

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
2023 年年度报告摘要

第一节 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 www.sse.com.cn 网站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性、准确性、完整性，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 董事会决议通过的本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2023年度利润分配方案为：公司拟以2023年度实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，向全体股东每10股派发现金股利人民币20.80元（含税）。本次分配不派发红股，也不进行资本公积转增股本，剩余未分配利润结转下一年度。

第二节 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 | 不适用 |

| 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 | 杭州临平经济开发区五洲路116号 | 杭州临平经济开发区五洲路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）行业情况说明

根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）和中国证监会《上市公司行业分类指引》（证监会公告 201231 号），公司所处行业为“铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业”。报告期内行业总体处于平稳发展态势。

1、全地形车

全地形车，作为一种集实用、娱乐与运动功能于一体的非公路户外休闲车辆，以其出色的越野性能和多功能性，在沙滩、草地、山路等多种复杂路况下展现出卓越的适应性。这种车辆广泛应用于场地赛事、户外作业、休闲娱乐、代步出行以及消防巡逻等多个领域。根据车辆结构分类，全地形车可分为车把转向的 ATV，方向盘转向的 UTV，以及同样带方向盘，但性能更强、更偏娱乐属性的 SSV 三大类产品。

目前，全球全地形车市场呈现出高度的集中性，主流市场主要由几家国际知名品牌主导。据华经产业研究院数据显示，全球前四大厂商占据了近 90% 的市场份额，其中 Polaris、BRP、Honda 及 CFMOTO 等为核心制造商。在消费市场分布方面，北美和欧洲是全地形车的主要消费区域，北美占比高达 73%，欧洲占 16%，两者共同构成了全球绝大部分的消费量，其中美国是全球最大的全地形车消费市场。

全地形车作为休闲娱乐和日常实用兼备的动力运动装备，其市场需求与全球及区域经济的宏观状况密切相关。据瑞银（UBS）市场调研数据显示，自 2010 年以来，全球全地形车市场保持了平稳的增长态势，市场规模自 2010 年的 67 万辆提升至 2020 年的 116 万辆，年复合增长率达到 5.8%，另据 Statista 数据预测，在 2020 年至 2030 年期间，ATV 和 UTV 市场预计将以约 9.6% 的年复合增长率持续增长，预计到 2030 年市场规模将达到约 193.2 亿美元左右。受益于国外持续稳定增长的市场需求，全球全地形车市场预期仍有较大发展空间。

报告期内，受经济环境、供应链、消费场景和消费者喜好等多重因素影响，全地形车市场由“速度型”向“质量型”转变，呈现出整体市场销量平稳、UZ 占比提升的结构性升级趋势。从产品结构来看，ATV 需求保持稳定，基本维持在年均 40 万辆左右，而 U/Z（含 UTV 和 SSV）需求占比则呈现出稳定增长的趋势，年均市场规模由 2010 年的 24 万辆增长至 2021 年的 60 万辆，年复合增长率达 8.60%，带动了行业向上发展。根据 UBS 市场调研数据，2023 年全球全地形车行业销售量 95.5 万台，其中 ATV 产品占比略有下降，由上年 37.57% 下降为 35.08%，而 UZ 系列产品占比则有所提升，由上年 62.43% 提升至 64.92%，在未来市场中仍有进一步的增长空间。

国内全地形车行业以出口欧美市场为主，近十年来，外销比例达 95% 以上。根据中国汽车工业协会摩托车分会的产销数据显示，出口规模高度集中在头部企业，春风动力、涛涛车业、重庆润通、林海动力是出口金额排名前四厂家，2023 年全地形车前四大厂商出口数量占全国出口总量的 87.61%，出口额占全国出口总额的 91.53%，其中春风动力全地形车出口额占全国总出口额的 70.79%，继续蝉联行业龙头。

受道路条件、路权管制等限制，当前国内全地形车市场仍处于萌芽阶段，整体需求较为小众，但经过多年的发展，我国全地形车行业整体水平与国际先进水平的差距正在逐步缩小，在保障产品安全性和功能性的基础上，产品设计更加潮流前卫，实现环保性、安全性、动力性、操控性和舒适性的进一步提高。未来，随着居民可支配收入的增加和休闲娱乐消费观念的普及，加上全地形车产品在特殊路况下兼具休闲娱乐、运动实用等特点，全地形车有望在国内市场获得更广泛的认可，市场规模和渗透率有望逐步提升。

（数据来源：中国汽车工业协会《产销快讯》统计数据；Statista 的市场研究数据和报告；UBS 市场调研数据）

2、中大排量摩托车

报告期内，受国内消费需求复苏缓慢等多重因素影响，摩托车行业国内市场竞争加剧。国内外各大摩托车品牌相继不同程度下调产品价格，以应对市场竞争，在一定程度上影响了市场竞争格局和各品牌的盈利能力。但另一方面，这种公平竞争的市场环境也催生了行业的积极变革，推动企业加大研发投入，推出更具品牌特色和技术优势的个性化产品，从而对摩托车行业的产业升级产生了深远的促进作用。从长远来看，我国休闲娱乐和城市代步摩托车市场长期向好的需求趋势没有改变，仍具有很大发展潜力。

2023 年全年，全行业完成燃油摩托车产销 1,415.13 万辆和 1,418.01 万辆，产销量同比增长 3.43% 和 2.85%；受经济形势短期波动影响，大排量休闲娱乐摩托车（排量 250cc 以上，不含 250cc）产销 51.18 万辆和 52.54 万辆，同比下降 7.13% 和 5.06%。中国摩托车商会数据显示，近五年来燃油摩托车年复合增速为-0.89%，但 250CC 以上摩托车年复合增速高达 24.28%，大排量摩托车行业仍维持快速增长；从渗透率来看，250CC 以上摩托车渗透率从 2019 年的 1.19% 提升至 2023 年的 3.71%，渗透率仍处于低位水平；从人均消费量来看，目前我国中大排量摩托车人均消费量仅为 3.75 辆/万人，远低于欧美 9-12 辆/万人，日本 5.3 辆/万人左右，参照发达国家和地区，我国 250CC 以上中大排量摩托车销量还有极大提升空间。

随着国内经济的持续增长和居民可支配收入的不断提升，消费升级趋势日益明显，交通出行

需求也呈现出多样化的特点。这些变化共同推动了国产摩托车市场需求向多样化、高端化方向发展。一方面，传统的通路型和工具类摩托车市场需求逐步萎缩，以娱乐休闲为主的中大排量摩托车正逐渐成为市场的新宠；另一方面，曼岛 TT、MOTOGP 等世界顶级摩托车赛事文化的推广也吸引了更多的消费者关注并进入摩托车玩乐队列，成为产业发展的内在驱动力；此外，受益于新一轮的科技革命和产业变革，我国摩托车制造业正加速向高端化、智能化、绿色化转型，大排量摩托车行业不断推陈出新，推动国内摩托车行业进一步增长。

欧美发达国家已经完成了摩托车从代步型到消费型、中大排量的转变，主流市场需求主要集中在中、大排量和外观酷炫的运动车、超级跑车和旅行车等高端车型上。欧洲市场 250CC 以上的占有率超过 50%，北美市场 250CC 以上的占有率超过 90%。根据 Statista 数据显示，2020 年全球摩托车行业收入约为 1,170 亿美元，2021 年下降至 1,100 亿美元左右，2022 年随着全球经济局势的好转，全球摩托车的消费需求有一定回升。据 Statista Mobility Market Outlook 预计，到 2026 年收入增加到 1,600 亿美元左右，海外大排量玩乐市场体量巨大，未来发展可期。

近年来，我国摩托车行业积极抢占国际市场，摩托车出口规模持续扩大。据统计，2023 年我国摩托车整车出口量 831.68 万辆，同比增长 8.79%，出口金额 54.65 亿美元，同比增长 3.19%，其中 250CC 以上摩托车出口量为 19.80 万辆，同比增长 54.90%，出口大排量摩托车实现较快增长。

（数据来源：中国摩托车商会统计数据；Statista 数据库）

3、电动两轮车

电动两轮车按整车质量、最高车速、电机功率等一系列指标可划分为电动自行车、电动轻便摩托车、电动摩托车三大类。

我国作为全球最大的交通工具消费市场，拥有庞大的人口基数，这为电动两轮车产业的持续发展提供了坚实的基础。近年来，随着国家对绿色经济和新能源产业的高度重视，特别是在提出“双碳”目标后，电动两轮车以其经济性和便利性逐渐成为人们出行的首选，在中短途出行需求激增和城市交通拥堵日益严重的背景下，电动两轮车凭借其简单操作、方便快捷、高性价比等优势，深受消费者喜爱。

国内电动两轮车行业在中低端产品布局较多，但随着新国标过渡期的临近和监管政策的逐步落实，行业准入门槛逐渐提高，市场竞争也日趋规范化和标准化，促使行业竞争逐渐回归到产品本身，高端化、科技化成为行业发展的新趋势。一方面，消费升级和用户对智能化的重视进一步推动了行业的智能化进程，电动两轮车产业正不断向高价值链迈进；另一方面，产品的性能、舒适性、外观设计和长续航等差异化因素也在激发消费者的特定需求，推动行业规模持续增长。

随着我国经济的不断发展，电动两轮车已成为越来越多人的中短程出行首选方式，部分两轮车已脱离于简单出行工具，进阶为休闲娱乐、绿色出行的新用具；此外，外卖经济、即时零售等新经济业态的蓬勃发展，带动相关配送市场规模迅速成长，也催生了对电动两轮车的市场需求。截止 2023 年末，中商产业研究院数据显示，全国电动车市场保有量已超过 4 亿辆，市场空间巨大。

（数据来源：中国摩托车商会统计数据、中商产业研究院数据）

（四）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，品质及性价比优势突出，在国外市场已获得消费者广泛认可。目前公司产品主要外销地区为北美、欧洲等，2014 年至 2023 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%、72.62%、74.28%、70.79%，连续多年出口金额排名第一，行业龙头地位稳固；作为自主研发出口龙头企业，公司掌握多种形式大排量水冷发动机的自研与生产能力，致力于提供完全符合输出国法规要求的全地形车产品，为公司赢得广泛市场与口碑。目前公司在美国与北极星、庞巴迪、本田等一线品牌比肩，市占率呈现逐年提升态势；在欧洲市场，公司全地形车市占率排名第一。

（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，是国内最早追求驾乘乐趣的动力产品制造商，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、仿赛等细分市场，代表性车型有 250SR、450SR、800NK、450CLC 等产品，深受海内外消费者喜爱。得益于公司精准的差异化路线，公司在国内大排量摩托车赛道中脱颖而出，近几年发展势头强劲，产品谱系和排量段不断完善，≥250ml 跨骑式摩托车销量位列行业前茅，行业龙头地位明显。

凭借优秀的技术参数和性能要求，公司 250NK、250SR 连续多年创造同级别单车销量冠军；CF650G\1250G 摩托车成为中国恢复来访国宾车队摩托车护卫制度以来唯一用车，多种荣誉加身，展现优秀中国品牌形象；国产中排仿赛 450SR、“百匹空气刀”800NK、450CLC 一经上市，超高人气得到广大消费者高度青睐，市场呈现供不应求局面；国产最大排量豪华巡航休旅车型 1250TR-G，刷新消费者对中国品牌大排量摩托车新的定义。

公司积极投身国际顶尖赛事，以赛事拉动品牌建设，2022年正式征战世界最顶级摩托车赛事MOTOGP，成为登陆Moto3 250CC级别比赛首家中国厂商，2023年赛季获得美国站和澳大利亚站赛事季军，创造了中国厂商MOTOGP赛事最好成绩。此外，公司以摩托车骑行、运动竞技为纽带，打造以春风为代表的特色机车运动文化，支持机车运动项目发展，积极推广安全驾驶、快乐骑行、越野探险等各项活动，让消费者充分享受机车运动带来的乐趣，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。

（一）公司主要业务

公司以“让生命享受更多运动的乐趣”为企业使命，以成为“世界一流的动力运动品牌”为企业愿景，秉持“进取、专注、快乐”的价值观，深耕动力运动产业，积极参与全球化竞争。公司产品聚焦运动、休闲为定位的全地形车、中大排量摩托车、电动两轮车。全地形车是一种用于非高速公路行驶的，适合所有地形的四轮交通用具，越野性能好，集方便实用和休闲娱乐为一体，适合在沙滩、山路、丛林等复杂地形驾驶，可应用于户外作业、运动休闲、抢险救援、地质勘探等众多领域，排量段覆盖400CC-1000CC，品类分为ATV、UTV、SSV，可提供丰富的驾乘乐趣；摩托车排量段覆盖125CC-1250CC，品类覆盖街车、复古、旅行、仿赛、越野、太子等细分市场，丰富的产品满足用户运动、竞技、休闲、娱乐等多样性需求，同时覆盖公务车市场。此外，公司顺应新能源电动车产业发展需求，积极开展新能源系列产品的研发，并单独设立电动品牌ZHEEO，布局新能源赛道。

（二）经营模式

1、销售模式

公司致力于全球化市场布局，建立了以工厂总部为核心，内销外销共发展，销售服务、经销直销、线上线下相结合的“一核两销三结合”营销模式。公司拥有完善的境外市场销售体系，国际市场通过代理商或子公司将产品销往全球主要国家和地区，构建全球性营销和服务网络，目前在国际市场已拥有4,000余家经销网点。国内市场拥有500余家“CFMOTO”、190余家“ZEEHO”、35家“KTMR2R”经销网点，通过经销网点对终端消费者进行产品交付和售后服务；公务车通过直销或代理模式，向公务客户开展产品交付和售后保障服务。

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，实施统一及标准化的全球化采购。公司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。同时公司制定了严格的供应商甄选标准，根据供货质量可靠性、交货及时性以及供货价格合理性等综合因素对其进行选择，并定期进行动态评估、调整，通过优胜劣汰，积极打造高效、优质供应链。

3、生产模式

公司积极推进全球化产能布局，在中国、泰国和墨西哥均建立了生产基地，致力于打造适应自身发展需求的柔性化智能制造生产模式。作为国家工信部智能制造示范企业，公司通过引进自动化生产设备和工业互联网技术，实现生产“自动化”、“智能化”，构建了工业互联网和生产制造物联网体系，生产柔性程度高，产线切换灵活、产能变动灵活，根据客户订单实行接单生产。

4、研发模式

公司以客户价值为核心，依托高性能发动机平台和新能源动力平台，致力于为用户打造适应各种使用场景的动力运动和个性化出行系列产品。公司遵循预研一代、开发一代、生产一代的矩阵式管理模式，持续开展新品研发工作，通过不断丰富和拓展产品线，构建更加多元、充满运动激情的产品世界，让生命享受更多运动的乐趣。

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

| | 2023年 | 2022年 | 本年比上年 增减(%) | 2021年 |
|------------------------------------|-------------------|-------------------|----------------|------------------|
| 总资产 | 10,313,748,347.15 | 9,554,158,074.57 | 7.95 | 7,970,763,383.71 |
| 归属于上市公司 股东的净资产 | 5,038,823,536.91 | 4,211,991,036.63 | 19.63 | 3,636,400,600.90 |
| 营业收入 | 12,110,347,152.11 | 11,378,016,898.19 | 6.44 | 7,861,487,956.52 |
| 归属于上市公司 股东的净利润 | 1,007,519,139.18 | 701,366,297.51 | 43.65 | 411,522,357.03 |
| 归属于上市公司 股东的扣除非经 常性损益的净利 润 | 970,537,174.66 | 796,936,609.40 | 21.78 | 354,535,983.07 |
| 经营活动产生的 现金流量净额 | 1,384,697,207.14 | 1,697,760,372.68 | -18.44 | 263,723,898.74 |
| 加权平均净资产 收益率(%) | 21.67 | 17.93 | 增加3.74个百分点 | 19.26 |
| 基本每股收益 (元/股) | 6.70 | 4.68 | 43.16 | 3.01 |
| 稀释每股收益 (元/股) | 6.69 | 4.67 | 43.25 | 2.99 |

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 | 2,879,303,603.33 | 3,626,345,726.46 | 2,880,802,717.82 | 2,723,895,104.50 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 210,305,287.64 | 341,325,937.81 | 250,087,083.98 | 205,800,829.75 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润 | 196,222,110.95 | 324,253,092.78 | 247,367,052.57 | 202,694,918.37 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 121,974,266.68 | 658,498,087.12 | 556,562,106.00 | 47,662,747.34 |

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

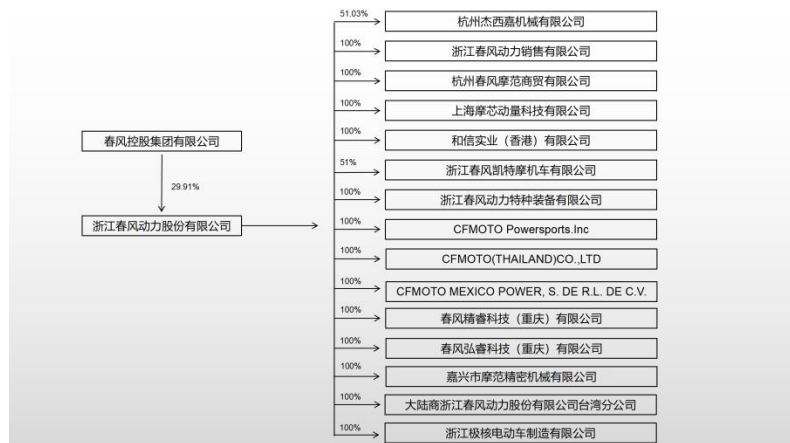
单位：股

| 截至报告期末普通股股东总数（户） | | 12,438 | | | | | |
|-------------------------------------|------------|------------|-----------|--------------------------|----------------|-----------|-------------|
| 年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户） | | 9,564 | | | | | |
| 截至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、标记或冻 结情况 | | 股东 性质 |
| | | | | | 股份 状态 | 数量 | |
| 春风控股集团有限公司 | 0 | 45,000,808 | 29.91 | 0 | 无 | 0 | 境内非国 有法人 |
| 重庆春风投资有限公司 | 0 | 12,661,734 | 8.42 | 0 | 质押 | 5,655,000 | 境内非国 有法人 |
| 中国工商银行股份有限公司－富国天惠精选成长混合型证券投资基金（LOF） | 4,783,690 | 6,950,200 | 4.62 | 0 | 无 | 0 | 其他 |
| 全国社保基金四零六组合 | 0 | 6,194,044 | 4.12 | 0 | 无 | 0 | 其他 |
| 香港中央结算有限公 | 2,618,562 | 4,310,160 | 2.86 | 0 | 无 | 0 | 国有法人 |

| | | | | | | | |
|----------------------------|--|-----------|------|---|---|---|---------|
| 司 | | | | | | | |
| 基本养老保险基金一六零二二组合 | 1,416,505 | 3,601,540 | 2.39 | 0 | 无 | 0 | 其他 |
| 林阿锡 | -433,064 | 3,168,826 | 2.11 | 0 | 无 | 0 | 境内自然人 |
| 杭州老板实业集团有限公司 | -1,504,500 | 3,115,064 | 2.07 | 0 | 无 | 0 | 境内非国有法人 |
| 基本养老保险基金一六零三二组合 | 300,616 | 2,203,816 | 1.46 | 0 | 无 | 0 | 其他 |
| 交通银行股份有限公司－富国天益价值混合型证券投资基金 | -181,200 | 1,961,240 | 1.30 | 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；重庆春风投资有限公司实际控制人赖国强先生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 | / | | | | | | |

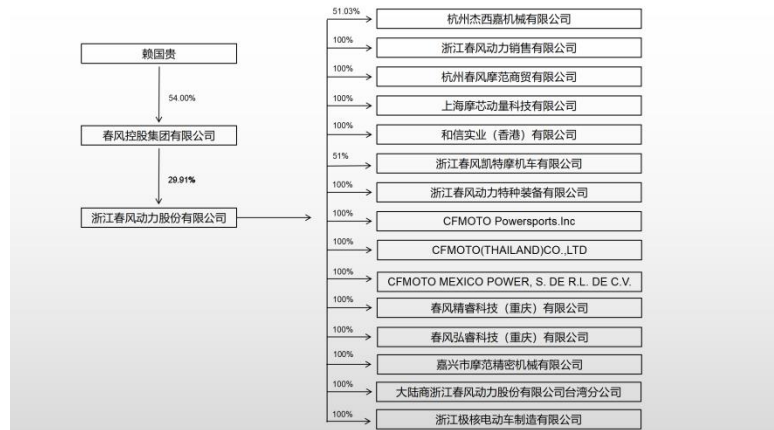
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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

第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

报告期内，公司实现营业收入 1,211,034.72 万元，同比增长 6.44%；实现利润总额 119,139.25 万元，同比增长 53.83%；实现归属于母公司所有者的净利润 100,751.91 万元，同比增长 43.65%。报告期末公司资产总额 1,031,374.83 万元，比上年末增长 7.95%；负债总额 514,176.18 万元；资产负债率 49.85%，比上年末减少 5.19 百分点；归属于上市公司股东的股东权益总额 503,882.35 万元，比上年末增长 19.63%。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用