



关于广东绿通新能源电动车科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市的
上市委审议意见落实函的回复

保荐机构（主承销商）



（福州市湖东路 268 号）

关于广东绿通新能源电动车科技股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市的 上市委审议意见落实函的回复

深圳证券交易所：

根据贵单位 2022 年 7 月 19 日下发的《关于创业板上市委审议意见的落实函》（审核函〔2022〕010669 号）（以下简称“上市委审议意见落实函”）的要求，广东绿通新能源电动车科技股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”、“绿通科技”）会同保荐机构兴业证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”），本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就上市委审议意见落实函所列问题进行了认真调查、核查及讨论，并完成了《关于广东绿通新能源电动车科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的上市委审议意见落实函的回复》（以下简称“上市委审议意见落实函的回复”），同时按照上市委审议意见落实函的要求对《广东绿通新能源电动车科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》（以下简称“招股说明书”）进行了修订和补充。

如无特殊说明，本上市委审议意见落实函的回复中简称与招股说明书中简称具有相同含义。

字体	含义
黑体加粗	上市委审议意见落实函所列问题
宋体	对上市委审议意见落实函所列问题的回复
楷体加粗	涉及招股说明书补充披露或修改的内容

在本上市委审议意见落实函的回复中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

问题：

请发行人在招股说明书中补充披露新冠疫情导致的公司业绩增长是否具有偶发性，未来业绩增长是否存在不可持续的风险。请保荐人发表明确意见。

回复：

一、发行人业绩增长不具有偶发性

2020 年、2021 年和 2022 年 1-6 月，发行人主营业务收入分别为 55,684.90 万元、101,499.91 万元和 73,534.14 万元，分别同比增长 33.41%、82.27%和 65.94%。新冠疫情以来，发行人外销业务发展较快，带动销售业绩快速增长，但发行人业绩增长不具有偶发性，具体如下：

1、新冠疫情之前，发行人已实现持续业绩增长

发行人于 2013 年开始开拓美国市场，经过多年的发展，发行人与 ICON、LVTONG USA 等客户逐步建立了深度合作关系。随着 ICON、LVTONG USA 等客户对美国销售渠道的陆续拓展和对发行人产品的大力推广，发行人的销售业绩实现了持续增长。

2018 年，发行人主营业务收入为 31,761.71 万元，其中来自于美国的收入为 5,046.23 万元；2019 年，发行人主营业务收入为 41,739.31 万元，同比增长 31.41%其中来自于美国的收入为 11,028.03 万元，同比增长 118.54%。

由此可见，在 2020 年新冠疫情出现之前，发行人已经实现了业绩持续增长，其中在美国的销售收入已实现快速增长。

2、新冠疫情为发行人 ODM 产品提升产品知名度创造了契机，对发行人业绩增长起到了促进作用

新冠疫情前，Club Car、E-Z-GO、Yamaha 等三大品牌高尔夫球车占据了美国市场绝大部分市场份额，具有较强的品牌优势，市场知名度高。而发行人 ODM 产品虽然销量不断增加，但在美国的知名度仍相对较低。

新冠疫情一定程度上为发行人 ODM 产品在美国市场的推广销售提供了契

机。新冠疫情以来，美国高尔夫球车市场需求持续增长，而境外 Club Car、E-Z-GO、Yamaha 三大品牌产品受疫情及供应链不稳定等影响存在缺货、延迟交付的情况，而发行人 ODM 产品供应较为稳定，因此越来越多的客户知晓发行人的 ODM 产品。

发行人 ODM 产品具有技术先进、性价比高、定制速度快、交付及时等优势，是不同品牌和产品线的重要补充。众多消费者试驾、使用发行人 ODM 产品后，对产品优势产生了切身体验和较高的满意度，发行人 ODM 产品优势被越来越多的境外消费者认可，产品知名度进一步提高，市场份额不断提升，发行人销售业绩得以快速增长。

因此，新冠疫情为发行人 ODM 产品提升产品知名度创造了契机，进而对发行人业绩增长起到了促进作用。

3、美国逐渐放开新冠疫情管控，发行人业绩依旧持续增长

从 2021 年下半年开始，美国各州开始放松新冠疫情管制措施，逐步开放边境口岸，至 2022 年 5 月美国宣布结束新冠疫情大流行、2022 年 6 月美国宣布取消入境核酸检测，标志着美国政府已基本放开新冠疫情管控，居民日常生活和企业生产经营恢复为疫情之前的常态。

在美国逐渐放开新冠疫情管控期间，2022 年 1-6 月，发行人营业收入为 **73,631.95 万元**，同比增长 **65.83%**；净利润为 **14,339.83 万元**，同比增长 **190.06%**；扣非后净利润为 **14,219.28 万元**，同比增长 **187.26%**，发行人业绩仍保持快速增长态势。此外，截至 2022 年 6 月末，发行人在手订单金额为 34,409.36 万元，较 2021 年 6 月末增长 35.27%，较 2021 年末增长 20.61%，在手订单保持较快增长。境外竞争对手复工复产后，发行人主要境外客户不存在对发行人砍单的情况。

综上所述，在新冠疫情之前，发行人已实现业绩持续增长，尤其在美国的销售业绩已经实现快速增长；新冠疫情为发行人 ODM 产品提升产品知名度创造了契机，对发行人业绩增长起到了促进作用；美国已基本放开对新冠疫情管

控，发行人业绩依旧持续快速增长。发行人业绩增长不具有偶发性。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“5、发行人业绩增长不具有偶发性”进行了补充披露如下：

“新冠疫情以来，发行人外销业务发展较快，带动销售业绩快速增长，发行人业绩增长不具有偶发性，具体如下：

（1）新冠疫情之前，发行人已实现业绩持续增长

发行人于 2013 年开始开拓美国市场，近年来与 ICON、LVTONG USA 等客户的合作不断深入，销售业绩实现了持续增长。2018 年，发行人主营业务收入为 31,761.71 万元，其中来自于美国的收入为 5,046.23 万元；2019 年，发行人主营业务收入为 41,739.31 万元，同比增长 31.41%，其中来自于美国的收入为 11,028.03 万元，同比增长 118.54%。

由此可见，在 2020 年新冠疫情出现之前，发行人已经实现了业绩持续增长，其中在美国的销售收入已经实现快速增长。

（2）新冠疫情为发行人 ODM 产品提升产品知名度创造了契机，对发行人业绩增长起到了促进作用

新冠疫情前，Club Car、E-Z-GO、Yamaha 等境外三大品牌具有较强的品牌优势，市场知名度高，发行人 ODM 产品在美国的知名度相对较低。

新冠疫情一定程度上为发行人 ODM 产品在美国市场的推广销售提供了契机。新冠疫情以来，美国高尔夫球车市场需求持续增长，但境外 Club Car、E-Z-GO、Yamaha 三大品牌产品受疫情及供应链不稳定等影响存在缺货、延迟交付的情况，而发行人 ODM 产品供应较为稳定，因此越来越多的客户知晓发行人的 ODM 产品。发行人 ODM 产品优势被越来越多的境外消费者认可，产品知名度进一步提高，发行人销售业绩得以快速增长。

由此可见，新冠疫情为发行人 ODM 产品提升产品知名度创造了契机，进

而对发行人业绩增长起到了促进作用。

（3）美国逐渐放开新冠疫情管控，发行人业绩依旧持续增长

从 2021 年下半年开始，美国各州开始放松新冠疫情管制措施。2022 年 5 月美国宣布结束新冠疫情大流行，2022 年 6 月美国宣布取消入境核酸检测，标志着美国政府已基本放开新冠疫情管控。

在美国逐渐放开新冠疫情管控期间，根据发行人**审计报告**，2022 年 1-6 月，发行人营业收入为 **73,631.95** 万元，同比增长 **65.83%**；净利润为 **14,339.83** 万元，同比增长 **190.06%**；扣非后净利润为 **14,219.28** 万元，同比增长 **187.26%**，发行人业绩仍保持快速增长态势。此外，截至 2022 年 6 月末，发行人在手订单金额为 34,409.36 万元，较 2021 年 6 月末增长 35.27%，较 2021 年末增长 20.61%，在手订单保持较快增长。境外竞争对手复工复产后，发行人主要境外客户不存在对发行人砍单的情况。

综上所述，在新冠疫情之前，发行人已实现业绩持续增长；新冠疫情为发行人 ODM 产品提升产品知名度创造了契机，对业绩增长起到了促进作用；美国已基本放开新冠疫情管控，发行人业绩依旧持续快速增长。发行人业绩增长不具有偶发性。”

二、发行人 2022 年业绩增长不存在不可持续的风险，未来业绩具有持续增长的基础

1、以美国为主的境外市场对高尔夫球车的需求仍持续增长，发行人产品市场占有率较低，市场空间广阔

发行人业务以外销为主，外销市场以美国为主。发行人于 2013 开拓美国市场，在美国销售产品已有 9 年的历史。2022 年 1-6 月，中国出口高尔夫球车等场地电动车数量为 87,398 台，同比增长 79.08%，其中出口至美国的高尔夫球车等场地电动车数量为 65,347 台，同比增长 94.47%。由此可见，以美国为主的高尔夫球车市场需求正在持续增长。

根据先进制造业发展联盟研究数据，2019 年全球高尔夫球车等场地电动车

市场规模达到 97.02 万台，2015-2019 年复合增长率约为 8.8%，以 8.8%的年增长率计算，2021 年全球高尔夫球车等场地电动车市场规模达到 114.85 万台。根据美国 National Golf Foundation 数据，截至 2020 年底，美国拥有 16,156 个高尔夫球场，占全球的 42.43%。假定全球每个高尔夫球场配备的高尔夫球车数量一致，按照 2021 年全球场地电动车市场规模为 114.85 万台及美国高尔夫球场数量占全球数量的比重计算，2021 年美国高尔夫球车等场地电动车市场规模为 48.73 万台。

按上述测算的市场规模计算，2021 年发行人产品销量为 39,873 台，占全球市场份额的 3.47%；2021 年发行人出口至美国的产品数量为 30,363 台，占美国市场份额的 6.22%。发行人产品的市场占有率仍然较低，仍有广阔的市场空间。

2、发行人主要客户的经营规模持续扩大，双方合作持续加深

发行人采用大客户战略，不断加深与 ICON、LVTONG USA 等客户的合作。ICON、LVTONG USA 深耕于美国高尔夫球车市场，拥有较强的经营能力和渠道开拓能力，能够利用美国成熟的高尔夫球车销售网络持续进行产品推广，经营区域不断向美国东部、南部、西部等地区拓展，不断提高市场份额，扩大经营规模。

除满足高尔夫球车市场的新增需求之外，ICON、LVTONG USA 还抢占了 Club Car、E-Z-GO、Yamaha 等品牌的部分存量市场，因此销售增速快于市场规模增速。2020 年、2021 年和 2022 年 1-6 月，ICON 的销售收入分别同比增长 140.11%、205.37%和 145.53%，LVTONG USA 销售收入分别同比增长 196.89%、286.39%和 162.29%。

以发行人第一大客户 ICON 为例，报告期内，ICON 经营规模发展迅速，员工人数、经销商数量、销售收入情况如下：

年度/时点	ICON 员工人数 (人)	ICON 下游客户数量 (家)	ICON 销售收入 (万美元)
2022 年 1-6 月/2022.6.30	350	/	12,721.69
2021 年度/2021.12.31	241	311	12,383.30

2020 年度/2020.12.31	60	133	4,055.23
2019 年度/2019.12.31	30	136	1,688.89

注：ICON 未向保荐机构提供其 2022 年 1-6 月下游客户的数量。

根据美国 Golf Car News 报道，2021 年 ICON 已经成为了美国第四大高尔夫球车品牌。随着发行人与 ICON、LVTONG USA 等客户的合作不断加深，双方购销规模将进一步扩大。

3、发行人产品具有技术先进、性价比高、质量稳定可靠等核心竞争优势，将有力支撑发行人收入规模持续增长

发行人产品具有的较强市场竞争力是发行人能够实现业绩持续增长的重要因素。发行人产品具有技术先进、性价比高、质量稳定可靠等核心优势，能够在确保性能好、质量可靠的前提下，做到较低的产品售价，进而更好满足客户需求。上述核心竞争优势将有力支撑发行人收入规模持续增长。

（1）产品技术性能方面

发行人是国内厂商中率先将第二代交流异步驱动技术应用到高尔夫球车的生产企业。目前，发行人已经将第二代交流异步驱动技术全面应用在高尔夫球车。而 Club Car、E-Z-GO、Yamaha 境外三大品牌的高尔夫球车产品当前主要使用第二代交流异步驱动技术，其部分高尔夫球车仍使用第一代直流驱动技术。相较于第一代直流电机驱动技术，第二代交流异步驱动技术取消了碳刷换向器，降低了电机维护成本，提高了散热性能和防护等级，增加了电机使用寿命。

目前，发行人已率先将第三代永磁同步驱动技术应用在观光车，进一步提升了观光车的动力性能、续航里程和行驶稳定性、安全性。发行人应用的永磁同步驱动系统与国外先进的交流异步驱动系统相比，在峰值功率、峰值转速、最高效率、重量、能耗等方面具有优势，具体如下：

性能指标	发行人应用的永磁同步驱动系统	国外先进的交流异步驱动系统
额定电压	96V	96V
额定/峰值功率	20/40KW	13.5/30KW
额定/峰值转速	3,000/7,200RPM	3,000/6,000RPM

性能指标	发行人应用的永磁同步驱动系统	国外先进的交流异步驱动系统
峰值转矩	180N.M	180N.M
最高效率	>95%	85%
重量	35KG	70KG
能耗	40kwh/百公里	46kwh/百公里

待未来适配和改进后，发行人有望将第三代永磁同步驱动技术应用于高尔夫球车，继续巩固在产品性能方面的优势。

（2）产品成本方面

得益于国内新能源汽车产业的迅速发展，国内新能源相关产业链逐渐完备，三电系统（电池、电机、电控）和其他关键零部件陆续实现国产化。随着新能源产业链产销规模的迅速扩大和生产效率的不断提升，相关原材料采购价格进一步降低。另外，与美国、日本等发达国家相比，国内的人工成本具有较大优势，而 Club Car、E-Z-GO、Yamaha 境外三大品牌主要生产基地位于美国、日本等地。上述因素为发行人实现较低的产品生产成本奠定了产业基础。

发行人亦注重通过技术研发降低成本，例如发行人与国内供应商共同研发的国产第二代交流异步驱动控制器，在实现国产替代、提高供应链的安全性的同时，采购成本降低 20%以上。同时，发行人凭借较大的生产规模和高尔夫球车专用生产线，不断提高生产效率，降低生产成本。

（3）产品性价比方面

在产品性价比方面，由于在技术和成本方面的优势，发行人产品能够在车型及配置相似、技术先进和品质可靠的情况下，终端销售价格比 Club Car、E-Z-GO、Yamaha 等品牌产品低 20%左右，在相对较低的价格区间内吸引越来越多的消费者。

未来，发行人将通过不断的研发创新和大规模高效率的生产，保持并扩大产品的核心竞争优势，扩大市场份额，实现销售收入持续增长。

4、发行人不断研发新产品，创造新的利润增长点

除现有产品外，发行人亦积极研发新产品，不断创造新的利润增长点。例如，发行人利用现有电驱动技术，结合传统全地形车的特点，自行研发电动全地形车，目前研发阶段已接近尾声，预计 2022 年下半年开始投入市场。根据 Allied Market Research 研究数据，全球全地形车市场规模在 2027 年将达到 119.5 亿美元，市场空间广阔。

发行人正在研发的电动全地形车除具有快速启动、越野、高坡度爬坡等能力外，还具有更环保的优点。未来，发行人将电动全地形车推向市场，以电力驱动代替传统燃油驱动，高度契合全球碳达峰、碳中和的绿色发展理念，将成为发行人新的利润增长点。

综上所述，发行人 **2022 年业绩增长不存在不可持续的风险，未来业绩具有持续增长的基础。**

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“6、**2022 年业绩增长不存在不可持续的风险，未来业绩具有持续增长的基础**”进行了补充披露如下：

“（1）以美国为主的境外市场对高尔夫球车的需求仍持续增长，发行人产品市场占有率较低，市场空间广阔

2022 年 1-6 月，中国出口高尔夫球车等场地电动车的数量同比增长 79.08%，其中出口至美国的数量同比增长 94.47%，以美国为主的境外市场对高尔夫球车的需求仍持续增长。

根据先进制造业发展联盟研究数据，2019 年全球高尔夫球车等场地电动车市场规模达到 97.02 万台，2015-2019 年复合增长率约为 8.8%，以 8.8%的年增长率计算，2021 年全球高尔夫球车等场地电动车市场规模达到 114.85 万台。根据美国 NGF 公布的美国高尔夫球场数量占全球的 42.43%估算，2021 年美国高尔夫球车等场地电动车市场规模约为 48.73 万台。以 2021 年发行人产品销量 39,873 台和出口至美国的产品销量 30,363 台计算，发行人产品在全球市场的份额为 3.47%，在美国市场的份额为 6.22%，市场占有率较低，仍具有广阔的发

展空间。

(2) 发行人主要客户的经营规模持续扩大，双方合作持续加深

发行人采用大客户战略，不断加深与 ICON、LVTONG USA 等客户的合作。ICON、LVTONG USA 的经营能力和渠道开拓能力不断增强，利用美国成熟的高尔夫球车销售网络持续进行产品推广，经营区域不断向美国东部、南部、西部等地区拓展，不断提高市场份额，扩大经营规模。随着发行人与 ICON、LVTONG USA 等客户的合作不断加深，双方购销规模将进一步扩大。

(3) 发行人产品具有技术先进、性价比高、质量稳定可靠等核心竞争优势，将有力支撑发行人收入规模持续增长

发行人产品具有技术先进、性价比高、质量稳定可靠等核心优势，能够在性能较好、质量可靠的前提下，做到较低的售价，进而更好满足客户需求。上述核心竞争优势将有力支撑发行人收入规模持续增长。

未来，发行人将通过不断的研发创新和大规模高效率的生产，保持并扩大产品的核心竞争优势，扩大市场份额，实现销售业绩的持续增长。

(4) 发行人不断研发新产品，创造新的利润增长点

除现有产品外，发行人亦积极研发新产品，不断创造新的利润增长点。例如，发行人利用现有电驱动技术，结合传统全地形车的特点，自行研发电动全地形车，除具有快速启动、越野、高坡度爬坡等能力外，还具有更环保的优点，契合全球碳达峰、碳中和的绿色发展理念。目前，电动全地形车的研发已接近尾声，预计 2022 年下半年开始投入市场，将成为发行人新的利润增长点。

综上所述，发行人 **2022 年业绩增长不存在不可持续的风险，未来业绩具有持续增长的基础。”**

如未来出现市场需求增长放缓、主要客户自身经营情况恶化、公司产能及供应不足、中美贸易摩擦加剧、人民币兑美元汇率大幅升值等不利情况，则发行人存在未来业绩无法维持高速增长的风险。

发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“一、特别风险提示”之“（八）未来业绩无法维持高速增长的风险”及“第四节 风险因素”之“一、经营风险”之“（七）未来业绩无法维持高速增长的风险”进行了补充披露如下：

“报告期内，公司主营业务收入分别为 41,739.31 万元、55,684.90 万元、101,499.91 万元及 **73,534.14 万元**，2019 年至 2021 年的复合增长率为 55.94%。2021 年及 **2022 年 1-6 月**，得益于美国市场需求的快速增长、主要客户经营规模的快速扩大和公司产能提升，公司主营业务收入**分别**同比增长 **82.27%及 65.94%**，业绩高速增长。

未来若出现市场需求增长放缓、**市场竞争加剧**、主要客户自身经营情况恶化、公司产能及供应不足、中美贸易摩擦加剧、人民币兑美元汇率大幅升值等情况，公司存在未来业绩无法维持高速增长的风险。”

三、保荐机构核查意见

（一）核查程序

为核查上述问题，保荐机构主要履行了以下核查程序：

- 1、获取发行人收入明细表，核查发行人收入增长的背景、原因；
- 2、访谈发行人外销业务负责人，了解新冠疫情对发行人业绩增长的影响；访谈发行人副总经理，了解发行人驱动技术的应用情况及优势，了解发行人研发项目的进度及未来市场规划；
- 3、登录美国 NGF 网站，查询高尔夫球场数量信息；查阅先进制造业发展联盟研究数据；登录中国海关总署网站，查询中国出口高尔夫球车等场地电动车数量信息；登录美国 Golf Car News 网站，查询对 ICON 市场地位的相关报道；登录 Allied Market Research 网站，查询全球全地形车市场规模情况；
- 4、对 ICON、LVTONG USA 进行实地走访、视频访谈和邮件访谈，获取其财务报表，了解人员规模、经销商数量、收入规模等信息；
- 5、获取发行人采购明细表，计算分析国产控制器的采购价格降低情况；

6、查询美国高尔夫球车销售商的产品销售价格信息，对比分析其销售发行人 ODM 产品与 Club Car、E-Z-GO、Yamaha 等产品的销售价格差异情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、新冠疫情发生之前，发行人业绩已实现持续增长；新冠疫情为发行人 ODM 产品提升产品知名度创造了契机，对发行人业绩增长起到了促进作用；美国已基本放开新冠疫情管控，发行人业绩依旧持续增长。发行人业绩增长不具有偶发性。发行人已在招股说明书中对上述问题进行了补充披露。

2、以美国为主的境外市场对高尔夫球车的需求持续增长，发行人产品市场占有率较低，市场空间广阔；发行人主要客户的经营规模持续扩大，双方合作持续加深；发行人产品具有技术先进、性价比高、质量稳定可靠等核心竞争优势，将有力支撑发行人收入规模持续增长；发行人不断研发新产品，将创造新的利润增长点。发行人 **2022 年**业绩增长不存在不可持续的风险，**未来业绩具有持续增长的基础**。发行人已在招股说明书中对上述问题进行了补充披露。

（本页无正文，为广东绿通新能源电动车科技股份有限公司《关于广东绿通新能源电动车科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的上市委审议意见落实函的回复》之签署页）



广东绿通新能源电动车科技股份有限公司

2022年9月22日

发行人董事长声明

本人已认真阅读关于广东绿通新能源电动车科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的上市委审议意见落实函的回复,承诺本上市委审议意见落实函的回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长(签名):



张志江



广东绿通新能源电动车科技股份有限公司

2022年9月22日

（本页无正文，为兴业证券股份有限公司《关于广东绿通新能源电动车科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的上市委审议意见落实函的回复》之签署页）

保荐代表人：

张华辉

张华辉

高颖

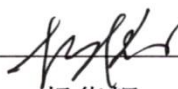
高颖



保荐机构董事长对上市委审议意见落实函的回复的声明

本人已认真阅读关于广东绿通新能源电动车科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的上市委审议意见落实函的回复的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本上市委审议意见落实函的回复不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

保荐机构董事长：


杨华辉

