

公司代码：603129

公司简称：春风动力

**浙江春风动力股份有限公司**  
**2020 年年度报告摘要**

## 一 重要提示

- 1 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 立信会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

根据《公司法》《上海证券交易所上市公司现金分红指引》《公司章程》等要求，结合公司的实际情况，公司拟定的 2020 年度利润分配方案为：公司拟以实施权益分派股权登记日的总股本扣减公司回购专用账户的股数为基数，每 10 股派发现金红利 8.30 元（含税），公司 2020 年度合计拟派发现金红利总额为 109,512,099.87 元（含税）。

## 二 公司基本情况

### 1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	春风动力	603129	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	周雄秀	何晴
办公地址	杭州余杭经济开发区五洲路116号	杭州余杭经济开发区五洲路116号
电话	0571-89195143	0571-89195143
电子信箱	board@cfmoto.com	board01@cfmoto.com

### 2 报告期公司主要业务简介

#### （一）公司主要业务

公司深耕动力运动产业领域，专注于以发动机为核心的全地形车、摩托车、后市场用品等研发、生产和销售，产品包括 400cc 至 1000cc 排量段 CForce、UForce、ZForce 四轮全地形车；

125cc-1250cc 休闲、玩乐类摩托车等。报告期内，公司主营业务和主要产品未发生重大变化。

## （二）经营模式

### 1、销售模式

公司拥有自主的产品销售体系，国内市场采用经销商销售模式，根据不同产品类型（民品摩托车、全地形车、KTM R2R、公务车、发动机）向经销商或客户进行销售，目前公司国内拥有 400 余家经销商，形成了覆盖全国的销售网络；国际市场采用代理销售模式，产品通过欧洲、北美、大洋洲、南美等不同国家的代理商及其零售商销往全球各地，美国市场由公司子公司 CFP 根据销售计划、营销政策对美国零售商进行销售、管理。

### 2、采购模式

公司根据“长期合作、互利双赢”的经营理念 and “比质比价，货比三家”的原则，以供应链管理系统等信息平台为依托，从供应商管理、采购业务过程和进货检验等三方面对采购过程进行管理，通过与供应商建立长期战略伙伴关系，保证为公司产品生产提供质量优良、价格合理、供应及时、货源稳定的零部件和原材料，实现公司供应链高效与稳定。

### 3、生产模式

公司积极打造适应于自身发展的柔性化生产智能制造模式，根据客户订单实行接单生产，同时根据市场需求适度备货，以便有效利用产能，保证销售旺季订单的按时完成。

### 4、研发模式

公司践行“创新强企、科技强国”发展理念，以核心技术自主研发和自主品牌打造为驱动，聚焦动力运动玩乐市场，以储备一代、研发一代、生产一代的矩阵式管理模式开展新品研发，构建更加丰富、多元、充满运动激情的产品世界，让生命享受更多运动的乐趣。

## （三）行业情况说明

### 1、全球市场现状和未来

公司涉及行业主要集中在全地形车和休闲玩乐类摩托车，2020 年行业总体处于向上发展态势。

#### （1）全地形车

全地形车作为以休闲娱乐及日常实用为主要目的的动力运动装备，其发展主要依赖于消费者休闲时间的增多和户外工作方式、生活方式升级带来的机遇，因此，北美、欧洲等发达经济体长期以来一直是全地形车的主要消费市场。全地形车销量峰值出现在 2005 年（138 万辆）。2008 年金融危机冲击了民众购买力，导致销量在 2010 年下滑至 66 万辆，2019 年恢复至 93 万辆水平，

2010~2019年，行业销量复合增速约为4%。根据 Allied Market 的预测，全球全地形车市场将持续增长并有望在2025年达到141亿美元（超1000亿元人民币）的规模。

中国全地形车行业长期以来出口导向型特征明显，中国90%以上的全地形车都出口到国外。根据中国汽车工业协会统计数据，2020年全地形车出口26.99万辆，同比增长54.13%，出口金额4.57亿美元，同比增长46.33%。春风动力、涛涛集团、润通动力、林海股份此四家全地形车生产厂家出口量占全国出口量的95.69%，出口额占全国出口额的97.05%，其中春风动力全地形车出口额占了全国出口额的64.55%，行业龙头地位稳固。

（数据来源：中国汽车工业协会《产销快讯》统计数据；Allied Market Research 的市场研究数据和报告）

## （2）摩托车

国际市场，由于经济发展的不均衡性，经济发达国家和地区，摩托车主要用于休闲娱乐，中、大排量摩托车消费市场主要集中在北美和欧洲，市场需求以中、大排量和酷炫的外观超级运动车、旅行车为主，同时更加注重环保与便利，总体市场容量相对平稳。

欧美发达国家已完成从代步型到消费型、大排量摩托车转变，较发达国家，中国仍以代步为主，大排量摩托车市占率仍然较低，娱乐需求处于市场培育阶段，2020年中国250cc以上占有率仅为1.18%，有较大发展空间和潜力。

目前我国摩托车出口主要集中在亚非拉地区，以经济欠发达国家或发展中国家市场为主，2020年受疫情影响，我国摩托车出口上半年下滑，下半年持续复苏，全年出口量基本与去年持平，出口总额实现增长。

报告期内中国摩托车生产企业产品整车出口量709.06万辆，同比下降0.48%；出口金额40.74亿美元，同比增长0.26%。摩托车主导产品出口表现不一，出口量位居前五位的系列品种为：125系列、150系列、110系列、250系列和50系列，分别出口231.64万辆、174.51万辆、121.66万辆、65.02万辆和40.88万辆，125系列和110系列同比分别下降5.19%和4.7%，50系列、150系列和250系列同比分别增长2.15%、1.85%和8.71%。上述五大系列品种共出口653.24万辆，占二轮摩托车出口总量的98.06%。

（数据来源：中国汽车工业协会《产销快讯》统计数据）

## 2、国内行业

### （1）全地形车

国内全地形车行业集中度明显，行业涌现出一批具有特色的领军企业，2020年全年国内全地

形车制造厂商完成全地形车产销 28.39 万辆和 27.29 万辆，比上年增长 54.63%和 47.37%，其中全地形车出口继续保持较快增长势头，2020 年全地形车出口 26.99 万辆，同比增长 54.13%，出口金额 4.57 亿美元，同比增长 46.33%。

目前我国国内全地形车市场仍处于萌芽阶段，需求较为小众，但随着国民经济的不断发展和人们生活品质的不断提高，全地形车所代表的竞技运动、时尚潮流、生活方式和运动文化正向百姓生活渗透，全地形车的使用正逐渐被消费者所认识和接纳，我国全地形车市场未来发展前景可期。

（数据来源：中国汽车工业协会《产销快讯》统计数据）

## （2）摩托车

2020 年，受全球疫情冲击，世界经济衰退，产业链供应链循环受阻，国际贸易投资萎缩，大宗商品市场动荡，国内消费、投资、出口下滑。在国家政策的大力支持和统一部署下，全行业上下游企业共同努力，内外需协调拉动，摩托车行业率先从疫情影响中恢复过来。2020 年，我国摩托车产销量超过 1,700 万辆，同比下降 1%左右，内销约 1,000 万辆，与去年相比下降 0.32%，基本达到去年同期水平，并呈现了以下特点：

### 1) 全年产销量整体走势前低后高

2020 年 2 月疫情严重时期，我国摩托车产业产销量同比下滑 70%以上，半数以上企业停工停产。由于国家疫情防控精准有效，中央和地方出台一系列助企纾困政策，推动企业复工复产，自 3 月起我国摩托车行业国内市场开始加速恢复，1-4 月内销量已与去年同期基本持平，基本弥补了疫情对国内市场所造成的影响，但同期由于海外疫情爆发，出口大幅下滑，拖累了行业的整体复苏进度，下半年起，随着海外市场好转，行业开始全面复苏。

2020 年摩托车商会统计 93 家行业骨干企业，共产销摩托车 1,702.35 万辆和 1,706.67 万辆，同比下降 1.98%和 0.38%。

### 2) 大排量休闲娱乐摩托车市场保持快速增长

近年来，受我国居民收入快速增长及随之而来的消费升级影响，我国摩托车市场逐渐发生变化，小排量、代步型摩托车产销量持续下降，但以休闲娱乐为主要目的的 250cc 及以上排量摩托车增速明显，市场空间正不断增大，产品车型逐年增多。根据中国汽车工业协会数据，2020 年我国排量 250cc 以上摩托车（不含 250cc）销量约为 20.08 万辆，同比增长 13.32%。但从我国摩托车市场结构来看，大排量摩托车仅占 1.18%左右，仍有巨大的发展潜力，中国汽车工业协会预计未来大排量摩托车占国内摩托车市场总量将达到 10%。

### 3) 中小排量摩托车电动化成为新趋势

随着经济的持续快速发展，世界各国政府日益重视资源环境问题。为实现社会的可持续发展，各国大力提倡节能减排，出台了包括鼓励新能源车发展、制定严格的机动车排放标准在内的多个措施。随着国家大力推动新能源产业发展及消费者对节能减排、绿色出行理念逐步认可，汽车行业电动化发展如火如荼，而中小排量摩托车电动化趋势亦开始加速。根据中国汽车工业协会数据，电动摩托车基本以内销为主，少量出口，主要用于出行代步，对中小排量摩托车产生了一定替代的作用。2019 年我国电动二轮摩托车总销量约为 106.46 万辆，2020 年我国电动二轮摩托车在受新冠疫情影响情况下仍实现约 121.18 万辆销量，较 2019 年同比增长 13.83%，未来市场空间巨大。

（数据来源：中国汽车工业协会《产销快讯》统计数据）

### 3、公司所处行业地位

#### （1）全地形车

公司全地形车系列产品坚持以自主品牌“CFMOTO”销售，国外市场已获得消费者广泛认可，品质及性价比优势突出。目前公司产品主要外销地区为欧洲、北美、南美以及大洋洲等，2014 年至 2020 年公司全地形车出口额分别占国内同类产品出口额的 73.33%、67.76%、65.70%、68.96%、72.68%、74.38%、64.55%，行业龙头地位稳固；同时公司在捷克、罗马尼亚、西班牙、瑞典、波兰、俄罗斯、德国、奥地利、瑞士、英国、斯洛文尼亚、葡萄牙等国家的全地形车市场占有率处于领先地位。

（数据来源：中国汽车工业协会《产销快讯》统计数据）

#### （2）摩托车

公司是国内最早追求驾乘乐趣的动力产品制造商，坚持水冷大排量发动机为核心的动力运动装备产品的研发和生产，在产品的设计研发、生产制造、品质控制、售前售后服务等方面形成了自身较强的综合竞争优势。摩托车产品整体以中高端、运动、竞技、休闲为定位，聚焦中大排量摩托车，全线顺应消费升级趋势，产品覆盖街车、巡航、摩旅等细分市场，代表性车型有 250SR、650TR-G、700CL-X 等产品，能够满足运动、竞技、休闲需求，深受海内外消费者喜爱。

中国汽车工业协会《产销快讯》数据显示，公司>250cc 跨骑式摩托车 2020 年销量占行业总量 10.85%，行业地位明显。公司自主研发的 CF650G 摩托车成功入选为国宾护卫专用车，在 APCE 会议、抗战胜利 70 周年阅兵式等国事活动中均有精彩亮相；此外，CF650G 更是作为外交名片，走出国门护卫各国政要，担负了阿根廷 G20 礼宾护卫、巴布亚新几内亚 APEC 峰会等护卫任务，展现了优秀中国品牌形象；CF650J-3、CF400J、CF400J-2 等公务车也广泛应用到公务执勤系统，担

负着开道护卫、城市反恐、应急处突、机动巡逻等各项重要任务，为我国现代化城市交通及治安管理提供了有力的移动装备保障。

公司以摩托车骑行文化为纽带，积极打造以春风为代表的特色机车运动文化，通过各种俱乐部活动为载体，构建属于春风动力车友自己的独有生活方式和交友平台，在广大车迷爱好者中享有较高市场声誉。

### 3 公司主要会计数据和财务指标

#### 3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2020年	2019年	本年比上年 增减(%)	2018年
总资产	4,201,268,957.28	2,537,492,363.09	65.57	2,082,561,727.96
营业收入	4,525,615,260.68	3,242,231,574.63	39.58	2,545,462,581.48
归属于上市公司股东的净利润	364,899,048.54	181,056,640.47	101.54	120,250,079.56
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	311,399,023.30	160,038,639.50	94.58	131,435,786.05
归属于上市公司股东的净资产	1,495,490,847.20	1,040,318,522.57	43.75	964,502,291.60
经营活动产生的现金流量净额	773,855,291.60	423,563,298.47	82.70	212,569,880.78
基本每股收益（元/股）	2.78	1.37	102.92	0.90
稀释每股收益（元/股）	2.75	1.35	103.70	0.90
加权平均净资产收益率（%）	28.89	18.22	增加10.67 个百分点	12.90

#### 3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	622,664,932.25	1,159,463,905.30	1,364,531,667.93	1,378,954,755.20
归属于上市公司股东的净利润	57,817,437.97	116,164,056.63	122,628,853.37	68,288,700.57
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	55,187,442.44	111,881,300.23	103,015,943.72	41,314,336.91
经营活动产生的现金流量净额	-22,530,262.94	360,817,132.58	339,359,266.56	96,209,155.40

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

### 4 股本及股东情况

#### 4.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）					6,289		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					8,801		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内增 减	期末持股数 量	比例（%）	持有有限 售条件的 股份数量	质押或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
春风控股集团有 限公司	500	47,062,356	35.02	0	无	0	境内非国有法人
重庆春风投资有 限公司	0	13,132,087	9.77	0	冻结	6,320,000	境内非国有法人
杭州老板实业集 团有限公司	-1,857,100	8,047,662	5.99	0	无	0	境内非国有法人
林阿锡	0	4,040,643	3.01	0	无	0	境内自然人
兴业银行股份有 限公司－工银瑞 信文体产业股票 型证券投资基金	2,971,698	2,971,698	2.21	0	无	0	其他
浙江春风动力股 份有限公司回购 专用证券账户	-897,000	2,602,911	1.94	0	无	0	境内非国有法人
中国建设银行股 份有限公司－交 银施罗德阿尔法 核心混合型证券 投资基金	1,534,393	1,534,393	1.14	0	无	0	其他
中国建设银行股 份有限公司－南 方优选成长混合 型证券投资基金	1,498,400	1,498,400	1.12	0	无	0	其他
赖翼双	-1,208,110	1,491,979	1.11	0	无	0	境内自然人
中国工商银行股 份有限公司－南 方内需增长两年 持有期股票型证 券投资基金	1,408,878	1,408,878	1.05	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	春风控股集团有限公司系公司控股股东，其实际控制人系公司董事长赖国贵先生；杭州老板实业集团有限公司实际控制人系公司董事任建华先生；重庆春风投资有限公司实际控制人系公司董事赖国强先生；赖国强系公司实际控制人赖国贵之弟；林阿锡系实际控制人赖国贵之姐夫；除上述之外，上述其他股东之间的关联关系或一致行动情况未知。						

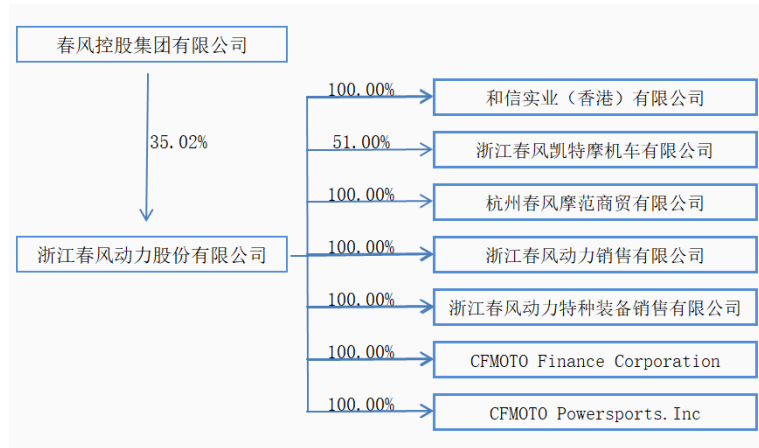


表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明

/

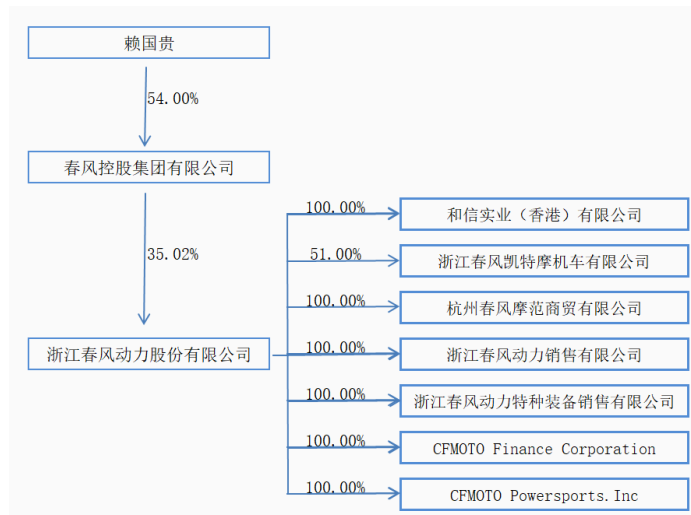
#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



#### 4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



#### 4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

### 5 公司债券情况

适用 不适用

## 三 经营情况讨论与分析

### 1 报告期内主要经营情况

报告期公司实现营业收入 452,561.53 万元，同比增长 39.58%；实现利润总额 39,124.97 万

元，同比增长 120.51%；实现归属于母公司所有者的净利润 36,489.90 万元，同比增长 101.54%。报告期末公司资产总额 420,126.90 万元，比上年末增长 65.57%；负债总额 268,514.47 万元；资产负债率为 63.91%，比上年末增加 6.16 个百分点；归属于上市公司股东的股东权益总额为 149,549.08 万元，比上年末增长 43.75%。

2 导致暂停上市的原因

适用 不适用

3 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

4 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

适用 不适用

详见第十一节“财务报告”之“五、44.重要会计政策和会计估计的变更”。

5 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

适用 不适用

6 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

适用 不适用

截至 2020 年 12 月 31 日止，本公司合并财务报表范围内分子公司如下：

序号	子公司名称
1	CFMOTO Powersports, Inc
2	CFMOTO FINANCE CORPORATION
3	和信实业（香港）有限公司
4	浙江春风凯特摩机车有限公司
5	杭州春风摩范商贸有限公司
6	浙江春风动力特种装备销售有限公司
7	浙江春风动力销售有限公司