴	有限合伙人	1,400.0000	23.33%	140.3323	董事长、总经理
3	胡胜利	有限合伙人	1,500.0000	25.00%	150.3560	执行总裁
4	谢洪平	有限合伙人	860.0000	14.33%	86.2041	董事
5	谷云	有限合伙人	500.0000	8.33%	50.1187	信息技术研发部负责人
6	龚翱	有限合伙人	500.0000	8.33%	50.1187	董事、董事会秘书
7	王雷	有限合伙人	200.0000	3.33%	20.0475	职工代表董事
8	苏志良	有限合伙人	200.0000	3.33%	20.0475	董事
9	刘雄文	有限合伙人	200.0000	3.33%	20.0475	董事
10	曾传英	有限合伙人	200.0000	3.33%	20.0475	财务负责人
11	韩露	有限合伙人	180.0000	3.00%	18.0427	人力资源部负责人
12	刘明	有限合伙人	30.0000	0.50%	3.0071	信息技术研发部技术专家
13	王阳	有限合伙人	30.0000	0.50%	3.0071	总裁办经理

（2）人员离职后的股份处理

根据发行人、被授予对象签署的《扬腾创新股权认购协议》等文件，对员工离职等情形出现后的股份处理进行约定，具体安排如下：

1) 业绩考核条件

各被激励对象均同意并承诺，就其所持股权将锁定至少 4 年（自股权认购协议签署之日起开始起算，“限制期”），即未经公司事先同意，其在限制期内不可直接或间接转让、出售、处置其持有的合伙份额/股份，限制期内每年考核解锁比例为 25%，并将根据每年的业绩考核评价结果进行调整。具体考核评价体系由公司董事会薪酬委员会确定。各方同意，就当期考核未能解锁部分，由执行事务合伙人或其指定主体按照对应实际出资额加该部分 4%年利率（单利）对应的利息回购该等合伙份额。

2) 特殊转让限制

经持股平台执行事务合伙人同意后，被激励对象可在限制期届满后自由转让合伙份额。被激励对象确认，若彼时公司未完成首次公开发行股票并上市，持股平台执行事务合伙人拥有第一优先购买权，在持股平台执行事务合伙人同意下才可转让给第三方，且不可转让给约定的限制交易对象。

3) 强制回购及收回

①被激励对象发生下列情形，执行事务合伙人或其指定主体有权按照被激励对象已经实际缴纳的资金总额的全部合伙份额/股份进行回购，未解锁的部分停止解锁：

A、被激励对象发生违规行为导致违法犯罪、严重违反公司规章制度；

B、被激励对象履行职务时，因为索贿、受贿、泄露公司重大机密（包括离职后）损害公司及关联公司利益的；

C、被激励对象因执行职务时的错误行为，致使公司利益受到重大损失的；

D、被激励对象在实质上违反本协议、激励计划、合伙协议或其签署的其他文件，且未在公司指定的合理期限内予以纠正的；

E、被激励对象被证券监管机关采取证券市场禁入措施的，或是受到证券监管机关行政处罚的；

F、被激励对象存在其他任何对集团公司业务、声誉或财务状况造成严重不良影响的行为。

②在限制期届满前，被激励对象发生下列情形，执行事务合伙人或其指定主体有权按照二者价格孰高对被激励对象持有的合伙份额/股份进行回购：①公司最新一期末

的净资产价格，或②被激励对象已实际支付的对应认购价款加上该认购价款按 4%年利率（单利）对应的利息：

A、被激励对象与公司的聘用合同到期，本人不愿与公司续约的；

B、被激励对象与公司的聘用合同未到期，被激励对象因个人绩效等原因被辞退的；

C、被激励对象与公司的聘用合同未到期向公司提出辞职并经公司同意的。

（二）激励计划对公司经营状况、财务状况、控制权变化等的影响

1、对公司经营状况影响情况

公司实施的股权激励计划有利于建立健全员工激励机制，提高公司凝聚力和员工工作积极性，实现长期激励与约束并存，为公司未来生产经营奠定坚实基础。

2、对公司财务状况的影响

公司的股份支付费用按照授予对象的所属部门及职能分别计入管理费用、销售费用或研发费用等科目。报告期各期，公司分别确认股份支付费用 278.84 万元、335.35 万元和 1,000.68 万元，具体情况如下：

序号	授予年度	持股平台	股份支付对象	入股价格 (元/股或元/注册资本)	公允价格及确定依据	授予时对应公司注册资本(万元)/股本(万股)
1	2021 年度	福州驰腾	曾传英	42.50	参照同期外部股东恒旭资本的增资价格 150.45 元/注册资本	5.8824
2	2023 年度	福州驰腾	包明生等人	125.37	参照同期外部股东腾讯香港等的增资价格 231.53 元/注册资本	6.7876
3	2025 年度	福州智腾	胡胜利等人	226.89	参照同期外部股东武汉源夏等的增资价格 367.05 元/股	26.4439

报告期内，公司历次股份支付对应的公允价格主要参照同期外部股东入股时的增资价格，公司股份支付公允价格的确定依据充分，具有合理性。

3、对公司控制权的影响

上述股权激励计划实施前后，公司控制权未发生变化。

十三、发行人员工情况

（一）员工人数和构成

1、员工人数及报告期内的变化情况

报告期各期末，公司员工数量变化情况如下：

单位：人

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
人数	1,222	1,222	816

2、员工专业结构

截至 2025 年 12 月 31 日，公司员工按专业构成情况如下：

单位：人

项目	人数	占比
销售及运营人员	501	41.00%
仓储及物流人员	309	25.29%
研发人员	142	11.62%
采购人员	108	8.84%
其他职能人员	162	13.26%
合计	1,222	100.00%

（二）员工社会保障情况

公司及其境内子公司执行国家劳动用工和社会保障的相关法律法规和规章制度，为境内员工办理了养老、医疗、生育、工伤、失业等保险和住房公积金。

1、社会保障制度的执行情况

报告期各期末，公司及其子公司为员工缴纳社会保险的具体情况如下：

单位：人

类型	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
各期末境内员工人数	1,182	1,156	776
已缴纳人数	1,170	1,135	763
缴纳比例	98.98%	98.18%	98.32%

2、住房公积金制度的执行情况

报告期各期末，公司及其子公司为员工缴纳住房公积金的具体情况如下：

单位：人

类型	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
各期末境内员工人数	1,182	1,156	776
已缴纳人数	1,166	1,133	745
缴纳比例	98.65%	98.01%	96.01%

报告期内，公司为员工缴纳社会保险和住房公积金的比例较高，少量员工未缴纳的主要原因是当月新入职员工的社保公积金尚未办理完成以及少量外籍人员未缴纳住房公积金。

3、员工社会保险和住房公积金缴纳合法合规情况

报告期内，公司及境内子公司不存在因违法违规而被处罚的情况。

4、控股股东、实际控制人相关承诺

发行人实际控制人已承诺如因前述瑕疵导致发行人被行政处罚或被追缴社会保险费及住房公积金，发行人实际控制人将承担发行人因此产生的全部损失。

5、发行人劳务派遣等相关情况

报告期内，因公司业务发展临时用工需求，公司于 2023 年下半年开始存在少量劳务派遣用工情形，主要用于满足仓库装卸搬运、包装等临时性、辅助性的工作需求。截至 2023 年末，公司境内劳务派遣人数为 58 人，占境内用工总人数比例为 7.47%。2024 年 5 月后，公司不存在境内劳务派遣用工的情况。

公司根据用工需求、劳务派遣公司规模、劳务派遣公司市场口碑、服务资质规范性和服务质量选择合作的劳务派遣单位，不存在其专门或主要为公司服务的情形，且与公司不存在关联关系。

6、劳务外包情况

报告期内，公司存在将少量仓库装卸搬运、包装、保洁等辅助性工作进行外包的

情况，不涉及关键工序或关键技术。具体情况如下：

序号	劳务外包单位	服务主体	是否关联方	股权结构	主要服务内容
1	莆田启泰劳务服务有限公司	福州扬腾网络	否	胡山 51%、谢琪 49%	装卸搬运、包装服务
2	莆田市万辉劳务服务有限公司	福州扬腾网络	是	刘云富 95%、伊妹兰 5%	装卸搬运、包装、保洁服务
		扬腾创新			保洁服务
3	莆田市涵江区鑫祥装卸服务部	福州扬腾网络	否	岳劲松（个体工商户）	装卸搬运、包装服务
4	莆田市涵江区江口祥昇装卸服务部（个体工商户）	福州扬腾网络	否	岳祥和（个体工商户）	装卸搬运、包装服务
5	莆田迈克斯企业管理有限公司	福州扬腾网络	否	莆田启泰劳务服务有限公司 70%、王瑜 30%	装卸搬运、包装服务
6	福建省闽安企业管理有限公司	福州扬腾网络	否	福建省闽安制造服务外包有限公司 100%	装卸搬运、包装服务

注：莆田市万辉劳务服务有限公司（以下简称“莆田万辉”）为公司实际控制人谢洪兴之舅舅和舅母实际控制的企业，基于谨慎性原则，公司将与莆田万辉的交易比照关联交易披露，具体交易金额详见本招股说明书“第八节 公司治理与独立性”之“八、关联交易”之“（三）经常性关联交易”之“2、接受劳务”内容。

第五节 业务与技术

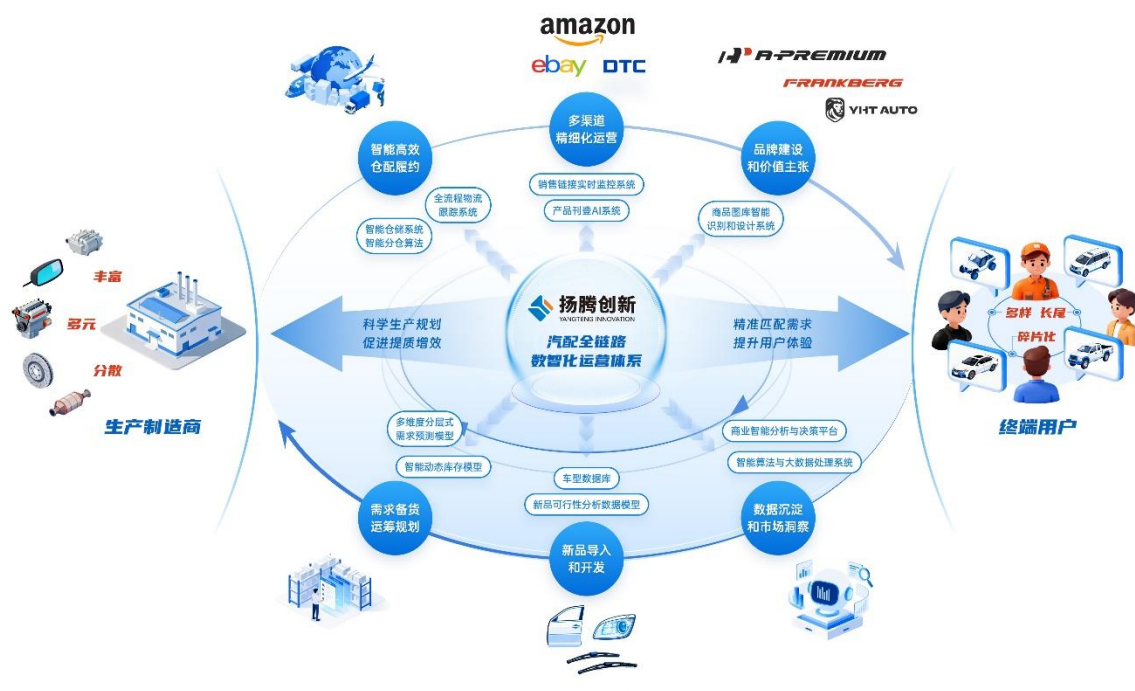
一、发行人主营业务和主要产品情况

（一）公司主营业务情况和主要产品情况

1、主营业务基本情况

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。

汽车后市场系围绕汽车售后使用环节衍生需求和服务形成的市场。截至 2024 年末，全球汽车保有量已超过 15 亿台，涵盖众多的汽车品牌和汽车型号。在汽车的售后维修保养环节，不同车型/年份/排量的汽车配件往往存在一定程度的不兼容情况，导致汽配领域呈现 SKU 数量庞大且品类复杂的特征。从汽车后市场产业链结构来看，下游终端用户需求多样化、碎片化和长尾化；上游生产供给相对充分，但同时呈现出多元分散的特点。在此背景下，将多样、碎片且长尾化的终端需求与供给充足但多元分散的生产制造端有效链接，是产业链的核心价值环节。AutoZone、O'Reilly、Autodoc 等全球汽车后市场中的知名链主企业亦主要聚焦于此环节。公司以大数据、人工智能等数字技术为底层驱动，构建了一套汽配全链路数智化运营体系，促进汽配产业与新技术、新模式的深度融合，改善行业内供需信息不对称的现状，实现上游生产厂商与消费者端到端的高效链接。



在经营过程中，公司持续挖掘和积累业务数据，深化市场洞察，不断迭代和完善数智化运营体系，进而构建驱动业务高质量发展的飞轮：（1）在新品开发端，公司基于市场洞察持续对细分汽车配件产品进行可行性研究和分析，实现智能、精准、高效的新品导入和开发，截至 2025 年末，公司在售的自有品牌 SKU 数量已达约 17.21 万个，位居行业前列；（2）在供应链管理端，公司构建了需求驱动的动态库存优化机制，使用自研的多维度分层式需求预测模型和跨境智能仓配系统，合理统筹产品采购计划，高效管控库存动销，保障产品的有效供应；公司以境内外分布式仓库为基点，构建了专业的仓储管理和物流跟踪系统，保证产品全流程运输和仓储的信息畅通，实现履约路径的智能优化，提高仓储配送效率和交付体验。报告期内，公司的存货周转率在 1.8 次以上，处于汽车后市场同类型企业较高水平；（3）在多渠道运营端，公司积极引入大数据、人工智能等新兴技术，基于市场历史数据、竞品信息等多维度数据不断提高订单履约效率，优化用户体验，增强精准营销能力。截至 2025 年末，公司已与亚马逊、eBay、PartsGeek、Autodoc 等十余个线上销售渠道建立合作关系；公司在亚马逊、eBay 的主要店铺好评率均在 98%以上；（4）与此同时，公司始终坚持品牌化战略，引入数智化工具赋能文案设计、视觉符号打造等，通过优良的产品品质、专业的形象和口碑的沉淀，树立了良好的品牌形象，持续建立和深化与终端用户的链接。报告期内，公司在主要销售渠道的复购率均呈增长趋势，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。

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，在海量 SKU 全生命周期精细化管理、新品开发和产品覆盖率、供应链精细化管理、用户粘性和品牌影响力等多个维度已经建立独特的竞争优势，并已经快速成长为全球线上汽配行业的品牌企业。根据灼识咨询数据，以 2024 年营业入口径统计，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；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）。经过多年的发展，公司在汽车后市场领域已经具备较强的全球影响力。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，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%。

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 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。

公司秉承数智化创新汽车后市场产业链的理念，持续加大研发投入，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。凭借在汽车后市场的持续耕耘和创新，公司在报告期内荣获“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。

2、主要产品的基本情况

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。

（1）底盘零部件

底盘零部件系支承、安装汽车发动机及其各部件、总成，构成汽车的整体结构造型，传递发动机的动力以驱使汽车行驶，并确保汽车行驶的稳定性和可靠性。底盘零部件一般可以分为传动系、制动系、行驶系、转向系四类。其中，传动系零部件包括半轴、离合器、变速器等，与发动机配合工作，具有减速、变速、倒车、中断动力、轮间差速和轴间差速等功能；制动系零部件包括制动卡钳、液压制动泵、刹车盘等，用于汽车行驶时的强制减速或停止；行驶系零部件包括控制臂、车架、车桥等，用于配合汽车的正常行驶；转向系零部件包括方向盘、转向器、转向节等，用于汽车行驶过程中的转向。公司的主要底盘零部件产品举例如下：

序号	产品名称	产品简介	产品图示
1	半轴	半轴负责将发动机动力从差速器传递到车轮，驱动车辆行驶，具有高强度、耐久性和较强的抗扭性能，适应复杂的路面情况	

序号	产品名称	产品简介	产品图示
2	制动卡钳	制动卡钳通过液压推动刹车片夹紧制动盘，从而实现减速或停车；其特点是制动力强、响应速度快、结构紧凑，能够在高温、高压的工况下稳定工作	
3	控制臂	控制臂是汽车悬架系统的重要部件，用于连接车身与车轮，支撑车轮并控制其上下运动，以保证车辆的行驶平稳性和操控性；其特点是轻量化但结构坚固、耐用性高	

（2）发动机零部件

发动机零部件主要包括曲柄连杆机构、配气机构、冷却系统、润滑系统、燃料供给系统、点火系统、排气系统等，用于维持发动机的正常运转。其中，曲柄连杆机构由机体组、活塞连杆组、曲轴飞轮组三部分组成，将燃烧后气体的作用力转变为曲轴的转矩以输出动力；配气机构可以分为气门组和气门传动组两大部分，以配合气缸开启和关闭，使得新鲜气体进入气缸并及时排出废气；冷却系统一般由膨胀水箱、水泵、散热器等组成，使得发动机在适当的温度范围内运转；润滑系统由机油泵、滤清器、机油滤清器、油管等组成，减少摩擦阻力和减轻机件的磨损；燃料供给系统包括燃油泵、油箱、汽油表等，供给燃料使其与空气混合并燃烧；点火系统由点火电源、点火开关、点火线圈、发电机等组成，产生足够能量的电火花启动发动机的工作；排气系统主要是排放和处理发动机工作所排出的废气，包括三元催化器等零部件。公司的主要发动机零部件产品举例如下：

序号	产品名称	产品简介	产品图示
1	燃油泵	燃油泵是汽车燃油供给系统的关键部件，负责将燃油从油箱输送到发动机燃油轨或化油器，为发动机提供持续稳定的燃油供应	
2	三元催化器	三元催化器是汽车排气系统的核心净化装置，通过催化氧化还原反应将尾气中的有害物质转化为无害的二氧化碳、水和氮气，显著降低污染物排放，同时能够通过降低排气背压提升燃油经济性	
3	发电机	发电机负责将发动机的机械能转化为电能，为车辆的电气设备供电并为蓄电池充电；其特点是输出电压稳定、高效能量转换，具备耐高温、抗振动和使用寿命长的特点，能够满足现代汽车多样化的电力需求	

（3）车身及附件零部件

车身及附件零部件通常由金属、塑料及复合材料制成，主要包括汽车撑杆、车顶、行李箱盖、挡泥板、玻璃升降器、后视镜、车身附件等，这些部件是汽车车身的主要构成，不仅为车辆提供结构性支撑，还能优化空气动力学性能以降低风阻、提升燃油经济性和保持汽车稳定性。公司的主要车身及附件零部件产品举例如下：

序号	产品名称	产品简介	产品图示

序号	产品名称	产品简介	产品图示
1	玻璃升降器	玻璃升降器用于实现车窗玻璃的升降调节，具备传动平稳、运行噪音低的特点	
2	汽车撑杆	汽车撑杆是车身支撑系统的液压阻尼部件，利用氮气与液压油协同作用，实现车门/尾门平稳开闭（承重 50-150kg），能够兼顾轻量化与静音需求	
3	后视镜	后视镜是行车安全辅助部件，由曲面夹层玻璃或电子显示屏构成，能够提升后方视野清晰度，并降低夜间眩光干扰	

（4）电子电气零部件

电子电气零部件包括车身电子控制装置和车载电子设备，其中车身电子控制装置包括发动机控制系统、底盘控制系统和车身电子控制系统，由传感器、MPU（运动处理单元）、执行器和各类电子元件组成；车载电子设备包括空调压缩机、照明装置、音响装置、鼓风机、传感器等。公司的主要电子电气零部件产品举例如下：

序号	产品名称	产品简介	产品图示

序号	产品名称	产品简介	产品图示
1	空调压缩机	空调压缩机是汽车空调制冷循环的动力源，通过皮带驱动压缩冷媒，实现制冷剂循环与热量交换，采用变频技术调节功率，能够适配新能源车型，兼顾制冷效率与能耗控制	
2	鼓风机	鼓风机负责将空气通过空调系统吹入车内，以调节车内温度和通风，具备高效的风力输出和耐用性，能够在各种驾驶条件下提供持续的空气流通	
3	氧传感器	氧传感器是用于监测排气中的氧气浓度，并将数据传递给发动机控制单元（ECU），以调节燃油与空气的混合比，确保发动机的燃烧效率和排放标准，能够在高温和恶劣环境下稳定工作	

（5）其他

除上述零部件外，公司产品还包括少量船用零部件、汽车用品等。

3、主营业务收入构成

报告期内，公司主营业务收入主要源于汽车配件等产品的销售，按产品类别划分情况如下：

单位：万元，%

产品类别	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比

底盘零部件	160,864.70	36.24	120,508.46	36.84	65,669.34	37.27
发动机零部件	142,316.00	32.06	104,090.17	31.82	52,418.58	29.75
车身及附件零部件	67,580.90	15.22	48,119.68	14.71	29,918.30	16.98
电子电气零部件	72,284.63	16.28	53,538.94	16.37	27,873.27	15.82
其他零部件	880.01	0.20	847.45	0.26	324.58	0.18
合计	443,926.24	100.00	327,104.70	100.00	176,204.07	100.00

（二）公司主要经营模式

1、新品导入和开发模式

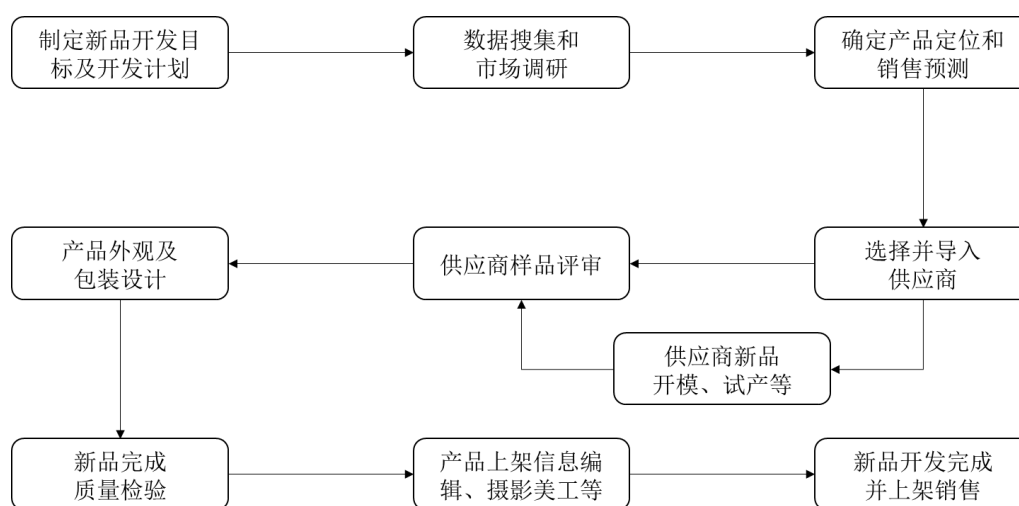
公司基于汽车后市场动态数据收集和市场调研匹配消费者产品需求，结合车型数据库和新品可行性分析数据模型，实现智能、精准、高效的新品导入和开发。公司按年度拟定新品导入和开发目标和计划，通过电商平台、汽车厂商官方网站等渠道进行公开数据收集和开展市场调研，在了解拟开发汽车配件产品相应的市场规模、产品销量、竞争格局、搜索趋势、竞品数据等信息后，确定拟开发的新品；随后针对新品在各个细分渠道、细分区域的月度销量、平均单价、竞争格局等方面进行更深入的市场调研；综合前述数据情况，公司以产品 SKU 维度对新品进行价格定位，采用自主搭建的新品可行性分析数据模型对新品进行分析预测，预测新品上架后的一定期间的周度销量，并拟定公司新品的定价策略、投放策略及品牌策略。

公司的新品导入和开发主要依托于持续迭代的数据库和新品可行性分析数据模型。凭借长期在汽车配件行业的积累，公司收集了各类汽车车型参数、汽车配件规格、汽车配件历史销量、竞品信息等汽车配件公开市场数据，经过数据清洗、数据分类及处理后，构建了覆盖全球主要市场主流车型的汽配信息数据库；公司运用机器学习等数智技术，针对不同价格定位下的新品开展销量预测，以此科学制定新品采购、投放策略等，明确产品市场定位，并深入分析新品开发的可行性；在此基础上，通过持续收集市场各维度反馈信息，公司对数据模型不断进行优化迭代，已形成了一套高效、精准的新品开发可行性数据模型。该模型实现了公司的新品开发从经验判断到数据驱动的决策转型，提升了新品开发的效率和市场适配性。除此之外，公司新品开发部门人员也持续追踪市场动态，基于市场调研结果匹配消费者潜在有效的产品需求，在线上市场持续挖掘契合市场需求和消费者偏好的汽车配件产品，以满足全球消费者的差异

化需求。2023 年末、2024 年末、2025 年末，公司在售的自有品牌汽配产品 SKU 分别约为 7.41 万个、11.41 万个和 17.21 万个，2024 年、2025 年公司新增在售自有品牌 SKU 数量分别为 4.0 万个和 5.7 万个，具备较强的新品开发能力。

确定导入和开发的新产品后，公司会结合产品定位和采购需求对境内外优质供应商的产品进行考察和评审，过程包括供应商资质确认、样品确认、知识产权风险评估和市场调查等，根据评审情况择优选取供应商开展合作；其中需要供应商新开模的产品，公司将选择具有相关产品和技术背景的供应商进行设计、开模、试产、试验等。在产品上架前，公司会根据产品市场定位进行产品包装设计和产品推广设计，更好地贴合消费者审美偏好，并对供应商送达的新品进行质量检验；公司根据不同电商平台、不同销售区域的不同要求进行上架信息编辑，并开展产品摄影、美工、视觉设计、视频制作等工作；此后，公司将结合具体产品的销售规划在电商平台、独立站上传新品信息、图片等内容，正式上架新品。此外，公司自主研发了产品刊登 AI 系统，针对已在一个平台/网站上架的产品，能够按照其他平台/网站的上架规范自动进行适配调整，以实现产品的批量上架，并保障产品数据与内容在不同平台的一致性。上架完成后，公司将密切跟踪新品上架后 3-6 个月的销售情况，包括销量、转化率、客户反馈等，结合销售数据和市场情况反馈，对新品的营销和备货情况进行调整。

公司新品导入和开发的主要流程具体如下：



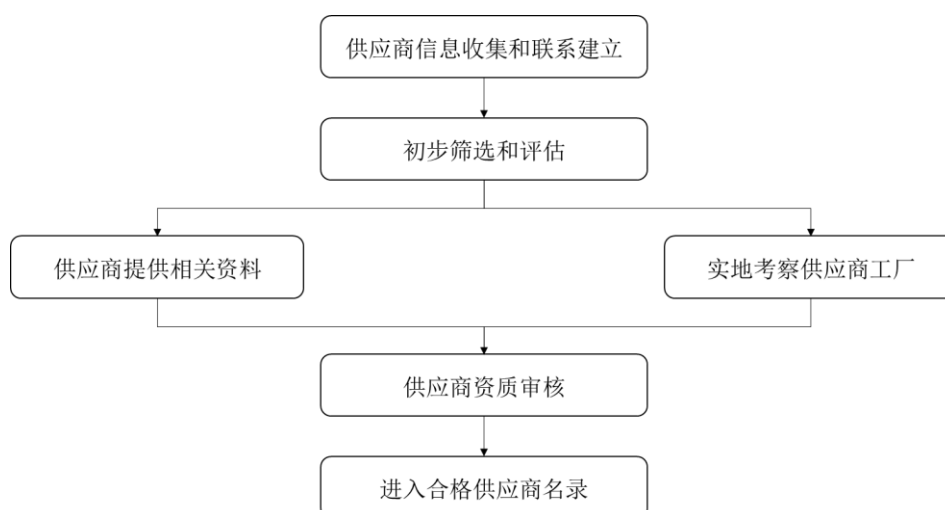
2、采购模式

报告期内，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。公司建立了采购与付款管理、存货管理等内控流程，并自主开发了需求预测、采购运筹管理、存货管理、质检管理等供应链管理相关的信息系统模块，通过严格的供应商筛选、产品全链路跟踪和质量控制程序确保产品采购质量，提高采购效率。

（1）供应商准入及管理

基于供应商开发及管理的需求，公司建立了供应商管理相关的内部制度。公司主要通过采购部门主动寻源、展会拓展、行业引荐等方式搜寻新供应商。与新供应商达成合作关系前，公司主要关注其质量管理、资质条件、供货能力、产品认证（如需）等方面，并对其进行实地考察。公司人员通过编制《供应商基础信息档案》等文件，对新供应商信息进行记录、建档并提交审批。在供应商准入审批完成后，新供应商将进入公司的合格供应商名录。公司供应商准入的主要流程具体如下：



对于已建立合作关系的合格供应商，公司定期对其采购价格、交付情况、客诉情况等进行分析，以此进行评审；根据评审结果，若采购价格与市场价格存在显著差异，公司将与供应商进行协商议价；若产品交付情况无法满足公司要求，公司将与供应商协商确定改进措施；若产品客诉情况显著增加，公司将通知供应商要求限期整改，对到期仍无明显改进的，将进行淘汰替换。

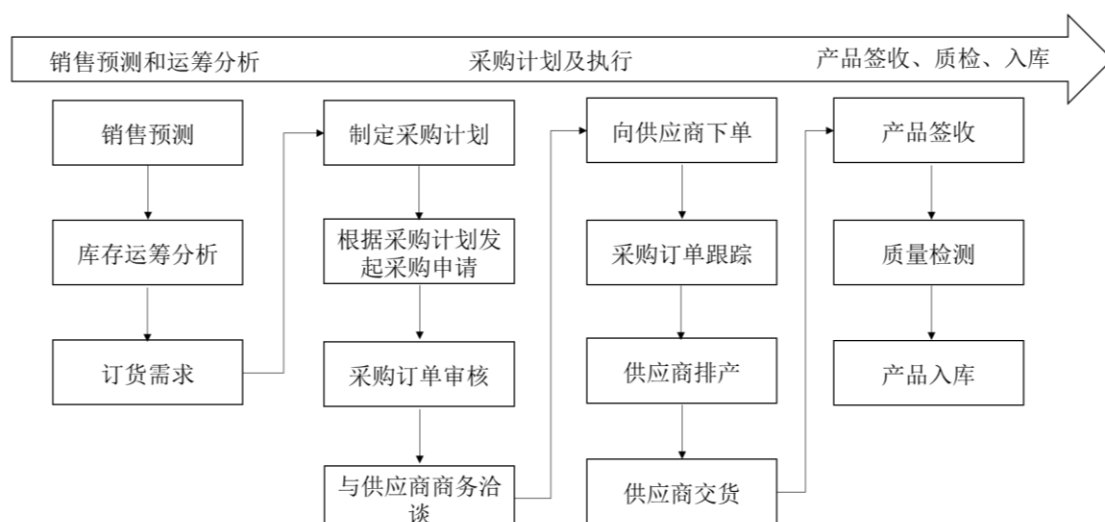
（2）采购流程及管理

公司采购流程的主要环节包括销售预测及库存运筹分析、采购计划制定及审核、

采购下单、交货跟踪、质检入库。公司采用多维度分层式需求预测模型进行销售预测，根据汽车配件产品的上市销售时间、销量波动性、季节性、产品特性等历史销量数据，基于因果推断与知识图谱技术探索市场潜在真实需求，同时依托深度学习嵌入（Embedding）技术搭建自适应自动化分类体系，提炼特征标签，对不同分层的产品选择合适的销量预测方法，滚动输出未来一定期间的具体产品的市场需求预测结果。考虑市场预测结果、供应链风险偏好、订货交付效率及成本等因素后，公司运用跨境智能仓配系统进行运筹分析，采用系统生成和人工审核确认的方式制定产品采购计划，并使用物料下单模拟系统对不同的采购计划进行推演分析，计算产品在不同采购策略下的最优订货量和采购时间，结合供应商生产排期确定具体订货需求。

一般而言，采购人员根据前述制定的采购计划制作采购订单并发起采购申请流程；采购订单经审核后，发送至供应商处；供应商根据采购订单与公司协商后安排产品排产、发货；在发货后公司采购人员持续跟踪产品运输进程，直至产品交付到公司国内前置质检中心仓（以下简称“前检仓”）或海外仓。境内采购产品送达仓库时，仓储部门将进行卸货、分拣，并抽样进行产品检验，产品检验符合质量要求后，对检验合格的产品予以入库；若产品规格、质量等不符合公司要求，则与供应商进行沟通处理。境外采购则由公司对首批采购的产品进行飞行检验，对产品质量标准、包装要求等进行规范，后续采购的产品依照规范和标准流程作业；供应商将货物发往海外仓库后，由海外仓库签收。

公司采购的主要流程具体如下：



（3）产品质量控制

公司在产品质量检验、产品包装、储存及运输、不良品处置及报废等阶段设置了标准化的质量控制体系，通过流程管控与风险响应机制，实现产品质量风险的有效防范与不良品的闭环管理，具体包括：

1) 外购检验流程

对于境内采购的产品，依据《IQC 来料检验规范》《样品判定管理规定》等制度，新品由公司品质部门建立质量检验标准并进行检验，经判定合格后，予以放行入库；后续量产到货的产品主要由公司仓储部门的检验人员进行质量检验，并经品质部门巡检合格后入库；对于境外采购的产品，首批采购主要由公司采购部门、品控部门人员组成的团队到供应商处进行实地飞行检验，确认其产品品质、发货要求合格后再由供应商发货；飞行检验期间，公司根据首批检验情况制定品质确认表，对产品质量标准、包装要求等进行规范，后续采购的产品依照规范和标准流程作业，以确保产品符合交付要求，品质稳定。

在检验过程结束后，若出现存在不良品的情况，公司将根据不良品的质量检验结果，评估产品不良性质与原因，然后与供应商确定处置方案，采取退货、换货等方式进行处理。

2) 供应商动态管理

公司将产品来料品质、产品售后品质等质量信息录入公司管理系统，品质部门定期对产品质量数据进行多维度分析，明确不良问题类别、跟进不良原因分析并制定产品质量改善对策等。针对异常状况多发的供应商，公司将与其研究制定改进措施，持续跟踪质量改善计划实施状况，并确认产品质量改善的效果。此外，公司根据产品质量表现开展境内外供应商现场审核，关注供应商的生产环境、设备状态、生产工艺、品质管理等方面，确保供应商产品按公司质量标准生产。

3) 产品包装、储存及运输

公司通过《产品包装规范》《仓储出货部作业流程规范》等内部控制文件，对于不同产品适用的包装材料选型、包装作业标准、制程巡检机制、储存装柜要求、运输防护规范及特殊产品保护措施等进行规范化管理，系统性降低因包装不当、储存环境不佳、运输损耗导致的产品质量风险，保障产品交付质量的稳定性。

3、仓储物流模式

公司以境内外仓库为基点，对接全球物流服务商，建立了完善的仓储物流体系，具备较强的产品仓储、发运和交付能力。为了适应公司业务的快速发展，满足公司产品储存需要和配送运输的效率要求，公司通过多种方式提升自身的仓储能力：（1）自营仓：公司在境内拥有超过 7.5 万平方米的大型前检仓，具备产品质量检验、产品包装、出口前货物存储及分拨等功能；公司在德国拥有超过 2.5 万平方米的海外自营仓，负责欧洲地区的海外货物存储及配送；（2）海外平台仓：公司采购了亚马逊提供的 FBA 仓储配送服务，将货物运输至 FBA 仓并验收入库后，亚马逊将统一对 FBA 仓内的货物进行管理，产品储存、派发、终端配送等均由亚马逊 FBA 仓负责；（3）海外合作仓：报告期内，公司与第三方仓储服务商达成合作，产品由国内运输至境外第三方仓储服务商的海外仓后，由服务商提供海外仓储、分拣打包、尾程派送等服务。

在物流运输方面，公司委托第三方服务商提供头程运输和尾程配送服务。在头程物流环节，公司选择了多家优质物流服务商进行合作，并与其建立了稳定、长期的深度合作关系，通过物流服务商将公司产品发往公司的海外自营仓、海外平台仓或海外合作仓。在尾程物流环节，公司的尾程配送主要包括亚马逊 FBA 配送和第三方物流配送两种方式，具体为：（1）亚马逊 FBA 配送：公司将产品运抵至亚马逊的 FBA 仓库后，由亚马逊统一管理；亚马逊系统收到订单后，自动进行处理并为公司提供产品终端配送服务；（2）第三方物流配送：针对存放于海外自营仓和海外合作仓的产品，海外仓收到公司订单指令后，由仓库人员拣货后交予第三方物流公司，第三方物流公司将产品配送至终端消费者。

针对仓储物流方面，公司构建了全流程物流跟踪系统、智能跨境仓配一体化系统、智能自动分仓履约系统、出口报关审核管理系统等，支持公司在仓储物流方面实现数字化、信息化、一体化管理。例如：全流程物流跟踪系统通过监测产品运输路径，确保产品入库、出库、运输、出口报关、清关等环节的信息畅通；智能跨境仓配一体化构建了库存产品数据集和数据模型，以库存消耗量适时调整不同仓库的配货、出货的优先级，充分提高了公司产品库存周转效率、仓库库位利用率和分拣效率，保障产品库存充足。

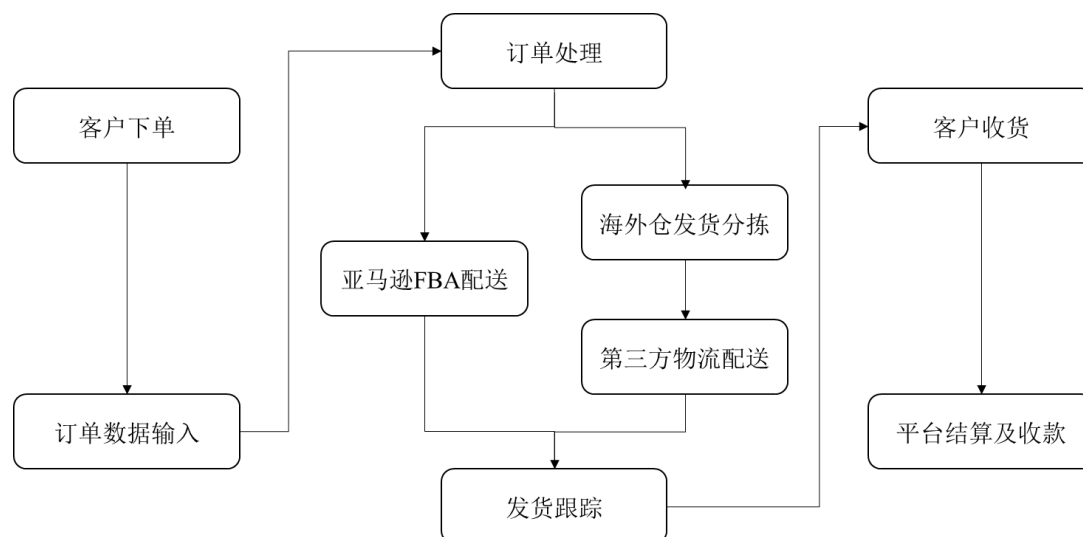
4、销售模式

按照销售模式的不同，公司的销售模式可以分为线上 B2C 模式、线上 B2B 模式和线下销售模式。

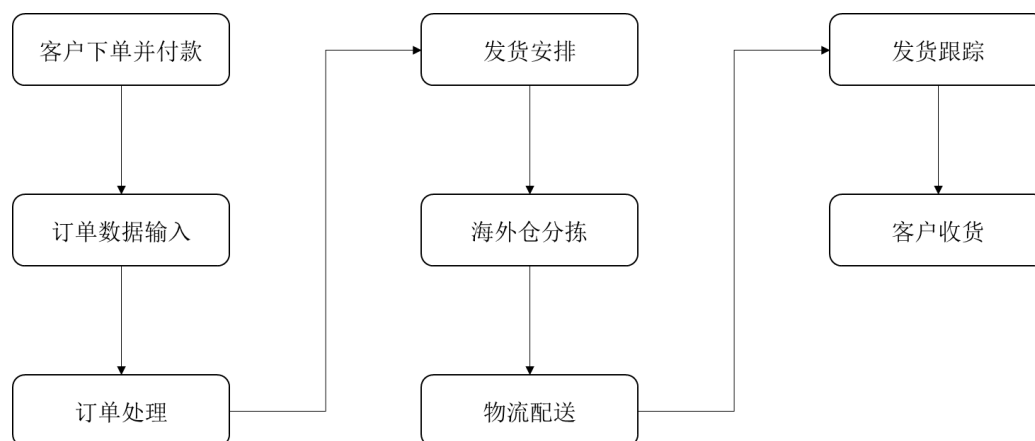
（1）线上 B2C 模式

线上 B2C 模式下，公司主要通过在线上第三方电商平台开设的线上店铺和自建独立站向客户销售汽车配件产品。公司分别在 Amazon、eBay 等电商平台开设了线上店铺，并搭建了 A-Premium 汽配垂直品类自营网站（即“独立站”），以线上零售的方式触达全球消费者，将中国及全球制造的优质汽车配件产品销售至美国、加拿大、德国、英国、澳大利亚等国家和地区。报告期内，公司通过线上 B2C 模式实现的销售收入分别为 166,947.11 万元、302,968.00 万元和 407,010.77 万元，占主营业务收入的比例分别为 94.75%、92.62%和 91.68%，是公司最主要的销售模式。

第三方电商平台是公司线上 B2C 模式的主要销售渠道，公司通过入驻全球主流电商平台并开设店铺，能够较为迅速、高效地建立全球营销网络，覆盖全球线上客户；同时，公司坚持品牌出海战略，致力于通过品牌建设打造护城河，利用第三方电商平台店铺构建专业化的全球汽配品牌形象，提升品牌溢价能力。以亚马逊为例，1）公司在亚马逊平台上注册了卖家账号，根据平台规则开设店铺；2）在平台店铺上架汽车配件产品并发布后，消费者可以在亚马逊平台中浏览公司发布的产品信息，挑选商品后进行下单；3）消费者下单后，如适用亚马逊 FBA 配送模式，亚马逊平台将自动安排在 FBA 仓库中对产品分拣、发货及尾程配送；如适用第三方物流配送模式，公司系统获取亚马逊平台订单信息后，综合考虑产品类型、产品配送地、仓库库存情况等因素后生成产品分拣方案和产品配送计划，并推送至海外仓库，产品将从公司的海外合作仓或海外自营仓发出，由第三方物流服务商配送至终端消费者，主要流程具体如下：



除了通过第三方电商平台销售外，公司亦通过自建独立站向客户销售产品。独立站是公司开拓多元化销售渠道，形成自有客户群体而打造的汽配垂直品类门户网站，使得公司能够更直接地与客户进行沟通，深入了解客户需求，从而让公司提供更符合市场需求的产品。客户在独立站浏览公司产品信息并下单付款后，公司系统将相应生成产品分拣方案和产品配送计划，随后公司安排产品从海外仓库发货，由第三方物流服务商配送至终端消费者。为进一步提升客户购物体验，公司针对北美市场特点对独立站进行了专项优化，具体包括：1）独立站采用了多维数据映射技术，提升了用户对汽车配件产品模糊搜索的适配能力，可通过自动化校准持续迭代优化搜索结果；针对与用户车型不适配的产品，将在页面额外添加提示，引导用户精准选择；2）独立站运用了大数据技术构建了物流妥投模型，基于历史数据精准拟合实际物流妥投时点，帮助客户清晰掌握产品送达进度，优化客户物流服务体验；3）独立站部署了站点数据安全防护技术，构建了可靠的安全防护体系，严格保障用户信息的保密性和安全性，切实维护客户信息权益。公司通过独立站实现销售的主要流程具体如下：



（2）线上 B2B 模式

公司的线上 B2B 模式系电商平台或网站向公司下单采购产品，并销售给其他客户，按物流配送方式不同可以进一步分为电商平台入仓模式和线上代发模式。电商平台入仓模式下，电商平台向公司下单采购产品，公司将产品运送至电商平台仓库或指定地点后由电商平台签收入库，后续电商平台负责产品的仓储、销售、物流配送和收款工作，该模式下公司的主要客户为亚马逊 VC；线上代发模式下，汽配网站收到产品订单后，将订单信息推送至公司，由公司直接向其客户配送产品。该模式下公司的主要客户为 PartsGeek、CarParts 等境外知名汽车配件独立站。报告期内，公司线上 B2B 模式销售收入分别为 9,068.76 万元、23,942.03 万元和 36,627.05 万元，占主营业务收入的比例分别为 5.15%、7.32%和 8.25%。

（3）线下销售

除线上销售外，公司存在少量线下销售的情况，公司根据客户下达的订单进行发货、收款，系公司销售模式的一个补充。报告期内，公司线下销售产生的主营业务收入金额分别为 188.20 万元、194.67 万元和 288.42 万元，占主营业务收入的比例分别为 0.11%、0.06%和 0.06%。

5、营销推广模式

公司构建了覆盖各个渠道的立体化营销体系，以 A-Premium、Frankberg 和 YHT AUTO 为自主品牌，主要通过线上营销推广的方式触达终端消费者，以提高公司的销售规模和市场占有率。公司运用数智技术实现精准营销，通过数据分析、市场调研等方式，深入了解消费者的需求、行为和偏好，精准构建用户画像及特征，从而制定专

业化的营销策略，并根据消费者的反馈不断优化营销推广活动。公司的营销推广方式可以分为在电商平台的站内推广和通过其他线上渠道进行的站外推广。站内推广即公司在第三方电商平台通过站内商品推广广告、关键词广告、促销活动报名等方式，将站内流量引入商品链接页面并转化为订单，根据点击量或展示量等核算广告费用；站外推广系公司通过 Facebook、Google 及亚马逊 DSP（Demand-Side Platform，即需求方平台）等渠道投放的广告，公司将图片、文字和视频等内容的创作与当地的消费习惯和汽车维修、养护需求相结合，通过广告展示、关键字搜索、产品链接等方式在相关渠道向不同受众精准投放公司产品广告，以进行公司品牌和产品的宣传推广。

6、研发模式

公司根据具体业务需求和公司数智化建设规划开展研发活动，研发内容主要为利用信息化技术构建、迭代升级公司的业务信息系统、独立站商城、数据库等。这种业务驱动型的研发模式能够深入了解公司业务需求，科学配置研发资源，在研发过程中持续根据业务部门反馈优化方向，将人力、物力、财力投入到核心研发环节和业务痛点领域，助力构建公司线上汽配产业链路，并实现公司运营效率的有效提升。

为了公司研发项目的有序开展和提高研发转化效率，公司制定了《研究与开发管理内部控制制度》等内控制度。公司的研发过程分为立项阶段、开发阶段和结项阶段。在公司收集研发需求信息后，由研发部门在项目立项阶段起草《研发项目立项申请书》，对于市场情况分析、技术可行性、研发技术路线、效益分析、研发投入等方面进行充分论证，随后研发部门组织相关人员对项目进行立项审议，审议通过后，报送项目负责人、研发部门负责人批准项目立项；在开发阶段，研发部门进一步对具体需求进行识别、分析，撰写《研发项目计划书》，根据需求说明进行产品设计开发，建立信息系统 demo（演示）模型（如有）；开发完成后由测试人员进行迭代测试，并形成测试报告/测试用例；根据测试的建议调整、改进后，由研发部门人员和相关业务部门人员共同参与验收测试；在研发成果的可用性、使用体验等满足业务需求后，再将其部署至业务环境；结项阶段，在研发形成的系统、程序等上线运行稳定后，形成研发项目验收文件，并将各类技术资料进行存档，开展成果鉴定、专利申请、软件著作权登记等知识产权保护工作。

7、公司采用目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素、经营模式和影响因素在报告期内的变化情况及未来变化趋势

公司目前的经营模式系结合自身主营业务、公司发展历史、行业特点和市场环境、公司战略规划等因素综合考虑决定的，符合公司产品特征和客户需求。影响公司经营模式的关键因素包括跨境电商行业和汽车零部件行业政策、行业竞争格局、汽车后市场客户需求和结构、汽车配件上游供应体系、数智技术发展趋势等。报告期内，上述经营模式和影响公司经营模式的关键因素未发生重大变化，预计未来一定时间内亦不会发生重大变化。

（三）公司设立以来主营业务、主要产品或服务、主要经营模式的演变情况

公司系由扬腾有限整体变更设立的股份有限公司。扬腾有限成立于 2019 年 9 月，设立以来一直致力于从事汽车后市场零部件的线上销售业务。公司始终坚持数智化为内核，以大数据、人工智能等数字技术为底层驱动，紧跟全球线上汽配市场的发展趋势，通过持续的新品开发扩大公司汽配产品 SKU 的丰富度，并与优质汽配生产厂商达成深度合作关系，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，为客户提供丰富、优质的汽车配件产品，满足终端消费者的多样化需求，营业收入规模 and 市场份额不断扩大。自设立以来，公司的主营业务、主要产品及主要经营模式未发生重大变化。

（四）公司主要业务情况和核心技术产业化情况

1、主营业务情况

公司主营业务为汽车后市场零部件产品的线上销售。报告期内，公司主营业务收入金额为 176,204.07 万元、327,104.70 万元和 443,926.24 万元，主要销售的产品包括底盘零部件、发动机零部件、车身及附件零部件及电子电气零部件等汽车配件产品。报告期各期，公司主营业务收入占营业收入比例均在 99%以上，主营业务突出。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%，盈利情况良好，呈稳定增长趋势。

2、核心技术产业化情况

公司汽车后市场零部件的线上销售业务发展需要持续的研发投入及核心技术的支

撑。公司以数智化为内核，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自主研发和技术攻关，已开发了涵盖数据沉淀和市场洞察、新品导入及开发、需求预测、库存运筹规划、仓储履约、多渠道运营、品牌建设等各个线上汽配业务环节的信息系统，并搭建了车型数据库、汽车配件数据库和多个数据模型，实现业务运营的系统化和业务环节的信息化、数字化、智能化；公司构建的线上汽配销售的核心技术体系，对企业运营效率、信息传递效率、业务流程控制和产品质量控制等均有显著的提升。

公司核心技术已在具体业务环节得到充分的应用，公司具体的核心技术情况请参见本节之“六、公司核心技术及研发情况”之“（一）公司核心技术情况”。

（五）公司主要产品及服务的流程

公司主要产品或服务的流程图参见本节“一、发行人主营业务和主要产品情况”之“（二）公司主要经营模式”。

（六）公司具有代表性的业务指标

结合公司所处行业特点和具体业务模式，公司选取营业收入、综合毛利率和归属于母公司股东的净利润三个指标作为具有代表性的业务指标。报告期内，公司上述指标的具体情况如下：

单位：万元

业务指标	2025 年度	2024 年度	2023 年度
营业收入	443,971.89	327,129.36	176,219.39
综合毛利率	43.43%	41.86%	40.66%
归属于母公司股东的净利润	37,059.41	29,608.84	11,095.30

由上表可见，从业务规模层面，报告期内公司营业收入整体呈稳定增长趋势；从盈利能力层面，报告期内公司归属于母公司股东的净利润稳步上升，综合毛利率保持较高水平，盈利能力良好。

（七）公司主要产品和业务符合产业政策和国家经济发展战略的情况

公司主要通过跨境电商平台及自营独立站向全球消费者提供丰富、优质的汽车配件产品，从业务模式而言属于跨境电商行业。随着互联网技术的不断发展、跨境物流

运输等基础设施的持续完善和境外消费者线上消费习惯的形成，跨境电商运用数字技术重塑了国际贸易，通过互联网平台使交易双方在全球范围内能够快速、便捷地进行产品交易，是我国企业品牌出海的新通道，也是我国外贸发展的新业态。2025 年，国务院政府工作报告指出，应加大稳外贸政策力度，支持企业稳订单拓市场。优化融资、结算、外汇等金融服务，扩大出口信用保险承保规模和覆盖面，强化企业境外参展办展支持。促进跨境电商发展，完善跨境寄递物流体系，加强海外仓建设。《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合作中的竞争力，实现高质量发展。

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，“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”。公司构建了汽配全链路数智化运营体系，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。因此，公司符合“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。

（八）公司创新、创造、创意特征，以及科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

公司创新、创造、创意特征，以及科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况详见本招股说明书之“第二节 概览”之“五、发行人的板块定位情况”。

（九）公司生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

报告期内，公司不直接从事生产，不存在生产环节中形成的环境污染物。公司在经营过程中涉及的主要环境污染物为生活垃圾和一般固废，公司经营过程中产生的生活垃圾交由环卫部门统一收集处理，产生的一般固废经分类收集后，交废品站回收处理。

报告期内，发行人及其合并报表范围各级子公司均未发生过环保事故，且未受到行政处罚。

二、发行人所处行业的基本情况和竞争状况

（一）所属行业及确定所属行业的依据

公司主要从事汽车后市场汽车配件产品的线上销售业务，通过跨境电商平台和自营汽配独立站将产品销往美国、加拿大、德国、英国、澳大利亚等国家和地区。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。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”。

（二）行业主管部门、行业监管体制及主要法律法规政策

1、行业主管部门和监管体制

（1）跨境电商出口行业

跨境电商出口的行业主管部门包括中华人民共和国商务部（以下简称“商务

部”）、中华人民共和国工业和信息化部（以下简称“工信部”）和中华人民共和国海关总署（以下简称“海关总署”），其主要职责如下：

商务部主要负责拟订国内外贸易和国际经济合作的发展战略、政策，起草国内外贸易和对外经济合作的法律法规草案及制定部门规章。商务部电子商务和信息化司主要负责制定我国电子商务发展规划，拟订推动企业信息化、运用电子商务开拓国内外市场的相关政策措施并组织实施；推动电子商务服务体系建设，建立电子商务统计和评价体系；拟订电子商务相关标准、规则，拟订国内外贸易和国际经济合作领域信息化建设规划、相关规章并组织实施；组织商务领域电子政务建设等内容。

工信部主要负责电子商务行业管理、促进网络资源共建共享、拟订互联网数据安全相关管理政策并组织实施、指导跨境电商行业自律和相关行业组织发展并对本行业发展进行宏观调控。

海关总署主要负责监督跨境贸易电子商务的进出口业务活动、监管进出境货物和物品的通关和征税等管理工作，承担口岸管理、海关稽查、保税监管、知识产权、海关保护等主要职责。

（2）汽车零部件行业

汽车零部件行业的主管部门包括中华人民共和国国家发展和改革委员会（以下简称“发改委”）、工信部，其主要职责如下：

发改委主要负责拟订并组织实施国民经济和社会发展战略、中长期规划和年度计划，牵头组织统一规划体系建设，负责国家级专项规划、区域规划、空间规划与国家发展规划的统筹衔接，起草国民经济和社会发展规划、经济体制改革和对外开放的有关法律法规草案，组织拟订综合性产业政策等。

工信部主要负责拟订工业行业规划和产业政策并组织实施；指导工业行业技术法规和行业标准的拟订，组织拟订重大技术装备发展和自主创新规划，推进重大技术装备国产化，指导引进重大技术装备的消化创新等；其中工信部装备工业一司承担通用机械、汽车、轨道交通机械制造业等行业管理工作。

汽车零部件行业的行业自律组织为汽车工业协会，主要负责产业及市场研究、行业自律管理、产品质量监督、提供信息和咨询服务、协助相关部门制定或修订行业标准等。

2、行业主要法律法规及产业政策

（1）跨境电商出口行业主要法律法规及产业政策

公司所属的跨境电商出口行业主要涉及行业指导、信息监管、税收政策、物流保税等方面的法律法规，近年来，我国跨境电商出口行业的主要产业政策及内容具体如下：

时间	发布单位	政策名称	相关政策内容
2026 年 3 月	商务部、工信部等六部门	《关于更好服务实体经济 推进电子商务高质量发展的指导意见》	统筹国内国际两个大局，完整准确全面贯彻新发展理念，服务构建新发展格局，坚持有效市场和有为政府相结合，进一步强化系统观念，统筹促进与规范、效率与公平、活力与秩序、发展与安全，促进数实融合，营造共赢生态，扩大开放合作，加快电子商务高质量发展
2026 年 3 月	十四届全国人大四次会议	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要》	加快建设贸易强国，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
2026 年 2 月	财政部、海关总署、国家税务总局	《关于跨境电子商务出口退运商品税收优惠政策的公告》	在跨境电子商务海关监管代码（1210、9610、9710、9810）项下申报出口，因滞销、退货原因，自出口之日起 6 个月内原状退运进境的商品（不含食品），免征进口关税和进口环节增值税、消费税；出口时已征收的出口关税准予退还
2025 年 1 月	国家税务总局	《关于支持跨境电商出口海外仓发展出口退（免）税有关事项的公告》	以出口海外仓方式出口的货物，在货物报关离境后，即可申报办理出口退（免）税，后续再根据货物销售情况进行税款核算
2024 年 11 月	商务部	《关于促进外贸稳定增长的若干政策措施》	促进跨境电商发展。持续推进海外智慧物流平台建设。支持有条件的地方探索建设跨境电商服务平台，为企业提供海外法务、税务资源等对接服务
2024 年 11 月	海关总署	《关于进一步促进跨境电商出口发展的公告》	取消跨境电商出口海外仓企业备案、简化出口单证申报手续、扩大出口拼箱货物“先查验后装运”试点、推广跨境电商零售出口跨关区退货监管模式
2024 年 6 月	国务院	《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》	提出积极培育跨境电商经营主体，大力支持跨境电商赋能产业发展，提升服务跨境电商企业能力，支持跨境电商企业“借展出海”，加强跨境电商行业组织建设与人才培养
2023 年 4 月	国务院	《国务院办公厅关于推动外贸稳规模优结构的意见》	推动跨境电商健康持续创新发展；支持外贸企业通过跨境电商等新业态新模式拓展销售渠道、培育自主品牌；鼓励各地方结合产业和禀赋优势，创新建设跨境电商综合试验区，积极发展“跨境电商+产业带”模式，带动跨境电商企业对企业出口；加快出台跨境电商知识产权保护指南，引导跨境电商企业防范知识产权风险；建设跨境电商综合试验区线上综合服务平台并发挥好其作用，指导企业用好跨境电商零售出口相关税收政策措施；持续完善跨境电商综合试验区考核评估机制，做好评估结果应用，充分发挥优秀试点示

时间	发布单位	政策名称	相关政策内容
			范引领作用
2022 年 9 月	商务部	《支持外贸稳定发展若干政策措施》	出台进一步支持跨境电商海外仓发展的政策措施
2022 年 5 月	国务院	《国务院办公厅关于推动外贸保稳提质的意见》	推动跨境电商加快发展提质增效。针对跨境电商出口海外仓监管模式，加大政策宣传力度，对实现销售的货物，指导企业用足用好现行出口退税政策，及时申报办理退税。尽快出台便利跨境电商出口退换货的政策，适时开展试点。针对跨境电商行业特点，加强政策指导，支持符合条件的跨境电商相关企业申报高新技术企业
2018 年 8 月	全国人民代表大会常务委员会	《中华人民共和国电子商务法》	电子商务经营者从事跨境电子商务，应当遵守进出口监督管理的法律、行政法规和国家有关规定，将跨境电子商务经营者纳入本法管辖范围，也规定了受本法约束的同时，还应当遵守其他法律法规及规定

（2）汽车零部件行业主要法律法规及产业政策

为规范及鼓励汽车零部件行业的发展，国家出台了一系列政策法规，对汽车零部件企业的建设和发展提出指导方针。公司所属的汽车零部件行业主要涉及产业技术引导、消费促进等方面的法律法规，具体包括《汽车行业稳增长工作方案（2025-2026 年）》《关于推动汽车后市场高质量发展的指导意见》等。

近年来，我国汽车零部件行业的主要产业政策及内容具体如下：

时间	发布单位	政策名称	相关政策内容
2025 年 9 月	工信部、财政部等部门	《汽车行业稳增长工作方案（2025-2026 年）》	支持汽车以旧换新、新能源城市公交车及动力电池更新，促进汽车梯次消费、更新消费。开展汽车流通消费改革试点，拓展汽车改装、租赁、赛事及房车露营等后市场消费
2023 年 10 月	商务部、工信部等部门	《关于推动汽车后市场高质量发展的指导意见》	明确了汽车后市场发展的总体目标和主要任务，系统部署推动汽车后市场高质量发展，促进汽车后市场规模稳步增长，市场结构不断优化，规范化水平明显提升，持续优化汽车使用环境，更好满足消费者多样化汽车消费需求
2023 年 8 月	工信部、财政部等部门	《汽车行业稳增长工作方案（2023-2024 年）》	明确 2023 年力争实现全年汽车销量 2,700 万辆左右，同比增长约 3%，其中新能源汽车销量 900 万辆左右，同比增长约 30%；汽车制造业增加值同比增长 5%左右。2024 年，汽车行业运行保持在合理区间，产业发展质量效益进一步提升
2023 年 7 月	国家发改委、工信部等部门	《关于促进汽车消费的若干措施》	优化汽车限购管理政策。支持老旧汽车更新消费。鼓励汽车企业开发经济实用车型
2022 年 11 月	工信部、国家发改委、国务院国资委	《关于巩固回升向好趋势加力振作工业经济的通知》	进一步扩大汽车消费，落实好 2.0 升及以下排量乘用车阶段性减半征收购置税、新能源汽车免征购置税延续等优惠政策；提升产业链供应链韧性和

时间	发布单位	政策名称	相关政策内容
			安全水平。深入实施产业基础再造工程，加强关键原材料、关键软件、核心基础零部件、元器件供应保障和协同储备
2022 年 7 月	国家发改委、工信部等部门	《关于搞活汽车流通扩大汽车消费若干措施的通知》	支持新能源汽车购买使用、加快活跃二手车市场、促进汽车更新消费；推动汽车平行进口持续健康发展、优化汽车使用环境、丰富汽车金融服务，进一步促进汽车消费回升和潜力释放
2020 年 2 月	国家发改委、工信部等部门	《智能汽车创新发展战略》	加快智能化关键零部件及系统开发应用，全面提升整车智能化水平，培育具有国际竞争力的智能汽车自主品牌
2018 年 12 月	国家发改委	《汽车产业投资管理规定》	推动汽车企业开放零部件供应体系，发挥各自优势，共同打造具有国际竞争力的平台化、专业化零部件企业集团

（3）行业主要法律法规及政策对发行人经营发展的影响

跨境电商出口是一种国际商业活动，交易主体分属不同关境，通过电子商务平台达成交易、进行电子支付结算，并通过跨境物流及异地仓储配送交付商品。近年来，跨境电商出口逐渐成为国际贸易的新方式，占我国出口总额的比例不断上升。为进一步推动我国对外贸易转型升级和推动跨境电商行业快速发展，我国在中央和地方层面均陆续出台了一系列跨境电商行业相关的产业政策，并针对通关、税收、物流、支付等关键环节出台了相应配套措施。良好的政策环境和一系列涉及跨境电商的产业政策支持，加快培育了我国外贸新动能，支持外贸新业态、新模式的发展，有利于跨境电商出口行业持续健康发展。2025 年政府工作报告指出，“应加大稳外贸政策力度，支持企业稳订单拓市场。优化融资、结算、外汇等金融服务，扩大出口信用保险承保规模和覆盖面，强化企业境外参展办展支持。促进跨境电商发展，完善跨境寄递物流体系，加强海外仓建设”。《十五五规划纲要》也指出，“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”。国家产业政策为公司的经营发展提供了法律保障与政策支持，创造了良好的经营环境，帮助公司稳定、健康发展。

汽车零部件是汽车制造的基础，汽车零部件的质量和性能将直接影响汽车整车的效能。近年来，国家出台了《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》等一系列汽车产业政策，为汽车零部件行业的发展提供了良好的政策环境，鼓励企业进行产业升级、提升国际竞争力，推动了汽车零部件行业市场的发展。在国家积极支持汽车及汽车零

部件产业发展的良好政策背景下，我国汽车零部件行业将面临良好的发展机遇，有利于行业内企业充分抓住行业发展机遇，充分发挥我国汽车强国优势，增强企业及品牌在全球市场的影响力，实现企业长期可持续发展的快速发展。

上述政策和法规的实施有利于行业内企业的持续健康发展，不会对公司经营资质、准入门槛等产生重大不利影响。公司将着力把握跨境电商出口行业与汽车零部件行业的政策机遇，不断提高运营效率和盈利水平，进一步提升产品市场占有率和核心竞争力。

（三）公司所处行业的发展情况和未来发展趋势

1、跨境电商行业整体情况和发展趋势

（1）跨境电商行业发展历程

随着互联网技术的迭代升级以及国际贸易的深化发展，传统的国际贸易业务模式中流通环节繁复、交易周期冗长等弊端迎来了数字化和信息化的解决方案，跨境电商交易应运而生。跨境电商的常见业务模式为：消费者通过线上电商平台或网站下单选购商品，借助国际在线支付工具完成结算，卖家依托跨境物流体系将商品运往全球各地，并配送至客户收货地址。跨境电商交易模式有效地减少了中间流通环节，显著提高了跨境贸易和沟通效率，降低交易成本。近年来，伴随大数据、云计算、物联网等信息技术的持续演进，跨境电商企业得以精准洞察全球市场需求动态，实时依据市场反馈优化生产和备货策略，积极布局海外仓储建设和执行数字化运营策略，从而为消费者提供更贴合其需求的产品和服务。

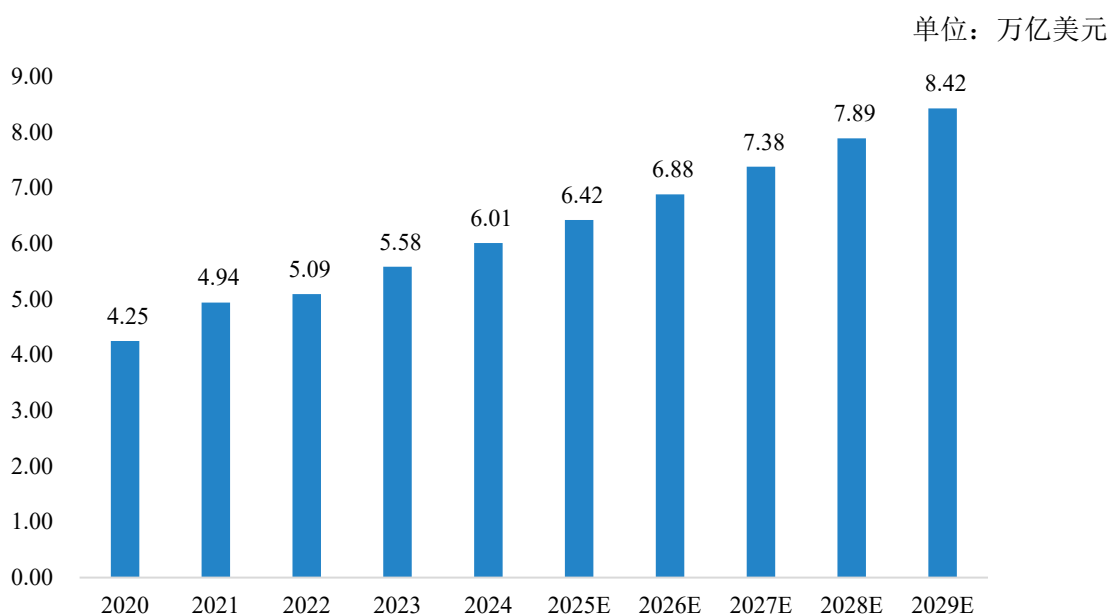
受全球互联网及移动互联网覆盖率持续上升、电商平台、物流配送等基础设施的不断完善以及国家鼓励政策的陆续出台的影响，近年来越来越多的企业如境内外电商平台企业、传统零售企业、外贸企业等纷纷布局跨境电商领域，积极开拓线上销售市场。近年来，跨境电商平台销售的商品类别愈发丰富，行业配套服务日趋完善，消费者线上购物的习惯也逐渐形成，跨境电商行业已经进入了较为成熟的发展阶段，各细分赛道均涌现出一批标杆性的成熟企业。

（2）跨境电商行业基本情况及市场规模

1）全球电商市场交易规模持续增长，线上渗透率不断上升

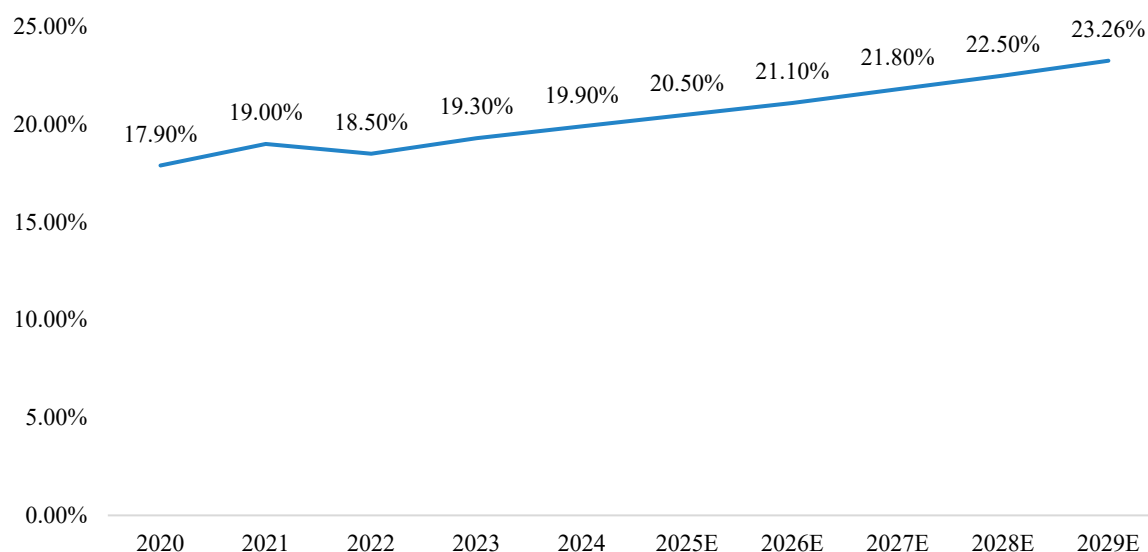
从全球范围来看，电商市场交易规模和线上渗透率保持持续增长趋势。eMarketer 和灼识咨询数据显示，2024 年全球电商零售额为 6.01 万亿美元，预计未来仍将保持约 7% 的水平稳定增长，至 2029 年将达到 8.42 万亿美元；2020 年以来，全球电商零售额占全球零售总额的比例整体保持上升趋势，在 2024 年已接近 20%，未来有望持续保持增长态势。互联网及移动互联网覆盖率的上升、物流设施的完善和电子支付的应用系全球电商市场保持稳步发展的重要前提，在此背景下，全球消费者网络购物习惯的日益成熟，其对多元化、个性化产品的消费需求能够通过线上渠道持续得到满足，进而推动全球电商市场交易规模持续扩大，线上零售渗透率稳步提升。

2020 年-2029 年全球电商零售规模



数据来源：eMarketer，灼识咨询

2020 年-2029 年全球电商零售额占全球零售总额比例

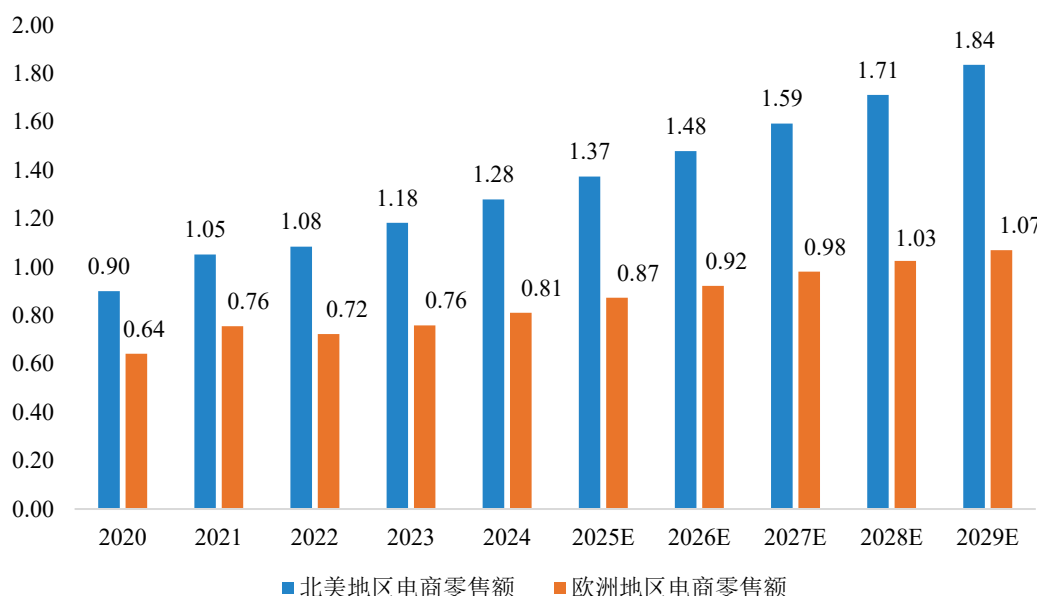


数据来源：eMarketer，灼识咨询

分区域来看，北美地区和欧洲地区已形成了较为成熟的电商市场，前述地区人均收入较高，消费力较强，且互联网技术和电子支付手段普及率较高，消费人群已经普遍形成了线上购物的消费习惯，亚马逊、eBay、Walmart、Temu 等电商平台在北美和欧洲地区规模保持较快增长速度，已经形成良好的电子商务生态，根据 eMarketer 和灼识咨询统计，北美地区电商零售额和欧洲地区电商零售额在 2024 年已分别达到 1.28 万亿美元和 0.81 万亿美元，在未来将保持持续的增长趋势，2024-2029 年均复合增长率预计分别为 7.5%和 5.7%。

2020 年-2029 年北美、欧洲地区电商零售额

单位：万亿美元



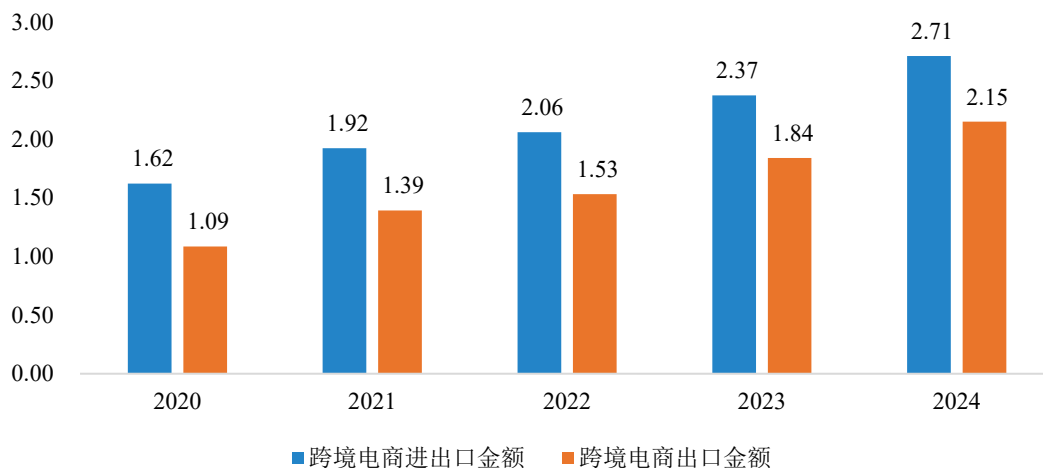
数据来源：eMarketer，灼识咨询

2) 我国跨境电商行业保持快速增长态势

在我国国家政策支持、跨境物流基础设施建设加快、供应链生态逐步完备和互联网技术不断发展等因素的影响下，我国跨境电商行业近年来保持快速增长态势，助力中国传统产业转型升级，使其加速向高效率、高质量的新质生产力方向发展，系我国外贸新业态之一。2020 年至 2024 年，中国跨境电商交易规模逐年增长，年均复合增速为 13.69%，增速高于同期外贸进出口复合增速；2024 年，中国跨境电商进出口总额为 2.71 万亿元，同比增长 14.13%，其中跨境电商出口总额达到 2.15 万亿元，占我国货物贸易出口总值的 8.45%，预计未来占比仍将上升。2025 年，根据海关总署初步统计，中国跨境电商进出口总额为 2.75 万亿元，延续增长态势。

2020 年-2024 年中国跨境电商进出口总额及跨境电商出口总额

单位：万亿元



数据来源：海关总署

分产品类型来看，根据灼识咨询数据，2024 年中国跨境电商出口产品中，服饰鞋包占比约为 27.30%、消费电子产品占比约为 14.40%，家居家纺用品占比约为 12.40%，汽车零部件占比约为 3.40%。

（3）跨境电商未来发展趋势

1）新一代消费者的崛起和新兴市场的发展将带动电商渗透率持续上升

根据世界银行及灼识咨询数据，全球互联网普及率从 2020 年的 58.6% 增长至 2024 年的 67.6%，期间年均复合增长率为 3.6%。互联网普及率的提高意味着全球范围内能够接入网络的人口数量不断增加，为跨境电商平台的用户增长和业务拓展提供了充足的潜力空间。美国、欧洲、日本等成熟市场的消费者能够通过线上购物平台或网站便捷、快速地购买全球范围内生产的商品，其消费模式已从线下走向线上；尤其对于互联网技术普及后出生的一代人而言，线上购物已经成为了他们日常行为之一。随着新一代消费群体的崛起和消费能力的提高，电商市场规模有望继续扩大，线上渗透率将稳步攀升，根据 eMarketer 及灼识咨询数据，2029 年全球电商市场的线上渗透率预计将突破 23%。

另一方面，电商市场发展仍存在区域发展不平衡的特点，拉美地区、中东地区和

非洲地区等新兴市场的互联网覆盖率较低，电商市场规模相对较小。根据 eMarketer 数据，2024 年，拉美地区电商零售线上渗透率仅为 10.4%，中东及非洲地区电商零售线上渗透率仅为 4.7%，远低于全球平均水平。随着当地互联网基础设施的完善、具有消费力的群体规模扩大、移动支付工具的普及和跨境物流运输效率的提升，新兴市场线上规模有望每年保持较高增长速率，成为驱动全球电商市场增长的动力之一。

2) 品牌化程度日趋加深，产业集中度持续提升

全球电商市场竞争核心逐步从性价比转向品牌生态。一方面，消费者更倾向于购买具有明确品牌标识的商品，认为品牌商品相较无品牌商品的产品品质更高，售后服务更为完善；这驱使企业持续加强品牌形象塑造，加大研发创新和营销推广投入，保证商品质量，从而获得更高的产品复购率和溢价空间。另一方面，在电商平台的政策扶持下，品牌商品能够获得更多流量倾斜，并获得电商平台的数据共享和知识产权保护，使得电商平台中的卖家从简单的铺货销售模式转向品牌运营模式，逐步打造品牌店铺，赋予商品特定的象征意义，增加消费者对品牌的认同感和忠诚度，使得电商市场的品牌化程度日趋加深。

在全球电商品牌化进程持续深化的背景下，具备大数据分析、人工智能算法等核心技术能力的企业，正依托资源和技术优势在运营效率提升、资源整合优化及品牌营销创新等维度构建差异化竞争力，以此在全球电商市场发展中快速获取优质客户资源，显著提升客户获取效率与商业转化效能，进而积累规模经济优势。相比之下，中小型跨境电商企业受限于资源投入不足、技术储备匮乏及生态整合能力薄弱等，难以与头部企业形成有效竞争，其市场份额正逐步被具备竞争优势的头部企业吸纳。这一过程将促使跨境电商行业的产业集中度持续提升。

3) 技术创新是电商市场发展的重要引擎

技术创新是驱动电商市场持续增长的重要引擎，信息技术工具的开发、算法的优化、数据的应用等在各个层面都对全球电商市场产生了重大影响。举例而言，在商品推荐层面，AI 推荐系统凭借深度学习与大数据分析技术，精准识别消费者行为模式，将商品推荐准确率提升至新高度，除满足消费者显性需求外，还能通过关联分析、舆情监测等方式捕捉市场潜在偏好，使长尾商品曝光量显著增加，为小众、长尾产品创造了更广阔的市场空间；在物流仓储方面，物联网等技术能够优化电商企业的仓储体

系和物流配送流程，实现智能化、自动化的仓储管理、运输监控、配送路径规划等，提升商品周转效率，节约仓储成本，保障库存水平合理；在商业模式创新方面，新技术引领直播电商、社交电商等新兴业态兴起，构建“内容+互动+交易”的闭环生态，助力电商市场蓬勃发展。

4) 合规经营是跨境电商发展的行业共识

为了强化消费者权益保护，防范跨境贸易税务风险，维护全球市场秩序稳定，近年来全球主要国家和地区对跨境电商企业出台了一系列的法规政策，跨境电商平台也相应构建了合规经营体系，推动跨境电商行业向规范化、透明化方向健康发展。在数据隐私方面，欧盟颁布的《通用数据保护条例》、中国颁布的《个人信息保护法》等法规要求企业对数据收集边界、用户知情同意机制、跨境数据传输路径等建立严格规范。在税务监管方面，各国针对跨境电商的增值税、消费税、关税的监管持续收紧，加速推动税收透明化、规范化；在知识产权保护方面，第三方电商平台建立了知识产权侵权检测系统，能够进行商品标题、专利信息、品牌标识的自动化比对，对侵权产品进行预警和管理。当前，合规经营已经成为了全球电商企业的行业共识，具备全链条合规能力的跨境电商企业，才能在将来合规监管趋严的环境中占据先机，在全球化竞争中确立长期可持续的领先地位。

2、汽车零部件行业及线上汽配行业整体情况和发展趋势

(1) 汽车零部件行业发展历程

汽车零部件行业是汽车工业的重要组成部分，是支撑汽车产业链稳步发展的基础。在汽车工业发展初期，汽车零部件是汽车整车制造的附属产业；随着汽车制造工艺的不断改进和工业化进程的加深，汽车零部件的生产技术不断进步，汽车零部件生产趋向标准化和规范化，各类汽车零部件的质量和性能得到显著提高，独立的汽车零部件生产企业纷纷涌现，为全球汽车市场供应产品。随着汽车工业近年来走向全球化、智能化，汽车零部件行业也迈入新的发展阶段，汽车零部件的生产和采购也呈现全球化的趋势，中国、东南亚、拉美等国家和地区在政策扶持、市场扩张和成本优势的推动下，已经建立了较大规模的汽车零部件供应体系，技术水平和生产管理水平持续提高，具有较强的市场竞争力。此外，汽车零部件行业持续投入资金进行技术创新，在电子技术、材料技术、能源技术方面取得了一系列的突破，带动汽车零部件市场规模持续

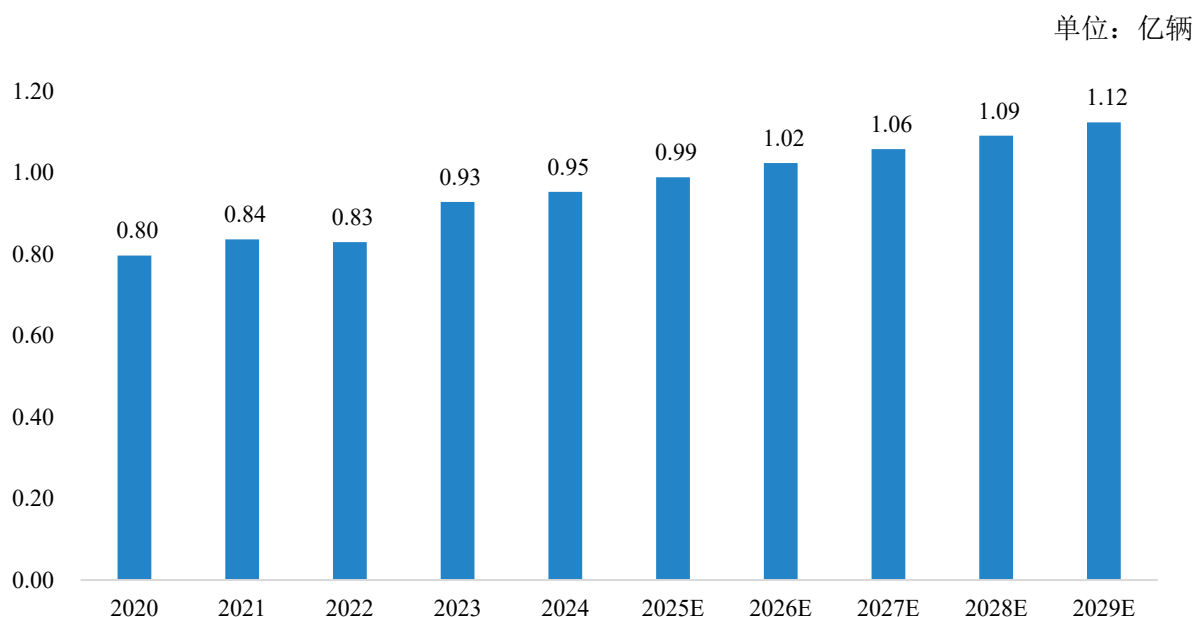
增长。

（2）汽车零部件行业基本情况及市场规模

1) 全球汽车市场情况

根据 OICA（国际汽车制造商协会）和灼识咨询数据，2020 年以来，全球汽车销量呈上升趋势，2020-2024 年保持以 4.58% 的年均复合增长率增长，2024 年全球汽车销量已达 0.95 亿辆。近年来，全球经济保持增长，城市化进程持续推进，消费者可支配收入有所提升，增强了人们的购车能力和意愿；中国、欧洲等国家和地区为了鼓励汽车生产和消费，推出了购车补贴、税收减免、贷款优惠等政策，对汽车销量的增长起到了积极的推动作用。随着汽车销量的不断增加，叠加汽车耐用性的提高、老车文化的盛行，全球汽车保有量也保持逐年上升趋势。根据 ACEA（欧洲汽车制造商协会）及灼识咨询数据，2024 年，全球汽车保有量为 15.35 亿辆，预计至 2029 年，全球汽车保有量将达 17.50 亿辆。

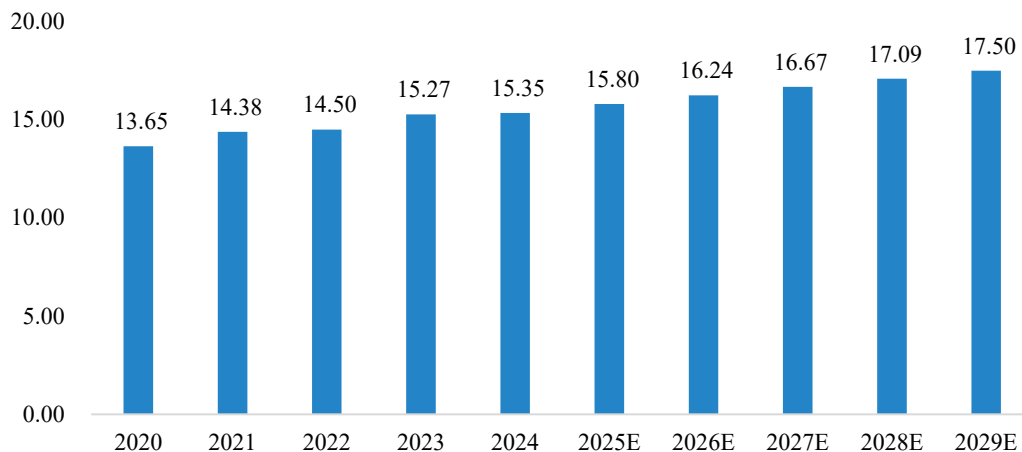
2020 年-2029 年全球汽车销量



数据来源：OICA、灼识咨询

2020 年-2029 年全球汽车保有量

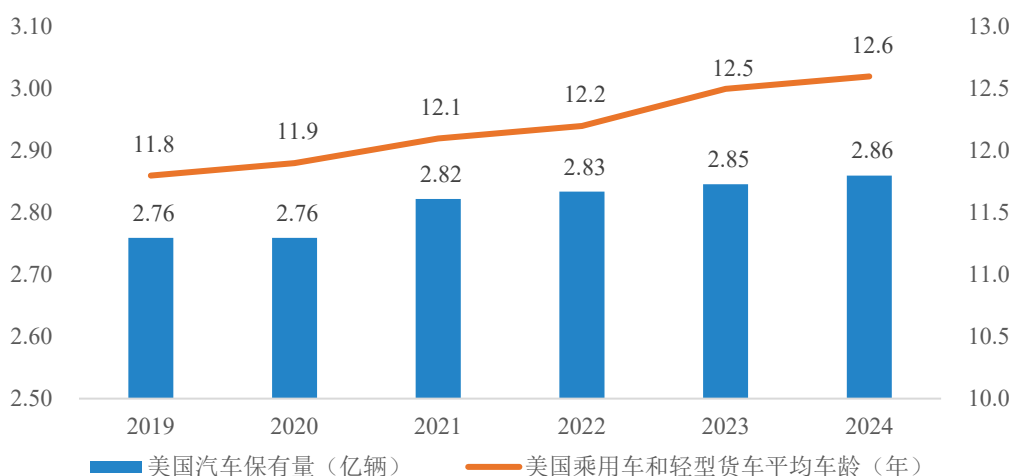
单位：亿辆



数据来源：ACEA、灼识咨询

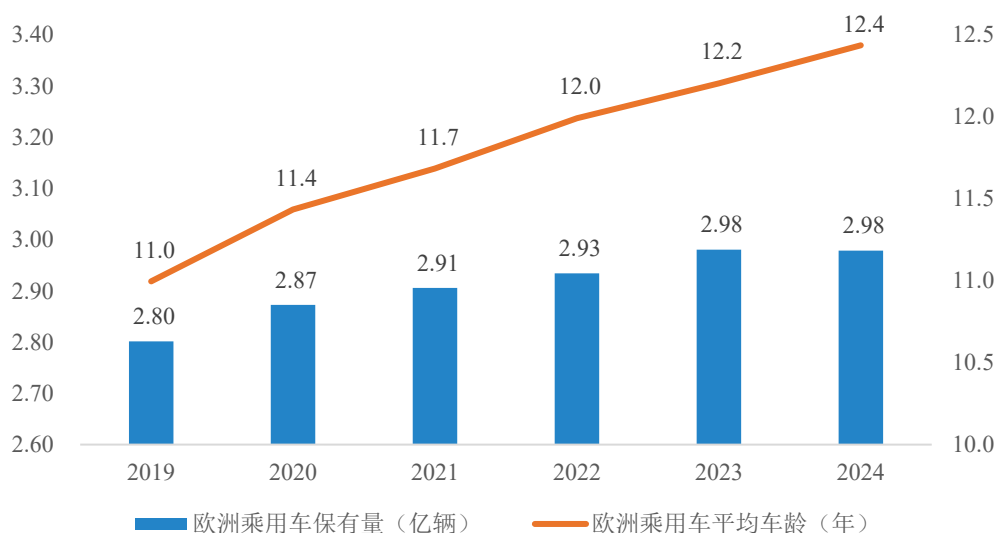
从全球区域来看，汽车市场呈现出一定的地域分化特征。以美国、欧洲为代表的成熟市场，凭借长时间的工业化积累与消费市场培育，形成了高保有量、长车龄的汽车市场；欧美地区成熟市场的人均汽车保有量高，车辆使用周期较长，汽车后市场发展较为完善；根据 statista 和 S&P Global（标普全球）统计，2024 年，美国市场汽车保有量已达 2.86 亿辆，平均车龄（乘用车和轻型货车）已达 12.6 年；根据 ACEA 统计，2024 年，欧洲市场乘用车保有量已达 2.98 亿辆，乘用车平均车龄已达 12.4 年。

2019 年-2024 年美国汽车保有量、乘用车和轻型货车平均车龄



数据来源：statista、S&P Global

2019 年-2024 年欧洲乘用车保有量及平均车龄



数据来源：ACEA

由上图可见，近年来，美国和欧洲市场汽车保有量和平均车龄均呈增长趋势，这也产生了较大的汽车后市场需求。而新兴市场如东南亚、拉美和非洲等地区的人均汽车保有量相对较低，汽车平均车龄较短，汽车消费正处于快速增长阶段。随着消费者购买力的上升，产业政策扶持和基础设施完善，新兴市场将成为全球汽车产业增长的重要组成部分。

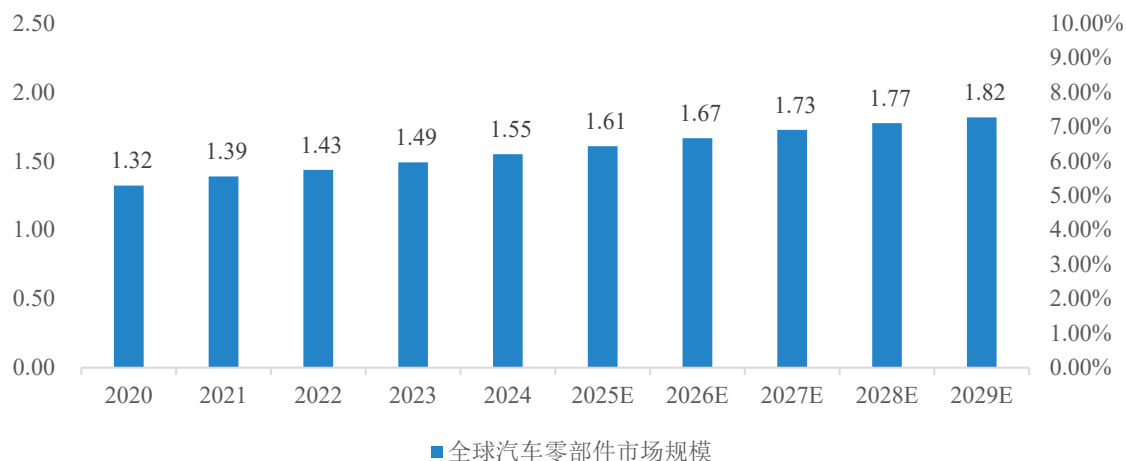
2) 全球汽车零部件市场情况

①全球汽车零部件市场规模

近年来，随着全球供应链产能恢复，全球汽车保有量和车龄的增长以及汽车产业技术的不断发展，全球汽车零部件市场保持持续增长趋势，根据灼识咨询数据，2024年全球汽车零部件市场约为 1.55 万亿美元，预计 2024-2029 年将保持 3.23%的年均复合增长率，于 2029 年将达到 1.82 万亿美元的规模。

2020 年-2029 年全球汽车零部件市场规模

单位：万亿美元



数据来源：灼识咨询

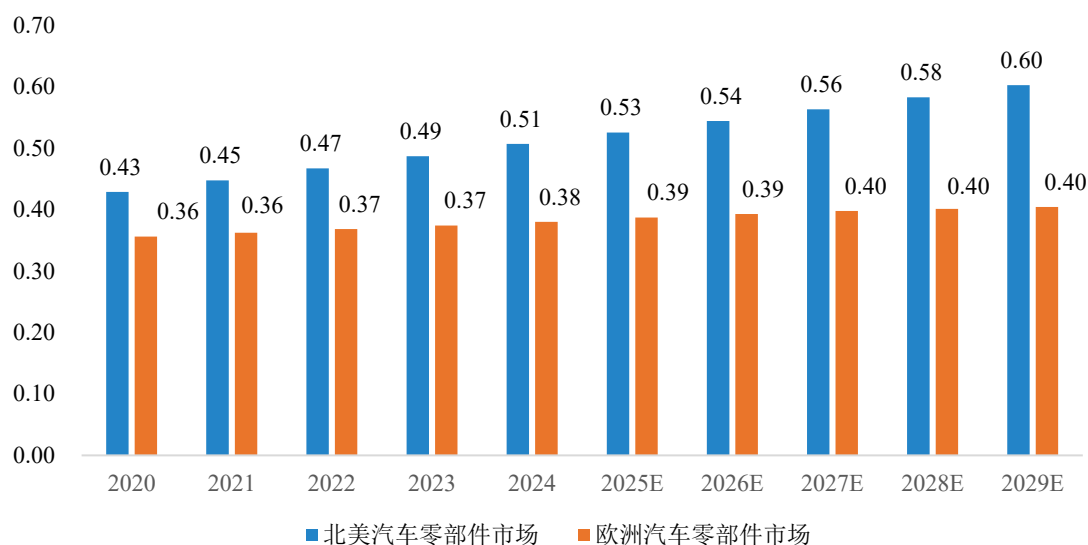
分产品来看，2024 年，汽车零部件四大类产品中，底盘零部件产品、发动机零部件产品、车身及附件零部件产品和电子电气零部件产品市场规模分别为 3,189 亿美元、3,804 亿美元、3,644 亿美元和 2,830 亿美元，占汽车零部件市场的比例分别为 20.58%、24.55%、23.52%和 18.27%。

②北美地区、欧洲地区的汽车零部件市场规模

分区域来看，北美和欧洲汽车保有量大，平均车龄长，汽车后市场发展成熟，是全球主要的汽车零部件市场。根据灼识咨询数据，北美汽车零部件市场规模从 2020 年的 4,300 亿美元增长至 2024 年的 5,100 亿美元，年均复合增速达 4.28%，预计至 2029 年将增长至 6,000 亿美元；欧洲汽车零部件市场规模从 2020 年的 3,600 亿美元增长至 2024 年的 3,800 亿美元，年均复合增速为 1.64%，预计至 2029 年将增长至 4,000 亿美元。

2020 年-2029 年北美、欧洲汽车零部件市场规模

单位：万亿美元



数据来源：灼识咨询

③汽车零部件整车配套市场和售后市场

按使用对象区分，汽车零部件市场可分为整车配套市场（OEM 市场）和售后市场（AM 市场）。汽车零部件整车配套市场是整车厂委托汽车零部件制造商按照要求加工生产的零部件形成的市场，整车配套市场的零部件主要用于组装新车，其客户一般为整车厂商，需求主要取决于新车产销量，订单呈现品类少、批量大的特征。汽车零部件售后市场主要指汽车在售后维修、保养过程中需要更换的零部件交易形成的市场，主要客户群为 4S 店、汽配连锁店、汽配零售店、汽车维修店、汽车改装店以及个人消费者。随着全球汽车保有量的增长和车龄的上升，汽车零部件售后市场需求也保持增长趋势；汽车零部件售后市场消费者偏好不同，对产品的需求呈现多样化、碎片化和高复杂性特点，因此订单呈现小批量、多品种特征，因而汽车零部件全品类覆盖的难度较大。根据灼识咨询数据，2024 年，全球汽车零部件整车配套市场约为 9,700 亿美元，售后市场约为 5,800 亿美元，汽车零部件整车配套市场、售后市场分别占全球汽车零部件销售市场份额约 63%和 37%。

④欧美地区汽车零部件独立后市场中 DIFM 模式和 DIY 模式并存

一般而言，在欧美地区，汽车保修期内的维修养护由授权汽车经销商渠道（如授

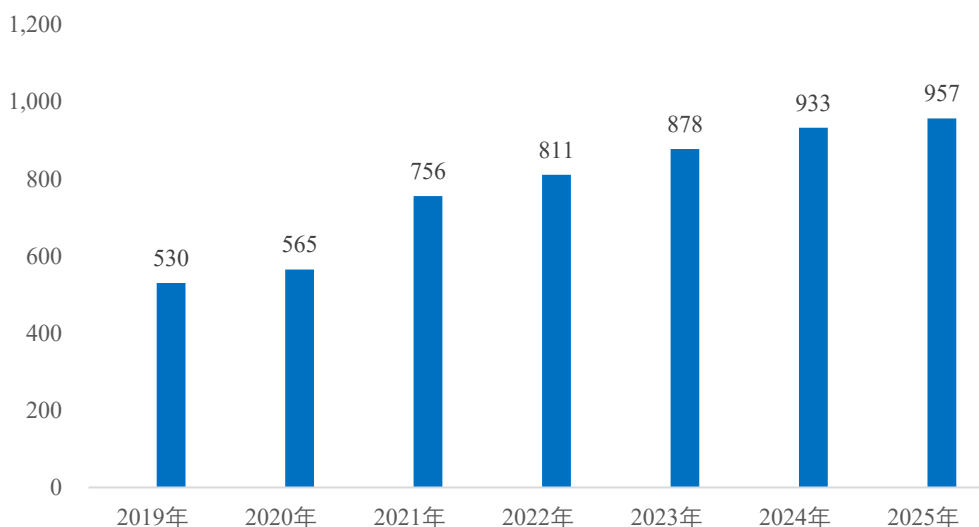
权 4S 店）负责，而在保修期外，根据汽车维修养护方式的不同，车主通常采用 DIFM 模式、DIY 模式进行汽车维修、养护，进而形成了汽车零部件的独立后市场。在该市场中，DIFM 模式即由车主将汽车交由专业的汽修店，由专业的技术人员进行维修和养护；DIY 模式则是由车主自主购买汽车零部件、维修工具，通过自己的知识和经验对汽车进行维修和养护。在欧美地区，法规制度对车主自行购买正规的汽车零部件进行维修提供了保障，非原厂配件和原厂配件质量接近，且价格相对较低，此外欧美 DIY 文化历史悠久，人工修车成本费用较高，因此在欧美地区的汽车售后市场中 DIY 模式和 DIFM 模式并存。近年来，欧美地区汽车平均车龄仍然呈上升趋势，部分老旧车辆的日常维修、养护较为简单，且线上电商平台、网站也提供了大量汽车维修的教学视频，降低了 DIY 模式维修的门槛，因此预期未来汽车零部件独立后市场中，DIY 模式维修的市场规模仍将保持上升趋势。

3) 我国汽车零部件出口情况

随着全球化汽车产业链条的发展和我国汽车市场规模持续扩大，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，在成本、技术、人才和供应链上具有比较优势，系全球汽车产业的重要组成部分。这也为国内汽车零部件企业出海打下了坚实的基础。根据海关总署数据，2025 年，中国汽车零部件出口金额约为 957 亿美元，同比保持增长态势，预计未来仍将保持良好的增速。

2019-2025 年中国汽车零部件出口额

单位：亿美元



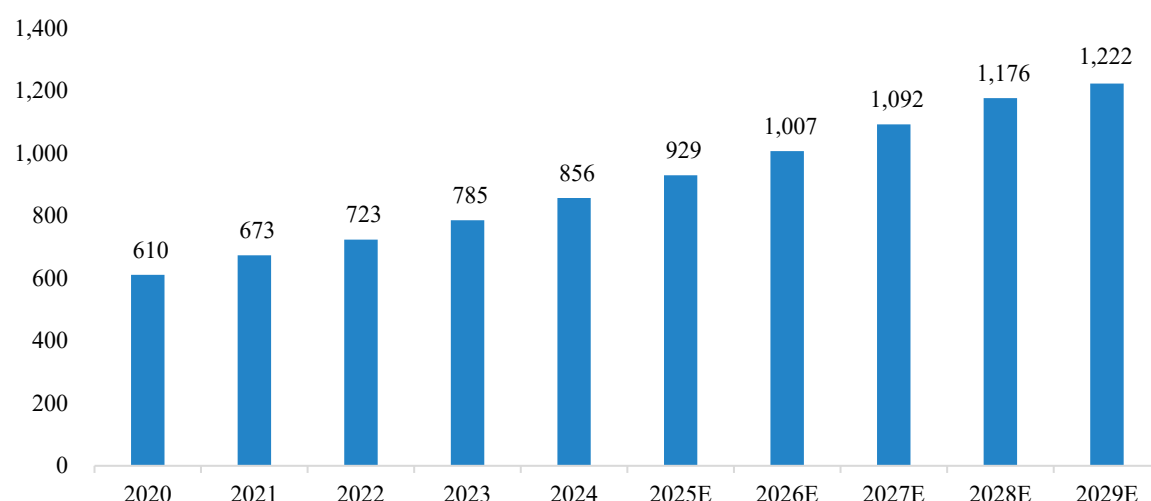
资料来源：海关总署

（3）线上汽配市场情况

在互联网浪潮的持续推动下，汽车零部件售后市场的数字化转型进程加速，由于数字技术和互联网的普及，企业能够深入分析和洞察汽车零部件售后市场的用户需求，以线上销售的模式打破传统区域销售壁垒，为全球各地的消费者提供多样化、个性化的汽车配件产品和优质的售后服务，带动汽车零部件市场的线上市场规模和线上渗透率持续提升。根据灼识咨询数据，2024 年，全球线上汽配市场规模约为 856 亿美元，占全球汽车零部件售后市场的比例为 14.81%，至 2029 年，全球线上汽配市场规模将达到 1,222 亿美元，届时占全球汽车零部件售后市场的比例将达 16.73%。

2020 年-2029 年全球线上汽配市场规模

单位：亿美元

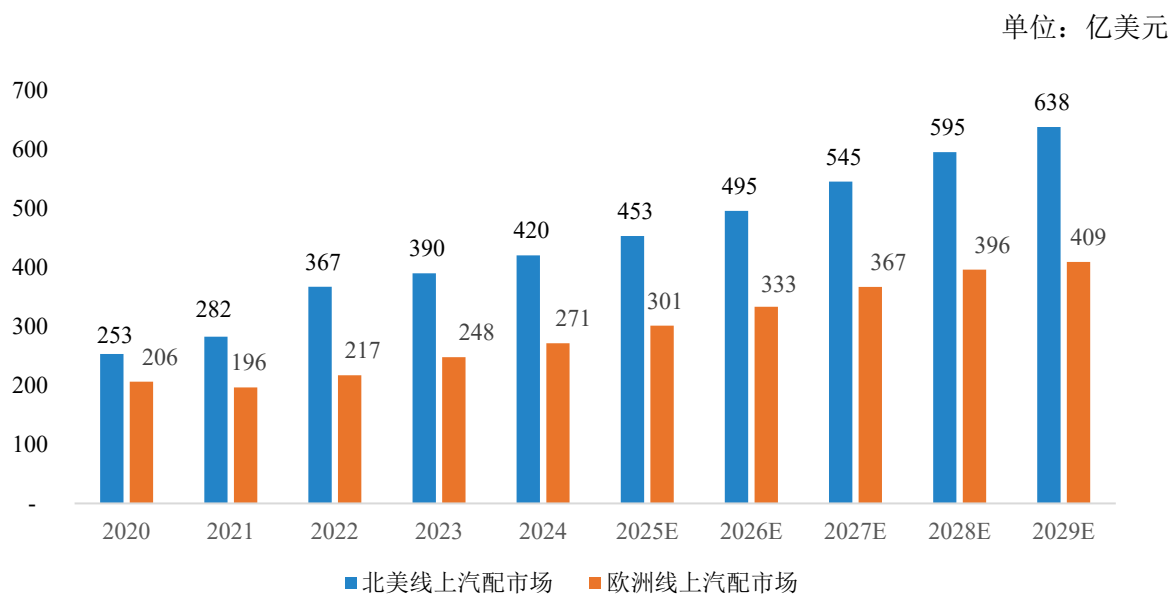


数据来源：灼识咨询

从全球区域来看，欧美地区汽车销量平稳增长，且汽车保有量大、平均车龄较长，汽车维修、养护需求较高；另一方面，欧美地区 DIY 文化盛行，车主普遍对于汽车结构更为了解，在人工成本较高的情况下更倾向于自主进行汽车基础性的维修、养护工作。在此背景下，线上平台、网站拥有丰富的汽车配件产品品类、透明的价格体系以及便捷的配送服务，精准契合了欧美地区 DIY 车主的多样化、个性化、零散化的汽车配件产品购买需求。此外，线上平台网站还能为消费者提供维修教程、安装视频等增

值服务，进一步增强了客户粘性，从而推动欧美汽车零部件市场线上渗透率不断攀升。根据灼识咨询数据，2024 年，北美线上汽配市场规模为 420 亿美元，欧洲线上汽配市场规模为 271 亿美元，合计占全球线上汽配市场约 81%；在未来 5 年有望保持增长趋势，在 2029 年北美和欧洲线上汽配市场规模将分别达到 638 亿美元和 409 亿美元。

2020 年-2029 年北美、欧洲线上汽配市场规模



数据来源：灼识咨询

（4）线上汽配行业未来发展趋势

1）信息技术推动线上汽配行业持续发展

人工智能、物联网、大数据等新一代信息技术在推动汽车零部件行业向现代化产业体系转型升级的同时，正成为线上汽配行业规模上升的核心驱动力。在销售环节，电商平台、独立站等线上渠道将汽车零部件企业的销售范围从传统的区域线下市场拓展到全球线上市场，打破传统销售区域壁垒，增加了汽车配件产品的曝光度；通过人工智能等技术对平台销售数据、评论记录等进行大数据分析，企业可以更精准地预测未来市场需求，为消费者提供更贴合实际需求的优质的汽车配件产品。在仓储物流环节，线上汽配企业将物联网技术与大数据分析融合，能够有效整合跨境物流资源，搭建智能化库存管理体系和运输配送系统，优化异地仓储空间布局，并制定适配性强的备货规划与仓储管理策略，从而提升供应链整体响应速率与协同能力；在支付端，区

区块链、智能合约等技术能够加快跨境支付效率，保障跨境资金安全，持续加强消费者对电商交易的信任基础，减少消费者支付环节的摩擦成本，缩短线上汽配企业的资金周转周期。随着信息技术与汽车零部件行业的深度融合，未来汽车零部件线上汽配企业能够不断运用新一代信息技术，进一步提高线上交易效率、降低运营成本，并为消费者提供更多优质的产品和更好的线上消费体验，吸引更多客户选择线上渠道采购汽车配件产品。因此，信息技术将不断推进线上汽配行业持续发展，线上汽配市场规模将持续上升。

2) 市场集中度提升，差异化竞争加速

全球线上汽配市场整体市场集中度较低，市场参与者较多且产品类型丰富，但近年来市场集中度有所提升。一方面，基于技术壁垒、规模效应和客户粘性的影响，线上汽配行业头部企业不断通过技术创新、渠道建设、品牌推广等方式在全球加速布局扩张，争夺市场份额。同时，行业横向整合和垂直并购加速，不同细分领域的厂商通过行业内并购、上下游并购等方式扩大业务范围，产生协同效应，利用集中化的资源和技术进一步提升综合竞争力。在未来，具备核心技术、生态整合能力和全球化布局的企业将主导线上汽配行业市场变革，推动市场集中度进一步上升。

在前述背景下，市场参与者的差异化竞争将有所加剧。部分线上汽配企业将朝着垂直化和专业化方向发展，聚焦如高端汽配改装、新能源汽车等特定细分领域，提供在该领域更专业、精准的产品和服务，以提升自身的专业形象和服务水平，获得市场和客户的信赖。

3) 全球化布局为线上汽配企业提供更强的市场竞争力

全球化布局是线上汽配企业突破市场边界和地域限制，实现可持续增长的关键路径。一方面，通过全球化布局，企业能够整合全球供应链资源，择优采购全球汽车零部件厂商的产品，提升汽配产品质量；企业能够在不同地区设立仓储和物流中心，降低采购与运输成本，提高供应链配送效率。另一方面，全球化让线上汽配企业得以深入不同市场，精准捕捉差异化需求，针对区域化的市场适时调整产品开发及推广策略，为全球消费者提供更适配的汽车配件产品。此外，全球化布局还能分散经营风险，避免单一市场波动对线上汽配企业的冲击，通过多市场协同运营实现资源互补，增强抗风险能力，使企业在国际竞争中占据更有利的位置。

3、发行人所属行业壁垒

（1）技术壁垒

线上汽配行业存在较高的技术壁垒。一方面，企业需在信息系统安全、软件开发、网络接口对接、数据库管理等领域具备专业知识和丰富的经验。行业中的领先企业凭借持续的研发投入和实践积累，建立了覆盖线上业务全流程的系统架构，并依托大数据分析、人工智能算法等信息技术，实现销售预测的精准化，进而科学制定新品开发计划和备货管理策略，持续优化业务流程，促进业务规模稳定增长；另一方面，汽车配件数据库的搭建和数据的标准化存储、分析及应用，需要经过长期的数据采集、清洗、整合，这不仅需要组建涵盖数据工程师、汽配行业专家、IT 技术人员的专业团队，还需要在实践中不断优化数据标注规则、完善数据分类体系，确保汽车配件数据的一致性和准确性，并在具体业务场景中得到应用。行业新进入者难以在短时间内具备相应的技术能力和数据资源储备。

（2）供应链壁垒

汽车后市场中的汽车配件产品 SKU 数量达数百万量级，具有行业集中度低、专业属性强、备货流程复杂且周期冗长等特点，导致企业实现汽车配件全品类覆盖和产品 SKU 精细化管理的难度较大。随着汽车车型持续迭代更新、汽车配件复杂化加剧，为适配线上汽配市场发展和消费者需求的变化，企业需要具备综合供应链管理能力和对外统筹汽车配件供应商、物流服务商、仓储服务商等外部合作方，对内整合汽车配件产品采购、仓储运输、物流派送等业务流程，形成高效、稳定的产品供应体系，以保障高质量汽车配件产品的持续供给。汽配供应链的构建需将科学规划和实践经验深度结合，持续地投入资源和时间进行优化、迭代，因此行业新进入企业将面临一定的供应链壁垒。

（3）品牌壁垒

汽车配件的质量直接影响汽车的整体性能和安全性，高质量的汽车配件是汽车运行可靠的重要保障。因此，在汽车后市场中消费者在选择汽车配件时，通常更倾向于选择具有良好信誉和口碑的品牌产品。公司所在的汽车后市场已发展多年，形成了较为稳定的竞争格局，行业主要参与者涵盖全球汽配品牌商，包括美国四大汽配连锁商超、汽配电商品牌及其他线下汽配零售品牌等。这些品牌商在产品质量管控、售后服

务体系、物流配送效率等方面均具有较强的竞争优势，并持续地通过广告投放、品牌营销活动等方式强化市场影响力，形成了较高的客户粘性。在此行业背景下，新进入企业品牌知名度较低，短期内难以获得市场和消费者的认可，获客成本较高，行业品牌壁垒特征显著。

（4）规模壁垒

具备规模化经营能力的线上汽配企业具有一定的竞争优势。规模较大的线上汽配企业的产品覆盖范围更广，市场占有率更高，更容易获得市场用户的认可；规模化、长期且稳定的采购需求能够形成较强的议价能力，有效降低企业的采购成本和运输成本；凭借规模化经营所积累的客户信任和合作基础，以及在市场推广、品牌营销方面丰富的运营经验，企业在渠道端更容易获得支持。因此，行业新进入者短期内难以通过规模效应在成本控制、运营效率等核心维度建立优势，在激烈的市场竞争中面临显著的规模壁垒。

（5）营销渠道壁垒

在线上汽配市场，线上流量高度集中于头部电商平台和汽配垂直品类网站，行业内成熟的电商平台店铺和网站经过多年的营销推广和资源积累，已经形成了较强的品牌效应，并积累了忠实的用户群体。同时，线上汽配行业产品种类丰富，专业性强，对产品推荐、配送效率、售后服务等要求较高，这需要线上汽配企业充分了解各品类的汽车配件产品特性和消费者的个性化需求，并为消费者提供周全的线上购物体验。行业内的新进入者若要建立全球性的线上营销网络、构建专业化的运营体系并赢得市场和消费者的认可，需要较长的时间积累和大量人力、物力和资金的投入，因此存在一定的营销渠道壁垒。

（6）组织和人才壁垒

线上汽配行业的长期竞争力取决于企业的组织创新能力和系统整合能力，而构建包含高水平的电商运营人员、汽配产品采购人员、供应链管理人员和 IT 技术人员等专业人才团队是企业在新品开发、产品采购、店铺运营及市场拓展等业务环节的关键支撑。由于汽车配件产品具有高度专业化、品类多样化的特性，相关人员需要经过长期的行业实践积累，才能掌握适配复杂业务场景的专业能力。此外，企业搭建适配线上汽配业务运作的专业化组织架构，也需要在团队协作机制、跨部门流程整合等方面持

续投入时间和资源。因此，行业内新进入者在短时间内构建一支专业化的线上汽配人才队伍并形成相应的组织架构难度较大，存在组织与人才壁垒。

4、发行人所属行业面临的机遇与风险

（1）面临的机遇

1）国家产业政策不断出台，促进行业稳步健康发展

作为外贸的新业态、新模式，跨境电商对扩大我国外贸规模、优化外贸结构具有重要意义，已成为支撑外贸高质量发展的关键力量。2023 年以来，我国密集出台了多项跨境电商行业、现代服务业相关的国家战略和产业政策，如《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》《关于进一步促进跨境电商出口发展的公告》《关于支持跨境电商出口海外仓发展出口退（免）税有关事项的公告》《关于跨境电子商务出口退运商品税收优惠政策的公告》等；《十五五规划纲要》也指出，“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。”上述国家战略和产业政策在税收优惠、基建建设、信贷融资、外汇管理等方面给予企业系统性的支撑，引导企业积极开拓国际市场，为跨境电商行业构建了良好的政策环境，帮助跨境电商企业稳步、健康发展。

另一方面，汽车产业链也是我国的支柱产业，汽车零部件是汽车产业链中的重要一环。《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》等汽车零部件相关政策文件的出台，系统部署了推动汽车后市场高质量发展的主要任务，促进汽车后市场规模稳步增长，市场结构不断优化，并提升了行业规范水平，更好地满足消费者多样化的消费需求，有力推动了汽车产业集群的建设和汽车零部件行业的健康发展。

2）信息技术是线上汽配市场发展的关键引擎

大数据、人工智能、物联网等新一代信息技术的进步为线上汽配市场发展起到了重要作用。具体而言，在销售端，人工智能和大数据技术通过深度挖掘汽车配件产品的历史消费数据和产品偏好，实现基于用户画像的精准商品推荐，有效提升用户的购物体验；在仓储物流端，物联网技术结合大数据分析，能够整合跨境物流资源，优化仓储布局，提高物流运输效率，推动智能化库存管理和运输调度系统的构建，显著提高供应链响应效率；在支付端，电子钱包、移动支付等技术应用为消费者跨境交易提

供了多样化、安全便捷的支付方式，降低了跨境结算的成本和操作风险。因此，信息技术通过对线上汽配核心业务环节的数字化改造，不仅帮助企业实现运营成本的优化与服务质量的提升，更从根本上拓展了行业的发展边界。这种技术驱动的发展模式，正成为线上汽配企业构建差异化竞争优势、实现可持续发展的关键引擎。

3) 中国完备的汽车配件产业链为线上汽配市场提供优质的产品资源，汽配流通环节仍有较大发展空间

经过多年来的产业整合和技术积累，中国已经形成了覆盖全品类的汽车配件产业链，产品涵盖了底盘系统、发动机系统、车身及附件、电子电气等四大核心板块，可全面适配燃油车、电动车等各类车型，在华东、华北、华南等地区形成了规模化的汽车后市场零部件产业集群。根据全国工商联汽车摩托车配件用品业商会的《中国汽车零部件产业分析报告（2024-2025）》，中国目前汽车零部件制造企业超过 10 万家，规模以上（年主营业务收入 2,000 万元以上）企业约 1.4 万家。中国产能充足、品类齐全的汽车配件供应链能够为全球不同国家和地区的消费者提供稳定、可靠的汽车配件产品，有效满足全球汽车配件售后市场的多元化需求。在此背景下，中国线上汽配企业可以依托中国完备的汽车配件供应链体系，向全球消费者输出优质的汽车配件产品，形成独特的市场竞争力。另一方面，中国汽车配件制造产业集中度较低，大部分企业规模较小，产品和目标市场单一，当前汽车配件行业在流通环节的渠道整合、供应链协同、数字化流通体系搭建、跨区域流通效率提升等方面仍存在一定短板与空缺，尚未形成成熟、完善的一体化流通生态，这也使得汽配流通环节在模式创新、资源整合、市场拓展等方面具备较大的发展空间与持续增长潜力。

4) 消费者线上消费习惯的形成和信任度的提升将推动汽配电商渗透率增长

受限于汽车配件市场的复杂性高、专业性强的特点，消费者对传统线下销售渠道依赖程度较高，使得行业的电商渗透率仍处于低位。根据灼识咨询数据，2024 年全球线上汽配市场占汽车配件售后市场的比例约为 14.81%，低于全行业约 20% 的电商渗透率水平。随着互联网覆盖率的提升和线上销售渠道的发展，消费者已经形成了线上消费的习惯，在购买汽车配件时也更愿意尝试线上渠道，逐渐建立起对于电商平台、汽配专业网站的信任度。而购买习惯的改变和线上渠道信任度的建立将推动汽车配件市场的电商渗透率水平持续上升，为线上汽配市场增长注入持续动力。

（2）面临的风险

1）不同国家、地区的文化、政策差异对企业拓展线上汽配市场提出更高要求

线上汽配市场中的企业主要通过互联网平台向不同国家、地区的消费者销售汽车配件产品，而不同国家、地区在文化习惯、法规政策等方面存在差异，客观上对企业的全球化能力提出了更高的要求。一方面，受地域文化与社会价值观影响，不同市场的消费者在产品偏好、购买决策逻辑上存在显著差异，企业需要深入研究目标市场的文化背景，通过系统性市场调研精准捕捉消费需求，构建本地化的运营体系，以突破文化壁垒、建立用户信任。另一方面，不同国家、地区的法规政策、汽车配件产品准入标准存在差异，这要求汽车配件跨境电商企业具备合规意识，建立完善的合规管理体系，配备熟悉目标市场法规政策、平台规则及行业标准的专业团队，确保在海关申报、知识产权保护等方面实现合规运营，并能够对政策动态作出快速响应，避免因合规风险导致的业务受阻。

2）中美贸易摩擦和美国关税加征风险

根据 S&P Global 数据，2025 年，美国的汽车保有量已达 2.89 亿辆左右，且平均车龄较长，其汽车配件售后市场规模较大，在全球汽车配件市场占据重要地位。近年来，全球贸易保护主义势头持续加剧，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）的关税政策多次进行调整，导致中美之间的贸易摩擦有所波动，这一定程度上削弱了中国汽车配件产品在美国市场的价格优势，进而影响不具备自主品牌优势或供应链薄弱的国内同行业公司在美国市场的发展。

3）物流与供应链风险

在全球化的背景下，线上汽配企业通过跨境物流将全球各地的产品运至不同地区，但汽车配件产品 SKU 数量较多，适配性强，不同车型对配件规格、型号存在严格要求，这对于仓储分拣的精准度、时效性和运输环境的控制提出了较高的要求。近年来，极端天气事件频发、地缘政治冲突加剧、贸易保护主义抬头等不可抗力因素，已经成为了线上汽配企业物流与供应链的主要风险来源，该风险不仅将导致产品运输周期延长，还可能增加企业库存周转压力、提升货物运输成本，进而影响行业供应链的稳定性、时效性。

5、行业的周期性特征

汽车后市场不具有明显的行业周期性。汽车配件的售后需求主要与现有汽车保有量和车龄相关，在经济扩张时期，新车销量增长拉动汽车保有量的增长，导致汽车配件产品替换、养护的需求持续增长；在经济衰退期，新车销售增速放缓，但车辆平均车龄的增加也会导致汽车后市场的刚性需求的稳步提升，因此行业不具有明显的周期性。目前，欧美地区汽车保有量和车龄不断上升，叠加境外消费者线上购物习惯的深化，境外线上汽配市场规模和线上渗透率将持续上升，市场空间广阔，下游需求旺盛。因此，公司所处的线上汽配行业亦不存在明显的行业周期性特征。

6、发行人所属行业在产业链中的地位和作用，与上、下游行业之间的关联性

公司的主营业务是汽车配件产品的线上销售，所属的细分行业为线上汽配行业。线上汽配行业在跨境贸易产业链中处于中下游，起到连接上游汽配生产商和下游终端消费者的作用，通过数智技术实现产业链中各方的信息联通和供给需求的匹配，提高了产业链中的协同和效率。线上汽配行业为汽车配件产品的出口提供了新的销售渠道和贸易方式，助力推动跨境贸易发展和汽配产业升级，是我国外贸的新业态、新模式。

公司产业链上游为汽车配件制造业，背靠我国成熟的汽车产业链体系，上游汽车配件供应厂商较多，在我国华南、华中和华北等地已形成了品类齐全、配套完善的汽配供应产业链，市场竞争充分，产品供给充足。基于对境外汽配市场的深刻洞察以及科学的运营管理能力，公司支持上游汽配供应商合理规划生产和转型升级，积极推动国内汽配产业高质量出海，促进汽配产业与数字业态的融合。公司产业链下游主要面向境外终端消费者，公司主要通过亚马逊、eBay 等跨境电商平台和自营独立站，为全球消费者提供丰富、优质的汽车配件产品。

（四）公司所处行业的竞争状况

1、行业竞争格局和主要企业

（1）行业竞争格局和特点

1) 线上汽配市场稳步发展，行业参与者众多

随着信息技术的持续发展和互联网覆盖率的不断提高，全球线上汽配市场份额不断扩大，汽车配件线上渗透率持续上升，根据灼识咨询数据，2024 年全球线上汽配市

场占汽车配件售后市场的比例已达 14.81%，全球线上汽配市场规模约为 856 亿美元，预计至 2029 年，全球线上汽配市场占汽车配件售后市场的比例将达到约 16.73%，市场规模约为 1,222 亿美元。线上汽配市场参与者众多，包括综合型电商平台的汽配品牌店铺、汽配专业化垂直品类网站、传统汽配零售商等。综合型电商平台的品牌店铺则一方面借助电商平台的品牌效应和平台流量，吸引消费者前往品牌店铺进行消费，另一方面则不断通过技术创新和成本优势，打造产品品牌，为消费者提供优质、高性价比的产品和个性化的售后服务，赢得市场和消费者的认可。汽车配件专业化垂直品类网站如 CarParts、PartsGeek 等凭借多年来的线上运营和专业化的品牌口碑，不断拓宽客户群体，通过高质量、差异化的选品开拓更多汽车配件品类，从而实现增长；传统汽车配件零售商如 AutoZone 等近年来开辟了线上商场，配合其多年来经营的线下门店和高质量的品牌产品，以线上销售、线下门店配送、安装的方式抢占线上汽配市场份额。随着行业进入者的增多，线上汽配市场参与者在产品价格、品质、服务、技术等维度竞争较为激烈，这也促使企业不断进行模式创新和技术创新，加速了线上汽配市场的资源整合。

2) 消费者需求多样化、个性化，驱动线上汽配企业不断进行产品开发和技术创新

在线上汽配市场，由于产品可选择性较多，消费者对于汽车配件产品的需求不仅包括产品质量、价格和车型的适配性，还对卖家的售后服务、技术支持、个性化产品等有不同程度的需求。同时不同地区、不同文化背景和不同年龄的消费群体的消费习惯和偏好也存在差异，这对线上汽配企业提出了更高的要求和挑战：在供应链端，线上汽配企业需要利用信息化技术协同众多汽配供应商，针对消费者多样化的需求开发更多的汽车配件产品，建立完善的供应链管理信息体系，确保产品周转效率并保证产品质量；在市场运营端，线上汽配企业需要不断应用大数据、人工智能、物联网等技术，通过大数据分析了解消费者行为和偏好，提供个性化的产品推荐和技术服务，满足消费者日益增长的购物需求。

3) 中国跨境汽配电商发展迅速

从供给端看，中国是全球线上汽配市场的主要参与者之一。根据灼识咨询数据，中国跨境电商汽车零部件出口额从 2020 年的约 300 亿元增长至 2024 年的约 700 亿元，年均复合增长率为 23.75%，发展速度较快。目前中国跨境电商汽车零部件市场正逐步从“价格优势型”向“品牌与服务驱动型”转变。国内汽配制造商凭借完善的供应链

体系、较强的制造能力和丰富的品类积累，正在成为全球线上汽配产业链中不可忽视的角色。此外，随着电商平台与海外本地仓等基础设施不断完善，企业出海的门槛显著降低，进一步推动了汽车零部件跨境电商出口额的稳步增长。

（2）行业内的主要企业

在全球线上汽配行业，公司的主要竞争对手如下：

1) Dorman (DORM)

Dorman Products, Inc.是一家全球汽车售后市场领先的替换及升级零部件设计、制造与分销商，于美国纳斯达克上市，产品目录涵盖超过 11.80 万款产品，主要服务于乘用车、轻、中、重型卡车以及特种车辆。2025 财年，Dorman 营业收入达 21.30 亿美元，净利润为 2.04 亿美元。

2) RockAuto, LLC

RockAuto, LLC 总部位于美国威斯康星州，致力于以实惠价格提供高质量的汽车配件及保养用品。RockAuto, LLC 主要通过其汽配品类垂直 rockauto.com 在线销售各类汽配产品，产品覆盖全球 200 多个品牌，涵盖从经典车型到新款汽车的各类零部件。

3) CarParts (PRTS)

CarParts.com, Inc.是一家技术驱动的线上汽配零售企业，于美国纳斯达克上市，该公司通过其汽配品类垂直网站 carparts.com 及其 eBay 平台店铺等渠道，向分销商、个人消费者销售汽车配件产品，包括车身维修零部件、发动机零部件、性能配件等产品。2025 财年，CarParts 营业收入达 5.48 亿美元，净利润为-0.50 亿美元。

4) Febi

Ferdinand Bilstein GmbH & Co. KG 是德国汽车售后市场领先的高品质替换零部件制造商与供应商，旗下拥有 febi、SWAG 及 Blue Print 品牌，产品范围广泛，包含 80,000 余种不同产品，能够为欧洲地区的乘用车、商用车、卡车等提供汽车维修的专业替换配件产品等。

5) 国贵科技 (874528.NQ)

重庆国贵赛车科技股份有限公司主营业务是从事汽车后市场的高性能汽车零配件的研发、生产和销售，主要产品包括以汽车空气悬挂、机械悬挂为代表的汽车悬挂系

统零部件和以涡轮增压器、连杆等为代表的汽车动力系统零部件在内的各类汽车配件产品。2025 年，国贵科技营业收入为 10.06 亿元，净利润为 0.94 亿元。

2、发行人的市场地位

公司主要通过亚马逊、eBay 等线上渠道向全球消费者销售汽车配件产品，依托公司的资源、经验积累和数智化建设，公司充分整合了线上汽配产业链的上下游资源，实现上游生产厂商与消费者端到端的高效链接和协同，为全球消费者提供品类齐全、质量可靠的汽车配件产品和优质、高效的服务体验。经过多年来的积累，公司已经成长为全球线上汽配行业的品牌企业，报告期末公司在售汽车配件 SPU 数量超过 500 个，SKU 数量已达约 17.21 万个，产品销往了多个国家和地区；根据灼识咨询数据，以 2024 年营业入口径统计，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跨境电商汽配卖家。

自成立以来，公司致力于打造数智驱动的全球汽配品牌。凭借优质的产品和服务，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；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）；公司的涡轮增压器、汽车撑杆等众多产品进入亚马逊最畅销产品（Best Seller）和亚马逊之选（Amazon's Choice）榜单，在汽车后市场领域已具备较强的全球影响力。

3、发行人竞争优势与劣势

（1）竞争优势

1) 基于数智化技术构建海量 SKU 全生命周期精细化管理体系，有效提升端到端运营效率

对汽车后市场海量且长尾的 SKU 实施科学化管理，有效提升汽配流通环节的运营效率，是汽配行业的核心价值环节。公司结合自身商业模式与线上汽配行业特性，搭建了覆盖全流程的业务信息系统，深度赋能数据沉淀与市场洞察、新品开发导入、需求预测、库存运筹规划、仓储履约、多渠道运营、品牌建设等线上汽配核心业务场景，完成线上汽配全流程业务体系的数智化升级。公司搭建了车型数据库和汽配信息数据库，运用新品开发可行性分析模型高效赋能新品开发；公司自研多维度分层式需求预测模型，合理预测汽配 SKU 在不同渠道的销量，以此统筹采购规划；公司依托跨境智

能仓配系统、尾程分仓配送系统等数智技术实现全球库存智能调度和最优履约路径规划，提升库存利用率和交付效率；在市场营销、客服、售后等环节，公司积极运用 AI、大数据等新技术，不断提升运营效率和响应速度。在数智化内核的驱动下，公司构建了对海量汽车配件 SKU 全生命周期精细化管理的独特能力，有效提升新品开发、库存周转、产品销售等环节的整体效率，降低综合营运成本；更为经营决策提供科学、充分的技术与数据支撑，推动公司经营业绩稳健增长，持续筑牢企业核心竞争力。

公司上述数智化能力的构建与落地主要系依托持续的研发投入与技术创新。报告期内，公司研发费用分别为 1,501.88 万元、2,849.82 万元和 5,967.06 万元，复合增长率为 99.33%；截至报告期末，公司研发人员数量为 142 人，占公司人员总数比例已达 11.62%；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。

2) 拥有领先的新品导入和开发能力，持续丰富产品型号，高效匹配市场需求

汽车配件售后市场具有需求总量大、但产品分散的市场特征，全球汽车配件售后市场涵盖数百万级 SKU，产品导入和开发难度随 SKU 规模上升呈指数级增长。经过长期在线上汽配行业的积累和资源投入，公司搭建了车型数据库和汽车配件数据库，通过汽车配件历史销售数据对新品开发可行性数据模型不断进行训练，持续优化算法、调整参数，不断提高新品销售预测的精准度，以实现智能、精准、高效的新品导入和开发。截至报告期末，公司在售的自有品牌汽车配件细分 SPU 超过 500 个，SKU 数量已达约 17.21 万个，产品覆盖面已经居于全球线上汽配品牌前列。在未来 3-5 年，公司将保持年均开发数万个自有品牌汽配 SKU 的速度继续进行汽配产品的导入和开发，在满足全球消费者差异化需求的同时进一步巩固产品覆盖面的竞争优势。

3) 全球知名的线上汽配品牌，获得用户高度认可

汽车配件售后市场中品牌效应较为显著，消费者在选择汽车配件时通常更倾向于选择具有良好信誉和口碑的品牌产品。公司积极运用大数据、人工智能等数字技术，对海量汽配 SKU 实施精细化管理，提升订单履约和品牌营销能力，并通过智能客服与人工客服协同的模式优化用户消费体验，持续提升客户满意度。公司凭借优质、高性

价比的产品和高效、稳定的服务，构建了专业化的全球汽配品牌形象，旗下 A-Premium 品牌已经成长为全球头部的线上汽配品牌之一。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；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）；公司的涡轮增压器、汽车撑杆等众多产品进入亚马逊最畅销产品（Best Seller）榜单和亚马逊之选（Amazon's Choice），在汽车后市场领域具有较强的品牌影响力。

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

汽车配件的质量关系到汽车的整体性能和安全性，高质量的汽车配件能够为汽车提供可靠的保障，因此产品质量是消费者购买汽车配件的主要考虑因素之一。在供应商选择和管理方面，公司坚持严格的供应商准入标准，在全球范围内选择了超过 300 家优质汽车配件供应商进行深度合作，要求其具备相关汽车配件产品的设计开发或生产制造能力，严格遵循全球各地市场的质量标准和要求；在内部质量控制方面，公司在产品质量检验、产品包装、储存及运输等环节设置了内部质量控制流程和制度，并在国内建立了前检仓，严格遵照质量控制体系，对产品质量进行全方位把控；公司针对不同的汽车配件产品设置了不同的质量检验要求和具体检验指标，并开发了信息化的质量检验系统，联通手持终端，实现质检过程流程化、可视化、数据化，实现对质量问题的精准溯源；在包装和运输方面，公司对不同产品适用的包装材料、包装标准、储存装柜要求、运输标准、特殊产品的保护等内容进行了规范，以减少产品因包装、储存及运输不当而导致的产品质量问题。与此同时，公司将产品流转及售后环节中的各项与产品质量有关的数据进行记录、甄别和分析，并反馈给上游供应商，助力其不断提升产品综合竞争力。综合上述举措，公司为全球消费者持续提供高品质的汽车配件产品。

（2）竞争劣势

1）公司规模相对较小，行业竞争力仍需加强

目前，全球汽车配件行业仍在持续发展，随着汽车车型的更新迭代，汽车配件产品的类型和数量正不断增加。相较美国四大汽配连锁商超等全球汽配头部企业而言，公司的规模较小，在产品类型及数量、市场开拓、品牌知名度方面仍有所不及；同时

国内汽配跨境电商企业、国外线上汽配企业的数量亦在不断增长，行业竞争逐步加剧。因此，公司仍需在新品开发、质量控制、市场开拓、服务能力等方面积极投入，进一步提升公司竞争能力，以保持公司在行业内的领先地位。

2) 人才储备不足

报告期内，公司保持较快的营业收入增速，公司现有的人员规模未能充分满足高速增长的业务规模 and 市场需求，企业运营能力与业务发展速度不能完全匹配。随着线上汽车配件需求的增长和企业业务规模的扩大，矛盾将更加突出。公司需要进一步提升人才储备，应对更加激烈的市场竞争。

3) 融资渠道相对单一

公司目前仍处于快速发展阶段，产品的开发和采购、员工招聘、数智技术开发和基础设施建设等都需要大量的资金投入。由于公司尚未上市，融资渠道较为单一，仅凭借自有资金、银行贷款和私募股权融资难以充分满足公司持续扩张的业务布局，不利于公司抓住线上汽配市场快速发展的机遇。

4、发行人与同行业公司的比较情况

(1) 同行业可比公司的选择标准

在国内汽车配件企业中，目前尚无和公司产品与经营模式完全可比的上市公司。从主营产品层面，公司汽车配件产品与上市/挂牌公司中的国贵科技（874528.NQ）较为可比。从商业模式层面，公司与安克创新（300866.SZ）、三态股份（301558.SZ）、致欧科技（301376.SZ）、华凯易佰（300592.SZ）、赛维时代（301381.SZ）、国贵科技（874528.NQ）较为类似。因此，选取我国资本市场中与公司主要产品、经营模式具有相似性的上市/挂牌公司作为可比公司，确保能够获得其公开披露数据进行分析。同行业可比公司的情况具体如下：

1) 国贵科技（874528.NQ）

重庆国贵赛车科技股份有限公司主营业务是从事汽车后市场的高性能汽车零配件的研发、生产和销售，主要产品包括以汽车空气悬挂、机械悬挂为代表的汽车悬挂系统零部件和以涡轮增压器、连杆等为代表的汽车动力系统零部件在内的各类汽车配件产品。2025 年，国贵科技营业收入为 10.06 亿元，净利润为 0.94 亿元。

2) 安克创新（300866.SZ）

安克创新科技股份有限公司聚焦充电储能、智能创新、智能影音三大核心产业方向，并持续夯实并拓展移动充电、消费级储能、智能安防、智能清洁、智能母婴、创意打印、智能音频、智能投影等核心业务。线上渠道方面，安克创新已与亚马逊、乐天、京东、虾皮等全球主要第三方电商平台建立合作关系，主要以直营网店模式开展销售；线下渠道方面，安克创新产品已进入沃尔玛、Best Buy、Target、Costco 等全球主要连锁零售商，以及欧洲 Argos、OBI 等渠道。2025 年，安克创新营业收入为 305.14 亿元，净利润为 26.17 亿元。

3) 三态股份（301558.SZ）

深圳市三态电子商务股份有限公司是一家从事出口跨境电商零售和第三方出口跨境电商物流的综合性企业，销售的主要商品类型包括潮流时尚（服装饰品、个护用具、美妆用具）、工具配件（工商用具、汽摩配件）、家居生活（宠物用品、厨卫家电、婚庆礼仪、家居装饰、家庭园艺）、数码科技（电脑游戏、消费电子）、兴趣爱好（创意手工、户外活动、休闲娱乐、音乐艺术、运动健身）等。2024 年，三态股份营业收入为 17.51 亿元，净利润为 0.14 亿元；2025 年 1-6 月，三态股份营业收入为 8.27 亿元，净利润为 0.23 亿元。

4) 致欧科技（301376.SZ）

致欧家居科技股份有限公司主要从事自有品牌家居产品的研发、设计和销售，产品主要包括家具系列、家居系列、庭院系列、宠物系列等品类，是全球知名的互联网家居品牌商。2024 年，致欧科技营业收入为 81.24 亿元，净利润为 3.34 亿元；2025 年 1-6 月，致欧科技营业收入为 40.44 亿元，净利润为 1.90 亿元。

5) 华凯易佰（300592.SZ）

华凯易佰科技股份有限公司是一家依托中国优质供应链资源、以市场需求为导向，开展跨境出口电商业务，主要通过 Amazon、eBay、Temu、Tik Tok、AliExpress、Cdiscount、WalMart 等第三方电商平台，将中国制造的高性价比商品销售给境外终端消费者的跨境电商企业，主要产品包括家居园艺、工业及商业用品、汽车摩托车配件、健康美容、3C 电子产品等。2024 年，华凯易佰营业收入为 90.22 亿元，净利润为 1.67 亿元；2025 年 1-6 月，华凯易佰营业收入为 45.38 亿元，净利润为 0.32 亿元。

6）赛维时代（301381.SZ）

赛维时代科技股份有限公司是一家技术驱动的出口跨境品牌电商企业，销售产品涵盖服饰配饰、百货家居、运动娱乐等生活品类产品。2024 年，赛维时代营业收入为 102.75 亿元，净利润为 2.14 亿元；2025 年 1-6 月，赛维时代营业收入为 53.46 亿元，净利润为 1.69 亿元。

（3）与同行业公司的比较情况

1）市场地位比较

根据同行业可比公司披露的公开信息，发行人与同行业可比公司的市场地位对比情况如下：

名称	市场地位情况
公司	2025 年营业收入 44.40 亿元，净利润 3.71 亿元；以 2024 年营业入口径统计，公司在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跨境电商汽配卖家；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；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）
国贵科技	2025 年营业收入 10.06 亿元，净利润 0.94 亿元；通过十余年深耕欧美汽车后市场领域，国贵科技已成功创立了具有市场影响力的自主品牌 MAXPEEDINGRODS，累计服务了超 400 万名用户
安克创新	2025 年营业收入 305.14 亿元，净利润 26.17 亿元；安克创新是全球智能硬件科技行业的创新产品创造者，销售渠道覆盖全球多个国家和地区的线上和线下市场，在充电储能、智能创新、智能影音三大核心领域均位居行业前列，旗下品牌 Anker 品牌在《Google x Kantar BrandZ 中国全球化品牌 2025》中成为电子产品配件品类榜首
三态股份	2025 年 1-6 月营业收入 8.27 亿元，净利润 0.23 亿元；三态股份是行业内少有的同时布局出口跨境电商零售业务和出口跨境电商物流业务的企业，其出口跨境电商零售业务产品品类包括兴趣爱好、家居生活、工具配件、潮流时装和数码科技 5 大类，覆盖全球 200 多个国家的消费者
致欧科技	2025 年 1-6 月营业收入 40.44 亿元，净利润 1.90 亿元；致欧科技是全球互联网家居品牌商，旗下拥有 SONGMICS、VASAGLE、FEANDREA 三大自有品牌，历时多年已成功跻身亚马逊欧美市场备受消费者欢迎的家居品牌之列
华凯易佰	2025 年 1-6 月营业收入 45.38 亿元，净利润 0.32 亿元；华凯易佰全资子公司易佰网络和通拓科技已逐步树立了在跨境出口电商行业的口碑和地位，并得到国内外主流电商平台的高度认可
赛维时代	2025 年 1-6 月营业收入 53.46 亿元，净利润 1.69 亿元；赛维时代是国内知名跨境电商，截至 2024 年 12 月，赛维时代旗下 Coofandy、Ekouaer、Avidlove 等多个品牌的多款产品仍稳居 Amazon Best Sellers 细分品类前五

2）公司与同行业可比公司技术实力的比较情况

根据同行业可比公司披露的公开信息，公司与同行业可比公司的核心技术、研发

投入等具体如下：

名称	核心技术情况	研发投入
公司	以数智技术为基础，开发了涵盖新品开发、供应链管理、销售预测、数据集成、物流运输、仓储管理、质量检验、流程审批、财务结算等各个线上汽配业务环节的信息系统，并搭建了车型数据库	2024 年和 2025 年，公司研发费用 分别为 2,849.82 万元、5,967.06 万元，研发费用率分别为 0.87%、1.34%
国贵科技	从事高性能汽车零部件的研发，核心技术主要集中在汽车悬架系统改装件、动力系统改装件等方面	2024 年和 2025 年，研发费用分别为 2,928.02 万元、2,999.47 万元，研发费用率分别为 4.25%、2.98%
安克创新	在充电储能、智能创新和智能影音领域三大核心领域积累了具备先进性的核心技术，如氮化镓相关技术、电池管理系统技术、智能影像感知技术、智能音频声学算法等	2024 年和 2025 年，研发费用分别为 210,844.46 万元、289,278.55 万元，研发费用率分别为 8.53%、9.48%
三态股份	在信息技术和人工智能科技方面拥有如自然语言处理、计算机视觉、大型语音模型、多模态和智能体技术等核心技术，将多种机器学习算法应用于商品开发环节，并在供应链管理、运营管理、交付履约流程开发了各类信息系统或模块	2024 年和 2025 年 1-6 月，研发费用分别为 6,462.94 万元、3,943.92 万元，研发费用率分别为 3.69%、4.77%
致欧科技	产品研发方面，拥有家具系列、家居系列、庭院系列、宠物系列等多项产品应用的知识产权；在信息技术开发方面，自主研发了业务信息管理系统、独立站上传系统、客户信息管理系统等	2024 年和 2025 年 1-6 月，研发费用分别为 7,728.74 万元、3,269.29 万元，研发费用率分别为 0.95%、0.81%
华凯易佰	公司通过自主研发已经积累了多项行业核心技术，覆盖跨境出口电商业务全链条，依托自主开发的“易佰云”智能化企业管理平台，构建起一系列核心信息系统，涵盖销售运营、订单管理、库存管理、物流追踪和数据分析等业务	2024 年和 2025 年 1-6 月，研发费用分别为 6,623.87 万元、3,425.95 万元，研发费用率分别为 0.73%、0.75%
赛维时代	公司以信息化系统为基础，致力于打通全业务链条数据，实现全面技术驱动的业务模式，核心技术涵盖产品研发、生产及采购、仓储物流、市场营销及推广等信息系统	2024 年和 2025 年 1-6 月，研发费用分别为 11,894.58 万元、5,788.91 万元，研发费用率分别为 1.16%、1.08%

3）公司与同行业可比公司在衡量核心竞争力的关键业务数据、指标的比较情况

衡量公司核心竞争力的关键业务数据和指标包括营业收入、综合毛利率和归属于母公司股东的净利润。报告期内，公司营业收入整体呈增长趋势，营业收入规模不断增长；从盈利能力层面，报告期内公司归属于母公司股东的净利润稳步上升，综合毛利率保持较高水平，盈利能力良好。公司与同行业可比公司营业收入等关键业务数据、指标的比较情况如下：

单位：万元、%

项目	名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
营业收入	公司	443,971.89	327,129.36	176,219.39

项目	名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
	国贵科技	100,617.55	68,970.11	63,998.36
	安克创新	3,051,440.34	2,471,008.03	1,750,720.31
	三态股份	82,719.05	175,123.80	170,067.51
	致欧科技	404,416.11	812,383.51	607,418.72
	华凯易佰	453,818.82	902,221.00	651,786.06
	赛维时代	534,558.79	1,027,537.94	656,366.29
综合毛利率	公司	43.43	41.86	40.66
	国贵科技	41.49	41.91	43.30
	安克创新	45.07	43.67	43.54
	三态股份	31.74	28.39	31.36
	致欧科技	34.93	34.65	36.32
	华凯易佰	33.47	33.85	36.96
	赛维时代	44.47	43.78	45.84
归属于母公司股东的净利润	公司	37,059.41	29,608.84	11,095.30
	国贵科技	9,444.60	5,112.16	6,161.08
	安克创新	254,513.19	211,442.95	161,487.20
	三态股份	2,325.52	1,436.88	12,370.29
	致欧科技	19,045.26	33,357.37	41,288.37
	华凯易佰	3,674.05	17,016.20	33,216.15
	赛维时代	16,919.10	21,409.92	33,554.77

注：2025 年同行业可比公司中安克创新、国贵科技数据来自于其披露的 2025 年年度报告，全文同；其他同行业可比公司尚未披露 2025 年全年数据，其 2025 年度数据为 2025 年 1-6 月数据。

三、销售情况和主要客户

（一）报告期内公司主要产品的销售情况

1、按产品分类的主营业务收入情况

报告期内，公司主营业务收入按产品类别构成的情况如下：

单位：万元，%

产品类别	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
底盘零部件	160,864.70	36.24	120,508.46	36.84	65,669.34	37.27

产品类别	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
发动机零部件	142,316.00	32.06	104,090.17	31.82	52,418.58	29.75
车身及附件零部件	67,580.90	15.22	48,119.68	14.71	29,918.30	16.98
电子电气零部件	72,284.63	16.28	53,538.94	16.37	27,873.27	15.82
其他零部件	880.01	0.20	847.45	0.26	324.58	0.18
合计	443,926.24	100.00	327,104.70	100.00	176,204.07	100.00

报告期内，公司销售的产品主要为底盘零部件、发动机零部件、车身及附件零部件、电子电气零部件四大类汽车配件，合计占公司主营业务收入的 99%以上，公司按产品分类的主营业务收入具体分析详见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“八、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动分析”之“1、主营业务收入按产品类别构成及变动分析”。

2、按销售模式分类的主营业务收入情况

报告期内，公司主营业务收入按销售模式构成情况如下：

单位：万元，%

销售模式		平台	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上渠道	线上 B2C	亚马逊	293,404.43	66.09	215,558.22	65.90	109,278.94	62.02
		eBay	66,954.94	15.08	58,034.20	17.74	47,458.29	26.93
		独立站	41,105.29	9.26	28,893.95	8.83	9,818.25	5.57
		Autodoc	4,712.79	1.06	-	-	-	-
		Walmart 等其他	833.32	0.19	481.64	0.15	391.63	0.22
		小计	407,010.77	91.68	302,968.00	92.62	166,947.11	94.75
	线上 B2B	PartsGeek	30,590.39	6.89	21,491.69	6.57	8,240.69	4.68
		亚马逊 VC	2,515.82	0.57	2,220.20	0.68	821.63	0.47
		CarParts	2,531.90	0.57	-	-	-	-
		Turn5 等其他	988.93	0.22	230.14	0.07	6.44	0.00
		小计	36,627.05	8.25	23,942.03	7.32	9,068.76	5.15
	线上合计		443,637.82	99.94	326,910.03	99.94	176,015.87	99.89
线下渠道		288.42	0.06	194.67	0.06	188.20	0.11	
总计		443,926.24	100.00	327,104.70	100.00	176,204.07	100.00	

报告期内，公司线上销售收入超过 99%，其中可以分为以亚马逊、eBay、独立站为主的线上 B2C 模式和以 PartsGeek、亚马逊 VC、CarParts 为主的线上 B2B 模式。公司按销售模式分类的主营业务收入具体分析详见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“八、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动分析”之“3、主营业务收入按销售模式分析”。

3、按地区分类的主营业务收入情况

报告期内，公司主营业务收入分区域构成情况如下：

单位：万元

销售 区域	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
北美地区	391,566.03	88.21%	289,721.08	88.57%	147,568.77	83.75%
其中：美国	345,872.80	77.91%	257,062.02	78.59%	131,759.75	74.78%
欧洲地区	47,684.84	10.74%	32,830.41	10.04%	24,571.43	13.94%
其他地区	4,675.37	1.05%	4,553.21	1.39%	4,063.87	2.31%
合计	443,926.24	100.00%	327,104.70	100.00%	176,204.07	100.00%

注：“其他地区”主要包括大洋洲、南美洲等地区。

报告期内，公司主营业务收入基本来自境外，公司按地区分类的主营业务收入具体情况详见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“八、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动分析”之“2、主营业务收入按区域分布分析”。

4、产品或服务的主要客户群体

报告期内，公司主要通过亚马逊、eBay 等电商平台、独立站直接面向线上客户销售汽车配件产品，公司的客户主要包括个人消费者、电商平台和汽配品类垂直网站等，客户群体庞大，销售订单分散，单个消费者的销售占比较小，不存在客户依赖的情况。

（二）主要产品的销售价格和销量变动情况

报告期内，按产品类别划分，公司主要产品的销售收入、销量及平均单价的情况如下：

产品类别		2025 年度	2024 年度	2023 年度
底盘零部件	销售收入（万元）	160,864.70	120,508.46	65,669.34
	销量（万件）	313.44	241.88	129.59
	平均单价（元/件）	513.22	498.22	506.76
发动机零部件	销售收入（万元）	142,316.00	104,090.17	52,418.58
	销量（万件）	359.75	279.19	144.73
	平均单价（元/件）	395.59	372.83	362.18
车身及附件 零部件	销售收入（万元）	67,580.90	48,119.68	29,918.30
	销量（万件）	229.42	175.26	119.18
	平均单价（元/件）	294.58	274.57	251.03
电子电气零部件	销售收入（万元）	72,284.63	53,538.94	27,873.27
	销量（万件）	295.20	235.46	125.44
	平均单价（元/件）	244.87	227.38	222.20

公司主要产品销售价格变动的具体分析详见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“八、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动分析”之“1、主营业务收入按产品类别构成及变动分析”。

（三）报告期内主要销售平台情况

报告期内，公司前五大销售平台销售金额及占比情况如下：

单位：万元

期间	序号	平台/客户名称	销售金额	占当期销售总额比例
2025年度	1	亚马逊	295,920.25	66.66%
	2	eBay	66,954.94	15.08%
	3	独立站	41,105.29	9.26%
	4	PartsGeek	30,590.39	6.89%
	5	Autodoc	4,712.79	1.06%
	合计		439,283.66	98.94%
2024年度	1	亚马逊	217,778.42	66.58%
	2	eBay	58,034.20	17.74%
	3	独立站	28,893.95	8.83%
	4	PartsGeek	21,491.69	6.57%
	5	Walmart	463.63	0.14%

期间	序号	平台/客户名称	销售金额	占当期销售总额比例
		合计	326,661.88	99.86%
2023年度	1	亚马逊	110,100.57	62.48%
	2	eBay	47,458.29	26.93%
	3	独立站	9,818.25	5.57%
	4	PartsGeek	8,240.69	4.68%
	5	Walmart	337.78	0.19%
		合计	175,955.58	99.86%

注：公司对前五大销售平台的销售额以同一控制下企业合并口径进行统计。

报告期内，公司主要通过 Amazon、eBay 等电商平台以及自有独立站销售产品，以面向个人消费者为主，单个消费者的消费金额占销售收入比重较低，不存在向单个客户的销售比例超过总额 50%或严重依赖于少数客户的情况。报告期内，公司董事、高级管理人员或持有公司 5%以上股份的股东与前五大客户均不存在关联关系。

四、采购情况和主要供应商

（一）主要产品的采购和能源供应情况

1、主要产品采购金额

报告期内，公司采购的产品主要为各类汽车配件，主要包括底盘零部件、发动机零部件、车身及附件零部件和电子电气零部件等，具体情况如下：

单位：万元，%

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
底盘零部件	55,353.98	35.67	57,028.43	37.22	29,843.43	39.14
发动机零部件	47,293.58	30.48	49,464.62	32.28	24,639.40	32.32
车身及附件零部件	24,455.93	15.76	21,671.21	14.14	9,698.51	12.72
电子电气零部件	27,662.69	17.83	24,164.48	15.77	11,890.28	15.59
其他零部件	398.27	0.26	910.32	0.59	172.94	0.23
合计	155,164.45	100.00	153,239.05	100.00	76,244.56	100.00

2、主要产品的采购价格

报告期内，公司主要四大品类的平均采购单价具体如下：

单位：元/件

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	平均采购单价	变动幅度	平均采购单价	变动幅度	平均采购单价
底盘零部件	108.80	-7.62%	117.78	-9.95%	130.79
发动机零部件	106.77	-9.80%	118.37	2.20%	115.82
车身及附件零部件	68.78	-8.30%	75.00	18.46%	63.32
电子电气零部件	71.61	4.93%	68.25	-0.48%	68.57

报告期内，公司四大品类采购价格波动情况具体分析如下：

2023 年至 2024 年，公司四大品类采购价格波动情况存在差异。（1）底盘零部件：2024 年采购单价较 2023 年有所下降，主要原因是公司采购规模上升，规模效应下平均采购单价有所下降；且 2023 年起，为适应下游市场需求，主要采购品类如控制臂部件的单件或少件数组合（如两件组合为一套）的采购比例相比多件组合上升，导致平均采购单价下降。（2）发动机零部件：2024 年采购单价较 2023 年有所上升，主要原因是 2023 年起公司持续拓展发动机零部件品类，发电机、三元催化器等高单价产品市场拓展成效明显，相关产品采购量于 2024 年增加。（3）车身及附件零部件：2024 年采购单价较 2023 年上升，主要原因为公司自 2023 年起加强后视镜、支架类等销售布局，相关产品采购单价较高，尤其是 2024 年公司后视镜产品采购数量上升，导致当年车身及附件零部件采购单价上升。（4）电子电气零部件：2024 年采购单价较 2023 年整体保持稳定。

2024 年至 2025 年，公司四大品类采购价格多数呈现下降趋势，主要原因是，2025 年，面对国际经贸环境波动，公司与上游供应商深化协同机制，在保障供应稳定的同时通过规模效应实现采购成本小幅下降。特别地，在电子电气零部件品类中，随着高单价的核心部件空调压缩机下游需求的持续扩张，采购产品结构出现变化，2025 年空调压缩机在电子电气零部件中的采购占比有所提升，带动电子电气零部件的平均采购价格上升。

3、主要能源供应情况

报告期内，公司产品全部由供应商负责生产，公司不参与具体生产制造环节，公司所需能源主要为办公用水和用电，整体金额占公司收入比重较小，具体如下：

单位：万元

指标	2025 年度	2024 年度	2023 年度
水电费	288.25	212.88	148.26
占营业收入比例	0.06%	0.07%	0.08%

（二）主要供应商的采购情况

报告期内，发行人前五大供应商集中度较低，前五大供应商采购额及占比情况具体如下：

单位：万元

期间	序号	供应商名称	主要采购产品	采购金额	占比
2025年度	1	浙江三田汽车空调压缩机有限公司	电子电气零部件	7,883.26	5.08%
	2	青岛建邦汽车科技股份有限公司	底盘零部件、发动机零部件、车身及附件零部件、电子电气零部件等	7,264.72	4.68%
	3	温岭德利众机械制造有限公司	底盘零部件	6,425.05	4.14%
	4	浙江欧迪恩传动科技股份有限公司	底盘零部件	5,799.44	3.74%
	5	浙江三元龙兴科技股份有限公司	发动机零部件	5,167.72	3.33%
	合计			32,540.19	20.97%
2024年度	1	青岛建邦汽车科技股份有限公司	底盘零部件、发动机零部件、车身及附件零部件、电子电气零部件等	8,841.65	5.77%
	2	温岭德利众机械制造有限公司	底盘零部件	6,929.01	4.52%
	3	浙江戈尔德智能悬架股份有限公司	底盘零部件	4,601.16	3.00%
	4	浙江三元龙兴科技股份有限公司	发动机零部件	4,523.68	2.95%
	5	浙江欧迪恩传动科技股份有限公司	底盘零部件	4,209.01	2.75%
	合计			29,104.51	18.99%
2023年度	1	青岛建邦汽车科技股份有限公司	底盘零部件、发动机零部件、车身及附件零部件、电子电气零部件等	4,694.61	6.16%
	2	温州豪华汽车配件有限公司	车身及附件零部	2,488.14	3.26%

期间	序号	供应商名称	主要采购产品	采购金额	占比
			件、底盘零部件等		
	3	温岭德利众机械制造有限公司	底盘零部件	2,359.27	3.09%
	4	浙江戈尔德智能悬架股份有限公司	底盘零部件	2,280.65	2.99%
	5	台州博润汽车电器有限公司	发动机零部件	2,180.58	2.86%
	合计			14,003.25	18.37%

注：公司向前五大供应商采购额按照同一控制下合并计算披露。

除上述主体外，台州市黄岩拓野汽车用品厂（以下简称“台州拓野”）和深圳易可达科技有限公司（以下简称“深圳易可达”）在报告期内与公司存在交易，相关主体的交易具体情况如下：

单位：万元

序号	交易对方	采购产品/服务	2025 年度	2024 年度	2023 年度
1	台州拓野	车身及附件零部件等	382.57	510.64	341.96
2	深圳易可达	仓储服务	13,686.17	9,671.19	5,301.07
		物流服务	18,047.44	15,183.06	9,615.37
		合计	31,733.61	24,854.25	14,916.44

注：与深圳易可达的合作金额包括同一控制下的 ETARGET LIMITED 及 US Elogistics Service Corp。

台州拓野由罗桂贞及其配偶辛士考实际控制，辛士考系公司股东，截至本招股说明书签署日，辛士考通过福州拓腾间接持有公司 2.75%股份。台州拓野主要向公司供应车身及附件零部件等产品，包括挡泥板和汽车脚垫等。

深圳易可达为福建纵腾网络有限公司（以下简称“纵腾网络”）之全资子公司。纵腾网络之全资子公司麦步投资系公司股东，截至本招股说明书签署日，麦步投资持有公司 1.22%股份。纵腾网络主营业务是为全球跨境电商商户、出口贸易企业、出海品牌商提供海外仓储、专线物流、航空运输、定制化物流等一体化物流解决方案。深圳易可达为纵腾网络旗下谷仓海外仓的运营主体，目前全球仓储总面积超过 360 万平方米，覆盖全球超过 220 余个国家和地区，拥有海外处理中心超过 100 个，日均订单量超过 300 万件。纵腾网络为跨境电商物流行业的龙头企业，根据公开资料，纵腾网络多次位居百晓网、运联智库等行业研究机构发布的跨境电商物流企业榜单榜首，并多次入选“中国服务业企业 500 强”；2024 年，纵腾网络未经审计的营业总收入为

271.05 亿元，净利润为 11.22 亿元。由于深圳易可达拥有较强的海外仓储物流能力和较为全面的全球地区网络覆盖，公司主要向其采购海外仓储物流服务。

根据《公司法》《企业会计准则第 36 号——关联方披露》《上市公司信息披露管理办法》及证券交易所颁布的业务规则等有关规定，台州拓野及深圳易可达不属于公司的关联方，公司与其发生的交易事项不构成关联交易。

报告期内，随着公司业务发展，公司向深圳易可达采购服务的金额保持增长态势。此外，2024 年四季度，考虑到国际贸易政策因素，公司增加产品备货规模，当年向台州拓野采购的规模增加；后续由于前期备货较为充足，公司于 2025 年适当调整了挡泥板、汽车脚垫等品类的备货力度，向台州拓野采购规模有所下降。整体来看，公司向台州拓野及易可达采购产品及服务的金额与公司营业收入、采购金额、存货规模等相匹配，公司与其交易具备合理性和必要性。公司与台州拓野和深圳易可达采购产品或服务的价格为双方根据市场价格协商确定，定价具有公允性。

除已披露关系外，公司与上述供应商不存在商品及服务购销关系以外的其他关系，公司、公司控股股东、实际控制人、公司董事、高级管理人员和其他核心人员及其关系密切的家庭成员、其他主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东与上述主要供应商不存在关联关系，不存在上述主要供应商及其控股股东、实际控制人是公司前员工、前关联方、前股东、公司实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

报告期内，公司不存在向单个供应商采购比例超过公司当年采购总额 50%或严重依赖少数供应商的情况。

五、发行人的主要固定资产和无形资产

（一）固定资产

1、固定资产

公司及子公司的固定资产主要包括机器设备、电子设备、运输设备、其他设备及土地。截至报告期末，公司及子公司的固定资产构成情况如下：

单位：万元

类别	固定资产原值	累计折旧	固定资产净值	成新率
机器设备	1,004.16	215.18	788.98	78.57%
电子设备	1,139.26	531.83	607.43	53.32%
运输设备	964.12	517.92	446.20	46.28%
其他设备	2,224.57	746.52	1,478.05	66.44%
土地	5,443.38	-	5,443.38	100.00%
合计	10,775.49	2,011.44	8,764.05	81.33%

2、不动产所有权

截至报告期末，发行人及其子公司在泰国拥有 1 宗土地，具体情况如下：

序号	证书编号	权利人	面积（m²）	坐落
1	92146	扬腾泰国	82,714.00	泰国罗勇府班凯县农布瓦村

3、房屋租赁

截至报告期末，发行人及子公司租赁房产情况如下：

序号	承租方	出租方	租赁地址	租赁期限	租赁面积（m²）	租赁用途
1	发行人	福建福抗医药科技有限公司	福州市高新区创业路 3 号福抗大厦写字楼项目自然楼层地上第 19、20、23 层的所有单元	2024.06.06-2029.06.05	3,800.94	办公
2	发行人	福建福抗医药科技有限公司	福州市高新区创业路 3 号福抗大厦写字楼项目自然楼层地上第 21、22 层的所有单元	2023.11.06-2028.11.05	2,533.96	办公
3	发行人	福建福抗医药科技有限公司	福州市高新区创业路 3 号福抗大厦写字楼项目自然楼层地上第 17 层的所有单元	2025.06.01-2030.05.31	1,266.98	办公
4	发行人	福建邦邦科技有限公司	福州市闽侯县上街镇创业路 2 号“邦邦财富中心”1 号楼 18 层	2025.01.01-2025.12.31	1,293.00	办公
5	发行人	福建邦邦科技有限公司	福州市闽侯县上街镇创业路 2 号“邦邦财富中心”1 号楼 21 层	2025.01.01-2025.12.31	1,293.00	办公
6	福州扬腾网络	福建邦邦科技有限公司	福州市闽侯县上街镇创业路 2 号“邦邦财富中心”1 号楼 15 层	2025.01.01-2025.12.31	1,293.00	办公

序号	承租方	出租方	租赁地址	租赁期限	租赁面积 (m²)	租赁用途
7	福州鸿辉	福建邦邦科技有限公司	福州市闽侯县上街镇创业路2号“邦邦财富中心”22层02单元	2025.01.01-2025.12.31	673.00	办公
8	福州硕辉	福建邦邦科技有限公司	福州市闽侯县上街镇创业路2号“邦邦财富中心”22层01单元	2025.01.01-2025.12.31	620.00	办公
9	杭州数智	杭州兴耀商业经营管理有限公司	杭州市滨江区西兴街道西兴路2333号星澜大厦4幢地上6层602室（名义楼层：7楼702室）	2024.12.20-2026.12.19	351.21	办公
10	深圳数智	深圳联合共赢资产运营有限公司	深圳市南山区仙洞路8号光峰科技大厦23层位于东北方向的2315房屋	2025.09.28-2027.10.27	267.00	办公
11	福州扬腾网络	普洛斯（莆田）仓储有限公司	莆田市涵江区江口镇锦绣南街1699号普洛斯物流园B3库	2022.08.01-2028.07.31	17,846.60	仓储
12	福州扬腾网络	普洛斯（莆田）仓储有限公司	莆田市涵江区江口镇锦绣南街1699号普洛斯物流园A3库	2023.03.30-2029.01.31	14,506.80	仓储
13	福州扬腾网络	普洛斯（莆田）仓储有限公司	莆田市涵江区江口镇锦绣南街1699号普洛斯物流园A2库	2023.02.01-2029.01.31	15,401.00	仓储
14	福州扬腾网络	普洛斯（莆田）仓储有限公司	莆田市涵江区江口镇锦绣南街1699号普洛斯物流园A1库U1、U2单元	2023.12.16-2026.12.15	11,744.00	仓储
15	福州扬腾网络	普洛斯（莆田）仓储有限公司	莆田市涵江区江口镇锦绣南街1699号普洛斯物流园A1库3分区单元	2023.12.16-2026.12.15	4,819.20	仓储
16	福州扬腾网络	普洛斯（莆田）仓储有限公司	莆田市涵江区江口镇锦绣南街1699号普洛斯物流园B4库1分区单元	2023.12.01-2028.07.31	2,403.81	仓储
17	福州扬腾网络	普洛斯（莆田）仓储有限公司	莆田市涵江区江口镇锦绣南街1699号普洛斯物流园A1库5分区单元	2024.07.01-2027.06.30	4,819.20	仓储
18	福州扬腾网络	普洛斯（莆田）仓储有限公司	莆田市涵江区江口镇锦绣南街1699号普洛斯物流园A1库4分区单元	2024.07.16-2027.07.15	4,657.20	仓储
19	德国APM	VGP Park Magdeburg S.a r.l.	德国萨克森-安哈特州叙尔策塔尔比勒费尔德大街3F	2022.03.01-2032.02.29	26,276.07	仓储、办公
20	德国	Eheleute	德国马格德堡西雷格	2022年10月1日起	330.00	员工宿舍

序号	承租方	出租方	租赁地址	租赁期限	租赁面积 (m ²)	租赁用途
	APM	Verena und Michael Fürste	纳街 4 号	无固定期限		
21	美国 PPW	Jamboree Center 1&2 LLC	美国加利福尼亚州尔湾市派克广场 2 号 1140 室	2023.08.01-2026.07.31	2,973 平方英尺	办公
22	香港扬腾创新	武夷建筑有限公司	中国香港铜锣湾，记利佐治街 1-5 号，金堡中心（金百利），25/F，2504 室	2024.09.01-2029.08.30	845 平方英尺	办公
23	香港 IAPW	武夷建筑有限公司	中国香港铜锣湾，记利佐治街 1-5 号，金堡中心（金百利），25/F，2503 室	2025.09.01-2027.08.31	1,066 平方英尺	办公
24	香港世纪华腾	HARRIMAN LEASING LIMITED	中国香港铜锣湾时代广场一座 3212 室（Suite 3212, Tower One Times Square, Causeway Bay, Hong Kong）	2025.04.14-2028.04.14	905 平方英尺	办公
25	德国 Interparts	Carnotstr. 27 Grundstücksverwaltungs eGmbH	Carnotstr. 27, 39120 Magdeburg（卡诺特街 27 号，39120 马格德堡，德国）	2025.11.01-2027.10.30	75	办公
26	扬腾泰国	WHA Industrial Estate Rayong Company Limited	WHA Industrial Estate Rayong Office Building, No.98 Moo 11, Nong Bua Sub-District, Ban Khai District, Rayong Province 21120, Thailand	2025.07.23-2026.07.22	20	办公

注 1：截至本招股说明书出具日，前述序号为 4、5、6、7 的租赁房屋已由原承租方完成续租，前述序号为 8 的租赁房屋已改由福州鸿辉完成续租，续租的租赁期限为 2026 年 1 月 1 日至 2026 年 12 月 31 日；

注 2：自 2026 年 1 月 1 日起，德国 Interparts 在前述序号为 25 的租赁房屋的基础上扩租，扩租后的租赁面积为 127 m²，租赁期限为 2026 年 1 月 1 日至 2027 年 10 月 30 日。

前述序号为 1-8 的 8 处房屋存在实际使用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 5,000 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，发行人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。

就第 1-3 项的房屋，产权人福建英华科技有限公司及出租方福建福抗医药科技有限公司出具承诺函，就第 4-8 项的房屋，出租方福建邦邦科技有限公司出具承诺函，承诺：出租方为承租物业的有权出租方，确认发行人及其子公司可在租赁期限内根据租赁合同的约定使用该等租赁物业，发行人及其子公司可以将该等物业用于办公。如发行人及其子公司因承租物业证载/规划用途本身无法用于办公，导致其不能正常使用房屋而产生损失的，承诺方在过错范围内承担相应赔偿责任。

鉴于上述房产的实际用途为办公且可替代性较强，如发行人及其子公司无法继续将上述房产用于办公，对发行人及其子公司的生产经营不存在重大不利影响。

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司不存在将其自有房产出租给他人的情形。

（二）无形资产

1、无形资产账面价值

截至报告期末，公司无形资产情况如下：

单位：万元、年

类型	账面原值	累计摊销额	账面净值	摊销年限
软件使用权	42.86	42.86	-	3-5
合计	42.86	42.86	-	-

2、商标

截至报告期末，公司取得的注册商标如下：

（1）境内注册商标

序号	商标	注册人	注册号	有效期限	核定类别	取得方式	他项权利
1		福州华翔	55412041	2022.01.21-2032.01.20	7	受让取得	无
2		福州鸿辉	55404440	2022.04.07-2032.04.06	7	原始取得	无
3		福州鸿辉	68818537	2023.07.07-2033.07.06	12	原始取得	无

序号	商标	注册人	注册号	有效期限	核定类别	取得方式	他项权利
4		福州鸿辉	68829589	2023.07.07-2033.07.06	7	原始取得	无
5		福州鸿辉	68821807	2023.09.07-2033.09.06	7	原始取得	无
6		福州鸿辉	75243030	2024.05.14-2034.05.13	7	原始取得	无
7		福州鸿辉	75257663	2024.05.14-2034.05.13	12	原始取得	无
8		美国 PPM	55394624	2022.01.14-2032.01.13	7	受让取得	无

(2) 境外注册商标

序号	商标注册人	商标名称	国家/地区	类别	注册号	有效期	法律状态
1	福州鸿辉	APA-PREMIUM	阿拉伯联合酋长国	12	420973	2024.04.18-2034.04.18	有效
2	福州鸿辉	APA-PREMIUM	沙特阿拉伯	7	TM-01-00-13636-24	2023.12.26-2033.12.26	有效
3	福州鸿辉	A-PREMIUM	沙特阿拉伯	12	TM-01-00-13637-24	2023.12.27-2033.12.27	有效
4	福州鸿辉		英国	7、9、11、12、35	UK00003817533	2022.08.08-2032.08.08	有效
5	福州鸿辉		欧盟	7、11、12、35	018745391	2022.08.08-2032.08.08	有效
6	福州鸿辉		马德里体系	7、12	1832797	2024.10.23-2034.10.23	有效
7	福州鸿辉		马德里体系	7、12	1832800	2024.10.23-2034.10.23	有效
8	福州鸿辉		OA（非洲知识产权组织）	7、12	145570	2025.01.09-2035.01.09	有效
9	福州鸿辉		OA（非洲知识产权组织）	7、12	145572	2025.01.09-2035.01.09	有效
10	福州鸿辉		日本	7、12	6956622	2025.08.12-2035.08.12	有效
11	福州鸿辉		日本	7、12	6956623	2025.08.12-2035.08.12	有效
12	福州鸿辉		美国	7、12	7998569	2025.10.28-2035.10.28	有效
13	香港卓越创新		澳大利亚	7	2292052	2022.08.08-2032.08.08	有效
14	香港卓越创新		澳大利亚	12	2292053	2022.08.08-2032.08.08	有效

序号	商标注册人	商标名称	国家/地区	类别	注册号	有效期	法律状态
15	香港卓越创新		加拿大	7、12	TMA1238866	2024.06.14-2034.06.14	有效
16	香港卓越创新		澳大利亚	7、12	2502692	2024.11.28-2034.11.28	有效
17	香港扬腾创新		墨西哥	12	2287571	2021.08.17-2031.08.17	有效
18	香港世纪华腾		墨西哥	12	2287572	2021.08.17-2031.08.17	有效
19	香港世纪华腾		墨西哥	7	2493343	2023.01.09-2033.01.09	有效
20	香港世纪华腾		加拿大	12	TMA1216139	2023.12.29-2033.12.29	有效
21	香港世纪华腾		美国	12	5095343	2016.12.06-2026.12.06	有效
22	香港世纪华腾		美国	7	6765114	2022.06.21-2032.06.21	有效
23	香港世纪华腾		美国	7	7074690	2023.06.06-2033.06.06	有效
24	香港世纪华腾		美国	12	7074691	2023.06.06-2033.06.06	有效
25	香港世纪华腾		美国	35	7421760	2024.06.18-2034.06.18	有效
26	香港世纪华腾		美国	7	7419883	2024.06.18-2034.06.18	有效
27	香港世纪华腾		美国	12	7419884	2024.06.18-2034.06.18	有效
28	香港 IAPD		美国	7	5637079	2018.12.25-2028.12.25	有效
29	香港 IAPD		美国	12	6753850	2022.06.07-2032.06.07	有效
30	香港 IAPD		加拿大	7	TMA1357077	2025.11.07-2035.11.07	有效
31	香港 IAPD		加拿大	12	TMA1357078	2025.11.07-2035.11.07	有效
32	深圳数智		美国	7	7276020	2024.01.16-2034.01.16	有效
33	深圳数智		美国	12	7276021	2024.01.16-2034.01.16	有效
34	德国 APM	APM-Autoteile	德国	12、35、37	302020101775	2020.02.10-2030.02.10	有效
35	德国 APM	Frankberg	欧盟	12、35	018300531	2020.09.03-2030.09.03	有效

序号	商标注册人	商标名称	国家/地区	类别	注册号	有效期	法律状态
36	德国 APM	Frankberg	欧盟	7、9、11	019114679	2024.12.03-2034.12.03	有效
37	德国 APM		OA（非洲知识产权组织）	7、12	145571	2025.01.08-2035.01.08	有效
38	德国 APM	Frankberg	日本	7、12	6942480	2025.06.26-2035.06.26	有效
39	美国 PPM	YHT AUTO	欧盟	7、12	019118125	2024.12.11-2034.12.11	有效
40	美国 PPM	YHT AUTO	英国	7、12	UK00004136665	2024.12.13-2034.12.13	有效
41	美国 PPM		欧盟	7、12	019118373	2024.12.11-2034.12.11	有效
42	美国 PPM		英国	7、12	UK00004136655	2025.12.13-2034.12.13	有效
43	美国 PPM		加拿大	12	TMA1320149	2025.06.06-2035.06.06	有效
44	美国 PPM		OA（非洲知识产权组织）	7、12	145568	2025.01.09-2035.01.09	有效
45	美国 PPM	YHT AUTO	OA（非洲知识产权组织）	7、12	145569	2025.01.09-2035.01.09	有效
46	美国 PPM	YHT AUTO	日本	7、12	6956624	2025.08.12-2035.08.12	有效
47	美国 PPM		日本	7、12	6956625	2025.08.12-2035.08.12	有效
48	美国 PPM	YHT AUTO	澳大利亚	7、12	2502689	2024.11.28-2034.11.28	有效
49	美国 PPM		澳大利亚	7、12	2502688	2024.11.28-2034.11.28	有效

注：上表第 6、7 项境外商标系通过马德里体系注册，该等马德里商标已在相关国家/地区获得延伸保护。

（3）被许可使用的注册商标

根据发行人与爱信的《合作合同》及变更备忘录，截至报告期末，发行人及子公司被爱信授权普通许可使用的境内外商标总共 48 项，许可范围为用于合同约定的被许可商品在特定国家/地区的制造、包装、销售及广告宣传，许可期限至 2028 年 5 月 20 日。具体参见本招股说明书“附件七 发行人被许可使用的商标”。

3、著作权

（1）软件著作权

截至 2026 年 3 月 31 日，公司及子公司共取得 240 项已登记的境内计算机软件著作权。具体参见本招股说明书“附件八 软件著作权”。该等著作权均不存在抵押、质押或优先权等权利瑕疵或限制，不存在权属纠纷和法律风险，对公司持续经营不存在重大不利影响。

（2）一般作品著作权

截至 2026 年 3 月 31 日，发行人及其子公司在境内不持有已登记的一般作品著作权。

4、专利

（1）境内专利

截至 2026 年 3 月 31 日，发行人及其子公司共拥有 23 项中国境内授权专利，具体情况如下：

序号	专利权人	专利名称	专利号	申请日	授权公告日	取得方式	他项权利	专利类型
1	扬腾创新	商品信息比对方法、电子设备和系统	ZL202510075469.X	2025.01.17	2025.04.08	原始取得	无	发明
2	扬腾创新	数据处理方法和装置	ZL 202510093609.6	2025.01.21	2025.04.18	原始取得	无	发明
3	扬腾创新	网上商城的显示控制方法、装置、电子设备和存储介质	ZL 202510190615.3	2025.02.20	2025.05.13	原始取得	无	发明
4	扬腾创新	一种多平台订单协同履约自动化调度方法及系统	ZL 202510616047.9	2025.05.14	2025.09.23	原始取得	无	发明
5	扬腾创新	一种跨境电商 APP 实时性能监测与优化方法	ZL 202510661923.X	2025.05.22	2025.07.25	原始取得	无	发明
6	扬腾创新	一种基于大数据的供应链全链路风险预警平台及方法	ZL 202510663627.3	2025.05.22	2025.08.12	原始取得	无	发明
7	扬腾创新	一种基于电商平台的客户 VOC 智能响应方法及系统	ZL 202510674719.1	2025.05.23	2025.08.05	原始取得	无	发明
8	扬腾创新	一种基于机器学习的营销预测智能分析方法及系统	ZL 202510678031.0	2025.05.26	2025.08.12	原始取得	无	发明

序号	专利权人	专利名称	专利号	申请日	授权公告日	取得方式	他项权利	专利类型
9	扬腾创新	一种基于数字孪生的制造系统的智能决策分析方法及系统	ZL 202510687618.8	2025.05.27	2025.07.18	原始取得	无	发明
10	扬腾创新	一种多模态多源异构数据融合方法及系统	ZL 202510687617.3	2025.05.27	2025.08.01	原始取得	无	发明
11	扬腾创新	一种基于用户行为的动态广告投放策略生成方法及系统	ZL 202510781033.2	2025.06.12	2025.08.26	原始取得	无	发明
12	扬腾创新	一种基于区块链的售后服务质量实时监测方法及系统	ZL 202510800110.4	2025.06.16	2025.09.09	原始取得	无	发明
13	扬腾创新	融合多源异构数据的供应链需求预测模型构建方法及系统	ZL 202510933779.0	2025.07.08	2025.09.23	原始取得	无	发明
14	扬腾创新	一种基于大数据的区域化销售预测系统及方法	ZL 202510941363.3	2025.07.09	2025.10.17	原始取得	无	发明
15	扬腾创新	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	ZL 202511448084.X	2025.10.11	2025.12.09	原始取得	无	发明
16	扬腾创新	一种消息降级的优化方法及微服务平台	ZL 202511509758.2	2025.10.22	2026.03.17	原始取得	无	发明
17	扬腾创新	一种多模块动态协同式备货需求计算方法	ZL 202610088562.9	2026.01.22	2026.03.27	原始取得	无	发明
18	扬腾创新、深圳数智	一种基于车型库的产品开发方法及系统	ZL 202510261185.X	2025.03.06	2025.05.27	原始取得	无	发明
19	扬腾创新、深圳数智	一种基于多维度的销售预测方法及系统	ZL 202510581515.3	2025.05.07	2025.09.02	原始取得	无	发明
20	福州鸿辉	一种仓库配货分柜方法、系统、设备及存储介质	ZL 202510323950.6	2025.03.19	2025.05.30	原始取得	无	发明
21	福州鸿辉	一种跨境电商防信息泄露订单号生成方法及系统	ZL 202510671627.8	2025.05.23	2025.08.01	原始取得	无	发明
22	福州鸿辉	一种基于商品信息的校验入库方法、	ZL 202510688769.5	2025.05.27	2025.07.25	原始取得	无	发明

序号	专利权人	专利名称	专利号	申请日	授权公告日	取得方式	他项权利	专利类型
		系统、设备及介质						
23	福州鸿辉	一种供应链监测与优化方法及系统	ZL 202510741703.8	2025.06.05	2025.09.02	原始取得	无	发明

（2）境外专利

截至 2026 年 3 月末，发行人及其子公司在中国境外共拥有 2 项境外授权专利，具体情况如下：

序号	专利权人	专利名称	国家/地区	设计号/国际注册号	申请日	专利类型
1	扬腾创新	CAR SUNSHADE	澳大利亚	202519876	2025.12.17	外观设计
2	扬腾创新	Car windshield sunshade	英国	DM/254091	2025.12.17	外观设计

5、域名

截至报告期末，公司及其子公司已备案的境内域名共计 2 项，正在使用的境外主要域名共有 1 项，情况如下：

（1）已备案的境内域名

序号	权利人	域名	ICP 备案/许可证号
1	福州鸿辉	cht-group.net	闽 ICP 备 2021018603 号-1
2	扬腾创新	yangtenginnovation.com	闽 ICP 备 2025109901 号-1

（2）正在使用的境外主要域名

序号	权利人	域名
1	扬腾创新	a-premium.com

（三）公司的特许经营权及其他业务资质

1、公司特许经营权情况

截至报告期末，公司不存在特许经营事项。

2、公司各项业务资质

截至报告期末，发行人及其子公司为开展其核定经营范围内的相关业务已获得的主要资质、认证证书如下：

（1）海关报关单位备案

序号	备案主体	备案编号	资质信息	期限	所在地海关
1	发行人	3501340008	进出口货物收发货人	长期	榕城海关驻快安办事处
2	福州扬腾网络	3501962BF5	进出口货物收发货人	长期	榕城海关驻快安办事处
3	厦门世纪华腾	3502160B0D	进出口货物收发货人	长期	高崎海关
4	福州硕辉	35019619K7	进出口货物收发货人	长期	榕城海关驻快安办事处
5	福州华翔	350196019G	进出口货物收发货人	长期	榕城海关驻快安办事处
6	福州华翔	/	跨境电子商务电商企业	长期	榕城海关驻快安办事处
7	福州鸿辉	350196019H	进出口货物收发货人	长期	榕城海关驻快安办事处
8	福州爱腾	350136005A	进出口货物收发货人	长期	榕城海关驻快安办事处

（2）企业境外投资证书

①香港扬腾创新及其子公司

2021年3月5日，福建省商务厅向扬腾有限核发境外投资证第 N3500202100015 号《企业境外投资证书》，核准扬腾有限设立香港扬腾创新；后因扬腾有限股份制改造后公司名称变更，福建省商务厅于 2025 年 3 月 19 日向发行人换发了境外投资证第 N3500202500042 号《企业境外投资证书》。2021 年 4 月 2 日，福建省发展和改革委员会向扬腾有限核发闽发改外经备[2021]11 号《境外投资项目备案通知书》，同意扬腾有限在中国香港设立香港扬腾创新。

香港扬腾创新的子公司包括德国 APM、香港 IAPD、香港 IAPW、德国 Interparts 及扬腾泰国，扬腾创新已就香港扬腾创新收购或新设最终投资目的公司德国 APM、香港 IAPD、香港 IAPW、德国 Interparts 及扬腾泰国事项通过商务部业务系统统一平台填报了《境外中资企业再投资报告表》。

②香港卓越创新及其子公司

2021 年 8 月 24 日，福建省商务厅向扬腾有限核发境外投资证第 N3500202100073 号《企业境外投资证书》，核准扬腾有限设立香港卓越创新；后因扬腾有限股份制改

造后公司名称变更，福建省商务厅于 2025 年 3 月 19 日向发行人换发了境外投资证第 N3500202500043 号《企业境外投资证书》。2021 年 8 月 30 日，福建省发展和改革委员会向扬腾有限核发闽发改外经备[2021]34 号《境外投资项目备案通知书》，同意扬腾有限在中国香港设立香港卓越创新。

香港卓越创新的子公司为香港世纪华腾并持有扬腾泰国少量股权，扬腾创新已就香港卓越创新收购香港世纪华腾及扬腾泰国事项通过商务部业务系统统一平台填报了《境外中资企业再投资报告表》。

③香港国际配件及其子公司

2023 年 1 月 30 日，福建省商务厅向扬腾有限核发境外投资证第 N3500202300010 号《企业境外投资证书》，核准扬腾有限设立香港国际配件；后因扬腾有限股份制改造后公司名称变更，福建省商务厅于 2025 年 3 月 19 日向发行人换发了境外投资证第 N3500202500041 号《企业境外投资证书》。2023 年 1 月 10 日，福建省发展和改革委员会向扬腾有限核发闽发改外经备[2023]2 号《境外投资项目备案通知书》，同意扬腾有限在中国香港设立香港国际配件。

香港国际配件投资新设或收购的最终投资目的公司包括扬腾 BVI、美国 PPM、美国 PPW、美国 IAPD 及美国 IAPW。扬腾创新已就香港国际配件投资新设或收购该等最终投资目的公司事项通过商务部业务系统统一平台填报了《境外中资企业再投资报告表》。

六、公司核心技术及研发情况

（一）公司核心技术情况

1、公司核心技术情况

线上汽配行业具有 SKU 规模庞大，品类复杂，需求长尾化的特征，库存周转速度相对较慢，整体运营难度较高。同时，公司的业务模式在供给侧需要对接境内外多家供应商，进行十余万 SKU 多品类、高频次的柔性采购，统筹跨境库存调配与物流运输，并确保产品质量可靠；在销售侧需要负责多个跨境电商平台、汽配垂直网站和自营独立站的销售运营，打造自主品牌，为客户提供专业化的产品和服务。上述业务特征决

定了公司必须依托信息系统实现全链条的数字化管控，以满足传统人工模式下难以应对的海量 SKU 精细化管理、多地库存的实时协同、跨平台订单的统一履约等复杂需求。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，已开发了涵盖数据沉淀和市场洞察、新品导入及开发、需求预测、库存运筹规划、仓储履约、多渠道运营、品牌建设等各个线上汽配业务环节的信息系统，并搭建了自营独立站、车型数据库和多个数据模型，实现业务环节的信息化、数字化、智能化。公司构建的线上汽配销售的核心技术体系，对企业运营效率、SKU 管理精度、信息传递效率、业务流程控制和产品质量控制等方面均有显著的提升。

2、核心技术特点、先进性及具体表征

报告期内，公司的核心技术主要由公司研发团队自主研发形成，截至报告期末，公司的核心技术具体内容如下：

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，常出现货物库位被预占、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	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

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
			的优化方向，提升用户体验。		3、扬腾数智大数据集成管理全链路智控系统 V1.0 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

3、核心技术保护措施

公司的核心技术主要来源于长期的技术积累和自主开发，不存在产权纠纷的情形。为营造良性有序的技术创新环境，防止核心技术泄露和外流，公司建立了有效的知识产权管理制度和核心技术保护措施。研发部门在研发过程中，严格遵守研发内控制度，针对符合知识产权申请条件的技术创新，积极申请专利技术、软件著作权等知识产权保护。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。

针对非专利技术，公司与主要技术人员签订了劳动合同、保密与竞业禁止协议，加强了对涉密技术人员保密行为的约束和保密意识的培训。此外，公司还制定了严格的《知识产权风险控制程序》《保密管理控制程序》等，在内控制度和信息系统层面，确保核心技术得到有效保护。基于上述各项措施，公司核心技术未发生外泄的情况。

（二）公司正在从事的研发项目

公司主要的在研项目具体情况如下：

序号	项目名称	预算 (万元)	研发目标和先进性	进展情况	应用场景
1	汽配智慧供应链计划系统项目	1,470.00	构建集感知、预测、优化、协同的汽配智能决策中枢，确保端到端供应链的可视化，提升汽配产品需求预测和计划的精准度，实现智能库存动态优化，搭建敏捷协同的供应链网络并形成风险预警机制	开发阶段	供应链管理
2	汽配自动化订单管理系统项目	370.00	实现汽配销售订单全流程自动化处理，涵盖订单检查、自动仓配、订单履约等，统一各平台订单管理标准，提升系统稳定性和适配性，支持多平台、多模式应用，并内置合规校验和异常预警机制，降低人工操作成本和差错率	开发阶段	销售运营
3	汽配大数据与智能洞察开发项目	320.00	1、制定统一汽配数据标准、搭建一体化数据平台，打通各系统数据壁垒，实现数据跨域融合与深度分析； 2、构建统一汽配数据血缘体系与数据地图，明确数据来源、保障全链路可追溯，全面提升数据透明度与可信度；搭建完善数据治理框架，持续优化数据质量； 3、精准识别、分类并分级管控汽配核心敏感数据，建立标准化访问控	开发阶段	数据沉淀与市场洞察

序号	项目名称	预算 (万元)	研发目标和先进性	进展情况	应用场景
			制机制及全流程审计能力，筑牢数据 安全防线； 4、提供统一、可信的汽配全域数据 支撑，赋能业务数据分析与价值洞 察，推动业务决策向 “数据驱动” 转型升级		
4	多仓汽配库存实时同步项目	320.00	通过构建一体化的汽配库存管理平台，打通自营仓、海外平台仓、海外合作仓的数据链条，实现全球数据实时同步，减少数据延迟；引入AI 路径规划算法，动态计算成本、时效最优路径，自动匹配订单与库存，降低仓储成本，提升发货时效	开发阶段	仓储物流
5	ERP 汽配智能数据集成与图像处理项目	320.00	联通车型数据、采购、销售订单数据、财务数据等多维度数据，实现多业务数据集成，支持高效业务履约、财务结转；实现高精度图片分级存储、处理、加载	开发阶段	销售运营
6	AI 在汽配供应链领域的设计与应用开发	260.00	以 “AI 工具单点突破 + 设计执行流程自动化” 为核心，通过图片内容的 AI 智能处理（如修图、投影等），结合设计执行汽配全链路的自动化流转，提升单个图片处理环节的制作效率，实现整体产能的规模化释放，支撑多渠道多平台listing 物料快速供给	开发阶段	销售运营
7	汽配库存与物流自动化建设项目	180.00	构建集自动订舱、智能分柜、实时追踪于一体的汽配数字化仓储物流解决方案，连接物流商端口，智能匹配船运舱位并优化装柜方案，能够实时追踪货物从起运到送达的全链路运输状态，具备异常情况自动预警机制，提升跨境物流效率和供应链韧性	开发阶段	仓储物流
8	智能归因驱动的汽车配件商品动态自动化搜推系统	180.00	优化汽配搜索覆盖率，减少低质量搜索请求，围绕用户搜索意图提升汽配产品搜索结果相关性和排序质量，以用户搜索行为驱动搜索结果动态调整	开发阶段	销售运营
9	汽配供应链智能算法开发项目	120.00	构建具备汽配特色智慧供应链计划算法系统，将汽配行业、长尾SKU、全球跨境供应链领域的行业经验逐步沉淀转化，实现由经验驱动向算法与数据双轮驱动的升级，最终达成库存周转效率、库存断货率与经营业绩增长的最优平衡	开发阶段	需求预测、供应链管理
10	基于数据 AI 双驱的汽车配件智能投放	120.00	联通各线上广告平台数据、跨境电商平台站内行为数据的历史销售订	开发阶段	销售运营

序号	项目名称	预算 (万元)	研发目标和先进性	进展情况	应用场景
	系统		单数据，构建系统化的汽配广告投放决策体系，为具体产品进行标签识别，以支持精细化的广告投放策略，提升广告成效		

（三）报告期内研发投入情况

为确保公司研发工作进程，提高公司业务经营效率和产品质量，报告期内，公司研发投入的金额保持上升趋势，公司研发费用及研发费用占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
研发费用	5,967.06	2,849.82	1,501.88
营业收入	443,971.89	327,129.36	176,219.39
研发费用占营业收入的比例	1.34%	0.87%	0.85%

（四）研发人员情况

1、研发人员认定依据

公司结合员工所属部门及员工具体职责范围将直接从事研发活动的员工认定为研发人员。报告期内，公司研发人员均为全时研发人员，即专职从事研发活动、承担研发任务的员工。

2、研发人员数量及学历分布情况

报告期各期末，公司研发人员数量及占比如下：

单位：人

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
研发人员数量	142	122	73
占员工人数比例	11.62%	9.98%	8.95%

报告期各期末，公司研发人员学历结构如下：

单位：人

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
硕士及以上	27	15	4
本科	114	105	65
大专	1	2	4
合计	142	122	73

3、核心技术人员情况

（1）核心技术人员简介

截至本招股说明书签署日，公司核心技术人员为谷云、刘明和张伟，前述核心技术人员基本情况参见本招股说明书之“第四节 发行人基本情况”之“十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”。

（2）核心技术人员对公司研发的具体贡献

姓名	研发贡献
谷云	作为公司研发负责人，负责跨境汽配电商核心业务场景的技术创新和数字化能力建设，研发贡献覆盖供应链管理、销售预测、订单履约、数据处理等关键环节，与技术团队共同完成多项关键技术创新，作为核心发明人申请多项发明专利
刘明	作为公司前端技术研发负责人，负责前端技术架构演进与数字化能力建设，包括供应链终端工具研发、前端工程化基座构建、研发流程重塑等
张伟	作为公司独立站研发负责人，主导独立站整体技术架构设计与核心系统建设，负责搭建完整跨境电商技术链路，覆盖商城系统、支付体系、订单履约、风控机制及数据中台等核心模块

（3）发行人对核心技术人员实施的约束激励措施

为调动核心技术人员的技术创新积极性，公司建立了完善的职工薪酬制度和股权激励制度。公司为前述核心技术人员提供有竞争力的薪酬福利，并通过福州智腾向部分核心技术人员授予发行人股份用于股权激励，以实现核心技术人员利益与公司整体利益的紧密结合。

公司与核心技术人员签订了《劳动合同》《保密协议》《竞业协议》，对竞业限制、保密义务、知识产权归属等方面做出规定，切实保护公司核心技术。

（4）报告期内核心技术人员的主要变动情况及对发行人的影响

为了进一步加强公司技术研发实力，报告期内公司引入了在跨境电商、信息技术等领域均具有丰富的技术研发与管理经验的核心技术人员谷云、刘明，两人分别于2024年4月和2024年6月加入公司。前述人员的加入有利于提升公司的技术研发实力与研发部门综合管理水平。

（五）公司合作及委托研发情况

报告期内，公司核心技术均来自于自主研发。同时，公司也根据自身研发需求，选择外部研发机构开展合作，充分利用外部技术实力扩充公司的研发能力。报告期内，公司涉及的委托研发情况如下：

序号	合作方	合同名称	签署日期	合同期限	主要研发内容	成果归属	保密措施
1	北京数势云 创科技有限公司	《技术开发 （委托）合 同》	2024年9月	2024年9月 至2024年 12月	扬腾经营驾驶舱 指标体系方案、 可视化看板设计 及搭建等	因履行本合同所产 生的研究开发成果 及其相关知识产权 权利归公司所有	未经事先书面许 可，不得向任何第 三方以任何形式披 露任何保密内容
2	凯启未来 （杭州）科 技有限公司	《技术开发 （委托）合 同》	2025年3月	未约定具体 期限	推荐模型开发、 搜索模型开发等	因履行本合同所产 生的研究开发成果 及其相关知识产权 权利归公司所有	未经事先书面许 可，不得向任何第 三方以任何形式披 露任何保密内容
3	凯启未来 （杭州）科 技有限公司	《技术开发 （委托）合 同》	2025年5月	2025年5月 至2025年 10月	独立站页面等导 购链路搭建开发 等	因履行本合同所产 生的研究开发成果 及其相关知识产权 权利归公司所有	未经事先书面许 可，不得向任何第 三方以任何形式披 露任何保密内容
4	丰贺信息科 技（上海） 有限公司	《技术开发 合同》	2025年7月	2025年7月 至2026年 3月	建设和迭代业财 中台系统	根据本合同产生的 全部开发成果交付 物归公司所有	合同双方对本合同 相关的业务信息、 技术资料和应用程 序应严格保密，不 得以任何方式向第 三方披露、泄露、 传播或转让
5	福州大学	《技术开发 （委托）合 同》	2025年9月	2025年9月 至2026年 12月	库存管理决策平 台、集装箱指 派、需求预测算 法等	因履行本合同所产 生的研究开发成果 及其相关知识产权 权利归公司所有	合同双方应遵守保 密义务，保密期限 为合同生效起至合 同终止后5年
6	凯启未来 （杭州）科 技有限公司	《技术开发 （委托）合 同》	2025年11月	未约定具体 期限	自动车型识别算 法及端口等	因履行本合同所产 生的研究开发成果 及其相关知识产权 权利归公司所有	未经事先书面许 可，不得向任何第 三方以任何形式披 露任何保密内容

（六）公司保持技术持续创新的机制、技术储备及创新安排

1、技术创新机制

公司基于市场和业务产生的研发需求制定研发技术规划，建立了技术创新机制，

对研究开发进行内部管理。公司制定了《研究与开发管理内部控制制度》，明确了研发项目规划立项和决策审批、组织实施、项目测试、成果验收、知识产权保护等要求，以强化研发项目监督管理、促进技术创新，为公司业务发展提供助力。

为了充分提高公司研发人员参与技术创新的积极性，加速公司数智化发展和落地，公司建立了科学的绩效考核和激励机制，制定了相应的管理体系，围绕技术突破、业务增长、产品创新、系统优化等方向开展绩效考核，并通过长期激励、职业成长路径规划、公司文化宣导等方式激励研发人员开展技术创新活动，优化人力资源配置，塑造创新文化，减少核心人员流失，形成了可持续性的创新能力。

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，逐步壮大技术人才队伍，并根据公司业务模式对员工进行专业化培训。公司积极与外部机构开展合作，利用外部机构的技术实力提高公司的研发能力，不断引进、消化、吸收新技术和新成果，提升公司研发创新水平。

2、技术储备及创新安排

经过多年积累，公司已经储备了线上汽配行业所需的相关技术，主要技术储备详见本节“六、公司核心技术及研发情况”之“（一）公司核心技术情况”。未来公司将紧密围绕公司主营业务和经营模式，结合行业趋势及市场需求、数智技术发展情况，持续加大研发投入和加强研发团队建设。

七、公司境外进行生产经营的情况

（一）境外经营总体情况

报告期内，公司的境外经营主要是通过亚马逊、eBay 等跨境电商平台和独立站向境外销售汽车配件产品。报告期内，公司主营业务收入按区域划分的具体情况如下：

单位：万元，%

销售区域	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境外	443,840.48	99.98	327,024.08	99.98	176,163.35	99.98
境内	85.76	0.02	80.62	0.02	40.72	0.02
合计	443,926.24	100.00	327,104.70	100.00	176,204.07	100.00

（二）境外资产情况

截至本招股说明书签署日，公司境外子公司的具体情况请参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“六、发行人子公司、参股公司及分公司情况”相关内容。

第六节 财务会计信息与管理层分析

本节披露或引用财务会计数据，除非特殊注明，均引自经德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）审计的财务报表及相关财务资料，投资者欲进一步了解公司报告期详细的财务状况、经营成果和现金流量情况，请阅读本招股说明书备查文件之财务报表及审计报告。

一、财务报表

（一）合并资产负债表

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	113,011.46	75,000.57	47,270.92
交易性金融资产	6,205.62	8,054.91	2,512.15
衍生金融资产	230.65	63.97	-
应收账款	9,887.86	6,269.60	3,653.14
预付款项	5,643.25	2,791.02	1,695.63
其他应收款	960.68	7,809.10	1,807.92
存货	138,138.30	119,329.02	66,145.93
一年内到期的非流动资产	1,287.82	87.33	11.84
其他流动资产	10,033.19	8,543.15	4,683.35
流动资产合计	285,398.84	227,948.67	127,780.88
非流动资产：			
债权投资	22,933.54	14,155.97	-
其他权益工具投资	1,071.89	-	-
固定资产	8,764.05	3,545.06	1,507.89
在建工程	-	310.76	790.98
使用权资产	8,122.82	8,833.70	11,028.82
无形资产	-	7.86	16.43
长期待摊费用	1,159.50	910.33	443.74

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
递延所得税资产	3,641.42	2,469.39	1,796.61
其他非流动资产	1,042.82	809.92	891.48
非流动资产合计	46,736.03	31,043.00	16,475.95
资产总计	332,134.87	258,991.67	144,256.83
流动负债：			
短期借款	-	5.00	50.00
衍生金融负债	52.44	278.38	1,219.62
应付票据	33,149.73	39,402.74	28,071.14
应付账款	43,111.54	41,645.86	16,780.15
合同负债	3,803.46	3,363.98	1,774.32
应付职工薪酬	4,237.79	3,057.34	1,709.10
应交税费	6,337.79	3,119.63	2,477.17
其他应付款	733.61	910.49	1,375.61
一年内到期的非流动负债	2,174.62	2,250.01	2,220.90
其他流动负债	4,063.52	3,033.86	1,325.85
流动负债合计	97,664.48	97,067.29	57,003.86
非流动负债：			
租赁负债	7,340.98	7,734.39	9,796.36
递延所得税负债	-	-	356.69
非流动负债合计	7,340.98	7,734.39	10,153.06
负债合计	105,005.46	104,801.68	67,156.92
股东权益：			
股本/实收资本	36,000.00	1,467.76	562.74
资本公积	128,680.02	119,126.73	43,645.79
其他综合收益	-871.19	834.34	886.95
盈余公积	3,535.31	791.44	647.88
未分配利润	59,785.27	31,969.73	31,356.55
归属于母公司股东权益合计	227,129.40	154,190.00	77,099.91
少数股东权益	-	-	-
股东权益合计	227,129.40	154,190.00	77,099.91
负债和股东权益总计	332,134.87	258,991.67	144,256.83

（二）合并利润表

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
一、营业收入	443,971.89	327,129.36	176,219.39
减：营业成本	251,175.49	190,189.09	104,566.36
税金及附加	129.54	107.45	81.28
销售费用	120,220.47	87,421.92	47,939.43
管理费用	20,688.02	13,780.43	6,339.53
研发费用	5,967.06	2,849.82	1,501.88
财务费用	1,142.64	-1,247.99	-557.87
其中：利息费用	284.42	306.55	288.56
利息收入	1,548.47	565.56	221.40
加：其他收益	345.97	461.45	895.43
投资收益（损失以“-”号填列）	2,976.73	970.53	-2,036.79
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
以摊余成本计量的金融资产终止确认的收益	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-408.64	-586.56	-1,184.95
信用减值利得（损失以“-”号填列）	235.23	-394.57	-101.30
资产减值利得（损失以“-”号填列）	-5,447.97	-1,556.16	-1,215.12
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	120.70	0.14
二、营业利润	42,350.00	33,044.03	12,706.19
加：营业外收入	22.78	19.08	3.96
减：营业外支出	187.92	217.99	47.14
三、利润总额	42,184.86	32,845.12	12,663.01
减：所得税费用	5,125.45	3,236.28	1,567.72
四、净利润	37,059.41	29,608.84	11,095.30
（一）按经营持续性分类			
1.持续经营净利润	37,059.41	29,608.84	11,095.30
2.终止经营净利润	-	-	-
（二）按所有权归属分类			
1.归属于母公司股东的净利润	37,059.41	29,608.84	11,095.30
2.少数股东损益	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	-1,705.53	-52.62	340.39

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
归属于母公司股东的其他综合收益的税后净额	-1,705.53	-52.62	340.39
（一）不能重分类进损益的其他综合收益	-1,208.35	-	-
1.其他权益工具投资公允价值变动	-1,208.35	-	-
（二）将重分类进损益的其他综合收益	-497.18	-52.62	340.39
1.外币财务报表折算差额	-497.18	-52.62	340.39
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-
六、综合收益总额	35,353.89	29,556.22	11,435.69
归属于母公司股东的综合收益总额	35,353.89	29,556.22	11,435.69
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-
七、每股收益			
基本每股收益（元/股）	1.04	1.47	不适用
稀释每股收益（元/股）	1.04	1.47	不适用

（三）合并现金流量表

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	305,416.45	248,948.64	134,130.97
收到的税费返还	18,671.77	15,610.90	8,433.89
收到其他与经营活动有关的现金	8,521.66	1,622.98	1,353.83
经营活动现金流入小计	332,609.88	266,182.52	143,918.69
购买商品、接受劳务支付的现金	230,667.95	197,954.05	96,526.97
支付给职工以及为职工支付的现金	25,403.53	16,138.43	9,397.76
支付的各项税费	11,971.03	9,659.51	5,696.03
支付其他与经营活动有关的现金	50,696.08	38,870.21	18,813.50
经营活动现金流出小计	318,738.59	262,622.20	130,434.25
经营活动产生的现金流量净额	13,871.29	3,560.32	13,484.45
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	31,640.55	45,700.00	23,200.00
取得投资收益收到的现金	619.43	791.31	133.21
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
收到其他与投资活动有关的现金	7,603.67	2,706.48	3,870.08
投资活动现金流入小计	39,863.65	49,197.79	27,203.29
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	7,032.40	3,322.76	2,459.19
投资支付的现金	38,990.47	71,140.55	25,500.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	1,103.60	8,275.77	7,146.47
投资活动现金流出小计	47,126.46	82,739.08	35,105.66
投资活动产生的现金流量净额	-7,262.81	-33,541.29	-7,902.37
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	43,000.00	51,413.05	23,000.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	-	100.00	50.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	800.00
筹资活动现金流入小计	43,000.00	51,513.05	23,850.00
偿还债务支付的现金	5.00	145.00	6.70
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	6,537.62	4,245.64	26.06
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	2,697.29	3,671.55	2,167.46
筹资活动现金流出小计	9,239.91	8,062.20	2,200.22
筹资活动产生的现金流量净额	33,760.08	43,450.85	21,649.78
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-375.89	42.74	51.16
五、现金及现金等价物净增加（减少）额	39,992.67	13,512.62	27,283.01
加：期/年初现金及现金等价物余额	45,791.49	32,278.88	4,995.87
六、期/年末现金及现金等价物余额	85,784.16	45,791.49	32,278.88

二、审计意见类型和关键审计事项

（一）具体审计意见

德勤审计了扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司的财务报表，包括 2025 年 12 月 31 日、2024 年 12 月 31 日及 2023 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2025 年度、2024 年度及 2023 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、

合并及母公司股东权益变动表以及相关财务报表附注，并出具了标准无保留意见的审计报告（德师报（审）字（26）第 P03897 号）。

审计意见如下：“我们认为，后附的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了扬腾创新 2025 年 12 月 31 日、2024 年 12 月 31 日及 2023 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2025 年度、2024 年度及 2023 年度的合并及母公司经营成果和合并及母公司现金流量。”

（二）关键审计事项

根据德勤《审计报告》：“关键审计事项是我们根据职业判断，认为对 2025 年度、2024 年度及 2023 年度财务报表审计最为重要的事项。这些事项的应对以对财务报表整体进行审计并形成审计意见为背景，我们不对这些事项单独发表意见”。德勤确定下列事项是需要在审计报告中沟通的关键审计事项：

关键审计事项	在审计中如何应对关键审计事项
1、销售收入确认 扬腾创新 2025 年度、2024 年度及 2023 年度合并财务报表中列报的营业收入主要来自汽车零部件产品销售收入，分别为人民币 443,926.24 万元、人民币 327,104.70 万元和人民币 176,204.07 万元。鉴于扬腾创新汽车零部件产品销售收入的确认对财务报表具有重大影响，且主要面向境外客户销售，因此，德勤将汽车零部件产品销售收入确认确定为合并财务报表的关键审计事项。	针对销售收入的确认，执行的审计程序主要包括： （1）了解并评估与汽车零部件产品销售收入确认相关的关键内部控制； （2）评估扬腾创新管理层制定的收入确认会计政策是否适当及是否一贯执行； （3）对收入执行年度及月度波动分析，识别和分析异常波动； （4）引入信息技术专家执行如下程序： 1）对与收入确认相关的业务和财务系统的通用控制和自动化控制进行测试； 2）对业务系统的销售数据和财务系统的销售收入进行核对； 3）对业务系统的销售数据进行多维度的数据分析，识别和分析异常的交易； （5）从销售记录中选取样本执行细节测试，检查销售订单、发票、出库单、物流单据、收款记录等支持性文件； （6）对营业收入执行截止性测试，选取样本检查物流记录及其他支持性文件，评价收入是否被记录于恰当的会计期间。

三、财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

1、编制基础

本公司执行财政部颁布的企业会计准则及相关规定。此外，本公司还按照《公开发行证券的公司信息披露编制规则第 15 号——财务报告的一般规定》（2023 年修订）披露有关财务信息。

2、持续经营

本公司对自 2025 年 12 月 31 日起 12 个月的持续经营能力进行了评价，未发现对持续经营能力产生重大疑虑的事项和情况。因此，本财务报表系在持续经营假设的基础上编制。

3、记账基础和计价原则

本公司会计核算以权责发生制为记账基础。除某些金融工具以公允价值计量外，本财务报表以历史成本作为计量基础。资产如果发生减值，则按照相关规定计提相应的减值准备。

（二）合并报表范围及变化情况

报告期内本公司合并财务报表范围及变化情况如下：

子公司名称	合并财务报表范围			说明
	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	
福州扬腾网络	是	是	是	报告期内始终在合并范围内
厦门世纪华腾	是	是	是	报告期内始终在合并范围内
福州华翔	是	是	是	报告期内始终在合并范围内
福州鸿辉	是	是	是	报告期内始终在合并范围内
福州硕辉	是	是	是	报告期内始终在合并范围内
深圳数智	是	是	是	报告期内始终在合并范围内
杭州数智	是	是	否	自 2024 年 11 月其设立日起纳入本公司合并范围
香港扬腾创新	是	是	是	报告期内始终在合并范围内
香港卓越创新	是	是	是	报告期内始终在合并范围内
德国 APM	是	是	是	报告期内始终在合并范围内

子公司名称	合并财务报表范围			说明
	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	
香港世纪华腾	是	是	是	报告期内始终在合并范围内
香港国际配件	是	是	是	报告期内始终在合并范围内
扬腾 BVI	是	是	是	报告期内始终在合并范围内
扬腾开曼	是	是	是	自 2023 年 1 月其设立日起纳入本公司合并范围
国际配件（香港）	是	是	是	自 2023 年 1 月其设立日起纳入本公司合并范围
扬腾爱尔兰	是	是	是	自 2023 年 6 月其设立日起纳入本公司合并范围
美国 PPM	是	是	是	自 2023 年 5 月其设立日起纳入本公司合并范围
美国 IAPW	是	是	是	自 2023 年 5 月其设立日起纳入本公司合并范围
美国 IAPD	是	是	是	自 2023 年 5 月其设立日起纳入本公司合并范围
美国 PPW	是	是	是	报告期内始终在合并范围内
香港 IAPD	是	是	否	自 2024 年 9 月其设立日起纳入本公司合并范围
福州爱腾	是	否	否	自 2025 年 6 月其设立日起纳入本公司合并范围
香港 IAPW	是	否	否	自 2025 年 6 月其设立日起纳入本公司合并范围
扬腾泰国	是	否	否	自 2025 年 7 月其设立日起纳入本公司合并范围
德国 Interparts	是	否	否	自 2025 年 9 月其设立日起纳入本公司合并范围

四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）遵循企业会计准则的声明

公司编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了公司于 2025 年 12 月 31 日、2024 年 12 月 31 日及 2023 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2025 年度、2024 年度及 2023 年度的合并及母公司经营成果、合并及母公司现金流量和合并及母公司股东权益变动。

（二）会计期间和营业周期

公司的会计年度为公历年度，即每年 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。营业周期是指

企业从购买用于加工的资产起至实现现金或现金等价物的期间，公司的营业周期为 12 个月。

（三）记账本位币

人民币为公司及境内子公司经营所处的主要经济环境中的货币，公司及境内子公司以人民币为记账本位币。公司之境外子公司分别根据其经营所处的主要经济环境中的货币确定其记账本位币。公司编制本财务报表时所采用的货币为人民币。

（四）重要性标准确定方法和选择依据

公司采用的重要性标准如下：

项目	重要性标准
重要的应收款项坏账准备收回或转回	单项金额超过人民币 100 万元
重要的账龄超过 1 年的应付账款	单项金额超过合并资产总额的 0.5%
重要的账龄超过 1 年的合同负债	单项金额超过合并资产总额的 0.5%
重要的账龄超过 1 年的其他应付款	单项金额超过合并资产总额的 0.5%
重要的在建工程	单个项目的预算超过合并资产总额的 0.5%
重要的债权投资	单项金额超过合并资产总额的 0.5%
重要的预计负债	单项金额超过合并资产总额的 0.5%
收到或支付的重要的投资活动现金流量	单项金额超过合并资产总额的 5%

（五）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

企业合并分为同一控制下的企业合并和非同一控制下的企业合并。

1、同一控制下的企业合并

参与合并的企业在合并前后均受同一方或相同的多方最终控制且该控制并非暂时性的，为同一控制下的企业合并。

在企业合并中取得的资产和负债，按合并日其在被合并方的账面价值计量。合并方取得的净资产账面价值与支付的合并对价的账面价值的差额，调整资本公积中的资本溢价，资本溢价不足冲减的则调整留存收益。

为进行企业合并发生的各项直接费用，于发生时计入当期损益。

2、非同一控制下的企业合并

参与合并的各方在合并前后不受同一方或相同的多方最终控制的，为非同一控制下的企业合并。

合并成本指购买方为取得被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债和发行的权益性工具的公允价值。购买方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等咨询服务费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益。

购买方在合并中所取得的被购买方符合确认条件的可辨认资产、负债及或有负债在购买日以公允价值计量。

合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，作为一项资产确认为商誉并按成本进行初始计量。合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核，复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，计入当期损益。

（六）控制的判断标准和合并财务报表的编制方法

1、控制的判断标准

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。一旦相关事实和情况的变化导致上述控制定义涉及的相关要素发生了变化，公司将进行重新评估。

2、合并财务报表的编制方法

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定。

子公司的合并起始于公司获得对该子公司的控制权时，终止于公司丧失对该子公司的控制权时。

对于公司处置的子公司，处置日（丧失控制权的日期）前的经营成果和现金流量已经适当地包括在合并利润表和合并现金流量表中。

对于通过非同一控制下的企业合并取得的子公司，其自购买日（取得控制权的日期）起的经营成果及现金流量已经适当地包括在合并利润表和合并现金流量表中。

对于通过同一控制下的企业合并取得的子公司，无论该项企业合并发生在报告期的任一时点，视同该子公司同受最终控制方控制之日起纳入公司的合并范围，其自报告期最早期间期初起的经营成果和现金流量已适当地包括在合并利润表和合并现金流量表中。

子公司采用的主要会计政策和会计期间按照公司统一规定的会计政策和会计期间厘定。

公司与子公司及子公司相互之间发生的内部交易对合并财务报表的影响于合并时抵销。

（七）现金及现金等价物的确定标准

现金是指库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物是指公司持有的期限短（一般指从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（八）外币业务和外币报表折算

1、外币业务

外币交易在初始确认时采用与交易发生日即期汇率近似的汇率折算，与交易发生日即期汇率近似的汇率按上月月末即期汇率确定。

于资产负债表日，外币货币性项目采用该日即期汇率折算为记账本位币，因该日的即期汇率与初始确认时或者前一资产负债表日即期汇率不同而产生的汇兑差额，除：

（1）符合资本化条件的外币专门借款的汇兑差额在资本化期间予以资本化计入相关资产的成本；（2）为了规避外汇风险进行套期的套期工具的汇兑差额按套期会计方法处理；（3）分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的货币性项目除摊余成本之外的其他账面余额变动产生的汇兑差额计入其他综合收益外，均计入当期损益。

编制合并财务报表涉及境外经营的，如有实质上构成对境外经营净投资的外币货币性项目，因汇率变动而产生的汇兑差额，列入其他综合收益中的“外币财务报表折算差额”项目；处置境外经营时，计入处置当期损益。

以历史成本计量的外币非货币性项目仍以交易发生日的即期汇率折算的记账本位币金额计量。以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率

折算，折算后的记账本位币金额与原记账本位币金额的差额，作为公允价值变动（含汇率变动）处理，计入当期损益或确认为其他综合收益。

2、外币财务报表折算

为编制合并财务报表，境外经营的外币财务报表按以下方法折算为人民币报表：资产负债表中的所有资产、负债类项目按资产负债表日的即期汇率折算；股东权益项目按发生时的即期汇率折算；利润表中的所有项目及反映利润分配发生额的项目按与交易发生日即期汇率近似的汇率折算；折算后资产类项目与负债类项目和股东权益类项目合计数的差额确认为其他综合收益并计入股东权益。

外币现金流量以及境外子公司的现金流量，采用与现金流量发生日的即期汇率近似的汇率折算，汇率变动对现金及现金等价物的影响额，作为调节项目，在现金流量表中以“汇率变动对现金及现金等价物的影响”单独列示。

上年年末数和上年实际数按照上年财务报表折算后的数额列示。

在处置公司在境外经营的全部所有者权益或因处置部分股权投资或其他原因丧失了对境外经营控制权时，将资产负债表中股东权益项目下列示的、与该境外经营相关的归属于母公司股东权益的外币财务报表折算差额，全部转入处置当期损益。

（九）金融工具

公司在成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

对于以常规方式购买或出售金融资产的，在交易日确认将收到的资产和为此将承担的负债，或者在交易日终止确认已出售的资产。

金融资产和金融负债在初始确认时以公允价值计量（金融资产和金融负债的公允价值的确定方法参见本节三（一）之“3、记账基础和计价原则”的相关披露）。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关的交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产和金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。当公司按照《企业会计准则第14号——收入》（以下简称“收入准则”）初始确认未包含重大融资成分或不考虑不超过一年的合同中的融资成分的应收账款时，按照收入准则定义的交易价格进行初始计量。

实际利率法是指计算金融资产或金融负债的摊余成本以及将利息收入或利息费用

分摊计入各会计期间的方法。

实际利率，是指将金融资产或金融负债在预计存续期的估计未来现金流量，折现为该金融资产账面余额或该金融负债摊余成本所使用的利率。在确定实际利率时，在考虑金融资产或金融负债所有合同条款（如提前还款、展期、看涨期权或其他类似期权等）的基础上估计预期现金流量，但不考虑预期信用损失。

金融资产或金融负债的摊余成本是以该金融资产或金融负债的初始确认金额扣除已偿还的本金，加上或减去采用实际利率法将该初始确认金额与到期日金额之间的差额进行摊销形成的累计摊销额，再扣除累计计提的损失准备（仅适用于金融资产）。

1、金融资产的分类、确认和计量

初始确认后，公司对不同类别的金融资产，分别以摊余成本、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益或以公允价值计量且其变动计入当期损益进行后续计量。

金融资产的合同条款规定在特定日期产生的现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付，且公司管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标，则公司将该金融资产分类为以摊余成本计量的金融资产。此类金融资产主要包括货币资金、应收账款、其他应收款、债权投资、列示于一年内到期的非流动资产和其他非流动资产的租赁保证金等。

金融资产满足下列条件之一的，表明公司持有该金融资产的目的是交易性的：

- （1）取得相关金融资产的目的，主要是为了近期出售。
- （2）相关金融资产在初始确认时属于集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明近期实际存在短期获利模式。
- （3）相关金融资产属于衍生工具。但符合财务担保合同定义的衍生工具以及被指定为有效套期工具的衍生工具除外。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产包括分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产：

- （1）不符合分类为以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产条件的金融资产均分类为以公允价值计量且其变动计入当期损

益的金融资产。

（2）在初始确认时，为消除或显著减少会计错配，公司可以将金融资产不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

除衍生金融资产外的以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产列示于交易性金融资产。自资产负债表日起超过一年到期（或无固定期限）且预期持有超过一年的，列示于其他非流动金融资产。

（1）以摊余成本计量的金融资产

以摊余成本计量的金融资产采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，发生减值或终止确认产生的利得或损失，计入当期损益。

公司对以摊余成本计量的金融资产按照实际利率法确认利息收入。除下列情况外，公司根据金融资产账面余额乘以实际利率计算确定利息收入：

1）对于购入或源生的已发生信用减值的金融资产，公司自初始确认起，按照该金融资产的摊余成本和经信用调整的实际利率计算确定其利息收入。

2）对于购入或源生的未发生信用减值、但在后续期间成为已发生的信用减值的金融资产，公司在后续期间，按照该金融资产的摊余成本和实际利率计算确定其利息收入。若该金融工具在后续期间因信用风险有所改善而不再存在信用减值，并且这一改善可与应用上述规定之后发生的某一事件相联系，公司转按实际利率乘以该金融资产账面余额来计算确定利息收入。

（2）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与该金融资产相关的股利和利息收入计入当期损益。

2、金融工具减值

公司对以摊余成本计量的金融资产以预期信用损失为基础进行减值会计处理并确认损失准备。

公司对由收入准则规范的交易形成的全部应收账款按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。

对于其他金融工具，公司在每个资产负债表日评估相关金融工具的信用风险自初始确认后的变动情况。若该金融工具的信用风险自初始确认后已显著增加，公司按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备；若该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加，公司按照相当于该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量其损失准备。信用损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。

公司在前一会计期间已经按照相当于金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量了损失准备，但在当期资产负债表日，该金融工具已不再属于自初始确认后信用风险显著增加的情形的，公司在当期资产负债表日按照相当于未来 12 个月内预期信用损失的金额计量该金融工具的损失准备，由此形成的损失准备的转回金额作为减值利得计入当期损益。

（1）信用风险显著增加

公司利用可获得的合理且有依据的前瞻性信息，通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

公司在评估信用风险是否显著增加时会考虑如下因素：

- 1）信用风险变化所导致的内部价格指标是否发生显著变化；
- 2）若现有金融工具在资产负债表日作为新金融工具源生或发行，该金融工具的利率或其他条款是否发生显著变化（如更严格的合同条款、增加抵押品或担保物或者更高的收益率等）；
- 3）同一金融工具或具有相同预计存续期的类似金融工具的信用风险的外部市场指标是否发生显著变化。这些指标包括：信用利差、针对借款人的信用违约互换价格、金融资产的公允价值小于其摊余成本的时间长短和程度、与借款人相关的其他市场信息（如借款人的债务工具或权益工具的价格变动）；
- 4）金融工具外部信用评级实际或预期是否发生显著变化；
- 5）对债务人实际或预期的内部信用评级是否下调；
- 6）预期将导致债务人履行其偿债义务的能力发生显著变化的业务、财务或经济状

况是否发生不利变化；

7) 债务人经营成果实际或预期是否发生显著变化；

8) 同一债务人发行的其他金融工具的信用风险是否显著增加；

9) 债务人所处的监管、经济或技术环境是否发生显著不利变化；

10) 作为债务抵押的担保物价值或第三方提供的担保或信用增级质量是否发生显著变化，这些变化预期将降低债务人按合同规定期限还款的经济动机或者影响违约概率；

11) 预期将降低借款人按合同约定期限还款的经济动机是否发生显著变化；

12) 借款合同的预期是否发生变更，包括预计违反合同的行为可能导致的合同义务的免除或修订、给予免息期、利率跳升、要求追加抵押品或担保或者对金融工具的合同框架做出其他变更；

13) 债务人预期表现和还款行为是否发生显著变化；

14) 公司对金融工具信用管理方法是否发生变化。

于资产负债表日，若公司判断金融工具只具有较低的信用风险，则公司假定该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。如果金融工具的违约风险较低，借款人在短期内履行其合同现金流量义务的能力很强，并且即使较长时期内经济形势和经营环境存在不利变化但未必一定降低借款人履行其合同现金义务，则该金融工具被视为具有较低的信用风险。

(2) 已发生信用减值的金融资产

当公司预期对金融资产未来现金流量具有不利影响的一项或多项事件发生时，该金融资产成为已发生信用减值的金融资产。金融资产已发生信用减值的证据包括下列可观察信息：

1) 发行方或债务人发生重大财务困难；

2) 债务人违反合同，如偿付利息或本金违约或逾期等；

3) 债权人出于与债务人财务困难有关的经济或合同考虑，给予债务人在任何其他情况下都不会做出的让步；

4) 债务人很可能破产或进行其他财务重组。

基于公司内部信用风险管理，当内部建议的或外部获取的信息中表明金融工具债务人不能全额偿付包括公司在内的债权人（不考虑公司取得的任何担保），则公司认为发生违约事件。

（3）预期信用损失的确定

公司按照下列方法确定相关金融工具的预期信用损失：

1) 对于金融资产，信用损失为公司应收取的合同现金流量与预期收取的现金流量之间差额的现值。

2) 对于资产负债表日已发生信用减值但并非购买或源生已发生信用减值的金融资产，信用损失为该金融资产账面余额与按原实际利率折现的估计未来现金流量的现值之间的差额。

公司计量金融工具预期信用损失的方法反映的因素包括：通过评价一系列可能的结果而确定的无偏概率加权平均金额；货币时间价值；在资产负债表日无须付出不必要的额外成本或努力即可获得的有关过去事项、当前状况以及未来经济状况预测的合理且有依据的信息。

（4）减记金融资产

当公司不再合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回的，直接减记该金融资产的账面余额。这种减记构成相关金融资产的终止确认。

3、金融负债和权益工具的分类

公司根据所发行金融工具的合同条款及其所反映的经济实质而非仅以法律形式，结合金融负债和权益工具的定义，在初始确认时将该金融工具或其组成部分分类为金融负债或权益工具。

（1）金融负债的分类、确认和计量

金融负债在初始确认时划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和其他金融负债。

1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。除衍生金融负债单独列示外，以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债列示为交易性金融负债。

金融负债满足下列条件之一，表明公司承担该金融负债的目的是交易性的：

①承担相关金融负债的目的，主要是为了近期回购。

②相关金融负债在初始确认时属于集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明近期实际存在短期获利模式。

③相关金融负债属于衍生工具。但符合财务担保合同定义的衍生工具以及被指定为有效套期工具的衍生工具除外。

公司将符合下列条件之一的金融负债，在初始确认时可以指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债：①该指定能够消除或显著减少会计错配；②根据公司正式书面文件载明的风险管理或投资策略，以公允价值为基础对金融负债组合或金融资产和金融负债组合进行管理和业绩评价，并在公司内部以此为基础向关键管理人员报告；③符合条件的包含嵌入衍生工具的混合合同。

交易性金融负债采用公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与该等金融负债相关的股利或利息支出计入当期损益。

2) 其他金融负债

其他金融负债分类为以摊余成本计量的金融负债，按摊余成本进行后续计量，终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益。

公司与交易对手方修改或重新议定合同，未导致按摊余成本进行后续计量的金融负债终止确认，但导致合同现金流量发生变化的，公司重新计算该金融负债的账面价值，并将相关利得或损失计入当期损益。重新计算的该金融负债的账面价值，公司根据将重新议定或修改的合同现金流量按金融负债的原实际利率折现的现值确定。对于修改或重新议定合同所产生的所有成本或费用，公司调整修改后的金融负债的账面价值，并在修改后金融负债的剩余期限内进行摊销。

（2）金融负债的终止确认

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，终止确认该金融负债或其一部分。公司（借入方）与借出方之间签订协议，以承担新金融负债方式替换原金融负债，且新金融负债与原金融负债的合同条款实质上不同的，公司终止确认原金融负债，并同时确认新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认的，将终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

（3）权益工具

权益工具是指能证明拥有公司在扣除所有负债后的资产中的剩余权益的合同。公司发行（含再融资）、回购、出售或注销权益工具作为权益的变动处理。公司不确认权益工具的公允价值变动。与权益性交易相关的交易费用从权益中扣减。

公司对权益工具持有方的分配作为利润分配处理，发放的股票股利不影响股东权益总额。

4、衍生工具

公司的衍生工具包括远期外汇合约、外汇掉期及外汇期权合同等。衍生工具于相关合同签署日以公允价值进行初始计量，并以公允价值进行后续计量。

5、金融资产和金融负债的抵销

当公司具有抵销已确认金融资产和金融负债金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的，同时公司计划以净额结算或同时变现该金融资产和清偿该金融负债时，金融资产和金融负债以相互抵销后的金额在资产负债表内列示。除此以外，金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不予相互抵销。

（十）应收账款

1、按照信用风险特征组合计提坏账准备的组合类别及确定依据

公司以不同交易对手方的信用风险特征为依据将应收账款划分为组合一和组合二。具体包括：

组合名称	划分依据
组合一	应收知名电商平台为公司代收的销售款项
组合二	除单项测试后发生减值及组合一外的应收账款

对于划分为组合的应收账款，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

2、基于账龄确认信用风险特征组合的账龄的计算方法

公司对组合二应收账款以账龄作为信用风险特征，采用减值矩阵确定其信用损失。账龄自其初始确认日起算。修改应收账款的条款和条件但不导致应收账款终止确认的，账龄连续计算。

3、按照单项计提坏账准备的单项计提判断标准

公司对有证据表明其信用风险显著增加的应收账款单项确定信用损失。

（十一）其他应收款

1、按照信用风险特征组合计提坏账准备的组合类别及确定依据

公司以不同性质款项的信用风险特征为依据将其他应收款划分为组合一和组合二。具体包括：

组合名称	划分依据
组合一	应收押金保证金、员工款项及知名电商平台已汇出的在途资金
组合二	除单项测试后发生减值及组合一外的其他应收款

对于划分为组合的其他应收款，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

2、基于账龄确认信用风险特征组合的账龄的计算方法

公司对组合二其他应收款以账龄作为信用风险特征，采用减值矩阵确定其信用损失。账龄自其初始确认日起算。

3、按照单项计提坏账准备的单项计提判断标准

公司对有证据表明其信用风险显著增加的其他应收款单项确定信用损失。

（十二）存货

1、存货类别、发出计价方法、盘存制度、周转材料的摊销方法

（1）存货类别

公司的存货主要包括库存商品、发出商品、合同履约成本和周转材料。存货按成本进行初始计量，存货成本包括采购成本及其他使存货达到目前场所和状态所发生的支出。

（2）发出存货的计价方法

存货发出时，采用加权平均法确定发出存货的实际成本。

（3）存货的盘存制度

存货盘存制度为永续盘存制。

（4）周转材料的摊销方法

周转材料采用一次转销法进行摊销。

2、存货跌价准备的确认标准和计提方法

资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。当其可变现净值低于成本时，提取存货跌价准备。

可变现净值是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。

计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。

存货按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取存货跌价准备。

（十三）长期股权投资

1、共同控制、重要影响的判断标准

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。共同控制是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。重大影响是指对被投资方的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。在确定能否对被投资单位实施控制或施加重大影响时，已考虑投资方和其他方持有的被投资单位当期可转换公司债券、当期可执行认股权证等潜在表决权因素。

2、初始投资成本的确定

对于同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本，按照发行股份的面值总额作为股本，长期股权投资初始投资成本与所发行股份面值总额之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

对于非同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，在购买日按照合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。

合并方或购买方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等咨询服务费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益。

除企业合并形成的长期股权投资外其他方式取得的长期股权投资，按成本进行初始计量。对于因能够对被投资单位实施重大影响或实施共同控制但不构成控制的，长期股权投资成本为按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》确定的原持有股权投资的公允价值加上新增投资成本之和。

3、按成本法核算的长期股权投资

母公司财务报表采用成本法核算对子公司的长期股权投资。子公司是指公司能够对其实施控制的被投资主体。

采用成本法核算的长期股权投资按初始投资成本计量。追加或收回投资调整长期股权投资的成本。当期投资收益按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认。

4、长期股权投资处置

处置长期股权投资时，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。采用成本法核算的长期股权投资，处置后剩余股权仍采用成本法核算的，其在取得对被投资单位的控制之前因采用权益法核算或金融工具确认和计量准则核算而确认的其他综合收益，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，并按比例结转；因采用权益法核算而确认的被投资单位净资产中除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动按比例结转当期损益。

（十四）固定资产

1、确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产仅在与其有关的经济利益很可能流入公司，且其成本能够可靠地计量时才予以确认。固定资产按成本进行初始计量。

与固定资产有关的后续支出，如果与该固定资产有关的经济利益很可能流入且其成本能可靠地计量，则计入固定资产成本，并终止确认被替换部分的账面价值。除此以外的其他后续支出，在发生时计入当期损益。

2、折旧方法

除单独计价的土地外，固定资产从达到预定可使用状态的次月起，采用年限平均法在使用寿命内计提折旧。各类固定资产的折旧方法、折旧年限、估计残值率和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
机器设备	年限平均法	3-10	5	9.50-31.67
电子设备	年限平均法	3	5	31.67
运输设备	年限平均法	3-5	5	19.00-31.67
其他设备	年限平均法	3-5	5	19.00-31.67

预计净残值是指假定固定资产预计使用寿命已满并处于使用寿命终了时的预期状态，公司目前从该项资产处置中获得的扣除预计处置费用后的金额。

3、其他说明

公司对拥有所有权、无使用期限限制并单独计价入账的土地不计提折旧，以成本减累计减值准备进行后续计量。

当固定资产处置时或预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的差额计入当期损益。

公司至少于年度终了对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如发生改变则作为会计估计变更处理。

（十五）在建工程

在建工程按实际成本计量，实际成本包括在建期间发生的各项工程支出、工程达到预定可使用状态前的资本化的借款费用以及其他相关费用等。在建工程不计提折旧。

在建工程在达到预定可使用状态后结转为固定资产。各类在建工程结转为固定资产的标准和时点如下：

类别	结转为固定资产的标准	结转为固定资产的时点
经营租赁方式租入的房屋建筑物装修	装修工程完工并达到设计要求或合同规定的标准，满足验收质量标准。	达到预定可使用状态时
仓储设备	相关设备按照设计要求完成安装调试，满足验收质量标准。	达到预定可使用状态时

（十六）借款费用

可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的借款费用，在资产支出已经发生、借款费用已经发生、为使资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或生产活动已经开始时，开始资本化；购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态时，停止资本化。其余借款费用在发生当期确认为费用。

专门借款当期实际发生的利息费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额予以资本化；一般借款根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，确定资本化金额。资本化率根据一般借款的加权平均利率计算确定。

（十七）无形资产

1、使用寿命及其确定依据、估计情况、摊销方法或复核程序

无形资产为软件使用权。

无形资产按成本进行初始计量。使用寿命有限的无形资产自可供使用时起，对其原值减去预计净残值和已计提的减值准备累计金额在其预计使用寿命内采用直线法分期平均摊销。使用寿命不确定的无形资产不予摊销。无形资产的摊销方法、使用寿命和预计净残值如下：

类别	摊销方法	使用寿命（年）	使用寿命的确定依据	残值率（%）
软件使用权	直线法	3-5	预期经济利益年限	-

期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命和摊销方法进行复核，必要时进行调整。

2、研发支出的归集范围及相关会计处理方法

研发支出的归集范围包括从事研发活动人员的工资薪金和福利费用、用于研发活动的服务器费用以及委托外部技术开发费等。

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。

开发阶段的支出同时满足下列条件的，确认为无形资产，不能满足下述条件的开发阶段的支出计入当期损益：

- （1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；
- （2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；
- （3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；
- （4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；
- （5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

无法区分研究阶段支出和开发阶段支出的，将发生的研发支出全部计入当期损益。

内部开发活动形成的无形资产的成本仅包括满足资本化条件的时点至无形资产达到预定用途前发生的支出总额，对于同一项无形资产在开发过程中达到资本化条件之前已经费用化计入损益的支出不再进行调整。

（十八）长期资产减值

公司在每一个资产负债表日检查长期股权投资、固定资产、在建工程、使用权资产、使用寿命确定的无形资产是否存在可能发生减值的迹象。如果该等资产存在减值迹象，则估计其可收回金额。使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年均进行减值测试。

估计资产的可收回金额以单项资产为基础，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，则以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。可收回金额为资产或者资产组的公允价值减去处置费用后的净额与其预计未来现金流量的现值两者之中的较高者。

如果资产的可收回金额低于其账面价值，按其差额计提资产减值准备，并计入当期损益。

上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

（十九）长期待摊费用

长期待摊费用为已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。长期待摊费用在预计受益期间分期平均摊销。

（二十）合同负债

合同负债是指公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品或服务的义务。同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示。

（二十一）职工薪酬

1、短期薪酬的会计处理方法

公司在职工为其提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。公司发生的职工福利费，在实际发生时根据实际发生额计入当期损益或相关资产成本。职工福利费为非货币性福利的，按照公允价值计量。

公司为职工缴纳的医疗保险费、工伤保险费、生育保险费等社会保险费和住房公积金，以及公司按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工为公司提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额，确认相应负债，并计入当期损益或相关资产成本。

2、离职后福利的会计处理方法

离职后福利全部为设定提存计划。

公司在职工为其提供服务的会计期间，将根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

3、辞退福利的会计处理方法

公司向职工提供辞退福利的，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

（二十二）预计负债

当与或有事项相关的义务是公司承担的现时义务，且履行该义务很可能导致经济利益流出，以及该义务的金额能够可靠地计量，则确认为预计负债。

在资产负债表日，考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素，按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数对预计负债进行计量。如果货币时间价值影响重大，则以预计未来现金流出折现后的金额确定最佳估计数。

（二十三）股份支付

公司的股份支付是为了获取职工提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。公司的股份支付为以权益结算的股份支付。

1、以权益结算的股份支付

授予职工的以权益结算的股份支付：

对于用以换取职工提供的服务的以权益结算的股份支付，公司以授予职工权益工具在授予日的公允价值计量。该公允价值的金额在等待期内以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按直线法计算计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

在等待期内每个资产负债表日，公司根据最新取得的可行权职工人数变动等后续信息做出最佳估计，修正预计可行权的权益工具数量。上述估计的影响计入当期相关成本或费用，并相应调整资本公积。

2、实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

公司对股份支付计划进行修改时，若修改增加了所授予权益工具的公允价值，按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；若修改增加了所授予权益工具的数量，则将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加。权益工具公允价值的增加是指修改前后的权益工具在修改日的公允价值之间的差额。若修改减少了股份支付公允价值总额或采用了其他不利于职工的方式修改股份支付计划的条款和条件，则仍继续对取得的服务进行会计处理，视同该变更从未发生，除非公司取消了部分或全部已授予的权益工具。

在等待期内，如果取消了授予的权益工具，公司对取消所授予的权益性工具作为加速行权处理，将剩余等待期内应确认的金额立即计入当期损益，同时确认资本公积。职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的，公司将其作为授予权益工具的取消处理。

（二十四）收入

1、收入确认和计量所采用的会计政策

公司的收入主要来源于通过互联网销售平台销售汽车零部件产品。

公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务控制权时，按照分摊至该项履约义务的交易价格确认收入。履约义务，是指合同中公司向客户转让可明确区分商品或服务的承诺。

公司在合同开始日对合同进行评估，识别该合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行，还是在某一时点履行。满足下列条件之一的，属于在某一时间段内履行的履约义务，公司按照履约进度，在一段时间内确认收入：

（1）客户在公司履约的同时即取得并消耗所带来的经济利益；（2）客户能够控制公司履约过程中在建的商品；（3）公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。否则，公司在客户取得相关商品或服务控制权的时点确认收入。

交易价格，是指公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，但不包含代第三方收取的款项以及公司预期将退还给客户的款项。在确定交易价格时，公司考虑可变对价等因素的影响。

合同中存在可变对价的，公司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。包含可变对价的交易价格，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。每一资产负债表日，公司重新估计应计入交易价格的可变对价金额。

对于附有销售退回条款的销售，公司在客户取得相关商品控制权时，按照因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额（即，不包含预期因销售退回将退还的金额）确认收入，按照预期因销售退回将退还的金额确认负债；同时，按照预期将退回商品转让时的账面价值，扣除收回该商品预计发生的成本（包括退回商品的价值减损）后的余额，确认为一项资产，按照所转让商品转让时的账面价值，扣除上述资产成本的净额结转成本。

客户额外购买选择权如客户奖励积分，对于向客户提供了重大权利的额外购买选择权，公司将其作为单项履约义务，在客户未来行使购买选择权取得相关商品或服务控制权时，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，公司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予以估计。

公司向客户预收销售商品或服务款项的，首先将该款项确认为负债，待履行了相关履约义务时再转为收入。当公司预收款项无需退回，且客户可能会放弃其全部或部分合同权利时，公司预期将有权获得与客户所放弃的合同权利相关的金额的，按照客户行使合同权利的模式按比例将上述金额确认为收入；否则，公司只有在客户要求履行剩余履约义务的可能性极低时，才将上述负债的相关余额转为收入。

2、销售商品收入具体确认标准

公司在销售商品的控制权转移给客户时确认收入。公司的商品销售方式主要分为通过亚马逊等第三方电商平台开设的官方店铺或自建的网络销售平台（“自建站”）向终端消费者销售商品（“线上 B2C 业务”）、直接向电商平台或网站销售商品（“线上 B2B 业务”），以及线下直接向客户销售商品（“线下销售业务”）。

对于线上 B2C 业务、线上 B2B 业务及线下销售业务，公司在物流公司或第三方电商平台将商品配送至客户、完成商品交付时（即跨境电商行业所称妥投时）确认收入。

（二十五）合同成本

1、取得合同的成本

公司为取得合同发生的增量成本（即不取得合同就不会发生的成本）预期能够收回的，确认为一项资产，并采用与该资产相关的商品或服务收入确认相同的基础进行摊销，计入当期损益。若该项资产摊销期限不超过一年的，在发生时计入当期损益。公司为取得合同发生的其他支出，在发生时计入当期损益，明确由客户承担的除外。

2、履行合同的成本

公司为履行合同发生的成本，不属于除收入准则外的其他企业会计准则规范范围且同时满足下列条件的，确认为一项资产：（1）该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关；（2）该成本增加了公司未来用于履行履约义务的资源；（3）该成本预期能够收回。上述资产采用与该资产相关的商品或服务收入确认相同的基础进行摊销，计入当期损益。

3、与合同成本有关的资产的减值损失

在确定与合同成本有关的资产的减值损失时，首先对按照其他相关企业会计准则确认的、与合同有关的其他资产确定减值损失；其次，对于与合同成本有关的资产，其账面价值高于下列两项的差额的，超出部分计提减值准备，并确认为资产减值损失：（1）公司因转让与该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价；（2）为转让该相关商品或服务估计将要发生的成本。

合同成本相关的资产计提减值准备后，如果以前期间减值的因素发生变化，使得上述两项差额高于该资产账面价值的，转回原已计提的资产减值准备，并计入当期损益，但转回后的资产账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该资产在转回日的账面价值。

（二十六）政府补助

政府补助是指公司从政府无偿取得货币性资产和非货币性资产。政府补助在能够满足政府补助所附条件且能够收到时予以确认。

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

1、与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

公司的政府补助主要包括经济发展贡献奖励资金和增值税即征即退等，由于不涉及形成长期资产，该等政府补助为与收益相关的政府补助。

与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关成本费用和损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益；用于补偿已经发生的相关成本费用和损失的，直接计入当期损益。

与公司日常活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益。与公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收入。

（二十七）递延所得税资产/递延所得税负债

所得税费用包括当期所得税和递延所得税。

1、当期所得税

资产负债表日，对于当期和以前期间形成的当期所得税负债（或资产），以按照税法规定计算的预期应交纳（或返还）的所得税金额计量。

2、递延所得税资产及递延所得税负债

对于某些资产、负债项目的账面价值与其计税基础之间的差额，以及未作为资产和负债确认但按照税法规定可以确定其计税基础的项目的账面价值与计税基础之间的差额产生的暂时性差异，采用资产负债表债务法确认递延所得税资产及递延所得税负债。

一般情况下所有暂时性差异均确认相关的递延所得税。但对于可抵扣暂时性差异，公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认相关的递延所得税资产。此外，与商誉的初始确认相关的，以及与既不是企业合并、发生时也不影响会计利润和应纳税所得额（或可抵扣亏损）且不导致等额应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异的交易中产生的资产或负债的初始确认有关的暂时性差异，不予确认有关的递延所得税资产或负债。

对于能够结转以后年度的可抵扣亏损及税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

公司确认与子公司投资相关的应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债，除非公司能够控制暂时性差异转回的时间，而且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。对于与子公司投资相关的可抵扣暂时性差异，只有当暂时性差异在可预见的未来很可能转回，且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额时，公司才确认递延所得税资产。

资产负债表日，对于递延所得税资产和递延所得税负债，根据税法规定，按照预期收回相关资产或清偿相关负债期间的适用税率计量。

除与直接计入其他综合收益或股东权益的交易和事项相关的当期所得税和递延所得税计入其他综合收益或股东权益，以及企业合并产生的递延所得税调整商誉的账面价值外，其余当期所得税和递延所得税费用或收益计入当期损益。

资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

3、所得税的抵销

当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行时，公司当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

当拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利，且递延所得税资产及递延所得税是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债时，公司递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列报。

（二十八）租赁

租赁，是指在一定期间内，出租人将资产的使用权让与承租人以获取对价的合同。

在合同开始日，公司评估该合同是否为租赁或者包含租赁。除非合同条款和条件发生变化，公司不重新评估合同是否为租赁或者包含租赁。

1、公司作为承租人

（1）租赁的分拆

合同中同时包含一项或多项租赁和非租赁部分的，公司将各项单独租赁和非租赁部分进行分拆，按照各租赁部分单独价格及非租赁部分的单独价格之和的相对比例分摊合同对价。

（2）使用权资产

除短期租赁外，公司在租赁期开始日对租赁确认使用权资产。租赁期开始日，是指出租人提供租赁资产使其可供公司使用的起始日期。使用权资产按照成本进行初始计量。该成本包括：

- 1) 租赁负债的初始计量金额；
- 2) 在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，存在租赁激励的，扣除已享受的租赁激励相关金额；
- 3) 公司发生的初始直接费用；
- 4) 公司为拆卸及移除租赁资产、复原租赁资产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本。

公司参照《企业会计准则第 4 号——固定资产》有关折旧规定，对使用权资产计提折旧。公司能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，使用权资产在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。

公司按照《企业会计准则第 8 号——资产减值》的规定来确定使用权资产是否已发生减值，并对已识别的减值损失进行会计处理。

（3）租赁负债

除短期租赁外，公司在租赁期开始日按照该日尚未支付的租赁付款额的现值对租赁负债进行初始计量。在计算租赁付款额的现值时，公司采用租赁内含利率作为折现率，无法确定租赁内含利率的，采用增量借款利率作为折现率。

租赁付款额是指公司向出租人支付的与在租赁期内使用租赁资产的权利相关的款

项，包括：

- 1) 固定付款额及实质固定付款额，存在租赁激励的，扣除租赁激励相关金额；
- 2) 取决于指数或比率的可变租赁付款额；
- 3) 公司合理确定将行使的购买选择权的行权价格；
- 4) 租赁期反映出公司将行使终止租赁选择权的，行使终止租赁选择权需支付的款项；
- 5) 根据公司提供的担保余值预计应支付的款项。

租赁期开始日后，公司按照固定的周期性利率计算租赁负债在租赁期内各期间的利息费用，并计入当期损益或相关资产成本。

在租赁期开始日后，发生下列情形的，公司重新计量租赁负债，并调整相应的使用权资产，若使用权资产的账面价值已调减至零，但租赁负债仍需进一步调减的，公司将差额计入当期损益：

- 1) 因租赁期变化或购买选择权的评估结果发生变化的，公司按变动后租赁付款额和修订后的折现率计算的现值重新计量租赁负债；

- 2) 根据担保余值预计的应付金额或者用于确定租赁付款额的指数或者比率发生变动，公司按照变动后的租赁付款额和原折现率计算的现值重新计量租赁负债。

- (4) 作为承租方对短期租赁进行简化处理的判断依据和会计处理方法

公司对部分房屋及建筑物的短期租赁，选择不确认使用权资产和租赁负债。短期租赁，是指在租赁期开始日，租赁期不超过 12 个月且不包含购买选择权的租赁。

公司将短期租赁的租赁付款额，在租赁期内各个期间按照直线法计入当期损益或相关资产成本。

- (5) 租赁变更

租赁发生变更且同时符合下列条件的，公司将该租赁变更作为一项单独租赁进行会计处理：

- 1) 该租赁变更通过增加一项或多项租赁资产的使用权而扩大了租赁范围；
- 2) 增加的对价与租赁范围扩大部分的单独价格按该合同情况调整后的金额相当。

租赁变更未作为一项单独租赁进行会计处理的，在租赁变更生效日，公司重新分摊变更后合同的对价，重新确定租赁期，并按照变更后租赁付款额和修订后的折现率计算的现值重新计量租赁负债。

租赁变更导致租赁范围缩小或租赁期缩短的，公司相应调减使用权资产的账面价值，并将部分终止或完全终止租赁的相关利得或损失计入当期损益。其他租赁变更导致租赁负债重新计量的，公司相应调整使用权资产的账面价值。

（二十九）重要会计政策、会计估计变更和会计差错更正

1、重要会计政策变更

（1）《企业会计准则解释第 17 号》

财政部于 2023 年 10 月 25 日发布了《企业会计准则解释第 17 号》，规范了关于流动负债与非流动负债的划分、关于供应商融资安排的披露和关于售后租回交易的会计处理。

（2）《企业会计准则解释第 18 号》

财政部于 2024 年 12 月 6 日发布了《企业会计准则解释第 18 号》，规范了关于浮动收费法下作为基础项目持有的投资性房地产的后续计量和关于不属于单项履约义务的保证类质量保证的会计处理。

经评估，公司认为采用上述规定对报告期各期的财务报表无重大影响。

2、重要会计估计变更

报告期内，不存在应披露的重要的会计估计变更。

3、会计差错更正

报告期内，不存在会计差错更正情况。

五、非经常性损益情况

德勤对本公司报告期内的非经常性损益情况进行了审核，并出具了《关于扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司非经常性损益明细表的专项说明》（德师报（函）字（26）第 Q00322 号），按照证监会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1

号——非经常性损益》的要求，报告期内本公司非经常性损益明细如下表所示：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-	120.70	0.14
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关、符合国家政策规定、按照确定的标准享有、对公司损益产生持续影响的政府补助除外）	338.20	457.09	893.41
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，非金融企业持有金融资产和金融负债产生的公允价值变动损益以及处置金融资产和金融负债产生的损益	2,523.62	321.84	-3,221.73
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	44.46	62.14	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-165.14	-198.91	-43.18
所得税影响额	-277.63	-171.65	401.68
合计	2,463.52	591.20	-1,969.68
归属于母公司股东的净利润	37,059.41	29,608.84	11,095.30
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润	34,595.89	29,017.64	13,064.98
非经常性损益净额占归属于母公司股东的净利润的比重	6.65%	2.00%	-17.75%

报告期内，公司的非经常性损益主要为计入当期损益的政府补助、持有金融资产、金融负债产生的公允价值变动损益及处置金融资产、金融负债产生的损益，金额分别为-1,969.68 万元、591.20 万元和 2,463.52 万元，占当期归属于母公司股东的净利润比例分别为-17.75%、2.00%和 6.65%。2023 年度，公司归属于母公司股东的非经常性损益净额占归属于母公司股东的净利润的比例较高，主要系外汇远期合约投资损失及公允价值变动损失所致。总体来说，公司的非经常性损益对其经营成果影响相对较小。

六、税项

（一）主要税种及税率

税种	计税依据	税率
增值税	销项税额减可抵扣进项税额后的余额；出口货物或跨境销售服务的，适用出口退（免）税办法	13%、9%、6%和 0%
城市维护建设税	实际缴纳流转税额	7%和 5%

税种	计税依据	税率
教育费附加和地方教育费附加	实际缴纳流转税额	3%和 2%
企业所得税	应纳税所得额	见下文
境外间接税	根据不同国家与地区的法规要求确定	见下文

1、本公司及主要子公司适用企业所得税率如下：

纳税主体名称	所得税税率		
	2025 年度	2024 年度	2023 年度
本公司	15%	15%	15%
福州扬腾网络	25%	25%	25%
福州爱腾	20%	不适用	不适用
福州鸿辉	15%	12.5%	12.5%
福州华翔	20%	20%	20%
厦门世纪华腾	20%	20%	20%
深圳数智	12.5%	免税	20%
福州硕辉	20%	20%	20%
杭州数智	免税	20%	不适用
香港扬腾创新 ¹	8.25%、16.5%	8.25%、16.5%	8.25%、16.5%
香港卓越创新 ¹	8.25%、16.5%	8.25%、16.5%	8.25%、16.5%
香港 IAPW	8.25%、16.5%	不适用	不适用
香港世纪华腾	8.25%、16.5%	8.25%、16.5%	8.25%、16.5%
美国 PPW	美国联邦企业所得税：21%，州或地方企业所得税：0%-9.80%	美国联邦企业所得税：21%，州或地方企业所得税：0%-9.80%	美国联邦企业所得税：21%，州或地方企业所得税：0%-9.80%
美国 PPM	美国联邦企业所得税：21%，州或地方企业所得税：0%-9.80%	美国联邦企业所得税：21%，州或地方企业所得税：0%-9.80%	美国联邦企业所得税：21%，州或地方企业所得税：0%-9.80%
美国 IAPW	美国联邦企业所得税：21%，州或地方企业所得税：0%-9.80%	美国联邦企业所得税：21%，州或地方企业所得税：0%-9.80%	美国联邦企业所得税：21%，州或地方企业所得税：0%-9.80%
德国 APM ²	所得税：15%，团结互助税：0.825%，营业税：13.30%	所得税：15%，团结互助税：0.825%，营业税：13.30%	所得税：15%，团结互助税：0.825%，营业税：2023 年 7 月迁址前 16.45%/2023 年 7 月迁址后 13.30%
德国 Interparts	所得税：15%，团结互助税：0.825%，营业税：13.30%	不适用	不适用

纳税主体名称	所得税税率		
	2025 年度	2024 年度	2023 年度
扬腾泰国	20%	不适用	不适用

注 1：根据中国香港《税务条例》，对于不超过（含）港币 200 万元的应税利润执行 8.25%的利得税税率，对于应税利润超过港币 200 万元的部分执行 16.5%的利得税税率；

注 2：2023 年 7 月，德国 APM 自德国汉堡迁址至马格德堡，适用营业税税率自 16.45%变更为 13.30%。

2、本公司下属主要境外子公司执行的境外间接税及税率情况如下：

（1）美国州或地方销售与使用税

计税基础	税率		
	2025 年度	2024 年度	2023 年度
应税销售收入	0%-11.5%	0%-11.5%	0%-11.5%

（2）欧洲增值税

计税基础	税率		
	2025 年度	2024 年度	2023 年度
应税销售额按适用税率计算销项税，减去进项税后的差额（如有）缴纳	17%-27%	17%-27%	17%-27%

注：欧洲指欧盟成员国和英国

（3）加拿大增值税

计税基础	税率		
	2025 年度	2024 年度	2023 年度
应税销售额按适用税率计算销项税，减去进项税后的差额缴纳	5%-15%	5%-15%	5%-15%

（二）重要税收优惠政策及其依据

1、企业所得税

本公司于 2023 年 12 月 27 日取得由福建省科学技术厅、福建省财政厅、国家税务总局福建省税务局、福建省商务厅、福建省发展和改革委员会联合颁发的《技术先进

型服务企业证书》（证书编号为 20233501000004），该证书的有效期为三年。根据《财政部 税务总局 商务部 科技部 国家发展改革委关于将技术先进型服务企业所得税政策推广至全国实施的通知》（财税〔2017〕79 号）的有关规定，公司 2023 年度、2024 年度及 2025 年度享受技术先进型服务企业所得税优惠政策，企业所得税税率为 15%。本公司于 2023 年 12 月 28 日取得由福建省科学技术厅、福建省财政厅、国家税务总局福建省税务局联合颁发的《高新技术企业证书》（证书编号为 GR202335001542），该证书的有效期为三年。

本公司之子公司福州鸿辉获得中国软件行业协会 2021 年 9 月 23 日颁发的《软件企业证书》（证书编号为闽 RQ-2021-0065），该证书的有效期为一年，每年复评一次。福州鸿辉 2023 年度及 2024 年度通过年度复评并取得《软件企业证书》，根据国务院《关于印发新时期促进集成电路产业和软件产业高质量发展若干政策的通知》（国发〔2020〕8 号）的有关规定，福州鸿辉享受减半缴纳企业所得税优惠政策，适用 12.50% 的企业所得税税率。本公司之子公司福州鸿辉于 2024 年 12 月 4 日取得由福建省科学技术厅、福建省财政厅、国家税务总局福建省税务局联合颁发的《高新技术企业证书》（证书编号为 GR202435002629），该证书的有效期为三年；于 2025 年 12 月 2 日取得由福建省科学技术厅、福建省财政厅、国家税务总局福建省税务局、福建省商务厅、福建省发展和改革委员会联合颁发的《技术先进型服务企业证书》（证书编号为 20253501000003），该证书的有效期为三年。根据《中华人民共和国企业所得税法》和《财政部 税务总局 商务部 科技部 国家发展改革委关于将技术先进型服务企业所得税政策推广至全国实施的通知》（财税〔2017〕79 号）的有关规定，福州鸿辉 2025 年度享受技术先进型服务企业所得税优惠政策和高新技术企业所得税优惠政策，适用 15% 的企业所得税税率。

本公司之子公司深圳数智分别于 2024 年 9 月 30 日、2025 年 9 月 30 日获得中国软件行业协会颁发的《国家鼓励的软件企业证书》（证书编号分别为深 ERQ-2024-0448、深 ERQ-2025-0397），该证书的有效期为一年，每年复评一次。根据国务院《关于印发新时期促进集成电路产业和软件产业高质量发展若干政策的通知》（国发〔2020〕8 号）的有关规定，2024 年度免缴企业所得税，2025 年度享受按照 25% 的法定税率减半计缴企业所得税。

本公司的子公司杭州数智符合国家鼓励的软件企业认定。根据国务院《关于印发

新时期促进集成电路产业和软件产业高质量发展若干政策的通知》（国发〔2020〕8号）规定，自获利年度起，第一年至第二年免征企业所得税，第三年至第五年按照 25% 的法定税率减半征收企业所得税，杭州数智 2025 年度免缴企业所得税。

本公司之子公司深圳数智 2023 年度，福州华翔、厦门世纪华腾、福州硕辉 2023 年度、2024 年度及 2025 年度，杭州数智 2024 年度，福州爱腾 2025 年度均符合小型微利企业认定。根据《财政部 国家税务总局关于进一步实施小微企业所得税优惠政策的公告》（财政部 国家税务总局公告 2022 年第 13 号）规定，自 2022 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额超过人民币 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 25% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税；根据《财政部 国家税务总局关于小微企业和个体工商户所得税优惠政策的公告》（财政部 国家税务总局公告 2023 年第 6 号）规定：自 2023 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过人民币 100 万元的部分，减按 25% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税；根据《财政部 国家税务总局关于进一步支持小微企业和个体工商户发展有关税费政策的公告》（财政部 国家税务总局公告 2023 年第 12 号）规定：对小型微利企业减按 25% 计算应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税政策，延续执行至 2027 年 12 月 31 日。

2、增值税

根据《财政部 国家税务总局关于全面推开营业税改征增值税试点的通知》（财税〔2016〕36 号）附件 4 第一条第（三）项的规定，境内的单位向境外单位提供的完全在境外消费的离岸服务外包业务——信息技术外包服务（ITO）适用增值税零税率。根据《营业税改征增值税跨境应税行为增值税免税管理办法（试行）》（国家税务总局公告 2016 年第 29 号）第二条第二十项有关规定，离岸服务外包业务符合零税率政策但适用简易计税方法或声明放弃适用零税率选择免税的应税行为免征增值税。公司及其子公司针对向境外单位提供的完全在境外消费的离岸服务放弃适用零税率选择免税。

七、发行人主要财务指标

（一）主要财务指标

财务指标	2025 年末/ 2025 年度	2024 年末/ 2024 年度	2023 年末/ 2023 年度
流动比率（倍）	2.92	2.35	2.24
速动比率（倍）	1.45	1.09	1.05
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%
利息保障倍数（倍）	149.32	108.14	44.88
应收账款周转率（次）	53.62	64.62	68.11
存货周转率（次）	1.88	2.00	1.83
息税折旧摊销前利润（万元）	46,580.89	36,835.16	15,535.53
归属于公司普通股股东的净利润（万元）	37,059.41	29,608.84	11,095.30
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润（万元）	34,595.89	29,017.64	13,064.98
研发投入占营业收入的比例	1.34%	0.87%	0.85%
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.39	2.43	23.96
每股净现金流量（元）	1.11	9.21	48.48
归属于公司普通股股东的每股净资产（元/股）	6.31	105.05	137.01

注：上述指标的计算公式如下：

- 1、流动比率=流动资产÷流动负债；
- 2、速动比率=（流动资产-存货-预付款项）÷流动负债；
- 3、资产负债率=期末总负债÷期末总资产；
- 4、利息保障倍数=（税前利润+利息支出）÷利息支出；
- 5、应收账款周转率=营业收入÷[（期初应收账款余额+期末应收账款余额）÷2]；
- 6、存货周转率=营业成本÷[（期初存货余额+期末存货余额）÷2]；
- 7、息税折旧摊销前利润=税前利润+利息支出+折旧+长期待摊费用摊销+无形资产摊销；
- 8、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润=归属于公司普通股股东的净利润-影响归属于公司普通股股东净利润的非经常性损益；
- 9、研发投入占营业收入的比例=研发费用÷营业收入；
- 10、每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额÷期末股本总额；
- 11、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额÷期末股本总额；
- 12、归属于公司普通股股东的每股净资产=期末归属于公司普通股股东的净资产÷期末股本总额。

（二）净资产收益率及每股收益

按照中国证监会《公开发行证券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（2010 年修订）》要求，本公司加权平均计算的净资产收益率及每股收益如下表所示：

项目	报告期间	加权平均净资产收益率 (%)	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	2025 年度	17.82	1.04	1.04
	2024 年度	26.55	1.47	1.47
	2023 年度	19.85	不适用	不适用
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2025 年度	16.63	0.97	0.97
	2024 年度	26.02	1.44	1.44
	2023 年度	23.37	不适用	不适用

注：1、加权平均净资产收益率

加权平均净资产收益率= $P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$

其中：P₀ 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E₀ 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M₀ 为报告期月份数；M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。报告期发生同一控制下企业合并的，计算加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从报告期期初起进行加权；计算扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从合并日的次月起进行加权。计算比较期间的加权平均净资产收益率时，被合并方的净利润、净资产均从比较期间期初起进行加权；计算比较期间扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产不予加权计算（权重为零）。

2、基本每股收益

基本每股收益= $P_0 \div S, S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$

其中：P₀ 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S₀ 为期初股份总数；S₁ 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j 为报告期因回购等减少股份数；S_k 为报告期缩股数；M₀ 为报告期月份数；M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

3、稀释每股收益

稀释每股收益= $P_1 \div (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中：P₁ 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计

入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。报告期内公司不存在稀释性的潜在普通股，稀释每股收益的计算过程与基本每股收益的计算过程相同。

八、经营成果分析

报告期内，公司的主要经营成果如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
营业收入	443,971.89	327,129.36	176,219.39
营业成本	251,175.49	190,189.09	104,566.36
销售费用	120,220.47	87,421.92	47,939.43
管理费用	20,688.02	13,780.43	6,339.53
研发费用	5,967.06	2,849.82	1,501.88
财务费用	1,142.64	-1,247.99	-557.87
营业利润	42,350.00	33,044.03	12,706.19
利润总额	42,184.86	32,845.12	12,663.01
净利润	37,059.41	29,608.84	11,095.30
归属于母公司股东的净利润	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	34,595.89	29,017.64	13,064.98

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。

（一）营业收入构成及变动分析

报告期内，公司营业收入构成情况如下：

单位：万元，%

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	443,926.24	99.99	327,104.70	99.99	176,204.07	99.99
其他业务收入	45.65	0.01	24.65	0.01	15.32	0.01
合计	443,971.89	100.00	327,129.36	100.00	176,219.39	100.00

公司绝大部分收入来自销售汽车配件所产生的主营业务收入，报告期内占营业收入比例超过 99%。2023 年度、2024 年度及 2025 年度，公司主营业务收入分别为 176,204.07 万元、327,104.70 万元和 443,926.24 万元；近年来公司主营业务收入保持较高增速，2023 年至 2025 年的年均复合增长率达 58.73%。

报告期内公司营业收入保持高速增长，主要原因系：第一，公司持续加强品类覆盖程度并提高备货量，SPU 覆盖数量及车型覆盖广度显著增加，提供新的收入增长点；第二，公司品牌影响力、产品覆盖能力及客户服务能力不断得到市场认可，从而产生老客户的持续复购并吸引新客消费，带动已投放产品的销售活跃度持续提升；第三，在保持亚马逊、eBay 等平台渠道良好运营及增长的同时，公司不断开拓新的销售渠道，包括实现独立站快速发展、与美国汽车零部件在线零售商 PartsGeek、欧洲领先的汽车零部件在线零售平台 Autodoc 等建立合作关系并逐步扩大销售。

公司其他业务收入金额较小，主要系仓库日常货物流转过程中所产生的废弃包装销售收入。

1、主营业务收入按产品类别构成及变动分析

报告期内，公司主营业务收入按产品类别构成的情况如下：

单位：万元，%

产品类别	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
底盘零部件	160,864.70	36.24	120,508.46	36.84	65,669.34	37.27
发动机零部件	142,316.00	32.06	104,090.17	31.82	52,418.58	29.75
车身及附件零部件	67,580.90	15.22	48,119.68	14.71	29,918.30	16.98
电子电气零部件	72,284.63	16.28	53,538.94	16.37	27,873.27	15.82
其他零部件	880.01	0.20	847.45	0.26	324.58	0.18
合计	443,926.24	100.00	327,104.70	100.00	176,204.07	100.00

报告期各期，公司主营业务收入分别为 176,204.07 万元、327,104.70 万元和 443,926.24 万元，主要由底盘零部件、发动机零部件、车身及附件零部件和电子电气零部件四大类产品收入构成，报告期内四大类产品销售占比相对稳定。

2024 年和 2025 年，公司各类产品的收入变动情况具体如下：

单位：万元

产品类别	2025 年度			2024 年度		
	同比变动 金额	同比变动 金额占比	同比变动率	同比变动 金额	同比变动 金额占比	同比变动率
底盘零部件	40,356.24	34.55%	33.49%	54,839.12	36.34%	83.51%
发动机零部件	38,225.83	32.72%	36.72%	51,671.60	34.24%	98.57%
车身及附件零部件	19,461.22	16.66%	40.44%	18,201.38	12.06%	60.84%
电子电气零部件	18,745.69	16.05%	35.01%	25,665.67	17.01%	92.08%
其他零部件	32.56	0.03%	3.84%	522.87	0.35%	161.09%
合计	116,821.54	100.00%	35.71%	150,900.63	100.00%	85.64%

报告期内公司收入呈快速增长趋势，2024 年、2025 年主营业务收入同比增速分别达 85.64%和 35.71%，四大类产品销售规模均实现大幅增长。汽车配件细分品类众多，公司通过不断拓展零部件覆盖种类及车型覆盖广度以实现增长。

由于底盘零部件和发动机零部件市场规模较大，且产品开发投放更易带动规模效应及客户引流效率，因此公司近年在经营策略上加大力度布局底盘零部件、发动机零部件产品，以便加快服务更广范围的用户并提升市场份额，故公司底盘零部件及发动机零部件产品收入占比较大，2023 年至 2025 年，底盘零部件及发动机零部件合计贡献超过 65%的销售收入增长。

（1）底盘零部件产品收入变动分析

报告期各期，公司底盘零部件产品收入分别为 65,669.34 万元、120,508.46 万元和 160,864.70 万元，主要销售产品包括控制臂部件、半轴、制动卡钳、传动轴、减震器等众多细分 SPU，报告期内，公司底盘零部件产品收入、销量、平均单价如下：

底盘零部件	2025 年度	2024 年度	2023 年度
营业收入（万元）	160,864.70	120,508.46	65,669.34
销售数量（万件）	313.44	241.88	129.59
平均单价（元/件）	513.22	498.22	506.76

报告期内公司大力提高底盘零部件产品 SPU 覆盖度及产品备货数量，收入规模随 SPU 覆盖度、销售数量而增加。公司底盘零部件产品平均单价总体相对稳定，略有波

动主要与产品结构变动以及为应对关税进行产品调价有关。

（2）发动机零部件产品收入变动分析

报告期各期，公司发动机零部件产品收入分别为 52,418.58 万元、104,090.17 万元和 142,316.00 万元，主要销售产品包括三元催化器、发电机、燃油泵、点火线圈、起动机等众多细分 SPU，报告期内，公司发动机零部件产品收入、销量、平均单价如下：

发动机零部件	2025 年度	2024 年度	2023 年度
营业收入（万元）	142,316.00	104,090.17	52,418.58
销售数量（万件）	359.75	279.19	144.73
平均单价（元/件）	395.59	372.83	362.18

报告期内公司发动机零部件产品收入规模及 SPU 数量均呈增长趋势，报告期内平均单价整体波动较小，售价持续提升主要系高单价产品（如三元催化器、发电机）销量增加，以及为应对关税成本上涨公司执行商品提价调整所致。

（3）车身及附件零部件产品收入变动分析

报告期各期，公司车身及附件零部件产品收入分别为 29,918.30 万元、48,119.68 万元和 67,580.90 万元，主要销售产品包括汽车撑杆、玻璃升降器、中控锁、后视镜及支架等众多细分 SPU，报告期内，公司车身及附件零部件产品收入、销量、平均单价如下：

车身及附件零部件	2025 年度	2024 年度	2023 年度
营业收入（万元）	67,580.90	48,119.68	29,918.30
销售数量（万件）	229.42	175.26	119.18
平均单价（元/件）	294.58	274.57	251.03

报告期内公司车身及附件零部件产品收入规模及 SPU 数量均呈增长趋势。2023 年至 2025 年，车身及附件零部件产品平均销售单价呈增长趋势，主要系单价相对较高的产品（如玻璃升降器、支架、后视镜等）销售占比提升、为应对关税上涨对重点 SPU 平均销售价格提升所致。

（4）电子电气零部件收入变动分析

报告期各期，公司电子电气零部件产品收入分别为 27,873.27 万元、53,538.94 万元和 72,284.63 万元，收入规模及 SPU 覆盖面稳步增长。报告期内，公司电子电气零部件产品收入、销量、平均单价如下：

电子电气零部件	2025 年度	2024 年度	2023 年度
营业收入（万元）	72,284.63	53,538.94	27,873.27
销售数量（万件）	295.20	235.46	125.44
平均单价（元/件）	244.87	227.38	222.20

2024 年，公司电子电气零部件产品平均价格与 2023 年较为接近；2025 年公司电子电气零部件产品平均价格较 2024 年有所上涨主要系空调压缩机、鼓风电机、氧传感器、冷凝器等重点 SPU 为应对关税上涨平均销售单价提升所致。

（5）其他零部件收入变动分析

报告期各期，公司其他产品收入分别为 324.58 万元、847.45 万元和 880.01 万元，金额占比较低，包括汽车用品约数十类 SPU 产品，近年有所增长主要系新增覆盖汽车故障码检测仪、车载冰箱等品类并实现良好销售。

2、主营业务收入按区域分布分析

报告期内，公司主营业务收入分区域构成情况如下：

单位：万元

销售区域	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
北美地区	391,566.03	88.21%	289,721.08	88.57%	147,568.77	83.75%
其中：美国	345,872.80	77.91%	257,062.02	78.59%	131,759.75	74.78%
欧洲地区	47,684.84	10.74%	32,830.41	10.04%	24,571.43	13.94%
其他地区	4,675.37	1.05%	4,553.21	1.39%	4,063.87	2.31%
合计	443,926.24	100.00%	327,104.70	100.00%	176,204.07	100.00%

注：以收货地址进行统计；“其他地区”主要包括大洋洲、南美洲等地区。

公司营业收入基本来自境外，主要面向美国、加拿大等地区的北美用户，以及德国、英国等地区的欧洲用户。报告期内，来自北美地区、欧洲地区合计收入占比超过

95%，主要原因系北美和欧洲汽车保有量较高、平均车龄较长，具备庞大的汽车配件维修或更换需求，系全球主要汽车零部件售后市场。其中，公司在北美地区销售收入占比较高，主要原因系美国用户自行维修汽车的习惯普遍且当地电商平台较为成熟，公司为快速抢占市场份额、提升品牌影响力，因此集中资源先行开拓美国市场，并逐步覆盖至欧洲等其他国家地区。

3、主营业务收入按销售模式分析

报告期内，公司主营业务收入按销售模式构成情况如下：

单位：万元，%

销售模式		平台	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上渠道	线上 B2C	亚马逊	293,404.43	66.09	215,558.22	65.90	109,278.94	62.02
		eBay	66,954.94	15.08	58,034.20	17.74	47,458.29	26.93
		独立站	41,105.29	9.26	28,893.95	8.83	9,818.25	5.57
		Autodoc	4,712.79	1.06	-	-	-	-
		Walmart 等其他	833.32	0.19	481.64	0.15	391.63	0.22
		小计	407,010.77	91.68	302,968.00	92.62	166,947.11	94.75
	线上 B2B	PartsGeek	30,590.39	6.89	21,491.69	6.57	8,240.69	4.68
		亚马逊 VC	2,515.82	0.57	2,220.20	0.68	821.63	0.47
		CarParts	2,531.90	0.57	-	-	-	-
		Turn5 等其他	988.93	0.22	230.14	0.07	6.44	0.00
		小计	36,627.05	8.25	23,942.03	7.32	9,068.76	5.15
	线上合计		443,637.82	99.94	326,910.03	99.94	176,015.87	99.89
线下渠道		288.42	0.06	194.67	0.06	188.20	0.11	
总计		443,926.24	100.00	327,104.70	100.00	176,204.07	100.00	

报告期内，公司线上销售收入超过 99%，其中以亚马逊、eBay 等为主要销售平台。

线上 B2C 模式下，亚马逊占公司各期销售收入基本在 65%左右，占比较高主要系亚马逊作为全球知名电商平台拥有规模庞大、消费能力较强的用户群体，并对高品质汽车配件存在巨大需求，公司持续重点打造亚马逊主力品牌，近年来公司的主要店铺在亚马逊美国站点、加拿大站点全品类店铺中长期稳居前列，并在亚马逊汽车零部件垂直品类店铺中排名第一，带动公司线上 B2C 业务整体增长。2022 年四季度，公司自

建独立站 A-Premium 正式上线，目前独立站发展时间相对较短，但由于公司产品在北美线上知名度较高、口碑良好，故独立站亦持续快速吸引广大用户进行消费，实现收入快速增长，收入占比由 2023 年的 5.57%提升至 2025 年的 9.26%。2025 年，公司继续拓展线上 B2C 新渠道，主要包括与欧洲领先的汽车零部件线上零售平台 Autodoc 开展合作并实现销售。

公司线上 B2B 模式以美国知名汽车零部件在线零售商 PartsGeek 为主，报告期内 PartsGeek 平台收入占比约在 4.68%-6.89%区间，占比总体平稳；公司亦逐步开拓亚马逊 VC、北美知名汽车零部件电商 CarParts 等渠道。

4、主营业务收入季节性分析

报告期内，公司主营业务收入分季节变动情况如下：

单位：万元

季度	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	98,032.43	22.08%	64,291.25	19.65%	33,685.89	19.12%
第二季度	117,361.15	26.44%	85,548.34	26.15%	43,435.62	24.65%
第三季度	121,905.04	27.46%	89,018.86	27.21%	48,822.20	27.71%
第四季度	106,627.62	24.02%	88,246.25	26.98%	50,260.36	28.52%
合计	443,926.24	100.00%	327,104.70	100.00%	176,204.07	100.00%

报告期内，公司营业收入分布具备一定的季节性。第一季度占比相对偏低，主要原因系第一季度因天气寒冷和节日后消费回落，部分品类需求短暂放缓，但随着春季维修季临近，销售逐步走强；第二季度开始气温上行，车主出行需求有所提升，带动汽车维保需求，汽车配件逐渐进入销售旺季；第三季度夏季户外自驾活动迎来高峰，长途行驶持续增加进一步带动车辆损耗，带动零配件维保需求；第四季度气温逐步寒冷，车主动手维修意愿可能下降，但受冬季促销和冬季度假需求影响，冰雪场景配件及备货需求通常有所增加。

（二）营业成本构成及变动分析

报告期内，公司营业成本构成情况如下：

单位：万元，%

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	251,175.49	100.00	190,189.09	100.00	104,566.36	100.00
其他业务成本	-	-	-	-	-	-
合计	251,175.49	100.00	190,189.09	100.00	104,566.36	100.00

报告期内，公司营业成本分别为 104,566.36 万元、190,189.09 万元和 251,175.49 万元，全部为主营业务成本。

1、主营业务成本按产品类别分析

报告期内，公司主营业务成本按产品类别构成的情况如下：

单位：万元，%

产品类别	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
底盘零部件	93,163.42	37.09	71,945.89	37.83	40,432.70	38.67
发动机零部件	80,110.41	31.89	60,407.23	31.76	31,098.84	29.74
车身及附件零部件	37,458.56	14.91	27,137.39	14.27	16,990.34	16.25
电子电气零部件	39,837.14	15.86	30,149.96	15.85	15,850.06	15.16
其他零部件	605.97	0.24	548.63	0.29	194.42	0.19
合计	251,175.49	100.00	190,189.09	100.00	104,566.36	100.00

报告期内，公司主营业务成本构成与营业收入结构相匹配，随营业收入增长呈逐年上升趋势。

2、主营业务成本按成本要素分析

报告期内，按成本要素划分，公司主营业务成本主要由产品成本、运输费用构成，具体如下：

单位：万元，%

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
产品成本	123,681.86	49.24	103,269.34	54.30	56,813.30	54.33

运输费用	127,493.63	50.76	86,919.75	45.70	47,753.06	45.67
合计	251,175.49	100.00	190,189.09	100.00	104,566.36	100.00

报告期内，公司主营业务成本中产品成本系公司自供应商采购的汽车配件，并经过检验、包装所发生的成本；运输费用主要系产品由国内仓运输至海外仓的相关物流费用及关税，以及海外仓向客户派送环节而产生的快递费用。报告期内，公司主营业务成本结构整体保持稳定。2025 年度，公司产品成本占比下降、运输费用占比上升，主要系当期关税上涨推高运输费用所致。

（三）毛利及毛利率分析

报告期内，公司毛利和毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
营业收入	443,971.89	327,129.36	176,219.39
其中：主营业务收入	443,926.24	327,104.70	176,204.07
营业成本	251,175.49	190,189.09	104,566.36
其中：主营业务成本	251,175.49	190,189.09	104,566.36
毛利	192,796.40	136,940.27	71,653.04
其中：主营业务毛利	192,750.75	136,915.61	71,637.71
综合毛利率	43.43%	41.86%	40.66%
其中：主营业务毛利率	43.42%	41.86%	40.66%

公司绝大部分毛利来自主营业务，报告期各期主营业务毛利分别为 71,637.71 万元、136,915.61 万元和 192,750.75 万元，主营业务毛利率分别为 40.66%、41.86%和 43.42%。

1、分不同产品毛利构成及变动分析

报告期内，公司主营业务毛利按产品类别的构成情况如下：

单位：万元，%

产品类别	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
底盘零部件	67,701.28	35.12	48,562.58	35.47	25,236.64	35.23
发动机零部件	62,205.60	32.27	43,682.95	31.91	21,319.74	29.76

产品类别	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
车身及附件零部件	30,122.34	15.63	20,982.28	15.32	12,927.96	18.05
电子电气零部件	32,447.49	16.83	23,388.98	17.08	12,023.21	16.78
其他零部件	274.05	0.14	298.82	0.22	130.17	0.18
合计	192,750.75	100.00	136,915.61	100.00	71,637.71	100.00

报告期内，公司主营业务毛利基本由四大类产品所贡献，各类产品的毛利占比基本稳定，与收入规模变动相匹配，各类产品毛利率具体分析如下：

（1）底盘零部件产品销售毛利率

报告期内，公司底盘零部件产品的销售量、销售单价、单位成本、毛利率等情况如下：

单位：万元，万件，元/件

产品类别	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
底盘零部件	销售收入	160,864.70	120,508.46	65,669.34
	销售成本	93,163.42	71,945.89	40,432.70
	销售数量	313.44	241.88	129.59
	销售单价	513.22	498.22	506.76
	单位成本	297.23	297.45	312.01
	毛利率	42.09%	40.30%	38.43%
	毛利率变动	1.79%	1.87%	不适用

报告期各期，底盘零部件产品毛利率分别为 38.43%、40.30%和 42.09%，毛利率有所提升主要原因系公司持续优化产品结构，推出线上竞争优势更为明显的控制臂、制动卡钳、半轴等底盘零部件，同时，2025 年度为应对关税上涨，公司进行产品提价及通过规模效应等方式实现采购成本优化所致。

（2）发动机零部件产品销售毛利率

报告期内，公司发动机零部件产品的销售量、销售单价、单位成本、毛利率等情况如下：

单位：万元，万件，元/件

产品类别	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
发动机零部件	销售收入	142,316.00	104,090.17	52,418.58
	销售成本	80,110.41	60,407.23	31,098.84
	销售数量	359.75	279.19	144.73
	销售单价	395.59	372.83	362.18
	单位成本	222.68	216.37	214.87
	毛利率	43.71%	41.97%	40.67%
	毛利率变动	1.74%	1.29%	不适用

报告期各期，发动机零部件产品毛利率分别为 40.67%、41.97%和 43.71%。报告期内毛利率有所提升，主要系高毛利率 SPU 产品如三元催化器、发电机等销售占比提升，以及公司对产品提价及通过规模效应等方式实现采购成本优化所致。

（3）车身及附件零部件产品销售毛利率

报告期内，公司车身及附件零部件产品的销售量、销售单价、单位成本、毛利率等情况如下：

单位：万元，万件，元/件

产品类别	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
车身及附件零部件	销售收入	67,580.90	48,119.68	29,918.30
	销售成本	37,458.56	27,137.39	16,990.34
	销售数量	229.42	175.26	119.18
	销售单价	294.58	274.57	251.03
	单位成本	163.28	154.84	142.56
	毛利率	44.57%	43.60%	43.21%
	毛利率变动	0.97%	0.39%	不适用

报告期各期，车身及附件零部件产品毛利率分别为 43.21%、43.60%和 44.57%，平均销售单价与平均单位成本均有所提升，毛利率总体较为平稳。

（4）电子电气零部件产品销售毛利率

报告期内，公司电子电气零部件产品的销售量、销售单价、单位成本、毛利率等

情况如下：

单位：万元，万件，元/件

产品类别	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
电子电气零部件	销售收入	72,284.63	53,538.94	27,873.27
	销售成本	39,837.14	30,149.96	15,850.06
	销售数量	295.20	235.46	125.44
	销售单价	244.87	227.38	222.20
	单位成本	134.95	128.05	126.35
	毛利率	44.89%	43.69%	43.14%
	毛利率变动	1.20%	0.55%	不适用

报告期各期，电子电气零部件产品毛利率分别为 43.14%、43.69%和 44.89%，毛利率整体变动较小，略有提升主要系高毛利产品销售占比提升以及重点 SPU 销售价格提升影响。

（5）其他零部件毛利率

报告期内，公司其他零部件毛利额占比较低，对公司综合毛利率影响较小。

2、不同销售模式的毛利率分析

公司主要通过线上模式开展销售，报告期各期线上销售模式收入合计占比超过 99.00%。公司线上销售模式具体包括线上 B2C 和线上 B2B，两类主要销售模式的毛利率情况如下：

销售模式	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
线上 B2C	91.68%	43.88%	92.62%	42.22%	94.75%	41.03%
线上 B2B	8.25%	38.37%	7.32%	37.39%	5.15%	33.91%

报告期内，公司线上 B2C 收入占比超过 90%，各期线上 B2C 毛利率分别为 41.03%、42.22%和 43.88%，与公司主营业务毛利率变动趋势一致，线上 B2C 模式毛利率高于线上 B2B 模式主要系公司产品通过电商平台直接销售予终端消费者，销售价格高于 B2B 模式下电商平台价格所致。公司在考虑线上 B2C 销售模式的产品定价时，需综合考虑平台服务费、广告推广等费用，因此毛利率会高于线上 B2B 模式。

3、与同行业可比公司毛利率的比较情况

报告期内，公司与同行业上市公司综合毛利率对比如下：

可比公司	2025 年度	2024 年度	2023 年度
安克创新	45.07%	43.67%	43.54%
三态股份	31.74%	28.39%	31.36%
赛维时代	44.47%	43.78%	45.84%
致欧科技	34.93%	34.65%	36.32%
华凯易佰	33.47%	33.85%	36.96%
国贵科技	41.49%	41.91%	43.30%
平均数	38.53%	37.71%	39.55%
公司	43.43%	41.86%	40.66%

数据来源：可比公司公开披露数据，下同；

注：截至本招股说明书签署日，除安克创新、国贵科技外，其他同行业可比公司尚未披露 2025 年财务数据，因此使用 2025 年 1-6 月财务数据。

公司系汽车零部件售后市场跨境电商龙头企业，故选取可比公司时综合考虑跨境电商头部公司及汽车零部件售后市场相关企业进行对比。报告期内，公司主营业务毛利率处于可比公司毛利率合理水平范围内。

公司与其他可比公司毛利率有所差异原因系：第一，从产品类型方面，安克创新、赛维时代、致欧科技主要产品为消费电子产品和生活家居用品，三态股份主营业务收入包括生活家居用品及物流仓储服务收入，公司销售汽车配件产品，汽车零部件售后市场产品相较一般消费品利润水平更为稳定，公司与可比公司间的产品属性存在差异导致毛利率有所分化；第二，运营模式方面，公司专注汽车配件产品并以精品店铺模式为主要经营策略，系亚马逊平台北美头部品牌，而华凯易佰以泛品多店矩阵（亚马逊店铺约 1,200 家）为主要运营策略，精品店铺模式相较泛品多店模式通常具备更高溢价能力，故公司毛利率水平略高于华凯易佰。

公司产品类型、客户结构及运营模式与国贵科技较为相似。产品方面，公司覆盖汽车后市场的大部分品类零部件、国贵科技主要覆盖汽车后市场的改装件；客户方面，公司与国贵科技的主要终端客户均为个人消费者；运营模式方面，公司与国贵科技均以亚马逊和 eBay 为主要电商平台开展业务，故公司与国贵科技毛利率水平较为相近。

（四）期间费用分析

报告期内，公司期间费用金额及占营业收入比例情况如下：

单位：万元

费用类型	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
销售费用	120,220.47	27.08%	87,421.92	26.72%	47,939.43	27.20%
管理费用	20,688.02	4.66%	13,780.43	4.21%	6,339.53	3.60%
研发费用	5,967.06	1.34%	2,849.82	0.87%	1,501.88	0.85%
财务费用	1,142.64	0.26%	-1,247.99	-0.38%	-557.87	-0.32%
合计	148,018.19	33.34%	102,804.18	31.43%	55,222.98	31.34%

报告期各期，公司期间费用合计分别为 55,222.98 万元、102,804.18 万元和 148,018.19 万元，占营业收入的比重分别为 31.34%、31.43%和 33.34%。报告期内，公司期间费用率整体保持稳定。

报告期内，公司与同行业可比公司期间费用率的对比如下：

可比公司	2025 年度	2024 年度	2023 年度
安克创新	35.61%	34.69%	34.10%
三态股份	28.91%	27.32%	22.58%
致欧科技	28.30%	30.09%	27.85%
华凯易佰	31.61%	30.66%	30.53%
赛维时代	39.38%	40.79%	39.30%
国贵科技	30.43%	33.53%	31.40%
平均数	32.37%	32.85%	30.96%
公司	33.34%	31.43%	31.34%

注 1：期间费用率=期间费用/营业收入；

注 2：截至本招股说明书签署日，除安克创新、国贵科技外，其他同行业可比公司尚未披露 2025 年财务数据，因此使用 2025 年 1-6 月财务数据。

报告期各期，公司期间费用率与可比公司平均值接近，不存在明显差异。

1、销售费用

报告期各期，公司销售费用分别为 47,939.43 万元、87,421.92 万元和 120,220.47 万

元，销售费用随着销售规模快速发展而稳步增加。

报告期各期，公司销售费用率分别为 27.20%、26.72%和 27.08%，整体销售费用率较为稳定。

（1）销售费用明细构成

报告期内，公司销售费用明细及结构占比如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
销售平台费	60,995.66	50.74%	42,641.88	48.78%	25,026.98	52.21%
仓储费用	28,084.71	23.36%	19,810.80	22.66%	9,767.48	20.37%
广告流量推广费	17,041.79	14.18%	14,269.02	16.32%	4,978.79	10.39%
职工薪酬费用	9,094.45	7.56%	6,501.39	7.44%	5,167.13	10.78%
折旧与摊销	2,663.51	2.22%	2,499.45	2.86%	1,834.31	3.83%
股份支付费用	104.66	0.09%	80.08	0.09%	68.16	0.14%
其他	2,235.69	1.86%	1,619.30	1.85%	1,096.59	2.29%
合计	120,220.47	100.00%	87,421.92	100.00%	47,939.43	100.00%

公司销售费用主要包括销售平台费、仓储费用、广告流量推广费、职工薪酬费用、折旧与摊销、股份支付费用等。

1) 销售平台费

销售平台费主要为向第三方电商平台支付的平台佣金及交易杂费。报告期各期，公司的销售平台费分别为 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%，整体波动较小。2023 年，公司新拓展 PartsGeek 渠道和独立站渠道销售，相关渠道无销售平台费，且前述平台在 2024 年、2025 年销售收入占比增加，带动销售平台费占收入比例略有下降。2025 年，亚马逊平台渠道收入占比有所上升，该渠道平台费用率相对较高，而 PartsGeek、独立站等渠道收入保持稳定，导致销售平台费占收入比例有所上升。

2) 仓储费用

仓储费用主要包括亚马逊等线上平台为卖家提供仓储服务而收取的费用，以及公

公司向第三方仓储服务商支付的仓储费用等。报告期各期，公司的仓储费用分别为 9,767.48 万元、19,810.80 万元和 28,084.71 万元，占各期营业收入的比例分别为 5.54%、6.06%和 6.33%，呈现上升趋势。主要原因包括：①报告期内，为应对持续增长的客户需求、提升履约能力，公司通过购买包仓服务等方式持续加强仓储能力建设；②报告期内亚马逊 FBA 仓储收费持续上升；③公司持续扩大汽车配件型号覆盖，持续新推出体积较大、重量较重的外饰件型号。

3) 广告流量推广费

广告流量推广费主要为公司媒体渠道投放广告所发生的费用，主要目的为将潜在客户引流至公司独立站及第三方销售平台等渠道。报告期各期，公司的广告流量推广费分别为 4,978.79 万元、14,269.02 万元和 17,041.79 万元，占各期营业收入的比例分别为 2.83%、4.36%和 3.84%。2022 年四季度公司独立站上线，为实现独立站收入快速增长，公司于 2024 年在媒体渠道投放广告力度有所提升，带动当年广告流量推广费金额上升，金额规模与公司独立站渠道收入增长趋势匹配。随着公司独立站收入达到一定规模，独立站对于外部广告引流依赖程度逐步下降，因此 2025 年公司广告流量推广费占营业收入比例有所下降。

4) 职工薪酬费用

报告期各期，公司销售费用内的职工薪酬费用分别为 5,167.13 万元、6,501.39 万元和 9,094.45 万元，占各期营业收入的比例分别为 2.93%、1.99%和 2.05%。2024 年度，随着公司营业收入规模增长，销售人员数量未同比例增长，规模效应持续提升导致销售费用内的职工薪酬费用占收入比例下降。2025 年度，销售费用内的职工薪酬费用占收入比例相较 2024 年度基本保持稳定。

5) 折旧与摊销

报告期各期，折旧与摊销分别为 1,834.31 万元、2,499.45 万元和 2,663.51 万元，占各期营业收入的比例分别为 1.04%、0.76%和 0.60%。销售费用内的折旧与摊销费用主要与租赁自营仓库形成的使用权资产相关，随着公司规模效应释放及作业效率优化，仓储利用率逐步实现提升，报告期内折旧与摊销占收入比例呈现下降趋势。

6) 股份支付费用

报告期各期，销售费用内的股份支付费用分别为 68.16 万元、80.08 万元和 104.66

万元，主要与公司实施的股权激励计划有关。

（2）销售费用率同行业对比分析

报告期内，公司与同行业可比公司销售费用率对比情况如下：

可比公司	2025 年度	2024 年度	2023 年度
安克创新	22.37%	22.54%	22.20%
三态股份	20.99%	21.26%	18.17%
致欧科技	25.04%	24.70%	23.21%
华凯易佰	26.41%	25.09%	23.43%
赛维时代	36.57%	37.78%	35.67%
国贵科技	22.34%	23.39%	22.85%
平均数	25.62%	25.79%	24.25%
公司	27.08%	26.72%	27.20%

注：截至本招股说明书签署日，除安克创新、国贵科技外，其他同行业可比公司尚未披露 2025 年财务数据，因此使用 2025 年 1-6 月财务数据。

公司的销售费用率略高于可比公司，主要原因包括：

1）公司正处于快速增长时期，通过多渠道进行业务推广，广告流量推广费占比较高。

2）相比于可比公司主营品类，公司主营的汽车配件品类具有体积较大、重量较重、周转时间较长的特点，因此汽车配件跨境电商企业通常会产生较高的仓储费用。国贵科技同样从事汽车零部件跨境电商业务，致欧科技主营的家具家居品类亦具有体积和重量较大的特征，仓储费用结构与公司较为类似。此外，相比于国贵科技，公司来自于亚马逊 FBA 模式的收入占比较高，FBA 模式仓储费用相对较高，且公司通过购买包仓服务等方式持续加强仓储能力建设，亦导致公司仓储费用占比相对较高。

综合前述因素，公司销售费用率略高于可比公司整体水平，与国贵科技和致欧科技较为接近，具有合理性。

2、管理费用

报告期各期，公司管理费用分别为 6,339.53 万元、13,780.43 万元和 20,688.02 万元，占各期营业收入的比例分别为 3.60%、4.21%和 4.66%，总体呈现上升趋势。

（1）管理费用构成和变动分析

报告期内，公司管理费用明细及结构占比如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬费用	12,372.55	59.81%	8,330.93	60.45%	3,374.03	53.22%
折旧与摊销	1,448.09	7.00%	1,095.99	7.95%	577.91	9.12%
咨询服务费	1,989.92	9.62%	1,716.39	12.46%	552.98	8.72%
租赁、装修、办公、物业管理及水电费	1,797.32	8.69%	1,020.53	7.41%	662.45	10.45%
业务招待及差旅费	545.61	2.64%	404.86	2.94%	207.97	3.28%
股份支付费用	834.63	4.03%	255.27	1.85%	210.68	3.32%
其他	1,699.90	8.22%	956.45	6.94%	753.51	11.89%
合计	20,688.02	100.00%	13,780.43	100.00%	6,339.53	100.00%

公司管理费用主要为职工薪酬费用、折旧与摊销、咨询服务费、租赁、装修、办公、物业管理及水电费等。

1) 职工薪酬费用

报告期内，职工薪酬费用为公司管理费用主要的构成科目，金额分别为 3,374.03 万元、8,330.93 万元和 12,372.55 万元，占各期营业收入的比例分别为 1.91%、2.55%和 2.79%。报告期内，随着公司业务规模快速增长，人员数量有所增加，员工薪酬待遇有所提升，导致管理费用内的职工薪酬费用占公司营业收入的比例有所增长。

2) 折旧与摊销

报告期内，折旧与摊销费用分别为 577.91 万元、1,095.99 万元和 1,448.09 万元，主要是由于随着公司业务规模的扩大，管理用使用权资产相关的折旧金额亦快速增长。

3) 咨询服务费

报告期内，公司的咨询服务费分别为 552.98 万元、1,716.39 万元和 1,989.92 万元，主要是由于公司因日常经营、融资、筹备 IPO 等需求，聘请专业顾问机构发生的费用。

4) 租赁、装修、办公、物业管理及水电费、业务招待及差旅费

报告期内，公司的租赁、装修、办公、物业管理及水电费、业务招待及差旅费合计金额分别为 870.43 万元、1,425.39 万元和 2,342.93 万元，呈现增长趋势，主要原因为随着公司经营规模的扩大，相关费用亦相应增长，与公司收入增长情况相匹配。

5) 股份支付费用

报告期内，公司于管理费用中确认股份支付费用分别为 210.68 万元、255.27 万元和 834.63 万元，主要系公司实施股权激励所致。

（2）管理费用率同行业对比分析

报告期内，公司与同行业可比公司管理费用率对比情况如下：

可比公司	2025 年度	2024 年度	2023 年度
安克创新	3.58%	3.52%	3.33%
三态股份	2.84%	2.22%	1.54%
致欧科技	4.30%	3.69%	4.02%
华凯易佰	5.07%	4.87%	6.38%
赛维时代	2.14%	2.13%	2.36%
国贵科技	4.31%	5.17%	4.71%
平均数	3.71%	3.60%	3.72%
公司	4.66%	4.21%	3.60%

注：截至本招股说明书签署日，除安克创新、国贵科技外，其他同行业可比公司尚未披露 2025 年财务数据，因此使用 2025 年 1-6 月财务数据。

报告期内，不同公司在业务产品、运营模式、管理效率等方面存在一定差异，公司管理费用率处于与同行业可比公司区间内，不存在重大差异。

3、研发费用

报告期各期，公司研发费用分别为 1,501.88 万元、2,849.82 万元和 5,967.06 万元，占营业收入比例分别为 0.85%、0.87%和 1.34%。2023-2025 年，公司累计研发投入金额为 10,318.77 万元，占最近三年累计营业收入的比例为 1.09%，研发投入复合增长率为 99.33%。

（1）研发费用构成及变动分析

报告期内，公司研发费用明细及结构占比如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬费用	5,108.96	85.62%	2,657.69	93.26%	1,342.56	89.39%
技术服务费	785.87	13.17%	186.14	6.53%	150.94	10.05%
股份支付费用	61.39	1.03%	-	-	-	-
其他	10.84	0.18%	5.99	0.21%	8.38	0.56%
合计	5,967.06	100.00%	2,849.82	100.00%	1,501.88	100.00%

公司研发费用中主要支出项目为研发人员薪酬、技术服务费等。

1) 职工薪酬费用

报告期各期，公司研发人员薪酬占研发费用比例分别为 89.39%、93.26%和 85.62%，为研发费用主要构成。报告期内，公司持续加大研发投入，引入经验丰富的研发人员，人员规模和人均薪酬稳步增长，与公司经营规模和研发需求持续增加相适应。

2) 技术服务费

报告期各期，公司的技术服务费分别为 150.94 万元、186.14 万元和 785.87 万元。为充分利用外部技术实力扩充公司的研发能力，报告期内公司根据自身研发需求，选择外部研发机构开展合作，相关费用计入技术服务费。2025 年，为进一步提升公司数智化水平，充分利用外部研发资源和能力，公司与北京数势云创科技有限公司、凯启未来（杭州）科技有限公司、福州大学等公司及院校开展委托研发合作，导致当年技术服务费金额及占比显著上升。

(2) 研发费用投入项目情况

报告期内，公司研发费用合计发生额超过 200 万元的研发项目情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	项目预算	研发费用				研发进度
			2025 年	2024 年	2023 年	合计	
1	基于季节性自回归移动平均模型的销售数据预测及购销协调计划系统	830.00	348.71	74.75	200.49	623.95	已完成

序号	项目名称	项目预算	研发费用				研发进度
			2025 年	2024 年	2023 年	合计	
2	业务流程自动化与数字化的移动端审批平台	355.00	-	37.26	209.16	246.42	已完成
3	电子邮件营销和客户关系管理体系	830.00	373.99	280.42	-	654.41	已完成
4	基于 AIoT 多维映射的全生命周期质检图码融合精准管控系统	915.00	527.62	130.67	68.15	726.44	已完成
5	基于手持设备的出库巡检全流程覆盖的数字化管理系统	245.00	53.64	140.17	31.30	225.11	已完成
6	基于微服务架构关联 Java 开发驱动实现的德国仓库 SKU 主数据一体化精准智能联动管控平台	930.00	121.34	388.94	184.21	694.48	已完成
7	基于搜索数据报表与流量数据信息化管理系统	716.00	155.64	266.23	85.30	507.18	已完成
8	A-premium 自建独立站及站点数据智能分析系统	2,290.00	921.71	412.26	138.33	1,472.31	已完成
9	跨境汽配业财智能数据集成与管控平台开发	1,285.00	389.09	296.45	104.62	790.16	已完成
10	商品标题个性化拆分与智能车型筛选器信息管理系统	1,470.00	463.67	606.83	81.15	1,151.66	已完成
11	基于大数据分析 with 自动化生成的库存智能动态报表系统	590.00	402.39	-	-	402.39	已完成
12	大数据与智能洞察开发	280.00	203.44	-	-	203.44	已完成
13	智慧供应链计划系统	680.00	568.46	-	-	568.46	已完成
14	基于大数据集成和 AI 技术的智能决策管理系统	750.00	533.49	140.64	-	674.14	已完成
15	全渠道订单全流程自动化综合管理系统	310.00	242.32	-	-	242.32	已完成
16	跨境汽配业财融合一体化自动核算支持系统	770.00	271.89	-	-	271.89	进行中

报告期内，公司研发费用金额与实际投入的研发活动相匹配。

（3）研发投入同行业对比分析

报告期内，公司与同行业可比公司研发费用率对比情况如下：

可比公司	2025 年度	2024 年度	2023 年度
安克创新	9.48%	8.53%	8.08%
三态股份	4.77%	3.69%	2.69%
致欧科技	0.81%	0.95%	0.99%
华凯易佰	0.75%	0.73%	1.00%
赛维时代	1.08%	1.16%	1.34%

可比公司	2025 年度	2024 年度	2023 年度
国贵科技	2.98%	4.25%	2.61%
平均数	3.31%	3.22%	2.78%
公司	1.34%	0.87%	0.85%

注：截至本招股说明书签署日，除安克创新、国贵科技外，其他同行业可比公司尚未披露 2025 年财务数据，因此使用 2025 年 1-6 月财务数据。

报告期内，公司研发费用率分别为 0.85%、0.87%和 1.34%，低于同行业平均水平，但与致欧科技、华凯易佰和赛维时代等公司较为相近，主要与公司研发模式及研发内容相关。

公司研发活动以数字技术为基础，实现业务运营数字化、信息化、智能化，无需大量投入原材料、机器设备等耗材或固定资产，因此研发费用率相对较低。报告期内，公司高度重视研发投入，持续加大研发力度，研发支出稳定上升。

4、财务费用

报告期各期，公司财务费用（负数代表收益）分别为-557.87 万元、-1,247.99 万元和 1,142.64 万元，占营业收入比例分别为-0.32%、-0.38%和 0.26%。

报告期内，公司财务费用明细如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
利息支出	284.42	306.55	288.56
减：利息收入	1,548.47	565.56	221.40
汇兑损失（负数为收益）	1,894.44	-1,295.45	-800.09
手续费	512.24	306.46	175.06
合计	1,142.64	-1,247.99	-557.87

报告期内，公司的财务费用主要为利息支出、利息收入、汇兑损益和手续费。公司银行借款金额极低，利息支出主要由租赁负债产生利息构成。公司以出口销售为主，收入一般以外币结算，经营所使用的主要外币汇率波动会形成一定的汇兑损益。公司日常存在以银行承兑汇票结算供应商货款、通过第三方支付工具收付款的情况，产生手续费计入财务费用。

（五）其他影响利润的主要项目分析

1、税金及附加

报告期内，公司税金及附加构成明细如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
印花税	125.93	105.37	42.80
地方水利建设专项基金	-	1.81	12.05
其他	3.60	0.26	26.43
合计	129.54	107.45	81.28

报告期内，公司税金及附加主要由印花税、地方水利建设专项基金所构成，印花税增长较大主要系公司快速发展，业务规模持续增加所致。

2、其他收益

报告期各期内，公司其他收益分别为 895.43 万元、461.45 万元和 345.97 万元，占当期利润总额的比例分别为 7.07%、1.40%和 0.82%，其他收益构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
政府补助	338.20	457.09	893.41
代扣代缴个人所得税手续费返还	7.77	4.36	2.02
合计	345.97	461.45	895.43

报告期各期内，公司其他收益主要由政府补助构成，相关政府补助明细如下：

单位：万元

年度	序号	项目	金额	类型
2025 年度	1	出口增量补贴	147.05	与收益相关
	2	外经贸发展专项资金	138.76	与收益相关
	3	扩岗补助	17.70	与收益相关
	4	软件产业发展专项奖补	15.00	与收益相关
	5	高新技术企业奖励经费	10.00	与收益相关
	6	外贸企业运用外汇避险产品奖励	6.15	与收益相关

年度	序号	项目	金额	类型
	7	失业保险补助	3.21	与收益相关
	8	录用政府推荐人员补贴	0.33	与收益相关
	合计		338.20	-
2024 年度	1	增值税即征即退	196.98	与收益相关
	2	出口增量补贴	112.60	与收益相关
	3	外经贸发展专项资金	59.52	与收益相关
	4	外贸企业运用外汇避险产品奖励	15.72	与收益相关
	5	扩岗补助	15.45	与收益相关
	6	外汇避险奖励金	11.50	与收益相关
	7	科技计划后补助项目经费	10.00	与收益相关
	8	高新技术企业奖励经费	10.00	与收益相关
	9	产业集聚办公用房专项扶持资金	7.36	与收益相关
	10	录用政府推荐人员补贴	6.75	与收益相关
	11	稳岗补贴	6.74	与收益相关
	12	失业保险补助	3.46	与收益相关
	13	其他	1.01	与收益相关
	合计		457.09	-
2023 年度	1	经济发展贡献奖励	802.66	与收益相关
	2	出口增量补贴	46.41	与收益相关
	3	录用政府推荐人员补贴	18.70	与收益相关
	4	外贸企业运用外汇避险产品奖励	9.84	与收益相关
	5	扩岗补助	7.35	与收益相关
	6	稳岗补贴	5.77	与收益相关
	7	服务贸易补助资金	2.52	与收益相关
	8	其他	0.15	与收益相关
	合计		893.41	-

3、投资收益

报告期内，公司投资收益明细如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
理财产品及结构性存款利息收入	66.38	346.01	133.21

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
衍生金融工具结算收益（损失）	802.76	-123.26	-2,169.99
基金产品在持有期间收到的分红及利息	833.94	429.10	-
基金产品处置收益（损失）	-8.41	-	-
债权投资在持有期间取得的利息收入	1,044.85	168.28	-
三个月以上定期存款在持有期间的投资收益	192.75	88.25	-
关联方资金拆借利息收入	44.46	62.14	-
合计	2,976.73	970.53	-2,036.79

公司的投资收益主要由远期外汇、理财产品、基金产品分红、债权投资利息收入等形成。报告期各期，公司投资收益分别为-2,036.79 万元、970.53 万元和 2,976.73 万元。由于近年汇率波动较大，公司通过购买一定规模的远期合约以对冲汇率波动风险，对投资收益产生一定影响。公司 2025 年投资收益金额较大，主要系公司合理使用暂时闲置自有资金，债权投资规模增长，利息收入增加所致。

4、公允价值变动收益

报告期内，公司公允价值变动收益明细如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
交易性金融资产	-626.13	-374.08	12.15
衍生金融工具	217.48	-212.47	-1,197.09
合计	-408.64	-586.56	-1,184.95

报告期各期，公司公允价值变动收益分别为-1,184.95 万元、-586.56 万元和-408.64 万元，2023 年产生较大金额损失主要与未到期远期外汇合约规模相关，由于期间内汇率波动较大，未到期远期外汇合约估值变动形成损失。

5、信用减值损失、资产减值损失

报告期内，公司信用减值损失及资产减值损失明细情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
信用减值损失	235.23	-394.57	-101.30

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
其中：应收账款减值损失	-143.18	-60.13	-55.19
其他应收款减值损失	379.15	-333.75	-44.09
其他非流动资产信用减值损失	0.51	0.07	-2.52
一年内到期的非流动信用减值损失	-1.24	-0.76	0.50
资产减值损失	-5,447.97	-1,556.16	-1,215.12
其中：存货跌价损失	-5,447.97	-1,556.16	-1,215.12

报告期内，公司信用减值损失（负数为损失）金额分别为-101.30 万元、-394.57 万元和 235.23 万元，主要由应收账款减值损失、其他应收款减值损失构成，公司应收账款账龄较短，主要来自亚马逊、eBay、PartsGeek 等知名电商平台，未出现过违约，信用风险较低；2024 年度其他应收款减值损失主要系计提股东借款减值所致，该款项已于 2025 年 3 月收回。

报告期内，公司资产减值损失（负数为损失）金额分别为-1,215.12 万元、-1,556.16 万元和-5,447.97 万元，系存货跌价损失所形成，随公司存货余额而产生变化。报告期内，公司经营规模不断扩大，期末存货金额逐期增长，存货跌价准备的绝对金额随之上升。2025 年末，公司 3 年以上库龄的库存商品金额有所提高，公司对 3 年以上库龄的库存商品全额计提跌价准备，导致 2025 年资产减值损失相较 2024 年显著增加。报告期内公司存货周转良好，不存在大额滞销、损毁等情形。公司严格按照已制定的会计政策计提各项减值准备，各项资产减值准备计提情况与资产质量实际状况相符，客观反映了公司的资产价值。

6、资产处置收益

报告期内，公司资产处置收益分别为 0.14 万元、120.70 万元和 0 万元，金额较小，对公司经营业绩不构成重大影响，2024 年形成资产处置收益主要系租赁提前终止形成使用权资产处置收益所致。

7、营业外收入

报告期各期，公司营业外收入分别为 3.96 万元、19.08 万元和 22.78 万元，整体金额较小。

8、营业外支出

报告期内，公司营业外支出构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
捐赠支出	10.00	-	41.00
资产盘亏报废损失	-	215.30	-
罚没支出	9.08	1.12	1.70
滞纳金支出	149.69	-	-
其他	19.15	1.58	4.43
合计	187.92	217.99	47.14

报告期内，公司营业外支出金额较小，滞纳金支出主要系进行纳税更正所产生，对公司经营成果影响较小。

9、所得税费用

报告期内，公司所得税费用具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
当期所得税费用	6,269.81	4,457.50	3,629.29
递延所得税费用	-1,144.37	-1,221.22	-2,061.57
合计	5,125.45	3,236.28	1,567.72

报告期各期，公司所得税费用分别为 1,567.72 万元、3,236.28 万元和 5,125.45 万元。公司的递延所得税费用主要为抵销内部未实现利润、资产减值准备等产生的可抵扣暂时性差异所致。

报告期内，公司利润总额与所得税费用调整过程如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
利润总额	42,184.86	32,845.12	12,663.01
按适用税率计算的所得税费用	6,327.73	4,926.77	1,899.45
子公司适用不同税率的影响	-674.77	-1,075.53	-325.19

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
非应税收入的影响	-306.87	-348.14	-26.96
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	371.16	78.69	52.27
未确认可抵扣亏损和可抵扣暂时性差异的纳税影响	33.98	58.30	135.41
利用以前年度未确认可抵扣亏损和可抵扣暂时性差异的纳税影响	-	-106.06	-
研发费加计扣除的影响	-612.04	-227.44	-148.86
适用税率变化对已确认递延所得税资产和递延所得税负债的影响	-	-	13.98
其他	-13.74	-70.30	-32.38
所得税费用	5,125.45	3,236.28	1,567.72

（六）非经常性损益分析

报告期内，公司归属于母公司股东的非经常性损益净额分别为-1,969.68 万元、591.20 万元和 2,463.52 万元，公司非经常性损益的构成明细及分析具体内容详见本节之“五、非经常性损益情况”。

（七）政府补助

报告期内，公司收到的政府补助具体明细详见本节之“八、经营成果分析”之“（五）其他影响利润的主要项目分析”之“2、其他收益”相关内容。

公司计入其他收益的政府补助均按规定计入非经常性损益，符合《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》的要求。

（八）纳税情况

1、主要税种缴纳情况

报告期内，公司主要税种的缴纳情况如下：

单位：万元

项目	增值税	企业所得税
2023 年 1 月 1 日未交数	-1,714.14	1,437.69
本年应交数	-7,773.72	3,629.29
本年已交数	7.81	3,223.94
本年税收返还	7,710.31	-

项目	增值税	企业所得税
汇兑差异	-	5.22
2023 年 12 月 31 日未交数	-1,785.37	1,848.25
本年应交数	-16,051.45	4,457.50
本年已交数	257.02	5,080.90
本年税收返还	14,141.78	2.24
汇兑差异	-	-14.05
2024 年 12 月 31 日未交数	-3,952.06	1,213.04
本年应交数	-17,704.58	6,269.81
本年已交数	0.04	4,242.01
本年税收返还	16,567.54	30.31
汇兑差异	-0.04	43.82
2025 年 12 月 31 日未交数	-5,089.19	3,314.98

报告期内，公司遵守各国家及地方的税收法律、法规，依法缴纳各种税金，执行的税种、税率均符合相关税收法律、法规的规定。

2、报告期税收优惠对发行人的影响情况

报告期内，公司企业所得税优惠金额及占当期利润总额的比例如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
企业所得税优惠金额	4,202.10	4,223.23	2,333.50
利润总额	42,184.86	32,845.12	12,663.01
所得税优惠金额占利润总额的比例	9.96%	12.86%	18.43%

公司及合并范围内子公司享受的税收优惠主要为因技术先进型服务企业资质、小微企业资质等享受的企业所得税优惠，报告期内享受的企业所得税优惠金额分别为 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%。发行人享受税收优惠对公司经营业绩有一定积极影响，但是发行人的经营成果对税收优惠不存在重大依赖。上述税收优惠实施以来具有较强的历史一致性和连贯性，若未来公司主要税收优惠政策发生变化，将一定程度上对公司业绩产生不利影响，但鉴于报告期内公司各项税收优惠金额占利润总额相对较低，相关税收政

策变动可能对发行人未来业绩产生的影响较小。

九、资产质量分析

（一）资产总体分析

报告期各期末，公司资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年末		2024 年末		2023 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	285,398.84	85.93%	227,948.67	88.01%	127,780.88	88.58%
非流动资产	46,736.03	14.07%	31,043.00	11.99%	16,475.95	11.42%
资产合计	332,134.87	100.00%	258,991.67	100.00%	144,256.83	100.00%

报告期各期末，公司资产总额分别为 144,256.83 万元、258,991.67 万元和 332,134.87 万元。其中，公司流动资产分别为 127,780.88 万元、227,948.67 万元和 285,398.84 万元，占资产总额的比例分别为 88.58%、88.01%和 85.93%。

（二）流动资产构成及变动分析

报告期各期末，公司流动资产的具体构成如下：

单位：万元

项目	2025 年末		2024 年末		2023 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	113,011.46	39.60%	75,000.57	32.90%	47,270.92	36.99%
交易性金融资产	6,205.62	2.17%	8,054.91	3.53%	2,512.15	1.97%
衍生金融资产	230.65	0.08%	63.97	0.03%	-	-
应收账款	9,887.86	3.46%	6,269.60	2.75%	3,653.14	2.86%
预付款项	5,643.25	1.98%	2,791.02	1.22%	1,695.63	1.33%
其他应收款	960.68	0.34%	7,809.10	3.43%	1,807.92	1.41%
存货	138,138.30	48.40%	119,329.02	52.35%	66,145.93	51.77%
一年内到期的非流动资产	1,287.82	0.45%	87.33	0.04%	11.84	0.01%
其他流动资产	10,033.19	3.52%	8,543.15	3.75%	4,683.35	3.67%
流动资产合计	285,398.84	100.00%	227,948.67	100.00%	127,780.88	100.00%

公司流动资产主要由货币资金、交易性金融资产、应收账款、存货、其他流动资产构成，报告期各期末，以上五项合计占流动资产的比重超过 95%。

1、货币资金

报告期各期末，公司货币资金构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
库存现金	-	-	2.24
银行存款	88,377.33	49,676.41	31,452.51
其他货币资金	24,613.71	25,228.18	15,809.98
货币资金-应收利息	20.42	95.97	6.20
合计	113,011.46	75,000.57	47,270.92

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 47,270.92 万元、75,000.57 万元和 113,011.46 万元，公司货币资金主要由银行存款、其他货币资金构成。近年公司银行存款规模提升，主要系一方面公司经营业务发展向好，销售规模持续扩大，销售回款情况良好；另一方面，公司开展了多轮股权融资，以满足发展需求，因此公司各期末货币资金余额逐年增加。其他货币资金主要为存放于第三方支付平台的款项及各类保证金。

2、交易性金融资产

报告期各期末，公司交易性金融资产余额分别为 2,512.15 万元、8,054.91 万元和 6,205.62 万元，占流动资产的比例为 1.97%、3.53%和 2.17%。交易性金融资产主要系公司使用暂时闲置资金购买的银行理财产品、公募债券型基金产品和结构性存款等。

3、衍生金融资产

报告期各期末，公司衍生金融资产余额分别为 0.00 万元、63.97 万元和 230.65 万元，金额及占比均较低。公司衍生金融资产主要系为对冲外汇风险购买的外汇远期合约及掉期合约，以公允价值计量且其变动计入当期损益。外汇远期合约及掉期合约的公允价值系根据协议银行提供的公允价值估值报告确定。

4、应收账款

（1）应收账款构成和变动分析

公司应收账款主要为应收第三方电商平台货款，账龄较短且回收风险较小，报告期内回款情况良好，不存在重大坏账风险。报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 3,653.14 万元、6,269.60 万元和 9,887.86 万元，占当期流动资产比例分别为 2.86%、2.75%和 3.46%，占各期营业收入的比例分别为 2.07%、1.92%和 2.23%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
应收账款余额	10,160.93	6,400.22	3,723.89
坏账准备	273.07	130.62	70.75
坏账准备计提比例	2.69%	2.04%	1.90%
应收账款净额	9,887.86	6,269.60	3,653.14
流动资产	285,398.84	227,948.67	127,780.88
应收账款净额/流动资产	3.46%	2.75%	2.86%
营业收入	443,971.89	327,129.36	176,219.39
应收账款净额/营业收入	2.23%	1.92%	2.07%

公司各期末应收账款规模随公司业务规模增长而增加，变动趋势与公司营业收入的变动趋势一致，应收账款净额占营业收入的比例较为稳定。

（2）应收账款主要客户情况

报告期各期末，公司应收账款前五大客户为：

单位：万元

期末	平台/客户名称	应收账款余额	占比	坏账准备金额
2025 年末	亚马逊	5,978.70	58.84%	87.85
	PartsGeek	2,831.50	27.87%	141.58
	CarParts	549.19	5.40%	27.46
	eBay	270.13	2.66%	2.70
	Autodoc	248.85	2.45%	2.49
	合计	9,878.37	97.22%	262.07

期末	平台/客户名称	应收账款余额	占比	坏账准备金额
2024 年末	亚马逊	5,122.36	80.03%	77.59
	PartsGeek	854.88	13.36%	42.74
	eBay	256.53	4.01%	2.57
	Turn5	45.36	0.71%	2.27
	Alibaba	15.27	0.24%	0.15
	合计	6,294.40	98.35%	125.32
2023 年末	亚马逊	2,899.58	77.86%	41.72
	PartsGeek	487.54	13.09%	24.38
	eBay	264.88	7.11%	2.65
	Walmart	20.18	0.54%	0.20
	Alibaba	19.65	0.53%	0.20
	合计	3,691.81	99.13%	69.15

报告期各期末，公司应收账款对象主要为亚马逊、eBay、PartsGeek 等知名电商平台企业，商业信誉及偿债能力较强，前五名余额合计占比分别为 99.13%、98.35%和 97.22%。2025 年末，公司对 PartsGeek 应收账款余额较上一年末增幅较大，主要系业务规模扩大，客户议价能力增强，经协商适当延长信用期所致。公司应收账款类型包括应收平台暂存款和应收交易货款，其中应收平台暂存款系消费者向电商平台支付的销售订单款项。报告期各期末应收账款前五大对象中，公司对亚马逊应收账款包括应收平台暂存款及向亚马逊 VC 销售产生的应收交易货款；对 eBay、Walmart、Alibaba、Autodoc 应收款为应收平台暂存款；除上述对象之外为应收交易货款。

报告期各期末，公司应收账款中无持有公司 5%（含）以上表决权股份的股东单位款项。

（3）应收账款账龄及坏账准备计提情况

报告期各期末，公司应收账款账龄及坏账准备计提情况如下：

单位：万元

账龄	2025 年 12 月 31 日			
	预期平均损失率	账款余额	信用损失准备	账面价值
1 年以内	2.69%	10,160.93	273.07	9,887.86
账龄	2024 年 12 月 31 日			

	预期平均损失率	账款余额	信用损失准备	账面价值
1 年以内	2.04%	6,400.22	130.62	6,269.60
账龄	2023 年 12 月 31 日			
	预期平均损失率	账款余额	信用损失准备	账面价值
1 年以内	1.90%	3,723.89	70.75	3,653.14

报告期各期末，公司应收账款均在 1 年以内，计提信用损失准备金额分别为 70.75 万元、130.62 万元和 273.07 万元。应收账款账龄较短，坏账风险较小，与公司业务模式相符。

报告期各期末，按应收账款坏账计提方法分类分析如下：

1) 2025 年 12 月 31 日：

单位：万元

种类	2025 年 12 月 31 日				
	账面余额		信用损失准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
按单项计提信用损失准备	-	-	-	-	-
按组合计提信用损失准备	10,160.93	100.00%	273.07	2.69%	9,887.86
其中：					
信用风险组合一	5,874.41	57.81%	58.74	1.00%	5,815.67
信用风险组合二	4,286.52	42.19%	214.33	5.00%	4,072.19
合计	10,160.93	100.00%	273.07	2.69%	9,887.86

注 1：信用风险组合一系应收知名电商平台为公司代收的销售款项，下同；

注 2：信用风险组合二系除单项测试后发生减值及组合一外的应收账款，下同。

2) 2024 年 12 月 31 日：

单位：万元

种类	2024 年 12 月 31 日				
	账面余额		信用损失准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
按单项计提信用损失准备	-	-	-	-	-
按组合计提信用损失准备	6,400.22	100.00%	130.62	2.04%	6,269.60

种类	2024 年 12 月 31 日				
	账面余额		信用损失准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
其中：					
信用风险组合一	4,734.88	73.98%	47.35	1.00%	4,687.54
信用风险组合二	1,665.33	26.02%	83.27	5.00%	1,582.07
合计	6,400.22	100.00%	130.62	2.04%	6,269.60

3) 2023 年 12 月 31 日：

单位：万元

种类	2023 年 12 月 31 日				
	账面余额		信用损失准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
按单项计提信用损失准备	-	-	-	-	-
按组合计提信用损失准备	3,723.89	100.00%	70.75	1.90%	3,653.14
其中：					
信用风险组合一	2,886.11	77.50%	28.86	1.00%	2,857.25
信用风险组合二	837.78	22.50%	41.89	5.00%	795.89
合计	3,723.89	100.00%	70.75	1.90%	3,653.14

（4）应收账款期后回款情况

报告期各期末应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
应收账款余额①	10,160.93	6,400.22	3,723.89
期后回款金额②	10,160.93	6,400.22	3,723.89
期后回款比例②/①	100.00%	100.00%	100.00%

注：期后回款截止时间为 2026 年 3 月末。

公司报告期各期末应收账款余额期后回款情况良好，截至 2026 年 3 月末，各期末期后回款比例均为 100.00%。

5、预付款项

报告期各期末，公司预付款项余额分别为 1,695.63 万元、2,791.02 万元和 5,643.25 万元，占当期流动资产比例分别为 1.33%、1.22%和 1.98%，占比较低，为对部分供应商的预付款，账龄均为一年以内，对公司生产经营影响较小。报告期各期末，公司预付款项前五名情况如下：

单位：万元

2025 年 12 月 31 日				
序号	单位名称	金额	占比	款项内容
1	Zoren Automotive Electric (Thailand) Co.,Ltd.	1,370.36	24.28%	预付货款
2	Howwell (Thailand) Co.,Ltd.	1,054.32	18.68%	预付货款
3	Joinhands International (Thailand) Co.,Ltd.	702.88	12.46%	预付货款
4	宁波奥博汽车电器有限公司	383.71	6.80%	预付货款
5	Sitronic Automotive Technology Co.,Ltd.	351.44	6.23%	预付货款
合计		3,862.70	68.45%	
2024 年 12 月 31 日				
序号	单位名称	金额	占比	款项内容
1	免志实业股份有限公司	472.74	16.94%	预付货款
2	浙江欧迪恩传动科技股份有限公司	324.18	11.62%	预付货款
3	宁波奥博汽车电器有限公司	286.04	10.25%	预付货款
4	台州宇森汽车用品有限公司	253.15	9.07%	预付货款
5	普洛斯（莆田）仓储有限公司	156.12	5.59%	预付仓库租金
合计		1,492.22	53.47%	
2023 年 12 月 31 日				
序号	单位名称	金额	占比	款项内容
1	北京世纪卓越快递服务有限公司	436.15	25.72%	预付物流款
2	Auto Partner S.A.	159.02	9.38%	预付货款
3	普洛斯（莆田）仓储有限公司	143.92	8.49%	预付仓库租金
4	青岛德玛国际物流有限公司	102.77	6.06%	预付物流款
5	长沙市国联汽车零部件有限公司	74.33	4.38%	预付货款
合计		916.18	54.03%	

报告期各期末，公司预付账款主要为物流款、货款和仓库租金，预付款项规模随

公司采购及业务规模变化而提升，前五名预付对象与公司均不存在关联关系。2025 年末，公司预付款项前五名主要为产品供应商，其中，境外主体预付款金额增加主要系为应对关税税率波动的影响，境内供应商布局海外产能，公司预付其境外主体采购货款增加所致。

6、其他应收款

报告期各期末，其他应收款的账面价值分别为 1,807.92 万元、7,809.10 万元和 960.68 万元，占当期流动资产比例分别为 1.41%、3.43%和 0.34%，占比较小，主要系押金和保证金、应收平台在途资金、应收供应商质量索赔款、股东借款等。

单位：万元

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
股东借款利息	-	62.14	-
应收供应商质量赔款	514.00	1,248.74	973.53
押金和保证金	146.08	403.63	358.40
应收在途资金	86.39	111.27	225.14
代垫员工社保	208.16	173.60	58.66
员工借款	-	45.00	45.00
股东借款	-	6,000.00	-
员工备用金	32.45	15.20	13.69
其他	4.86	159.96	210.14
其他应收款账面余额	991.94	8,219.55	1,884.56
减：坏账准备	31.27	410.45	76.64
其他应收款账面价值	960.68	7,809.10	1,807.92

其中，股东借款方面，2024 年 8 月，公司股东会审议通过向员工持股平台福州智腾提供 6,000 万元临时性借款用于缴纳公司注册资本，并相应计提利息；2025 年 3 月，福州智腾已经将相应本金及利息归还。具体参见本招股说明书之“第八节 公司治理与独立性”之“八、关联交易”之“（四）偶发性关联交易”。

应收供应商质量赔款方面，由于公司与供应商约定了质量保证条款，在质保期内，若公司已售产品收到客户质量投诉或产生退货退款等情况，公司将与供应商就具体产品协商索赔，相关损失由供应商赔付。

7、存货

（1）存货规模及变动情况分析

报告期各期末，公司存货规模及变动情况如下：

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
存货余额（万元）	145,227.13	122,245.72	67,938.22
跌价准备（万元）	7,088.83	2,916.70	1,792.30
存货净额（万元）	138,138.30	119,329.02	66,145.93
存货净额占营业成本比例	55.00%	62.74%	63.26%

报告期各期末，公司存货净额分别为 66,145.93 万元、119,329.02 万元和 138,138.30 万元，期末存货随着公司销售规模稳步增加。影响各期末存货金额变动的主要因素包括预计销量、备货节奏及销售周期等。报告期各期末，公司存货净额占各期营业成本的比例分别为 63.26%、62.74%和 55.00%，2025 年末存货净额占营业成本比例有所下降，主要系公司期末控制备货规模所致。

报告期内公司逐步优化并科学制定采购和物控计划，库存管理水平良好，存货余额基本与业务规模、发展需要相匹配。

（2）存货构成分析

报告期各期末，公司存货账面价值构成如下：

单位：万元

明细构成	2025 年末		2024 年末		2023 年末	
	账面价值	比例	账面价值	比例	账面价值	比例
库存商品	136,348.80	98.70%	117,607.55	98.56%	65,329.64	98.77%
发出商品	1,065.44	0.77%	963.10	0.81%	427.41	0.65%
合同履约成本	353.30	0.26%	436.64	0.37%	210.18	0.32%
周转材料	370.76	0.27%	321.74	0.27%	178.69	0.27%
合计	138,138.30	100.00%	119,329.02	100.00%	66,145.93	100.00%

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，占公司流动资产比例分别为 51.77%、52.35%和 48.40%。公司库存商

品为公司存货重要组成部分，主要存放于公司自营仓、海外平台仓、海外合作仓等。发出商品主要为公司已发货但尚未满足收入确认条件的商品，合同履约成本系尚未达到收入确认时点而暂未结转的尾程运费。

（3）存货库龄情况分析

报告期各期末，公司存货库龄主要在 1 年以内，公司存货的库龄情况如下：

单位：万元

库龄	2025 年末		2024 年末		2023 年末	
	存货余额	占比	存货余额	占比	存货余额	占比
1 年以内	120,450.05	82.94%	109,646.36	89.69%	59,465.45	87.53%
1-2 年	19,552.53	13.46%	7,565.50	6.19%	7,094.13	10.44%
2-3 年	2,795.69	1.93%	4,612.34	3.77%	1,010.20	1.49%
3 年以上	2,428.86	1.67%	421.51	0.34%	368.44	0.54%
合计	145,227.13	100.00%	122,245.72	100.00%	67,938.22	100.00%

报告期各期末，公司存货库龄在 1 年以上的存货余额分别为 8,472.77 万元、12,599.35 万元和 24,777.08 万元，占比分别为 12.47%、10.30%和 17.06%。2025 年末，公司存货库龄在 1 年以上金额和占比均有所提升，其中 1-2 年库龄存货及 3 年以上存货规模与占比有所提升。1-2 年库龄存货规模增加主要系公司在 2024 年四季度考虑到国际贸易政策因素增加产品备货规模所致；3 年以上库龄存货规模增加主要系 2022 年公司处于高增长时期，彼时产品开发及备货量较为激进所致。

（4）存货跌价准备分析

报告期内，公司存货库龄主要集中在一年以内，存货周转处于正常水平。公司存货按成本高于可变现净值的差额计提跌价准备。报告期各期末公司存货跌价准备余额分别为 1,792.30 万元、2,916.70 万元和 7,088.83 万元，占各期末存货账面余额比例分别为 2.64%、2.39%和 4.88%。各期末金额提升主要系随着公司业务规模的扩大和产品采购金额的增加，公司期末存货金额逐期增长，导致存货跌价准备的绝对金额有所上升。

报告期各期，公司与可比公司存货跌价计提比例对比情况如下：

可比公司	2025 年末	2024 年末	2023 年末
安克创新	6.81%	3.70%	5.55%

可比公司	2025 年末	2024 年末	2023 年末
三态股份	26.84%	24.61%	21.11%
致欧科技	1.47%	1.37%	0.65%
华凯易佰	8.15%	5.33%	3.80%
赛维时代	1.24%	0.76%	1.36%
国贵科技	3.11%	6.04%	7.07%
平均值	4.16%	3.44%	3.68%
发行人	4.88%	2.39%	2.64%

注 1：截至本招股说明书签署日，除安克创新、国贵科技外，其他同行业可比公司尚未披露 2025 年财务数据，因此使用截至 2025 年 6 月 30 日财务数据。

注 2：为确保可比性，上表计算的平均值剔除三态股份。

公司汽车配件通常不存在变质、过期等情形，且报告期内公司存货基本不存在滞销等情况，公司产品价格及毛利率总体平稳，库龄结构及存货周转水平保持良好，一定程度上导致公司存货跌价的可能性较小。结合产品市场估计售价以及实现销售所需发生的相关物流费用、平台交易费用等相关成本进行测算，报告期各期末，公司存货跌价准备余额占期末存货余额的比例分别为 2.64%、2.39%和 4.88%，存货跌价准备计提充分，处于行业合理水平。

8、其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产分别为 4,683.35 万元、8,543.15 万元和 10,033.19 万元，占流动资产比例分别为 3.67%、3.75%和 3.52%，具体构成如下：

单位：万元

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
增值税进项税	5,089.19	3,952.06	2,037.91
应收出口退税	3,067.11	3,124.33	2,268.05
应收退货成本	681.04	406.15	249.62
合同取得成本	213.19	204.39	124.30
预缴所得税	511.53	686.26	-
境外间接税	25.99	4.82	3.48
其他	445.14	165.14	-
合计	10,033.19	8,543.15	4,683.35

公司其他流动资产主要包括增值税进项税、应收出口退税、应收退货成本、合同取得成本和预缴所得税，各期末金额与采购及发货规模等相关，近年来公司采购规模持续增长，且第四季度为海运发货旺季，故期末形成较大金额的预付增值税进项税和应收出口退税。

（三）非流动资产构成及变动分析

报告期内，公司非流动资产的构成如下：

单位：万元

项目	2025 年末		2024 年末		2023 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
债权投资	22,933.54	49.07%	14,155.97	45.60%	-	-
其他权益工具投资	1,071.89	2.29%	-	-	-	-
固定资产	8,764.05	18.75%	3,545.06	11.42%	1,507.89	9.15%
在建工程	-	-	310.76	1.00%	790.98	4.80%
使用权资产	8,122.82	17.38%	8,833.70	28.46%	11,028.82	66.94%
无形资产	-	-	7.86	0.03%	16.43	0.10%
长期待摊费用	1,159.50	2.48%	910.33	2.93%	443.74	2.69%
递延所得税资产	3,641.42	7.79%	2,469.39	7.95%	1,796.61	10.90%
其他非流动资产	1,042.82	2.23%	809.92	2.61%	891.48	5.41%
非流动资产合计	46,736.03	100.00%	31,043.00	100.00%	16,475.95	100.00%

公司非流动资产主要由债权投资、固定资产、使用权资产、递延所得税资产构成，具体分析如下：

1、债权投资

报告期内，公司为提升闲置资金利用效率，使用自有资金购买大额存单及债券，各期末债权投资的具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
大额存单	2,015.97	1,047.00	-
债券投资	20,917.57	13,108.98	-
合计	22,933.54	14,155.97	-

上述债权投资主要系为实现资金的保值增值，在优先满足公司快速发展资金需求的同时，合理利用暂时闲置的自有资金，购买期限在一年以上的金融产品。该类债权投资的交易对手方和金融产品对应的发行方均系资金实力雄厚的大型商业银行，其资产实力及信用良好，可回收性较高，不存在明显的减值迹象，不会对公司的流动性产生重大不利影响。

2、其他权益工具投资

报告期期末，其他权益工具投资余额为 1,071.89 万元，主要系发行人持有美股上市公司 CarParts.com, Inc.（股票代码：PRTS）的股权。发行人初始出资 317.21 万美元，获配 305 万股，截至 2026 年 3 月 13 日的持股比例为 4.3267%。

CarParts.com, Inc. 是一家售后汽车零部件的领先在线提供商，2007 年在纳斯达克上市，股票代码 PRTS，该公司通过其官方网站、eBay 等向个人消费者等销售产品，其核心产品涵盖汽车后市场的碰撞件、机械件，以及高性能改装件与配件等。CarParts 拥有成熟的线上销售渠道与品牌影响力，发行人参股 CarParts 有助于进一步拓展北美汽配市场。

3、固定资产

（1）固定资产的分布特征与变动原因

报告期各期末，公司固定资产账面价值情况如下：

单位：万元

项目	2025 年末		2024 年末		2023 年末	
	净值	占比	净值	占比	净值	占比
机器设备	788.98	9.00%	815.15	22.99%	89.52	5.94%
电子设备	607.43	6.93%	593.87	16.75%	194.02	12.87%
运输设备	446.20	5.09%	609.62	17.20%	437.51	29.01%
其他设备	1,478.04	16.86%	1,526.41	43.06%	786.83	52.18%
土地	5,443.38	62.11%	-	-	-	-
合计	8,764.05	100.00%	3,545.06	100.00%	1,507.89	100.00%

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 1,507.89 万元、3,545.06 万元和

8,764.05 万元，占当期非流动资产的比例分别为 9.15%、11.42%和 18.75%。2024 年末固定资产较上一年期末增加 2,037.17 万元，主要系公司对仓库设施进行升级，提升仓储面积并配置了智能化仓储设备，新增固定资产主要由货架、机器人、周转箱、叉车及其他物流设备构成。2025 年末固定资产较上一年期末增加 5,218.99 万元，主要系公司为拓展未来东南亚业务于泰国购置土地所致。

报告期各期末，公司固定资产整体使用状况良好，不存在减值迹象，不计提减值准备。

（2）重要固定资产折旧年限与同行业可比公司对比

报告期内，发行人与同行业可比公司重要固定资产折旧均采用年限平均折旧法，其各类固定资产的折旧年限的对比如下：

可比公司	机器设备	电子设备	运输设备
安克创新	-	3-5 年	3-5 年
三态股份	5-10 年	-	4-5 年
致欧科技	3-15 年	3-9 年	3-9 年
华凯易佰	5-10 年	3-5 年	4 年
赛维时代	10 年	5 年	5 年
国贵科技	3-10 年	3 年	4 年
发行人	3-10 年	3 年	3-5 年

注：上表列示的国贵科技的机器设备折旧年限为其披露的生产设备的折旧年限

报告期内，公司的固定资产折旧年限与同行业可比公司采用的标准不存在重大差异。

4、在建工程

报告期内，公司在建工程主要为德国仓智能机器人项目、福抗大厦装修施工项目，截至 2025 年末，上述项目均已完工，具体如下：

单位：万元

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
德国仓智能机器人项目	-	-	712.38
福抗大厦装修施工项目	-	310.76	78.60
合计	-	310.76	790.98

报告期内，公司在建工程不存在减值的情况。

5、使用权资产

报告期各期末，公司使用权资产账面价值分别为 11,028.82 万元、8,833.70 万元及 8,122.82 万元，占非流动资产比例分别为 66.94%、28.46%及 17.38%，主要为长期租赁的办公场所及仓库。各期末公司使用权资产具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
房屋及建筑物	8,122.82	8,833.70	11,028.82
合计	8,122.82	8,833.70	11,028.82

6、无形资产

报告期各期末，公司无形资产金额较小，分别为 16.43 万元、7.86 万元和 0.00 万元，主要为软件使用权。报告期各期末公司无形资产不存在减值迹象，不计提减值准备。

7、长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用账面价值分别为 443.74 万元、910.33 万元和 1,159.50 万元，占当期非流动资产的比例分别为 2.69%、2.93%和 2.48%，金额较小，对公司财务状况影响较小，主要系装修费用和技术服务费，具体如下：

单位：万元

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
装修费用	1,079.59	719.59	185.62
技术服务费	79.91	190.74	258.11
合计	1,159.50	910.33	443.74

8、递延所得税资产

报告期各期末，公司未经抵销的递延所得税资产构成、形成递延所得税资产的可抵扣暂时性差异情况如下：

单位：万元

项目	2025 年末		2024 年末		2023 年末	
	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	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
租赁负债	9,515.60	2,510.07	9,984.40	2,649.01	12,017.26	3,246.96
可抵扣亏损	482.22	120.56	12.39	0.62	159.04	39.76
坏账准备	301.26	72.01	491.65	88.63	120.47	28.24
存货跌价准备	7,084.35	1,527.36	2,916.70	709.64	1,792.30	421.22
衍生金融负债	-	-	69.46	17.37	771.05	192.76
交易性金融资产	-	-	374.15	93.54	-	-
应付退货款	2,661.97	627.93	1,965.18	464.29	1,087.72	284.07
积分	1,565.16	357.64	796.21	182.09	181.75	46.17
预提费用	-	-	60.00	9.00	60.00	9.00
预提诉讼赔偿	-	-	240.00	36.00	-	-
内部交易未实现利润	2,937.26	851.42	2,790.70	761.20	2,901.00	664.85
合计	24,547.83	6,066.99	19,700.84	5,011.38	19,090.59	4,933.02

公司递延所得税资产主要来源于租赁负债、存货跌价、内部交易未实现利润的会计处理与税收政策的差异而产生的可抵扣暂时性差异。其中，报告期各期末，公司计算递延所得税资产的未来适用税率请参见本节之“六、税项”之“（一）主要税种及税率”相关内容。

报告期各期末，公司未经抵销的递延所得税负债构成、形成递延所得税负债的应纳税暂时性差异情况如下：

单位：万元

项目	2025 年末		2024 年末		2023 年末	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
使用权资产	8,000.38	2,108.32	8,726.68	2,308.59	10,901.02	2,935.16
交易性金融资产	4.84	1.21	-	-	12.15	2.81
衍生金融资产	145.20	36.30	63.97	9.61	-	-
运输成本	498.00	124.50	445.52	111.36	402.17	100.54
应收退货成本	596.92	141.24	357.50	84.76	218.01	57.04
固定资产一次性税前扣除	56.02	14.00	110.65	27.66	163.40	40.85

项目	2025 年末		2024 年末		2023 年末	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
境外子公司未分配利润	-	-	-	-	2,377.96	356.69
合计	9,301.36	2,425.57	9,704.32	2,541.98	14,074.70	3,493.10

报告期各期末，抵销后的递延所得税资产和递延所得税负债净额列示如下：

单位：万元

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
抵销后递延所得税资产净额	3,641.42	2,469.39	1,796.61
抵销后递延所得税负债净额	-	-	356.69

9、其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产账面价值分别为 891.48 万元、809.92 万元和 1,042.82 万元，占当期非流动资产的比例分别为 5.41%、2.61%和 2.23%，主要系预付租赁保证金、预付工程款、预付土地款。

（四）资产周转能力分析

报告期各期，公司主要资产营运能力指标如下：

单位：次

营运能力指标	2025 年度	2024 年度	2023 年度
应收账款周转率	53.62	64.62	68.11
存货周转率	1.88	2.00	1.83
总资产周转率	1.50	1.62	1.59

1、应收账款周转率

报告期内，公司与同行业公司应收账款周转率的比较情况如下：

单位：次

名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
安克创新	16.42	14.74	12.09
三态股份	31.27	33.27	28.91

名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
致欧科技	29.92	32.62	34.59
华凯易佰	11.60	14.03	13.47
赛维时代	28.40	37.36	25.54
国贵科技	61.54	71.11	32.70
平均值	29.86	33.86	24.55
发行人	53.62	64.62	68.11

注 1：截至本招股说明书签署日，除安克创新、国贵科技外，其他同行业可比公司尚未披露 2025 年财务数据，因此使用 2025 年 1-6 月财务数据；

注 2：应收账款周转率=营业收入/应收账款平均账面余额，已年化计算。

报告期各期，公司应收账款周转率分别为 68.11 次、64.62 次和 53.62 次，公司与同行业公司相比应收账款周转率相对较高主要系公司亚马逊、eBay 等线上 B2C 业务占比较高，平台回款周期较短。报告期内，公司应收账款周转率有所下降，主要原因系公司对 PartsGeek、CarParts 应收账款余额及占比提升，由于 PartsGeek、CarParts 较亚马逊、eBay 结算周期更长，导致应收账款周转率略有下降。报告期内公司应收账款不存在逾期未回款情况。

2、存货周转率

报告期内，公司与同行业公司存货周转率的比较情况如下：

单位：次

名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
安克创新	3.84	4.71	4.76
三态股份	7.67	10.02	13.43
致欧科技	4.19	4.77	4.88
华凯易佰	3.66	4.27	5.45
赛维时代	3.63	4.39	4.91
国贵科技	1.14	1.11	1.06
平均值	4.02	4.88	5.75
发行人	1.88	2.00	1.83

注 1：截至本招股说明书签署日，除安克创新、国贵科技外，其他同行业可比公司尚未披露 2025 年财务数据，因此使用 2025 年 1-6 月财务数据；

注 2：存货周转率=营业成本/存货平均账面余额，已年化计算。

报告期各期，公司存货周转率分别为 1.83 次、2.00 次和 1.88 次，存货周转率整体波动较小，与国贵科技较为相近，低于其他同行业公司，主要系大部分汽车配件属于耐用品，其需求通常受用户定期维修保养、行驶故障等事件驱动，与一般消费品相比具备维修更换频次较低的特点，且汽配零部件种类型号极为庞杂，不同品牌、车系、年份构成的海量车型需配备不同的零部件，因此单个型号产品需求极为分散，以上因素综合导致公司产品周转速度低于一般跨境电商企业。报告期内，公司持续优化产品运营策略，加强存货管理，存货周转情况良好。

3、总资产周转率

报告期内，公司与同行业公司总资产周转率的比较情况如下：

单位：次

名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
安克创新	1.66	1.68	1.53
三态股份	1.10	1.15	1.55
致欧科技	1.29	1.37	1.34
华凯易佰	2.12	2.34	2.04
赛维时代	2.26	2.46	2.19
国贵科技	1.22	1.11	1.03
平均值	1.61	1.68	1.61
发行人	1.50	1.62	1.59

注 1：截至本招股说明书签署日，除安克创新、国贵科技外，其他同行业可比公司尚未披露 2025 年财务数据，因此使用 2025 年 1-6 月财务数据；

注 2：总资产周转率=营业收入/平均资产总额，已年化计算。

报告期各期，公司总资产周转率分别为 1.59 次、1.62 次和 1.50 次，整体波动较小，与同行业水平较为接近，2025 年度有所下降主要系流动资产增加所致。

十、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）负债总体分析

报告期各期末，公司负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年末		2024 年末		2023 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	97,664.48	93.01%	97,067.29	92.62%	57,003.86	84.88%
非流动负债	7,340.98	6.99%	7,734.39	7.38%	10,153.06	15.12%
负债合计	105,005.46	100.00%	104,801.68	100.00%	67,156.92	100.00%

报告期各期末，公司流动负债余额分别为 57,003.86 万元、97,067.29 万元和 97,664.48 万元，占负债总额的比例分别为 84.88%、92.62%和 93.01%，流动负债是公司负债的主要构成。公司的流动负债主要来自于生产经营过程中产生的应付账款及应付票据等经营性流动负债。

（二）流动负债构成及变化分析

报告期各期末，公司的流动负债具体构成如下：

单位：万元

项目	2025 年末		2024 年末		2023 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	-	-	5.00	0.01%	50.00	0.09%
衍生金融负债	52.44	0.05%	278.38	0.29%	1,219.62	2.14%
应付票据	33,149.73	33.94%	39,402.74	40.59%	28,071.14	49.24%
应付账款	43,111.54	44.14%	41,645.86	42.90%	16,780.15	29.44%
合同负债	3,803.46	3.89%	3,363.98	3.47%	1,774.32	3.11%
应付职工薪酬	4,237.79	4.34%	3,057.34	3.15%	1,709.10	3.00%
应交税费	6,337.79	6.49%	3,119.63	3.21%	2,477.17	4.35%
其他应付款	733.61	0.75%	910.49	0.94%	1,375.61	2.41%
一年内到期的非流动负债	2,174.62	2.23%	2,250.01	2.32%	2,220.90	3.90%
其他流动负债	4,063.52	4.16%	3,033.86	3.13%	1,325.85	2.33%
流动负债合计	97,664.48	100.00%	97,067.29	100.00%	57,003.86	100.00%

1、短期借款

报告期各期末，公司短期借款情况如下：

单位：万元

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
保证借款	-	5.00	50.00
合计	-	5.00	50.00

报告期各期末，短期借款余额分别为 50.00 万元、5.00 万元和 0.00 万元。

2、衍生金融负债

报告期各期末，公司衍生金融负债分别为 1,219.62 万元、278.38 万元和 52.44 万元，主要系为应对汇率波动风险购买的外汇远期合约及掉期合约、外汇期权。

3、应付票据

报告期各期末，公司应付票据余额情况如下：

单位：万元

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
银行承兑汇票	33,149.73	39,402.74	28,071.14
合计	33,149.73	39,402.74	28,071.14

报告期各期末，公司应付票据余额分别为 28,071.14 万元、39,402.74 万元和 33,149.73 万元，占当期流动负债的比例分别为 49.24%、40.59%和 33.94%。报告期内公司使用银行转账及银行承兑汇票向境内供应商支付货款，受公司采购规模和结算时点等影响，期末银行承兑汇票余额有所波动。

4、应付账款

报告期各期末，公司应付账款余额分别为 16,780.15 万元、41,645.86 万元和 43,111.54 万元，占当期流动负债的比例分别为 29.44%、42.90%和 44.14%，主要为应付采购货款及服务款、应付仓储物流费用，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
应付货款及服务款	35,985.43	33,381.36	12,773.53
应付仓储物流费用	7,126.11	8,264.50	4,006.62
合计	43,111.54	41,645.86	16,780.15

公司各期末应付账款金额随采购规模而变化，公司无账龄超过一年的应付账款。

5、合同负债

报告期各期末，公司合同负债分别为 1,774.32 万元、3,363.98 万元和 3,803.46 万元，占当期流动负债的比例分别为 3.11%、3.47%和 3.89%，占比较低，主要为公司预收的客户货款和发放的独立站消费积分。一方面，预收货款系对应客户已付款但订单尚未妥投；另一方面，消费者在独立站购买商品，独立站依据一定比例向消费者发放积分形成合同负债。具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
预收货款	2,935.24	2,918.58	1,655.44
积分	868.22	445.40	118.89
合计	3,803.46	3,363.98	1,774.32

6、应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬主要为应付短期薪酬，包括尚未支付的工资、奖金、津贴和补贴、职工福利费、社会保险费、住房公积金及工会经费和职工教育经费等，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
应付短期薪酬	4,224.70	3,055.75	1,708.75
应付设定提存计划	13.09	1.60	0.36
合计	4,237.79	3,057.34	1,709.10

报告期各期末公司应付职工薪酬逐年增加，主要原因是随着公司发展，公司人员规模及薪资水平变动所致。

7、应交税费

报告期各期末，公司应交税费具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
企业所得税	3,826.51	1,899.31	1,848.25
代扣代缴个人所得税	101.09	72.16	32.95
增值税	-	0.00	252.54
境外间接税	2,400.73	1,148.17	317.72
其他	9.46	-	25.70
合计	6,337.79	3,119.63	2,477.17

报告期各期末，公司应交税费分别为 2,477.17 万元、3,119.63 万元和 6,337.79 万元，主要包括应交企业所得税、应交代扣代缴个人所得税、应交境外间接税等。报告期内，随着公司业务规模增长，税费金额也同步呈现增长态势。

8、其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款分别为 1,375.61 万元、910.49 万元和 733.61 万元，占当期流动负债的比例分别为 2.41%、0.94%和 0.75%，具体构成如下：

单位：万元

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
应付关联方资金拆借款	-	-	800.00
应付股权转让款	-	-	44.32
押金及保证金	42.26	36.03	35.50
预提费用	439.32	710.87	231.34
其他	252.03	163.58	264.46
合计	733.61	910.49	1,375.61

2023 年末，公司其他应付款余额主要系应付关联方资金拆借款 800 万元，具体参见本招股说明书之“第八节 公司治理与独立性”之“八、关联交易”之“（四）偶发性关联交易”。

9、一年内到期的非流动负债

报告期各期末，公司一年内到期的非流动负债分别为 2,220.90 万元、2,250.01 万元和 2,174.62 万元，占当期流动负债的比例分别为 3.90%、2.32%和 2.23%，主要为一

年内到期的租赁负债。

10、其他流动负债

报告期各期末，公司其他流动负债金额分别为 1,325.85 万元、3,033.86 万元和 4,063.52 万元，主要为预计产生的退货款及独立站注册会员赠送积分等构成。

（三）非流动负债构成及变化分析

报告期各期末，公司非流动负债的构成如下：

单位：万元

项目	2025 年末		2024 年末		2023 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
租赁负债	7,340.98	100.00%	7,734.39	100.00%	9,796.36	96.49%
递延所得税负债	-	-	-	-	356.69	3.51%
非流动负债合计	7,340.98	100.00%	7,734.39	100.00%	10,153.06	100.00%

报告期各期末，公司非流动负债金额较小，主要为承租仓储及办公场地产生的租赁负债。

（四）偿债能力指标分析

1、主要债项情况

报告期期末，公司主要债项包括应付票据及应付账款，公司信用状况良好，不存在逾期未偿还债项。

2、偿债能力指标分析

报告期内，公司主要偿债指标如下：

偿债指标	2025 年末 /2025 年度	2024 年末 /2024 年度	2023 年末 /2023 年度
流动比率（倍）	2.92	2.35	2.24
速动比率（倍）	1.45	1.09	1.05
资产负债率（合并）	31.62%	40.47%	46.55%
息税折旧摊销前利润（万元）	46,580.89	36,835.16	15,535.53
利息保障倍数（倍）	149.32	108.14	44.88

3、短期偿债能力分析

报告期各期末，公司流动比率分别为 2.24 倍、2.35 倍和 2.92 倍，速动比率分别为 1.05 倍、1.09 倍和 1.45 倍，流动比率与速动比率总体呈上升趋势，短期偿债能力较强。报告期内，公司与同行业公司流动比率、速动比率的比较情况如下：

单位：倍

名称	2025 年末		2024 年末		2023 年末	
	流动比率	速动比率	流动比率	速动比率	流动比率	速动比率
安克创新	2.38	1.63	2.10	1.54	2.68	1.97
三态股份	12.05	11.11	10.51	9.40	11.98	11.34
致欧科技	2.09	1.46	1.53	0.95	1.75	1.25
华凯易佰	2.17	1.01	2.20	0.78	3.02	1.71
赛维时代	2.48	1.42	2.19	1.01	3.28	2.22
国贵科技	2.32	0.48	4.04	0.99	5.83	1.23
平均值	2.29	1.20	2.41	1.06	3.31	1.68
发行人	2.92	1.45	2.35	1.09	2.24	1.05

注 1：截至本招股说明书签署日，除安克创新、国贵科技外，其他同行业可比公司尚未披露 2025 年末财务数据，因此使用 2025 年 6 月 30 日财务数据；

注 2：流动比率=流动资产/流动负债；速动比率=（流动资产-存货-预付款项）/流动负债；

注 3：因三态股份 2023 年上市后收到募集资金致货币资金金额大幅增长，其流动比率与速动比率明显高于其他可比公司，基于可比性原则，上表平均值已剔除三态股份的影响。

报告期各期末，公司流动比率、速动比率与可比公司平均水平不存在显著差异。

4、长期偿债能力分析

报告期各期末，公司合并口径的资产负债率分别为 46.55%、40.47%和 31.62%，整体呈下降趋势。报告期内，公司与同行业公司资产负债率的比较情况如下：

名称	2025 年末	2024 年末	2023 年末
安克创新	46.62%	44.92%	36.12%
三态股份	10.91%	11.88%	8.89%
致欧科技	46.27%	48.55%	44.08%
华凯易佰	42.56%	46.57%	34.46%
赛维时代	42.82%	48.11%	33.36%
国贵科技	46.30%	30.89%	25.30%

名称	2025 年末	2024 年末	2023 年末
平均值	44.91%	43.81%	34.67%
发行人	31.62%	40.47%	46.55%

注 1：截至本招股说明书签署日，除安克创新、国贵科技外，其他同行业可比公司尚未披露 2025 年末财务数据，因此使用截至 2025 年 6 月 30 日财务数据；

注 2：资产负债率=（总负债/总资产）×100%；

注 3：因三态股份 2023 年上市后收到募集资金致货币资金金额大幅增长，其资产负债率明显低于其他可比公司，基于可比性原则，上表平均值已剔除三态股份的影响。

报告期末，公司资产负债率低于同行业公司平均水平，长期偿债能力较强。

总体而言，报告期内发行人流动比率及速动比率整体呈上升趋势，资产负债率整体呈下降趋势，随着公司经营管理和财务管理水平不断优化，公司短期偿债能力和长期偿债能力均有提升，资产质量有所改善，资本结构合理。

5、可预见的未来需偿还的负债及利息与偿债能力分析

截至 2025 年 12 月 31 日，公司流动负债金额为 97,664.48 万元，主要由应付票据、应付账款构成；公司非流动负债金额为 7,340.98 万元，主要由租赁负债构成。其中可预见的未来需要偿付的负债主要系应付票据、应付账款。

报告期内，公司存货周转率良好、业务规模保持增长、盈利能力稳步提升，不存在可预见的未来无法偿还负债的风险。

（五）股利分配情况

报告期内公司股利分配实施情况如下：

单位：万元

分红决议日期	分红基准日	分红形式	分红金额
2024 年 6 月 18 日	2023 年 12 月 31 日	现金	4,215.44
2025 年 6 月 8 日	2024 年 12 月 31 日	现金	6,500.00
2026 年 2 月 28 日	2025 年 12 月 31 日	现金	7,000.00

（六）现金流量分析

报告期内，公司的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
经营活动产生的现金流量净额	13,871.29	3,560.32	13,484.45
投资活动产生的现金流量净额	-7,262.81	-33,541.29	-7,902.37
筹资活动产生的现金流量净额	33,760.08	43,450.85	21,649.78
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-375.89	42.74	51.16
现金及现金等价物净增加额	39,992.67	13,512.62	27,283.01
期初现金及现金等价物余额	45,791.49	32,278.88	4,995.87
期末现金及现金等价物余额	85,784.16	45,791.49	32,278.88

1、经营活动产生的现金流量分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	305,416.45	248,948.64	134,130.97
收到的税费返还	18,671.77	15,610.90	8,433.89
收到其他与经营活动有关的现金	8,521.66	1,622.98	1,353.83
经营活动现金流入小计	332,609.88	266,182.52	143,918.69
购买商品、接受劳务支付的现金	230,667.95	197,954.05	96,526.97
支付给职工以及为职工支付的现金	25,403.53	16,138.43	9,397.76
支付的各项税费	11,971.03	9,659.51	5,696.03
支付其他与经营活动有关的现金	50,696.08	38,870.21	18,813.50
经营活动现金流出小计	318,738.59	262,622.20	130,434.25
经营活动产生的现金流量净额	13,871.29	3,560.32	13,484.45

公司经营活动产生的现金流量主要由销售商品、购买商品、支付职工工资、支付税费等构成，销售商品收到的现金均高于购买商品、接受劳务支付的现金。报告期内，公司收到其他与经营活动有关的现金主要系收回保证金、政府补助、收回关联方代垫款等，公司支付其他与经营活动有关的现金主要系支付的仓储物流费、广告流量推广费等期间费用以及银行承兑汇票保证金等。报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 13,484.45 万元、3,560.32 万元和 13,871.29 万元。

公司经营活动产生的现金流量与净利润的具体对比情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
净利润①	37,059.41	29,608.84	11,095.30
经营活动产生的现金流量净额②	13,871.29	3,560.32	13,484.45
净利润与经营活动产生的现金流量净额的差异①-②	23,188.12	26,048.52	-2,389.15

报告期内，公司净利润与经营活动产生的现金流量净额的差异分别为-2,389.15 万元、26,048.52 万元和 23,188.12 万元，主要系公司所处行业特征及业务发展阶段因素导致存货规模变动，从而对经营活动产生的现金流量产生一定影响。

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润之间的勾稽关系如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
净利润	37,059.41	29,608.84	11,095.30
加：资产减值损失	5,447.97	1,556.16	1,215.12
信用减值损失	-235.23	394.57	101.30
股份支付	1,000.68	335.35	278.84
固定资产折旧	997.79	520.35	214.53
使用权资产折旧	2,618.71	2,614.78	2,004.57
无形资产摊销	7.86	8.57	8.57
长期待摊费用摊销	487.25	539.79	356.28
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益）	-	-120.70	-0.14
公允价值变动损失（收益）	408.64	586.56	1,184.95
财务费用（收益）	2,178.87	349.29	339.72
投资损失（收益）	-2,976.73	-970.53	2,036.79
递延所得税资产减少（增加）	-1,172.02	-672.78	-1,156.79
递延所得税负债增加（减少）	-	-356.69	-1,241.23
存货的减少（增加）	-24,263.52	-54,727.28	-22,163.41
经营性应收项目的减少（增加）	-8,410.74	-18,368.27	-11,055.83
经营性应付项目的增加（减少）	722.36	42,262.31	30,265.89
经营活动产生的现金流量净额	13,871.29	3,560.32	13,484.45

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 13,484.45 万元、3,560.32 万元和 13,871.29 万元，与净利润存在一定差异主要系近年来公司以持续提升市场份额为重要发展战略，为实现业务规模增长而不断加大品类覆盖面及车型覆盖度，导致备货量显著提升，而汽车配件生产至流通环节备货周期长、存货周转较一般消费品偏低，故公司报告期内为实现下一年度业绩增长采取了提前备货的策略，导致经营活动产生的现金流量净额相较净利润偏低。

2024 年度及 2025 年度，公司经营活动产生的现金流量净额与公司当期净利润差异较大，主要系公司为应对国际贸易政策的不确定性，合理增加备货，导致经营活动现金流出金额较大。

综上所述，由于公司从事汽车后市场零部件的线上销售业务，具备业务链条较长、商品周转偏慢、交付效率要求较高等特征，且报告期内公司处于持续增长阶段，上述因素导致存货规模扩大较快，对经营性现金流产生影响。报告期内，公司存货周转水平总体稳定，毛利率总体稳定，销售规模持续提升，公司经营活动产生的现金流量净额符合公司现阶段发展策略，不存在重大异常。

2、投资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
收回投资收到的现金	31,640.55	45,700.00	23,200.00
取得投资收益收到的现金	619.43	791.31	133.21
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	7,603.67	2,706.48	3,870.08
投资活动现金流入小计	39,863.65	49,197.79	27,203.29
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	7,032.40	3,322.76	2,459.19
投资支付的现金	38,990.47	71,140.55	25,500.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	1,103.60	8,275.77	7,146.47
投资活动现金流出小计	47,126.46	82,739.08	35,105.66

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
投资活动产生的现金流量净额	-7,262.81	-33,541.29	-7,902.37

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-7,902.37 万元、-33,541.29 万元和-7,262.81 万元。报告期内，公司投资活动产生的现金流入主要是收回投资收到的现金等；公司投资活动产生的现金流出主要是购建与生产相关的固定资产、投资理财产品等，这些投资活动支出为公司增强后续发展能力，有助于提升公司盈利水平或提高资金使用效率。2024 年度，投资支付的现金大幅增加主要系购买理财产品及结构性存款规模扩大所致，其中大部分投资已于当年赎回。

3、筹资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
吸收投资收到的现金	43,000.00	51,413.05	23,000.00
取得借款收到的现金	-	100.00	50.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	800.00
筹资活动现金流入小计	43,000.00	51,513.05	23,850.00
偿还债务支付的现金	5.00	145.00	6.70
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	6,537.62	4,245.64	26.06
支付其他与筹资活动有关的现金	2,697.29	3,671.55	2,167.46
筹资活动现金流出小计	9,239.91	8,062.20	2,200.22
筹资活动产生的现金流量净额	33,760.08	43,450.85	21,649.78

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 21,649.78 万元、43,450.85 万元和 33,760.08 万元。报告期内，公司筹资活动产生的现金流入主要是股东增资投入现金等，筹资活动产生的现金流出主要是分红款。

（七）重大资本性支出分析

1、报告期内重大资本性支出情况

报告期内，公司重大资本性支出主要是为升级仓储智能化水平而构建的仓储设施、

机器设备，及海外购置土地的资本性支出。报告期各期“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”项下的现金流出分别为 2,459.19 万元、3,322.76 万元和 7,032.40 万元。

2、未来可预见的重大资本性支出情况

公司未来可预见的重大资本性支出计划主要系在泰国投资建设工程厂房及附属设施建设项目，预计投资额 15,258.80 万元，及本招股说明书“第七节 募集资金运用与未来发展规划”相关内容。

（八）流动性变化趋势及应对措施

报告期内，公司流动资产主要由货币资金、应收账款、存货及其他流动资产组成，其中，货币资金主要为银行存款；应收账款的账龄较短，回款情况稳定；存货的销售情况良好，各期末公司的流动资产整体变现能力较强，流动性较好；公司负债以流动负债为主，主要系公司经营过程中形成的经营性负债，如应付账款、应付票据。同时，报告期各期末公司流动比率、速动比率总体呈上升趋势，偿债能力指标整体向好，偿债风险下降。

目前，公司已建立了完善的资金管理制度，通过强化内部控制和实行合理监督以提高营运资金使用效率，防范流动性风险。未来，公司将通过公开发行股票、提高存货周转效率和应收账款回款速度、合理使用债务融资等方式优化债务结构和改善经营活动现金流，以降低公司的流动性风险。

（九）持续经营能力分析

报告期内，公司不存在影响持续经营能力的不利变化。对公司未来持续经营能力可能产生的重大不利影响风险因素详见本招股说明书“第三节 风险因素”的相关内容。

十一、重大资产业务重组或股权收购合并事项

报告期内，公司不存在重大资产业务重组或股权收购合并事项。

十二、期后事项、或有事项、其他重要事项及重大担保、诉讼事项

（一）资产负债表日后事项

2026年2月28日，发行人召开2026年第一次临时股东会审议通过《关于2025年度利润分配预案的议案》，以本公司2025年12月31日总股本为基数，向股东派发现金股利人民币7,000万元。

除上述资产负债表日后事项外，公司不存在其他需要披露的重大资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在需要披露的或有事项。

（三）其他重要事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在需要披露的其他重要事项。

（四）重大担保、诉讼事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在需要披露的重大担保、诉讼事项。

十三、盈利预测

公司未编制盈利预测报告。

第七节 募集资金运用与未来发展规划

一、募集资金运用方案

（一）募集资金总额及使用计划

经公司第一届董事会第十次会议及 2026 年第二次临时股东会批准，公司本次拟公开发行人民币普通股不超过 4,001 万股，且发行数量占发行后总股本的比例不低于 10%，本次募集资金总额将根据实际发行股数和届时向投资者询价确定的发行价格确定。本次募集资金总额在扣除发行费用后，将全部用于与公司主营业务相关的项目，包括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，项目总投资额 80,162.35 万元，拟投入募集资金 80,162.35 万元。

公司将根据所处行业发展态势及公司战略，结合项目轻重缓急、募集资金到位时间以及项目进展对各项目进行投资。项目具体信息如下：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟投入募集资金金额
1	新品开发及运营中心建设项目	31,811.83	31,811.83
2	数智化供应链及运营管理平台建设升级项目	17,470.49	17,470.49
3	品牌建设与渠道推广升级项目	14,807.49	14,807.49
4	智能仓储物流体系建设升级项目	16,072.54	16,072.54
合计		80,162.35	80,162.35

上述项目实施后，公司不会新增同业竞争，不会对公司的独立性造成不利影响。若实际募集资金不能满足上述项目投资需要，不足部分将通过公司自筹资金予以解决。若本次实际募集资金净额超过上述募集资金投资项目所需，则公司将根据中国证监会及深圳证券交易所的有关规定，根据公司发展规划及实际生产经营需求，在履行相关审议程序后，将超出部分用于上述募集资金投资项目或适用法律法规和证券监管部门认可的其他用途。

在募集资金到位前，公司将依据募集资金投资项目的建设进度和资金需求，先行

以自筹资金投入并实施上述项目，待募集资金到位后，按募集资金使用管理的相关规定置换本次发行前已投入使用的自筹资金。

（二）募集资金使用管理制度

公司已制定《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司募集资金管理办法》，对募集资金专户存储、使用、变更、管理与监督等内容进行了明确规定。本次股票发行募集资金到位后，公司将采用专款专用、专户存储的方式管理募集资金，并接受保荐人、开户银行、证券交易所和其他有权部门的监督，根据项目的进度安排，合理投入募集资金。

（三）募集资金对发行人主营业务发展的贡献、未来经营战略的影响、对发行人业务创新创造创意性的支持作用

本次募集资金拟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，均围绕公司主营业务展开，符合公司发展战略，有利于提高公司主营业务盈利能力，增强公司持续发展能力和核心竞争力。

公司主营业务收入主要来源于汽车后市场零部件产品的线上销售，近年来，全球汽车保有量呈现稳步增长趋势，欧美地区车辆平均车龄不断攀升，叠加汽配行业线上渗透率持续提升，多种因素共同为线上汽配市场创造了相应的增长动力。全球的汽车保有量和平均车龄的上升，使得车辆日常维修、养护需求有所增加，公司迎来持续发展的机遇期。本次募集资金投资项目中，新品开发及运营中心建设项目的实施能够有效满足公司不断增长的新品开发和运营需求，一方面扩大公司汽车配件产品 SKU 覆盖范围，另一方面提高公司的新品开发和上架销售的效率和质量，以提升公司的市场竞争力和盈利能力；数智化供应链及运营管理平台建设升级项目完善公司的信息技术基础建设和进一步开发业务信息系统，有助于提升经营效率和保障数据安全，进而帮助提升公司的市场竞争力和盈利能力；品牌建设及渠道推广升级项目帮助公司提高品牌知名度和影响力，提升客户粘性，增强公司在行业内的地位，有利于提高公司盈利能力；智能仓储物流体系建设升级项目将提高公司仓储物流管理效率，优化存货出入库流程管控，保障产品库存处于合理水平。

综合以上分析可见，公司所处行业市场需求旺盛，发展潜力较大，公司在行业内

的竞争优势明显，公司的战略规划清晰、连贯，且募集资金投资项目均围绕公司主营业务实施，符合行业发展趋势和公司发展战略，对发行人业务的创新、创造、创意性具有支持作用，有助于公司保持领先的市场地位。

（四）募集资金投资项目的确定依据

本次募集资金投资项目和募集资金金额与公司现有营收规模和财务状况相匹配，募集资金投资项目均围绕公司主营业务展开。本次募集资金投资项目系公司基于国家产业政策、行业发展趋势、市场需求变化和公司战略规划等因素综合论证后确定，系对公司主营业务的深度拓展和战略升级，符合国家产业政策与公司发展战略要求。项目实施后，将有效增强公司的竞争力，提升公司运营效率，巩固市场领先地位，推动公司在新品开发、数智化管理、品牌推广、仓储管理等方面实现高质量发展。因此，募集资金投资项目的实施对公司持续健康发展有重要意义。

（五）募集资金运用涉及的审批、核准或备案程序

公司本次募集资金项目涉及的审批、核准或备案程序具体如下：

序号	项目名称	备案情况	环评情况
1	新品开发及运营中心建设项目	闽发改备[2025]0299 号	不适用
2	数智化供应链及运营管理平台建设升级项目	闽发改备[2025]0300 号	不适用
3	品牌建设与渠道推广升级项目	闽发改备[2025]0301 号	不适用
4	智能仓储物流体系建设升级项目	闽发改备[2025]B040475 号	不适用

上述项目不涉及生产制造，实施过程不涉及对环境可能造成重大影响的因素，亦不在《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021 年版）》中，不纳入建设项目环境影响评价管理，无需办理环境影响评价审批手续。

（六）募集资金投资项目实施后对同业竞争及独立性的影响

公司上述募集资金投资项目实施后不产生同业竞争，不会对公司的独立性产生不利影响。

二、募集资金投资项目基本情况

（一）新品开发及运营中心建设项目

1、项目概况

本项目实施主体为扬腾创新。本项目拟通过引进高素质的新品开发及运营人员，打造专业化的线上汽配产品运营团队；通过购置房产扩大办公面积，营造良好的新品开发及运营环境，满足公司日益增长的发展需求；通过更新迭代车型数据库、汽配信息数据库和新品可行性分析数据模型，购置多品类的样品，实现智能、精准、高效地导入与开发，为全球消费者提供品类齐全、质量可靠的各类优质汽车配件产品，增强核心竞争优势。

2、项目投资概算

本项目建设期为 36 个月；计划总投资 31,811.83 万元，其中，建设投资 14,039.86 万元，开发费用 12,945.51 万元，铺底流动资金 4,826.46 万元。

单位：万元

序号	项目	投资金额	占项目总投资比例	拟使用募集资金
1	建设投资	14,039.86	44.13%	14,039.86
1.1	场地购置费	11,653.20	36.63%	11,653.20
1.2	装修工程费	1,344.60	4.23%	1,344.60
1.3	设备购置费	373.50	1.17%	373.50
1.4	预备费	668.56	2.10%	668.56
2	开发费用	12,945.51	40.69%	12,945.51
2.1	样品费用	4,745.00	14.92%	4,745.00
2.2	人员薪酬	8,200.51	25.78%	8,200.51
3	铺底流动资金	4,826.46	15.17%	4,826.46
项目总投资		31,811.83	100.00%	31,811.83

3、项目与发行人现有主营业务、核心技术之间的关系

本项目紧紧围绕公司的主营业务和新品开发及运营环节设立，基于汽车配件市场的多元化需求，本项目拟组建高水平的线上汽配开发及运营团队，采购汽车配件样品、模具，并购置商业写字楼，实现新品开发、导入、上架等运营环节的智能化、精准化、

高效化，以满足公司日益增长的业务发展需求，进一步提高公司汽车配件产品 SKU 覆盖度，扩大市场规模和盈利能力，保持市场领先地位。

4、项目投资的必要性和可行性

关于募投项目必要性的具体论述参见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件五 募集资金具体运用情况”之“（一）新品开发及运营中心建设项目”之“4、项目投资的必要性”及“5、项目投资的可行性”。

（二）数智化供应链及运营管理平台建设升级项目

1、项目概况

本项目的实施主体是扬腾创新。本项目拟引进专业化的技术研发人才，基于已有的研发积累，持续对公司现有运营系统平台进行技术升级、数据沉淀及算法迭代等；同时，针对公司未来业务发展需求，完善数智化供应链及运营管理平台的搭建。通过本次项目建设，公司将进一步加强在数字化和信息化领域的投入，完善公司系统信息安全保障功能，构建智慧供应链及智能数据资产，推进业财一体化等运营平台的升级及技术迭代；同时，基于自研信息化系统，不断优化汽车配件产品新品开发、供应链管理、质量控制、仓储物流等核心业务环节，全面提升公司对主营业务数据的集成管理与科学应用能力。

2、项目投资概算

本项目建设期为 36 个月，计划总投资 17,470.49 万元，其中，场地购置费 1,809.60 万元、装修工程费 208.80 万元、软硬件设备购置费 3,095.00 万元、系统开发费 11,821.41 万元、项目实施费用 280.00 万元、预备费 255.68 万元。具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	投资金额	占项目总投资比例	拟使用募集资金
1	场地购置费	1,809.60	10.36%	1,809.60
2	装修工程费	208.80	1.20%	208.80
3	软硬件设备购置费	3,095.00	17.72%	3,095.00
4	系统开发费用	11,821.41	67.67%	11,821.41
5	项目实施费用	280.00	1.60%	280.00
6	预备费	255.68	1.46%	255.68
项目总投资		17,470.49	100.00%	17,470.49

3、项目与发行人现有主营业务、核心技术之间的关系

本项目的研究方向和内容是对公司现有主营业务进行深入分析研究后确定的，具体方向包括信息技术基础设施及信息安全合规项目和数智化供应链及运营平台。一方面，信息技术基础设施建设和信息安全合规有助于公司业务运营的系统化和数字化，提升企业运营、信息传递效率和加强产品质量及合规控制；另一方面，数字化供应链及运营平台能够联通公司供应链管理、库存管理、订单履约等核心业务流程和公司的数据库，对汽车配件产品进行全生命周期管理，提升公司经营决策效率和准确性，帮助公司业务持续发展。

4、项目投资的必要性和可行性

关于募投项目必要性的具体论述参见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件五 募集资金具体运用情况”之“（二）数智化供应链及运营管理平台建设升级项目”之“4、项目投资的必要性”及“5、项目投资的可行性”。

（三）品牌建设渠道推广升级项目

1、项目概况

本项目的实施主体是扬腾创新。本项目将通过自主摄影、采购第三方摄影服务等方式，制作场景多元的汽车配件安装演示视频、产品内容解析和使用指导教程等，以此增加汽车零配件产品的用户粘性和参与感，吸引潜在客户群体。同时，本项目计划在亚马逊、eBay 等主流电商平台，以及谷歌、Facebook、YouTube 等线上社交媒体、搜索引擎等渠道进行营销推广，旨在提升公司电商平台店铺和独立站网站流量规模与曝光度，触达全球不同地区的潜在客户，实现产品销售业绩和品牌传播声量的增长。

2、项目投资概算

本项目建设期为 36 个月，计划总投资 14,807.49 万元，其中，场地购置费 1,279.20 万元、装修工程费 147.60 万元、设备购置费 912.00 万元、品牌推广费用 1,673.16 万元、线上渠道推广费用 8,430.17 万元、人员薪酬投资 2,248.42 万元、预备费 116.94 万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	投资金额	占项目总投资比例	拟使用募集资金
1	场地购置费	1,279.20	8.64%	1,279.20
2	装修工程费	147.60	1.00%	147.60
3	设备购置费	912.00	6.16%	912.00
4	品牌推广费用	1,673.16	11.30%	1,673.16
5	线上渠道推广费用	8,430.17	56.93%	8,430.17
6	人员薪酬	2,248.42	15.18%	2,248.42
7	预备费	116.94	0.79%	116.94
项目总投资		14,807.49	100.00%	14,807.49

3、项目与发行人现有主营业务、核心技术之间的关系

本项目的建设内容聚焦于对公司现有主营业务的产品营销推广和渠道建设。一方面，鉴于公司现有产品的产品介绍、安装演示、使用教程等内容尚未完全覆盖和完善，本项目计划通过系统拍摄产品图片及视频、安装视频、使用教程等多媒体素材，优化消费者在公司线上店铺、官方网站中的浏览体验，强化客户粘性；另一方面，通过开展站内与站外协同的营销推广活动，能够更加广泛、有效地触达终端消费者，增强公司品牌影响力，进而巩固公司在线上汽配市场的领先地位。

4、项目投资的必要性和可行性

关于募投项目必要性的具体论述参见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件五 募集资金具体运用情况”之“（三）品牌建设与渠道推广升级项目”之“4、项目投资的必要性”及“5、项目投资的可行性”。

（四）智能仓储物流体系建设升级项目

1、项目概况

本项目的实施主体是福州扬腾网络，该公司系扬腾创新的全资子公司。本项目拟使用现有仓储基地中的 30,000.00 平方米空间进行智能化建设升级，旨在构建更加智能化、自动化的仓储物流体系。公司拟采用先进的仓储物流自动化设备和智能化管理系统，实现连续作业、减少人工干预及提高准确性和效率等目标，提升仓储物流周转速度，提高仓储物流体系运营效率和服务质量并降低运营成本；同时，加强多源数据

（库存、运输、业务等）整合能力，通过实时监控和数据分析优化决策，实现信息共享与协同作业，支持精准补货和流程调整，提升物流配送服务效率，以满足日益增长的客户订单扩张带来的多样化、时效化物流需求，为公司业务快速发展提供有力支撑。

2、项目投资概算

本项目建设期为 36 个月，计划总投资 16,072.54 万元，其中，装修工程费 450.00 万元、软硬件设备购置费 13,870.14 万元、项目实施费用 1,036.39 万元、预备费 716.01 万元。具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	投资金额	占项目总投资比例	拟使用募集资金
1	装修工程费	450.00	2.80%	450.00
2	软硬件设备购置费	13,870.14	86.30%	13,870.14
3	项目实施费用	1,036.39	6.45%	1,036.39
4	预备费	716.01	4.45%	716.01
项目总投资		16,072.54	100.00%	16,072.54

3、项目与发行人现有主营业务、核心技术之间的关系

本项目主要系基于公司主营业务和产品的仓储物流环节，对公司已有的仓储物流体系进行智能化的升级改造。在公司业务快速发展的背景下，增强公司的仓储物流管理能力，有助于提升公司产品库存周转效率，优化存货出入库流程管控，保障产品库存处于合理水平，进而带动公司业务持续、健康发展。

4、项目投资的必要性和可行性

关于募投项目必要性的具体论述参见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件五 募集资金具体运用情况”之“（四）智能仓储物流体系建设升级项目”之“4、项目投资的必要性”及“5、项目投资的可行性”。

三、发展战略规划

（一）未来发展规划

长期以来，公司致力于打造数智驱动的全球汽配品牌，为全球消费者提供品类丰

富、质量可靠的汽车配件产品。未来，公司将继续深耕全球汽车后市场，持续加大数智化建设投入，不断夯实公司的数智化体系能力，通过大数据、人工智能、物联网等数智技术赋能汽配产业链条，提升管理运营效率；公司将持续推进新品导入和开发，重点聚焦于开发市场供给尚不充分的产品，以不断提升公司产品覆盖面和竞争力，更好地满足全球消费者多样化、差异化的需求；公司将在全球持续拓展新渠道、新市场，完善全球布局，通过优质的产品和服务提升品牌影响力，获得全球消费者的信赖。与此同时，在企业运营和发展过程中，公司将助力新技术、新模式、新业态与汽配产业深度融合，联动汽配产业链上的众多中国汽配制造企业不断增加科技创新和资本投入，携手推动汽配产业转型升级和高质量发展。

（二）报告期内为实现战略目标已采取的措施及实施效果

1、研发投入和核心技术成果

截至报告期末，公司已经结合自身商业模式和线上汽配行业特性，开发了各类业务信息系统，涵盖数据沉淀和市场洞察、新品导入及开发、需求预测、库存运筹规划、仓储履约、多渠道运营、品牌建设等各个线上汽配业务环节并搭建了车型数据库、汽车配件数据库和多个数据模型，实现业务运营的系统化和业务环节的信息化、数字化、智能化；公司构建的线上汽配销售的核心技术体系，对企业运营效率、信息传递效率、业务流程控制和产品质量控制等均有显著的提升。

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。

2、成熟的新品导入和开发体系

报告期内，公司已经形成了一套成熟的汽车配件新品开发体系。公司通过长期的行业积累，收集了汽车配件市场各类数据，经过数据清洗、分类及处理后，构建了覆盖全球主流车型的汽配信息数据库；公司建立了新品可行性分析模型，在报告期内不断进行迭代更新，以实现更精准的新品定位和销售预测。公司依托车型数据库和新品可行性分析数据模型，结合新品开发团队的历史经验，实现智能、精准、高效的新品导入和开发。2024 年、2025 年公司分别新增在售自有品牌 SKU4.0 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。公司新上架的产品在亚马逊、eBay 等第三方电商平台和独立站实现销售情况良好，获得了市场和消费者的高度认可。

3、市场开拓与销售渠道及品牌建设

报告期内，公司已在亚马逊、eBay、Autodoc 等跨境电商平台上开设了品牌店铺，并搭建了自营独立站，通过多个线上渠道将汽车配件产品销往美国、加拿大、德国、英国、澳大利亚等国家和地区，为全球消费者提供优质的汽车配件产品。针对不同销售区域和不同销售渠道，公司在产品上架、店铺管理、营销推广等环节积累了丰富的运营经验，能够采取差异化运营策略，匹配消费者需求，并运用数智技术提高市场开拓和营销推广效率。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；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）。经过多年的发展，公司在汽车后市场领域已经具备较强的全球影响力。

4、供应链开发及管理

报告期内，公司已和超过 300 家境内外汽配供应商建立了深度合作关系，确保公司能够持续、及时地向市场推出符合市场需求和公司新品开发策略的各类汽车配件产品并保证产品供应充足。公司在境内外已布局自营仓、海外平台仓和海外合作仓，其中自营仓仓储面积合计超过 10 万平方米；公司以境内外仓库为基点，对接全球物流服务商，建立了完善的仓储物流体系，具备较强的产品仓储、发运和交付能力。

（三）未来规划拟采取的措施

1、研发投入计划

公司已完成了覆盖汽配核心业务环节的数字化信息系统模块建设，全面涵盖数据沉淀和市场洞察、新品导入及开发、需求预测、库存运筹规划、仓储履约、多渠道运营、品牌建设各个线上汽配业务环节。在未来，公司持续推进数智技术和业务场景的深度融合，提升对于汽车配件产品的全生命周期管理效率，结合大数据算法、人工智能等技术应用，构建契合公司业务特征的信息科技引擎，以此实现扩大汽配产品 SKU

在售数量、优化产品库存周转天数、降低产品断货率、提高客户复购率等目标，加强业务环节控制和产品质量控制，从而提升企业运营效率、信息传递效率，支持公司主营业务稳健发展。

2、新品开发计划

对于线上汽配品牌企业而言，汽车配件产品的丰富度是吸引客户购买、留存客户并建立品牌忠诚度的核心条件。公司目前在线上汽配品牌中产品丰富程度已经处于领先地位，但仍有部分汽车配件品类存在供给不足、市场需求尚未充分满足的情况。公司计划于未来期间继续保持过往的新品开发节奏，并根据外部环境情况动态调整投放策略，持续输出新品，以进一步扩大与其他品牌在汽车配件品类覆盖度方面的差距，构建以产品 SKU 丰富度为壁垒的竞争优势。此外，经过对线上汽配市场的深刻洞察，公司认为在线上汽配市场仍有部分高毛利、具有稀缺性的汽车配件产品存在市场供给空白，在未来将通过对市场的持续调查和研究，系统性、针对性地挖掘线上市场供给不足的稀缺产品，以把握汽车配件市场供给侧的机会。未来 3-5 年，公司计划仍将保持每年数万个的自有品牌汽配 SKU 开发数量，持续扩大汽配产品覆盖面。

3、销售渠道及采购渠道拓展计划

在销售渠道端，公司将继续深耕线上汽配市场，积极践行 Go-to-Market 的运营理念，在亚马逊、eBay 等跨境电商平台及独立站保持竞争优势，持续提升在线上渠道的市场份额；同时，公司也将在线下渠道挖掘合作机会，作为线上渠道的有效补充。在市场区域方面，公司将持续巩固美国、欧洲等主流市场地位，加大对新兴市场的投入，积极拓展澳大利亚、墨西哥、巴西等国家和地区的市场机会，寻找更合适的方式有效触达前述地区的终端用户，向其提供丰富、优质的汽车配件产品。此外，在采购端公司也将寻求境外合适的供应商进行合作，扩大产品采购范围和产品覆盖面。

4、人才发展计划

公司将持续围绕业务场景进行组织建设，不断强化对公司人才的培育力度，并积极引入具有专业背景的优秀人才，以加速人才队伍的建设，提升人才厚度和人才密度，构建敏捷型组织。公司将为各业务部门的员工提供系统性资源和多元化的学习机会，通过定期培训、岗位轮换和职业规划指导等方式帮助员工高效、自主地完成工作任务，从而实现公司组织目标和员工个体成长的双向驱动与协同发展。

第八节 公司治理与独立性

一、报告期内发行人公司治理制度的建立健全情况

2024 年 12 月，扬腾有限整体变更为股份有限公司，逐步建立并完善了法人治理结构，根据《公司法》《证券法》等有关法律、法规的规定，建立了由股东会、董事会、监事会和高级管理层组成的公司法人治理架构。

根据《公司法》《关于新<公司法>配套制度规则实施相关过渡期安排》《上市公司章程指引》等相关法律法规的规定，结合公司的实际情况及需求，公司于 2025 年 9 月 20 日召开 2025 年第三次临时股东会审议通过了《关于取消监事会、修订<公司章程>及其附件的议案》，公司不再设置监事会，《公司法》规定的监事会的职权由董事会审计委员会行使。

公司已经按照《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《上市公司股东会规则》《上市公司章程指引》等法律、法规及规范性文件的规定，制定和完善了《公司章程》《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司股东会议事规则》《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司董事会议事规则》《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司独立董事工作制度》和《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司董事会秘书工作规则》等一系列内部控制制度，并建立了由股东会、董事会、审计委员会和高级管理人员组成的公司治理结构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范的相互协调和相互制衡机制。公司董事会下设审计委员会、战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会 4 个专门委员会，为董事会重大决策提供咨询、建议，保证董事会议事、决策的专业化、高效化。

自公司法人治理结构相关制度制定以来，公司股东会、董事会、审计委员会、独立董事、董事会秘书等机构和人员均能够严格按照有关法律、法规和《公司章程》的规定诚信勤勉、履职尽责、有效制衡，保证了公司依法、规范和有序运作，没有违法违规的情形发生。具体详见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件三 股东会、董事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况说明”。

二、公司内部控制情况

（一）公司管理层对内部控制的自我评估意见

公司董事会对公司内部控制制度的自我评价结论如下：

“根据公司财务报告内部控制重大、重要缺陷的认定情况，于内部控制评价报告基准日，不存在财务报告内部控制重大、重要缺陷。董事会认为，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大、重要方面保持了有效的财务报告内部控制。

根据公司非财务报告内部控制重大、重要缺陷的认定情况，于内部控制评价报告基准日，公司未发现非财务报告内部控制重大、重要缺陷。

自内部控制评价报告基准日至内部控制评价报告发出日之间未发生影响内部控制有效性评价结论的因素。”

（二）注册会计师对公司内部控制的审计意见

2026年4月3日，德勤出具了《内部控制审计报告》（德师报（审）字（26）第S00231号），对公司的内部控制设计的合理性和执行的有效性进行了审核。结论意见为：扬腾创新于2025年12月31日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

（三）报告期内公司曾存在的内控不规范情形及整改情况

1、个人账户对外收付款

报告期内，出于操作便利性及双方信任关系考虑，发行人实际控制人谢洪兴曾使用关联方暨发行人董事许镇城的母亲个人银行卡代为收付发行人款项，许镇城的母亲未在公司任职。该个人银行卡主要用于收取废弃包材销售款、模具使用款等发行人非经常性收款，以及支付发行人的零星偶发费用。2023-2024年度，该个人银行卡涉及发行人的收款金额分别为2.24万元、6.21万元，2025年度未再发生；2023年度，该个人银行卡涉及发行人的付款金额为12.06万元，2024年度、2025年度未再发生。

针对前述情况，发行人已规范整改并建立相关内控制度，相关款项均已纳入公司账务核算；自2024年5月后，发行人未再新增发生相关个人卡收付款项，并于2025年3月注销该银行账户。

2、发行人与关联方或第三方的资金拆借

（1）发行人与关联方的资金拆借

报告期内，发行人与关联方存在资金拆借的情况，详见招股说明书“第八节 公司治理与独立性”之“八、关联交易”之“（四）偶发性关联交易”之“1、重大偶发性关联交易”。

2024 年 11 月，公司进行股份改制，进一步规范与关联方的资金往来，制定了《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司关联交易管理制度》，规定了相关资金往来的决策程序、回避表决制度等，对公司与关联方之间的资金拆借行为进行严格管理。截至报告期末，上述关联方资金拆借款已完成清理。

（2）发行人与第三方的资金拆借

2022 年，公司前员工龙斌因个人生活需要向公司申请借款 190 万元，公司向其提供相应无息借款。2023 年 7 月，龙斌因个人职业发展原因离职，并于 2024 年 1 月向公司归还 100 万元。2025 年 3 月，公司及实际控制人谢洪兴与龙斌签订了《债权债务转让协议》，各方同意将公司在原借款协议下的全部债权转让给谢洪兴，并由谢洪兴向公司直接支付剩余全部借款；同时，谢洪兴与龙斌签订了《借款协议》。前述协议签订后，截至 2025 年 3 月，谢洪兴已向公司偿还剩余全部借款。截至本招股说明书签署日，龙斌已偿还谢洪兴 12 万元借款。

三、发行人报告期内存在的违法违规行为及受到处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施的情况

报告期内，发行人已建立规范的治理结构和治理制度，并按照法律法规和《公司章程》从事经营活动。报告期内，公司及其子公司不存在重大违法违规行为，也不存在受到国家行政及行业主管部门的重大处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施的情况。

四、发行人报告期内资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用和为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况

（一）报告期内资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况

报告期内公司存在向关联方拆借资金的情况，具体详见本节之“八、关联交易”之“（四）偶发性关联交易”。截至报告期末，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况。

（二）报告期内为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况

报告期内公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情形。

五、发行人直接面向市场独立持续经营的能力

公司严格按照《公司法》《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，建立健全了法人治理结构。在资产、人员、财务、机构、业务等方面均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，公司具有完整的业务体系和面向市场独立经营的能力。

（一）资产完整

公司由扬腾有限整体变更设立，承继了扬腾有限的全部资产、负债和权益。本公司合法拥有与经营有关的主要资产的所有权和使用权，已形成独立完整的采购、运营、管理配套系统和业务体系，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的资产有效分离。截至本招股说明书签署日，公司资产独立完整、权属清晰，不存在被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况。

（二）人员独立

公司拥有独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的员工，独立与员工签订劳动合同，员工未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领取报酬。公司制定了独立的劳动合同管理、人事聘用、薪酬管理、绩效考核、员工管理及培训等制度，建立了独立的劳动、人事、薪酬及社会保障体系。

截至本招股说明书签署日，本公司的董事、高级管理人员均严格按照《公司法》

等法律法规以及《公司章程》等规定的程序选举或聘任产生。公司高级管理人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事以外的其他职务，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪。公司的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职或领薪。

（三）财务独立

公司设置了独立的财务管理部门，配置独立的财务人员，该等财务人员均在公司专职工作并领取薪酬，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中领薪。公司已建立了独立的财务核算体系，并依照现行会计制度及法律法规的规定制定了独立的财务管理制度，能够独立作出财务决策。

公司独立设立银行账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况。

（四）机构独立

公司严格按照《公司法》《证券法》等法律法规以及《公司章程》等规定的要求，建立健全了规范有效的内部经营管理机构，独立行使经营管理职权，不受控股股东和实际控制人的干预，各部门按照规定的职责独立运作，与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同的情形。

（五）业务独立

公司独立开展业务，独立对外签署合同，各项业务具有完整的业务流程和独立的经营场所。公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争、不存在严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

（六）发行人主营业务、控制权、管理团队的稳定性

发行人主营业务、控制权、管理团队稳定，报告期内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；发行人的股份权属清晰，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷，报告期内实际控制人没有发生变更。

（七）其他对发行人持续经营有重大影响的事项

截至本招股说明书签署日，发行人不存在主要资产、核心技术、商标有重大权属

纠纷，不存在重大偿债风险、重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，不存在经营环境已经或将要发生重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

六、发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业从事相同、相似业务的情况

（一）发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业从事相同、相似业务的情况

公司主要从事汽车后市场汽车配件产品的线上销售业务。公司控股股东为福州兴腾，实际控制人为谢洪兴，谢洪兴的一致行动人包括谢洪平、谢锋、谢洪军及谢洪波。截至本招股说明书签署日，除发行人及其子公司外，公司控股股东、实际控制人及其一致行动人控制的其他企业如下：

1、发行人的控股股东

序号	名称	关联关系	主营业务	是否从事与公司相同或相似业务
1	福州兴腾	谢洪兴作为普通合伙人并持有89.6767%的财产份额	除持有公司股权外，无其他业务	否

2、发行人的控股股东、实际控制人及其一致行动人控制的企业

序号	名称	关联关系	主营业务	是否从事与公司相同或相似业务
1	福州骏腾	谢洪兴作为普通合伙人并持有20.9980%的财产份额	除持有公司股权外，无其他业务	否
2	福州福腾	谢洪兴作为普通合伙人并持有7.2752%的财产份额	除持有公司股权外，无其他业务	否
3	福州闽腾	谢洪兴作为普通合伙人并持有80.00%的财产份额	除持有公司股权外，无其他业务	否
4	福州驰腾	谢洪兴作为普通合伙人并持有41.3659%的财产份额	除持有公司股权外，无其他业务	否
5	福州拓腾	谢洪兴作为普通合伙人并持有12.1212%的财产份额	除持有公司股权外，无其他业务	否

截至本招股说明书签署日，发行人的控股股东、实际控制人及其一致行动人所控制的其他企业未从事与发行人的主营业务相竞争的业务。

综上，公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与公司及其子公司之间不

存在同业竞争的情况。

（二）避免同业竞争的承诺

为避免发生同业竞争事项，发行人的控股股东福州兴腾及实际控制人谢洪兴先生及其一致行动人已向公司出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

“一、截至本承诺函出具之日，本人/本企业及本人/本企业控制的其他企业（为本承诺函之目的，不包括发行人及其控制的下属企业）未直接或间接从事与发行人及其控制的下属企业构成同业竞争或潜在同业竞争的业务。

二、本人/本企业及本人/本企业控制的其他企业将来不会从事与发行人及其控制的下属企业构成存在重大不利影响的同业竞争或潜在同业竞争的业务。

三、如本人/本企业或本人/本企业控制的其他企业获得与发行人及其控制的下属企业的主营业务构成或可能构成竞争关系的业务机会，本人/本企业将书面通知发行人，若在通知中所指定的合理期间内，发行人作出愿意接受该业务机会的书面答复，本人/本企业或本人/本企业控制的其他企业将尽最大努力促使该等新业务机会按合理和公平的条款和条件首先提供给发行人及其控制的下属企业。

四、如本人/本企业未能履行上述承诺，将按照相关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应的责任。如果本人/本企业违反上述承诺并造成发行人经济损失的，本人/本企业将依法赔偿发行人因此受到的损失。

五、本承诺函自出具之日起生效，直至发生下列情形之一时终止：（1）本人/本企业不再是发行人控股股东/实际控制人/实际控制人的一致行动人；（2）发行人的股票在深圳证券交易所终止上市；（3）国家规定对某项承诺的内容无要求时，相应部分自行终止。”

七、关联方

根据《公司法》《企业会计准则第 36 号——关联方披露》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等相关规定，截至报告期末，公司的主要关联方及关联关系如下：

（一）本公司的控股股东

公司的控股股东为福州兴腾，福州兴腾持有公司 38.8530%的股份。

（二）本公司的实际控制人及一致行动人

公司的实际控制人为谢洪兴先生，其一致行动人包括谢洪平、谢锋、谢洪军及谢洪波。

（三）控股股东、实际控制人及其一致行动人控制的其他企业

截至报告期末，除发行人及其子公司外，公司控股股东福州兴腾和实际控制人谢洪兴及其一致行动人控制的其他主要企业情况详见本节之“六、发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业从事相同、相似业务的情况”之“（一）发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业从事相同、相似业务的情况”。

（四）除控股股东、实际控制人外，持有公司 5%以上股份的其他股东

除公司控股股东福州兴腾，及同受实际控制人谢洪兴控制的福州骏腾、福州福腾、福州拓腾、福州闽腾、福州驰腾外，其他持有公司 5%以上股份的股东及其一致行动人情况如下：

序号	股东名称	关联关系
1	腾讯香港	持有公司 12.4545%股份，与腾讯开曼为同一控制下的关联方
2	腾讯开曼	持有公司 0.6900%股份，与腾讯香港为同一控制下的关联方
3	金色成长	持有公司 4.4595%股份，与 Astrend Opportunity 为同一控制下的关联方
4	Astrend Opportunity	持有公司 2.1859%股份，与金色成长为同一控制下的关联方

（五）公司的子公司、合营企业以及联营企业

公司子公司、合营企业及联营企业情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“六、发行人子公司、参股公司及分公司情况”。

（六）公司董事、审计委员会委员及高级管理人员

公司董事、审计委员会委员及高级管理人员情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”。

（七）关联自然人及其直接或者间接控制的，或者由关联自然人担任董事、高级管理人员的除本公司及子公司以外的法人或其他组织

发行人实际控制人及其一致行动人、公司董事、高级管理人员及前述人员关系密

切的家庭成员（包括配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母）构成公司的关联自然人。

截至报告期末，发行人关联自然人直接或者间接控制的，或者担任董事（不含同为双方的独立董事）、高级管理人员的，除公司及子公司以外的主要法人或其他组织如下：

序号	关联方名称	持股比例/关联情况
1	深圳市威扎得科技有限公司	公司董事王雷曾持股100%的企业，已注销
2	福州智腾	公司董事许镇城作为普通合伙人并持有3.33%的财产份额的企业
3	福州高新区诺诚咨询服务工作室	公司执行总裁胡胜利曾设立的个体工商户，已注销
4	氢峰能源科技有限公司	公司执行总裁胡胜利担任董事的企业
5	福州航轩贸易有限公司及其同一控制下的相关企业	公司实际控制人谢洪兴配偶之妹妹、妹夫实际控制的企业，主营业务为从事日用品类（鞋帽、雨伞等）销售的跨境电商业务
6	莆田万辉	公司实际控制人谢洪兴之舅舅和舅母分别持股95%、5%股权的企业
7	药师帮股份有限公司	公司独立董事陈飞担任执行董事兼首席财务官的企业
8	深圳市百舫科技有限公司	公司独立董事陈飞持股60%并担任执行董事兼总经理的企业
9	浙江恒强科技股份有限公司	公司独立董事钟瑞庆曾担任董事的企业，自2024年7月已不再担任该职务

（八）其他关联方

1、曾为发行人持股 5%以上股东

ACHV 报告期内曾为发行人持股 5%以上股东，2023 年 2 月，ACHV 已将其持有的扬腾有限 5.90%股权转让给金色成长。

2、曾任公司董事、监事及高级管理人员

序号	关联方姓名	关联情况
1	黄杨	曾任发行人董事
2	欧阳宗善	曾任发行人董事
3	陈玉玉	曾任发行人职工代表监事
4	江一帆	曾任发行人监事
5	黄梓桑	曾任发行人监事

上述关联自然人关系密切的家庭成员均系公司曾经的关联自然人；上述关联自然人及其关系密切的家庭成员直接或者间接控制的，或者由上述关联自然人担任董事（不含同为双方的独立董事）、高级管理人员的除发行人及其子公司外的法人或其他组织，均是公司曾经的关联法人。

除上述情形外，公司的其他关联方包括：在报告期前十二个月及报告期内，或者相关协议安排在未来十二个月内与公司存在关联关系的其他关联方，以及中国证监会、证券交易所或者公司可以根据实质重于形式的原则，认定其他与公司有特殊关系，可能或者已经造成公司对其利益倾斜的自然人、法人（或者其他组织）。

八、关联交易

（一）重大关联交易的判断标准及依据

重大关联交易指对公司财务状况和经营成果具有重大影响的关联交易，具体标准如下：公司与关联法人发生的交易金额在人民币 300 万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上（提供担保除外）的关联交易，以及公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上（提供担保除外）的关联交易，或金额虽未达到前述标准但公司认为具有重大影响的关联交易，其余均为一般关联交易。此外，关键管理人员薪酬及在公司任职的其他关联方的薪酬为公司正常经营活动的必要支出，为一般关联交易。

（二）关联交易汇总表

报告期内，公司的关联交易汇总情况如下：

单位：万元

关联交易类别	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
经常性关联交易	关键管理人员薪酬	2,321.99	1,271.64	537.59
	在公司任职的其他关联方的薪酬	343.96	294.71	225.20
	接受劳务	79.26	68.33	24.53
重大偶发性关联交易	向关联方提供借款 ¹	-	6,000.00	-
	向关联方取得借款 ²	-	-	800.00
一般偶发性关联交易	接受关联方担保	参见本节“八、关联交易”之“（四）偶发性关联交易”之“2、一般偶发性关联交易”		

关联交易类别	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
	接受劳务	-	83.33	-
	关联方代垫费用	-	-	12.06
	关联方代收款项	-	6.21	2.24

注 1：该等款项均已于 2025 年 3 月偿还；

注 2：该等款项已于 2024 年 1 月偿还。

（三）经常性关联交易

报告期内，经常性关联交易包括：关键管理人员（董事及高级管理人员）的薪酬、在公司任职的其他关联方的薪酬和接受关联方提供劳务，前述交易均属于一般关联交易。

1、关键管理人员薪酬和在公司任职的其他关联方的薪酬

报告期各期，公司向关键管理人员支付薪酬（包括工资薪金及股份支付费用）分别为 537.59 万元、1,271.64 万元和 2,321.99 万元，向在公司任职的其他关联方分别支付薪酬（包括工资薪金及股份支付费用）225.20 万元、294.71 万元和 343.96 万元。

2、接受劳务

报告期内，公司实际控制人谢洪兴之舅舅和舅母实际控制的主体莆田万辉与公司存在交易往来，主要向公司提供劳务外包服务，相关外包人员提供的服务具体包括装卸搬运、包装和保洁服务。基于谨慎性原则，公司将与莆田万辉的交易比照关联交易披露。

莆田万辉自 2023 年起向公司提供劳务外包服务，随着公司业务规模的扩大，仓库及办公室的货物装卸搬运和保洁等需求显著增加，莆田万辉具备提供相应服务的能力，向其采购劳务外包服务具有合理性和必要性。报告期各期内，公司与莆田万辉的交易金额分别为 24.53 万元、68.33 万元和 79.26 万元，相关交易定价为根据市场情况和同类交易价格确定，定价具有公允性。报告期内，相关交易金额较低，对公司财务状况和经营成果影响较小。

（四）偶发性关联交易

1、重大偶发性关联交易

报告期内，重大偶发性关联交易主要包括向关联方提供借款及自关联方取得借款，相关交易金额已达到重大关联交易标准。

（1）向关联方提供借款

2022 年，公司董事许镇城因个人生活需要向公司申请借款 45 万元，公司向其提供相应无息借款。2025 年 3 月，公司及实际控制人谢洪兴与许镇城签订了《债权债务转让协议》，各方同意将公司在原借款协议下的全部债权转让给谢洪兴，并由谢洪兴向公司直接支付剩余全部借款；同时，谢洪兴与许镇城签订了《借款协议》。前述协议签订后，截至 2025 年 3 月，谢洪兴已向公司偿还剩余全部借款。许镇城已于 2025 年 7 月全部偿还谢洪兴的 45 万元借款。

2024 年 8 月，公司为实施股权激励，向福州智腾提供借款 6,000 万元，并计提相应利息，借款利率参考银行同期利率确定。根据《公司法》第 163 条规定：“公司不得为他人取得本公司或者其母公司的股份提供赠与、借款、担保以及其他财务资助，公司实施员工持股计划的除外。”福州智腾作为公司股权激励平台，对激励对象具有考核要求，符合相关要求和规定，不存在违反相关法律法规的情况。该等借款本金及利息已于 2025 年 3 月归还。

（2）向关联方取得借款

2023 年 5 月，公司实际控制人谢洪兴向公司提供无息借款 800 万元，用于公司日常经营使用，公司已于 2024 年归还。根据《企业会计准则》《企业会计准则解释第 5 号》等规定，公司根据同期市场利率相应计提利息费用，并作为资本性投入计入资本公积。

2、一般偶发性关联交易

报告期内，一般偶发性关联交易主要包括接受关联方担保和接受劳务服务。

（1）接受关联方担保

报告期内，公司实际控制人谢洪兴及其配偶王青芸为公司提供担保，用于公司取得开具银行承兑汇票的信用额度，被担保方均为福州扬腾网络，具体情况如下：

单位：万元

担保方	担保起始日	担保到期日	担保金额	截至报告期末担保是否已经履行完毕	担保方式
谢洪兴、王青芸	2025 年 12 月 24 日	2028 年 12 月 23 日	27,000.00	否	保证
谢洪兴	2025 年 11 月 1 日	2027 年 12 月 31 日	42,000.00	否	保证
王青芸	2025 年 11 月 1 日	2027 年 12 月 31 日	42,000.00	否	保证
谢洪兴、王青芸	2025 年 10 月 27 日	2029 年 10 月 26 日	29,000.00	否	保证
谢洪兴	2025 年 9 月 3 日	2027 年 8 月 10 日	15,000.00	否	保证
王青芸	2025 年 9 月 3 日	2027 年 8 月 10 日	15,000.00	否	保证
谢洪兴	2025 年 8 月 29 日	2026 年 8 月 28 日	15,000.00	否	保证
王青芸	2025 年 8 月 29 日	2026 年 8 月 28 日	15,000.00	否	保证
谢洪兴、王青芸	2025 年 7 月 18 日	2026 年 9 月 5 日	18,000.00	否	保证
谢洪兴	2025 年 5 月 19 日	2026 年 6 月 8 日	35,640.00	否	保证
王青芸	2025 年 5 月 19 日	2026 年 6 月 8 日	35,640.00	否	保证
谢洪兴、王青芸	2025 年 1 月 3 日	2025 年 5 月 18 日	16,060.00	是	保证
谢洪兴、王青芸	2024 年 12 月 25 日	2025 年 12 月 25 日	6,600.00	是	保证
谢洪兴、王青芸	2024 年 10 月 12 日	2025 年 1 月 2 日	11,715.00	是	保证
谢洪兴、王青芸	2024 年 8 月 22 日	2028 年 8 月 1 日	7,200.00	否	保证
谢洪兴、王青芸	2024 年 8 月 15 日	2028 年 8 月 14 日	14,000.00	否	保证
谢洪兴	2024 年 7 月 30 日	2025 年 7 月 29 日	10,000.00	是	保证
王青芸	2024 年 7 月 30 日	2025 年 7 月 29 日	10,000.00	是	保证
谢洪兴、王青芸	2024 年 7 月 23 日	2025 年 6 月 21 日	9,000.00	是	保证
谢洪兴、王青芸	2024 年 1 月 19 日	2025 年 1 月 19 日	6,000.00	是	保证
谢洪兴、王青芸	2024 年 1 月 5 日	2025 年 3 月 25 日	7,500.00	是	保证
谢洪兴、王青芸	2023 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	8,800.00	是	保证
谢洪兴、王青芸	2023 年 12 月 15 日	2025 年 12 月 15 日	4,100.00	是	保证
谢洪兴、王青芸	2023 年 9 月 11 日	2024 年 9 月 10 日	11,430.00	是	保证
谢洪兴	2023 年 8 月 17 日	2025 年 7 月 13 日	6,000.00	是	保证
王青芸	2023 年 8 月 17 日	2025 年 7 月 13 日	6,000.00	是	保证

担保方	担保起始日	担保到期日	担保金额	截至报告期末担保是否已经履行完毕	担保方式
谢洪兴、王青芸	2023 年 7 月 12 日	2024 年 6 月 19 日	6,000.00	是	保证
谢洪兴	2023 年 6 月 8 日	2024 年 6 月 7 日	6,000.00	是	保证
王青芸	2023 年 6 月 8 日	2024 年 6 月 7 日	6,000.00	是	保证

（2）接受劳务

公司现任执行总裁胡胜利入职公司前，其控制的主体福州高新区诺诚咨询服务工作室于 2024 年 5-8 月就公司战略发展方向、运营和营销工作、信息系统建设等方面提供咨询服务，费用为 83.33 万元，相关咨询服务于胡胜利入职前已履行完毕。

（3）关联方代垫费用和关联方代收款项

报告期内，公司存在使用关联方个人银行卡进行日常收支的情况，具体情况详见本节之“二、公司内部控制情况”之“（三）报告期内公司曾存在的内控不规范情形及整改情况”。针对前述情况，公司已规范整改和建立相关内控制度，自 2024 年 5 月后，公司未再发生上述行为。

（五）关联方应收应付款项

1、应收项目

单位：万元

序号	项目名称	关联方名称	2025 年末	2024 年末	2023 年末
1	其他应收款	许镇城	-	45.00	45.00
2	其他应收款	福州智腾	-	6,062.14	-

公司对关联方应收项目主要形成原因为向关联方提供借款，具体情况详见本节之“八、关联交易”之“（四）偶发性关联交易”，截至报告期末相关款项已完成清理，公司应收关联方款项余额为零。

2、应付项目

单位：万元

序号	项目名称	关联方名称	2025 年末	2024 年末	2023 年末
1	其他应付款	谢洪兴	-	89.18	939.71
2	其他应付款	莆田万辉	8.00	8.85	7.23

2023 年末及 2024 年末，公司应付谢洪兴款项主要系：（1）报告期前，公司为进行整体业务架构调整，收购原经营主体厦门世纪华腾 95%股权、香港世纪华腾 90%股权、德国 APM 的 100%股权所形成的应付款项；（2）报告期内，公司自谢洪兴处取得借款，取得借款具体情况详见本节之“八、关联交易”之“（四）偶发性关联交易”之“2、一般偶发性关联交易”；（3）谢洪兴使用关联方暨发行人董事许镇城的母亲的个人银行卡，为公司垫付费用而形成的应付个人余额，具体情况详见本节之“二、公司内部控制情况”之“（三）报告期内公司曾存在的内控不规范情形及整改情况”。2025 年 3 月，谢洪兴与公司签署协议，豁免公司因前述事项所形成的对其个人应付款项余额，相关会计处理视同股东捐赠，并已计入资本公积。

公司应付莆田万辉款项主要系公司接受劳务外包服务所形成的尚未结清的款项，相关款项在报告期各期末以后均已结清，具体情况详见本节之“八、关联交易”之“（三）经常性关联交易”。

截至 2025 年 12 月 31 日，除应付莆田万辉款项外，上述其他应付款已结清。

（六）关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司的关联交易业务体量较小，且具有清晰的定价原则，能够保障业务交易的公允性。报告期内，公司具有独立的研发、采购和销售体系，在经营上不存在依赖关联方的情形。公司主要关联交易事项均按照市场原则定价，价格合理，不存在损害公司及其他非关联股东利益的情况，亦不存在利用关联交易转移利润的情形。报告期内，关联交易对公司的财务状况和经营成果无重大影响。

（七）对规范关联交易的制度安排

公司在《公司章程》《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司独立董事工作制度》《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司关联交易管理制度》等各项内控制度

规定的审批程序和决策程序执行。公司在上市后生效的《公司章程（草案）》《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司关联交易管理制度》《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司规范与关联方资金往来的管理制度》等内控制度中对关联交易决策权力与程序作出规定，并制定了关联股东或利益冲突的董事在关联交易表决中的回避制度，确保关联交易决策公允，不损害公司及中小股东利益。

（八）报告期内关联交易决策程序的执行情况及独立董事的独立意见

2026年4月3日，公司召开第一届董事会第十次会议，审议通过了《关于确认公司最近三年关联交易的议案》，关联董事回避表决。

2026年4月22日，公司召开2026年第二次临时股东会，审议通过了《关于确认公司最近三年关联交易的议案》，对2023年度、2024年度及2025年度关联交易事项予以确认，相关关联交易遵循公平自愿原则，关联交易价格由交易方根据市场情况及变化协商确定，定价公允、合理，不存在损害公司及股东利益的情形，符合公司及股东的最大利益，相关关联股东已回避表决。

公司的独立董事已就公司报告期内的关联交易发表独立意见，认为公司最近三年的关联交易遵循了平等、自愿、等价、有偿的原则，符合正常商业条款及公平原则，交易条件及定价公允，不存在损害公司和股东利益，不存在关联方通过关联交易操纵利润的情形，不会影响公司经营的独立性；股东会/董事会在审议该项关联方交易议案时，表决程序合法有效。

（九）减少和进一步规范关联交易的措施

1、公司减少和进一步规范关联交易的措施

公司将严格执行《公司章程（草案）》《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司独立董事工作制度》《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司股东会议事规则》

《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司董事会议事规则》《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司关联交易管理制度》等制度中关于关联交易的规定，尽量减少关联交易的发生。对于不可避免的关联交易，公司将严格执行相应的关联交易决策程序、回避制度和信息披露制度，保证关联交易的公平、公正、公允，确保关联交易不损害公司及其他中小股东的利益。

2、关于减少和规范关联交易的承诺

公司控股股东福州兴腾，实际控制人谢洪兴及其一致行动人，控股股东、实际控制人及其一致行动人控制的其他企业已向公司出具《关于规范并减少关联交易的承诺函》，承诺如下：

（1）公司控股股东的承诺

福州兴腾作为公司的控股股东，就减少并规范与公司之间关联交易事宜承诺如下：

“一、在不对发行人及其他股东的利益构成不利影响的前提下，本企业及本企业控制的其他企业与发行人之间将尽量减少关联交易，避免资金占用。

二、对于正常经营范围内或存在其他合理原因无法避免的关联交易，本企业及本企业控制的其他企业将与发行人依法签订规范的关联交易协议，并按照相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则和发行人公司章程、关联交易管理制度的规定履行批准程序，保证按市场化原则和公允价格进行公平操作，并按相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则的规定履行相关信息披露义务，保证不通过关联交易及资金占用损害发行人及其他股东的合法权益。

三、本企业及本企业控制的其他企业将严格按照相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则的要求以及发行人公司章程、关联交易管理制度的有关规定，行使股东权利或者督促董事依法行使董事权利，在发行人股东会以及董事会对有关涉及本企业或本企业控制的其他企业事项的关联交易进行表决时，履行回避表决的义务，遵守批准关联交易的法定程序和信息披露义务。

四、本企业及本企业控制的其他企业将严格履行承诺，若未能履行上述承诺，本企业及本企业控制的其他企业将按照相关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应的法律责任，并愿意按照监管部门或司法机关的最终处理决定或生效判决赔偿由于违反上述承诺给发行人造成的损失。”

（2）实际控制人及一致行动人的承诺

谢洪兴作为公司的实际控制人，谢洪平、谢锋、谢洪军及谢洪波作为实际控制人的一致行动人，就减少并规范与公司之间关联交易事宜承诺如下：

“一、在不对发行人及其他股东的利益构成不利影响的前提下，本人及本人控制

的其他企业与发行人之间将尽量减少关联交易，避免资金占用。

二、对于正常经营范围内或存在其他合理原因无法避免的关联交易，本人及本人控制的其他企业将与发行人依法签订规范的关联交易协议，并按照相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则和发行人公司章程、关联交易管理制度的规定履行批准程序，保证按市场化原则和公允价格进行公平操作，并按相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则的规定履行相关信息披露义务，保证不通过关联交易及资金占用损害发行人及其他股东的合法权益。

三、本人及本人控制的其他企业将严格按照相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则的要求以及发行人公司章程、关联交易管理制度的有关规定，行使股东权利或者督促董事依法行使董事权利，在发行人股东会以及董事会对有关涉及本人或本人控制的其他企业事项的关联交易进行表决时，履行回避表决的义务，遵守批准关联交易的法定程序和信息披露义务。

四、本人及本人控制的其他企业将严格履行承诺，若未能履行上述承诺，本人及本人控制的其他企业将按照相关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应的法律责任，并愿意按照监管部门或司法机关的最终处理决定或生效判决赔偿由于违反上述承诺给发行人造成的损失。”

（3）实际控制人及其一致行动人控制的其他企业的承诺

福州骏腾、福州福腾、福州拓腾、福州闽腾、福州驰腾就减少并规范与公司之间关联交易事宜承诺如下：

“一、在不对发行人及其他股东的利益构成不利影响的前提下，本企业及本企业控制的其他企业与发行人之间将尽量减少关联交易，避免资金占用。

二、对于正常经营范围内或存在其他合理原因无法避免的关联交易，本企业及本企业控制的其他企业将与发行人依法签订规范的关联交易协议，并按照相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则和发行人公司章程、关联交易管理制度的规定履行批准程序，保证按市场化原则和公允价格进行公平操作，并按相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则的规定履行相关信息披露义务，保证不通过关联交易及资金占用损害发行人及其他股东的合法权益。

三、本企业及本企业控制的其他企业将严格按照相关法律法规、规范性文件及证

券交易所业务规则的要求以及发行人公司章程、关联交易管理制度的有关规定，行使股东权利或者督促董事依法行使董事权利，在发行人股东会以及董事会对有关涉及本企业或本企业控制的其他企业事项的关联交易进行表决时，履行回避表决的义务，遵守批准关联交易的法定程序和信息披露义务。

四、本企业及本企业控制的其他企业将严格履行承诺，若未能履行上述承诺，本企业及本企业控制的其他企业将按照相关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应的法律责任，并愿意按照监管部门或司法机关的最终处理决定或生效判决赔偿由于违反上述承诺给发行人造成的损失。”

九、报告期内关联方的变化情况

公司报告期内关联方的变化情况详见本招股说明书之“第八节 公司治理与独立性”之“七、关联方”之“（八）其他关联方”。

第九节 投资者保护

一、本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序

根据经公司于 2026 年 4 月 22 日召开的 2026 年第二次临时股东会审议通过的《关于首次公开发行人民币普通股（A 股）股票前滚存利润分配方案的议案》，公司于本次发行上市日前的滚存未分配利润将由公司本次发行上市完成后的全体股东按照持股比例共同享有；公司在 IPO 申报后的审核期间将不进行利润分配。

二、董事会关于股东回报事宜的专项研究论证情况以及相应的规划安排理由

公司重视对投资者的合理投资回报，公司的利润分配政策将兼顾全体股东的整体利益、公司的长远利益及公司的可持续发展。2026 年 4 月 3 日，公司召开第一届董事会第十次会议，就股东回报事宜进行了专项研究论证，审议通过了《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市后三年股东回报规划》，相关股东分红回报规划的制定过程中充分考虑和听取了股东、独立董事和审计委员会的意见，相关股东分红回报规划在切实维护股东合法权益、落实监管要求的基础上，充分考虑了公司经营发展实际情况、股东要求和意愿、社会资金成本和外部融资环境等因素，对公司利润分配作出了制度性安排，并已于 2026 年 4 月 22 日由公司 2026 年第二次临时股东会审议通过。

三、本次发行前后股利分配政策和未分配利润的使用安排

（一）本次发行前后股利分配政策的差异情况

1、本次发行前的股利分配政策

根据现行《公司法》及《公司章程》的相关规定，公司的股利分配政策如下：

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。公司的法定公积金不足

以弥补以前年度亏损的，在提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但章程规定不按持股比例分配的除外。股东会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的公司股份不得分配利润。

公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。公积金弥补公司亏损，应当先使用任意公积金和法定公积金；仍不能弥补的，可以按照规定使用资本公积金。法定公积金转为增加注册资本时，所留存的该项公积金不得少于转增前公司注册资本的 25%。

公司股东会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

2、本次发行后的股利分配政策

根据经公司于 2026 年 4 月 22 日召开的 2026 年第二次临时股东会审议通过的《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市后三年股东回报规划》以及《公司章程（草案）》，本次发行后的股利分配政策如下：

（1）股东回报规划的原则

股东回报规划的制定应符合相关法律法规以及上市后适用的《公司章程（草案）》的规定，重视对投资者合理投资回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展。公司股东回报规划应充分考虑和听取股东（特别是中小投资者）、独立董事和审计委员会的意见。

（2）股东回报规划的具体方案

（一）公司可以采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配利润。公司积极推行以现金方式分配股利。公司应结合所处发展阶段、资金需求等因素，选择有利于股东分享公司成长和发展成果、取得合理投资回报的现金分红政策。

（二）在具备现金分红的条件下，公司优先采取现金分红的利润分配政策，即公

公司在当年盈利、累计未分配利润为正且公司现金流可以满足公司正常经营和持续发展的情况下，如无重大投资计划或重大现金支出等事项发生，公司应当优先采取现金方式分配利润，每三年以现金方式累计分配的利润不低于该三年实现的年均可分配利润的百分之三十。当公司出现以下情形之一的，可以不实施利润分配：

（1）公司当年度未实现盈利；

（2）公司当年度经营性现金流量净额或者现金流量净额为负数；

（3）公司期末资产负债率超过百分之七十；

（4）公司最近一年审计报告为非无保留意见或带与持续经营相关的重大不确定性段落的无保留意见的；

（5）公司未来十二个月内存在重大投资或现金支出计划，进行现金分红将可能导致公司现金流无法满足公司经营或投资需要。

重大投资计划或重大现金支出指以下情形之一：

（1）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的百分之三十；

（2）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的百分之二十；

（3）当年经营活动产生的现金流量净额为负；

（4）中国证监会或者深圳证券交易所规定的其他情形。

（三）公司原则上每年度进行一次利润分配，董事会可以根据公司盈利情况及资金需求状况和有关条件提议公司进行中期利润分配。

（四）公司在经营情况良好，并且董事会综合考虑公司成长性、每股净资产摊薄等真实合理因素，在保证公司股本规模和股权结构合理的前提下，基于回报投资者和分享企业价值考虑，公司可以在进行现金股利分配之余根据公司股票估值情况发放股票股利。

（五）公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照《公司章程》规定

的程序，提出差异化的现金分红政策：

1、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

2、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

3、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

（六）如遇到战争、自然灾害等不可抗力、或者公司外部经营环境变化并对公司经营造成重大影响，或公司自身经营或财务状况发生较大变化，或相关法律法规或监管规定发生变化或调整，或董事会认为确有必要时，公司可对现金分红政策进行调整。

公司调整现金分红政策应由董事会详细论证，形成专项议案提交股东会，并经出席股东会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

（3）股东回报规划的决策程序和监督机制

公司董事会在制定利润分配方案时，根据股东（特别是中小股东）、独立董事和审计委员会的意见，应当认真研究和论证现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出现金分红提案，并直接提交董事会审议。股东会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。公司审计委员会应对董事会制定公司利润分配方案的内容、决策程序及执行情况进行监督。

公司因特殊情况不进行现金分红时，提交股东会审议的利润分配方案中应当说明未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途以及下一步为增强投资者回报水平拟采取的举措等，并在年度报告中予以披露。

（4）利润分配方案的实施

公司股东会对利润分配方案作出决议后，或者公司董事会根据年度股东会审议通过的下一年中期分红条件和上限制定具体方案后，公司董事会须在股东会召开后两个

月内完成股利（或股份）的派发事项。

（二）本次上市后股利分配政策的决策程序

1、公司制定利润分配政策时，应当履行公司章程规定的决策程序。董事会应当就股东回报事宜进行专项研究论证，制定明确、清晰的股东回报规划，并详细说明规划安排的理由等情况。

2、公司的利润分配方案应根据公司章程的规定，遵守中国证监会、深圳证券交易所等相关部门的有关规定，经董事会审议后，提交股东会表决通过。

3、公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

4、股东会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

5、公司根据生产经营情况、外部经营环境、投资规划和长期发展的需要，确需对利润分配政策进行调整的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和深圳证券交易所的有关规定。

6、公司调整利润分配政策，必须由董事会作出专题讨论，详细论证说明理由，董事会审议通过后方可提交股东会，并事先征求独立董事的意见。董事会拟定的调整利润分配政策的议案须经全体董事过半数通过。审计委员会应对董事会调整利润分配政策的行为进行监督。公司股东会审议调整利润分配政策议案前，应与股东特别是中小股东进行沟通和联系，就利润分配政策的调整事宜进行充分讨论和交流。利润分配政策变更的议案经出席股东会的股东所持表决权的三分之二以上通过，且公司应当提供网络投票等方式以方便股东参与股东会表决。

7、公司股东会对利润分配方案作出决议后，或者公司董事会根据年度股东会审议通过的下一年中期分红条件和上限制定具体方案后，公司董事会须在股东会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

（三）发行人上市后三年内的利润分配计划、制定的依据和可行性以及未分配利润的使用安排

1、上市后三年内现金分红等利润分配计划及制定的依据和可行性

上市后三年内利润分配计划制定的依据详见本节之“二、董事会关于股东回报事宜的专项研究论证情况以及相应的规划安排理由”。

根据发行人《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票并上市后三年股东回报规划》《发行人关于发行后股利分配政策的说明》和《公司章程（草案）》，本次发行完成后三年内公司的现金分红等利润分配计划如下：

（1）公司利润分配政策的基本原则

公司实行积极、持续、稳定的利润分配政策，其中，现金股利政策目标为在兼顾股东利益和公司可持续发展的基础上努力提高股东回报。公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展；公司董事会和股东会对利润分配政策的决策和论证应当充分考虑投资者的意见。

（2）公司利润分配具体政策

公司可以采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配利润，积极推行以现金方式分配股利。在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，如无重大投资计划或重大现金支出等事项发生，公司将积极采取现金方式分配利润。

①利润分配的形式

公司可以采取现金、股票或二者相结合的方式分配利润，但以现金分红为主。在具备现金分红的条件下，应优先选择以现金形式分红。

②现金分红的具体条件和比例

公司在当年盈利、累计未分配利润为正且公司现金流可以满足公司正常经营和持续发展的情况下，如无重大投资计划或重大现金支出等事项发生，公司应当优先采取现金方式分配利润，每三年以现金方式累计分配的利润不低于该三年实现的年均可分配利润的百分之三十。当公司出现以下情形之一的，可以不实施利润分配：

A.公司当年度未实现盈利；

B.公司当年度经营性现金流量净额或者现金流量净额为负数；

C.公司期末资产负债率超过百分之七十；

D.公司最近一年审计报告为非无保留意见或带与持续经营相关的重大不确定性段落的无保留意见的；

E.公司未来十二个月内存在重大投资或现金支出计划，进行现金分红将可能导致公司现金流无法满足公司经营或投资需要。

重大投资计划或重大现金支出指以下情形之一：

A.公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的百分之三十；

B.公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的百分之二十；

C.当年经营活动产生的现金流量净额为负；

D.中国证监会或者深圳证券交易所规定的其他情形。

同时，公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，在提出利润分配的方案时，提出差异化的现金分红政策：

A.公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到百分之八十；

B.公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到百分之四十；

C.公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到百分之二十。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前款第 C 项规定处理。

③公司发放股票股利的具体条件

采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素；在保证公司股本规模和股权结构合理的前提下，基于回报投资者和分享企

业价值考虑，公司可以在进行现金股利分配之余根据公司股票估值情况发放股票股利。

④利润分配的期间间隔

一般进行年度分红，公司也可以根据盈利情况和资金需求状况进行中期现金分红。

⑤上市后三年内利润分配计划的可行性

报告期内，公司归属于母公司股东的净利润分别为 11,095.30 万元、29,608.84 万元、37,059.41 万元。截至 2025 年 12 月 31 日，公司未分配利润为 59,785.27 万元。发行人上市后三年内的利润分配计划充分考虑了所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及资金支出安排等因素，具有可行性。

2、本次发行后公司未分配利润的使用计划

公司留存的未分配利润，将与公司历年经分配后剩余的未分配利润一起滚存，在本次发行上市后由新老股东共同享有，并继续投入公司主营业务经营，主要用于补充运营资金、研发投入、购买资产等，以继续扩大公司的生产经营规模。

四、公司上市后股东长期回报规划及主要考虑因素

发行人《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市后三年股东回报规划》和《公司章程（草案）》中有关股利分配政策的内容共同组成公司长期回报规划及主要考虑因素，具体内容分别详见本节“三、本次发行前后股利分配政策和未分配利润的使用安排”之“（三）发行人上市后三年内的利润分配计划、制定的依据和可行性以及未分配利润的使用安排”。

五、特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排

截至本招股说明书签署日，公司不存在特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排。

六、尚未盈利时发行人控股股东、实际控制人和董事、监事、高级管理人员落实保护投资者合法权益规定的各项措施

截至本招股说明书签署日，公司不存在尚未盈利或累计未弥补亏损的情况。

第十节 其他重要事项

一、重大合同

本节所称的重大合同是指对公司及其子公司生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同，主要包括战略合作协议、销售合同、采购合同、银行借款合同。

（一）线上平台合同

线上电商平台是发行人主要的销售渠道，因此重大销售合同主要为线上平台合同。

截至报告期末，发行人正在履行及已履行完毕的报告期任意一期交易金额在10,000万元以上的线上平台合同的详情如下：

序号	销售区域	合同名称	合同相对方	主要内容	合同期限
1	美国	亚马逊服务商业解决方案协议	Amazon.com Services LLC	提供 Amazon 网站销售服务、网店管理、应用程序、仓储及物流服务和工具等一系列商户服务	自注册日起生效，长期有效
2	加拿大		Amazon.com.ca, Inc.		自注册日起生效，长期有效
3	欧洲	亚马逊欧洲开店服务商业解决方案协议	Amazon EU S.A.R.L		自注册日起生效，长期有效
4	欧洲	使用 eBay 服务的一般条款和条件	eBay GmbH	使用 eBay 收费、网店管理、产品和/或服务的销售与推广等	自注册日起生效，长期有效
5	美国	用户协议	eBay Marketplaces GmbH		
6	美国	供应商合同	Parts Geek, LLC	Parts Geek 在其网站自主销售公司产品，按固定价格基于销售订单与公司结算	2022.12.15-2027.12.15

（二）供应商合同

发行人在实际采购需求发生时，向供应商下达具体订单。

报告期内，公司及子公司与各期前五大供应商签订的框架协议，以及报告期内公司及子公司与各期前五大供应商签订的金额在1,000万元以上的订单情况如下：

序号	销售方	主要采购产品	合同类型	合同价款 (元)	合同履行期 限/订单签订 日期	履行情况
1	青岛建邦汽车科技股份有限公司	底盘零部件、发动机零部件、车身及附件零部件、电子电气零部件等	框架协议	以订单为准	2025.08.20 起 长期有效	正在履行
2			框架协议	以订单为准	2024.10.21 至 2025.10.20	履行完毕
3	浙江三田汽车空调压缩机有限公司	电子电气零部件	框架协议	以订单为准	2025.07.28 起 长期有效	正在履行
4			采购订单	19,883,310	2024.09.11	履行完毕
5			采购订单	16,836,900	2023.11.02	履行完毕
6			采购订单	10,021,820	2024.09.20	履行完毕
7	浙江欧迪恩传动科技股份有限公司	底盘零部件	框架协议	以订单为准	2025.08.20 起 长期有效	正在履行
8	浙江三元龙兴科技股份有限公司	发动机零部件	框架协议	以订单为准	2025.07.29 起 长期有效	正在履行
9	龙口市奥达汽车零部件制造有限公司	底盘零部件	框架协议	以订单为准	2025.07.29 起 长期有效	正在履行
10	温岭德利众机械制造有限公司	底盘零部件	框架协议	以订单为准	2025.07.17 起 长期有效	正在履行
11	浙江戈尔德智能悬架股份有限公司	底盘零部件	框架协议	以订单为准	2025.07.18 起 长期有效	正在履行
12	温州豪华汽车配件有限公司	车身及附件零部件、底盘零部件等	框架协议	以订单为准	2025.07.18 起 长期有效	正在履行
13	台州博润汽车电器有限公司	发动机零部件	框架协议	以订单为准	2025.07.29 起 长期有效	正在履行

（三）物流商合同

截至报告期末，公司及子公司正在履行及已履行完毕的报告期任意一期交易金额为 10,000 万元及以上的物流商合同的详情如下：

序号	物流商名称	合同内容	合同期限
1	US ELOGISTICS SERVICE CORP、ETARGET LIMITED 及其关联主体	为发行人提供海外仓储服务及国际物流代理服务	依据具体协议约定
2	北京世纪卓越快递服务有限公司	为发行人提供头程物流服务	自签订起长期有效

（四）银行授信及担保合同

公司及子公司报告期内已履行完毕和截至报告期末正在履行的金额为 10,000 万元及以上的金融机构授信及担保合同的具体情况如下：

序号	被授信人/ 被担保人	授信人/ 债权人	授信类型/额度	利率/手续费	授信期限	担保情况	截至报告 期末的履 行情况
1	福州扬腾网络	中国工商银行股份有限公司福州高新区支行	人民币 42,000 万元	于具体借款合同规定	2025.11.01-2027.12.31	发行人与谢洪兴、王青芸提供最高额保证担保	正在履行
2	福州扬腾网络	兴业银行股份有限公司福州分行	人民币 12,000 万元	于具体借款合同规定	2022.09.02-2023.08.14	扬腾有限与谢洪兴、王青芸提供最高额保证担保	履行完毕
3	福州扬腾网络	兴业银行股份有限公司福州分行	人民币 15,000 万元	于具体借款合同规定	2023.08.17-2025.07.13	扬腾有限与谢洪兴、王青芸提供最高额保证担保	履行完毕
4	福州扬腾网络	兴业银行股份有限公司福州分行	人民币 45,000 万元	于具体借款合同规定	2025.09.03-2027.08.10	扬腾创新与谢洪兴、王青芸提供最高额保证担保	正在履行
5	福州扬腾网络	中国光大银行股份有限公司福州分行	人民币 11,430 万元	在具体业务合同中另行约定	2023.09.11-2024.09.10	扬腾有限与谢洪兴、王青芸提供最高额保证担保	履行完毕
6	福州扬腾网络	中国光大银行股份有限公司福州分行	人民币 14,000 万元	在具体业务合同中另行约定	2024.08.15-2025.08.14	扬腾有限与谢洪兴、王青芸提供最高额保证担保	履行完毕
7	福州扬腾网络	中国光大银行股份有限公司福州分行	人民币 29,000 万元	在具体业务合同中另行约定	2025.10.27-2026.10.26	扬腾创新与谢洪兴、王青芸提供最高额保证担保	正在履行
8	福州扬腾网络	招商银行股份有限公司福州分行	人民币 10,000 万元	任意一笔贷款的利率都由福州扬腾网络在提款申请中明确并由甲方审批同意后确定	2024.07.30-2025.07.29	扬腾有限与谢洪兴、王青芸提供最高额保证担保	履行完毕
9	福州扬腾网络	招商银行股份有限公司福州分行	人民币 15,000 万元	任意一笔贷款的利率都由福州扬腾网络在提款申请中明确并由甲方审批同意后确定	2025.08.29-2026.08.28	扬腾创新与谢洪兴、王青芸提供最高额保证担保	正在履行
10	福州扬腾网络	广发银行股份有限公司福州分行	授信额度最高限额为人民币 27,200 万元； 授信额度敞口最高限额为人民币 7,200 万元	以每笔贷款的借款借据或其他债权债务凭证记载内容为准	2024.08.22-2025.08.01	福州扬腾网络就其中银行承兑汇票、国内信用证提供保证金担保；扬腾有限与谢洪兴、王青芸提供最高额保证	履行完毕

序号	被授信人/被担保人	授信人/债权人	授信类型/额度	利率/手续费	授信期限	担保情况	截至报告期末的履行情况
						担保	
11	福州扬腾网络	汇丰银行（中国）有限公司福州分行	（1）由以下授信组成的、最高不超过美元40,000,000的非承诺性组合循环授信： （i）最高不超过美元40,000,000（或贷款人同意的等值其他货币）的非融资性银行保函/备用信用证授信； （ii）最高不超过美元40,000,000（或贷款人同意的等值其他货币）的非融资性银行保函/备用信用证授信； （iii）最高不超过人民币120,000,000的人民币银行承兑汇票承兑授信； （2）最高不超过美元20,000,000的人民币银行承兑汇票承兑授信。	开立银行保函或备用信用证的手续费费率由借款人和贷款人届时协商确定；承兑手续费，按照承兑的每一商业汇票的票面金额的0.05%计收	长期有效	福州扬腾网络提供保证金担保；扬腾创新与谢洪兴、王青芸提供最高额保证担保	正在履行
12	福州扬腾网络	中国民生银行股份有限公司福州分行	人民币 20,000 万元	在具体业务合同中另行约定	2025.12.25-2026.12.25	扬腾创新与谢洪兴、王青芸提供最高额保证担保	正在履行
13	福州扬腾网络	中国农业银行股份有限公司福州仓山支行	人民币 85,000 万元	承兑汇票手续费，按该笔业务票面金额的0.05%计收	2025.12.24-2026.12.23	福州扬腾网络提供保证金担保；扬腾创新与谢洪兴、王青芸提供最高额保证担保	正在履行
14	福州扬腾网络	中信银行股份有限公司福州分行	人民币 15,000 万元	以具体业务合同中的约定为准	2025.07.18-2026.03.05	扬腾创新与谢洪兴、王青芸提供最高额保证担保	正在履行

注：福州扬腾网络与中国工商银行股份有限公司福州高新区支行未签署综合授信框架合同，因此，上表第1项列示的公司与谢洪兴、王青芸提供的最高额保证担保系针对特定期间内福州扬腾网络与中国工商银行股份有限公司福州高新区支行签署的具体借款合同等文件项下的债权。

（五）其他重大合同

2026年3月7日，扬腾泰国与中机中联工程有限公司、精工建设（泰国）有限公司、精工工业（泰国）有限公司及精工工业建筑系统集团有限公司（合称“联合体”）

签署了工程总承包合同，约定联合体对扬腾泰国在泰国投资建设的工程厂房及附属设施建设项目提供勘察、设计、采购、施工、项目管理服务，建设项目的含税总价为15,258.80万元。

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在对外担保的情形。

三、重大诉讼与仲裁事项

（一）公司及子公司涉及的重大诉讼、仲裁事项

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司不存在标的金额在1,000万元以上的尚未了结的或可预见的会对本次发行上市构成重大不利影响的诉讼或仲裁案件。

（二）公司控股股东、实际控制人涉及的重大诉讼、仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人不存在尚未了结的或可预见的会对本次发行上市构成重大不利影响的诉讼、仲裁事项。

（三）公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员涉及的重大诉讼、仲裁事项

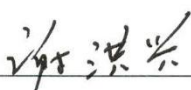
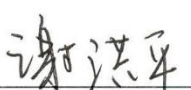
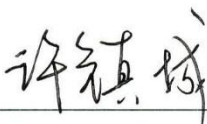
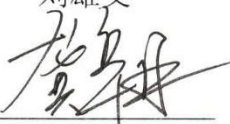
截至本招股说明书签署日，公司董事、高级管理人员和其他核心人员不存在尚未了结的或可预见的会对本次发行上市构成重大不利影响的诉讼、仲裁事项。

第十一节 声明

一、发行人及其全体董事、审计委员会委员、高级管理人员声明

本公司及全体董事、审计委员会委员、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

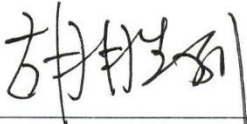
全体董事签名：

 谢洪兴	 谢洪平	 许镇城
 刘雄文	 苏志良	 王 雷
 龚 翱	 陈 飞	 李 珊
 田光宇	 钟瑞庆	

全体审计委员会委员签名：

 李 珊	 钟瑞庆	 王 雷

全体非董事高级管理人员签名：

 胡胜利	 曾传英

扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司

2026 年 4 月 22 日

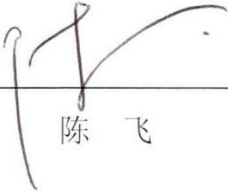


第十一节 声明

一、发行人及其全体董事、审计委员会委员、高级管理人员声明

本公司及全体董事、审计委员会委员、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

_____ 谢洪兴	_____ 谢洪平	_____ 许镇城
_____ 刘雄文	_____ 苏志良	_____ 王 雷
_____ 龚 翱	 _____ 陈 飞	_____ 李 珊
_____ 田光宇	_____ 钟瑞庆	

全体审计委员会委员签名：

_____ 李 珊	_____ 钟瑞庆	_____ 王 雷

全体非董事高级管理人员签名：

_____ 胡胜利	_____ 曾传英

扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司

2016 年 4 月 22 日



第十一节 声明

一、发行人及其全体董事、审计委员会委员、高级管理人员声明

本公司及全体董事、审计委员会委员、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

谢洪兴

谢洪平

许镇城

刘雄文

苏志良

王 雷

龚 翱

陈 飞

李 珊

田光宇

钟瑞庆

全体审计委员会委员签名：

李 珊

钟瑞庆

王 雷

全体非董事高级管理人员签名：

胡胜利

曾传英

扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司

2016年4月22日

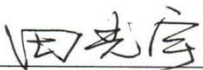


第十一节 声明

一、发行人及其全体董事、审计委员会委员、高级管理人员声明

本公司及全体董事、审计委员会委员、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

_____ 谢洪兴	_____ 谢洪平	_____ 许镇城
_____ 刘雄文	_____ 苏志良	_____ 王 雷
_____ 龚 翱	_____ 陈 飞	_____ 李 珊
_____  田光宇	_____ 钟瑞庆	

全体审计委员会委员签名：

_____ 李 珊	_____ 钟瑞庆	_____ 王 雷

全体非董事高级管理人员签名：

_____ 胡胜利	_____ 曾传英

扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司

2016年4月22日

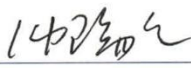


第十一节 声明

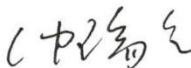
一、发行人及其全体董事、审计委员会委员、高级管理人员声明

本公司及全体董事、审计委员会委员、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

_____ 谢洪兴	_____ 谢洪平	_____ 许镇城
_____ 刘雄文	_____ 苏志良	_____ 王 雷
_____ 龚 翱	_____ 陈 飞	_____ 李 珊
_____ 田光宇	 _____ 钟瑞庆	

全体审计委员会委员签名：

_____ 李 珊	 _____ 钟瑞庆	_____ 王 雷

全体非董事高级管理人员签名：

_____ 胡胜利	_____ 曾传英

扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司

2026 年 4 月 22 日



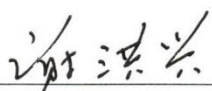
二、发行人控股股东、实际控制人声明

本公司（或本人）承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东：

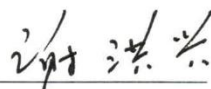
福州高新区兴腾企业管理合伙企业（有限合伙）

执行事务合伙人签名：



谢洪兴

实际控制人签名：



谢洪兴

扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司

2026 年 4 月 22 日

三、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

法定代表人：



陈 亮

保荐代表人：

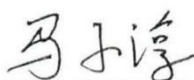


郭 慧



胡健彬

项目协办人：



马小淳



保荐人董事长声明

本人已认真阅读扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长：



陈 亮



保荐人总裁声明

本人已认真阅读扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

总裁：



王曙光



四、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

律师事务所负责人：


张金恩

经办律师：


胡基


钱珍


黄珏



五、承担审计业务的会计师事务所声明

会计师事务所声明

德师报(函)字(26)第 Q00425 号

本所及签字注册会计师已阅读扬腾创新(福建)信息科技股份有限公司(以下简称“发行人”)的招股说明书,确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制审计报告及关于非经常性损益明细表的专项说明等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制审计报告及关于非经常性损益明细表的专项说明等的内容无异议,确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担相应的法律责任。

德勤华永会计师事务所(特殊普通合伙)

中国·上海



执行事务合伙人:唐恋炯

唐恋炯

签字注册会计师:黄天义

黄天义



签字注册会计师:孙艳蝶

孙艳蝶



2026年4月22日

六、资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字资产评估师：

（已离职）

龚沈璐



资产评估机构负责人：



厦门嘉学资产评估房地产估价有限公司



2016年4月22日

关于签字资产评估师龚沈璐离职的说明

2024年11月5日，厦门嘉学资产评估房地产估价有限公司（以下简称“本公司”）出具的《福建扬腾创新信息科技有限公司拟股份制改造涉及的净资产资产评估报告》（嘉学评估评报字〔2024〕8320044号）的签字资产评估师为龚沈璐、王昊。其中，签字资产评估师龚沈璐已从本公司离职，因此无法在本公司出具的资产评估机构声明页中签字，但资产评估师的离职不影响本公司已出具的上述资产评估报告的法律效力。

特此说明。

资产评估机构负责人：



王健青

厦门嘉学资产评估房地产估价有限公司



2026年4月22日

七、验资机构声明

会计师事务所声明

德师报(函)字(26)第 Q00424 号

本所及签字注册会计师已阅读扬腾创新(福建)信息科技股份有限公司(以下简称“发行人”)的招股说明书, 确认招股说明书与本所出具的验资报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的上述验资报告的内容无异议, 确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏, 并承担相应的法律责任。

德勤华永会计师事务所(特殊普通合伙)

中国·上海



执行事务合伙人: 唐恋炯

唐恋炯

签字注册会计师: 彭金勇

彭金勇

签字注册会计师: 方少帆

方少帆



2026 年 4 月 22 日

第十二节 附件

一、附件目录

- （一）发行保荐书；
- （二）上市保荐书；
- （三）法律意见书；
- （四）财务报表及审计报告；
- （五）公司章程（草案）；
- （六）落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配决策程序、股东投票机制建立情况；
- （七）与投资者保护相关的承诺；
- （八）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项；
- （九）内部控制审计报告；
- （十）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- （十一）股东会、董事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况说明；
- （十二）审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明；
- （十三）募集资金具体运用情况；
- （十四）子公司、参股公司简要情况；
- （十五）其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅地点

备查文件将存放在公司和保荐人（主承销商）的办公地点，投资者可在公司股票发行的承销期内查阅。

（一）发行人：扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司

地点：福建省福州市闽侯县上街镇创业路 2 号 1#楼 15F-01 室

联系人：龚翱

联系电话：0591-38268889

传真：0591-38268889

（二）保荐人（主承销商）：中国国际金融股份有限公司

地点：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

联系人：郭慧、胡健彬

联系电话：010-65051166

传真：010-65051166

三、查阅时间

工作日：上午 9：00~11：30，下午 13：30~16：00

附件一 落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配决策程序、股东投票机制建立情况

（一）落实投资者关系管理相关规定的安排

1、发行人信息披露制度安排及流程

为规范公司的信息披露行为，加强信息披露事务管理，保护投资者合法权益，公司已按照《证券法》《公司法》《首次公开发行股票注册管理办法》《上市公司信息披露管理办法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等中国证监会及深圳证券交易所关于信息披露的有关要求，结合公司实际情况，制定了《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司信息披露事务管理制度》，自公司上市之日起正式实施。公司上市后将严格按照该制度进行信息披露。该制度就信息披露的基本原则，信息披露的审批文件，内容，信息披露的编制、审核与披露程序，信息披露的职责划分，董事、高级管理人员履行职责的记录和保管制度，未公开信息的保密措施，信息披露暂缓及豁免，财务管理和会计核算的内部控制及监督机制，信息的申请、审核与发布流程，与投资者、证券服务机构、媒体等信息沟通，涉及子公司的信息披露事务管理和报告制度，责任追究机制以及对违规人员的处理措施等内容作出了明确规定。

2、投资者关系沟通渠道的建立情况

为加强公司与投资者和潜在投资者之间的沟通，促进公司和投资者之间建立长期、稳定的良性关系，促进公司诚实信用、规范运作，加强投资者对公司的了解，公司制定了《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司投资者关系管理工作制度》，对投资者关系管理作出详细规定，自公司上市之日起生效。

董事长为公司投资者关系管理责任人，董事会秘书为公司投资者关系管理事务负责人。董事会办公室是公司的投资者关系管理职能部门，并配备专门工作人员处理投资者关系管理工作的具体事务，由董事会秘书领导，负责公司投资者关系管理事务。

3、未来开展投资者关系管理的规划

（1）投资者关系管理的组织与实施

董事会秘书为公司投资者关系管理工作的主管负责人。董事会办公室为公司投资者关系管理工作的职能部门，由董事会秘书领导，负责公司投资者关系管理的日常事务。董事长、董事会秘书或董事会授权的其他人员为公司对外发言人。除得到明确授权外，公司其他董事、高级管理人员和相关员工不得在投资者关系活动中代表公司发言。在不影响生产经营和泄露商业机密的前提下，负责投资者关系工作的部门或人员应及时归集各部门及下属公司的生产经营、财务、诉讼等信息，公司各部门及下属公司应积极配合。

（2）投资者关系管理的对象与内容

公司上市后，公司投资者关系管理的对象主要包括：投资者、证券分析师及行业分析师、财经媒体及行业媒体等传播媒介、投资者关系顾问、其他相关个人和机构等。公司与投资者沟通的内容主要包括：发展战略；法定信息披露及其说明；公司依法可以披露的经营管理信息；公司依法可披露的重大事项；企业文化建设；公司的环境、社会和治理信息；股东权利行使的方式、途径和程序等；投资者诉求处理信息；公司正在或者可能面临的风险和挑战；公司的其他相关信息。

（3）上市后公司投资者关系管理的具体计划

1）确保投资者日常交流渠道畅通

公司在上市后将通过接听投资者电话，回复投资者邮件，推出公司官方网站投资者留言板块并维护，耐心回答投资者的问询，认真对待投资者的意见，妥善回应投资者的质疑。

公司适时更新公开渠道的相关信息，坚决避免重大信息在公司网站等渠道早于指定信息披露媒体发布的情况发生。

公司将妥善安排和接待投资者调研和来访，尽量避免在定期报告窗口期接受投资者现场调研和媒体采访，同时避免在接待过程中泄露公司未公开信息。在投资者调研接待完成后，按要求及时向证券交易所报备。

2）坚持高质量信息披露水平

公司将严格执行定期报告规范性文件和行业信息披露指引要求，提高信息披露的有效性，确保投资者全面了解公司的经营成果、财务状况、内部控制等重要信息；严

格按要求编报临时报告，包括董事会和股东会决议、权益分派、关联交易、对外投资、对外担保、对外合作等重要事项公告。同时，在法定信息披露的基础上，公司将积极开展主动信息披露，帮助投资者及时、有效地掌握公司相关信息。

3) 认真组织筹备股东会

公司根据有关法律法规和《公司章程》规定，将持续认真做好年度股东会和各次临时股东会的组织筹备工作，包括会议通知、资料准备、会议登记、会议召开、投票统计、决议披露等，在公司上市后采用现场投票与网络投票相结合的方式，为广大投资者参与决策提供便利。

4) 丰富投资者关系活动方式

公司将通过召开网上专场业绩说明会、参加辖区上市公司集体接待日、组织投资者现场见面会、参与券商策略报告会、接待投资者调研、开展重要投资者走访、参加财经媒体论坛、参评市场相关奖项等方式增进与投资者的交流，主动开展投资者关系活动，维护和提升公司资本市场形象。

5) 将妥善处理舆情及危机事件

公司将密切关注公司股票交易动态，当股价或成交量出现异常波动时，立即自查是否存在应披露而未披露的重大信息，并积极向相关方进行求证，核实掌握实际情况，及时做好相关信息披露工作。对于媒体报道的传闻或者不实信息，公司将及时核实相关情况，避免股价由于传闻而出现较大波动。对公司股价已经或可能产生较大影响或影响投资者决策的信息，公司在必要时进行澄清。

6) 切实维护投资者合法权益

公司将努力创造优良的业绩，并按照法律法规及《公司章程》的相关规定进行年度利润分配，兼顾投资者的合理回报与公司的长远发展。

7) 有利于提升投资者关系管理的其他工作

公司将通过提高投资者关系管理重视程度、完善投资者关系管理工作机制、加强相关人员业务培训、加强投资者关系管理工作考核等方式，不断提升投资者关系管理水平。

（二）股利分配决策程序

公司股利分配决策程序详见本招股说明书之“第九节 投资者保护”之“三、本次发行前后股利分配政策和未分配利润的使用安排”之“（二）本次上市后股利分配政策的决策程序”。

（三）股东投票机制建立情况

公司目前已按照中国证监会及证券交易所的有关规定建立了股东投票机制，其中《公司章程（草案）》中对累积投票制选举公司董事、征集投票权的相关安排等进行了约定。发行上市后，公司将进一步对中小投资者单独计票机制，法定事项采取网络投票方式召开股东会进行审议表决等事项进行约定，建立完善的股东投票机制。

1、累积投票制度建立情况

股东会就选举董事进行表决时，根据章程的规定或者股东会的决议，可以实行累积投票制。股东会选举两名以上独立董事时，应当实行累积投票制。

2、中小投资者单独计票机制

股东会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

3、对法定事项采取网络投票方式的相关机制

公司召开股东会的地点为公司住所地或其他明确地点，具体由公司在每次股东会通知中明确。股东会将设置会场，以现场会议形式召开。公司还将提供网络投票的方式为股东参加股东会提供便利。股东通过上述方式参加股东会的，视为出席。

4、对征集投票权的相关机制

公司董事会、独立董事、持有百分之一以上有表决权股份的股东或者依照法律、行政法规或者中国证监会的规定设立的投资者保护机构可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。除法定条件外，公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

附件二 与投资者保护相关的承诺、发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项

（一）本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及股东持股及减持意向等承诺

1、控股股东福州兴腾承诺

（1）关于股份流通限制和自愿锁定的承诺

“一、自发行人本次发行的股票在证券交易所上市之日起 36 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业直接和/或间接持有的发行人首次公开发行 A 股股票前已发行的股份，也不由发行人回购本企业持有的该部分股份。

二、本企业承诺将严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等法律法规、政策规定及中国证券监督管理委员会审慎性监管的相关要求，根据孰长原则确定锁定期限；上述法律法规及政策规定未来发生变化的，本企业承诺将严格按照变化后的要求确定锁定期限。

三、本企业所持股票在上述锁定期限届满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行 A 股股票的发行价；发行人上市后 6 个月内如其股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价的，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价的，本企业持有发行人股票的锁定期限将自动延长至少 6 个月。如遇除权除息事项，上述发行价相应调整。

四、就发行人业绩下滑延长所持股份锁定期限事宜，本企业承诺：

（一）发行人上市当年较上市前一年净利润（以扣除非经常性损益后归母净利润为准，下同）下滑 50%以上的，延长本企业届时所持股份锁定期限（即自发行人上市之日起 36 个月）12 个月；

（二）发行人上市第二年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，在前项基础上延长本企业届时所持股份锁定期限 12 个月；

（三）发行人上市第三年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，在前两项基础上

延长本企业届时所持股份锁定期限 12 个月。

上述‘本企业届时所持股份’系指本企业于发行人上市前取得，上市当年及之后第二年、第三年年报披露时仍持有的股份。

五、本次发行上市后，本企业所持发行人股票的相关减持安排将遵守相关法律法规、政策规定和证券交易所业务规则等关于股份减持的相关规定。如监管部门或相关法律法规对本企业持有发行人的股票的流通限制、减持安排另有规定或作出进一步规定，本企业将遵守相应要求。

本企业将严格履行承诺，若未能履行上述承诺，本企业将按照相关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应的责任。”

（2）关于持股意向及减持意向的承诺

“一、在发行人首次公开发行股票并上市后，本企业将严格遵守本企业所作出的关于所持发行人股份锁定期的承诺。本企业承诺的锁定期届满后，在遵守相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则的前提下，本企业将结合证券市场整体状况、发行人经营业绩及股票走势、本企业业务发展需要等各方面因素确定是否减持发行人股份。

二、在发行人首次公开发行股票并上市且本企业承诺的锁定期届满后，如本企业确定减持所持发行人股份的，将通过证券交易所大宗交易系统、集中竞价交易系统或协议转让等法律法规允许的方式进行。

三、如本企业计划进行减持操作，本企业应提前将拟减持数量和减持原因等信息以书面方式通知发行人，由发行人按照相关法律法规及监管规则履行信息披露义务，通过证券交易所集中竞价交易或者大宗交易方式减持股份的，在首次卖出前十五个交易日披露减持计划。

四、本企业减持所持发行人股份，将按照法律、行政法规、《上市公司股东减持股份管理暂行办法》等相关规则要求实施。如相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则发生变化，以届时有效的规定为准。

五、本企业减持发行人首次公开发行股票并上市后本企业通过二级市场买入的发行人股份，不受上述承诺约束。

本企业若未能履行上述承诺，将按照相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则及监管部门的要求承担相应的责任。”

2、实际控制人谢洪兴及其一致行动人谢洪平、谢洪军、谢锋、谢洪波承诺

“一、自发行人本次发行的股票在证券交易所上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接和/或间接持有的发行人首次公开发行 A 股股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人持有的该部分股份。

二、本人承诺将严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等法律法规、政策规定及中国证券监督管理委员会审慎性监管的相关要求，根据孰长原则确定锁定期限；上述法律法规及政策规定未来发生变化的，本人承诺将严格按照变化后的要求确定锁定期限。

三、本人所持股票在上述锁定期限届满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行 A 股股票的发行价；发行人上市后 6 个月内如其股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价的，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价的，本人持有发行人股票的锁定期限将自动延长至少 6 个月。如遇除权除息事项，上述发行价相应调整。

四、就发行人业绩下滑延长所持股份锁定期限事宜，本人承诺：

（一）发行人上市当年较上市前一年净利润（以扣除非经常性损益后归母净利润为准，下同）下滑 50%以上的，延长本人届时所持股份锁定期限（即自发行人上市之日起 36 个月）12 个月；

（二）发行人上市第二年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，在前项基础上 延长本人届时所持股份锁定期限 12 个月；

（三）发行人上市第三年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，在前两项基础上 延长本人届时所持股份锁定期限 12 个月。

上述‘本人届时所持股份’系指本人于发行人上市前取得，上市当年及之后第二年、第三年年报披露时仍持有的股份。

五、本次发行上市后，本人所持发行人股票的相关减持安排将遵守相关法律法规、政策规定和证券交易所业务规则等关于股份减持的相关规定。如监管部门或相关法律

法规对本人持有发行人的股票的流通限制、减持安排另有规定或作出进一步规定，本人将遵守相应要求。

本人将严格履行承诺，若未能履行上述承诺，本人将按照相关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应的责任。”

3、由实际控制人控制且直接持有发行人股份的福州骏腾、福州福腾、福州拓腾、福州闽腾、福州驰腾承诺

（1）关于股份流通限制和自愿锁定的承诺

“一、自发行人本次发行的股票在证券交易所上市之日起 36 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业直接和/或间接持有的发行人首次公开发行 A 股股票前已发行的股份，也不由发行人回购本企业持有的该部分股份。

二、本企业承诺将严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等法律法规、政策规定及中国证券监督管理委员会审慎性监管的相关要求，根据孰长原则确定锁定期限；上述法律法规及政策规定未来发生变化的，本企业承诺将严格按照变化后的要求确定锁定期限。

三、本企业所持股票在上述锁定期限届满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行 A 股股票的发行价；发行人上市后 6 个月内如其股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价的，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价的，本企业持有发行人股票的锁定期限将自动延长至少 6 个月。如遇除权除息事项，上述发行价相应调整。

四、就发行人业绩下滑延长所持股份锁定期限事宜，本企业承诺：

（一）发行人上市当年较上市前一年净利润（以扣除非经常性损益后归母净利润为准，下同）下滑 50%以上的，延长本企业届时所持股份锁定期限（即自发行人上市之日起 36 个月）12 个月；

（二）发行人上市第二年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，在前项基础上延长本企业届时所持股份锁定期限 12 个月；

（三）发行人上市第三年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，在前两项基础上延长本企业届时所持股份锁定期限 12 个月。

上述‘本企业届时所持股份’系指本企业于发行人上市前取得，上市当年及之后第二年、第三年年报披露时仍持有的股份。

五、本次发行上市后，本企业所持发行人股票的相关减持安排将遵守相关法律法规、政策规定和证券交易所业务规则等关于股份减持的相关规定。如监管部门或相关法律法规对本企业持有发行人的股票的流通限制、减持安排另有规定或作出进一步规定，本企业将遵守相应要求。

本企业将严格履行承诺，若未能履行上述承诺，本企业将按照相关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应的责任。”

（2）关于持股意向及减持意向的承诺

“一、在发行人首次公开发行股票并上市后，本企业将严格遵守本企业所作出的关于所持发行人股份锁定期的承诺。本企业承诺的锁定期届满后，在遵守相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则的前提下，本企业将结合证券市场整体状况、发行人经营业绩及股票走势、本企业业务发展需要等各方面因素确定是否减持发行人股份。

二、在发行人首次公开发行股票并上市且本企业承诺的锁定期届满后，如本企业确定减持所持发行人股份的，将通过证券交易所大宗交易系统、集中竞价交易系统或协议转让等法律法规允许的方式进行。

三、如本企业计划进行减持操作，本企业应提前将拟减持数量和减持原因等信息以书面方式通知发行人，由发行人按照相关法律法规及监管规则履行信息披露义务，自发行人披露本企业减持意向之日起3个交易日后，本企业方可具体实施减持操作。

四、本企业减持所持发行人股份，将按照法律、行政法规、《上市公司股东减持股份管理暂行办法》等相关规则要求实施。如相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则发生变化，以届时有效的规定为准。

五、本企业减持发行人首次公开发行股票并上市后本企业通过二级市场买入的发行人股份，不受上述承诺约束。

本企业若未能履行上述承诺，将按照相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则及监管部门的要求承担相应的责任。”

4、间接持有公司股份的董事及高级管理人员承诺

(1) 董事王雷、苏志良、许镇城、龚翱及高级管理人员胡胜利、曾传英的承诺

“一、自发行人本次发行的股票在证券交易所上市之日起 12 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接和/或间接持有的发行人本次发行上市前已发行的股份，也不由发行人回购本人持有的该部分股份。

二、本人所持股票在上述锁定期限届满后两年内减持的，减持价格不低于发行人本次发行的股票的发行价；发行人上市后 6 个月内如其股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价的，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价的，本人持有发行人股票的持股期限将自动延长至少 6 个月。如遇除权除息事项，上述发行价相应调整。

三、本人在担任发行人董事/高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人所持发行人股份总数的 25%，因司法强制执行、继承、遗赠、依法分割财产等导致股份变动的除外。本人如在任期届满前离职，在本人就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，每年转让的股份不超过本人所持发行人股份总数的 25%，且离职后半年内不转让本人所持发行人股份。

四、如相关法律法规或证券监督管理部门对本人所持发行人股份的股份锁定或减持安排另有规定或作出进一步规定，本人将遵守相关要求。

五、本人不会因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。本人将严格履行承诺，若未能履行上述承诺，本人将按照相关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应的责任。”

(2) 董事谢洪兴、谢洪平、刘雄文的承诺

“一、自发行人本次发行的股票在证券交易所上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接和/或间接持有的发行人本次发行上市前已发行的股份，也不由发行人回购本人持有的该部分股份。

二、本人所持股票在上述锁定期限届满后两年内减持的，减持价格不低于发行人本次发行的股票的发行价；发行人上市后 6 个月内如其股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价的，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交

易日）收盘价低于发行价的，本人持有发行人股票的持股期限将自动延长至少 6 个月。如遇除权除息事项，上述发行价相应调整。

三、本人在担任发行人董事期间，每年转让的股份不超过本人所持发行人股份总数的 25%，因司法强制执行、继承、遗赠、依法分割财产等导致股份变动的除外。本人如在任期届满前离职，在本人就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，每年转让的股份不超过本人所持发行人股份总数的 25%，且离职后半年内不转让本人所持发行人股份。

四、如相关法律法规或证券监督管理部门对本人所持发行人股份的股份锁定或减持安排另有规定或作出进一步规定，本人将遵守相关要求。

五、本人不会因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。本人将严格履行承诺，若未能履行上述承诺，本人将按照相关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应的责任。”

5、其余股东的相关承诺

股东名称	承诺内容
腾讯香港、腾讯开曼	“一、自发行人本次发行的股票在证券交易所上市之日起 12 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本企业持有的该部分股份。 二、本企业承诺将严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等法律法规、政策规定；上述法律法规及政策规定未来发生变化的，本企业承诺将严格按照届时适用的要求确定锁定期限。 三、本次发行上市后，本企业所持发行人股票的相关减持安排将遵守相关法律法规、政策规定和证券交易所业务规则等关于股份减持的相关规定。如监管部门或相关法律法规对本企业持有发行人的股票的流通限制、减持安排另有规定或作出进一步规定，本企业将按照规定遵守相应需适用的要求。 本企业将严格履行承诺，若未能履行上述承诺，本企业将按照相关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应的责任。”
腾讯香港、腾讯开曼	“一、在发行人首次公开发行股票并上市后，本企业将严格遵守本企业所作出的关于所持发行人股份锁定期的承诺。本企业承诺的锁定期届满后，在遵守相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则的前提下，本企业将结合证券市场整体状况、发行人经营业绩及股票走势、本企业业务发展需要等各方面因素确定是否减持发行人股份。 二、在发行人首次公开发行股票并上市且本企业承诺的锁定期届满后，如本企业确定减持所持发行人股份的，将通过证券交易所大宗交易系统、集中竞价交易系统或协议转让等法律法规允许的方式进行。 三、本企业减持所持发行人股份，将按照法律、行政法规、《上市公司股东减持股份管理暂行办法》等相关规则要求实施。如相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则发生变化，本企业将遵守届时有效的规定。 四、本企业减持发行人首次公开发行股票并上市后本企业通过二级市场买入的发行人股份，不受上述承诺约束。

股东名称	承诺内容
	本企业若未能履行上述承诺，将按照相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则及监管部门的要求承担相应的责任。”
Astrend Opportunity、金色成长	“一、自发行人本次发行的股票在证券交易所上市之日起 12 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本企业持有的该部分股份。 二、本企业承诺将严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等法律法规、政策规定关于本企业所持发行人股份锁定期限的要求；上述法律法规及政策规定未来发生变化的，本企业承诺将严格按照届时适用的法律法规及政策规定的要求确定本企业所持发行人股份的锁定期限。 三、本次发行上市后，本企业所持发行人股票的相关减持安排将遵守相关法律法规、政策规定和证券交易所业务规则等关于股份减持的相关规定。如监管部门或相关法律法规对本企业持有发行人的股票的流通限制、减持安排另有规定或作出进一步规定，本企业将按照届时法律法规及政策规定遵守相应需适用的要求。本企业将严格履行承诺，若未能履行上述承诺，本企业将按照相关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应的责任。”
Astrend Opportunity、金色成长	“一、在发行人首次公开发行股票并上市后，本企业将严格遵守本企业所作出的关于所持发行人股份锁定期的承诺。本企业承诺的锁定期届满后，在遵守相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则的前提下，本企业将结合证券市场整体状况、发行人经营业绩及股票走势、本企业业务发展需要等各方面因素确定是否减持发行人股份。 二、在发行人首次公开发行股票并上市且本企业承诺的锁定期届满后，如本企业确定减持所持发行人股份的，将通过证券交易所大宗交易系统、集中竞价交易系统或协议转让等法律法规允许的方式进行。 三、本企业减持所持发行人股份，将按照法律、行政法规、《上市公司股东减持股份管理暂行办法》等相关规则要求实施。如届时相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则发生变化，本企业将遵守届时适用于本企业减持发行人股份的有效规定。 四、本企业减持发行人首次公开发行股票并上市后本企业通过二级市场买入的发行人股份，不受上述承诺约束。 本企业若未能履行上述承诺，将按照相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则及监管部门的要求承担相应的责任。”
福州智腾、武汉源夏、Macro Capital、Genuine Holdings、无锡鼎晖、成都鼎晖、富达基金、福建产业基金、福州榕投、海峡股权基金、中金榕投、无锡彬扬、高瓴鼎磊、高瓴琳恒、恒旭资本、麦步投资、无锡彬复、中金浦成、鹰潭彬沃、彬逸复旅、内蒙彬复、上海彬复、衡阳彬复	“一、自发行人本次发行上市的股票在证券交易所上市之日起 12 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本企业持有的该部分股份。 二、本次发行上市后，本企业所持发行人股票的相关减持安排将遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等相关法律法规、政策规定和证券交易所业务规则等关于股份锁定、股份减持的相关规定。如监管部门或相关法律法规对本企业持有发行人的股票的流通限制、减持安排另有规定或作出进一步规定，本企业将按照规定遵守相应需适用的要求。 本企业将严格履行承诺，若未能履行上述承诺，本企业将按照相关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应的法律责任。”

（二）稳定股价的措施和承诺

1、发行人制定的措施与预案

为稳定公司股价，保护中小股东和投资者利益，进一步明确公司上市后三年内股价低于每股净资产时稳定公司股价措施，按照《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》（证监会公告〔2013〕42号）的相关要求，公司特制订《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票并上市后三年内稳定公司股价预案》。主要内容如下：

“一、启动股价稳定预案的具体条件

自公司本次发行上市之日起三年内，如非因不可抗力因素所致，在公司股票收盘价格出现连续20个交易日低于公司最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，公司如有派息、送股、资本公积转增股本、股份拆细、增发、配股或缩股等情况导致公司净资产或股份总数发生变化的，每股净资产需相应进行调整，下同）的条件（以下简称“稳定股价条件”）满足时，且在符合相关法律法规对于回购、增持等股本变动行为的规定前提下，公司及相关主体将启动相关股价稳定措施。

二、稳定股价的具体措施

公司董事会将在公司股票价格触发启动股价稳定措施条件之日起的10个工作日内制订或促成公司控股股东、实际控制人提出稳定公司股价的措施，可采取以下一项或多项措施，具体方案将在履行完毕相关内部决策程序和外部审批/备案程序（如需）后实施，且按照公司信息披露要求予以公告。

当启动稳定股价预案的条件成就时，公司及相关主体将按照以下顺序启动稳定股价的方案：

1、公司回购股票的具体安排

（1）公司为稳定股价之目的回购股份，应符合《上市公司股份回购规则》等相关法律、法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件；

（2）公司自股价稳定方案公告之日起通过深圳证券交易所集中竞价的交易方式回购公司社会公众股份，在符合相关法律法规之要求的前提下，还应符合下列各项：

（i）回购价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产；（ii）单次回购股份数量不超过公司股本总额的 1%；单一会计年度累计回购股份数量不超过公司股本总额的 2%；（iii）公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行新股所募集资金的总额。

公司应依据稳定股价方案所适用的法律法规及公司章程等规定，完成公司的内部审批程序，履行相关法律法规所规定的其他相关程序并取得所需的相关批准后，实施稳定股价方案。

2、公司控股股东增持公司股票的具体安排以及公司实际控制人采取股价稳定措施的具体安排

当下列任一条件成立时，公司控股股东应在符合相关法律、法规及规范性文件的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持：（i）公司无法实施回购股票或回购股票议案未获得公司董事会或者股东会批准；（ii）公司回购股份方案实施完毕之次日起的连续 10 个交易日每日公司股票收盘价均低于最近一期经审计的每股净资产；（iii）公司回购股份方案实施完毕之次日起的 3 个月内启动稳定股价预案的条件被再次触发。

（1）公司控股股东增持股份的行为及信息披露应当符合《公司法》《证券法》《上市公司收购管理办法》等法律法规的规定，增持后公司股权分布应当符合上市条件；

（2）公司控股股东将以集中竞价交易方式增持公司社会公众股份，增持价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产。增持计划完成后的六个月内，公司控股股东将不出售所增持的股份；

（3）公司实际控制人将采取措施配合或促使公司控股股东增持公司股票，在必要时向公司控股股东提供资金支持；

（4）公司控股股东为稳定股价之目的进行股份增持的，在符合相关法律法规之要求的前提下，单次增持总金额合计不低于其上一会计年度自公司获得税后现金分红的 20%，单一会计年度用于增持股份的资金金额累计不超过其上一会计年度自公司所获得税后现金分红金额的总额。

公司控股股东、实际控制人采取上述股价稳定措施应符合相关法律、法规的规定，需要履行证券监督管理部门、证券交易所等主管部门审批手续的，应履行相应的审批

手续。因未获得批准而未买入公司股份的，视同已履行本预案及承诺。

3、在公司任职并领取薪酬的董事（独立董事除外，下同）、高级管理人员增持公司股票的具体安排

当下列任一条件成就时，在公司任职并领取薪酬的董事、高级管理人员应在符合相关法律、法规及规范性文件的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持：（i）控股股东、实际控制人增持股份方案实施完毕之次日起的连续 10 个交易日每日公司股票收盘价均低于最近一期经审计的每股净资产；（ii）控股股东、实际控制人增持股份方案实施完毕之次日起的 3 个月内启动稳定股价预案的条件被再次触发。

（1）在公司任职并领取薪酬的董事、高级管理人员增持股份的行为及信息披露应当符合《公司法》《证券法》《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律法规的规定，增持后公司股权分布应当符合上市条件；

（2）在公司任职并领取薪酬的董事、高级管理人员将以集中竞价交易方式增持公司社会公众股份，增持价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产。增持计划完成后的六个月内，将不出售所增持的股份；

（3）在公司任职并领取薪酬的公司董事、高级管理人员为稳定股价之目的进行股份增持的，除应符合相关法律法规之要求外，单次及/或连续十二个月增持公司股份的货币资金不超过该等董事、高级管理人员上年度薪酬（税后）的 100%。

自本预案经股东会审议通过后至本预案有效期届满前，公司如有新选任或聘任董事、高级管理人员，公司将要求其接受稳定公司股价预案和相关措施的约束。

在公司任职并领取薪酬的公司董事、高级管理人员买入公司股份应符合相关法律、法规的规定，需要履行证券监督管理部门、证券交易所等主管部门审批手续的，应履行相应的审批手续。因未获得批准而未买入公司股份的，视同已履行本预案及承诺。

三、稳定股价预案的终止情形

公司在触发稳定股价条件后，若出现以下任一情形，已制定或公告的稳定股价方案终止执行，已开始执行的方案视为实施完毕而无需继续执行：

1、公司股票连续 5 个交易日收盘价均高于公司最近一期经审计每股净资产；

2、继续回购或增持公司股份将导致公司股权分布不符合上市条件。

稳定股价具体方案实施完毕或停止实施后，如再次触发稳定股价措施的启动条件，则再次启动稳定股价措施。

四、相关约束措施

就稳定股价相关事项的履行，公司愿意接受有权主管机关的监督，并承担相应的法律责任。

1、如公司控股股东、实际控制人在公司发布其相应的增持股份公告后因主观原因未能实际履行，则公司可将控股股东增持义务触发当年及后一年度的现金分红（如有）予以暂时扣留，直至控股股东、实际控制人履行其增持股份义务。

2、如公司董事会未如期公告稳定股价方案的，或公司董事会、股东会审议通过的稳定股价方案要求公司回购股份但未实际履行的，公司将在股东会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

3、如公司相关董事、高级管理人员在公司发布其相应的增持股份公告后因主观原因未能实际履行，则公司将有权将相等金额的应付相关董事、高级管理人员的薪酬予以暂时扣留（即自其未能履行增持义务当月起扣减相关当事人每月薪酬（税后）的100%，但累计扣减金额达到应履行稳定股价义务的上一年度从公司领取薪酬总额（税后）的100%时应停止扣减），直至相关董事、高级管理人员履行其增持股份义务。

4、如因相关法律法规对于社会公众股股东最低持股比例的规定导致公司、相关董事及高级管理人员在一定时期内无法履行其增持或回购公司股份义务的，相关责任主体可免于适用前述约束措施，但亦应积极采取其他措施稳定公司股价。

五、其他说明

在本预案有效期内，新选任的公司相关董事及新聘任的高级管理人员应履行本预案规定的相关董事、高级管理人员义务并按同等标准履行公司首次公开发行 A 股股票时公司相关董事、高级管理人员已作出的其他承诺义务。

本预案实施时如相关法律法规另有规定，公司遵从相关规定。

本预案有效期内，因中国证监会、证券交易所等监管机构发布新的相关规则而需要对本预案进行修改时，公司股东会授权董事会及其授权人士据此修改本预案。

六、预案有效期

本预案经公司股东会审议通过后，于公司本次发行上市之日起生效，在此后三年内有效。”

2、发行人、控股股东福州兴腾、实际控制人谢洪兴承诺

“一、公司/本企业/本人将严格遵守执行发行人股东会审议通过的《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市后三年内稳定公司股价预案》（以下简称“《稳定股价预案》”），按照《稳定股价预案》的规定履行稳定股价的义务。

二、如公司/发行人本次发行上市后三年内触发《稳定股价预案》中规定的稳定股价条件，公司/本企业/本人将严格按照《稳定股价预案》的要求，采取稳定股价措施。

三、公司/本企业/本人在采取前述稳定股价措施时，应按照公司/发行人股票上市地上市规则及其他适用的监管规定履行相应的信息披露义务，并需符合所适用的法律法规及公司章程等相关规定。”

3、发行人处任职且领薪的非独立董事承诺

“一、本人将严格遵守执行公司股东会审议通过的《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市后三年内稳定公司股价预案》（以下简称“《稳定股价预案》”），按照该预案的规定履行稳定股价的义务。

二、如公司本次发行上市后三年内触发《稳定股价预案》中规定的除独立董事和不在公司领取薪酬的董事以外的董事的增持义务，本人将严格按照《稳定股价预案》的要求，积极履行增持发行人股票的义务。在履行增持义务的同时，本人还将按照公司股票上市地上市规则及其他适用的监管规定履行相应的信息披露义务。

三、本人将无条件遵守《稳定股价预案》中的相关规定，履行相关各项义务。

上述承诺为本人的真实意思表示，本人自愿接受证券监管部门、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本人将依法承担相应责任。”

4、除在发行人处任职且领薪的非独立董事外，发行人其他高级管理人员承诺

“一、本人将严格遵守执行公司股东会审议通过的《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市后三年内稳定公司股价

预案》（以下简称“《稳定股价预案》”），按照该预案的规定履行稳定股价的义务。

二、如公司本次发行上市后三年内触发《稳定股价预案》中规定的高级管理人员的增持义务，本人将严格按照《稳定股价预案》的要求，积极履行增持发行人股票的义务。在履行增持义务的同时，本人还将按照公司股票上市地上市规则及其他适用的监管规定履行相应的信息披露义务。

三、本人将无条件遵守《稳定股价预案》中的相关规定，履行相关各项义务。

上述承诺为本人的真实意思表示，本人自愿接受证券监管部门、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本人将依法承担相应责任。”

（三）股份回购和股份买回的措施和承诺

1、公司承诺

“一、启动股份回购措施的条件

本次发行完成后，如本次公开发行的招股说明书及其他申报文件被中国证券监督管理委员会或人民法院等有权机关认定为存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且该等情形对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大且实质性影响的，公司将依法回购本次发行的全部新股。

二、股份回购措施的启动程序

1、若上述情形发生于公司本次发行的股票已完成发行但未上市交易的阶段内，在符合相关法律法规规定的情形下，自中国证券监督管理委员会或人民法院等有权机关认定公司存在上述情形之日起 5 个工作日内，公司将按照发行价并加算银行同期存款利息向投资者回购本次发行的全部股票。

2、若上述情形发生于公司本次发行的股票已完成上市交易之后，在符合相关法律法规规定的情形下，自中国证券监督管理委员会或人民法院等有权机关认定公司存在上述情形之日起 10 个工作日内，公司董事会将启动股票回购有关的程序，依照所适用的法律、法规、规范性文件及公司章程等规定回购本次发行的全部股票，回购价格不低于公司股票发行价加算股票发行后至回购时相关期间银行同期活期存款利息或中国证券监督管理委员会认可的其他价格（公司如有分红、派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，前述价格应相应调整）。

三、如公司未能履行上述承诺，将按照有关法律法规的规定及中国证券监督管理委员会、上市地证券交易所的要求承担相应的责任。公司履行上述承诺时，相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则另有规定的，从其规定。”

2、控股股东、实际控制人承诺

“一、启动股份回购措施的条件

本次发行完成后，如本次公开发行的招股说明书及其他申报文件被中国证券监督管理委员会或人民法院等有权机关认定为存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且该等情形对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大且实质性影响的，本企业/本人将敦促发行人依法回购发行人本次发行的全部新股。

二、股份回购措施的启动程序

1、若上述情形发生于发行人本次发行的股票已完成发行但未上市交易的阶段内，在符合相关法律法规规定的情形下，自中国证券监督管理委员会或人民法院等有权机关认定发行人存在上述情形之日起 5 个工作日内，本企业/本人将敦促发行人按照发行价并加算银行同期存款利息向投资者回购本次发行的全部股票。

2、若上述情形发生于发行人本次发行的股票已完成上市交易之后，在符合相关法律法规规定的情形下，自中国证券监督管理委员会或人民法院等有权机关认定发行人存在上述情形之日起 10 个工作日内，本企业/本人将敦促发行人董事会启动股票回购有关的程序，依照所适用的法律、法规、规范性文件及公司章程等规定回购本次发行的全部股票，回购价格不低于发行人股票发行价加算股票发行后至回购时相关期间银行同期活期存款利息或中国证券监督管理委员会认可的其他价格（公司如有分红、派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，前述价格应相应调整）。

三、如本企业/本人未能履行上述承诺，将按照有关法律法规的规定及中国证券监督管理委员会、证券交易所的要求承担相应的责任。本企业/本人履行上述承诺时，相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则另有规定的，从其规定。”

（四）对欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺

1、公司承诺

“一、公司保证本次发行上市不存在任何欺诈发行上市的情形。

二、如公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，公司将在中国证券监督管理委员会等有权部门作出公司欺诈发行的最终认定后五个工作日内启动股份回购程序，依法回购本次发行上市的全部股份。

三、如公司未能履行上述承诺，将按照有关法律法规的规定及中国证券监督管理委员会、上市地证券交易所的要求承担相应的责任。公司履行上述承诺时，相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则另有规定的，从其规定。”

2、控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东、实际控制人对欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺如下：

“一、本企业/本人保证发行人本次发行上市不存在任何欺诈发行上市的情形。

二、如发行人不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本企业/本人将在中国证券监督管理委员会等有权机关作出发行人欺诈发行的最终认定后五个工作日内，依据中国证券监督管理委员会等有权机关的最终处理决定，启动股份购回程序或敦促发行人启动股份回购程序，依法购回或回购欺诈发行的股份。

三、如本企业/本人未能履行上述承诺，将按照有关法律法规的规定及中国证券监督管理委员会、证券交易所的要求承担相应的责任。本企业/本人履行上述承诺时，相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则另有规定的，从其规定。”

（五）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

本次公开发行股票并上市完成后，公司净资产将随着募集资金的到位而大幅增加，由于本次募集资金项目完全实现收益需要一定时间，在上述期间内，公司每股收益等即期回报指标将有可能出现一定幅度的下降。对此，公司将采取以下措施填补被摊薄的即期回报，以保护广大投资者利益：

1、公司拟采取的填补被摊薄即期回报的措施及承诺

（1）扩大业务规模，提高盈利能力

公司将在稳固现有市场和客户的基础上，加强现有业务的市场开拓力度，不断扩大主营业务的盈利规模，提升竞争力和公司盈利能力。

（2）加强募集资金监管，规范募集资金使用

为规范募集资金的管理和使用，保护投资者利益，公司将按照相关法律法规的要求及公司章程的规定制定《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司募集资金管理办法》，对募集资金的存储、募集资金的使用、募集资金投向变更、募集资金使用管理与监督等进行详细的规定。公司将加强对募集资金的管理，合理有效使用募集资金，防范募集资金使用风险。

（3）完善现金分红政策，强化投资者回报机制

公司已根据中国证券监督管理委员会的要求并结合公司实际情况完善现金分红政策，在上市后适用的公司章程等文件中对利润分配政策作出了制度性安排。同时，公司制订了本次发行上市后三年股东回报规划，尊重并维护股东利益。公司重视对投资者的合理投资回报，公司的利润分配政策将兼顾全体股东的整体利益、公司的长远利益及公司的可持续发展。

（4）不断完善公司治理，为公司发展提供制度保障

公司将严格遵循《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》等法律法规的要求，不断完善公司治理结构，有效保障股东能够充分行使权利，董事会能够按照法律法规和公司章程的规定行使职权，独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益，尤其是中小股东的合法权益，为公司发展提供制度保障。

2、公司控股股东、实际控制人对公司填补回报措施能够得到切实履行的相关承诺

“一、不越权干预发行人经营管理活动，不侵占发行人利益。

二、自本承诺函出具之日起至发行人本次发行上市实施完毕前，若中国证券监督管理委员会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证券监督管理委员会该等规定时，本企业/本人承诺届时将按照中国证券监督管理委员会的最新规定出具补充承诺。

三、本企业/本人承诺切实履行所作出的任何有关填补回报措施的承诺，若本企业/本人违反该等承诺并给发行人或者投资者造成损失的，本企业/本人愿意依法承担对发行人或者投资者的补偿责任。”

3、公司董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行的相关承诺

“（一）承诺不会无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。

（二）承诺将对本人的职务消费行为进行约束。

（三）承诺不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动。

（四）承诺积极推动由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

（五）承诺在公司设立股权激励计划（如有）时，积极支持股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

（六）在本次发行上市完成前，如监管机构作出关于摊薄即期回报填补措施及其承诺的其他细化规定，且上述承诺不能满足监管机构的细化要求时，本人承诺届时将按照相关规定出具补充承诺。

上述承诺为本人的真实意思表示，本人自愿接受证券监管部门、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本人将依法承担相应责任。”

（六）利润分配政策的承诺

公司对利润分配政策承诺如下：

“一、根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》等相关法律法规的规定，公司已制定适用于公司实际情形的上市后利润分配政策，并在上市后适用的《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司章程》（以下简称“《公司章程》”）以及《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票并上市后三年股东回报规划》（以下简称“《股东回报规划》”）中予以体现。

公司在本次发行上市后将严格遵守并执行《公司章程》以及《股东回报规划》规定的利润分配政策，充分维护股东利益。

二、公司于本次发行上市日前的滚存未分配利润将由公司本次发行上市完成后的全体股东按照持股比例共同享有。

三、如公司未能履行上述承诺，将按照有关法律法规的规定及中国证券监督管理委员会、上市地证券交易所的要求承担相应的责任。公司履行上述承诺时，相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则另有规定的，从其规定。”

（七）依法承担赔偿责任的承诺

1、公司的承诺

公司承诺如下：

“一、公司本次发行上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且公司对招股说明书内容的真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

若中国证券监督管理委员会或人民法院等有权机关认定公司本次发行上市的招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将根据中国证券监督管理委员会或人民法院等有权机关的最终处理决定或生效判决，依法赔偿投资者损失。

二、公司保证本次发行上市不存在任何欺诈发行上市的情形。

如公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将根据中国证券监督管理委员会或人民法院等有权机关的最终处理决定或生效判决，依法赔偿投资者损失。

三、如公司未能履行上述承诺，将按照有关法律法规的规定及中国证券监督管理委员会、上市地证券交易所的要求承担相应的责任。公司履行上述承诺时，相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则另有规定的，从其规定。”

2、公司控股股东福州兴腾、实际控制人谢洪兴承诺

公司控股股东福州兴腾、实际控制人谢洪兴承诺如下：

“一、发行人本次发行上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

如中国证券监督管理委员会或人民法院等有权机关认定发行人本次发行上市的招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本企业/本人将根据中国证券监督管理委员会或人民法院等有权机关的最终处理决定或生效判决，依法赔偿投资者损失。

二、本企业/本人保证发行人本次发行上市不存在任何欺诈发行上市的情形。

如发行人不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本企业/本人将根据中国证券监督管理委员会或人民法院等有权机关的最终处理决定或生效判决，依法赔偿投资者损失。

三、如本企业/本人未能履行上述承诺，将按照有关法律法规的规定及中国证券监督管理委员会、证券交易所的要求承担相应的责任。本企业/本人履行上述承诺时，相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则另有规定的，从其规定。”

3、公司董事、高级管理人员承诺

公司董事、高级管理人员承诺如下：

“一、发行人招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本人对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

二、如中国证券监督管理委员会或人民法院等有权机关认定发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将根据中国证券监督管理委员会或人民法院等有权机关的最终处理决定或生效判决，依法赔偿投资者损失，但有证据证明无过错的除外。

三、本人不因职务变更、离职等原因而放弃履行所作出的上述承诺。如本人未能履行上述承诺，将按照有关法律法规及监管部门的要求承担相应的责任。”

4、本次发行的中介机构承诺

本次发行保荐机构（主承销商）中国国际金融股份有限公司承诺：“本公司为本次发行制作、出具的申请文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形：若因本公司未能勤勉尽责，为本次发行制作、出具的申请文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。”

公司律师北京市海问律师事务所承诺：“如因本所就本次发行中向投资者公开披露的由本所以发行人律师之身份出具的法律意见书及律师工作报告有对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，而给本次发行中的投资者造成损失的，本所将就本所过错依法承担相应的赔偿责任，损失赔偿金额以投资者实际发生的直接损失为限。”

公司会计师、验资机构德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：“本所作为扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司（以下简称“发行人”）首次公开发行股票并上市的审计机构及验资机构，出具了发行人 2025 年度、2024 年度及 2023 年度财务报表的审计报告、关于原始财务报表与申报财务报表差异比较表的专项说明、关于非经常性损益明细表的专项说明、关于主要税种纳税情况的专项说明、发行人于 2025 年 12 月 31 日的内部控制审计报告、发行人分别截至 2024 年 8 月 28 日止、截至 2024 年 11 月 26 日止及截至 2025 年 3 月 31 日止的验资报告（以下统称“报告及说明”）。若因本所出具的上述报告及说明有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。”

公司资产评估机构厦门嘉学资产评估房地产估价有限公司承诺：“本公司为本次发行制作、出具的申请文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形：若因本公司未能勤勉尽责，为本次发行制作、出具的申请文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。”

（八）控股股东、实际控制人避免新增同业竞争的承诺

控股股东、实际控制人及其一致行动人出具的避免新增同业竞争的承诺参见本招股说明书之“第八节 公司治理与独立性”之“六、发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业从事相同、相似业务的情况”之“（二）避免同业竞争的承诺”。

（九）其他承诺事项

1、上市有关承诺相应约束措施的承诺

（1）公司承诺

“一、公司将严格按照公司在本次发行上市过程中所作出的各项承诺履行相关义务和责任。

二、如公司承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等公司无法控制的客观原因导致的除外），公司将采取以下措施：

（一）及时、充分披露公司承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

（二）向公司投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；

（三）将上述补充承诺或替代承诺提交股东会审议（如需）；

（四）将严格遵守公司就本次发行上市所作出的所有公开承诺事项中的相关约束措施，公司违反承诺给投资者造成损失的，将依法对投资者进行赔偿。

三、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等公司无法控制的客观原因导致公司承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，公司将采取以下措施：

（一）及时、充分披露公司承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

（二）向公司投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。

四、公司在作出的各项承诺事项中已提出具体约束措施的，按照公司在该等承诺中承诺的约束措施履行。”

（2）控股股东承诺

“一、本企业将严格按照本企业在发行人本次发行上市过程中所作出的各项承诺履行相关义务和责任。

二、若本企业未能履行承诺的各项义务和责任，则本企业承诺采取以下措施予以约束：

（一）如本企业未能履行公开承诺事项的，本企业应当向发行人说明原因，并由发行人在中国证券监督管理委员会指定媒体上公开披露本企业未履行公开承诺事项的具体原因，同时，本企业应向发行人的投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；

（二）因本企业未能履行承诺事项而致使发行人遭受损失的，本企业将依据证券监管部门或司法机关最终处理决定或生效判决，依法赔偿发行人损失；

（三）如本企业未能履行承诺事项，而公众投资者因信赖本企业承诺事项进行交易而遭受损失的，本企业将依据司法机关生效判决，依法赔偿投资者损失。

三、本企业在作出的各项承诺事项中已提出具体约束措施的，按照本企业在该等承诺中承诺的约束措施履行。”

（3）实际控制人及其一致行动人承诺

“一、本人将严格按照本人在发行人本次发行上市过程中所作出的各项承诺履行相关义务和责任。

二、若本人未能履行承诺的各项义务和责任，则本人承诺采取以下措施予以约束：

（一）如本人未能履行公开承诺事项的，本人应当向发行人说明原因，并由发行人在中国证券监督管理委员会指定媒体上公开披露本人未履行公开承诺事项的具体原因，同时，本人应向发行人的投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；

（二）因本人未能履行承诺事项而致使发行人遭受损失的，本人将依据证券监管部门或司法机关最终处理决定或生效判决，依法赔偿发行人损失；

（三）如本人未能履行承诺事项，而公众投资者因信赖本人承诺事项进行交易而遭受损失的，本人将依据司法机关生效判决，依法赔偿投资者损失。

三、本人在作出的各项承诺事项中已提出具体约束措施的，按照本人在该等承诺中承诺的约束措施履行。”

（4）有责任的董事和高级管理人员承诺

“一、本人将严格按照在本次发行上市过程中所作出的各项承诺履行相关义务和责任，积极接受社会监督。

二、如本人非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（一）在中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

（二）如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归发行人所有，并在获得收益的五个工作日内将所获收益支付给发行人指定账户；

（三）本人未履行招股说明书的公开承诺事项，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失。

三、如本人因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（一）在中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因；

（二）尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护发行人投资者利益。

四、本人在作出的各项承诺事项中已提出具体约束措施的，按照本人在该等承诺中承诺的约束措施履行。本人不因职务变更、离职等原因而放弃履行本承诺函。

本承诺函所指不可抗力是不能预见、不能避免且不能克服的客观情况。”

（5）公司持股 5%以上的股东腾讯香港、腾讯开曼、Astrend Opportunity、金色成长承诺：

“一、本企业将严格按照本企业在发行人本次发行上市过程中所作出的各项承诺履行相关义务和责任。

二、若本企业未能履行承诺的各项义务和责任，则本企业承诺采取以下措施予以约束：

（一）如本企业未能履行公开承诺事项的，本企业应当向发行人说明原因，并由发行人在中国证券监督管理委员会指定媒体上公开披露本企业未履行公开承诺事项的具体原因，同时，本企业将及时、有效地采取措施消除相关违反承诺事项；

（二）因本企业未能履行承诺事项而致使发行人及/或公众投资者遭受损失的，本企业将依据证券监管部门或司法机关最终处理决定或生效判决承担相应法律责任。

三、本企业在作出的各项承诺事项中已提出具体约束措施的，按照本企业在该等承诺中承诺的约束措施履行。”

（6）公司实际控制人控制的企业福州骏腾、福州福腾、福州拓腾、福州闽腾、福州驰腾的承诺

“一、本企业将严格按照本企业在发行人本次发行上市过程中所作出的各项承诺履行相关义务和责任。

二、若本企业未能履行承诺的各项义务和责任，则本企业承诺采取以下措施予以约束：

（一）如本企业未能履行公开承诺事项的，本企业应当向发行人说明原因，并由

发行人在中国证券监督管理委员会指定媒体上公开披露本企业未履行公开承诺事项的具体原因，同时，本企业应向发行人的投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；

（二）因本企业未能履行承诺事项而致使发行人遭受损失的，本企业将依据证券监管部门或司法机关最终处理决定或生效判决，依法赔偿发行人损失；

（三）如本企业未能履行承诺事项，而公众投资者因信赖本企业承诺事项进行交易而遭受损失的，本企业将依据司法机关生效判决，依法赔偿投资者损失。

三、本企业在作出的各项承诺事项中已提出具体约束措施的，按照本企业在该等承诺中承诺的约束措施履行。”

2、关于减少并规范关联交易的承诺

（1）公司控股股东的承诺

福州兴腾作为发行人的控股股东，就减少并规范与发行人之间关联交易事宜承诺如下：

“一、在不对发行人及其他股东的利益构成不利影响的前提下，本企业及本企业控制的其他企业与发行人之间将尽量减少关联交易，避免资金占用。

二、对于正常经营范围内或存在其他合理原因无法避免的关联交易，本企业及本企业控制的其他企业将与发行人依法签订规范的关联交易协议，并按照相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则和发行人公司章程、关联交易管理制度的规定履行批准程序，保证按市场化原则和公允价格进行公平操作，并按相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则的规定履行相关信息披露义务，保证不通过关联交易及资金占用损害发行人及其他股东的合法权益。

三、本企业及本企业控制的其他企业将严格按照相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则的要求以及发行人公司章程、关联交易管理制度的有关规定，行使股东权利或者督促董事依法行使董事权利，在发行人股东会以及董事会对有关涉及本企业或本企业控制的其他企业事项的关联交易进行表决时，履行回避表决的义务，遵守批准关联交易的法定程序和信息披露义务。

四、本企业及本企业控制的其他企业将严格履行承诺，若未能履行上述承诺，本

企业及本企业控制的其他企业将按照相关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应的法律责任，并愿意按照监管部门或司法机关的最终处理决定或生效判决赔偿由于违反上述承诺给发行人造成的损失。”

（2）公司实际控制人及其一致行动人的承诺

谢洪兴作为发行人的实际控制人，谢洪平、谢锋、谢洪军、谢洪波作为发行人实际控制人的一致行动人，就减少并规范与发行人之间关联交易事宜承诺如下：

“一、在不对发行人及其他股东的利益构成不利影响的前提下，本人及本人控制的其他企业与发行人之间将尽量减少关联交易，避免资金占用。

二、对于正常经营范围内或存在其他合理原因无法避免的关联交易，本人及本人控制的其他企业将与发行人依法签订规范的关联交易协议，并按照相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则和发行人公司章程、关联交易管理制度的规定履行批准程序，保证按市场化原则和公允价格进行公平操作，并按相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则的规定履行相关信息披露义务，保证不通过关联交易及资金占用损害发行人及其他股东的合法权益。

三、本人及本人控制的其他企业将严格按照相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则的要求以及发行人公司章程、关联交易管理制度的有关规定，行使股东权利或者督促董事依法行使董事权利，在发行人股东会以及董事会对有关涉及本人或本人控制的其他企业事项的关联交易进行表决时，履行回避表决的义务，遵守批准关联交易的法定程序和信息披露义务。

四、本人及本人控制的其他企业将严格履行承诺，若未能履行上述承诺，本人及本人控制的其他企业将按照相关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应的法律责任，并愿意按照监管部门或司法机关的最终处理决定或生效判决赔偿由于违反上述承诺给发行人造成的损失。”

（3）实际控制人控制的福州骏腾、福州福腾、福州拓腾、福州闽腾、福州驰腾承诺

“一、在不对发行人及其他股东的利益构成不利影响的前提下，本企业及本企业控制的其他企业与发行人之间将尽量减少关联交易，避免资金占用。

二、对于正常经营范围内或存在其他合理原因无法避免的关联交易，本企业及本企业控制的其他企业将与发行人依法签订规范的关联交易协议，并按照相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则和发行人公司章程、关联交易管理制度的规定履行批准程序，保证按市场化原则和公允价格进行公平操作，并按相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则的规定履行相关信息披露义务，保证不通过关联交易及资金占用损害发行人及其他股东的合法权益。

三、本企业及本企业控制的其他企业将严格按照相关法律法规、规范性文件及证券交易所业务规则的要求以及发行人公司章程、关联交易管理制度的有关规定，行使股东权利或者督促董事依法行使董事权利，在发行人股东会以及董事会对有关涉及本企业或本企业控制的其他企业事项的关联交易进行表决时，履行回避表决的义务，遵守批准关联交易的法定程序和信息披露义务。

四、本企业及本企业控制的其他企业将严格履行承诺，若未能履行上述承诺，本企业及本企业控制的其他企业将按照相关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应的法律责任，并愿意按照监管部门或司法机关的最终处理决定或生效判决赔偿由于违反上述承诺给发行人造成的损失。”

3、关于避免资金占用的承诺

（1）公司控股股东福州兴腾的承诺

“一、本企业及本企业控制的其他企业在与发行人发生的经营性资金往来中，不得占用发行人资金，且将避免与发行人及其下属子公司发生除正常业务外的一切资金往来。

二、本企业及本企业控制的其他企业不谋求以下列方式将发行人资金直接或间接地提供给本企业及本企业所控制的其他企业使用，包括：

（一）为本企业及本企业控制的其他企业垫支工资、福利、保险、广告等费用，也不得要求发行人代为承担成本和其他支出；

（二）有偿或无偿地拆借发行人的资金（含委托贷款）给本企业及本企业所控制的其他企业使用；

（三）委托本企业及本企业所控制的其他企业进行投资活动；

（四）为本企业及本企业所控制的其他企业开具没有真实交易背景的商业承兑汇票，以及在无商品和劳务对价情况下或者明显有悖商业逻辑情况下以采购款、资产转让款、预付款等方式提供资金；

（五）代本企业及本企业所控制的其他企业偿还债务；

（六）有关法律、法规、规范性文件规定及证券监督管理部门认定的其他方式。

三、本企业及本企业控制的其他企业将严格履行承诺，若未能履行上述承诺，本企业及本企业控制的其他企业将按照相关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应的责任，并愿意按照监管部门或司法机关的最终处理决定或生效判决赔偿由于违反上述承诺给发行人造成的损失。”

（2）公司实际控制人的承诺

“一、本人及本人控制的其他企业在与发行人发生的经营性资金往来中，不得占用发行人资金，且将避免与发行人及其下属子公司发生除正常业务外的一切资金往来。

二、本人及本人控制的其他企业不谋求以下列方式将发行人资金直接或间接地提供给本人及本人所控制的其他企业使用，包括：

（一）为本人及本人控制的其他企业垫支工资、福利、保险、广告等费用，也不得要求发行人代为承担成本和其他支出；

（二）有偿或无偿地拆借发行人的资金（含委托贷款）给本人及本人所控制的其他企业使用；

（三）委托本人及本人所控制的其他企业进行投资活动；

（四）为本人及本人所控制的其他企业开具没有真实交易背景的商业承兑汇票，以及在无商品和劳务对价情况下或者明显有悖商业逻辑情况下以采购款、资产转让款、预付款等方式提供资金；

（五）代本人及本人所控制的其他企业偿还债务；

（六）有关法律、法规、规范性文件规定及证券监督管理部门认定的其他方式。

三、本人及本人控制的其他企业将严格履行承诺，若未能履行上述承诺，本人及本人控制的其他企业将按照相关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应的责任，

并愿意按照监管部门或司法机关的最终处理决定或生效判决赔偿由于违反上述承诺给发行人造成的损失。”

（3）实际控制人控制的福州骏腾、福州福腾、福州拓腾、福州闽腾、福州驰腾承诺

“一、本企业及本企业控制的其他企业在与发行人发生的经营性资金往来中，不得占用发行人资金，且将避免与发行人及其下属子公司发生除正常业务外的一切资金往来。

二、本企业及本企业控制的其他企业不谋求以下列方式将发行人资金直接或间接地提供给本企业及本企业所控制的其他企业使用，包括：

（一）为本企业及本企业控制的其他企业垫支工资、福利、保险、广告等费用，也不得要求发行人代为承担成本和其他支出；

（二）有偿或无偿地拆借发行人的资金（含委托贷款）给本企业及本企业所控制的其他企业使用；

（三）委托本企业及本企业所控制的其他企业进行投资活动；

（四）为本企业及本企业所控制的其他企业开具没有真实交易背景的商业承兑汇票，以及在无商品和劳务对价情况下或者明显有悖商业逻辑情况下以采购款、资产转让款、预付款等方式提供资金；

（五）代本企业及本企业所控制的其他企业偿还债务；

（六）有关法律、法规、规范性文件规定及证券监督管理部门认定的其他方式。

三、本企业及本企业控制的其他企业将严格履行承诺，若未能履行上述承诺，本企业及本企业控制的其他企业将按照相关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应的责任，并愿意按照监管部门或司法机关的最终处理决定或生效判决赔偿由于违反上述承诺给发行人造成的损失。”

4、股东信息披露事项的承诺

针对股东信息披露事项，公司承诺：

“一、截至本承诺函出具之日，本公司股东均具备持有本公司股份的主体资格，

不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有本公司股份的情形。

二、截至本承诺函出具之日，本次发行上市的保荐机构、主承销商中国国际金融股份有限公司存在通过其全资子公司中金浦成投资有限公司、中金资本运营有限公司、中金私募股权投资管理有限公司、中国中金财富证券有限公司直接/间接持有本公司股份的情形，该等情形不属于法律法规禁止持股的情形或利益冲突情形。除前述情形外，本次发行上市的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有本公司股份或其他权益的情形。

三、本公司股东不存在以本公司股权进行不当利益输送的情形。

四、本公司已及时向为本次发行上市而聘请的中介机构提供了真实、准确、完整的资料，积极和全面配合了中介机构开展尽职调查，依法在本次发行上市的申报文件中真实、准确、完整地披露了股东信息，履行了信息披露义务。”

附件三 股东会、董事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况说明

公司整体变更设立股份公司以来，根据《公司法》《证券法》《上市公司章程指引》等相关法律法规的要求，建立健全了公司股东会、董事会和管理层组成的治理架构，组建了较为规范的公司内部组织机构，制定并完善了《公司章程》《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司股东会议事规则》《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司董事会议事规则》等一系列法人治理规则或细则，明确了董事会、管理层相互之间的权责范围和工作程序，设置了战略、审计、提名、薪酬与考核四个董事会专门委员会并制定了相关工作细则，从制度层面保障了公司治理结构的科学、规范和完善。

（一）股东会制度的建立健全及运行情况

1、股东会制度的建立健全情况

公司股东会依法履行了《公司法》《公司章程》所赋予的权利和义务，制定了《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司股东会议事规则》，对股东会的相关事项进行了详细的规定。公司股东会严格按照《公司章程》和《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司股东会议事规则》的规定行使权利。

2、股东会运作情况

股份公司自成立以来，公司股东会会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面，均符合有关法律、法规和《公司章程》《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司股东会议事规则》的规定。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

1、董事会制度的建立健全情况

根据《公司法》和《公司章程》的要求，公司设立了董事会，制定了《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司董事会议事规则》，公司董事会严格按照《公司章程》和《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司董事会议事规则》的规定行使权利。

公司设董事会，对股东会负责。董事会由 11 名董事组成，其中董事会设董事长 1 人，职工代表董事 1 人，独立董事 4 人。非职工代表董事由股东会选举或更换，任期 3 年。职工代表董事由职工代表大会选举或更换，任期与本届董事会任期相同。独立董事每届任期与公司其他董事任期相同。董事任期届满可连选连任，但是独立董事连任时间不得超过六年。

2、董事会运作情况

股份公司自成立以来，公司董事会会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面，均符合有关法律、法规和《公司章程》《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司董事会议事规则》的规定。

（三）监事会（曾设机构）运行情况

1、监事会（曾设机构）的构成

报告期内，公司曾设监事会，在监事会存续期间，公司制定了《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司监事会议事规则》，监事严格按照《公司章程》和《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司监事会议事规则》的规定行使权利、履行职责和义务。监事会由 3 名监事组成，包括股东代表 2 名、职工监事 1 名，其中职工监事的比例不低于三分之一。监事会设主席 1 人，由全体监事过半数选举产生。

2、监事会（曾设机构）的运行情况

2025 年 9 月 20 日，发行人召开 2025 年第三次临时股东会，审议通过了《关于取消监事会、修订<公司章程>及其附件的议案》《关于授权代表办理公司变更登记等相关事宜的议案》等相关议案，取消了监事会及监事，并对《公司章程》及相关制度进行相应修改，由审计委员会履行《公司法》规定的监事的职权。

自股份有限公司设立至监事会（曾设机构）取消之日，公司监事严格按照《公司章程》的规定行使自己的权利和履行自己的义务。会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定，与会监事不存在违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

1、独立董事制度的建立健全情况

公司按照《上市公司独立董事管理办法》等规定，设置了独立董事，并制定了《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司独立董事工作制度》。

公司有独立董事 4 名，其中 1 名为会计专业人士，独立董事人数达到公司董事会总人数的三分之一以上。

公司独立董事的提名与任职符合法律法规及《公司章程》的相关规定。

2、独立董事制度运作情况

公司独立董事自任职以来，依据《公司章程》《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司独立董事工作制度》等要求积极参与公司决策，充分发挥在财务、行业、管理等方面的特长，就公司规范运作和有关经营工作提出意见，维护了全体股东的利益，促使公司治理结构有了较大改善。独立董事亦参与董事会下设的战略委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会、审计委员会的工作。

（五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

1、董事会秘书制度的建立健全情况

公司设董事会秘书，董事会秘书由董事长提名，经董事会聘任或者解聘。

董事会秘书的主要职责是：（1）负责公司信息披露事务，协调公司信息披露工作，组织制定公司信息披露事务管理制度，督促公司及相关信息披露义务人遵守信息披露相关规定；（2）负责投资者关系管理，协调公司与证券监管机构、投资者及实际控制人、中介机构、媒体等之间的信息沟通；（3）筹备组织董事会会议和股东会会议，参加股东会会议、董事会会议及高级管理人员相关会议，负责董事会会议记录工作并签字；（4）负责公司信息披露的保密工作，在未公开重大信息泄露时，立即向深圳证券交易所报告并披露；（5）关注媒体报道并主动求证真实情况，督促公司等相关主体及时回复深圳证券交易所的问询；（6）组织公司董事、高级管理人员就相关法律法规、深圳证券交易所相关规定进行培训，协助前述人员了解各自在信息披露中的职责；（7）督促董事、高级管理人员遵守法律法规、深圳证券交易所相关规定和《公司章程》，切实履行其所作出的承诺；在知悉公司、董事、高级管理人员作出或者可能作出违反

有关规定的决议时，应当予以提醒并立即如实向深圳证券交易所报告等。

2、董事会秘书履行职责情况

公司董事会秘书依法筹备了历次董事会会议及股东会会议，确保了公司董事会和股东会的依法召开，在改善公司治理上发挥了重要作用，促进了公司的规范运作。

附件四 审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明

为进一步规范并提升公司治理水平，公司设立了董事会战略委员会、董事会提名委员会、董事会审计委员会以及董事会薪酬与考核委员会四个专门委员会。董事会各专门委员会及具体构成情况如下：

名称	成员	主任委员
董事会战略委员会	谢洪兴、田光宇、刘雄文	谢洪兴
董事会提名委员会	钟瑞庆、田光宇、谢洪平	钟瑞庆
董事会审计委员会	李珊、钟瑞庆、王雷	李珊
董事会薪酬与考核委员会	陈飞、李珊、谢洪兴	陈飞

各董事会专门委员会自成立以来，按照法律法规、《公司章程》《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司薪酬与考核委员会工作规则》《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司提名委员会工作规则》《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司战略委员会工作规则》《扬腾创新（福建）信息科技股份有限公司审计委员会工作规则》等相关内容规定履行相关职责。各专门委员会会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面，均符合有关法律、法规和《公司章程》等的规定。

附件五 募集资金具体运用情况

（一）新品开发及运营中心建设项目

1、项目概况

本项目实施主体为扬腾创新。本项目拟通过引进高素质的新品开发及运营人员，打造专业化的线上汽配产品运营团队；通过购置房产扩大办公面积，营造良好的新品开发及运营环境，满足公司日益增长的发展需求；通过更新迭代车型数据库、汽配信息数据库和新品可行性分析数据模型，购置多品类的样品，实现智能、精准、高效地导入与开发，为全球消费者提供品类齐全、质量可靠的各类优质汽车配件产品，增强核心竞争优势。

2、项目投资概算

本项目建设期为 36 个月，计划项目总投资 31,811.83 万元，其中，建设投资 14,039.86 万元，占比为 44.13%，开发费用 12,945.51 万元，占比为 40.69%，铺底流动资金 4,826.46 万元，占比 15.17%。

单位：万元

序号	投资内容	投资估算				占项目资金比例
		T+12	T+24	T+36	总计	
1	建设投资	13,765.34	117.65	156.87	14,039.86	44.13%
1.1	场地购置费	11,653.20	-	-	11,653.20	36.63%
1.2	装修工程费	1,344.60	-	-	1,344.60	4.23%
1.3	设备购置费	112.05	112.05	149.40	373.50	1.17%
1.4	预备费	655.49	5.60	7.47	668.56	2.10%
2	开发费用	1,791.94	4,479.08	6,674.49	12,945.51	40.69%
2.1	样品费用	949.00	1,898.00	1,898.00	4,745.00	14.92%
2.2	人员薪酬	842.94	2,581.08	4,776.49	8,200.51	25.78%
3	铺底流动资金	-	938.22	3,888.24	4,826.46	15.17%
项目总投资		15,557.28	5,534.95	10,719.60	31,811.83	100.00%

3、项目与发行人现有主营业务、核心技术之间的关系

本项目紧紧围绕公司的主营业务和新品开发及运营环节设立，基于汽车配件市场的多元化需求，本项目拟组建高水平的线上汽配开发及运营团队，采购汽车配件样品、模具，并购置商业写字楼，实现新品开发、导入、上架等运营环节的智能化、精准化、高效化，以满足公司日益增长的业务发展需求，进一步提高公司汽车配件产品 SKU 覆盖度，扩大市场规模和盈利能力，保持市场领先地位。

4、项目投资的必要性

（1）深度分析市场动态数据，匹配消费者潜在有效需求

在全球经济的持续发展和汽车产业的不断成熟背景下，全球汽车保有量迅速增长，且汽车耐用性不断提升，越来越多的汽车进入使用年限中后期，这意味着全球市场对汽车的维修、养护需求持续增加。尤其在欧美等成熟汽车市场，受汽车使用年限较长，人工成本较高等因素影响，消费者对汽车配件的替换及 DIY 维修需求较为旺盛。

通过本项目的实施，公司将依托汽车后市场动态数据收集和市场调研，深度分析全球汽车市场的车型分布、汽车配件细分市场等销售数据，匹配消费者潜在的有效产品需求，高效开发契合市场需求的线上汽配产品，以满足客户的汽车维修和养护需求，进一步巩固公司在线上汽配市场中的领先地位。

（2）丰富产品布局，满足消费者个性化需求

汽车配件市场规模庞大，不同车型、不同年份的车辆因设计理念、技术架构、零部件规格等方面的差异，客户对汽车配件产品的需求呈现多元化、个性化的特征。随着汽车保有量的不断增加和消费者需求的日益多样化，线上汽配市场中仍存在一些尚未被充分开发的领域，细分市场供给存在空白。

通过本项目的实施，公司将持续丰富产品布局，扩大汽车配件产品覆盖范围，涵盖更广泛的汽车配件种类和规格。同时，公司不断开发符合市场需求的线上汽配产品，既能满足特定客户群体的差异化需求，又能帮助公司在竞争激烈的市场中获得优势，开拓新的市场空间，增强盈利能力。

（3）优化供应链管理，确保汽车配件供应稳定、高效

供应链管理是线上汽配行业的关键环节。面对复杂多变的市场环境和日益多元的

消费者需求，构建稳定、高效的供应链体系已成为公司保持竞争优势的关键。通过本项目的实施将进一步深化与供应商的战略合作关系，通过开展样品采购和资源共享，协同优化产品采购及供应链流程，实现新品开发和采购效率的提升，确保汽车配件产品质量稳定、可靠。同时，进一步增加公司供应链的灵活性和响应速度，有效应对市场动态变化。

5、项目投资的可行性

（1）汽车维修保养需求攀升，线上汽配市场发展前景良好

近年来，全球汽车保有量呈现稳步增长趋势，欧美地区车辆平均车龄不断攀升，这两大因素相互叠加，为线上汽配市场创造了相应的增长动力。庞大的汽车基数，使得车辆日常维修、养护需求有所增加；随着车辆平均车龄延长，零部件磨损老化加剧，故障发生概率上升，维修频次随之提高，汽车配件产品的市场需求也随之上升。此外，欧美地区 DIY 文化盛行，部分车主倾向于自行购买汽车配件进行汽车的维修与保养。线上渠道凭借良好的购物体验、丰富的产品种类、透明的价格体系等优势，已成为车主获取汽车配件产品的重要渠道。综合来看，在未来较长时期内，线上汽配市场将延续较好的发展势头，具备广阔的市场前景和增长潜力。

（2）全面的车型数据库和成熟的数据模型为项目实施奠定了扎实的基础

经过多年的深耕和积累，公司搭建了成熟的车型数据库和新品开发可行性数据模型。依托长期在汽车配件行业的资源积累，公司收集并整理了各类汽车车型参数、汽车配件规格、历史销量、竞品信息等汽配市场数据，搭建了覆盖全球主流车型的汽配信息数据库；同时，公司运用机器学习等数字技术，针对不同价格定位下的新品开展销量预测，以此科学制定新品采购、投放策略等，明确产品市场定位，并深入分析新品开发的可行性；在此基础上，通过持续收集市场各维度反馈信息，公司对数据模型不断进行优化迭代，已形成了一套高效、精准的新品开发可行性数据模型。除此之外，公司新品开发部门人员也持续追踪市场动态，基于市场调研结果匹配消费者潜在有效的产品需求，在线上市场持续挖掘契合市场需求和消费者偏好的汽车配件产品，以满足全球消费者的差异化需求。

6、项目所需的时间周期和时间进度

本项目的工程建设周期规划为以下几个阶段：场地购置及方案设计、工厂及设备

招标、装修工程、人员招聘及培训、新品开发及试运营、项目验收竣工，建设周期预计合计为 36 个月。

进度阶段	建设期（月）											
	3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	33	36
场地购置及方案设计												
工程及设备招标												
装修工程												
人员招聘及培训												
新品开发及试运营												
项目验收竣工												

7、项目备案及环评情况

截至本招股说明书签署日，本项目已取得企业境内投资项目备案（闽发改备[2025]0299 号）。本项目不涉及生产加工，不会对周边环境产生不良影响，根据建设项目环境保护管理有关法律、法规的规定，本次申请项目内容不属于需要进行环保审批的范围，无需办理环评手续。

8、项目经济效益评价

本项目经济效益良好，所得税后内部收益率为 27.80%，税后静态投资回收期为 5.39 年。

项目	所得税前	所得税后
内部收益率（IRR）	32.05%	27.80%
静态投资回收期（年）	5.09	5.39

（二）数智化供应链及运营管理平台建设升级项目

1、项目概况

本项目的实施主体是扬腾创新。本项目拟引进专业化的技术研发人才，基于已有的研发积累，持续对公司现有运营系统平台进行技术升级、数据沉淀及算法迭代等；同时，针对公司未来业务发展需求，完善数智化供应链及运营管理平台的搭建。通过本次项目建设，公司将进一步加强在数字化和信息化领域的投入，完善公司系统信息

安全保障功能，构建智慧供应链及智能数据资产，推进业财一体化等运营平台的升级及技术迭代；同时，基于自研信息化系统，不断优化汽车配件产品新品开发、供应链管理、质量控制、仓储物流等核心业务环节，全面提升公司对主营业务数据的集成管理与科学应用能力。

2、项目投资概算

本项目建设期为 36 个月，计划项目总投资 17,470.49 万元，其中，场地购置费 1,809.60 万元、装修工程费 208.80 万元、软硬件设备购置费 3,095.00 万元、系统开发费 11,821.41 万元、项目实施费用 280.00 万元、预备费 255.68 万元。具体情况如下：

单位：万元

序号	投资内容	投资估算				占项目投资比例
		T+12	T+24	T+36	总计	
1	场地购置费	1,809.60	-	-	1,809.60	10.36%
2	装修工程费	208.80	-	-	208.80	1.20%
3	软硬件设备购置费	928.50	928.50	1,238.00	3,095.00	17.72%
4	系统开发费用	2,661.18	4,070.31	5,089.92	11,821.41	67.67%
5	项目实施费用	84.00	84.00	112.00	280.00	1.60%
6	预备费	147.35	46.43	61.90	255.68	1.46%
项目总投资		5,839.43	5,129.24	6,501.82	17,470.49	100.00%

3、项目与发行人现有主营业务、核心技术之间的关系

本项目的研究方向和内容是对公司现有主营业务进行深入分析研究后确定的，具体方向包括信息技术基础设施及信息安全合规项目和数智化供应链及运营平台。一方面，信息技术基础设施建设和信息安全合规有助于公司业务运营的系统化和数字化，提升企业运营、信息传递效率和加强产品质量及合规控制；另一方面，数字化供应链及运营平台能够联通公司供应链管理、库存管理、订单履约等核心业务流程和公司的数据资产，对汽车配件产品进行全生命周期管理，提升公司经营决策效率和准确性，帮助公司业务持续发展。

4、项目投资的必要性

（1）提高公司数智化水平，夯实公司经营基础

在实施全球化经营战略的进程中，公司面临复杂的内外部环境，这对经营管理的精细化程度、管理模式的适用性和科学决策的精准性等提出了更高的要求。公司目前已经建立涵盖供应链管理、订单履约、库存管理等功能模块的信息化体系，但功能尚不能完全满足公司未来经营需要。因此，公司需要持续加大数字化、智能化、信息化领域的资源投入，促进各部门间的高效协同，从而实现对市场变化的快速响应。

通过本项目的实施，公司将以现有平台为基础，通过加大软硬件投入，提升公司数智化管理能力，使得公司能够具备及时、准确、全面地掌握市场变化趋势的能力，及时识别风险，提前洞察商业机会，为公司的稳健经营筑牢根基。

（2）提高供应链数智化程度，增强供应链管理能力

当前公司在供应链管理的数智化建设方面仍有提高空间：商品分类、商品属性管理能力有待强化；业务信息系统模块中供应商协同、业财一体化等能力仍有不足；新品可行性数据分析模型和物控数据模型的算法也需要持续迭代。因此，公司需要通过系统性建设进一步提高当前的供应链数智化程度，增强公司的供应链管理能力。

通过本项目的实施，公司将聚焦信息系统基础设施建设和数智化供应链及运营平台的建设，构建覆盖供应链全链条的数字化管理体系，为实现供应链管理的及时响应、精准决策与高效运作提供强有力的技术工具与管理支撑。

（3）提升公司运营效率，保障信息安全

在数智技术与智能技术深度融合的时代背景中，数智化建设已然成为现代化公司构筑核心竞争力的重要支点与核心要素。随着公司规模持续扩张以及业务边界的不断拓展，各业务单元的功能和专业化程度日益提升，现有数智化系统在数据流通共享、系统功能拓展等方面存在一些结构性短板，难以完全满足公司未来发展的需求。同时，公司在访问控制、用户隐私保护、数据合规等方面的基础能力有待持续加强，以匹配业务快速发展的需求。

通过本项目的实施，公司将对核心业务系统进行全面数智化升级改造，优化业务流程，提升业务处理效率与管理决策科学性，形成与公司快速发展相匹配的数字化管理体系。同时，推进现有的信息安全硬件设备升级，系统实施隐私保护与数据合规体系建设、第三方安全渗透及评估、办公商业软件风险处置及企业信息安全管理体系认证等专项工程，提升信息系统的整体性能与安全防护水平，确保公司网络设施安全稳定。

定运行，为公司的持续创新发展夯实数智化安全底座。

5、项目投资的可行性

（1）公司拥有丰富的信息化建设经验

近年来，随着线上汽配行业的深度发展和公司业务的持续扩张，对数字化、智能化、信息化系统建设的需求也愈发迫切。目前，公司已构建了数智化系统的基础架构，形成了经营目标与计划管理、经营数据指标体系等功能模块，实现了公司的日常经营管理需求。在信息化系统的实际应用过程中，公司业务部门已形成反馈机制，及时梳理并提交系统运行中存在的功能性问题。这为未来现有系统的迭代优化提供了精准的改进方向，为本项目的实施奠定了坚实的应用实践基础。本项目将充分运用前期技术积累和沉淀，在现有系统架构上进行针对性升级，保障项目建设的科学性和可行性。

（2）公司拥有专业化的组织架构和技术团队

经过多年的发展，公司组建了一支既精通信息技术，又深度理解公司业务逻辑的复合型技术团队，成员均为具备行业资深背景的技术人才，在数智化管理系统开发方面积累了丰富的经验。此外，公司建立了一套完整的人才培养体系，涵盖人才引进、人才培养、人员激励等方面，确保公司技术人才梯队的持续性和完整度。公司专业化的组织架构和技术团队为本项目的实施提供了坚实的制度和人才保证。

6、项目所需的时间周期和时间进度

本项目的工程建设周期规划为以下几个阶段：场地购置及方案设计、工程及设备招标、装修工程、人员招聘及培训、基础数据准备、基础技术平台建设、软件系统平台建设、项目验收竣工，建设周期预计合计为 36 个月。

进度阶段	建设期（月）											
	3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	33	36
场地购置及方案设计												
工程及设备招标												
装修工程												
人员招聘及培训												
基础数据准备												
基础技术平台建设												
软件系统平台建设												

进度阶段	建设期（月）											
	3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	33	36
项目验收竣工												

7、项目备案及环评情况

截至本招股说明书签署日，本项目已取得企业境内投资项目备案（闽发改备[2025]0300号）。本项目不涉及生产加工，不会对周边环境产生不良影响，根据建设项目环境保护管理有关法律、法规的规定，本次申请项目内容不属于需要进行环保审批的范围，无需办理环评手续。

8、项目经济效益评价

本项目建成后将全面提升公司数智技术和信息化系统能力，有利于公司未来长远发展，不直接产生经济效益，不涉及效益测算。

（三）品牌建设渠道推广升级项目

1、项目概况

本项目的实施主体是扬腾创新。本项目将通过自主摄影、采购第三方摄影服务等方式，制作场景多元的汽车配件安装演示视频、产品内容解析和使用指导教程等，以此增加汽车零配件产品的用户粘性和参与感，吸引潜在客户群体。同时，本项目计划在亚马逊、eBay等主流电商平台，以及谷歌、Facebook、YouTube等线上社交媒体、搜索引擎等渠道进行营销推广，旨在提升公司电商平台店铺和独立站网站流量规模与曝光度，触达到全球不同地区的潜在客户，实现产品销售业绩和品牌传播声量的增长。

2、项目投资概算

本项目建设期为36个月，计划项目总投资14,807.49万元，其中，场地购置费1,279.20万元、装修工程费147.60万元、设备购置费912.00万元、品牌推广费用1,673.16万元、线上渠道推广费用8,430.17万元、人员薪酬投资2,248.42万元、预备费116.94万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	投资内容	投资估算				占项目投资比例
		T+12	T+24	T+36	总计	
1	场地购置费	1,279.20	-	-	1,279.20	8.64%
2	装修工程费	147.60	-	-	147.60	1.00%
3	设备购置费	273.60	273.60	364.80	912.00	6.16%
4	品牌推广费用	398.76	477.90	796.50	1,673.16	11.30%
5	线上渠道推广费用	1,274.17	2,764.45	4,391.55	8,430.17	56.93%
6	人员薪酬	279.86	709.96	1,258.60	2,248.42	15.18%
7	预备费	85.02	13.68	18.24	116.94	0.79%
项目总投资		3,738.21	4,239.59	6,829.69	14,807.49	100.00%

3、项目与发行人现有主营业务、核心技术之间的关系

本项目的建设内容聚焦于对公司现有主营业务的产品营销推广和渠道建设。一方面，鉴于公司现有产品的产品介绍、安装演示、使用教程等内容尚未完全覆盖和完善，本项目计划通过系统拍摄产品图片及视频、安装视频、使用教程等多媒体素材，优化消费者在公司线上店铺、官方网站中的浏览体验，强化客户粘性；另一方面，通过开展站内与站外协同的营销推广活动，能够更加广泛、有效地触达终端消费者，增强公司品牌影响力，进而巩固公司在线上汽配市场的领先地位。

4、项目投资的必要性

（1）提升公司品牌形象，增强市场竞争力

随着全球汽车保有量的持续增长及消费者对汽车后市场消费需求的升级，线上汽配产品的品牌形象、质量可靠性及产品覆盖广度已成为消费者关注的核心要素。品牌是线上汽配企业传递专业价值、构建用户信任的重要载体，良好的品牌形象不仅是产品推广、客户粘性增强及市场份额拓展的关键保障，更是企业在激烈竞争中形成差异化优势的核心壁垒。公司在亚马逊、eBay 等电商平台以及独立站建立了稳定的销售渠道，但面对日益激烈的市场竞争环境，公司需进一步提高品牌形象以强化市场地位。

通过本项目的实施，公司将进一步完善品牌战略规划，加大品牌传播投入力度，综合运用品牌形象设计、品牌形象塑造、精准广告投放等多元化手段，全方位提升品牌认知度与美誉度，深化品牌价值理念的全球化传播，持续增强市场竞争力和行业地

位。

（2）顺应行业发展趋势，深化跨境电商渠道布局

近年来，全球互联网基础设施加速迭代升级，跨境电商行业渗透率不断提升。线上渠道凭借传播效率高、覆盖范围广、突破地域限制、互动性强等优势，已成为汽配品牌推广的战略阵地。亚马逊、eBay 等电商平台通过精准流量分发、用户评价体系等创新功能，为线上汽配企业搭建了高效触达全球消费者的数字化桥梁。面对跨境电商行业持续增长的市场机遇，公司需要进一步深化跨境电商渠道的精细化布局。

通过本项目的实施，公司将依托站内广告优化、关键词精准投放、平台直播推广等多元策略，打造全方位、立体化的品牌宣传矩阵，提升公司品牌在核心市场的曝光度和影响力，强化线上渠道的产品营销效能，进一步推动销售增长，巩固公司行业领先地位。

5、项目投资的可行性

（1）公司具有较高的品牌知名度和影响力

自成立以来，公司致力于打造科技驱动的全球汽配领先品牌，专注于为消费者提供品类齐全、质量可靠的汽车配件产品。经过多年的行业深耕和资源沉淀，公司成功塑造了线上汽配品牌 A-Premium、Frankberg 和 YHT AUTO，树立了专业化、全球化的汽配品牌形象。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跨境电商汽配卖家；根据 Marketplace Pulse 和灼识咨询数据，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；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）。公司多年来积累的品牌知名度和市场认可度，为本项目进一步提高全球汽车配件市场的品牌影响力奠定了坚实的基础。

（2）公司拥有成熟完备的品牌营销管理体系

公司高度重视品牌营销管理，将品牌战略视为驱动业务持续增长与提升品牌竞争力的核心要素。为此，公司专门设立了营销部门和设计部门，并根据公司战略规划及市场开发、销售需求，构建了系统化的品牌营销管理体系；公司建立了覆盖品牌策划、

网络推广、广告投放等全流程管理制度，从市场调研、品牌定位、营销策略制定到具体活动执行与效果评估，均制定了严格的标准与规范，确保公司品牌营销工作能够科学、有序、高效地开展。同时，公司汇聚了一批具有丰富线上汽配行业经验与跨境营销专业知识的优秀人才，组建了一支实力强劲的品牌及营销团队；团队成员深谙主流电商平台的运营规则与营销逻辑，兼具敏锐的市场洞察力和创新能力，能够根据市场变化与消费者需求动态调整营销策略。成熟完备、运行高效的品牌营销管理体系和经验丰富的优秀营销团队能够为本项目提供坚实可靠的管理保障与人才支撑。

6、项目所需的时间周期和时间进度

本项目的工程建设周期规划为以下几个阶段：场地购置及方案设计、工程及设备招标、装修工程、人员招聘及培训、渠道推广及试运营、项目验收竣工，建设周期预计合计为 36 个月。

进度阶段	建设期（月）											
	3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	33	36
场地购置及方案设计												
工程及设备招标												
装修工程												
人员招聘及培训												
渠道推广及试运营												
项目验收竣工												

7、项目备案及环评情况

截至本招股说明书签署日，本项目已取得企业境内投资项目备案（闽发改备[2025]0301 号）。本项目不涉及生产加工，不会对周边环境产生不良影响，根据建设项目环境保护管理有关法律、法规的规定，本次申请项目内容不属于需要进行环保审批的范围，无需办理环评手续。

8、项目经济效益评价

本项目建成后将全面提升公司营销推广能力，有利于公司未来长远发展，不直接产生经济效益，不涉及效益测算。

（四）智能仓储物流体系建设升级项目

1、项目概况

本项目的实施主体是福州扬腾网络，该公司系扬腾创新的全资子公司。本项目拟使用现有仓储基地中的 30,000.00 平方米空间进行智能化建设升级，旨在构建更加智能化、自动化的仓储物流体系。公司拟采用先进的仓储物流自动化设备和智能化管理系统，实现连续作业、减少人工干预及提高准确性和效率等目标，提升仓储物流周转速度，提高仓储物流体系运营效率和服务质量并降低运营成本；同时，加强多源数据（库存、运输、业务等）整合能力，通过实时监控和数据分析优化决策，实现信息共享与协同作业，支持精准补货和流程调整，提升物流配送服务效率，以满足日益增长的客户订单扩张带来的多样化、时效化物流需求，为公司业务快速发展提供有力支撑。

2、项目投资概算

本项目建设期为 36 个月，计划项目总投资 16,072.54 万元，其中，装修工程费 450.00 万元、软硬件设备购置费 13,870.14 万元、项目实施费用 1,036.39 万元、预备费 716.01 万元。具体情况如下：

单位：万元

序号	投资内容	投资估算				占项目投资比例
		T+12	T+24	T+36	总计	
1	装修工程费	270.00	180.00	-	450.00	2.80%
2	软硬件设备购置费	4,161.04	4,161.04	5,548.06	13,870.14	86.30%
3	项目实施费用	310.92	310.92	414.56	1,036.39	6.45%
4	预备费	221.55	217.05	277.40	716.01	4.45%
项目总投资		4,963.51	4,869.01	6,240.02	16,072.54	100.00%

3、项目与发行人现有主营业务、核心技术之间的关系

本项目主要系基于公司主营业务和产品的仓储物流环节，对公司已有的仓储物流体系进行智能化的升级改造。在公司业务快速发展的背景下，增强公司的仓储物流管理能力，有助于提升公司产品库存周转效率，优化存货出入库流程管控，保障产品库存处于合理水平，进而带动公司业务持续、健康发展。

4、项目投资的必要性

（1）提升仓储管理能力，提高货物流转效率

在数字化与智能化浪潮的推动下，智能立体仓库技术日趋成熟，智能化与信息化水平持续提升，并迅速在各行业实现规模化应用，成为驱动企业转型升级、提升核心竞争力的一大引擎。对公司而言，汽车配件行业 SKU 数量庞大，产品体系涵盖底盘零部件、发动机零部件、车身及附件零部件、电子电气零部件等细分领域，繁杂的产品类别对公司的库存管理提出较高的要求。每个 SKU 均对应不同车型、规格，若库存管理能力不足，可能引发库存积压或短缺，影响公司的正常运营。

通过本项目的实施，公司将运用前沿的现代化信息技术对传统仓库进行全方位智能化改造，深度覆盖入库、仓储、出库、运输等业务环节，实现对每个 SKU 的精准定位和动态管理，提升货物的内部流转与外部流通效率，助力企业在激烈的市场竞争中构建领先优势。

（2）针对线上汽配行业的专业化需求，打造智能化仓储体系

随着行业内差异化需求持续攀升，构建完善的信息化、智能化仓储体系，已成为企业顺应行业发展趋势、实现可持续发展的必然选择。公司现有的境内自营仓为普通仓库配置，难以满足线上汽配行业的专业化需求：一方面，汽车配件品类丰富，涵盖底盘零部件、发动机零部件、车身零部件及电子电气零部件四大类别，且不同车型的零部件规格差异较大；另一方面，公司业务面向全球多个国家和地区，不同地区的市场需求各不相同。因此，公司亟需建立协同化、规范化的智能仓储物流系统，以实现仓储管理的信息化、数字化升级。

通过本项目的实施，公司将打造适配自身业务发展的智能仓储系统，实现数据互通与业务联动，为公司业务稳健运行提供保障，更好地满足全球客户多样化需求。

（3）提高仓储管理效率和空间利用率，满足业务快速发展的需求

随着公司产品品类持续丰富、业务规模快速扩张，公司仓储物流体系面临的管理压力与日俱增。当前公司前检仓依赖传统人力操作与普通叉车设备，作业流程耗时较长，既影响员工工作效率与积极性，也对公司成本控制形成压力。同时，现有软硬件设施缺乏对自动化、智能化及立体化仓储需求的系统性规划，拣选环节效率不佳、库内空间利用率不足，仓储运营效率已难以匹配业务发展情况，智能化、自动化升级需

求迫切。

通过本项目的实施，公司拟对现有仓储中心进行智能化升级，通过配套自动化分拣、搬卸与装运设备，大幅提升仓储全流程作业效率。同时，借助智能仓储管理系统优化库位分配策略，依据货物特性、出入库频率等维度科学规划库位布局，优化拣选路径与仓储空间利用率，满足公司业务快速发展的需求。

5、项目投资的可行性

（1）项目拥有良好的政策环境

随着我国供给侧改革持续推进和经济结构的深度调整，智能化、自动化仓储物流体系已成为国家重点扶持的战略方向。近年来，国务院、工信部等部委陆续出台了一系列政策措施，大力推动智能仓储行业发展。2025年4月，工信部发布的《智能制造典型场景参考指引（2025年版）》，将“仓储智能管理”列为生产管理环节的典型场景，指出“面向物料和成品出入库、库存管理等业务活动，针对出入库效率低、库存成本高等问题，建设自动化立体仓库和智能仓储管理系统，应用自动化盘点、仓储策略优化、多形态混存拣选、库存实时调整等技术，实现物料和成品出入库、存储、拣选的智能化，提高库存周转率和空间利用率。”上述智能仓储领域的利好政策，为项目建设营造了良好的政策环境和发展机遇。

（2）国内仓储技术及应用较为成熟

目前，我国物联网技术进入规模化创新应用阶段，智能仓储领域的技术融合与产业协同效应显著增强，行业正加速从单一环节自动化向全流程智能化阶段跃迁，形成以“智能硬件+系统软件”深度融合为核心的高标仓建设模式。智能仓储技术体系已全面覆盖自动控制、机器人堆码垛、智能信息管理、自动化立体库等关键领域，技术成熟度与场景适配性显著提升。本土智能仓储服务商能为企业提供覆盖硬件设备、系统集成及全生命周期运维的一站式解决方案，推动智能仓储技术在各个领域的规模化应用。行业的蓬勃发展和智能仓储技术的成熟应用，为本项目的实施提供坚实的技术支撑和实践基础。

（3）公司积累了丰富的仓储运营管理经验

公司在长期经营实践中积累了丰富的仓储运营管理经验，已构建了科学完备、严谨规范的仓储运营管理体系与责任制度，具备较强的产品仓储、发运和交付能力，形

成了标准化、流程化作业模式。公司已在报告期内开展海外自营仓的智能化建设，上述成熟经验为本次项目仓储物流升级提供了坚实保障，确保项目在实施过程中实现高效运作，精准管控，能够有效降低运营成本并提升整体效益。

6、项目所需的时间周期和时间进度

本项目的工程建设周期规划为以下几个阶段：实施方案设计、工程及设备招标、装修工程、设备采购及安装调试、项目竣工验收，建设周期预计合计为 36 个月。

进度阶段	建设期（月）											
	3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	33	36
实施方案设计												
工程及设备招标												
装修工程												
设备采购及安装调试												
项目竣工验收												

7、项目备案及环评情况

截至本招股说明书签署日，本项目已取得福建省投资项目备案证明（闽发改备[2025]B040475 号）。本项目不涉及生产加工，不会对周边环境产生不良影响，根据建设项目环境保护管理有关法律、法规的规定，本次申请项目内容不属于需要进行环保审批的范围，无需办理环评手续。

8、项目经济效益评价

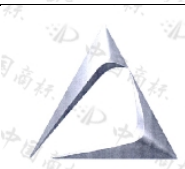
本项目建成后将全面提升公司仓储管理能力，有利于公司未来长远发展，不直接产生经济效益，不涉及效益测算。

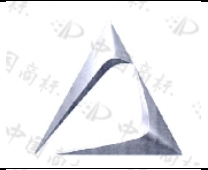
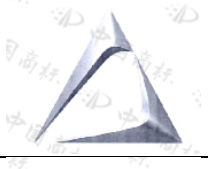
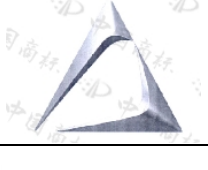
附件六 子公司、参股公司简要情况

截至 2026 年 3 月 31 日，公司拥有 26 家控股子公司、1 家参股公司，公司及子公司拥有 6 家分公司。具体内容参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“六、发行人子公司、参股公司及分公司情况”。

附件七 发行人被许可使用的商标

截至报告期末，发行人及子公司被爱信授权普通许可使用的境内外商标总共 48 项，具体情况如下：

序号	商标注册人	商标名称	国家/地区	注册号	类别	商标权到期日
1	爱信		中国	51711119	7	2033.01.13
2	爱信		中国	56921615	1、7、9、12	2033.08.13
3	爱信		中国	54333971	7、12	2032.12.20
4	爱信		中国	18339041	1	2026.12.20
5	爱信		中国	G895339	6	2035.09.28
6	爱信		中国	51711118	9	2033.02.20
7	爱信		中国	G805728	11	2033.03.04
8	爱信		中国	51711116	12	2033.02.20
9	爱信		中国	G1839991	17	2033.11.08
10	爱信		中国	18339039	4	2028.07.20
11	爱信		中国	18339038	6	2028.07.20
12	爱信		中国	18339037	7	2028.07.20

序号	商标注册人	商标名称	国家/地区	注册号	类别	商标权到期日
13	爱信		中国	18339036	9	2029.07.06
14	爱信		中国	18339033	12	2028.11.20
15	爱信		中国	18339034	11	2029.03.06
16	爱信	 AISIN 	指定国家：美国、瑞士、欧洲（含德国的欧盟）	1597374	6、7、9、11、12	2030.10.26
17	爱信	 AISIN 	中国台湾	02230642	6、7、9、11、12	2032.06.15
18	爱信		中国台湾	02248279	1、4、7、9、12	2032.08.31
19	爱信		中国台湾	02248278	7、12	2032.08.31
20	爱信		中国台湾	02006223	6、7、9、11、12	2029.08.15
21	爱信	 AISIN AISIN 	加拿大	TMA728527	6、7、9、11、12	2033.11.17
22	爱信		泰国	TM85279	17	2028.11.22
23	爱信	 AISIN 	英国	UK00003522596	6、7、9、11、12	2030.08.14
24	爱信	 AISIN 	泰国	TM307114	7	2035.11.14
25	爱信	 AISIN 	泰国	TM307175	12	2035.11.14
26	爱信	 AISIN 	泰国	TM269420	9	2035.11.14
27	爱信	 AISIN 	马来西亚	05020067	6	2035.06.30

序号	商标注册人	商标名称	国家/地区	注册号	类别	商标权到期日
28	爱信		马来西亚	05020068	7	2035.06.30
29	爱信		马来西亚	05020069	9	2035.06.30
30	爱信		马来西亚	05020070	11	2035.06.30
31	爱信		马来西亚	05020071	12	2035.06.30
32	爱信		指定国家：欧洲 （含德国的欧 盟）、瑞士、美 国、加拿大、欧 盟、英国、马来西 亚	1611525	1、4、 7、9、12	2031.03.18
33	爱信		泰国	221119556	1	2031.03.11
34	爱信		泰国	231111577	4	2031.03.11
35	爱信		泰国	231111552	7	2031.03.11
36	爱信		泰国	241100163	9	2031.03.11
37	爱信		泰国	231123708	1、4、 7、9、12	2031.03.11
38	爱信		泰国	231121611	7	2031.03.11

序号	商标注册人	商标名称	国家/地区	注册号	类别	商标权到期日
39	爱信		泰国	231131472	12	2031.03.11
40	爱信		指定国家：美国、欧洲（含德国的欧盟）、加拿大、瑞士、英国、马来西亚	1611409	7、12	2031.03.18
41	爱信		英国	UK00801309417	1、4、6、7、9、11、12	2035.11.20
42	爱信		欧洲（含德国的欧盟）、瑞士	1309417	1、4、7、9、12	2025.11.20
43	爱信		加拿大	TMA1118449	1、4、6、7、9、11、12	2032.01.24
44	爱信		泰国	171131146	7	2035.11.19
45	爱信		泰国	181104205	9	2035.11.19
46	爱信		泰国	171132093	12	2035.11.19
47	爱信		泰国	171132091	6	2035.11.19
48	爱信		泰国	181101868	11	2035.11.19

附件八 软件著作权

截至 2026 年 3 月 31 日，发行人及其子公司共有 240 项软件著作权，具体情况如下：

序号	软件名称	著作权人	证书号	登记号	首次发表日期	发证日期	取得方式	权利范围	法律状态
1	扬腾创新采购单管理系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第 9414784 号	2022SR0460585	2022.01.01	2022.04.13	原始取得	全部权利	有效
2	扬腾创新多系统数据信息互通管理系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第 11159739 号	2023SR0572568	2022.12.28	2023.05.30	原始取得	全部权利	有效
3	扬腾创新质检管理信息系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第 10187258 号	2022SR1233059	2022.02.14	2022.08.23	原始取得	全部权利	有效
4	扬腾创新质检图片管理系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第 9875226 号	2022SR0921027	2022.05.27	2022.07.12	原始取得	全部权利	有效
5	A-premium 美国区自建独立站及站点数据智能分析系统[简称：独立站管理平台]V1.0	扬腾有限	软著登字第 11160504 号	2023SR0573333	2022.08.24	2023.05.30	原始取得	全部权利	有效
6	扬腾创新货品自动编码系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第 10201232 号	2022SR1247033	2022.06.08	2022.08.23	原始取得	全部权利	有效
7	扬腾创新自动备货管理系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第 10201233 号	2022SR1247034	2022.07.06	2022.08.23	原始取得	全部权利	有效
8	扬腾创新物流跟踪查询系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第 10195568 号	2022SR1241369	2022.03.24	2022.08.23	原始取得	全部权利	有效
9	扬腾创新头程费用管控系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第 10195880 号	2022SR1241681	2022.05.25	2022.08.23	原始取得	全部权利	有效
10	扬腾创新国内仓库存信息系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第 10195581 号	2022SR1241382	2022.03.17	2022.08.23	原始取得	全部权利	有效
11	扬腾创新产品销量预测分析系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第 10034917 号	2022SR1080718	2022.06.29	2022.08.10	原始取得	全部权利	有效
12	扬腾创新产品销售数据统计系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第 10095911 号	2022SR1141712	2022.05.21	2022.08.16	原始取得	全部权利	有效
13	扬腾创新数据传输 NS 财务信息管理系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第 11190937 号	2023SR0603766	2022.12.31	2023.06.08	原始取得	全部权利	有效
14	扬腾创新财务付款核销管理平台 V1.0	扬腾有限	软著登字第 10710130 号	2023SR0122959	2022.10.16	2023.01.19	原始取得	全部权利	有效
15	扬腾创新开票退税管理系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第 9875418 号	2022SR0921219	2022.05.24	2022.07.12	原始取得	全部权利	有效
16	扬腾创新订单票据管理系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第 11769659 号	2023SR1182486	2022.06.30	2023.10.07	原始取得	全部权利	有效
17	扬腾创新国内仓发货管理系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第 10195567 号	2022SR1241368	2022.06.20	2022.08.23	原始取得	全部权利	有效
18	扬腾创新德国仓订单二次处理系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第 10159790 号	2022SR1205591	2022.06.29	2022.08.19	原始取得	全部权利	有效
19	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	扬腾有限	软著登字第 11317177 号	2023SR0730006	2023.04.25	2023.06.27	原始取得	全部权利	有效
20	扬腾创新进口清关管理系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第 10201231 号	2022SR1247032	2022.04.12	2022.08.23	原始取得	全部权利	有效
21	扬腾创新出口报关审核管理系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第 10710129 号	2023SR0122958	2022.09.19	2023.01.19	原始取得	全部权利	有效

序号	软件名称	著作权人	证书号	登记号	首次发表日期	发证日期	取得方式	权利范围	法律状态
22	扬腾创新进出口关单汇总管理系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第11190449号	2023SR0603278	2022.10.28	2023.06.08	原始取得	全部权利	有效
23	扬腾创新仓储库存中心统一管理系统[简称：库存中心] V1.0	扬腾有限	软著登字第12437258号	2024SR0033385	2023.03.31	2024.01.05	原始取得	全部权利	有效
24	扬腾创新德国车型数据可视化系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第12438486号	2024SR0034613	2023.06.30	2024.01.05	原始取得	全部权利	有效
25	扬腾创新各业务数据交换与共享集群管理平台 V1.0	扬腾有限	软著登字第12628069号	2024SR0224196	2023.09.30	2024.02.04	原始取得	全部权利	有效
26	扬腾创新多用户实时同时更新动态数据管理系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第12525672号	2024SR0121799	2023.10.30	2024.01.18	原始取得	全部权利	有效
27	扬腾创新多业务多系统消息实时同步通知管理系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第12436857号	2024SR0032984	2023.07.30	2024.01.05	原始取得	全部权利	有效
28	扬腾创新销售数据预测及购销协调计划系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第12696508号	2024SR0292635	2023.12.31	2024.02.21	原始取得	全部权利	有效
29	扬腾创新商品智能属性管理系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第14462964号	2024SR2059091	2024.06.28	2024.12.12	原始取得	全部权利	有效
30	扬腾创新个性化商品管理系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第14456787号	2024SR2052914	2024.03.28	2024.12.11	原始取得	全部权利	有效
31	扬腾创新商品类目管理系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第14503174号	2024SR2099301	2024.05.27	2024.12.17	原始取得	全部权利	有效
32	扬腾创新商品图片管理系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第14462954号	2024SR2059081	2024.06.28	2024.12.12	原始取得	全部权利	有效
33	扬腾创新活动商品集个性化管理系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第14456837号	2024SR2052964	2024.03.23	2024.12.11	原始取得	全部权利	有效
34	扬腾创新法务文本功能系统管理系统 V1.0	扬腾创新	软著登字第15129022号	2025SR0472824	2024.07.28	2025.03.18	原始取得	全部权利	有效
35	扬腾创新公司介绍页面功能管理系统 V1.0	扬腾创新	软著登字第14999483号	2025SR0343285	2024.06.28	2025.02.27	原始取得	全部权利	有效
36	扬腾创新博客功能管理系统 V1.0	扬腾创新	软著登字第14963610号	2025SR0307412	2024.06.28	2025.02.21	原始取得	全部权利	有效
37	扬腾创新搜索结果页左侧筛选器功能管理系统 V1.0	扬腾创新	软著登字第15170993号	2025SR0514795	2024.08.31	2025.03.25	原始取得	全部权利	有效
38	扬腾创新商品自动上架配置规则管理系统 V1.0	扬腾创新	软著登字第15171010号	2025SR0514812	2024.08.30	2025.03.25	原始取得	全部权利	有效
39	扬腾创新商品车型归纳表管理系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第14506313号	2024SR2102440	2024.09.30	2024.12.17	原始取得	全部权利	有效
40	扬腾创新商品车型兼容表管理系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第14498826号	2024SR2094953	2024.09.30	2024.12.16	原始取得	全部权利	有效
41	扬腾创新商品车型库管理系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第14504195号	2024SR2100322	2024.09.30	2024.12.17	原始取得	全部权利	有效
42	扬腾创新商品车型品牌库管理系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第14503269号	2024SR2099396	2024.09.30	2024.12.17	原始取得	全部权利	有效
43	扬腾创新商品车型库标签管理系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第14497601号	2024SR2093728	2024.09.30	2024.12.16	原始取得	全部权利	有效
44	Yangteng innovation model information intelligent filling function management platform V1.0	扬腾创新	软著登字第15164624号	2025SR0508426	2024.10.30	2025.03.24	原始取得	全部权利	有效
45	扬腾创新折扣码满减、百分比、固定折扣系统	扬腾有限	软著登字第14533524号	2024SR2129651	2024.07.28	2024.12.19	原始取得	全部权利	有效

序号	软件名称	著作权人	证书号	登记号	首次发表日期	发证日期	取得方式	权利范围	法律状态
	V1.0								
46	扬腾创新适用人群折扣划分系统 V1.0	扬腾创新	软著登字第 14758146 号	2025SR0101948	2024.07.30	2025.01.16	原始取得	全部权利	有效
47	扬腾创新使用限制折扣码管理系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第 14562162 号	2024SR2158289	2024.08.03	2024.12.23	原始取得	全部权利	有效
48	扬腾创新会员等级划分系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第 14533451 号	2024SR2129578	2024.08.10	2024.12.19	原始取得	全部权利	有效
49	扬腾创新积分抵扣订单金额系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第 14535461 号	2024SR2131588	2024.08.10	2024.12.19	原始取得	全部权利	有效
50	扬腾创新会员积分管理系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第 14564371 号	2024SR2160498	2024.08.13	2024.12.23	原始取得	全部权利	有效
51	扬腾创新独立站用户管理系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第 14533490 号	2024SR2129617	2024.08.10	2024.12.19	原始取得	全部权利	有效
52	扬腾创新搜索交易转化漏斗功能管理平台 V1.0	扬腾创新	软著登字第 15171000 号	2025SR0514802	2024.09.30	2025.03.25	原始取得	全部权利	有效
53	银行汇票明细与汇总管理系统 V1.0	扬腾有限	软著登字第 14393844 号	2024SR1989971	2024.09.30	2024.12.05	原始取得	全部权利	有效
54	扬腾创新退税备案资料管理系统 V1.0	扬腾创新	软著登字第 15104102 号	2025SR0447904	2024.10.30	2025.03.13	原始取得	全部权利	有效
55	扬腾创新发货订单智能管理与跟踪系统 V1.0	扬腾创新	软著登字第 14978683 号	2025SR0322485	2024.10.28	2025.02.24	原始取得	全部权利	有效
56	扬腾创新付款单智能监控与保障系统[简称：付款单管理系统]V1.0	扬腾创新	软著登字第 14978828 号	2025SR0322630	2024.10.28	2025.02.24	原始取得	全部权利	有效
57	扬腾创新支付链接功能系统 V1.0	扬腾创新	软著登字第 14978693 号	2025SR0322495	2024.10.28	2025.02.24	原始取得	全部权利	有效
58	扬腾创新自动对账系统 V1.0	扬腾创新	软著登字第 14978906 号	2025SR0322708	2024.10.28	2025.02.24	原始取得	全部权利	有效
59	扬腾创新基础邮件功能系统管理平台 V1.0	扬腾创新	软著登字第 15164611 号	2025SR0508413	2024.11.30	2025.03.24	原始取得	全部权利	有效
60	扬腾创新购物车换购商品推荐系统 V1.0	扬腾创新	软著登字第 14980121 号	2025SR0323923	2024.07.28	2025.02.24	原始取得	全部权利	有效
61	扬腾创新加购换购商品推荐系统 V1.0	扬腾创新	软著登字第 14978699 号	2025SR0322501	2024.07.28	2025.02.24	原始取得	全部权利	有效
62	扬腾创新商品 UPS 系统 V1.0	扬腾创新	软著登字第 14978813 号	2025SR0322615	2024.07.28	2025.02.24	原始取得	全部权利	有效
63	扬腾创新搜索相关性评估评测标准功能管理平台 V1.0	扬腾创新	软著登字第 15170976 号	2025SR0514778	2024.09.30	2025.03.25	原始取得	全部权利	有效
64	扬腾创新 eBay 多仓管理系统 V1.0	扬腾创新	软著登字第 15165208 号	2025SR0509010	2024.11.30	2025.03.24	原始取得	全部权利	有效
65	扬腾创新商品检索同义词替换管理平台 V1.0	扬腾创新	软著登字第 15164603 号	2025SR0508405	2024.10.28	2025.03.24	原始取得	全部权利	有效
66	扬腾创新商品详情浏览量系统 V1.0	扬腾创新	软著登字第 14999466 号	2025SR0343268	2024.09.28	2025.02.27	原始取得	全部权利	有效
67	扬腾创新商品详情页跳出数据报表系统 V1.0	扬腾创新	软著登字第 14963570 号	2025SR0307372	2024.09.28	2025.02.21	原始取得	全部权利	有效
68	扬腾创新每日商详页点击退出率报表系统 V1.0	扬腾创新	软著登字第 14963659 号	2025SR0307461	2024.09.28	2025.02.21	原始取得	全部权利	有效
69	扬腾创新每日商详页各类目 UV_PV 跳出退出率报表系统 V1.0	扬腾创新	软著登字第 14963546 号	2025SR0307348	2024.09.28	2025.02.21	原始取得	全部权利	有效
70	扬腾创新商品详情页组合商品报表系统 V1.0	扬腾创新	软著登字第 14963644 号	2025SR0307446	2024.09.28	2025.02.21	原始取得	全部权利	有效
71	扬腾创新商品详情页换	扬腾	软著登字第	2025SR0514820	2024.12.26	2025.03.25	原始	全部	有效

序号	软件名称	著作权人	证书号	登记号	首次发表日期	发证日期	取得方式	权利范围	法律状态
	购商品报表系统 V1.0	创新	15171018 号				取得	权利	
72	扬腾创新购物车换购商品报表系统 V1.0	扬腾创新	软著登字第 15165205 号	2025SR0509007	2024.12.29	2025.03.24	原始取得	全部权利	有效
73	扬腾创新运营利润表及利润设置系统 V1.0	扬腾创新	软著登字第 15170969 号	2025SR0514771	2024.12.31	2025.03.25	原始取得	全部权利	有效
74	扬腾创新用户增长数据报表平台 V1.0	扬腾创新	软著登字第 14999476 号	2025SR0343278	2024.10.28	2025.02.27	原始取得	全部权利	有效
75	扬腾创新搜索结果页数数据统计报表平台 V1.0	扬腾创新	软著登字第 14999498 号	2025SR0343300	2024.11.28	2025.02.27	原始取得	全部权利	有效
76	扬腾创新落地页流量数据报表平台 V1.0	扬腾创新	软著登字第 14963530 号	2025SR0307332	2024.10.28	2025.02.21	原始取得	全部权利	有效
77	扬腾创新类目转化数据报表平台 V1.0	扬腾创新	软著登字第 14999519 号	2025SR0343321	2024.10.28	2025.02.27	原始取得	全部权利	有效
78	扬腾创新 a-premium 对接第三方评价系统平台 V1.0	扬腾创新	软著登字第 14963630 号	2025SR0307432	2024.11.28	2025.02.21	原始取得	全部权利	有效
79	扬腾创新财务账单系统 V1.0	扬腾创新	软著登字第 15176581 号	2025SR0520383	2024.09.28	2025.03.26	原始取得	全部权利	有效
80	扬腾创新搜索无结果页面功能管理平台 V1.0	扬腾创新	软著登字第 15182677 号	2025SR0526479	2024.11.28	2025.03.26	原始取得	全部权利	有效
81	扬腾创新商品组合销售管理系统 V1.0	扬腾创新	软著登字第 15182709 号	2025SR0526511	2024.10.31	2025.03.26	原始取得	全部权利	有效
82	扬腾创新商品买 X 得 Y 销售管理系统 V1.0	扬腾创新	软著登字第 15182671 号	2025SR0526473	2024.10.30	2025.03.26	原始取得	全部权利	有效
83	扬腾创新用户搜索结果明细日志平台 V1.0	扬腾创新	软著登字第 15182683 号	2025SR0526485	2024.12.12	2025.03.26	原始取得	全部权利	有效
84	扬腾创新订单转化报表系统 V1.0	扬腾创新	软著登字第 15176582 号	2025SR0520384	2024.09.28	2025.03.26	原始取得	全部权利	有效
85	扬腾创新支付数据报表系统 V1.0	扬腾创新	软著登字第 15176577 号	2025SR0520379	2024.09.28	2025.03.26	原始取得	全部权利	有效
86	扬腾创新用户搜索行为明细日志平台 V1.0	扬腾创新	软著登字第 15182692 号	2025SR0526494	2024.12.27	2025.03.26	原始取得	全部权利	有效
87	扬腾创新商品详情页管理系统 V1.0	扬腾创新	软著登字第 15182703 号	2025SR0526505	2024.10.29	2025.03.26	原始取得	全部权利	有效
88	扬腾创新在线客服系统管理平台 V1.0	扬腾创新	软著登字第 15208305 号	2025SR0552107	2024.11.28	2025.04.01	原始取得	全部权利	有效
89	扬腾创新搜索下拉框数据统计报表平台 V1.0	扬腾创新	软著登字第 15463146 号	2025SR0806948	2025.02.28	2025.05.16	原始取得	全部权利	有效
90	Yangteng Innovation Not fit product recommendation system V1.0	扬腾创新	软著登字第 15542636 号	2025SR0886438	2024.09.30	2025.05.28	原始取得	全部权利	有效
91	Yangteng innovation intelligent retrieval function management platform for commodity models V1.0	扬腾创新	软著登字第 15542649 号	2025SR0886451	2024.10.31	2025.05.28	原始取得	全部权利	有效
92	Yangteng Innovation The product recommendation system for product detail page redemption V1.0	扬腾创新	软著登字第 15546858 号	2025SR0890660	2024.09.28	2025.05.28	原始取得	全部权利	有效
93	Yangteng innovation commodity freight	扬腾创新	软著登字第 15547257 号	2025SR0891059	2024.09.18	2025.05.28	原始取得	全部权利	有效

序号	软件名称	著作权人	证书号	登记号	首次发表日期	发证日期	取得方式	权利范围	法律状态
	delivery timeliness management system V1.0								
94	Yangteng Innovation the submodel intelligent aggregation system platform V1.0	扬腾创新	软著登字第15547615号	2025SR0891417	2024.10.31	2025.05.28	原始取得	全部权利	有效
95	Yangteng Innovation Top Menu Navigation Function Platform V1.0	扬腾创新	软著登字第15547640号	2025SR0891442	2024.12.31	2025.05.28	原始取得	全部权利	有效
96	Yangteng Innovation Personalized Display System for Special Commodity Attributes V1.0	扬腾创新	软著登字第15559134号	2025SR0902936	2024.07.08	2025.05.30	原始取得	全部权利	有效
97	Yangteng Innovation The search result landing page function management system V1.0	扬腾创新	软著登字第15559146号	2025SR0902948	2024.08.31	2025.05.30	原始取得	全部权利	有效
98	Yangteng innovation product search drop-down box function management system V1.0	扬腾创新	软著登字第15559155号	2025SR0902957	2025.03.04	2025.05.30	原始取得	全部权利	有效
99	Yangteng innovation Product search association word function management system V1.0	扬腾创新	软著登字第15559167号	2025SR0902969	2025.02.28	2025.05.30	原始取得	全部权利	有效
100	Yangteng innovation the product search keyword function management system V1.0	扬腾创新	软著登字第15559179号	2025SR0902981	2025.02.28	2025.05.30	原始取得	全部权利	有效
101	Yangteng Innovation Management Platform for Commodity Search Subject Recognition Function V1.0	扬腾创新	软著登字第15559185号	2025SR0902987	2024.11.08	2025.05.30	原始取得	全部权利	有效
102	Yangteng Innovation intelligent inventory and dynamic inventory management system V1.0	扬腾创新	软著登字第15589730号	2025SR0933532	2025.04.07	2025.06.05	原始取得	全部权利	有效
103	Yangteng Innovation's Full-process Return and Quality Inspection Optimization System V1.0	扬腾创新	软著登字第15589742号	2025SR0933544	2025.03.25	2025.06.05	原始取得	全部权利	有效
104	Yangteng innovation customer service function system management platform V1.0	扬腾创新	软著登字第15632708号	2025SR0976510	2025.03.28	2025.06.11	原始取得	全部权利	有效
105	Yangteng Innovation Category analysis and intelligent retrieval platform V1.0	扬腾创新	软著登字第15696588号	2025SR1040390	2024.10.30	2025.06.19	原始取得	全部权利	有效
106	Yangteng Innovation Function Management for Badcase Tagging in Search Relevance Assessment 系统 V1.0	扬腾创新	软著登字第16030882号	2025SR1374684	2024.12.31	2025.07.28	原始取得	全部权利	有效
107	扬腾创新社区系统功能管理平台 V1.0	扬腾创新	软著登字第16639094号	2025SR1982896	2025.06.30	2025.10.15	原始取得	全部权利	有效
108	扬腾创新日维度搜索数据统计报表平台 V1.0	扬腾创新	软著登字第16639141号	2025SR1982943	2025.08.02	2025.10.15	原始取得	全部权利	有效

序号	软件名称	著作权人	证书号	登记号	首次发表日期	发证日期	取得方式	权利范围	法律状态
109	鸿辉电子商务物料管理系统 V1.0.1	福州鸿辉	软著登字第 6816659 号	2021SR0092342	2020.11.15	2021.01.18	原始取得	全部权利	有效
110	鸿辉业务基础数据架构管理系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第 11801460 号	2023SR1214287	未发表	2023.10.11	原始取得	全部权利	有效
111	鸿辉采购对账结算管理系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第 11579603 号	2023SR0992430	2022.03.30	2023.08.31	原始取得	全部权利	有效
112	鸿辉业务自动化审批管理系统[简称: BPM]V1.0	福州鸿辉	软著登字第 11187311 号	2023SR0600140	2022.05.30	2023.06.08	原始取得	全部权利	有效
113	鸿辉平台账单税务管理系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第 11194660 号	2023SR0607489	2022.06.28	2023.06.08	原始取得	全部权利	有效
114	鸿辉 Parts Geek 平台分销管理系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第 11799634 号	2023SR1212461	2022.09.30	2023.10.11	原始取得	全部权利	有效
115	鸿辉计算数据中心管理系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第 11205764 号	2023SR0618593	2022.12.30	2023.06.09	原始取得	全部权利	有效
116	鸿辉多系统分级分类保护权限管理系统[简称: 权限中心]V1.0	福州鸿辉	软著登字第 12284407 号	2023SR1697234	2023.07.28	2023.12.20	原始取得	全部权利	有效
117	鸿辉入库 IQC 货品管理系统[简称: QCAPP]V1.0	福州鸿辉	软著登字第 11317176 号	2023SR0730005	2023.04.28	2023.06.27	原始取得	全部权利	有效
118	鸿辉 LogiFlow 精密运输管理系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第 12695893 号	2024SR0292020	2023.06.16	2024.02.21	原始取得	全部权利	有效
119	鸿辉国际运输及海关编码管理系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第 12696154 号	2024SR0292281	2023.06.15	2024.02.21	原始取得	全部权利	有效
120	鸿辉 EliteLogix Precision 交付套件管理系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第 12716531 号	2024SR0312658	2023.06.20	2024.02.26	原始取得	全部权利	有效
121	鸿辉精准匹配 SKU 属性管理系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第 12726799 号	2024SR0322926	2023.06.30	2024.02.28	原始取得	全部权利	有效
122	鸿辉全球多层次销售渠道集成管理系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第 12845705 号	2024SR0441832	2023.06.25	2024.03.28	原始取得	全部权利	有效
123	鸿辉移动端自动化审批平台 V1.0	福州鸿辉	软著登字第 12730479 号	2024SR0326606	2023.12.30	2024.02.28	原始取得	全部权利	有效
124	鸿辉对账及发票风险控制系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第 12729502 号	2024SR0325629	2023.12.31	2024.02.28	原始取得	全部权利	有效
125	鸿辉品控巡检异常处理系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第 12477884 号	2024SR0074011	2023.10.30	2024.01.11	原始取得	全部权利	有效
126	鸿辉平台原始账单与交易报告对账管理系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第 13753920 号	2024SR1350047	2024.07.15	2024.09.11	原始取得	全部权利	有效
127	鸿辉自动化消息中台系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第 13749134 号	2024SR1345261	2024.05.28	2024.09.10	原始取得	全部权利	有效
128	鸿辉采购订单邮件控制台管理系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第 13750038 号	2024SR1346165	2024.05.23	2024.09.10	原始取得	全部权利	有效
129	鸿辉销项发票管理系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第 13584707 号	2024SR1180834	2024.06.16	2024.08.14	原始取得	全部权利	有效
130	电子发票与出口退税申报数据管理系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第 14393655 号	2024SR1989782	2024.07.31	2024.12.05	原始取得	全部权利	有效
131	鸿辉新品注册与运营商管理平台系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第 14638173 号	2024SR2234300	2024.07.29	2024.12.30	原始取得	全部权利	有效
132	鸿辉采购任务工作台管理系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第 13560040 号	2024SR1156167	2024.03.30	2024.08.09	原始取得	全部权利	有效
133	鸿辉品牌管理系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第 14603689 号	2024SR2199816	2024.04.19	2024.12.26	原始取得	全部权利	有效
134	鸿辉采购数据指标看板	福州	软著登字第	2024SR2178334	2024.03.14	2024.12.24	原始	全部	有效

序号	软件名称	著作权人	证书号	登记号	首次发表日期	发证日期	取得方式	权利范围	法律状态
	系统 V1.0	鸿辉	14582207 号				取得	权利	
135	鸿辉补发单智能集成协作管理平台 V1.0	福州 鸿辉	软著登字第 14962869 号	2025SR030 6671	2024.09.28	2025.02. 21	原始取得	全部权利	有效
136	鸿辉收款订单一体化运作智能管理平台 V1.0	福州 鸿辉	软著登字第 14968033 号	2025SR031 1835	2024.09.28	2025.02. 21	原始取得	全部权利	有效
137	鸿辉主替代料链路管理系统 V1.0	福州 鸿辉	软著登字第 14962800 号	2025SR030 6602	2024.12.18	2025.02. 21	原始取得	全部权利	有效
138	鸿辉商品编码管理系统 V1.0	福州 鸿辉	软著登字第 13516537 号	2024SR111 2664	2024.04.28	2024.08. 02	原始取得	全部权利	有效
139	鸿辉商品关系管理系统 V1.0	福州 鸿辉	软著登字第 13750799 号	2024SR134 6926	2024.07.18	2024.09. 10	原始取得	全部权利	有效
140	鸿辉品类管理信息-品类简称管理系统 V1.0	福州 鸿辉	软著登字第 14871091 号	2025SR021 4893	2024.11.30	2025.02. 07	原始取得	全部权利	有效
141	鸿辉 MRP 基础配置平台系统 V1.0	福州 鸿辉	软著登字第 14764342 号	2025SR010 8144	2024.05.30	2025.01. 16	原始取得	全部权利	有效
142	鸿辉 MRP 库存看板系统 V1.0	福州 鸿辉	软著登字第 14676865 号	2025SR002 0667	2024.06.30	2025.01. 06	原始取得	全部权利	有效
143	鸿辉销售退款汇总与账单数据分类管理系统 V1.0	福州 鸿辉	软著登字第 14120247 号	2024SR171 6374	2024.06.16	2024.11. 07	原始取得	全部权利	有效
144	鸿辉德国 WMS 退货对接系统 V1.0	福州 鸿辉	软著登字第 14962848 号	2025SR030 6650	2024.09.16	2025.02. 21	原始取得	全部权利	有效
145	鸿辉谷仓退货管理系统 V1.0	福州 鸿辉	软著登字第 14962828 号	2025SR030 6630	2024.09.19	2025.02. 21	原始取得	全部权利	有效
146	鸿辉集采退税开票重构系统 V1.0	福州 鸿辉	软著登字第 14734235 号	2025SR007 8037	2024.09.21	2025.01. 13	原始取得	全部权利	有效
147	鸿辉供应商退款比例控制与退款使用流程系统 V1.0	福州 鸿辉	软著登字第 14635518 号	2024SR223 1645	2024.09.10	2024.12. 30	原始取得	全部权利	有效
148	鸿辉供应商索赔金额追踪平台系统 V1.0	福州 鸿辉	软著登字第 14635498 号	2024SR223 1625	2024.09.20	2024.12. 30	原始取得	全部权利	有效
149	鸿辉数据权限管理系统 V1.0	福州 鸿辉	软著登字第 13510019 号	2024SR110 6146	2024.05.28	2024.08. 01	原始取得	全部权利	有效
150	鸿辉权限白名单管理系统 V1.0	福州 鸿辉	软著登字第 14795402 号	2025SR013 9204	2024.09.21	2025.01. 21	原始取得	全部权利	有效
151	鸿辉用户行为记录分析管理平台系统 V1.0	福州 鸿辉	软著登字第 14677212 号	2025SR002 1014	2024.09.21	2025.01. 06	原始取得	全部权利	有效
152	鸿辉销量预测方法管理系统 V1.0	福州 鸿辉	软著登字第 13532828 号	2024SR112 8955	2024.04.15	2024.08. 06	原始取得	全部权利	有效
153	鸿辉运筹-周销预测公式 & 周销公式验证平台 V1.0	福州 鸿辉	软著登字第 14764121 号	2025SR010 7923	2024.04.20	2025.01. 16	原始取得	全部权利	有效
154	鸿辉发货计划策略配置系统 V1.0	福州 鸿辉	软著登字第 13753925 号	2024SR135 0052	2024.07.02	2024.09. 11	原始取得	全部权利	有效
155	鸿辉发货计划规划与统计系统 V1.0	福州 鸿辉	软著登字第 13965667 号	2024SR156 1794	2024.07.06	2024.10. 18	原始取得	全部权利	有效
156	鸿辉发货需求汇总系统 V1.0	福州 鸿辉	软著登字第 14504186 号	2024SR210 0313	2024.08.30	2024.12. 17	原始取得	全部权利	有效
157	鸿辉销量预测干预系统 V1.0	福州 鸿辉	软著登字第 14795297 号	2025SR013 9099	2024.09.21	2025.01. 21	原始取得	全部权利	有效
158	采购应付账款统计与对账系统 V1.0	福州 鸿辉	软著登字第 14393843 号	2024SR198 9970	2024.09.21	2024.12. 05	原始取得	全部权利	有效
159	鸿辉采购用款资金计划系统 V1.0	福州 鸿辉	软著登字第 14387334 号	2024SR198 3461	2024.07.31	2024.12. 04	原始取得	全部权利	有效
160	鸿辉预付款充值管理系统 V1.0	福州 鸿辉	软著登字第 15104773 号	2025SR044 8575	2024.10.13	2025.03. 13	原始取得	全部权利	有效

序号	软件名称	著作权人	证书号	登记号	首次发表日期	发证日期	取得方式	权利范围	法律状态
161	鸿辉 IQC 入库巡检管理系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第14695002号	2025SR0038804	2024.04.08	2025.01.08	原始取得	全部权利	有效
162	鸿辉 IPQC 在库巡检管理系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第14174995号	2024SR1771122	2024.05.08	2024.11.13	原始取得	全部权利	有效
163	鸿辉采购入库异常决议及处理系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第14871037号	2025SR0214839	2024.09.30	2025.02.07	原始取得	全部权利	有效
164	鸿辉定制化审批流程设置系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第14765855号	2025SR0109657	2024.10.30	2025.01.16	原始取得	全部权利	有效
165	鸿辉定制化审批人设置系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第14759950号	2025SR0103752	2024.09.30	2025.01.16	原始取得	全部权利	有效
166	鸿辉 voc 管理系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第14795414号	2025SR0139216	2024.08.30	2025.01.21	原始取得	全部权利	有效
167	鸿辉 WES-APP 系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第14962779号	2025SR0306581	2024.12.20	2025.02.21	原始取得	全部权利	有效
168	鸿辉库龄看板&周转看板系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第14597918号	2024SR2194045	2024.10.22	2024.12.25	原始取得	全部权利	有效
169	鸿辉库存监控系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第14609408号	2024SR2205535	2024.10.15	2024.12.26	原始取得	全部权利	有效
170	鸿辉库存管理系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第14582277号	2024SR2178404	2024.10.15	2024.12.24	原始取得	全部权利	有效
171	鸿辉出入库操作系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第14637112号	2024SR2233239	2024.11.08	2024.12.30	原始取得	全部权利	有效
172	鸿辉仓库管理系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第14583551号	2024SR2179678	2024.10.25	2024.12.24	原始取得	全部权利	有效
173	鸿辉海外仓（谷仓）装箱计划与调拨入库对接系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第14583559号	2024SR2179686	2024.10.15	2024.12.24	原始取得	全部权利	有效
174	鸿辉订舱清单与订舱计划管理系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第15164101号	2025SR0507903	2024.12.21	2025.03.24	原始取得	全部权利	有效
175	鸿辉物料采购下单策略配置系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第15164124号	2025SR0507926	2024.12.20	2025.03.24	原始取得	全部权利	有效
176	鸿辉全流程邮件服务专业运营系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第15165209号	2025SR0509011	2024.10.28	2025.03.24	原始取得	全部权利	有效
177	鸿辉 Autopartner 代买列表系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第15164113号	2025SR0507915	2024.12.28	2025.03.24	原始取得	全部权利	有效
178	鸿辉客服工单智能精准统筹调度系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第15165106号	2025SR0508908	2024.10.28	2025.03.24	原始取得	全部权利	有效
179	鸿辉仓储智能调配预包前期影像监控质量保障系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第15164652号	2025SR0508454	2025.01.21	2025.03.24	原始取得	全部权利	有效
180	鸿辉邮件模板自动化创作专业构建平台 V1.0	福州鸿辉	软著登字第15164638号	2025SR0508440	2024.10.31	2025.03.24	原始取得	全部权利	有效
181	鸿辉权限中心日志管理系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第15136665号	2025SR0480467	2024.09.21	2025.03.19	原始取得	全部权利	有效
182	鸿辉库内关系系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第15365307号	2025SR0709109	2025.02.28	2025.04.29	原始取得	全部权利	有效
183	鸿辉智能装箱作业自动化执行系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第15365315号	2025SR0709117	2025.02.20	2025.04.29	原始取得	全部权利	有效
184	鸿辉物料采购下单规划与统计系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第15577785号	2025SR0921587	2025.04.01	2025.06.04	原始取得	全部权利	有效
185	鸿辉物料采购下单统筹系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第15577866号	2025SR0921668	2025.04.01	2025.06.04	原始取得	全部权利	有效
186	鸿辉争议管理系统平台 V1.0	福州鸿辉	软著登字第16045785号	2025SR1389587	2025.05.02	2025.07.29	原始取得	全部权利	有效
187	鸿辉装箱限制配置系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第16046922号	2025SR1390724	2025.05.29	2025.07.29	原始取得	全部权利	有效

序号	软件名称	著作权人	证书号	登记号	首次发表日期	发证日期	取得方式	权利范围	法律状态
188	鸿辉剩余品管理系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第16046935号	2025SR1390737	2025.05.26	2025.07.29	原始取得	全部权利	有效
189	鸿辉即将在途系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第16046940号	2025SR1390742	2025.05.31	2025.07.29	原始取得	全部权利	有效
190	鸿辉退换货售后管理系统平台 V1.0	福州鸿辉	软著登字第16247510号	2025SR1591312	2025.04.30	2025.08.21	原始取得	全部权利	有效
191	鸿辉采购代买订单充值对账系统 V1.0	福州鸿辉	软著登字第16639121号	2025SR1982923	2025.07.10	2025.10.15	原始取得	全部权利	有效
192	数智领航创新型车型品牌库管理系统 V1.0	杭州数智	软著登字第17711160号	2026SR0496879	2023.05.30	2026.03.27	受让取得	全部权利	有效
193	数智全能商控管理中心 V1.0	深圳数智	软著登字第13356794号	2024SR0952921	2023.05.28	2024.07.08	原始取得	全部权利	有效
194	数智客户细致化分析管理系统 V1.0	杭州数智	软著登字第17711217号	2026SR0496936	2023.08.30	2026.03.27	受让取得	全部权利	有效
195	数智智能评价管理平台 V1.0	杭州数智	软著登字第17711221号	2026SR0496940	2023.08.28	2026.03.27	受让取得	全部权利	有效
196	数智 SKU 一体化智能管理系统 V1.0	深圳数智	软著登字第13425720号	2024SR1021847	2023.12.28	2024.07.18	原始取得	全部权利	有效
197	数智德国仓库业务架构管理系统 V1.0	深圳数智	软著登字第13425721号	2024SR1021848	2023.12.28	2024.07.18	原始取得	全部权利	有效
198	数智精确预测库存管理系统 V1.0	深圳数智	软著登字第13439089号	2024SR1035216	2023.12.30	2024.07.22	原始取得	全部权利	有效
199	数智自动化一站式业务支持问题咨询平台 V1.0	深圳数智	软著登字第13439097号	2024SR1035224	2023.12.30	2024.07.22	原始取得	全部权利	有效
200	扬腾数智订单自动履约系统 V1.0	深圳数智	软著登字第13748952号	2024SR1345079	2024.07.04	2024.09.10	原始取得	全部权利	有效
201	扬腾数智 PG 退款管理系统 V1.0	深圳数智	软著登字第13753895号	2024SR1350022	2024.06.30	2024.09.11	原始取得	全部权利	有效
202	扬腾数智图库管理系统 V1.0	深圳数智	软著登字第13753904号	2024SR1350031	2024.06.29	2024.09.11	原始取得	全部权利	有效
203	扬腾数智主数据监控系统 V1.0	深圳数智	软著登字第13753915号	2024SR1350042	2024.05.10	2024.09.11	原始取得	全部权利	有效
204	扬腾数智供应商监控可视化系统 V1.0	深圳数智	软著登字第14535460号	2024SR2131587	2024.06.26	2024.12.19	原始取得	全部权利	有效
205	扬腾数智大数据集成管理全链路智控系统 V1.0	深圳数智	软著登字第15165115号	2025SR0508917	2024.09.30	2025.03.24	原始取得	全部权利	有效
206	扬腾数智亚马逊商品和卖家自有商品管理系统 V1.0	深圳数智	软著登字第14909572号	2025SR0253374	2024.11.30	2025.02.13	原始取得	全部权利	有效
207	扬腾数智北美车型库 SKU 匹配系统 V1.0	深圳数智	软著登字第13753901号	2024SR1350028	2024.07.02	2024.09.11	原始取得	全部权利	有效
208	扬腾数智入库订单逆向任务智能管控平台 V1.0	深圳数智	软著登字第14963387号	2025SR0307189	2024.10.25	2025.02.21	原始取得	全部权利	有效
209	扬腾数智出库订单调度与拣选指挥系统 V1.0	深圳数智	软著登字第14963407号	2025SR0307209	2024.09.21	2025.02.21	原始取得	全部权利	有效
210	扬腾数智仓储库存盘点作业智能管控与精准管理系统 V1.0	深圳数智	软著登字第14872017号	2025SR0215819	2024.09.19	2025.02.07	原始取得	全部权利	有效
211	扬腾数智仓储资源全方位检索与动态操作记录管控系统 V1.0	深圳数智	软著登字第14872062号	2025SR0215864	2024.09.21	2025.02.07	原始取得	全部权利	有效
212	扬腾数智智擎价格矩阵系统 V1.0	杭州数智	软著登字第17711161号	2026SR0496880	2024.10.28	2026.03.27	受让取得	全部权利	有效
213	扬腾数智商品库存 SKU、item_ID、SKU 管理平台 V1.0	杭州数智	软著登字第17711210号	2026SR0496929	2024.10.29	2026.03.27	受让取得	全部权利	有效

序号	软件名称	著作权人	证书号	登记号	首次发表日期	发证日期	取得方式	权利范围	法律状态
214	扬腾数智活动落地页个性化配置平台 V1.0	杭州数智	软著登字第17711182号	2026SR0496901	2024.10.30	2026.03.27	受让取得	全部权利	有效
215	扬腾数智 FAQ 个性化配置平台 V1.0	杭州数智	软著登字第17711167号	2026SR0496886	2024.10.28	2026.03.27	受让取得	全部权利	有效
216	扬腾数智仓库售后综合业务服务优化与管理系统 V1.0	深圳数智	软著登字第14875795号	2025SR0219597	2024.09.19	2025.02.08	原始取得	全部权利	有效
217	扬腾数智订单扫描处理与发货智能跟踪管控系统 V1.0	深圳数智	软著登字第14875804号	2025SR0219606	2024.09.21	2025.02.08	原始取得	全部权利	有效
218	扬腾数智市场销量价格分析系统 V1.0	深圳数智	软著登字第14899292号	2025SR0243094	2024.10.30	2025.02.12	原始取得	全部权利	有效
219	扬腾数智自动调价系统 V1.0	深圳数智	软著登字第14871245号	2025SR0215047	2024.10.20	2025.02.07	原始取得	全部权利	有效
220	扬腾数智刊登下架重上管理系统 V1.0	深圳数智	软著登字第14899169号	2025SR0242971	2024.10.11	2025.02.12	原始取得	全部权利	有效
221	扬腾数智上架管理系统 V1.0	深圳数智	软著登字第14899187号	2025SR0242989	2024.10.23	2025.02.12	原始取得	全部权利	有效
222	扬腾数智在途管控管理系统 V1.0	深圳数智	软著登字第14907459号	2025SR0251261	2024.10.17	2025.02.13	原始取得	全部权利	有效
223	Yangteng Digital Intelligence User Authority Admin Platform V1.0	深圳数智	软著登字第15254414号	2025SR0598216	2024.12.31	2025.04.10	原始取得	全部权利	有效
224	扬腾数智到货预约的入仓单生成系统 V1.0	深圳数智	软著登字第15164662号	2025SR0508464	2024.12.31	2025.03.24	原始取得	全部权利	有效
225	Yangteng digital intelligent vehicle and commodity adaptation logic platform V1.0	杭州数智	软著登字第17711162号	2026SR0496881	2025.03.24	2026.03.27	受让取得	全部权利	有效
226	扬腾数智车型数据智能集成与分析平台 V1.0	深圳数智	软著登字第15538122号	2025SR0881924	2025.03.05	2025.05.28	原始取得	全部权利	有效
227	扬腾数智短信服务功能平台 V1.0	深圳数智	软著登字第15365329号	2025SR0709131	2025.02.28	2025.04.29	原始取得	全部权利	有效
228	Yangteng Digital Intelligence product list plus purchase model filter platform V1.0	杭州数智	软著登字第17711171号	2026SR0496890	2025.02.25	2026.03.27	受让取得	全部权利	有效
229	扬腾数智银行付款一体化协同管理平台 V1.0	杭州数智	软著登字第17711178号	2026SR0496897	2025.03.25	2026.03.27	受让取得	全部权利	有效
230	扬腾数智商品 SEO 子标题拆分平台 V1.0	杭州数智	软著登字第17711175号	2026SR0496894	2025.04.02	2026.03.27	受让取得	全部权利	有效
231	Yangteng Digital Intelligence Combination Commodity Plus Purchase Model Filter Platform V1.0	杭州数智	软著登字第17711181号	2026SR0496900	2025.04.02	2026.03.27	受让取得	全部权利	有效
232	Yangteng Digital Intelligence M-end car processor platform system V1.0	杭州数智	软著登字第17711212号	2026SR0496931	2025.05.10	2026.03.27	受让取得	全部权利	有效
233	Yangteng Digital Intelligence Klaviyo system service platform V1.0	杭州数智	软著登字第17711208号	2026SR0496927	2025.06.05	2026.03.27	受让取得	全部权利	有效
234	扬腾数智站内 Meta title 与 description 规则优化功能系统管理平台 V1.0	杭州数智	软著登字第17711213号	2026SR0496932	2025.06.11	2026.03.27	受让取得	全部权利	有效

序号	软件名称	著作权人	证书号	登记号	首次发表日期	发证日期	取得方式	权利范围	法律状态
235	硕辉包装材料需求预测与库存管理系统 V1.0	福州硕辉	软著登字第15171174号	2025SR0514976	2024.12.30	2025.03.25	原始取得	全部权利	有效
236	硕辉出货巡检全流程数字化管理系统 V1.0	福州硕辉	软著登字第15171185号	2025SR0514987	2024.12.31	2025.03.25	原始取得	全部权利	有效
237	主替代料智能管理大数据系统 V1.0	福州硕辉	软著登字第16046713号	2025SR1390515	2025.05.26	2025.07.29	原始取得	全部权利	有效
238	Listing 商品库捆绑关系全生命周期智能管理系统 V1.0	福州硕辉	软著登字第16046910号	2025SR1390712	2025.05.31	2025.07.29	原始取得	全部权利	有效
239	基于动态时效建模的会员积分精准应用系统 V1.0	杭州数智	软著登字第16247247号	2025SR1591049	2025.06.03	2025.08.21	原始取得	全部权利	有效
240	Independent Platform with Personalization Recommendation & Search Ranking V1.0	杭州数智	软著登字第17364086号	2026SR0149805	2025.05.06	2026.01.23	原始取得	全部权利	有效

注 1：根据中国版权保护中心于 2024 年 4 月 20 日发布的《关于调整软件版权登记证书事项的通告》，自 2024 年 4 月 23 日起，软件版权登记证书的登记事项将不再记载“开发完成日期”和“首次发表日期”两项内容；

注 2：上表第 192、194-195、212-215、225 及 228-234 项的 15 项计算机软件著作权，系因发行人业务架构调整而由子公司深圳数智转让予杭州数智。