

证券代码：301345

证券简称：涛涛车业

公告编号：2023-040

浙江涛涛车业股份有限公司
关于使用部分超募资金增资全资子公司
暨对外投资建设新项目的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

浙江涛涛车业股份有限公司（以下简称“公司”）于2023年7月17日召开第三届董事会第十三次会议、第三届监事会第十二次会议，分别审议通过了《关于使用部分超募资金增资全资子公司暨对外投资建设新项目的议案》，同意公司使用超募资金总计不超过5.4亿元人民币（项目投资合计7,200.00万美元）向全资子公司Tao Holding LLC.（以下简称“TAO HOLDING”）增资，用于建设“年产3万台智能电动低速车建设项目”和“营销网络建设项目”。公司独立董事发表了同意的独立意见，保荐人出具了无异议的核查意见，该事项尚需提交公司2023年第二次临时股东大会审议，尚需取得政府相关部门关于项目核准、备案以及规划、施工等相关许可手续。现将具体情况公告如下：

一、募集资金及超募资金基本情况

（一）首次公开发行股票募集资金基本情况

经中国证券监督管理委员会证监许可〔2022〕2752号文《关于同意浙江涛涛车业股份有限公司首次公开发行股票注册的批复》同意注册，公司向社会公开发行人民币普通股股票（A股）2,733.36万股，发行价格为每股人民币73.45元，募集资金总额为人民币200,765.29万元，扣除各项不含税发行费用人民币14,243.32万元后，实际募集资金净额为人民币186,521.97万元。

本次募集资金已于2023年3月14日全部到位，天健会计师事务所（特殊普通合伙）已于2023年3月14日对公司首次公开发行股票的资金到位情况进行了审验，并出具了“天健验〔2023〕87号”《验资报告》。公司已开设了募集资金专项账户，对募集资金采取了专户存储，并与存放募集资金的商业银行、保荐人签订了《募集资金专户三方/四方监管协议》。

（二）募集资金及超募资金使用情况

根据《浙江涛涛车业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》，公司首次公开发行股票募集资金投资项目及募集资金使用计划如下：

单位：万元

| 序号 | 项目名称 | 投资总额 | 募集资金计划投资金额 | 实施主体 |
|----|--------------------|------------------|------------------|------|
| 1 | 年产 100 万台智能电动车建设项目 | 26,000.00 | 26,000.00 | 涛涛车业 |
| 2 | 全地形车智能制造提升项目 | 7,000.00 | 7,000.00 | 涛涛车业 |
| 3 | 研发中心建设项目 | 7,000.00 | 7,000.00 | 涛涛车业 |
| 4 | 营销平台建设项目 | 5,000.00 | 5,000.00 | 深圳百客 |
| 5 | 补充流动资金 | 15,000.00 | 15,000.00 | 涛涛车业 |
| 合计 | | 60,000.00 | 60,000.00 | |

注：“深圳百客”系公司全资子公司深圳百客新能源有限公司。

公司首次公开发行股票实际募集资金净额为人民币 186,521.97 万元，其中超募资金金额为人民币 126,521.97 万元。截止本公告日，超募资金已累计使用金额 72,000.00 万元，剩余超募资金金额为 54,521.97 万元（不含利息）。募集资金及超募资金使用情况具体如下：

1、公司于 2023 年 3 月 25 日召开第三届董事会第十次会议、第三届监事会第九次会议，分别审议通过了《关于以募集资金置换预先投入募投项目及已支付发行费用的自筹资金的议案》，同意公司使用募集资金置换预先投入募集资金投资项目（以下简称“募投项目”）的自筹资金 31,026.13 万元和已支付发行费用 528.95 万元，置换资金总额 31,555.08 万元。

2、公司于 2023 年 3 月 25 日召开第三届董事会第十次会议、第三届监事会第九次会议，并于 2023 年 4 月 13 日召开公司 2023 年第一次临时股东大会，分别审议通过了《关于使用部分闲置募集资金（含超募资金）进行现金管理的议案》，同意公司在确保正常经营的前提下，使用不超过 10 亿元人民币的闲置募集资金（含超募资金）进行现金管理，投资安全性高、流动性好、期限不超过 12 个月的现金管理产品（包括但不限于结构性存款等）；审议通过了《关于使用部分超募资金永久补充流动资金及偿还银行贷款的议案》，同意公司使用首次公开发行股票的部分超募资金 37,000 万元永久补充流动资金及偿还银行贷款。

3、公司于 2023 年 4 月 24 日召开第三届董事会第十一次会议、第三届监事会第十次会议，并于 2023 年 6 月 5 日召开的公司 2022 年年度股东大会分别审议通过了

《关于首次公开发行股票募投项目结项并将节余募集资金永久补充流动资金的议案》，同意将首次公开发行股票部分募投项目变更实施方式并结项、部分募投项目结项，并将上述项目节余募集资金以及募集资金专户注销前产生的利息收入与手续费差额所形成的节余款（实际金额以资金转出当日专户余额为准）转入公司自有资金账户，全部用于永久补充流动资金并用于与公司主营业务相关的生产经营活动。

4、公司于2023年5月22日召开第三届董事会第十二次会议、第三届监事会第十一次会议，并于2023年6月5日召开的公司2022年年度股东大会分别审议通过了《关于使用部分超募资金投资建设新项目的议案》，同意公司使用超募资金总计人民币35,000.00万元用于投资建设“年产4万台大排量特种车建设项目”。

三、本次使用部分超募资金增资全资子公司暨对外投资建设新项目的计划

（一）本次超募资金使用计划概述

在保证募投项目正常进行的前提下，为了提高募集资金的使用效率，进一步提升公司盈利能力，维护上市公司和股东的利益，根据《上市公司监管指引第2号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第2号——创业板上市公司规范运作》和公司《募集资金管理制度》的相关规定，在综合考虑公司的战略规划及目前的实际发展情况，为了支持公司海外业务的发展，进一步加快公司在北美市场的拓展，公司拟使用部分超募资金向美国全资子公司TAO HOLDING增资不超过7,200万美元，并对外投资建设“年产3万台智能电动低速车建设项目”和“营销网络建设项目”。

公司拟使用超募资金一次或分次逐步向TAO HOLDING增资的方式来实现对外投资建设“年产3万台智能电动低速车建设项目”和“营销网络建设项目”，增资的进度将根据募投项目的实际需求推进。

公司董事会提请股东大会授权公司总经理在股东大会审议批准后，在增资总额范围内，根据募投项目的实际需求决定资金投入的具体时间。

本次对外投资不涉及关联交易，不构成《上市公司重大资产重组管理办法》规定的重大资产重组情况。公司本次超募资金的使用计划与原募集资金投资项目的实施计划不相抵触，不影响募集资金投资项目的正常实施，不存在变相改变募集资金用途的情形，符合公司和全体股东的利益。

（二）本次增资的全资子公司情况

公司名称：Tao Holding LLC.

成立日期：2022 年 4 月 6 日

公司住所：1013 Centre Road, Suite 403-B, Wilmington, DE 19805, USA

注册资本：980 万美元

经营范围：电动自行车及相关零配件的批发销售和零售销售

财务状况：

TAO HOLDING 2022 年 12 月 31 日经审计的主要财务数据如下：

单位：人民币元

| 总资产 | 净资产 | 营业收入 | 净利润 |
|------------|------------|------|---------|
| 355,045.72 | 354,349.26 | 0 | -645.89 |

股东情况：涛涛车业直接持有其 100% 股权

（三）增资后募集资金管理

根据《上市公司监管指引第 2 号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 2 号——创业板上市公司规范运作》等有关法律法规以及公司《募集资金管理制度》等规定，公司第三届董事会第十三次会议审议通过了《关于新增设立募集资金专项账户并授权签订监管协议的议案》，同意设立募集资金专项账户，并与保荐人、商业银行签署募集资金监管协议，本次增资资金将存放于募集资金专项账户中，对募集资金进行专项管理。公司将根据相关事项进展情况，严格按照相关法律法规的规定和要求及时履行信息披露义务。

（四）建设项目概况

1、营销网络建设项目

（1）项目基本情况

①项目名称：营销网络建设项目

②实施主体：DENAGO EV CORPORATION、DENAGO EBIKES CORPORATION、DENAGO POWERSPORTS CORPORATION (均为 TAO HOLDING 全资子公司，系涛涛车业全资孙公司)

③建设地点：美国特拉华州

④建设内容：本项目将在美国建立 3 个营销中心，为客户提供售前产品体验、物流跟踪与配送、安装、技术服务等完善的销售服务，同时负责客户跟踪服务、信息反馈、市场信息收集、客户满意度调查等。

⑤建设周期：项目建设周期 36 个月

⑥资金来源和总投资金额：项目计划总投资 4,550.00 万美元，计划全部使用超募资金投入。公司拟开立募集资金专用账户，并与银行、持续督导券商、项目实施主体签署多方监管协议，对投资资金进行监管。基于多年的境外子公司管理经验，公司将持续加大对境外实施主体的管控，包括执行事前审批、事中、事后监督等有效措施。

⑦投资概算

单位：万美元

| 序号 | 项目 | 总金额 | 占比 | T+1 年 | T+2 年 | T+3 年 |
|-----|---------------|-----------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 一 | 建设投资 | 218.29 | 4.80% | 128.79 | 43.66 | 45.84 |
| 1 | 工程费用 | 207.89 | 4.57% | 122.65 | 41.58 | 43.66 |
| 1.1 | 场地费用 | 105.04 | 2.31% | 19.80 | 41.58 | 43.66 |
| 1.2 | 设备购置费 | 102.85 | 2.26% | 102.85 | - | - |
| 2 | 预备费 | 10.39 | 0.23% | 6.13 | 2.08 | 2.18 |
| 二 | 项目实施费用 | 4,331.71 | 95.20% | 1,180.51 | 1,594.95 | 1,556.26 |
| 2.1 | 人员薪酬 | 726.00 | 15.96% | 180.00 | 249.00 | 297.00 |
| 2.2 | 品牌推广费用 | 2,152.00 | 47.30% | 674.00 | 724.00 | 754.00 |
| 2.3 | 其他实施费用 | 1,453.71 | 31.95% | 326.51 | 621.95 | 505.26 |
| 三 | 项目总投资 | 4,550.00 | 100.00% | 1,309.29 | 1,638.61 | 1,602.10 |
| 1 | 电动自行车营销网络 | 1,841.37 | 40.47% | 606.12 | 622.15 | 613.10 |
| 2 | 智能电动低速车营销网络 | 2,309.74 | 50.76% | 600.97 | 884.23 | 824.54 |
| 3 | 高端品牌全地形车营销网络 | 398.89 | 8.77% | 102.20 | 132.23 | 164.46 |

注：出现合计数与各数直接相加之和在尾数上存在差异的情况，均为四舍五入原因造成。

（2）项目建设的必要性

①消化新增产能，拓宽市场空间

公司“智能电动车建设项目”、“全地形车智能制造提升项目”以及“大排量特种车建设项目”建成投产后，公司的生产能力和业务规模将有较大的提高。建设与生产能力以及业务规模相匹配的营销及服务网络，将有利于保证公司顺利地进行产品销售和资金回收，为公司经营活动的流动性提供保障。因此，为保证在产能扩张的同时实现产能消化，公司有必要加强营销网络建设，提高市场销售能力，从而有力促进销售增长，缓解产能扩张带来的销售压力，实现公司研发、生产、销售和

品牌的协同发展。此外，随着市场竞争愈加激烈，为了更好地顺应行业发展趋势，并进一步开拓潜在客户，公司同样需要加强营销网络布局以提升公司产品的市场开拓能力。

通过本项目的建设，公司将在美国新设三个营销中心，实现全球营销网络的升级。本项目建设完成后，更加完善的营销平台可以在保障公司新增产能得到有效消化、减少产品库存、增加盈利能力的同时，提升公司未来的市场竞争力，拓宽公司的市场空间。

②顺应公司市场布局，优化客户服务能力

自有营销中心的建立可以拉近公司产品与用户的距离，使用户可以更直观地接触产品、体验产品，以最直接的方式让客户了解公司产品的特点及优势。营销中心还可以通过生产及销售系统的相互协同为客户提供更加优质的用户体验，并最终实现提高公司产品价值、增加用户忠诚度、差异化竞争发展、提升产品竞争力等目的。

经过多年的发展，公司业务范围已覆盖海外多个国家及地区，其中美国及其周边区域是公司主要的海外市场之一。在公司业务规模不断扩大的背景下，依靠现有的营销网络平台将难以满足公司未来对于优质客户服务需求的持续增长。为了优化公司服务水平，提体验及品牌形象，公司有必要加强当地的营销网络建设。

通过本项目的建设，公司拟在美国新设三个营销中心，构建一套完善的涵盖售前、售中、售后的全方位服务营销体系，并与公司现有业务矩阵形成配套，实现公司综合服务能力的提高。

③完善营销体系，提升品牌认可度

在消费品市场中，品牌认知是企业竞争力的主要体现之一，而建立完整的营销渠道是市场布局和推广的基础，也是提升品牌价值的重要途径。当各家竞争对手提供的产品和服务品质相近时，消费者会倾向于根据品牌的认知程度来决定购买行为。因此，品牌认知度是品牌资产的重要组成部分，是衡量消费者对品牌内涵及价值认识和理解度的标准。公司主营业务所在行业属于非公路车辆行业，下游市场为消费品市场，品牌认知度将对公司的产品市场竞争力产生直接影响。基于此，在市场竞争不断加剧的背景下，为巩固市场地位，公司有必要不断加强品牌建设的力度，完善营销体系，推进营销网络向纵深化发展，持续扩大品牌认知度，推动业务快速发展。

公司拟通过本项目在美国新设三个营销中心，实现对公司全球营销网络的进一

步补充，进而对提高公司市场占有率、提高公司知名度、提高公司品牌认知度形成强有力的平台支持，并最终达到加快公司品牌传播、提升品牌知名度和品牌价值的效果，也为公司未来新品牌的市场推广打下良好的基础。

(1) 项目建设的可行性

①丰富的客户资源为本项目提供市场支持

经过多年的经营发展，公司依靠良好的信誉、高效的生产能力、过硬的产品质量、丰富的产品种类和优质的服务得到了市场及客户的高度认可，使公司在非公路车辆等相关领域积累了大量优质的客户资源，客户已经覆盖美国、加拿大、墨西哥、德国、法国、英国、意大利、西班牙、俄罗斯、波兰、东南亚等数十个国家及地区。

在自主品牌产品方面，公司一方面通过自有网站以及第三方网站平台与终端客户直接链接；另一方面利用线下直销等方式，与沃尔玛、亚马逊、TARGET等大型企业保持着长期、稳定的合作关系。此外，在ODM产品方面，公司同样通过直销的方式与国内外多个企业达成了合作关系，其中主要包括MGTS S.A.、LOGICOM S.A.、SOFLOW等。

综上，丰富的客户资源有利于提高本项目营销环节的市场转化，为公司全球营销网络的建设奠定了坚定的市场基础。

②良好的自主品牌知名度为本项目提供品牌支持

公司已形成“自主品牌销售为主，ODM为辅”的销售模式。“ODM”销售模式指企业产品生产完成后以客户品牌或者白牌方式出售，对企业自身产品推广有限，对企业自身产品市场影响力的远期发展造成一定的不利影响。因此，公司自成立以来一直注重自主品牌的培育，截至目前公司已获得“浙江出口名牌”、“浙江制造认证”、“国家级专精特新小巨人企业”等荣誉称号及奖项，品牌知名度较高。

另一方面，自主品牌良好的知名度也有效突破了“ODM”销售模式对公司产品影响力长期发展的制约，进而显著提升公司产品的市场认可度，为公司营销网络的建设及发展提供品牌支持。目前，公司主要产品均已通过美国EPA、CARB、CPSC以及欧洲e-mark、CE、ABE等认证，并已成功培育了多个成熟的自主品牌产品，其中：TAO MOTOR以“实用、乐趣、动感”的品牌主张，已在欧美获得了一定的市场；GOTRAX以“新潮、环保、高性能”的品牌主张，多次入选亚马逊“AMAZON BEST SELLER”、“AMAZON'S CHOICE”畅销品名单；DENAGO以“高端、专业、活力”的品牌主张，致力于打造更符合用户个性需求的创新产品。自有品牌销

售已成为公司业务收入的主要组成部分，2022年公司自有品牌的销售占比在60%以上。自有品牌的大力建设和发展，使公司突破了“ODM与OEM”模式下订单由第三方控制的局限性，议价能力明显提升，盈利能力显著增强。

③成熟的营销体系为本项目提供经验支持

公司深耕非公路车辆市场多年，积累了丰富的行业和营销经验，已在全球市场开展多渠道布局，并建立了与销售渠道相匹配的人员结构合理的销售队伍。

营销渠道方面，公司已经形成了线上与线下相结合的立体式营销渠道，已在美国、加拿大、日本、荷兰等地设立了多家子（孙）公司并运营成熟。其中，公司线下营销渠道涉及SOFLOW、LOGICOM S.A等批发商、零售商，以及沃尔玛、TARGET、ACADEMY等国际公司和商超；线上渠道包含自有网站以及亚马逊、EBAY等第三方电商平台。人员方面，经过多年发展，公司培养、储备了一支具备丰富经验的销售管理团队，在业务开拓、品牌形象树立、团队建设、市场营销、风险控制等环节层层把关，形成了完善的内部销售管理制度，取得了较好的营销效果。

综上，公司成熟的营销体系为本项目的实施提供了样板，为项目的成功实施提供了经验支持。

(2) 项目建设用地及项目备案情况

本项目不涉及建设用地。

(3) 主要风险分析

①本项目建设完成后，将建成营销中心3个，在现有营销服务体系上更加完善，共新增各类人员23人，这需要公司进一步加强对这些新增组织机构的管理。如在项目建设过程中，公司未能对日渐壮大的营销服务网络进行有效管理，将使本项目难以达到预期效果。

②本项目营销中心场地均为租赁得来，租赁物业由于价格不稳定，租赁期长短存在差异，在租赁协议期满后，可能需要和出租方就续租或停租进行协商，如协商不成则可能对公司的稳定经营产生一定的影响，同时续租租金也可能较原有租金产生较大波动，给公司带来一定的经营风险。

③随着公司业务规模的扩大，营销服务网络的不断扩张，公司将可能面临人才短板。一方面，公司招聘高水平、高素质人才需要付出较高的人力资源成本；另一方面，新加盟公司的人才对公司的认同需要一定时间，对公司文化的认知也不尽相

同，从而带来人力资源管理的难度，存在磨合成本。因此，公司在吸引优秀人才、稳定人才队伍、避免人才短缺和流失方面可能存在一定风险。

2、年产3万台智能电动低速车建设项目

(1) 项目基本情况

①项目名称：年产3万台智能电动低速车建设项目

②实施主体：DENAGO EV CORPORATION（TAO HOLDING 全资子公司）

③建设地点：美国德克萨斯州、佛罗里达州、加利福尼亚州

④建设内容：本项目将引进先进的生产设备、优化生产流程、合理配置生产人员，生产不同型号和不同配置的智能电动低速车，打造制造装备先进、生产工艺流程科学合理、节能环保的智能制造基地。

⑤建设周期：项目建设周期36个月

⑥资金来源和总投资金额：项目计划总投资2,650.00万美元，计划全部使用超募资金投入。公司拟开立募集资金专用账户，并与银行、持续督导券商、项目实施主体签署多方监管协议，对投资资金进行监管。基于多年的境外子公司管理经验，公司将持续加大对境外实施主体的管控，包括执行事前审批、事中、事后监督等有效措施。

⑦投资概算

单位：万美元

| 序号 | 项目 | 项目资金 | 占比 | T+1 | T+2 | T+3 | 合计 |
|----------|---------------|-----------------|----------------|---------------|---------------|-----------------|-----------------|
| 1 | 建设投资 | 1,651.64 | 62.33% | 756.63 | 436.59 | 458.42 | 1,651.64 |
| 1.1 | 工程费用 | 1,572.99 | 59.36% | 720.60 | 415.80 | 436.59 | 1,572.99 |
| 1.1.1 | 场地费用 | 1,248.39 | 47.11% | 396.00 | 415.80 | 436.59 | 1,248.39 |
| 1.1.2 | 设备购置费 | 324.60 | 12.25% | 324.60 | - | - | 324.60 |
| 1.2 | 预备费 | 78.65 | 2.97% | 36.03 | 20.79 | 21.83 | 78.65 |
| 2 | 铺底流动资金 | 998.36 | 37.67% | - | - | 998.36 | 998.36 |
| 3 | 项目总投资 | 2,650.00 | 100.00% | 756.63 | 436.59 | 1,456.78 | 2,650.00 |

注：出现合计数与各数直接相加之和在尾数上存在差异的情况，均为四舍五入原因造成。

(2) 项目建设的必要性

①市场需求旺盛，把握发展机遇

近年来，随着旅游行业的蓬勃发展以及消费者休闲方式及生活方式等提升，智能电动低速车的需求逐渐增加。公司智能电动低速车主要是指满足车身尺寸小、车

身重量轻、最高时速低条件的电动车，主要包括电动高尔夫球车、电动低速运输车、电动观光车等。根据睿略行业研究数据，2022年全球电动低速车市场规模达294.42亿元，预计到2028年，全球电动低速车市场规模将达到707.17亿元，年复合增长率为15.69%。

根据NGF数据，美国高尔夫球玩家从2017年的238万人增长至2022年的256万人，其中2022年和2021年相比，高尔夫球玩家新增50,000人，增长率为近20年来最高水平。另据Global Market Insights数据，2022年全球高尔夫球车市场规模超过15亿美元，未来受益于持续稳定的市场需求，预计2032年这一市场规模将超过30亿美元。

据NGF统计，2022年全美新在建高尔夫球场54座，另有38座正在规划中。蓬勃发展的高尔夫球产业将为场地电动车提供巨大的市场空间，不断新增的高尔夫球社区保证了高尔夫球车的购置需求，同时已有的高尔夫球车也面临升级换代的需求。在我国出口方面，根据观研报告数据，2022年我国高尔夫球车等场地电动车出口量为18.18万辆，同比增长55.38%；出口金额为7.24亿美元，较2021年增长了75.3%。

因此，随着智能电动低速车需求的增加，公司亟须拓展现有产品以把握未来市场发展机遇，从而提升公司行业地位，实现公司高质量发展。

②完善区域配套，落实公司战略布局

公司自创立以来，便以“专注新能源、引领高端、布局全球、稳健经营”作为总体发展战略，不断研发并制造出了诸多满足市场和客户需求的电动车相关产品。同时，公司不断扩展市场，产品已销往美国、加拿大、墨西哥、德国、法国、英国、意大利、西班牙、俄罗斯、波兰、东南亚等数十个国家及地区。根据未来战略发展规划，公司拟通过本项目在美国建设智能电动低速车组装基地，丰富公司产品矩阵，进一步提升当地配套能力，为客户创造多样化价值，增加客户黏性，进而提升公司的核心竞争力和盈利水平。

本项目的实施，有利于扩充公司的产品规模，满足日益增长的市场需求，优化公司的发展战略布局，提高公司市场占有率，提升公司在国内外智能电动低速车相关产品市场的影响力。

③降低海外贸易风险，实现降本增效

自2018年以来，美国全球贸易政策存在一定的不确定性，其中表现之一为美国在我国出口电动滑板车、电动平衡车、智能电动低速车等相关产品上采取了提高关

税等贸易保护主义政策措施。而本项目的主要目标市场之一即为美国，中美贸易的摩擦将一定程度上影响到公司对美国的出口销售，使得企业的关税和生产成本上升，从而导致利润率下降，对公司的经营和盈利情况带来消极影响。公司考虑到中美贸易摩擦所带来的影响，因此规划本项目的建设地在美国，一定程度上降低风险，实现降本增效。

本项目建成后，公司可以更好地开拓北美市场，进一步完善自身的产品结构，改善和优化客户体验，满足公司未来业务发展需求和市场需求。同时，随着公司生产规模的扩大，制造水平的不断提升，贸易风险的降低，将有利于降低生产成本，提高生产效率，实现生产规模效应。

(3) 项目建设的可行性

①全渠道营销体系为本项目提供了市场保障

公司建立了完善的“线上线下、协同发展”的全渠道营销体系，通过自有网站、第三方电商平台、批发商零售商、经销商等在内的线上、线下销售网络在美国、加拿大以及欧洲等国家和地区进行营销，并与沃尔玛、亚马逊、TARGET等国际零售商业巨头形成了稳定的合作关系。一直以来，公司坚持“自主品牌销售为主，并与ODM销售相结合”的模式，自主品牌在欧美市场上获得了广泛的认可，深受消费者青睐。本项目的建设地在美国，公司扎根美国多年，旗下TAOMOTOR、GOTRAX以及DENAGO等品牌的自建站与终端客户紧密联系，积累了丰富的客户资源，同时公司还入驻了亚马逊、EBAY、沃尔玛等第三方电商平台，形成了良好的客户基础。

同时，公司通过市场调研及分析，准确把握市场更迭趋势，提供定制化、差异化服务持续开展业务，在市场中形成了良好的品牌声誉。公司依靠良好的品牌声誉、优秀的产品质量、全方位的服务和丰富的产品种类，有效地提升公司产品及服务的市场竞争力，将产品高效地推广至目标客户，产品已覆盖美国、加拿大、墨西哥、德国、法国、英国、意大利、西班牙、俄罗斯、波兰、东南亚等数十个国家及地区。

公司完善的营销体系和优质的客户资源将为本项目的顺利实施提供有力的市场保障。

②扎实的研发功底为本项目提供了技术保障

自成立以来，公司十分重视研发团队的培养、注重产品技术的研发与应用，攻克了多项行业内的技术难题，掌握了多项核心技术，积累了丰富的相关经验。截至2023年6月底，公司及其子公司已拥有321项境内专利和102项境外专利。在高尔夫球

车研发上，公司研发团队对高性能电动高尔夫球车进行研发，改善了在行驶过程中因温度过高而导致的安全隐患、灯光射程范围的不足等问题，加速了对电动化、智能化、高端化高尔夫球车的开发。

资质荣誉方面，公司已先后获得国家高新技术企业、国家级专精特新“小巨人”企业、省级企业研究院（浙江省涛涛车业机动车辆研究院）、创新先锋企业等荣誉称号。人员方面，公司拥有行业领先的研发技术团队，在工艺、质量、产品试制、应用开发、试验检测等各个专业环节都设有相应的研发岗位，可以对产品进行多角度、全方位的创新。

综上，公司扎实的研发功底为本次3万台智能电动低速车建设项目的建设提供了坚实的技术基础。

③严格的产品质量管理体系为公司产品质量提供保障

公司坚持产品质量第一的原则，严格实施产品质量管控，将标准化、规范化的管理作为企业生存和发展的基础，已形成成熟的质量管理体系。截至公告日，公司通过了ISO9001:2015质量管理体系认证，主要产品已通过美国EPA、CARB、CPSC以及欧洲e-mark、CE、ABE等认证。

在产品质量管控方面，公司拥有一套成熟的质量控制体系，从源头原材料的采购到生产和检测环节确保公司产品的质量。在原材料采购方面，公司制定了严格的合格供应商甄选标准，根据供货质量、交货周期以及供货价格等综合因素对其进行选择，后期同步进行动态评估和跟踪；生产过程检验方面，公司制定了工艺流程图，明确了每道生产环节检验方式及检验标准，做到在关键点及关键工序上全检，其余生产步骤进行抽检，均保留检验记录和报告；在产成品检验方面，公司对成品进行性能检验，合格后方可出厂，同时公司的质量管理可实现全流程的追溯，确保了公司优异的产成品质量。

公司严格的质量控制体系有效地保障了产品品质，有助于在项目实施过程中快速、高效地搭建管理组织架构，实现项目的高效管理，为本次3万台智能电动低速车建设项目的实施提供了支持保障，保证项目顺利实施。

(4) 项目建设用地及项目备案情况

截至本公告出具日，本项目正在进行项目备案等程序，尚未取得相关批复文件。

(5) 项目效益分析

经测算，项目税后投资静态回收期7.80年（含建设期），税后财务内部收益率21.23%。

(6) 主要风险分析

①本次募投项目投产后，公司能否顺利开拓市场并消化新增产能，将直接影响到项目投资的收益。尽管公司已对本募集资金投资项目进行了全面细致的可行性论证，对该项目的市场、技术、财务等影响进行了详细的预测分析，但如果后期市场情况发生不可预见的变化，或者公司不能有效开拓新市场，将存在产能扩大而导致的销售风险。

②美国是判例法国家，对外来投资的规则不仅体现在体系化的法律文本中，还存在于庞杂的司法判例中。对于习惯国内法律环境的中资企业来说，法律理念的冲突是赴美投资的一大挑战。此外，围绕外资审查制度，美国政府出台了一系列的法律和法规，对外国投资者均设有一定的限制，国家安全审查存在标准模糊、缺乏透明度、审查期过长、歧视性等问题。

③本项目实施后，公司规模将进一步扩大、产品应用场景进一步加深，这都对公司在管理制度、资源整合、研发管理、市场开拓、资本运作等多方面提出更高要求。同时，项目拟在美国租赁组装基地，可能会面临租金上涨的风险。如果租金价格短期内出现大幅上涨，将直接增加公司支出，可能对公司经营业绩产生不利影响。

综上，公司使用超募资金增资全资子公司，并对外投资建设“年产3万台智能电动低速车建设项目”和“营销网络建设项目”是基于当前的市场需求、技术发展趋势、公司战略发展规划等综合因素做出。项目预期经济效益测算指标仅为预测数字，并不构成公司正式承诺。在项目实施过程中，如因宏观政策变化、市场环境变化、原材料供应不利、市场拓展未达目标等因素，则可能出现项目实施顺延、变更、中止、项目效益不达预期等风险。敬请广大投资者注意投资风险。

五、相关审批程序及专项意见

公司本次使用部分超募资金增资全资子公司暨投资建设新项目已经 2023 年 7 月 17 日召开的第三届董事会第十三次会议、第三届监事会第十二次会议审议通过，公司独立董事发表了同意的独立意见，保荐人发表了无异议的核查意见。该议案尚需提交公司 2023 年第二次临时股东大会审议。

(一) 董事会意见

经审议，董事会认为：公司拟使用部分超募资金增资子公司暨对外投资建设“年产3万台智能电动低速车建设项目”和“营销网络建设项目”，是为了满足公司未来业务发展的需要。本次超募资金的使用计划未与募集资金投资项目的实施计划相抵触，不影响募集资金投资项目的正常实施，不存在变相改变募集资金用途的情形，符合公司和全体股东的利益，不存在损害公司全体股东利益，尤其是中小股东利益的情形。因此，董事会同意此次使用部分超募资金投资建设新项目提交公司2023年第二次临时股东大会审议。同时，董事会提请股东大会授权公司管理层具体办理与该项目有关的所有事项，包括但不限于签订相关协议、申报政府审批程序、组织实施等。上述授权期限自公司股东大会审议通过本议案之日起，至上述事项完成之日止。

（二）独立董事意见

经审议，独立董事认为：公司本次使用超募资金总计不超过5.4亿元人民币（项目投资合计7,200.00万美元）增资全资子公司暨对外投资建设“年产3万台智能电动低速车建设项目”和“营销网络建设项目”，有利于提高募集资金使用效率，符合公司和全体股东的利益，本次使用超募资金增资子公司并对外投资建设新项目事项符合《上市公司监管指引第2号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第2号——创业板上市公司规范运作》等相关规定，不会与募集资金投资项目实施计划相抵触，不影响募集资金投资项目的正常实施，不存在变相改变募集资金投向和损害股东尤其中小股东利益的情形。

综上，全体独立董事一致审议通过该议案，并同意将该议案提交公司2023年第二次临时股东大会审议。

（三）监事会意见

经审议，监事会认为：公司本次使用部分超募资金增资子公司暨对外投资建设“年产3万台智能电动低速车建设项目”和“营销网络建设项目”审议程序符合相关法律、法规及规范性文件的规定，不会影响募集资金投资项目的正常实施，不存在变相改变募集资金投向的情形，不存在损害股东利益的情况。对于增强公司综合实力、加快市场拓展具有积极作用。

（四）保荐人核查意见

经核查，保荐人认为：公司本次使用部分超募资金增资全资子公司暨对外投资建设新项目的事项已经由公司董事会、监事会审议通过，独立董事发表了同意的独立意见，履行了必要的审批程序，尚需提交公司股东大会审议。本次事项符合《上市公司监管指引第2号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第2号——创业板上市公司规范运作》等相关法律法规的要求；公司本次使用超募资金投资建设新项目，有利于公司主营业务发展，有利于提高募集资金的使用效率，符合公司和全体股东的利益。

综上，保荐人对公司本次使用部分超募资金增资全资子公司暨对外投资建设新项目的事项无异议。

六、备查文件

- 1、浙江涛涛车业股份有限公司第三届董事会第十三次会议决议；
- 2、浙江涛涛车业股份有限公司第三届监事会第十二次会议决议；
- 3、浙江涛涛车业股份有限公司独立董事关于第三届董事会第十三次会议相关事项的独立意见；
- 4、浙商证券股份有限公司关于浙江涛涛车业股份有限公司使用部分超募资金增资全资子公司暨对外投资建设新项目的核查意见；
- 5、浙江涛涛车业股份有限公司年产3万台智能电动低速车建设项目可行性研究报告；
- 6、浙江涛涛车业股份有限公司营销网络建设项目可行性研究报告。

特此公告。

浙江涛涛车业股份有限公司董事会

2023年7月17日