

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
2018 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 2018 年度利润分配方案为：以利润分配方案实施股权登记日的股本为基数进行分配，向全体股东每 10 股派发现金红利 3.2 元（含税），合计派发现金红利 43,070,848.00 元。因股权激励回购但尚未注销的股份和公司通过集合竞价交易方式回购的股份不参与利润分配，剩余未分配利润滚存至下一年度，本次利润分配不送红股，也不实施资本公积金转增股本。

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-250cc小排量、250cc-500cc中等排量、500cc以上大排量摩托车等。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

国内市场根据不同产品类型（摩托车、全地形车、KTM R2R）由不同销售部门直接对经销商进行管理，公务车主要由公务车销售部向终端消费者直接销售完成，以直接、高效沟通客户需求，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；国际市场由国际业务部统一管理，其中美国市场由子公司CFP根据国际业务部下达的销售计划、销售政策对美国经销商进行直接管理，美国以外的海外市场由国际业务部对地区经销商进行管理，相关产品通过欧洲、北美、大洋洲、南美等地区经销商及其经销网点销往全球各个国家和地区。

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，以质量管理体系、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管理过程进行管理，满足采购过程的主要要求，实现公司经营目标。通过与供应商建立长期战略伙伴关系，并引入信息化管理平台，能够保证为公司产品生产提供了质量优良、价格合理、供应及时、货源稳定的零部件和原材料，实现了公司供应链的高效与稳定。

3、生产模式

公司主要采用以销定产的生产经营模式，即根据客户的订单安排生产，由销售部门根据销售计划或客户订单将生产计划下达至生产部门，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。

（二）行业情况说明

1、全球市场现状和未来

（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非公路车辆，其发展主要依赖于消费者休闲时间的增多和户外工作、生活方式升级带来的机遇，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地。

全地形车市场消费需求变化与全球宏观经济、消费地区微观经济的变化密切相关，受2008

年金融危机影响，全球全地形车销量由 2007 年的 125 万台迅速下降至 2010 年的 64.5 万台，2011 年后逐年上升至 2016 年的 88 万台；2007 年至 2016 年期间，全地形车销售也发生了结构性变化，ATV 销售与全地形车整体销售变动趋势基本一致，而 UTV 则保持了较好的增长态势，2007 至 2016 年 UTV 销售复合增长率达 6.17%。

随着全地形车主要消费区域美国及欧洲经济缓慢复苏，未来全地形车销售预计仍将保持持续增长；以 2010 年至 2016 年全地形车复合增长率 3.16%、2007 年至 2016 年 UTV 复合增长率 6.17% 测算，2020 年全球全地形车销量及 UTV 销量预计将分别达到 99.66 万辆、60.99 万辆，全球全地形车市场容量将逐渐恢复至金融危机前水平，预计未来，全球以一般日常生活、娱乐、竞技为使用目的的全地形车消费需求占比将保持一定的增长态势。

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，全国全地形车销量已由 2010 年的 8.08 万辆增至 2014 年 9.26 万辆，复合增长率为 3.46%；2015 年及 2016 年，受欧美等发达国家消费疲弱影响，全国全地形车销售下滑，分别降至 8.17 万辆和 7.59 万辆。近年全地形车出口额集中度一直保持较高水平，2018 年全地形车出口 10.25 万辆，出口金额 25773.77 万美元，春风动力、润通动力、林海股份全地形车出口额占全国出口额的 96.47%，其中春风动力全地形车出口额占了全国出口额的 72.68%，行业龙头地位稳固。

在国内市场消费方面，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在向百姓生活渗透；同时随着国内全地形车俱乐部的快速发展，使得全地形车逐渐被消费者认识和接纳，国内全地形车销量逐步增长至年销量万辆以上水平，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；立木信息咨询《全球与中国全地形车市场深度调研与预测报告》）

（2）摩托车

出口市场，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，总体市场容量相对平稳。在经济相对落后的国家和地区经济实用型摩托车仍然是主要的交通工具，摩托车保有量上升的国家集中在亚洲、拉美地区，如泰国、印尼、巴基斯坦、阿根廷、马来西亚等。

2018 年，摩托车出口表现好于行业总产销，前 8 个月累计出口量一直保持增长，9 月份以后呈小幅下降，总体来看出口不断减速，2018 年全行业出口摩托车 730.92 万辆，比上年下降 2.7%，

由上年增长（8.33%）转为下降；出口量占销量比重为 46.94%，比上年末提高了 3.1%，出口所占比重继续提升。

分排量看，出口量排名前五的二轮车品种为 125ml、150ml、110ml、250ml、50ml，分别出口 268.92 万辆、179.49 万辆、121.58 万辆、58.45 万辆和 39.22 万辆，与上年相比，125ml 和 250ml 呈小幅增长，其他三个品种有所下降。2018 年全年，上述 5 种排量累计出口 667.66 万辆，约占二轮车出口总量的 95.95%，比上年提高 1.3%。

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，受美国引发贸易摩擦的影响轻微，但国际环境的不稳定、不确定性增强，加上印度、印尼等新兴经济体货币贬值、制造成本优势逐步显现等因素，对我国摩托车出口构成一定的压力。

（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

国内全地形车行业经历了 2005、2006 年的繁荣发展、随后的行业整治、2008 年全球金融危机和美国新消费品改进法案实施的巨大冲击后变得更加规范，行业涌现出一批具有特色的领军企业，行业集中度加强，全地形车行业已经走出低价恶性竞争时代，开始以质量、品牌占领市场。在国内市场消费方面，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。2018 年全年完成全地形车产销 10.74 万辆和 10.47 万辆，比上年增长 18.21%和 15.38%；全地形车出口继续保持较快增长势头，共出口 10.25 万辆，同比增长 14.66%，出口金额 2.58 亿美元，同比增长 33.71%。

（数据来源：中国汽车工业协会《产销快讯》统计数据）

（2）摩托车

我国摩托车行业从 1993 年起成为世界上最大的摩托车产销国，国内市场前期持续高速增长，消费群体受到小汽车、电动车等产品的消费分流，加上大部分大中城市实施禁、限摩政策，导致摩托车市场进入调整期，国内摩托车市场呈逐年小幅下滑态势。

自 2011 年来，摩托车行业步入转型升级阶段，产品结构不断优化，随着国内经济水平的不断发展、人民生活水平的不断提高，摩托车作为运输工具的时代已经过去，休闲娱乐型产品消费时代已经来临，摩托车消费逐步由经济实用向休闲娱乐转变，产品结构继续向大排量靠拢，跨骑车份额呈现逐年增长态势。2018 年，跨骑车销量占摩托车总销量的 52.9%，比上年提高 1.29%。由于摩托车的运动休闲和娱乐性主要是通过跨骑车体现的，未来几年，运动化、个性化、专业化、

大排量、专业用途的跨骑车将逐步增长，市场份额越来越高。

分排量看，目前我国二轮摩托车产品主要集中在 50ml、110ml、125ml、150ml 和 250ml 五个排量上。从五个排量产品近 10 年的市场变化情况看，占比最大的 125ml 摩托车市场份额有所下降，由 2009 年的 46.9% 下降到 2018 年的 40.8%；150ml 由 13.9% 上升到 23.5%；250ml 由 1.5% 上升到 6.7%；250ml 以上大排量摩托车由 0.03% 上升到 0.78%。由此可见摩托车排量逐渐趋向大排量，特别是作为休闲娱乐用途使用的 250ml 及以上大排量摩托车产销依然实现逆势增长。2018 年销售量排名前五位的二轮车品种为 125ml、150ml、110ml、250ml 和 50ml，分别销售 571.75 万辆、328.21 万辆、226.6 万辆、94.39 万辆和 71.61 万辆，与上年相比，125ml、150ml 和 110ml 三种排量表现明显下降，50ml 基本持平，250ml 呈小幅增长，2018 年上述五种排量累计销售 1292.55 万辆，约占二轮摩托车总销量的 92.62%，比上年提高 0.38%。250ml 及以上排量二轮车共销售 105 万辆，比上年增长 2.82%，占二轮车总销量的 7.52%。

2018 年全行业产销摩托车 1557.75 万辆和 1557.05 万辆，与上年同比下降 9.15% 和 9.13%，其中二轮摩托车产销 1396.67 万辆和 1395.54 万辆，与上年同比下降 7.47% 和 7.50%。

（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

公司生产的全地形车是一种被设计于非高速公路行驶的，具有四个或以上低压轮胎，且可在非道路上行驶的车辆。全地形车作为集实用、娱乐、体育运动等功能于一体的特种车辆，可在沙滩、草地、山路、丛林等多种复杂路况行驶。由于全地形车适用于不同地形路况，灵活性强，应用非常广泛，目前主要用于户外作业（农业、畜牧业、林业、狩猎、景观美化、探险、工业、建筑等）、运动休闲、代步工具、消防巡逻、军事防卫等众多领域。

公司拥有独立自主产品商标，绝大部分产品以自有品牌销售，公司品牌“CFMOTO”已在海外市场获得消费者的认可，在全球市场占据了一席之地。目前公司产品的主要外销地区为欧洲、北美、南美以及大洋洲等，2014 年至 2018 年公司全地形车出口额分别占当年全国同类产品出口额的 73.33%、67.76%、65.70%、68.96%、72.68%，全地形车出口数量和出口金额均位列行业第一位；同时公司在捷克、土耳其、罗马尼亚、西班牙、瑞典、波兰、俄罗斯、德国、奥地利、瑞士、英国、智利、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

CFMOTO 是国内最早追求驾乘乐趣的动力产品制造商，一直以来公司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。公司生产的摩托车产品整体以中高端、运动、竞技、休闲为定位，公司两轮摩托车从 150CC 到 1000CC 全线覆盖，代表性车型有 150NK、400NK、650TR、650G 等产品，做为城市高品质生活的时尚装备，引领了运动、休闲、竞技的新的时尚，中国汽车工业协会《产销快讯》数据显示，公司 2018 年 >250ml 跨骑式摩托车产量、销量位列行业前茅，分别占行业总量 14.43%、13.92%，大排量行业龙头地位明显。公司自主研发的 CF650G 摩托车更是成功入选为国宾护卫专用车，在“一带一路”高峰论坛、厦门金砖峰会、G20 杭州峰会、APCE 会议、纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利 70 周年阅兵式等活动中均有精彩亮相，2018 年 CF650G 更是首次作为军援装备，走出国门护卫各国政要，担负了阿根廷 G20 会议礼宾护卫和巴布亚新几内亚 APEC 峰会的护卫任务，同时作为公安部援助单位首次援助巴拿马护卫习主席受到高度赞誉，展现了优秀的中国品牌形象；CF650J-3、CF400J、CF400J-2 等公务车也已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。

另外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文化，通过各种俱乐部活动、数据库后台服务和“春风动力摩托俱乐部网络社区”为核心工具，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的市场声誉。

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

	2018年	2017年	本年比上年 增减(%)	2016年
总资产	2,082,561,727.96	1,682,296,136.67	23.79	1,008,379,662.69
营业收入	2,545,462,581.48	1,817,825,972.35	40.03	1,401,053,258.75
归属于上市公司股东的净利润	120,250,079.56	97,405,105.48	23.45	88,267,767.02
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	131,435,786.05	80,359,032.86	63.56	79,062,567.58
归属于上市公司股东的净资产	964,502,291.60	899,952,571.24	7.17	387,487,588.12
经营活动产生的现金流量净	212,569,880.78	187,546,885.42	13.34	247,135,573.87

额				
基本每股收益 (元/股)	0.90	0.88	2.27	0.88
稀释每股收益 (元/股)	0.90	0.88	2.27	0.88
加权平均净资产 收益率(%)	12.90	16.92	减少4.02个百分 点	25.42

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	429,962,103.47	764,790,898.49	669,872,097.75	680,837,481.77
归属于上市公司股东的 净利润	15,506,573.60	56,587,082.51	25,102,782.40	23,053,641.05
归属于上市公司股东的 扣除非经常性 损益后的净利润	8,401,693.22	53,906,172.26	19,744,774.20	49,383,146.37
经营活动产生的现 金流量净额	-6,239,385.51	24,325,251.54	76,358,982.17	118,125,032.58

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

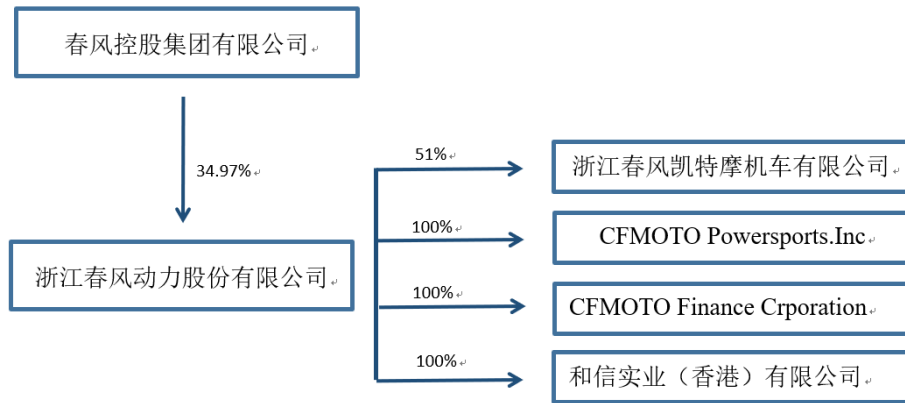
单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）		14,201					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）		13,487					
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）							
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）							
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	47,061,856	47,061,856	34.97	47,061,856	无		境内 非国 有法

							人
重庆春风投资有限公司	13,132,087	13,132,087	9.76	13,132,087	质押	7,450,000	境内非国有法人
杭州老板实业集团有限公司	9,904,762	9,904,762	7.36	0	无	0	境内非国有法人
林阿锡	4,040,643	4,040,643	3.00	4,040,643	无	0	境内自然人
赖翼双	4,040,643	4,040,643	3.00	0	质押	1,750,000	境内自然人
仇菲	2,738,800	2,738,800	2.03	0	无	0	境内自然人
潘根富	1,590,819	1,590,819	1.18	0	无	0	境内自然人
李胜男	1,328,100	1,328,100	0.99	0	无	0	境内自然人
赖金法	1,210,161	1,210,161	0.90	1,210,161	无	0	境内自然人
仇建平	1,169,009	1,169,009	0.87	0	无	0	境内自然人
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实际控制人系公司董事长赖国贵先生，春风控股集团有限公司、重庆春风投资有限公司、林阿锡先生、赖金法先生为一致行动人，合计持有公司表决权比例为 48.62%。公司未知前 10 名无限售流通股股东和前 10 名股东之间是否存在其他关联关系，也未知是否存在《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人的情况。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	/						

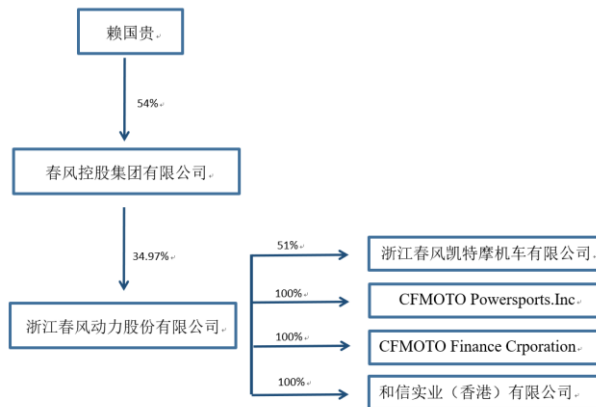
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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 254,546.26 万元，同比增长 40.03%；实现利润总额 11,821.31 万元，同比增长 12.19%；实现归属于母公司所有者的净利润 12,025.01 万元，同比增长 23.45%。

报告期末公司资产总额 208,256.17 万元，比上年末增长 23.79%；负债总额 107,914.26 万元，资产负债率为 51.82%，比上年末增长 5.31 个百分点；归属于上市公司股东的股东权益总额为 96,450.23 万元，比上年末增长 7.17%。

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

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 2018 年 12 月 31 日止，本公司合并财务报表范围内子公司如下：

子公司名称
CFMOTO Powersports, Inc（以下简称 CFP）
和信实业（香港）有限公司（以下简称和信实业）
CFMOTO FINANCE CORPORATION（以下简称 CFF）
浙江春风凯特摩机车有限公司（以下简称凯特摩）

本期合并财务报表范围及其变化情况详见本附注“合并范围的变更”和“在其他主体中的权益”。