公告编号:2025-37

招商局积余产业运营服务股份有限公司 2025年第一季度报告 重大遗漏。

重要内容提示: 1、董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证季度报告的真实、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。 2、公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人(会计主管人员)声明:保证季度报告中财

务信息的真实、准确、完整。 3、第一季度报告未经审计。

一、主要财务数据

(一) 主要会计数据和财务指标

公司无需追溯调整或重述以前年度会计数据

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
营业收入(元)	4,464,935,507.99	3,724,772,428.89	19.87%
归属于上市公司股东的净利润(元)	219,401,152.56	190,689,154.89	15.06%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益 的净利润(元)	213,704,457.24	181,181,914.20	17.95%
经营活动产生的现金流量净额(元)	-1,513,662,763.54	-1,185,663,086.16	-27.66%
基本每股收益(元/股)	0.2071	0.1798	15.18%
稀释每股收益(元/股)	0.2071	0.1798	15.18%
加权平均净资产收益率	2.08%	1.93%	上升0.15个百分点
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末増减(%)
总资产(元)	19,145,712,565.32	19,066,728,233.48	0.41%
归属于上市公司股东的所有者权益(元)	10,637,318,348.15	10,418,968,857.12	2.10%
(一) 非经偿据提关项目和会	-\$65i		

税免征、附加税减免等

公司不存在将《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益》中列举的非 经常性损益项目界定为经常性损益的项目的情形。

(三)主要会计数据和财务指标发生变动的情况及原因

近の東部 3242.69	早位:カテ	E .			
近の東部 3242.69	资产负债项目	2025年3月31日	2024年12月31日	増减	主要变动原因
金の皮膚数 3,24.69 3,44.84 -40.43% 数60.金融返少 金の金融返少 金の金融返少 子便受者等。第経等複類薄頭・非日年項目回飲效率4 操作款頭 12,526.17 7,407.99 69.99% 紹介北豊勢増加 元の命権 40.606.96 4,665.85 770.30% 一年内需支付的长期借款地加 法開售款 2025年1-3 2024年1-3 2025年1-3 2024年1-3 接条	货币资金	322,280.44	466,883.82	-30.97%	
19.505.04 19.20	应收票据	3,242.69	5,443.41	-40.43%	费的金额减少
- 平内質期的非 流力危險 流力危險 (表別信款 39,752.00 66,310.00 40,05% 通过中短期债金運輸入即除款、以降低財务費用 报益項目 2025年1-3 1 2024年1-3 月 地域 財务費用 179.27 512.74 - 65.04% 主要基本資産減少、利息費用は減少 技術改善 704.18 1,329.77 - 47.04% 主要基本資産減少、利息費用は減少	应收账款	367,959.71	219,265.62	67.81%	炉降低
 海运的债 40,060.90 40,053.85 770.30% 一平內需文官對於則當次別用 大期借款 39,752.00 66,310.00 40,005% 通过中短期债务置核长期借款,以降低财务费用 指签项目 2025年1-3月 2024年1-3月 增成 主要查询原则 主要查询原则 其份收益 704.18 13,29.77 47.04% 主要是专价格及更加的财金的股份 	预付款项	12,526.17	7,407.99	69.09%	预付水电费等增加
損越頭目 2025年1-3 月 2024年1-3 月 増減 主要を动頭房 好き費用 179.27 512.74 -65.04% 主要是有債務多減。力量費用日比減少 其他収益 704.18 1,329.77 -47.04% 主要是物債免止頭便加干減減同比減少	流动负债	40,606.96	4,665.85	770.30%	一年内需支付的长期借款增加
財务費用 179.27 512.74 -65.04% 主要是有息债务减少,利息费用同比减少 其他收益 704.18 1,329.77 -47.04% 主要是增值税进项税加计抵减同比减少		39,752.00		-40.05%	通过中短期债务置换长期借款,以降低财务费用
其他收益 704.18 1,329.77 -47.04% 主要是增值税进项税加计抵减同比减少		2025年1-3月	2024年1-3月	増減	主要变动原因
		179.27	512.74	-65.04%	
	其他收益	704.18	1,329.77	-47.04%	主要是增值税进项税加计抵减同比减少
投資收益 270.22 394.02 -31.42% 权益法投资收益同压减少	投资收益	270.22	394.02	-31.42%	权益法投资收益同比减少

二、股东信息

单位:股						
报告期末普通股股东	总数	19,864	报告期	末表决权恢复的优先股股	东总数	0
	HI .	0名股东持股情况	(不含通过转		and heat the time	t-balateletari
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	計 持有有限售条件 的股份数量	股份状态	或冻结情况 数量
召商局蛇口工业区控股股份 有限公司	国有法人	47.45%	503,134,0	00 0	不适用	0
中国航空技术国际控股有限 公司	国有法人	11.32%	120,005,7	89 0	不适用	0
深圳招商房地产有限公司	国有法人	3.71%	39,338,46	64 0	不适用	0
中国建设银行股份有限公 司-中欧养老产业混合型证 券投资基金	其他	2.45%	25,943,34	0	不适用	0
全国社保基金——三组合	其他	2.39%	25,313,24	19 0	不适用	0
基本养老保险基金八零二组 合	其他	2.07%	21,940,39		不适用	0
香港中央结算有限公司	境外法人	1.71%	18,164,99	0 0	不适用	0
中信银行股份有限公司-中 欧睿见混合型证券投资基金	其他	1.19%	12,613,74	9 0	不适用	0
基本养老保险基金一零零三 组合	其他	1.18%	12,512,94	9 0	不适用	0
中国工商银行股份有限公司-南方中证全指房地产交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.50%	5,297,90	0 0	不适用	0
i	10名无限售	条件股东持股情况	(不含通过转温	m通出借股份、高管锁定股	:)	
股东名称		持有无限售条件	生形公計量		份种类	
招商局蛇口工业区控股股份	A shared A limit	1411110111111111	1 may be seened	股份种类 人民币普通股		支量 134,000
中国航空技术国际控股		503,134, 120,005,		人民币普通股		05,789
深圳招商房地产有限		39,338,4		人民市普通股		38,464
中国建设银行股份有限公司 业混合型证券投资;	- 中欧养老产	25,943,		人民币普通股		43,341
全国社保基金		25,313,		人民币普通股		13,249
基本养老保险基金八零	二组合	21,940,		人民币普通股		40,392
香港中央结算有限/		18,164,	992	人民币普通股	18,1	64,992
中信银行股份有限公司 – 中 证券投资基金	,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,	12,613,		人民币普通股	, ,	13,749
基本养老保险基金一零		12,512,5	949	人民币普通股	12,5	12,949
中国工商银行股份有限公司 指房地产交易型开放式指数i		5,297,9		人民币普通股		77,900
上述股东关联关系或一致往	宁动的说明	前述股东中,深圳 公司。此外,未知	前述其他股弃	限公司为招商局蛇口工。 是否属于《上市公司收购 其他股东之间是否存在关	管理办法》中	有限公司全党 规定的一致行

持股5%以上股东、前10名股东及前10名无限售流通股股东未有参与转融通业务出借股份情况。 前10名股东及前10名无限售流通股股东不存在因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化的

(二)公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

不适用

三、其他重要事项 (一)报告期内公司经营管理情况

1、总体经营情况

报告期内,面对宏观经济形势复杂多变、市场竞争持续加剧、经营成本刚性上升及客户需求日益

多元化等多重排战,公司以品质建设为核心支撑,坚持"开源增收"与"提质增效"双轮驱动,各项经营 管理工作平稳有序推进。2025年1-3月,公司实现营业收入44.65亿元,较上年同期增长19.87%;实现 归属于上市公司股车的净利润2.19亿元 较上年同期增长15.06%, 字和归属于上市公司股车的扣除 非经常性损益的净利润2.14亿元,较上年同期增长17.95%。截至2025年3月31日,公司总资产为 191.46亿元,归属于上市公司股东的净资产为106.37亿元。

2、物业管理业务经营情况

基础物业管理方面,深耕基础物业沃土,业务发展稳健前行。截至2025年3月31日,公司在管项 目数量2,358个,管理面积3.71亿m。2025年一季度公司物业管理业务实现新签年度合同额8.45亿 元,其中市场化拓展项目新签年度合同额7.69亿元,千万级项目贡献业绩占比超七成,较上年同期提 升18个百分点,中标招商银行全球总部大厦项目、西南交通大学东部(国际)校区、深圳市公安局龙华 分局、湖南省博物馆等重点标杆项目:市场化住宅业杰持续突破、中标上海康城小区物管服务、该项目 为上海体量最大、拥有近4万人口的开放式超大型社区。

增值服务方面, 围绕"服务美好生活", 从客户需求出发, 聚焦更具成长性的 C端业务推进流量总 现。2025年,公司重占布局房产经纪,美居服务,到家服务,空间资源等领域,报告期内优化物业和售 激励机制,深化余房网平台轻型化转型聚力发展租售业务,实现租售业务收入增长317%;大力拓展新 业务赛道,其中光伏、美居业务签约合同额均取得快速进展,美居合同额突破亿元;到家服务业务围绕 家政保洁、空调清洗等产品强化供应链能力建设、实现服务覆盖率提升13个百分点;空间资源优化升 级数字化系统建设,推进资源线上化管理与线下资源盘点专项行动,实现系统穿透项目赋能,提升经 营效能,社区资源点位出和率提升10个百分点。

3、资产管理业务经营情况

截至2025年3月31日,公司在管商业项目70个(含筹备项目),管理面积393万㎡,其中自持项目 3个,受托管理招商蛇口项目59个,第三方品牌输出项目8个,各项目持续深耕渠道拓展,聚焦主力店 及标杆品牌业绩提升,升级全国联动直播,同时持续落地LOVE特色服务系列活动,强化项目特色标 签。报告期末,公司持有物业总体出租率为93%,持有物业出租业务以稳定经营为主导,稳定现有客 户资源同时关注潜在客户租赁需求,适度调整租赁政策,积极拓展新客户

聚焦服务品质升级,优化迭代服务体系标准及数字化客户触点评价体系,持续开展秩序、环境、管 家服务等培训,夯实服务底座:通过开展传统节日、健康关怀、"地球一小时"等差异化社群活动和"项 目经理接待日""高管聆听计划"等专项活动,增强客户信任:围绕客户需求提供个性化服务,打造独特 服务标签,一季度获得客户表扬近千次,同时获得省物业服务示范项目、阳光物业评选等6项行业荣

此外,加强数智化赋能,加速物业AI工单助手、业财数据交换中心、业务外包管理等数字化工具 落地,提升管理效率,并依托精细化管理体系,在成本管控、供应商管理、费用管控等方面持续挖潜增 效,推动公司提升经营质效。

(二)报告期内接待调研、沟通、采访等活动登记表

接待时间	接待地点	接待方式	接待对象类型	接待对象	谈论的主要内容及 技 供的资料
2025年1月16日 2025年2月7日	深圳	线上调研 线上调研	机构 机构	中金公司中欧基金、国联证券	
2025年2月20日	深圳	策略会	机构	中金公司、华夏基金、前方基金、易方达基金、拉扎德资产	
2025年3月19日	深圳	年度业绩说明会	机构、个人	现场及网络直播,面向所有 投资者 现场;广发证券、兴业证券、 海通证券、中信证券、长江证 券等	略介绍; 2、行业发展情况讨论。
2025年3月24日	深圳	实地调研	机构	招商证券、大成基金	
2025年3月28日	深圳	实地调研	机构	华创证券	

四、季度财务报表 (一) 财务报表

1、合并资产负债表

编制单位:招商局积余产业运营服务股份有限公司

项目	期末余额	期初余額
流动资产:		
货币资金	3,222,804,360.94	4,668,838,168.81
结算备付金		
拆出资金		
交易性金融资产		
衍生金融资产 应收票据	22 424 000 57	51 131 055 00
	32,426,909.57 3.679.597.121.37	54,434,055.09 2,192,656,177.89
应收款项融资	3,679,597,121.37	2,192,656,177.89
利用付款III	125,261,691,25	74.079.909.98
应收保费	140,401,071,40	74,079,303.30
应收分保账款		
应收分保合同准备金		
其他应收款	935.091.097.42	896.196.686.38
其中:应收利息		
应收股利		
买人返售金融资产		
存货	1,114,713,687.13	1,145,729,565.46
其中:数据资源		
合同资产	85,695,684.48	69,493,466.60
持有待售资产		
一年内到期的非流动资产		
其他流动资产	107,182,458.15	108,883,749.31
流动资产合计 非流动资产:	9,302,773,010.31	9,210,311,779.52
非孤劝过广: 发放贷款和垫款		
债权投资		
其他债权投资		
长期应收款		
长期股权投资	108,216,268.70	105,514,118.20
其他权益了真秘资	100(210(200))0	100(014(110)00
其他非流动金融资产		
投资性房地产	5,477,949,200.00	5,477,949,200.00
固定资产	586,364,139.90	595,039,835.82
在建工程		
生产性生物资产		
油气资产		
使用权资产	87,548,047.16	96,415,265.15
无形资产	23,590,492.95	24,339,828.13
其中,数据资源 开发支出		
其中:数据资源		
再十 13X16 DLOK	3,193,971,718.64	3,193,971,718.64
长期待摊费用	99,173,918.75	101,893,122.30
递延所得税资产	65,271,587,84	60,439,184.65
北.他·北海元州资产	200,854,181.07	200,854,181.07
非流动资产合计 资产总计	9,842,939,555.01	9,856,416,453.96
资产总计	19,145,712,565.32	19,066,728,233,48
流动负债:		
短期借款	149,098,556.95	149,041,806.94
向中央银行借款		
拆入资金		
交易性金融负债	·	
衍生金融负债		
应付票据		
rizzé+likén	2 747 566 595 24	2.074.067.527.62

合同负债	1,015,776,092.93	1,049,105,040.72
卖出回购金融资产款		
吸收存款及同业存放		
代理买卖证券款		
代理承销证券款		
应付职工薪酬	699,954,846.41	981,375,768.32
应交税费	149,679,638.56	199,996,571.19
其他应付款	1,754,528,483.29	1,432,791,025.37
其中:应付利息		
应付股利		301,341.99
应付手续费及佣金		
应付分保账款		
持有待售负债		
一年内到期的非流动负债	406,069,646.65	46,658,529.46
其他流动负债	122,880,896.33	103,072,291.03
流动负债合计	7,057,012,195.15	6,947,324,422.46
非流动负债:		
保险合同准备金		
长期借款	397,520,000.00	663,100,000.00
应付债券		0001100100000
其中:优先股		
永续债		
租赁负债	84,623,630.83	83,736,072.29
长期应付款	70,633,299.89	66,944,385.56
长期应付职工薪酬	10,000,000	00,544,303.30
预计负债	3,920,000.00	3,920,000.00
遊延收益	1,269,480.28	1,438,820.26
递延所得税负债	727,805,300.82	722,923,469.74
其他非流动负债	9.076.736.00	7.22,923,469.74
非流动负债合计	1,294,848,447.82	1,549,081,747.85
负债合计	8,351,860,642.97	8,496,406,170.31
	8,331,800,042.97	8,490,400,170.31
所有者权益:	1 0/0 24/ 0/0 00	1.0/0.34/.0/0.00
股本	1,060,346,060.00	1,060,346,060.00
其他权益工具		
其中:优先股		
永续债		
资本公积	3,077,488,656.00	3,077,488,656.00
减:库存股	10,896,933.46	9,893,423.47
其他综合收益	681,493.35	729,644.89
专项储备		
盈余公积	544,336,096.33	544,336,096.33
一般风险准备		
未分配利润	5,965,362,975.93	5,745,961,823.37
归属于母公司所有者权益合计	10,637,318,348.15	10,418,968,857.12
少数股东权益	156,533,574.20	151,353,206.05
所有者权益合计	10,793,851,922.35	10,570,322,063.17
负债和所有者权益总计	19,145,712,565.32	19,066,728,233.48

2、合并利润表

单位:元

项目	本期发生额	上期发生額
一、营业总收入	4,464,935,507.99	3,724,772,428.89
其中:营业收入	4,464,935,507.99	3,724,772,428.89
利息收入		
已赚保费		
手续费及佣金收入		
二、营业总成本	4,157,715,946.69	3,468,142,903.00
其中:营业成本	3,952,211,459.88	3,289,744,440.21
利息支出		
手续费及佣金支出		
退保金		
赔付支出净额		
提取保险责任准备金净额		
保单红利支出		
分保费用		
税金及附加	23,542,966.71	20,157,919.81
销售费用	19,755,888.61	18,535,285.21
管理费用	140,863,698.71	108,664,636.68
研发费用	19,549,258.92	25,913,174.79
财务费用	1,792,673.86	5,127,446.30
其中:利息费用	8,649,723.96	13,540,117.77
利息收入	10,279,180.64	11,844,491.69
加:其他收益	7,041,844,47	13,297,715.98
投资收益(损失以"-"号填列)	2,702,150.50	3,940,151.71
其中:对联营企业和合营企业的投资收益	2,702,150.50	3,940,151.71
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益	, , , , , , , , , , , , , , , , , , , ,	
汇兑收益(损失以"-"号填列)		
净敞口套期收益(损失以"-"号填列)		
公允价值变动收益(损失以"-"号填列)		
信用减值损失(损失以"-"号填列)	-20,500,027.52	-18,020,200.95
资产减值损失(损失以"-"号填列)	-330,657.50	
资产处置收益(损失以"="号填列)	421,946.69	80,824.96
三、营业利润(亏损以"—"号填列)	296,554,817.94	255,928,017.59
加:营业外收入	1,036,521.85	667,755.32
减:营业外支出	657,393.73	812,546.97
四、利润总额(亏损总额以"—"号填列)	296,933,946.06	255,783,225.94
减:所得税费用	70,582,174.41	55,943,430.09
五、净利润(净亏损以"—"号填列)	226,351,771.65	199,839,795.85
(一)按经营持续性分类		
.持续经营净利润(净亏损以"—"号填列)	226,351,771.65	199,839,795.85
.终止经营净利润(净亏损以"—"号填列)		
(二)按所有权归属分类		
1. 归属于母公司所有者的净利润	219,401,152.56	190,689,154.89
2.少数股东损益	6,950,619.09	9,150,640.96
六、其他综合收益的税后净额	-48,151.54	583,554.28
属母公司所有者的其他综合收益的税后 净額	-48,151.54	583,554.28
(一)不能重分类进损益的其他综合收益		
1.重新计量设定受益计划变动额		

2.权益法下不能转损益的其他综合收益		
3.其他权益工具投资公允价值变动		
4.企业自身信用风险公允价值变动		
5.其他		
(二)将重分类进损益的其他综合收益	-48,151.54	583,554.28
1.权益法下可转损益的其他综合收益		
2.其他债权投资公允价值变动		
3. 金融资产重分类计人其他综合收益的金 额		
4.其他债权投资信用减值准备		
5.现金流量套期储备		
6.外币财务报表折算差额	-48,151.54	583,554.28
7. 其他		
归属于少数股东的其他综合收益的税后净 额		
七、综合收益总额	226,303,620.11	200,423,350.13
归属于母公司所有者的综合收益总额	219,353,001.02	191,272,709.17
归属于少数股东的综合收益总额	6,950,619.09	9,150,640.96
八、每股收益:		
(一)基本每股收益	0.2071	0.1798
(二)稀释每股收益	0.2071	0.1798
本期未发生同一控制下企业会		
法定代表人: 吕斌	主管会计工作负责人:陈智恒	会计机构负责人:江霞

3、合并现金流量表

单位:元

一、经営活动产生的现金流量:		
销售商品、提供劳务收到的现金	3,228,867,219.45	2,811,320,949.77
客户存款和同业存放款项净增加额		
向中央银行借款净增加额		
向其他金融机构拆入资金净增加額		
收到原保险合同保费取得的现金		
收到再保业务现金净额		
保户储金及投资款净增加额		
收取利息、手续费及佣金的现金		
拆入资金净增加额		
回购业务资金净增加额		
代理买卖证券收到的现金净额		
收到的税费返还	85,644.32	15,230.44
收到其他与经营活动有关的现金	696,184,148.28	532,506,160.56
经营活动现金流入小计	3,925,137,012.05	3,343,842,340.77
购买商品、接受劳务支付的现金	3.352.095.198.11	2.490.823.089.56
客户贷款及垫款净增加额	3,332,033,130.11	2,490,023,009.30
存放中央银行和同业款项争增加額		
支付原保险合同賠付款项的现金		
拆出资金净增加额 支付利息、手续费及佣金的现金		
支付保单红利的现金		
	1 220 702 2 47 05	1 270 400 417 24
支付给职工以及为职工支付的现金	1,329,793,347.85	1,378,498,417.26
支付的各项税费	234,271,624.34	159,969,564.36
支付其他与经营活动有关的现金	522,639,605.29	500,214,355.75
经营活动现金流出小计	5,438,799,775.59	4,529,505,426.93
经营活动产生的现金流量净额	-1,513,662,763.54	-1,185,663,086.16
二、投资活动产生的现金流量:		
收回投资收到的现金		
取得投资收益收到的现金		
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收 回的现金净额	693,450.55	145,236.69
处置子公司及其他营业单位收到的现金净 额		
收到其他与投资活动有关的现金		
投资活动现金流入小计	693,450.55	145,236.69
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支		
付的现金	9,387,950.29	5,311,213.57
投资支付的现金		686,000.00
质押贷款净增加额		
取得子公司及其他营业单位支付的现金净 額		
支付其他与投资活动有关的现金		
投资活动现金流出小计	9,387,950.29	5,997,213.57
投资活动产生的现金流量净额	-8,694,499.74	-5,851,976.88
三、筹资活动产生的现金流量:		2,027,1100
吸收投资收到的现金		1,133,700.00
其中:子公司吸收少数股东投资收到的现金		1,133,700.00
取得借款收到的现金	300,000,000.00	700,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	555[656]656	700(000(00000
筹资活动现金流入小计	300,000,000.00	701,133,700.00
偿还债务支付的现金	200,900,000.00	1,540,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	7,991,907.31	65,246,244.45
分配股利、利润或偿付利息支付的现金 其中:子公司支付给少数股东的股利、利润		03,240,244.43
	1,770,250.94	7 200 600 68
支付其他与筹资活动有关的现金	6,364,204.43	7,390,609.65
筹资活动现金流出小计	215,256,111.74	1,612,636,854.10
筹资活动产生的现金流量净额	84,743,888.26	-911,503,154.10
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-83,941.41	32,351.77
五、现金及现金等价物净增加额	-1,437,697,316.43	-2,102,985,865.37
加:期初现金及现金等价物余额	4,571,854,624.89	4,323,922,173.32
六、期末现金及现金等价物余額	3,134,157,308.46	2,220,936,307.95

(二) 2025年起首次执行新会计准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况 不适用

公司第一季度报告未经审计。 招商局积余产业运营服务股份有限公司

董 事 会 2025年4月29日

证券代码:301345 证券简称:涛涛车业 公告编号:2025-012

浙江涛涛车业股份有限公司 2024年年度报告摘要

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, 投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

天健会计师事务所(特殊普通合伙)对本年度公司财务报告的审计意见为:标准的无保留意见。 本报告期会计师事务所变更情况:不存在变更情况。

非标准审计意见提示

□适用 ☑ 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利 □适用 ☑不适用

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 ☑适用 □不适用

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为:以总股本108.631.741股为基数,向全体股东每 10股派发现金红利15元(含税),送红股0股(含税),以资本公积金向全体股东每10股转增0股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

二、公司基本情况

1、公司简介			
股票简称	涔涔车业	股票代码	301345
股票上市交易所	深圳证金	华交易所	
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事	务代表
姓名	孙永	卢克	
办公地址	浙江省丽水市缙云县新碧街道新元路10号	浙江省丽水市缙云县	新碧街道新元路10号
传真	0578-3185868	0578-3	185868
电话	0578-3185868	0578-3	185868
由子信箱	zab@taotaomotor.com	zab@taotae	omotor.com

2、报告期主要业务或产品简介

(一)公司主营业务及产品

涛涛车业是一家专注于"新能源智能出行"的高新技术企业,立足国际视野,致力于为全球消费者 提供"无限户外驾乘体验"。公司聚焦智能电动低速车和特种车,其中:智能电动低速车以道路用车为 主,包括电动高尔夫球车、电动自行车、电动滑板车和电动平衡车等新能源智能系列产品;特种车以非 道路用车为主,涵盖全地形车和越野摩托车等燃油类产品。公司产品主要用于休闲运动、智能出行、 好种作业等方面,话合各年龄段和多场景使用,满足单人、双人、多人及整个家庭等需求,应用范围十 分广泛,凭借卓越实用性和高度适应性赢得了消费者的广泛青睐。

1、智能电动低速车

(1)电动高尔夫球车

公司以"产品矩阵拓展、渠道生态深耕、品牌价值跃升"的战略框架为核心驱动力,依托美国本土 化运营的垂直整合优势,系统构建涵盖研发,生产,营销及服务的全价值链运营体系。通过战略协同 效应的深度释放,电动高尔夫球车业务实现稳健增长,2024年终端销售量突破20,000台,实现销售额 较2023年超9倍的量级增长。随着北美制造体系成熟度提升与渠道网络效能释放,该业务已形成可 持续增长路径,后续增长动能充沛,将进一步实现市场份额与品牌势能的同步提升

报告期内,公司围绕核心战略方向,电动高尔夫球车在多个关键性环节取得实质性突破:①持续 强化技术投入强度,升级迭代2+2座系列产品,创新推出正四座、4+2座、正六座及全景式露营车等高 附加值产品组合,已形成覆盖多客群多场景的完善矩阵,有效支撑市场需求的精准响应;②渠道战略 纵深推进,构建覆盖美国核心市场区域的170+经销商网络,成为美国最大高尔夫球车电商平台首次引 人的新晋合作品牌,并成功开拓多家运营超50年的行业资深经销商;③产品应用场景延伸至度假村、 大型社区等新兴市场,进驻包括密西西比河谷州立大学(MVSU)、得克萨斯大学达拉斯分校(UTD)在内 的多所高校及美国知名连锁主题游乐园,实现应用场景多元化的突破;①品牌价值突破升级,通过参 与PGA SHOW、MotoGP、DALLAS OPEN等知名展会活动及赛事,实施"高端场景锚定"营销策略,在以 美国本土品牌为主导的北美市场建立差异化认知,不断吸引众多高端用户青睐,产品先后被美国NBA 传奇球星 Shaquille O'Neal、澳大利亚知名女演员 Rebel Wilson 等选用,推动品牌知名度和溢价能力不 断提升,客户和经销商的复购率显著提高;⑤运营效能精益化提升,构建数字化赋能平台,全面提升经 销商服务体系响应效率,通过精细化人效管理,人均销售额再创新高。



公司逐步探索从"全场景覆盖"到"精准爆款穿透"的产品策略,聚焦核心场景需求进行产品线优 化,以"DENAGO"品牌专业高端系列和"GOTRAX"品牌新潮活力系列并行发展,在电机电池、性能续 航、外观设计等方面深耕技术创新,结合用户个性化需求,持续攻占消费者心智。其中,DENAGO电动 自行车全系产品通过UL2849和UL2271安全认证,全地形山地自行车Hunting 1以峰值1000W动力并 搭载双电池系统,最高可提供120英里的强劲续航,树立性能标杆;"GOTRAX"品牌聚焦高性价比车型 开发,并实现高碳钢车架的电动自行车量产,在北美电动自行车高端市场的占有率持续攀升。

截至报告期末,"DENAGO"品牌电动自行车拥有高端经销商300余家,北美市场加速渗透,DENA-GO自建站新品热销,胖胎系列产品凭借潮流配色和新颖外观赢得消费者追捧,销售良好。"GOTRAX" 品牌系列车型凭借高性价比优势在AMAZON同类产品中排名靠前;同时加速推进渠道战略升级,与 两家会羊TOP10的专业渠道商达成战略合作:GOTRAX 自建站年度用户增长稳定提升:REST BUY新 增多款目常进店产品,进一步拓宽了"GOTRAX"品牌产品在商超渠道的覆盖范围,增强了市场渗透



(3)电动滑板车和电动平衡车

公司电动滑板车全方位构建覆盖大众通勤至专业竞技的全场景产品序列。系列产品通过差异化 定位,以设计创新与核心性能突破,在各渠道保持品类竞争力,高端产品线通过精准场景化营销实现 客单价的有效提升,主力车型在各商超渠道持续领跑销售榜单。其中:在AMAZON平台销量稳居前 列;在WALMART渠道连续参与季节性促销,"RIVAL"品牌成为畅销产品,销量位居同类产品前茅。

公司申动平衡车已形成完善的生产工艺和研发体系.相关产品兼具功能实用性与美学价值.主流 市场的消费者认可度持续提升。其中:在AMAZON平台稳居类目头部梯队并保持多年Best Seller认 证记录;在WALMART渠道连续三年入选年度产品推荐名单首页,蝉联两年类目销售冠军。



2. 特种车

(1)全地形车

公司全地形车逐步呈现全球化突破态势,北美市场依托产品迭代与渠道优化实现销售持续复苏, 北美以外市场销售业绩创历史新高。凭借优越的性能和新颖的外观,结合规模效应带来的成本优势 和极具竞争力的性价比,公司全地形车持续获得市场青睐,报告期内出口数量排名第二(根据中国汽 车工业协会摩托车分会发布的《2024年12月产销快讯》》

报告期内,公司全地形车纵向完善产品谱系扩充,形成小排量产品规模化覆盖与大排量车型梯度 化布局的战略纵深;横向突破发动机核心技术,完成300CC发动机全流程自主研制并实现小批量产, 奠定动力系统垂直整合能力:渠道建设构建多区域市场渗透体系:①300CC ATV 作为北美以外市场的 主力车型,年度出货量突破3,000台;②700CC UTV 启动北美定制化开发,目前处于研发攻坚阶段,力 争早日进入北美市场;③小排量全地形车通过"DENAGO"品牌逐步进入北美TOP级经销商网络,行业 头部渠道合作伙伴增至50多家,形成高端市场战略支点。

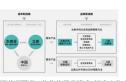


公司越野摩托车作为较早进入北美市场的产品之一, 凭借酷玩属性受到当地消费者的青睐。公 司研发团队不断探索前沿技术,致力于提升产品性能和用户体验。基于多年的深耕积累,公司越野摩 托车在设计创新、技术研发和市场推广等方面已形成强大的市场竞争力,燃油类越野摩托车进入TSC 专业商超,DENGAO越野摩托车以高端品牌逐步打入美国市场,开辟竞争新局面

报告期内,公司越野摩托车业务营收实现同比快速增长,通过构建精准化渠道矩阵,成功与50多 家北美高端经销商建立合作关系。在深化渠道协同效应的同时,依托工业设计创新与核心技术突破, 品牌溢价能力及市场渗透率持续提升,进一步巩固公司在该领域的行业地位。



(二)主要经营模式



公司采用成本制造端与品牌渠道端两端一体化的经营模式,精准定位市场需求,以高性价比产品 准确切入市场,通过多渠道营销迅速抢占市场份额,进而实现规模效应,增强盈利能力。市场地位稳 定后,公司逐步启动高端化布局,纵向扩展高客单价产品线,进一步增厚盈利空间,并结合持续的研发 创新,不断探索新的市场领域,为公司的长期业绩增长注人强劲动力。

在成本制造端,公司秉持"世界工厂"的战略定位,依托"中国+东南亚+北美"三地协同的产能布 局,积极融入全球供应链体系。通过全产业链整合与模块化制造体系的有机融合,构建起涵盖自主研 发设计、核心部件自主生产、全球化供应链管理的三维能力体系,完成产业链纵向一体化布局。基于 高度自主化的制造体系,公司构建核心制造价值链闭环,以精益化成本管控与标准化品控体系驱动制 造效能持续提升;借助跨区域产能协同网络,构建灵活响应机制,显著提升对国际贸易环境波动的适 应能力 为全球化战略实施提供坚定支撑。 在品牌渠道端,公司坚持自主品牌销售为主,通过设立境外子公司、海外仓和运营中心,实施仓储

式销售。公司采用自主品牌多渠道营销策略,构建线上线下融合、立体式发展的全渠道销售网络,并 建立与之匹配的售后服务体系,不斯提升品牌影响力和市场竞争力。在北美市场,公司以自主品牌销 售为主,线下渠道覆盖经销商、大型商超以及批发商零售商;线上渠道覆盖AMAZON、WALMART和 EBAY等第三方电商平台和多个自有网站。在非北美市场,公司主要以ODM的形式,通过批发商零售

经过多年努力,公司已自主掌控核心资源和关键环节,构建了"自主研发、自主生产、自主品牌、自 主渠道"的研产销一体化模式,聚焦效率提升,充分发挥成本制造与品牌渠道的两端一体化优势,持续

提速创新发展步伐,不仅实现了经营业绩的大幅突破,同时还推动了公司综合实力迈上新的台阶。报

告期内,公司实现营业收入29.77亿元,同比增长38.82%,其中:电动高尔夫球车销售收入8.12亿元,

同比增长934.78%;电动自行车销售收入2.31亿元,同比增长40.17%;电动滑板车销售收入6.01亿元,

(三)公司经营情况讨论与分析 2024年,公司聚焦高质量发展首要任务,坚持稳中求进,积极优化经营策略,强化公司内部治理,

同比下降16.32%;电动平衡车销售收入1.99亿元,同比下降32.69%;全地形车销售收入7.38亿元,同 比增长18.92%;越野摩托车销售收入1.87亿元,同比增长52.41%。归属于母公司所有者的净利润 4.31亿元,同比增长53.76%,总体业绩保持快速增长趋势。 1、业绩高速增长,盈利动能强劲释放 2024年,公司业绩继续呈现快速增长态势,盈利能力进一步增强。在营业收入同比激增38.82% 的强劲引擎驱动下,公司利润增长实现量与质的双重突破。公司依托内生增长引擎与市场攻坚双轮 驱动,构建"内强根基+外拓市场"的发展格局:战略聚焦电动高尔夫球车和全地形车等高价值产品打 造,生产端依托海外产能拓展及供应链垂直整合,构建跨区域敏捷制造网络,不断进行工艺升级以及 智能制造水平优化,全球产能逐步提升;市场端精准锚定北美消费需求,通过产品精准定位与服务创 新升级,深化本土化渠道渗透策略,推动高客单价产品占比提升,盈利空间持续拓宽。在全球化运营

框架下,公司同步强化风险抵御能力,深度结合"成本制造端与品牌渠道端"两端一体化优势,形成"资

源整合-产能优化-市场拓展"的良性循环。此外,公司积极打造快速高效的沟通平台,优化职能架构,

确保内部的无障碍交流和外部的即时对接,形成研产销以及售后服务的高效闭合循环,全面提升运营

效率,为长期盈利动能释放奠定坚实基础。

2、海外产能布局进阶,全球供应链韧性系统升级 公司加速构建"中国+东南亚+北美"三位一体全球化产能布局体系:①北美本土化制造取得重大 进展:美国得克萨斯州完成自有生产基地布局,于2024年10月正式进行试生产。首合在北美本土组 装的DENAGO电动高尔夫球车成功下线,深度践行"本土制造-本土交付-本土运营"的战略闭环。目 前,公司正同步推进"美国制造商资格"认证,以进一步实现"北美制造+"战略;②东南亚制造枢纽初步 成型:越南广宁省2万多平方米的工厂实现核心工序制造能力覆盖,完成车架成型、表面处理、动力总 成等关键工艺环节布局,具备电动高尔夫球车、全地形车等生产能力,产能持续爬坡;③国内工厂制造 水平不断提升:通过系统性效能革新,完成工艺流线化改造、智能设备集群调试及柔性生产团队建设, 形成具有强复制性的产能建设模型,现已具备支撑全球市场需求的制造体系基础,为海外制造基地复 制产能爬坡奠定技术支持与管理范式。

3、深化产品研发创新,驱动业务结构升级

公司以"申动化、智能化、高端化"为研发战略主轴, 构建覆盖全品类、全场景的技术护城河, 驱动 业务结构向高价值赛道持续迁移,电动高尔夫球车以用户需求场景为创新原点,两年内完成从"2+2" 铅酸款到"2+2"锂电款、"正四座"、"正六座"以及露营车系列的四次迭代,产品矩阵不断丰富,覆盖场 景持续延展;全地形车在现有产品系列基础之上新增研发200CC ATV 和230CC ATV,300CC以下小排 量段产品系列不断完善,同时稳步推进350CC ATV、550CC ATV、700CC UTV 等大排量全地形车的研 发,并加强350CC、550CC等排量段的发动机研发,以强劲研发为公司长远发展注入持续动力;电动自 行车、电动滑板车和电动平衡车依托现有产品基础,推动持续优化升级。

公司坚持智能化技术重构产品价值维度,其中:电动高尔夫球车搭载"CAN"总线通讯、EPS转向 系统及IOT车联网技术,支持车辆数据实时监控、OTA 远程升级及在线售后支持,部分车型标配10.1 寸LCD智能交互屏,实现人车交互效率提升,并采用新能源锂电池技术,持续提升用户体验,同时积极 研发车载智能平台,为进一步智能化扩展和接入提供强有力的技术支持;大排量全地形车通过集成四 驱动力系统和大扭矩输出,结合先进的汽车转向技术,不断强化越野性能,配套TFT液晶仪表盘,实现 驾驶数据可视化。公司通过技术迭代与场景深耕,实现从"功能满足"到"价值引领"的跨越,为全球市 场提供高性能、高可靠性的产品解决方案,持续提升行业技术水平。

截至目前,公司拥有专利491项,其中:境内专利340项(发明专利19项、实用新型专利116项、外 观专利205项),境外专利151项(发明专利2项,外观专利149项)。公司通过创新研发强化产品竞争 力.不断开拓新的业绩增长点,持续提升市场份额,进一步增强盈利能力。 4、巩固自有品牌渠道优势,提升市场渗透率

2024年,公司专注品牌价值立体化塑造,自有品牌销售占比为63%。公司深度融入YouTube Facebook、Instagram、Twitter、TikTok等互联网新媒体平台,充分利用行业展会、赛事活动、媒体杂志等 多种形式做好品牌宣传及产品推广工作,通过线上传播与线下活动相结合,持续扩大品牌影响力。报 告期内,公司参与PGA SHOW、AIMEXPO、NASCAR Xfinity、MotoGP、Electrify Expo、DALLAS OPEN等 国际知名展会和赛事;运用名人效应与场景营销深度融合,同时利用社会责任赋能,"GOTRAX"品牌 产品助力残障人士出行视频全球点赞量超200万;加大投入构建内容营销升维,通过高质量的拍摄和 设计、精心策划的营销策略和创意表达,强化品牌良好形象,社交媒体内容传播效率大幅提升。

面对复杂多变的国际贸易环境,公司致力于全渠道构建,凭借卓越的渠道自主性和管控力,通过 动态响应机制与结构性价格传导策略、形成多渠道联动的风险抵御体系、持续巩固全渠道韧性优势。 渠道建设方面:①重点推进高端经销商网络拓展,报告期内经销商数量拓展至520多家,其中:电动高 尔夫球车170多家、电动自行车300多家、全地形车和越野摩托车50多家。尤其电动高尔夫球车的经 销商渠道拓展取得快速突破,成功签约美国高尔夫球车行业的多家头部经销商,其中部分经销商已持 续经营超过50年,是美国历史上首次有多家顶级经销商同时选择一个新品牌;②在商超领域,专业商 超TSC入驻门店数量增至1,700余家,新增投放电动高尔夫球车正四座系列产品,进店品类逐步拓宽; 在AMAZON平台,公司进一步加强与其的战略合作,绝大部分产品采用买断式销售(VC)模式,通过简 化供应链管理和加强广告控制,显著提高运营效率和市场竞争力,多款产品获得BEST SELLER,在销 售排行榜上稳居前列;③在自有网站方面,公司通过精细化管理和运营,持续扩大现有市场的销售份 额,深化用户行为数据分析能力建设,为后续个性化营销及重点市场渗透奠定数据基础。

5、稳健分红与回购并举,持续优化股东回报 公司持续深化股东价值管理体系,通过"现金分红+股本优化"双轨并行,实现股东利益最大化。 2024年5月,公司诵讨《关于公司〈2023年度利润分配方案〉的议案》,向会体股东每10股派发现金股 利人民币15元(含税);2024年12月,公司发布前三季度利润分配预案,向全体股东每10股派发现金 股利5元(含税)。上市后累计派现3.82亿元,持续彰显高盈利质量下的回报能力。同时,公司推进股 份回购行动,于2024年2月启动回购计划,回购金额为6,383.65万元,累计回购股份1,113,259股,占公 司总股本的1.01%,股本结构优化助推估值中枢上移。

3、主要会计数据和财务指标 (1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

2024年末 2023年末 本年末比上年末増減 2022年末

总资产	4,538,588,836.36	3,787,483,622.84	19.83%	1,690,618,243.40
归属于上市公司股东的净资产	3,180,756,918.57	2,941,832,414.59	8.12%	953,671,315.24
	2024年	2023年	本年比上年增減	2022年
营业收入	2,976,628,778.17	2,144,246,144.30	38.82%	1,765,673,651.90
归属于上市公司股东的净利润	431,263,318.48	280,478,422.30	53.76%	206,099,150.67
归属于上市公司股东的扣除非经 常性损益的净利润	420,714,777.49	270,028,642.27	55.80%	204,562,289.18
经营活动产生的现金流量净额	212,498,805.92	176,694,757.71	20.26%	38,974,189.97
基本每股收益(元/股)	3.96	2.74	44.53%	2.51
稀释每股收益(元/股)	3.95	2.73	44.69%	2.51
加权平均净资产收益率	14.19%	11.62%	2.57%	24.32%
(2) 分季度主要会计数	r/据			

单位:元

营业收入	519,895,243.01	870,845,997.92	829,465,832.73	756,421,704.51		
归属于上市公司股东的净利润	50,873,633,37	131,120,364.85	119,366,647.09	129,902,673.17		
归属于上市公司股东的扣除非经 常性损益的净利润	50,371,338.22	128,266,753.31	116,179,733.33	125,896,952.63		
经营活动产生的现金流量净额	250,443,927.39	37,156,476.92	-55,485,444.07	-19,616,154.32		
上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异						

□是☑否

4 股本及股东情况

(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

报告期末普通股 股东总数	7,508	年度报告披露日前 一个月末普通股股 东总数		报告期末表决 权恢复的优先 股股东总数	年度报告披露日前 一个月末表决权恢 复的优先股股东总 数	持有特别表决权 股份的股东总数 (如有)	
		前10名股东		不含通过转融通出			
股东名称		股东性质	持股 比例	持股数量	持有有限售条件的 股份数量	质押、标记录 股份状态	次东结情况 数量
浙江中海投资有限公司 曹马涛		境内非国有法人 境内自然人	41.00% 25.97%	45,000,000 28,500,000	45,000,000 28,500,000	不适用 不适用	
缙云县众久投资合伙企业(有限 合伙)		境内非国有法人	3.51%	3,850,000	3,850,000	不适用	
香港中央结算有限公司		境外法人	1.57%	1,725,280		不适用	
东海证券—工商银行—东海证券 创业板涛涛车业1号战略配售集 合资产管理计划		其他	1.57%	1,723,801		不适用	
曹侠淑		境内自然人	1.37%	1,500,000	1,500,000	不适用	
中国建设银行股份有限公司-东 方红智华三年持有期混合型证券 投资基金		其他	0.70%	772,750		不适用	
缙云县众邦投资合伙企业(有限 合伙)		境内非国有法人	0.68%	750,000	750,000	不适用	
中国工商银行股份有限公司-东 方红新动力灵活配置混合型证券 投资基金			0.67%	738,273		不适用	
中信证券资产管理 司—客户	(香港)有限公	境外法人	0.66%	721,987		不适用	
上述股东关联关系	或一致行动的	的总经理:曹侠淑直	接持有众久	· 投资 90.89%的份料	行董事;曹侠淑为曹马 颢,且为众久投资的唯 且为众邦投资的唯一	一普通合伙人	、执行事务

持股5%以上股东、前10名股东及前10名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况 □适用☑不适用

前10名股东及前10名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化 □适用 ☑ 不适用

公司是否具有表决权差异安排

□适用 ☑ 不适用 (2)公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况 (3)以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

□适用 ☑ 不适用

公司于2024年2月2日召开第三届董事会第十七次会议,审议通过了《关于回购公司股份方案的 议案》,同意公司自董事会审议通讨该回购方案之日起不超过12个月内,使用不低于人民币5,000万 元(含本数)且不超过人民币10,000万元(含本数)的自有资金,以集中竞价交易方式回购公司部分已 发行的人民币普通股(A股)股票,用于实施员工持股计划或股权激励。公司于2024年7月6日召开第 三届董事会第二十一次会议,并于7月24日召开公司2024年第一次临时股东大会,审议通过了《关于 变更回购股份用途的议案》。回购股份用途由"用于员工持股计划或股权激励"变更为"用于注销并减 》相应注册资本"。截至2024年12月31日,公司通过股份回购专用证券账户以集中竞价交易方式回 购公司股份1,113,259股,最高成交价为70.12元/股,最低成交价为49.60元/股,交易总金额为63,836, 494.91元(不含交易费用)。2025年2月12日,公司已办理完成上述回购股份(1,113,259股)的注销事