
業 務

使命

以原創設計和智能科技，創造引領未來的出行之美。

願景

打造全球新豪華智能電動汽車領導品牌。

概覽

我們是誰

我們是一個技術自主可控的國際化高端情感智能新能源乘用車品牌，致力於打造「高顏值、高智能、高價值」的新豪華出行體驗。

自2021年以來，我們與長安汽車攜手戰略合作夥伴寧德時代、華為以及其他生態合作夥伴，通過市場導向方式，獨立打造新豪華品牌。我們的運營機制不僅依靠長安汽車資源賦能，同時採取市場化機制保持更為靈活高效的運營、決策機制，使我們能夠迅速調整業務策略，以適應不斷變化的消費者偏好及市場需求。自推出阿維塔(AVATR)品牌後不到五年，我們構建了產品設計、定義、研發、品牌、車型矩陣、營銷、用戶體系全價值鏈的核心能力。我們快速推出多款覆蓋高端豪華市場的新能源乘用車產品，成為新時代汽車行業的佼佼者。

我們採用輕資產運營模式，這使我們能夠專注於為客戶帶來更大價值的活動，如產品設計、定義、核心技術開發、品牌推廣、銷售及營銷以及生態系統運營。我們能夠開展該輕資產業務模式很大程度上歸功於我們與戰略合作夥伴長安汽車、寧德時代及華為的緊密合作。作為三方支持打造的獨立運營的豪華新能源乘用車品牌，長安汽車作為公司大股東在智能製造、供應體系、研發及測試體系和渠道資源為阿維塔賦能。寧德時代作為公司重要股東，在新能源技術平台及聯合營銷方面全力支持阿維塔發展。我們亦與擁有全行業頂尖智能汽車解決方案的供應商引望合作。我們在2025年2月以總對價人民幣115億元收購引望10%的股權。我們計劃與引望以聯合共創的模式共同打造阿維塔下一代系列車型。雙方團隊深度融合，在整車聯合定義、聯合開發與測試、聯合營銷等方面開展工作，助力打造產品競爭力、銷售上量和品牌向上。

業 務

受益於公司的輕資產業務模式，公司成功打造了一支效率領先的團隊，整體人員數量保持精簡。截至2024年12月31日及2025年6月30日，我們分別擁有合計3,492名及3,666名僱員，2024年及截至2025年6月30日止六個月我們的總收入合計貢獻分別超過人民幣150億元及人民幣120億元，體現了公司在效率領先方面的專注及顯著成效。

下圖說明我們於往績記錄期間的主要成就及表現：



附註：





1. 在定位單價人民幣20萬元以上車型的新興新能源乘用車品牌中，2024年銷量同比增長超過200%。
2. 截至2024年6月30日止六個月至截至2025年6月30日止六個月。

截至最後實際可行日期，我們已推出四款主要量產車型，即阿維塔06、07、11及12。就阿維塔11及12而言，我們亦推出了皇家劇院系列及限量版「0」系列，即阿維塔011及阿維塔012。所有車型均提供純電及增程兩種動力選擇，使我們成為首個完成完整雙動力產品陣容的新興新能源乘用車品牌。2022年8月，我們推出首款量產旗艦車型阿維塔11（一款未來智能豪華SUV）。憑藉我們先進的車輛設計能力及智能車載技術，我們迅速擴展我們的產品組合，以滿足高端客戶群不斷變化的需求。2023年11月，我們推出未來智能豪華轎車阿維塔12。2024年9月，我們推出智美都市豪華SUV阿維塔07。最近，2025年4月，我們推出了智美豪華運動轎車阿維塔06。憑藉我們在外觀設計美學、產品定義及技術創新方面行業領先的能力，我們全面的產品組合獲得了國內外頂級專業機構和消費者的廣泛讚譽。值得一提的是，我們的旗艦車型阿維塔11及阿維塔12於2024年榮獲德國紅點最佳產品設計獎，彰顯我們在設計和創新方面的卓越表現。於2025年，我們的阿維塔11在第二十五屆中國專利獎中進一步榮獲外觀設計金獎，再次肯定我們在美學及功能設計方面的行業領導地位。此外，截至2025年6月30日止六個月，多款車型在對應目標細分市場中銷量排名前列，這反映了廣泛的市場認可和公司卓越的商業表現。

截至最後實際可行日期，所有車型均提供純電與增程動力兩種選項，使我們成為全行業首個完成全部車型雙動力佈局的新興新能源乘用車品牌。我們的車輛售價介於人民幣200,000元至人民幣700,000元。

業 務

下表載列我們四款主要車型的概述：

	阿維塔11	阿維塔12	阿維塔07	阿維塔06
產品圖片.....				
產品定位.....	未來智能豪華SUV	未來智能豪華轎車	智美都市豪華SUV	智美豪華運動轎車
尺寸(mm).....	4,895x1,970x1,601	5,020x1,999x1,460	4,825x1,980x1,620	4,855x1,960x1,467
軸距(mm).....	2,975	3,020	2,940	2,940
動力形式.....	純電／增程			
最高續航公里數 (CLTC).....	純電：815km 增程：1,065km	純電：755 km 增程：1,270 km	純電：650 km 增程：1,100 km	純電：650 km 增程：1,250 km
上市時間.....	2022年8月	2023年11月	2024年9月	2025年4月
廠商建議零售價 (不包括海外) (人民幣 千元).....	289.9-429.9	269.9-429.9	219.9-279.9	209.9-279.9
產品成績／ 亮點.....	<ul style="list-style-type: none"> 截至2025年6月30日止六個月，在泰國售價2.0百萬泰銖及以上純電動汽車車型中銷量排名第二 2024紅點最佳產品設計獎 第二十五屆中國專利獎－外觀設計金獎 	<ul style="list-style-type: none"> 以截至2025年6月30日止六個月的中國銷量計，在售價人民幣300.0千元以上新豪華新能源乘用車大型轎車中排名第二 2024紅點最佳產品設計獎 	<ul style="list-style-type: none"> 以截至2025年6月30日止六個月的中國銷量計，在售價人民幣200.0千元以上新豪華新能源乘用車中型SUV型號中排名第五 	<ul style="list-style-type: none"> 以2025年第二季度的中國銷量計，在售價人民幣200.0千元以上中型新能源乘用車轎車車型中排名第二

業 務

技術實力

我們以強大的自主技術實力與原創美學設計理念為基礎，持續投入大量資源在豪華智能新能源乘用車核心領域進行自研開發。我們圍繞包括原創設計、汽車智能化、安全健康等核心技術領域構築起行業領先的差異化技術實力。與此同時，我們戰略性地整合長安汽車的智能製造、寧德時代的新能源技術和引望的汽車功能智能化技術資源。這類合作使我們能夠在我們的產品生態系統中積累深厚的技術儲備並加速創新。基於我們強大的創新實力、前沿的設計美學及我們獨特的「情感智能」概念，我們依託核心戰略合作夥伴的行業領先技術及自研技術，共同開發下一代智慧出行解決方案，構建豐富的車型系列，提供先進的情感交互能力，為智慧出行體驗樹立新標桿。

我們高度重視建立高水平的研發團隊。截至2025年6月30日，研發人員佔我們員工總數超過57.1%，反映了我們對創新和卓越技術的堅定戰略。我們將繼續加大對前沿技術與美學設計開發的投入，同時積極發揮核心戰略合作夥伴的先進技術能力。我們預期這些努力將支持我們保持行業領先技術實力與市場地位。

我們高度重視技術積累。我們已建立強大的知識產權儲備體系；自推出阿維塔(AVATR)品牌後不到五年，截至2025年6月30日，我們已在全球範圍內積累了1,326項專利，其中包括多項與新能源汽車前沿領域相關的專利，專利申請效率行業領先。

我們的全球業務佈局

自成立以來，我們秉承全球化理念。我們在中國和德國慕尼黑設置辦公場所，截至2025年6月30日，慕尼黑設計中心匯集了來自20多個國家的111名僱員，為我們未來美學創新及全球化設計語言的發展營造了溫潤的土壤環境。慕尼黑設計中心亦在塑造我們車型的豪華魅力及世界級美學複雜性方面發揮關鍵作用，使我們的車型設計語言得以保持在行業領先水平，有助於使全球消費者與我們的品牌產生深刻共鳴。

業 務

我們一直致力於全球業務擴張。在中國，我們已建立廣泛且深度整合的銷售網絡：截至2025年6月30日，我們的銷售及服務網絡包括564家門店，覆蓋191個城市，已基本實現中國一至三線城市全覆蓋，以及覆蓋63%的核心商圈。該廣泛網絡使我們能夠接觸到廣泛的消費者，並在主要中心地區保持強大的品牌知名度。與此同時，我們正在向全球新興市場加速拓展，且已開始展現出強大的競爭勢頭。截至2025年6月30日，我們在東南亞、中東非、歐亞、中南美4個大區的29個國家及地區設有41個海外銷售網點；我們計劃於2026年正式進軍具備高端新能源汽車銷售增長高潛力的歐洲市場。

我們的增長

我們於2022年12月開始交付車輛。我們的車輛交付量由2023年的20,021輛大幅增加至2024年的61,588輛。截至2025年6月30日止六個月的總交付量達56,729輛，尤其2025年6月的月度交付量12,805輛，創歷史單月銷量新高。

我們的收入由2023年的人民幣5,645.4百萬元大幅增加至2024年的人民幣15,195.2百萬元，及由截至2024年6月30日止六個月的人民幣6,149.7百萬元增加98.5%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣12,208百萬元。車輛銷售收入由2023年的人民幣5,542.0百萬元大幅增加至2024年的人民幣14,417.3百萬元，及由截至2024年6月30日止六個月的人民幣5,909.8百萬元增加94.4%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣11,490.0百萬元。其他業務收入（包括輔助駕駛解決方案、生態系統和售後服務以及銷售零部件）由2023年的人民幣103.4百萬元大幅增加至2024年的人民幣777.9百萬元，分別佔我們2023年及2024年的總收入的1.8%及5.1%；其他業務收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣239.9百萬元增加至截至2025年6月30日止六個月的人民幣718.0百萬元，同時隨著整車保有量逐步增長，非整車收入提升迅速且潛力巨大。

競爭優勢

行業頂級戰略合作夥伴賦能，實現以效率領先為核心的最佳資源整合

我們已與頂級戰略合作夥伴建立緊密聯盟，包括長安汽車、華為及寧德時代。這些互惠互利的合作關係，使我們能夠善用他們的資源與支持，這對於我們能夠發展為中國領先的新豪華智能新能源乘用車領導品牌至關重要。2025年9月20日，我們與長安汽車、華為、寧德時代共同發佈了阿維塔戰略2.0，各方將攜手「共會新戰略、共建新模式、共創新智造、共拓新市場」，通過「一個團隊、一個目標、一套打法」實現戰略成功。

業 務

長安汽車

作為在長安汽車支持下打造的獨立新豪華汽車品牌，我們在長安汽車品牌向上發展戰略中發揮著至關重要的作用。長安汽車為我們提供了涵蓋智能製造、供應體系、研發及測試體系和渠道資源等全方位的平台化賦能。通過與長安汽車在新能源乘用車前沿領域的合作，發揮雙方優勢及資源互補，提升產品開發效率和銷量水平，並持續提升我們在高端新能源乘用車市場的核心競爭力。

- **智能製造**：長安汽車憑藉國際領先的精益製造體系和全流程數字化生產能力，為我們提供高效的生產基礎。通過與長安汽車聯合生產，我們在整個生產過程中亦可享受較低的製造成本。
- **供應體系**：我們利用長安汽車的全鏈條供應商網絡，有助確保合作供應商的質量。此外，長安汽車亦協助我們與供應商談判，以獲取有關技術及定價的優惠條款。
- **研發及測試**：長安汽車支持我們全面使用其全球領先的研發實驗室和數據中心能力（180個實驗室，涵蓋12個主要開發領域）。此外，長安汽車提供產品研發體系的基礎架構，助力我們搭建高端研發體系。
- **渠道資源**：長安汽車通過其優質經銷商資源，支持阿維塔快速拓展門店。此外，長安汽車的海外資源（包括103個海外銷售地區）為我們快速進入海外市場提供便捷通道。

寧德時代

在新能源乘用車動力解決方案領域方面，我們已與寧德時代建立全面聯盟，並取得其全面戰略支持，寧德時代是全球領先的電池公司，主要從事新能源乘用車電池和儲能系統電池的研發、生產及銷售，寧德時代為我們的車型提供全套旗艦動力解決方案和技術。這些解決方案和技術包括麒麟電池、神行超充電池、驍·遙超級增混電池、全生命周期智慧電池管理系統、CTP 3.0技術及5C快充技術。阿維塔車型上將優先搭載寧德時代最新的「磐石」底盤技術，「磐石」底盤技術能夠實現全球領先的120公里／

業 務

小時正面碰撞不起火的電池安全能力。我們也正與寧德時代合作開發下一代滑板底盤技術，以應用於未來車型。於2025年，我們啟動N-Plus合作模式，與寧德時代共同投入品牌共創與營銷推廣資源，共同推廣產品，提升市場影響力。

引望

引望是汽車智能行業的領導者，我們與引望的戰略合作及我們對引望的戰略投資對我們提升汽車智能化水平和行業影響力至關重要。於2025年2月，我們通過戰略投資促進雙方的戰略合作進一步深化。在此模式下，我們與引望建立了深度融合的項目決策流程機制，雙方派駐大量專業人才到另一方的場地聯合辦公，幫助我們形成更高效的、以用戶為中心的運營體系。此項合作實現了引望的輔助駕駛技術、智能座艙系統及智能車控優勢與我們的整車設計、平台性能優勢的完美結合，同時，我們亦致力於在產品定義、開發至營銷等方面深化與引望端到端的合作模式，確保引望助力我們在產品打造全價值鏈的協同發展。在產品開發方面，我們整合引望的先進智能汽車解決方案，實現深度技術對接。引望同時向公司提供包括iDVP智能數字底座和鴻蒙座艙等先進技術方案支持，與公司聯合共創具備市場競爭力的座艙應用生態。在產品營銷方面，華為及引望的營銷團隊將支持公司開展品牌營銷，快速打入用戶心智。

輕資產模式運營，聚焦資源投入到為用戶創造更高生態價值領域

基於緊密戰略合作方賦予的天然優勢，我們採取輕資產商業模式運營，讓我們能專注於為客戶創造更高價值的活動，例如產品設計、定義、核心技術開發、品牌建設、銷售與營銷，以及生態系統運營。我們在工程化研發、工廠建設等重資產投入環節通過戰略合作撬動長安汽車與戰略合作夥伴資源，而我們主要聚焦於洞察客戶需求，並設計能夠提升全生命週期出行體驗的產品。我們的輕資產商業模式進一步帶來業務上的敏捷性，使我們能靈活、快速地應對全球新能源乘用車市場的競爭態勢。

業 務

在中國新能源智能網聯汽車的激烈競爭中，阿維塔輕裝上陣，借助戰略合作夥伴的優勢資源，保持極佳的業務可持續性和抗風險能力。依託長安汽車精益管理體系經驗積累，搭建適用於高端化產品的精益化管理體系，同時內化沉澱引望等核心戰略合作夥伴的行業領先產品開發流程體系。通過創新的數智精益管理，實現最優製造成本和高製造效率。截至2025年6月30日，公司僅靠約3,600人的精簡團隊架構設置，通過高度集中資源與精力專攻重點業務領域，有效實現了整體經營業績的快速增長、成本開支的顯著下降。與此同時，基於輕資產運營模式，公司顯著提升了整體經營效率，在面對市場需求時能夠更快實現響應。公司借用平台化能力快速打造服務於高端產品的尖端技術，快速建立高效迭代的產品矩陣，快速建立渠道營銷矩陣化能力，發揮出極強的創新能力和可持續發展能力。

我們的輕資產商業模式亦使我們能夠在汽車銷售之外，提供多樣化的生態和售後服務，提升用戶的全生命週期出行體驗，如輔助駕駛訂閱、車輛維護與支援、配件、品牌周邊商品，以及車主參與和互動平台。這些服務為客戶的出行需要提供一站式的解決方案，同時產生持續性的收入與長期的商業價值。2024年，輔助駕駛解決方案、生態系統和售後服務以及銷售零部件所產生的收入佔我們總收入逾5%。我們正在積極拓展售後市場生態業務版圖，我們相信此可帶來巨大的變現潛力。

圍繞原創設計、行業領先的汽車智能化及安全健康科技打造「新豪華」新能源乘用車品牌，定義情感智能的高端出行體驗

經過多年在品牌塑造、完善和推廣方面的持續投入，我們已建立起具有高度原創性與辨識度的高端阿維塔(AVATR)品牌。我們將原創美學設計、前沿汽車智能及全域安全及舒享健康科技融合，全面提升駕乘體驗。我們以標誌性的未來主義設計語言傳遞我們獨特的品牌格調，並通過融合自研及合作夥伴技術賦能的高階輔助駕駛與沉浸式智能座艙體驗，兌現我們的全場景智慧出行承諾。我們亦以超越行業標準的全域安全架構及健康座艙相關功能為高端出行樹立標桿。這些努力使我們成功在消費者心目中樹立起深入人心的高端品牌形象。

業 務

設計

憑藉獨特及前瞻性的設計，我們為消費者帶來卓越的美學體驗，從而建立我們的高端品牌形象。我們高度關注未來感汽車設計，我們在所有車型中將先進的車輛科技與個性化、功能性與藝術表達相融合，提供優雅且具有未來感的出行體驗，彰顯車主非凡的品味。公司亦長期追求卓越的「時尚+個性化+藝術性」設計理念，打造車型原創設計語言，在全系產品中保持一以貫之的家族式設計語言和DNA譜系。我們通過「0」系列的聯名及限量版繼續強化我們的高端品牌定位。我們與時任Dior、Fendi及高定藝術總監Kim Jones共同打造阿維塔012，並推出由首席設計師Nader Faghihzadeh主導的「皇家劇院」系列。這類合作顯著提升我們品牌的豪華吸引力，並獲得市場廣泛認可，進一步鞏固我們作為全球高端智能新能源乘用車品牌的形象。

智能

我們亦通過領先智能科技為用戶提供全方位安全、健康和高情商有溫度的智能交互移動空間，提供領先的智能出行體驗。我們充分整合中國頂尖科技製造實力的創新合作模式。

我們亦致力於將「情感智能」理念與先進AI基礎模型技術相融合，讓汽車真正懂用戶，以實現高度的個性化情感體驗。例如，我們的車輛可以根據用戶偏好自動調節座椅位置、溫度及氛圍燈，並在出行過程中提供主動語音交互。通過這些互動，我們力求在車輛與乘客之間建立情感連接，將車輛定位為真正的「智慧化身」。

安全健康

我們致力於與戰略合作夥伴攜手打造全車安全防護體系，為用戶帶來極致的「安全豪華」體驗。為應對智能新能源乘用車行業從被動安全向主動、全域、智能安全不斷發展的安全需求，我們在被動安全、主動安全、電池安全、數字化安全技術等方面構建強大的「新安全」體系。我們的阿維塔11是行業率先獲得C-NCAP、C-GCAP及

業 務

C-ICAP全五星評級的車型。我們的阿維塔07也獲C-NCAP五星安全認證，綜合得分率90.2%。有關成績反映我們持續努力為用戶構建起堅實且穩固的「新安全」堡壘，全面夯實「安全是最大的豪華」理念。在座艙內，我們則配備抗菌內飾、紫外線殺菌燈、先進的溫控系統與水離子空調系統，全力打造出安全、健康且舒適的駕乘空間。

頂尖的技术融合和自研能力，持續構建前瞻技術護城河

我們積極擁抱電動化轉型深化、智能化爆發的智能新能源乘用車技術發展趨勢，通過整合行業領先的技術資源與持續構建差異化競爭力，持續構建並夯實阿維塔技術護城河。憑藉多年持續高研發投入與戰略合作，我們將原創設計、情感智能與安全健康融入用戶出行的每個環節。我們已建立堅實的技術基礎，致力於打造智能、美觀且高價值的智能新能源乘用車，從而重新定義智能高端出行體驗，在新豪華出行領域樹立新標桿。我們的目標是擔當重新定義智能高端出行體驗的領導角色，為豪華出行領域樹立新標桿。

高智能

我們通過AEEA智能平台架構、輔助駕駛、智能座艙、太行智控底盤及昆侖動力等領域的全球領先技術，以用戶需求為導向，以軟件定義汽車，為用戶提供智能交互、愉悅駕乘的出行體驗。

- *AEEA智能平台架構*：我們與引望共同打造的AEEA智能平台架構為中央+區域架構，縮短開發週期30%以上，使我們能夠快速、精確地提供最前沿的解決方案，給用戶帶來更智能、更豐富的用車體驗。其搭載引望輔助駕駛、座艙、iDVP區域控制器產品，具有整車橫縱垂3向控制及車身、動力、底盤、輔助駕駛、座艙、車雲6大域的融合感知控制，在車載佈置上採用區域就近收編佈置方案，傳感執行就近接入，減少線束佈置成本，節約佈置空間。可提升電子電氣系統綜合成本效益、功能帶寬、安全性及硬件集成，實現更大及更高效協同效益及創新。

業 務

- **輔助駕駛：**我們使用戰略合作夥伴行業前沿的輔助駕駛技術，持續首批搭載城區領航輔助駕駛（「NCA」）、代客泊車輔助（「AVP」）等業內領先的輔助駕駛功能，通過搭載冗餘感知硬件，為用戶提供高效快捷、安全可靠的輔助駕駛體驗。車輛配備多達34個輔助駕駛傳感器，最多四個激光雷達，可實現360度高冗餘環境感知，帶來全場景輔助駕駛體驗，除城區領航輔助駕駛(NCA)、高速領航輔助駕駛(NCA)外，還能夠實現包括車位到車位（「P2P」）、一鍵挪車、極窄車位輔助停車等先進輔助駕駛功能。同時我們全系車型標配全維防碰撞系統，為用戶提供更安全的出行體驗。
- **智能座艙：**我們與戰略合作夥伴聯合研發行業前沿的融合AI座艙技術，為用戶提供智能化、個性化的情感智能座艙。從座艙設計、智能交互等方面與AI驅動技術融合，我們將技術與以用戶為中心的設計無縫融合。座艙設計包括原創設計、柔軟觸感的材料、卓越的英國之寶音響系統、智能氛圍燈和香氛系統。結合環抱式感應座艙、遠端屏及MoLA混合大模型帶來的智能交互，實現了奢華的視、聽、觸、嗅多感官的沉浸式駕乘體驗。
- **太行智控底盤：**我們將先進硬件與智能控制技術融合，聯合世界知名專家對太行智控底盤進行調教，達到性能與舒適的最佳平衡，為用戶帶來卓越的駕駛體驗。在硬件層面，太行智控底盤搭載磁流變減震器、分佈式電驅等，同時我們也正積極研發量產搭載若干行業領先的硬件設定，如液壓主動懸架、電磁主動懸架、線控制動、線控轉向、後輪轉向，打造頂級機械素質底座。在軟件層面，我們將通過部署跨域融合感知、融合控制和AI技術，打造真正智控底盤，在響應性和精準度方面保持行業領先。

業 務

- **崑崙動力**：我們與戰略合作夥伴共研開發崑崙增程發動機系統，通過智慧能源管理為用戶提供強勁的加速性能和極致的靜謐性，帶來動感十足的駕駛體驗和安靜舒適的出行體驗。該系統具有極致強勁、極致靜謐的特點，滿電饋電狀態下動力性和靜謐性都可媲美純電，具備行業領先的控溫、控扭、控油電能力。其油電轉化率為每公升3.63度電，運行效率為90.6%，提供高效能源使用。噪音維持在75分貝以下，確保用戶尊享靜謐的乘車體驗。

高顏值

我們投入大量精力為車型開發原創美學設計。在車輛外飾方面，我們採用Halo交互屏、無後擋風設計、無框平順車門與隱藏水切；在內飾方面，我們採用「情感渦流」與遠端顯示屏，CMF設計運用先進的色彩面料技術。我們同時也為新一代車型的創新外觀設計建立了大量技術儲備，為公司全系車型的高端原創美學造型持續拓寬邊界。我們亦在造型美學與工藝實現上開展大量研發投入，致力於保障極致原創外觀美學與工程實現之間的絕佳平衡，提供兼具遠見和可製造性的設計。

高價值

我們亦通過一系列與安全和健康有關的高價值功能提升消費者的出行體驗。

全域安全

我們將安全視為出行體驗的核心部分。我們專注通過以下四個維度全方位確保汽車的全域安全能力，充分保障乘客的乘車安全體驗：

- **被動安全**：我們採用高強度車身結構設計，配備頂級安全用料、超越同級別車型的安全氣囊個數，提供全面的被動安全保護。例如阿維塔07獲C-NCAP五星安全認證，綜合得分率90.2%。其採用「六橫九縱」結構，先進高強鋼、熱成型鋼及先進鋁合金應用佔比達90%，全系標配9個安全氣囊。

業 務

- **主動安全**：通過搭載最前沿的輔助駕駛技術，我們具備行業領先的自動緊急制動系統（「**AEB**」）、駕駛員監控系統（「**DMS**」）、增強自動緊急轉向輔助等高階主動安全功能，全力保障用戶在突發交通狀況下的緊急自動響應能力。
- **電池安全**：我們通過推動應用半固態及固態電池技術提升高壓安全性，同時全系搭載全維度熱安全防護技術，保護電池熱安全。
- **數字化安全**：我們以整車功能安全為基礎，開發專有的智能檢測預警平台與智能雲診斷平台，運用先進的物聯網技術和大數據分析能力，實現對車輛運行狀態的7×24小時實時監測與智能預警。

舒享健康

同時，我們致力通過建設聚焦空氣質量及積極健康管理的座艙健康生態系統，從而將我們的車輛打造為「智能移動健康空間」。

- **空氣質量**：我們全面提升座艙內部的用料及製造程序，從源頭減少釋出易揮發的有機化合物（「**VOC**」）及異味。此外，我們加入具備防菌、防病毒及抑制致敏源功能的納米水離子空調系統，以保護呼吸系統健康。
- **積極健康管理**：我們正在進行乘客監控（「**OMS**」）及駕駛員監控技術的研發，以檢測心率及血壓等生命體徵的變化，我們的AI算法和醫學模型實時分析這些指標，持續守護用戶的健康。

高效迭代的產品體系，主動應對激烈市場競爭

憑藉我們在應對不斷轉變的消費者偏好及需求具有深刻洞察力，我們靈活且精準地調整產品定義及開發體系，確保我們的產品精準應對不斷轉變的偏好及需求。結合高效領先的OTA升級能力，我們顯著提升了用戶體驗及應對不斷轉變的需求的回應速度，我們所作出的努力持續強化自身高端品牌認知與提升市場競爭力。

業 務

產品定義與開發流程

在整個車輛定義過程中，我們與戰略合作夥伴緊密合作，通過使用結構化分析工具和科學研究方法，我們更深入了解客戶的真正需求，從而使我們能夠通過模塊化設計、端到端特徵管理及不斷重新調整來定義主要車輛功能。我們引入AI-PDS新產品開發系統，以聚焦我們產品的全生命週期產品開發；並引入AI-PMS產品營銷系統，以支持全生命週期的商業運營和後勤支援。這兩個系統中的每個關鍵流程均旨在整個產品定義、開發、製造、銷售及營銷以及售後服務流程中發揮支持我們的「新豪華」品牌戰略的作用。

軟件生態系統升級

我們是中國首批能夠提供整車級別OTA升級服務的新能源乘用車品牌，具備每月至少1次OTA迭代的能力。通過與戰略合作夥伴合作，我們開發以服務為導向的電子電氣架構以及底層應用體系更新能力。該架構為軟件開發提供了便捷高效的開發條件，並且在整個車輛生命週期內支持安全穩定的軟件更新。截至2025年6月30日，我們已完成36次OTA升級，包括僅在2024年的20多次升級，每次升級成功率均保持在99.9%以上。公司OTA覆蓋多個車系的國內及海外產品，可為不同車型的全球用戶提供持續的功能更新和體驗優化，具有全生命週期OTA升級服務體系能力。

具有多元化背景及豐富經驗的富有遠見管理團隊，以及卓越精幹的員工隊伍，保證我們的可持續增長

我們的高級管理團隊匯集來自國際豪華汽車品牌、國內合資企業、頭部傳統主機廠和全球頂級金融機構的專業人士。我們的高級管理團隊成員在汽車行業擁有平均超過20年的專業經驗，這使他們能夠憑藉全球視野及多元化專業知識作出富有遠見的領導。

我們的成功亦有賴於技能卓越的勞動團隊的貢獻，截至2025年6月30日，我們約有3,666名僱員。我們注重高學歷研發人才積累，超過57.1%員工從事技術及研發工作，覆蓋研發專案管理、整車產品開發等核心領域，是驅動企業技術創新的中堅力量。我們的僱員主要位於重慶及上海，我們亦於德國經營設計中心，人才來自20多個國家及地區（包括中國、美國、德國、法國、意大利及其他國家）。這種文化多樣性增強了我們的設計創造力及對全球市場的視野。

業 務

戰略

加強戰略聯盟，構建領先卓越的智能新能源乘用車品牌新範式

我們旨在深化戰略合作夥伴關係，以提升公司整體的開發和運營能力。通過持續內化長安汽車、寧德時代及引望積累的豐富經驗和體系化能力，在品牌、營銷、技術、產品、供應、生產等各方面高效利用好三方資源進一步實現運營品質的全面躍升。

- **長安汽車**：我們計劃不斷內化長安汽車在整車研發、製造、供應、營銷等方面的體系化運營能力。通過充分利用長安汽車在電動化和智能化系統領域實現的技術積累及底層技術資源，逐步將前沿技術成果轉化為目標用戶期望的產品功能。我們亦將充分利用長安汽車在強大供應鏈及生產管理方面的積累，建立更良性的供應商合作溝通機制以及更具備性價比的柔性生產能力。此外，我們也將充分利用長安汽車持續推動新媒體營銷、渠道轉型、全球擴展的戰略勢能，借力實現汽車銷售業務在全球範圍的快速擴張。
- **寧德時代**：我們計劃與寧德時代落實新階段的深化戰略合作。具體而言，我們計劃推進我們對新一代能源技術的聯合開發，包括高能量密度固態電池、磐石滑板底盤平台等。我們亦計劃在聯合營銷、聯合定義等方面進行深化合作，不斷提升品牌影響力並聯合銳化「新安全」的品牌標籤。
- **引望**：我們正在與引望深化整合聯合共創模式，內容包括但不限於在產品體驗、定義、開發，渠道共用及品牌營銷。我們計劃繼續基於引望在輔助駕駛、智能座艙、智能車控及智能車雲技術方面的前沿技術，聯合共創先進的下一代智能解決方案並將其廣泛融入我們的未來車型，構建更多個性化應用場景及智能生態系統。

業 務

堅持以用戶需求為導向，持續在核心市場投放新品，打造爆款大單品

我們秉持以用戶為中心的理念，致力於打造強勁的高端品牌勢頭。通過在重點市場持續推出新產品，在高端消費者心目中佔據領先地位。

我們計劃不斷提高用戶需求洞察能力，依託此能力不斷打磨產品定義，通過消費者偏好洞察－產品體驗屬性定義－產品投放與迭代－用戶體驗迭代－用戶終身價值拓展，實現品牌價值躍遷。在這樣的週期下，我們將持續深入挖掘及快速迭代改進產品設計、智能化功能和用戶全生命週期體驗，構建產品的長期核心競爭力。

展望未來，我們計劃推出多款全新高端及豪華車型，豐富高端產品譜系，逐步提升產品平均售價，聚焦佈局大容量、高增長細分市場。具體而言，我們將聚焦資源快速佈局高市場需求高利潤表現的高端中大型和大型SUV市場，打造多款年銷破10萬台的大單品車型，實現快速規模化的同時迅速拉升高端品牌形象。在未來的全新車型中我們將通過「造型+尺寸+性價比+黑科技」四核驅動，使產品在各用車場景下實現差異化場景體驗領先，為消費者提供更卓越的大空間的出行體驗。

加速推進全球化佈局，探索業績增長新引擎

我們堅定不移推進全球化佈局，打造全球研產供銷服全鏈條的業務體系和能力。我們的目標是致力於實現品牌國際影響力與全球市場份額的同步提升。

我們以區域市場的特定需求為導向，我們計劃以純電和增程多能源形式的產品組合，根據中東、東南亞、歐洲等地不同特點佈局不同車型，構建「豪華+主流」的產品組合，打造精準匹配當地市場需求的產品，建立強大的海外品牌認可度。

我們亦計劃利用長安汽車在海外已佈局的區域，借助其全球渠道快速打入當地市場並建立全球化高端品牌服務標準。與此同時，我們計劃聚焦全球高價值汽車市場，構建區域化的生產、供應鏈與服務體系，實現對當地市場的深度綁定，為銷量快速增長及品牌的長期發展奠定堅實基礎。

業 務

保持技術領先地位，強化智能出行品牌

我們計劃通過與第三方持續技術共創及自主研發核心差異化技術的策略持續深化技術佈局，保證新產品及產品迭代後持續具備行業最領先的技術水平。通過AI技術的深度滲透與全鏈條賦能，我們計劃構建更具競爭力與韌性的技術生態系統。具體而言，我們計劃持續升級我們的平台架構，從而總體提升產品性能及成本效益，我們將資源投入到AI智能座艙、高階輔助駕駛、高階太行智控底盤系統等差異化技術的開發，全面實現軟件定義汽車。我們亦將開發改善原創造型方面的創新技術，並結合先進安全與健康創新技術打造全球領先的全域安全系統與舒享健康移動空間，持續強化「智能化」品牌核心標籤，致力於成為全球新豪華智能新能源乘用車領導品牌。

樹立新豪華品牌形象，持續為消費者帶來高價值服務和出行體驗

我們計劃通過強化「高顏值、高智能、高價值」的品牌理念，快速提升品牌知名度和消費者接受度，使用戶與我們的新豪華品牌形象產生更深層次的共鳴。具體而言：

- **高顏值**：我們計劃升級設計理念，彰顯第二代設計美學，外加與頂級設計師聯名合作，強化我們作為中國具備領先原創設計能力的汽車品牌的定位。
- **高智能**：通過自研開發及與戰略合作夥伴合作，我們擬繼續加強我們在智能科技方面的能力及儲備，帶給消費者持續進化的智能化出行體驗。
- **高價值**：我們計劃全面優化銷售、交付、服務效能，提高我們在消費者購車的每個環節（選車－買車－用車全流程）提供定制化、高品質、響應及時且全程無憂的新豪華體驗的能力。為此，我們加強員工服務培訓及選拔標準、完善標準化門店運營管理體系，以提高服務質量，增強品牌服務滿意度。

業 務

聯手產業鏈生態合作夥伴，共創未來出行生態圈

隨著高階自動駕駛技術的不斷發展，我們相信，汽車的駕駛屬性將會迎來技術平權，智能座艙的空間體驗將會被重新定義。汽車已逐漸成為移動的第三空間，用戶對於座艙娛樂、休憩、辦公、車家互聯、露營等需求大大提升。為此，我們計劃與戰略合作夥伴積極合作，從駕艙軟件生態服務、無人駕駛平台服務、車生活泛服務，三個維度構建新一代智能出行生態系統。該生態系統旨在為用戶的駕駛旅程提供無縫、智能且具有情感共鳴的體驗。

我們的業務

我們是技術自主可控的國際化高端情感智能新能源乘用車品牌，致力於打造「高顏值、高智能、高價值」的新豪華出行體驗。憑藉我們備受認可的高端品牌，我們的智能新能源乘用車專為中國新能源乘用車高端及豪華細分市場而設計，主要在著重精緻美學、先進技術及高端駕駛體驗的高收入人士中產生了強烈的共鳴。

於往績記錄期間，我們的收入主要來自銷售新能源乘用車。其次，我們的收入亦來自銷售汽車零部件及增值產品以及新能源乘用車全生命週期支援服務。下表載列於所示年度／期間按業務分部劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
銷售新能源乘用車...	25,809	91.1	5,542,018	98.2	14,417,324	94.9	5,909,796	96.1	11,490,008	94.1
銷售汽車零部件及 其他 ⁽¹⁾	2,528	8.9	103,339	1.8	777,896	5.1	239,854	3.9	718,030	5.9
總計.....	<u>28,337</u>	<u>100.0</u>	<u>5,645,357</u>	<u>100.0</u>	<u>15,195,220</u>	<u>100.0</u>	<u>6,149,650</u>	<u>100.0</u>	<u>12,208,038</u>	<u>100.0</u>

(未經審計)

附註：

1. 其他主要包括生態系統及售後服務。

我們的汽車產品

截至最後實際可行日期，我們已推出阿維塔11、阿維塔12、阿維塔06及阿維塔07四款主流量產車型。阿維塔11及阿維塔12兩款車型均提供高端的皇家劇院系列及高端「0」系列（即阿維塔011及阿維塔012）。所有車型均提供純電與增程動力兩種選項，

業 務

使我們成為全行業首個完成全部車型雙動力佈局的新興新能源乘用車品牌。於2022年8月，我們推出首款量產旗艦車型阿維塔11（一款未來智能豪華SUV）。憑藉我們先進的車輛設計能力及智能技術，我們迅速擴展我們的產品組合，以滿足高端客戶群不斷變化的需求。於2023年11月，我們推出未來智能豪華轎車阿維塔12。於2024年9月，我們推出智美都市豪華SUV阿維塔07。最近，於2025年4月，我們推出了智美豪華運動轎車阿維塔06。

阿維塔12

阿維塔12是一款未來智能豪華轎車，專為注重美學、尖端科技和典雅駕駛體驗的人士打造。這款車型主要面向的客戶推崇創新和現代設計，並尋求既能貼合其高雅品味又融合智能功能的汽車。這款車型結合當代設計風格與智能系統，為高端電動轎車樹立標桿。

我們推出阿維塔12皇家劇院系列，以原創設計及劇院級車內體驗重新定義電動轎車。此車型的獨特灰黑雙拼色車身搭配銀色腰線，與精緻的內裝相得益彰，內裝採用紅色絨面車頂和白色真皮座椅，打造豪華出行新標準。

阿維塔12提供純電和增程雙動力版本車型，純電版本電池94.5kWh，續航里程可達755km；阿維塔12是首款搭載增程技術的人民幣30萬元級別轎車車型，採用昆侖動力總成，搭配寧德時代52.01kWh的超級增•混電池，純電續航可達356km，綜合續航可達1,270km。

下圖展示阿維塔12：



業 務

阿維塔12透過整合先進的智能系統及豪華功能，在同價位的競爭新能源乘用車型中脫穎而出。阿維塔12提供豪華且優雅的智能出行體驗。主要特點包括：

- **標桿級智能科技**：阿維塔12作為高端智能新能源乘用車代表，全系搭載華為乾崑智駕ADS 4方案，並配備頂配4激光雷達方案（3顆長距激光雷達+1顆高精固態激光雷達），實現360°厘米級感知覆蓋，更精準識別複雜路況與障礙物。座艙搭載鴻蒙座艙Harmony Space 5系統，通過超級桌面、無縫流轉等功能構建智慧交互生態；同時配備35.4英寸4K遠端屏及可60°-100°大角度反轉的16英寸2K分辨率後艙懸浮天幕屏。
- **舒適座艙體驗**：阿維塔12的座艙內飾旨在打造沉浸式奢華體驗，其配備雙零重力前排座椅、nappa真皮內飾及超纖絨類麂皮頂棚；座椅依託3,020mm超長軸距，擁有「雙一米」後排空間，髖部至車頂距離964mm，腿部空間達1,000mm；英國之寶音響系統搭載多達25個揚聲器，給予車內空間全景聲場體驗；中控台採用歐洲精選實木裝飾，且擁有可升降的雙50W手機超充浮島，提升座艙質感可伸縮無線充電島兼具實用性與雅致質感。
- **豪華設計理念**：設計上以「未來美學」為核心，打造輪高比0.514，寬高比1.38，軸長比0.602的黃金比例；採用家族式蝶翼前臉，搭配由234顆LED構成的星旅式燈組，夜間點亮辨識度高；全系搭載帆式主動升降尾翼，兼顧美學與實用性。在座艙設計上遵循「GentleTech」極簡設計理念，取消了傳統的可視後窗，並配備內部電子內外後視鏡；阿維塔12同時是同級市場中唯一搭載電子外後視鏡的車型；此外，阿維塔12還配備了皇家劇院系列，配備有雙拼色車身及皇家劇院專屬徽標和升級配置，進一步凸顯車主的尊貴身份標識。
- **全面安全保障**：主動安全方面，阿維塔12裝配華為乾崑智駕頂配4激光雷達與全維防碰撞CAS 4.0系統，可精準識別「鬼探頭」等場景。被動安全方面，採用鋼鋁混合籠式車身（航空級鋁材與高強度鋼佔比超80%），通過150餘項專項試驗且機械測試通過率100%；標配8個安全氣囊，包括2個後排側氣囊，搭配雙預緊安全帶，形成全方位乘員防護。

阿維塔12以其設計及創新獲得認可，其於歐洲最著名的汽車展覽會之一慕尼黑IAA Mobility 2023（2023德國慕尼黑車展）的國際首秀。阿維塔12亦榮獲2024紅點最佳產品設計獎。

業 務

阿維塔012系列

我們亦發佈阿維塔12的「0」系列阿維塔012，此乃我們與時任Dior及Fendi藝術總監Kim Jones合作推出的限量版產品。Kim Jones被譽為最具影響力的當代設計師之一，把高級時尚感性和跨領域設計語言引進汽車模式。阿維塔012全球限量僅700輛，並彰顯我們致力融合豪華設計、科技及精湛工藝的承諾：

- *時尚主導的設計融合*：阿維塔012將高級時尚工藝技巧和升級精選材料融入汽車的內部和外部設計細節，力求傳達與阿維塔12輪廓一致的情感共鳴和畫廊級美學。
- *一對一定制計劃*：對於特選部件（包括方向盤和B柱），我們從高級時尚的交織字母圖案中汲取靈感，提供個性化定制選項，作為獨特的所有權標誌。這種定制化方式，加上限量生產，增強了車型的收藏特質。
- *「星光天篷」全景天窗*：阿維塔012車型採用64色星空圖案，透過智能控制系統與車內環境照明動態同步，營造出微妙的夜空氛圍，結合業界首創的漫射EC光敏頂篷技術，提供視覺效果和自適應燈光控制，提升舒適度和隱私性。

下圖展示阿維塔012：



業 務

阿維塔07

阿維塔07是一款智美都市豪華SUV，專為追求精緻生活方式、先進技術及富有表現力設計的都市專業人士而設計。阿維塔07的定位是「智美都市豪華SUV」，集未來感的造型、高性能動力及智能功能於一體。黃金比例、蝶翼式前臉和星軌式流光尾燈，將其塑造得輪廓分明，盡顯自信與優雅，以四大滿配實現入門即滿配，重構中型SUV價值基準。

阿維塔07提供純電和增程雙動力版本車型，純電版本電池容量82.16kWh，搭載寧德時代神行超充電池、續航里程可達650km；增程版本採用昆侖動力總成，搭配寧德時代52.01kWh的超級增•混電池，純電續航可達333km，綜合續航可達1,200km。

下圖展示阿維塔07：



阿維塔07提供豪華智能的座艙及乘坐體驗。主要特點包括：

- **豪華駕乘體驗：**阿維塔07全系搭載太行智控底盤，通過自研核心軟件算法，實現輔助駕駛域、底盤域與動力域的跨域深度融合，達成多系統高效協同控制。底盤系統兼具頂級機械素質，實現舒適駕乘、精準操控與全面安全的三重平衡。座艙採用超81%佔比的全域豪華軟包設計，總軟包面積達10m²，門內飾板、儀表台、中控等核心區域均應用大面積高級軟包材質，且全面通過OEKO-TEX母嬰級健康認證，從觸覺質感與健康安全雙重維度，詮釋豪華出行標準。

業 務

- **領先智能：**阿維塔07全系標配鴻蒙座艙Harmony Space 5與華為乾崑智駕ADS 4方案，搭載192線激光雷達、3顆4D毫米波雷達等共計27顆智駕傳感器，構建全域無死角感知體系；全新MoLA架構首發應用，深度融合通用大模型與導航、車控、百科、新聞、多媒體五大垂域Agent智能體，實現全場景智能交互與決策升級。
- **高安全：**阿維塔07採用「六橫九縱」結構，先進高強鋼、超強熱成型鋼及先進鋁合金應用佔比達90%；下車體通過兩段式一體壓鑄工藝，將163個零件集成兩大壓鑄件，大幅提升車身剛性與抗扭性能。搭載避障智能穩定系統，實測麋鹿測試成績82km/h、制動距離34.5m，車體橫擺收斂能力超國標50倍；按C-NCAP最新規程開發，獲五星安全認證，綜合得分率90.2%，測試時位列同級SUV第一。
- **性能滿配：**阿維塔07增程版搭配昆侖智慧增程，能夠智慧控制，全域能量智慧秒控，OTA常用常新，同時擁有靜謐體驗，增程啟停0感知，僅需#92汽油，百公里油耗6.15升，油耗低續航長。升級後的52驍•遙大電池最長續航333km，一週通勤不充電，峰值5C充電倍率，10分鐘電量從30%充至80%，原地怠速發電，噪音35.7分貝。440Wh/L行業領先高密電芯+無縱梁集成。

阿維塔07於2024年9月正式推出。2025年2月，阿維塔07憑藉其原創車輛設計榮獲德國iF設計大獎。

阿維塔06

阿維塔06是一款智美豪華運動轎車，旨在滿足注重美學、科技及舒適的年輕都市消費者不斷變化的需求。作為我們智能新能源乘用車系列的第四款車型，阿維塔06體現了我們「未來運動美學」的設計理念，融合原創造型、動感車身比例及先進智慧系統，重新定義豪華新能源乘用車標準。該車型專為品味高雅、精通科技、注重風格的消費者量身定制。

業 務

阿維塔06全系採用鴻蒙座艙Harmony Space 5，同時配備有華為乾崑智駕ADS 4方案，搭載192線激光雷達在內的27顆智駕傳感器，並配備有35.4英寸的遠端屏和15.4英寸的中控屏，盡享科技豪華。

阿維塔06提供純電和增程雙動力版本車型，純電版本電池容量72.88kWh，搭載寧德時代5C神行超充電池、續航里程最高可達650km，雙電機版本百公里加速3.9秒，支持800V高壓平台，十分鐘電量從30%充滿電至80%；增程大電池版純電續航可達330km，綜合續航1,250km，增程版饋電油耗低至5.36L/100km。

下圖展示阿維塔06：



除此之外，我們的這款車型還有如下特點：

- **先進設計：**阿維塔06外觀設計基於阿維塔原創設計與「獵豹凝勢」理念，造型獨特且辨識度高。前臉採用蝶翼式設計，搭配標誌性「F」樣式LED日行燈與發光車標，科技感突出；車身配備20英寸五輻運動輪轂及運動包圍，強化年輕運動氣質；從而打造出精緻而富有表現力的整體設計。
- **高安全：**阿維塔06採用「八橫九縱」結構鋼鋁混合車身，軍用級熱成型鋼的車身佔比超34%，B柱嵌入CBS複合材料，抗衝擊性能較不含CBS複合材料的提升130%；雙車50%重疊率對碰（相對速度100km/h）時，A柱無損傷、乘員艙無入侵，四門正常開啟。

業 務

阿維塔06主打「未來運動美學」「舒壓豪華座艙」「華為乾崑輔助駕駛」三重核心賣點。

阿維塔11

阿維塔11是阿維塔(AVATR)品牌打造的首款車型，於2022年8月正式發佈，定位未來智能豪華SUV。全方位展示了我們帶來的高顏值、高科技和高價值的新豪華體驗。以其原創設計、車身比例及造型設計榮膺2024德國紅點設計獎產品設計大獎。於2025年，阿維塔11在第二十五屆中國專利獎中進一步榮獲外觀設計金獎，再次肯定我們在美學及功能設計方面的行業領導地位。

我們推出阿維塔11皇家劇院系列，是一款集尖端性能與沉浸式影院體驗於一身的高端電動SUV。此車型採用時尚的灰黑雙拼色車身，搭配銀色腰線，而內裝配有紅色絨面車頂和優雅的白色真皮座椅，盡顯尊貴奢華。阿維塔11皇家劇院系列兼備強勁動力與精緻細節，帶來非凡駕駛體驗。

阿維塔11提供純電和增程雙動力版本車型，在純電版本上，我們為阿維塔11配備了可選的116kWh超大電池版本，續航可達815km；在增程版本上，阿維塔11配備了崑崙增程系統，搭配寧德時代驍遙超級增•混電池，綜合續航里程可達1,065km。

下圖展示阿維塔11：



業 務

在科技屬性上，阿維塔11擁有華為乾崑輔助駕駛和鴻蒙座艙的核心能力以滿足消費者的用車訴求及豐富體驗；此外，我們的這款車首次搭載了行業首創的Halo屏，以「HALO屏」造型橫貫車頭，搭載1,898顆LED燈珠。它可顯示接人、禮讓行人、充電狀態等實用信息，呈現與情景模式一致的動態圖案，還能通過OTA升級解鎖自定義功能，增強車輛交互性，提升用戶的出行體驗。

阿維塔11是我們海外市場拓展的核心戰略產品，目前已成功登陸東南亞、中東等多個地區。作為優先佈局的關鍵市場，泰國市場的銷售表現尤為亮眼：以截至2025年6月30日止六個月的銷量計，其在泰國售價200萬泰銖及以上的純電動汽車細分市場中銷量排名第二。

阿維塔011系列

我們進一步推出阿維塔11的「0」系列高端版阿維塔011，此乃紀梵希(Givenchy)時任創意總監Matthew M. Williams (MMW)與Nader Faghihzadeh聯合設計的限量版系列。面向重視藝術設計的用戶，阿維塔011的定價約為人民幣600,000元，全球限量僅500輛。在阿維塔11的設計基因的基礎上，阿維塔011注重時尚級材料、精緻工藝及獨特標誌。主要的亮點包括：

- *「光影黑」外觀飾面*：一種自修復、高光鋼琴漆，呈現出深沉色調和流暢的鏡面光澤。
- *雙飾皮革應用*：以手工包覆的內飾結合了nappa高光皮革和NUPRIMA啞光皮革，彰顯精緻奢華的觸感體驗。
- *MMW功能式搭扣設計元素*：時尚新穎的搭扣與車體無縫融合，座椅靠背、車內儲物盒和後行李箱帶均具備獨特設計元素。
- *懸浮式輪圈蓋*：超豪華汽車普遍配備的一項特色功能，可在車輛行駛時使輪轂標誌在視覺上保持直立。

業 務

下圖展示阿維塔011：



阿維塔011擴展了我們的產品在智能出行和現代設計方面的融合能力，鞏固了阿維塔11在高端智能SUV領域的定位，同時通過限量銷售和精心挑選工藝提供差異化的收藏魅力。

車輛交付

下表載列所示年度／期間我們交付的智能新能源乘用車數量：

智能新能源乘用車型	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
			(輛)		
阿維塔11	114	18,024	9,310	5,663	4,546
阿維塔12	–	1,997	30,785	16,925	10,039
阿維塔07	–	–	21,493	–	24,960
阿維塔06	–	–	–	–	17,184
總計	114	20,021	61,588	22,588	56,729

隨著我們的汽車產品組合不斷擴大，我們的汽車銷售已顯示出持續的增長勢頭。自2022年12月開始交付車輛以來，總交付量由2022年的114輛增加至2024年的61,588輛。截至2025年6月30日止六個月，交付量達到56,729輛，較2024年同期增加約151.1%。隨著我們的產品組合持續多元化，我們逐步提升整體交付規模及營運彈性。我們相信交付量增長和不斷演變的產品組合，突顯我們有能力將新產品銷量快速提升到與早於我們成立的行業頭部友商的銷量水平。

業 務

未來車型

我們計劃不斷擴大及升級我們的智能新能源乘用車產品組合，以加強我們在中國高端及豪華新能源乘用車市場的地位。我們的目標是於2027年底前推出四款全新新能源乘用車車型，涵蓋一系列根據不同客戶需求量身定制的SUV及轎車。我們亦致力於開發具有規模潛力和盈利潛力的旗艦產品。在技術採用方面，我們預期將在後續重磅車型全面採用引望的智能化技術，包括但不限於最新一代智能座艙系統、最新一代輔助駕駛系統、最新一代乾崑車控系統、乾崑車載光、乾崑車雲等技術。例如，在輔助駕駛方面，我們將成為首批採用華為乾崑下一代輔助駕駛系統的汽車品牌。我們亦將繼續整合先進的自動駕駛硬件，並且在未來新車型首發L3/L4級自動駕駛解決方案。通過此戰略合作夥伴關係，我們預期後續的新車型及迭代車型均會搭載行業領先的智能化技術，擁有強大的產品競爭力。

下圖顯示發展計劃，包括我們已推出的智能新能源乘用車型及我們未來智能新能源乘用車型的預計交付時間：



註釋：未來車型的預期交付時間及實際規格或會變動。

業 務

設計理念

我們融合前沿技術與以人為本的設計，定位為情感智能出行的引領者。在「設計領先、智能領先、用戶為本」的核心價值指引下，我們打造了不止於交通工具的車輛，更成為能夠理解並響應用戶需求與情緒的情感智能夥伴。這一理念支撐我們的品牌口號—「智在隨心，奔赴熱愛」—亦標誌著我們從為消費者提供一輛高端智能新能源乘用車發展為提供一套智能情感出行解決方案。

我們設計理念的核心是「情感豪華」，這代表著一種新維度的豪華，不是為了展示更多，而是為了感受更多——乘坐阿維塔的每一段旅程，都將成為極具個性化的體驗。

我們的設計理念體現在三種相互關聯的情感表達中：果敢自信、和諧巧思及活力個性。這些表達塑造了我們車輛的各個觸點—外形語言，內部架構，CMF及用戶界面／體驗。這使得阿維塔的車輛兼具高辨識度、情感共鳴與未來屬性。

通過將情感智能融入我們的設計及交互系統，我們旨在加強駕駛員與車輛之間的聯結，將駕駛旅程轉變為屬於個人的、符合直覺、並具有情感共鳴的獨特體驗。這種技術和人性化體驗的完美融合強化了用戶忠誠度並提升了品牌價值。

技術

新能源乘用車平台

基於阿維塔高端新能源乘用車品牌定位，我們聯合長安汽車、引望、寧德時代攜手打造第一代阿維塔智能新能源乘用車技術平台，該平台兼具了三家在傳統硬件、智能化、電動化領域的技術優勢，具有新架構、強計算、高壓充電三大特徵。截至最後實際可行日期，我們已成功利用該平台推出4款車型，滿足不同用戶的出行需求。

為了向用戶提供持續進化的智能新能源乘用車體驗，長安汽車和阿維塔充分協作，兼容後續產品的開發需求，根據車格尺寸、設計風格、配置特性要求等進行平台開發策略的設定和硬件選型，形成全新一代智能新能源乘用車技術平台。該平台滿足

業 務

國內、海外不同市場產品開發要求，可兼容增程和純電車型同步開發，具備設計的高度模塊化和可擴展性，通過提升下車體、底盤、增程器、電驅等子系統的通用性，支持高效開發、成本優化、以及跨多種車型和市場的快速部署。同時，該平台融合了液壓懸架、後輪轉向、雙腔空氣彈簧以及2+2分佈式電驅等增強功能，進一步提升操控穩定性和安全冗餘度。

除此之外，在全新一代智能電動汽車技術平台基礎之上，阿維塔聯合引望針對電子電氣架構、智能車控、智能車雲、輔助駕駛、智能座艙等模塊全面進行差異化升級，聯合寧德時代對BMS電池管理系統和電池系統進行升級，形成了全行業領先的、可拓展性極強的、軟件硬件解耦開發能力優異的平台架構，為用戶不斷提供可持續升級的智能化新能源乘用車產品。

AEEA 智能平台架構

我們與引望面向高端車型聯合開發的AEEA智能平台架構，旨在優化車輛的智能化及控制效率。AEEA智能平台架構配備兩個用於智能座艙及自動駕駛的中央計算單元、一個作為車輛控制中央電子模塊iDVP。將車輛控制、網關、底盤、熱管理及連通性等集成到一個單一的硬件單元中，大大降低了佈線複雜程度及通信延遲。

該平台的骨幹網絡利用千兆位以太網和時間敏感網絡技術，實現高帶寬、低延遲的數據傳輸，其支持L3級輔助駕駛、線控轉向及線控制動、液壓制動等高級應用程序。基於AEEA智能平台架構，我們打造了Huawei Xmotion Control (「XMC」) 融合對橫向、縱向及垂直動態的完全控制及車身、動力、底盤、輔助駕駛、座艙、車雲6大域融合控制方案，如全場景主動智能防滑控制、爆胎預防與穩定控制、高速避障與過彎控制、智能暈車舒緩2.0等的主動懸架控制能力。這種高度集成的設計提高系統效率、可擴展性及靈活性，並具備為不同車型及產品線量身定制的模組配置。

在電子電氣架構層面，我們與引望持續深化聯合共創，正在開發的AEEA智能平台架構具備很強的兼容性，為真正實現軟件定義汽車進行底層架構創新方面的持續努力。

業 務

輔助駕駛

我們與引望緊密合作，將其業界領先的輔助駕駛硬件及軟件解決方案整合至我們的車輛中。例如，阿維塔07的最新車型配備3顆4D毫米波雷達，偵測範圍可達約280米，不僅強化物體偵測能力，更支持進階輔助駕駛功能。現行車型配備多達34個輔助駕駛傳感器，最高4個激光雷達，實現360°高冗餘融合感知，L2+及L2++級輔助駕駛能力。我們的輔助駕駛系統在主動安全性能、場景多功能性及功能豐富度方面均具備競爭優勢。

主動安全方面，所有車型均配備全維防碰撞系統，整合AEB、主動安全警報、駕駛疲勞檢測及強化緊急轉向輔助等功能，涵蓋車輛前方、後方及側方的各種場景，於緊急制動方面表現出色，包括在高達約130公里／小時的速度下能夠停車以避免靜止物體。場景覆蓋方面，我們支持多種場景，包括高速領航輔助駕駛(NCA)、城區領航輔助駕駛(NCA)及全場景泊車等。高階輔助駕駛功能方面，我們提供車位到車位(P2P)、離車泊入輔助、一鍵挪車、極窄車位輔助等，有關場景及功能將通過OTA更新持續強化。

智能座艙系統

基於HarmonyOS的座艙

我們的智能座艙基於HarmonyOS平台打造，採用互聯互通控制架構實現跨裝終端互聯，讓車機可以與智能手機、個人電腦及穿戴裝置深度整合，滿足用戶全場景的使用需求。該系統支持廣泛應用生態，可快速適應各類智能汽車應用使用場景。統一的軟硬件架構將座艙域控制器與多屏系統整合，提供一致的、流暢的車內空間出行體驗。該座艙系統整合了華為多年積累的智能底層能力，通過小藝語音助手和應用級別大模型能力，實現了車輛與駕駛員、乘客之間的流暢交流，提供更加人性化、豐富、便捷的用車體驗。

業 務

憑藉此基礎，我們同時開發了多項專有智能座艙功能，旨在使我們的產品具備差異化的競爭優勢。其中包括對功能豐富度進行迭代升級的遠端屏、專為數字化內容及個性化需要的塔智Go商城、能夠實現車輛使用模式一鍵切換的「情景世界」功能，以及配備八種可編程光效的Halo外部顯示屏，增加車輛與乘員之間的情感互動。

AI座艙

我們自主研發的AI座艙已具備全球部署能力。其採用分層式平台架構及配置驅動管理模式，可支持跨車型及區域的快速部署及本地化定制。

我們的海外量產座艙採用整合式雙SA8155設計，搭載兩顆高通SA8155系統級芯片，並針對海外應用場景定制座艙控制器硬件及軟件。支持的功能包括具備流暢過渡效果的3D座艙可視化、全天候光影模式及空間音效。AI方面，我們整合DeepSeek大型語言模型以強化對話互動能力。基於靈活的AI Agent及開源模型，我們在海外市場推出娛樂助手，支持智能問答、娛樂互動及常識查詢等應用場景。

我們正基於1+N+AI架構開發以AI操作系統為核心的新一代AI座艙。透過端雲一體化服務總線，該平台旨在實現賦能整車業務功能。

太行智控底盤

太行智控底盤是我們為提升各車輛操控性能、乘坐舒適性及主動安全表現而設計的集成底盤控制系統。在AI算法的加持下，太行智控底盤具備更強的實時感知與決策能力，能夠根據複雜路況進行動態預測與調節。例如，在通過沙坑、水坑或玻璃坑等複雜路面時，懸架系統可實現迅速調節，避免碎屑飛濺，同時保持車身穩定，將運動域控制響應能力提升至極致。太行底盤1.0已應用於阿維塔07及阿維塔06量產車型，具備自適應懸架、快速升降、乘客上下車自動懸架調節、一鍵調平、速度自適應阻尼以及防傾側及防俯仰控制等功能。

我們的現有車型的中期改款將搭載太行底盤2.0，帶來多項關鍵升級，包含分佈式驅動技術及磁流變懸掛系統。我們也正在研發太行底盤3.0，其將在第二代車型產品上搭載，其核心配置包含峰值功率、峰值扭矩更領先的分佈式驅動系統；響應頻率及

業 務

提升力領先的全主動液壓懸掛系統；以及最大轉向角度領先的後輪轉向系統。該先進組合旨在實現敏捷的低速操控性、提升高速穩定性與精準車身控制，同時為我們的輔助駕駛和車輛控制系統的協同運作提供可擴展的基礎架構。

動力系統

我們與戰略夥伴共同開發的崑崙動力平台，採用高效增程架構，整合專用引擎、電動驅動系統及智能能源管理技術。該系統專為優化溫度控制、扭矩管理及混合動力協調而設計，搭載專用高效增程引擎，全球首發電子機油供給系統，增程獨有發動機／發電機同軸直連技術和停機活塞主動控制技術，電驅效率約達90.6%及燃料轉電效率約為每公升3.63千瓦時。採用了30餘項主被動降噪技術，在提供強勁動力輸出之餘，系統怠速噪音水準控制在75分貝左右。透過智能能源管理系統，平台能精準判斷引擎介入的最佳時機，從而提升整體能源效率及駕乘舒適性。

此外，我們採用與寧德時代共同開發的高性能電池系統，支持高壓快充及智能電池管理，有效提升續航里程及充電效率。昆侖動力系統及電池系統共同構成新能源乘用車平台的核心動力基礎，致力提供高效、安靜且可靠的駕駛體驗。

安全技術

我們已開發涵蓋被動安全、主動安全、電氣安全及數字化安全的整車安全系統，旨在提升車輛行駛的可靠性、實現預測性防護及提升響應能力，為用戶的用車安全持續保駕護航。

被動安全

我們採用高強度車身結構，旨在提供全面的結構保護。例如阿維塔06採用「八橫九縱」結構，車身結構使用抗拉強度高達2,000兆帕的高強度鋼材，阿維塔07採用「六橫九縱」結構。電池組安裝於由多層鋁擠型材與高強度鋼材構成的車體框架內，提升能量吸收和抗變形能力，有助於降低低速碰撞事故的維修成本。

業 務

主動安全

我們的主動安全功能主要包括：(i)增強型自動緊急轉向系統(eAES)與緊急轉向輔助系統(ESA)，可在自動緊急剎車系統(AEB)單獨作用不足的場景中執行剎車與轉向操作；(ii)駕駛失能自動安全靠邊停靠功能，當系統判定駕駛無法操作車輛時，將車輛移至路邊；(iii)AEB碰撞解鎖功能，碰撞時自動解鎖車門以便利後續安全操作；及(iv)高速爆胎自動安全靠邊功能，在輪胎爆裂後穩定車輛並引導其駛向路邊。這些功能旨在提升突發事件情境下的應變能力。

電池安全

在我們的車型系列中，我們已實施包括採用高性能隔熱材料與V0級阻燃材料的熱安全防護措施，其於設計階段符合最新國家標準要求。高精度電池管理系統(BMS)可即時監測電池狀態，識別潛在熱失控風險並發出即時警報。我們正致力推動半固態與固態電池的應用，重點在於提升高壓安全性。

數字化安全

在車輛行駛安全基礎上，我們建立了涵蓋通信、數據及服務互動的數字化安全框架。該框架由自主研发的智能監測和早期預警平台及智能雲端診斷平台組成。此外，我們亦實施了應用場景化隱私保護技術，提供端到端數據安全保障及運營可靠性。

我們的智能監測和早期預警平台集成物聯網感測、邊緣運算及雲端大數據分析，可實時監控逾6,000項車輛運行參數，並運用超過250種預警模型，實現快速故障診斷與預測性維護。此外，我們的智能雲端診斷平台利用AI算法將遠程故障診斷與維修方案相匹配，並透過全國服務網絡，提供從線上識別到線下解決的無縫流程。該平台基於我們專有的雲端架構，並透過大數據訓練和無線更新持續優化，提升診斷準確性和服務效率。

舒適及健康技術

我們通過環保材料和納米水離子空調、健康檢測等智能黑科技的搭載為用戶打造舒適、健康的駕乘空間。我們的車輛配備的納米水離子空調系統，每秒可釋放4萬8千億5-20nm微小粒子的高活性OH自由基，1,000倍於負離子的含水量，6倍於負離子的穩

業 務

定性。可起到滋潤乘客的肌膚、抑菌殺菌、抑制過敏源和祛除異味等功能，有效改善車內空氣質量。抗菌材料和健康皮革的使用從源頭開始打造健康、潔淨的車內環境。此外，我們正在研發AI驅動的駕乘人員健康監控系統，該系統能夠即時追蹤心率和血壓等生命體徵，從而主動保障乘客的健康。

OTA升級能力

我們與長安汽車合作，構建了全場景覆蓋、高頻迭代更新的OTA升級能力，實現覆蓋多個車輛域控制器的持續軟件升級，為用戶提供常用常新的智能用車體驗：

- **涵蓋範圍**：OTA更新涵蓋六大核心領域，包括輔助駕駛、座艙系統、底盤系統、動力系統、遠程控制及車輛控制。更新聚焦於高頻使用場景，目前支持約每月一次的更新頻率。
- **可靠性**：OTA更新整合了超過3,000項安全與驗證策略，包含設備裝置層級加密、單車授權機制及雲端異常檢測技術。更新流程經精心設計，兼具安全性與效率，並能將系統故障風險降至最低。
- **運行**：我們已部署一套可擴展的OTA工具鏈，支持更新週期中的自動化工作流程，旨在提升流程效率並確保部署的一致性。

數字化能力及基礎設施

我們的數字化能力及基礎設施超越傳統的效率工具，是卓越運營及業務可擴展性的核心賦能因素。我們已建立一個自我演化的先進數字生態系統，旨在整合整個價值鏈，利用數據及AI實現相互賦能，並促進開放的生態系統合作。這項基礎設施不但推動內部流程轉型，亦支撐車端數據驅動產品迭代及用戶數據提升體驗升級的商業模式。

業 務

跨價值鏈的端到端整合

我們已建立涵蓋研發、製造、供應鏈、銷售及售後服務的智慧運營系統。通過標準化數據治理及場景化賦能，我們已實現業務與財務流程的深度整合，打造「財商一體化」閉環模式。我們的平台實現全觸點的數字化用戶運作及端到端的指令可視性，而車輛數據與企業系統的即時互動能驅動研發、供應鏈優化及客戶服務的協同改進，將運營效率轉化為智慧決策。

數據驅動智慧及AI賦能

我們運用大數據及AI作為持續改善的雙重動力。我們的治理架構從一開始就確保高品質的數據，從而實現良性循環，當中優質數據為先進演算法提供支持，而演算法的洞察能強化數據治理。此方法能支援核心職能的預測分析、智慧決策及基於場景的自動化運作，將運營模式從經驗驅動轉變為數據驅動。

開放及協作的數字生態系統

我們的數字平台堅持實現開放融合運作，是長安汽車、引望及寧德時代等生態系統合作夥伴的戰略樞紐。除了應用合作夥伴技術之外，我們亦通過標準化介面及數據整合能力實現協同創新，建構跨企業網絡，以加速產品升級，並將真實數據回饋至技術優化。此讓我們能夠持續提升運營的靈活性、生態系統協同效應及創新能力。

研發

我們將大量資源用於研發，以支持我們的技術創新驅動增長戰略。我們已建立一個涵蓋車聯網軟件、硬件、算法及系統的全面研發框架，尤其聚焦智能出行解決方案。我們的研發業務戰略性地分佈在中國及德國的三個研發中心，以利用區域人才及專業知識：

- **重慶研發總部**：我們車輛工程中心的所在地，專注於硬件開發及系統集成。
- **上海軟件開發中心**：專注於先進的數字解決方案，包括智能座艙系統、車輛操作系統及雲服務。

業 務

- 慕尼黑全球設計中心：負責產品設計，包括汽車內外飾造型、用戶界面設計及品牌形象定位。

截至2025年6月30日，我們的全球研發團隊由2,093名僱員組成。我們的團隊包括軟件開發人員、硬件工程師及專注於開發各類車輛迭代版本及關鍵技術，包括智能座艙、智能底盤及自動駕駛系統的領域專家。目前，我們的研發工作著重於在原創設計、AEEA智能平台架構、太行智控底盤、高級自動駕駛、AI賦能座艙及全面安全舒適系統等領域，提供差異化技術。從長遠來看，我們旨在打造智能技術方面的自研能力，整合行業領先資源，開發重新定義用戶體驗的情感智能產品。請參閱「一技術」。於2022年、2023年、2024年及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的研發開支分別為人民幣544.4百萬元、人民幣660.1百萬元、人民幣1,214.1百萬元、人民幣311.1百萬元及人民幣831.3百萬元，分別佔我們相同年度／期間總收入的1,921.3%、11.7%、8.0%、5.1%及6.8%。

我們主要依賴內部研發團隊來推動產品創新及開發。為提高工作效率，我們按業務需要聘用第三方服務提供商來執行特定的非核心工作，例如基本產品測試和輔助軟件及產品開發。這些外包活動的範圍有限，並且旨在以最佳成本將效率最大化。我們設有一套完善的合約框架，以確保交付貨品的品質並保障我們的利益。

研發過程

我們已制定適用於所有技術領域及車型（包括整車、電驅動系統、增程式技術及智能網聯解決方案）的結構化且系統化的研發過程。該過程由阿維塔智能產品開發系統（AVATR Intelligent Product Development System，「AI-PDS」）監管，其可確保在整個產品生命週期內有條不紊地執行及跨職能協調。

我們遵循結構化的研發過程，從早期研究階段著手，通過概念驗證與可行性研究，識別新興技術、市場趨勢及用戶需求。經正式審查技術可行性與商業可行性後，項目正式啟動。開發過程中，我們在專責項目管理團隊支持下，分階段評估設計成熟度、成本目標、法規遵循及生產準備狀態。透過模擬環境、實驗室及真實環境的全面測試，驗證產品性能、安全與可靠性，並將反饋整合至開發循環中。最終交付成果（含可量產設計與軟件）將移交製造及供應鏈團隊，以實現高效產業化及市場上市。

業 務

銷售及營銷

我們採用直接銷售及分銷相結合的方式為我們的智能新能源乘用車進行營銷。下表載列所示年度／期間我們按銷售類型劃分以絕對金額及佔總收入的百分比列示的收入明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
直接銷售.....	28,337	100.0	5,583,121	98.9	13,730,321	90.4	6,064,560	98.6	7,641,703	62.6
分銷 ⁽¹⁾	-	-	62,236	1.1	1,464,899	9.6	85,090	1.4	4,566,335	37.4
總計	<u>28,337</u>	<u>100.0</u>	<u>5,645,357</u>	<u>100.0</u>	<u>15,195,220</u>	<u>100.0</u>	<u>6,149,650</u>	<u>100.0</u>	<u>12,208,038</u>	<u>100.0</u>

(未經審計)

附註：

1. 包括來自我們新能源乘用車及汽車零部件產品分銷的收入。於2022年、2023年、2024年以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，來自我們汽車零部件分銷的收入分別為零、人民幣62.2百萬元、人民幣252.7百萬元、人民幣80.0百萬元及人民幣245.0百萬元。

直接銷售

在直接銷售模式下，我們與用戶保持直接溝通，以確保統一的用戶權利、一致的服務體驗及高效率的營運。通過我們的阿維塔APP及官方網站，潛在用戶能輕鬆探索汽車功能、客製化配置、安排試駕及下達訂單。訂單下達後，我們會與買家進行跟進工作、安排生產，並協調運輸及交付。我們亦通過授權銷售代理商協助將車輛直接銷售予客戶。這些代理商負責開發本地市場、與客戶互動及促進銷售。就通過銷售代理商促成的銷售而言，客戶直接向我們下訂單，而車輛所有權歸我們所有，直至車輛轉給客戶。銷售代理商收取固定佣金，另加與服務相關的獎勵。有關交易的收入確認為直接銷售收入。

業 務

分銷

我們已按照行業慣例採用分銷模式，以擴大我們在中國及海外的市場覆蓋範圍。為確保與我們的品牌價值及銷售策略保持一致，我們採用嚴格的經銷商篩選標準，主要集中於它們的財務實力、營運能力及行業經驗。我們的經銷商通常在汽車銷售、維修及保養服務方面擁有豐富的經驗。我們與經銷商保持買賣關係，經銷商直接向我們購買車輛，並通過經營經銷商門店以我們的阿維塔(AVATR)品牌進行營銷、銷售車輛及提供持續的維修保養等服務。

經銷商網絡

為確保符合我們的品牌價值及銷售策略，我們對我們的經銷商採用嚴格的甄選標準，主要專注於財務實力、運營能力、行業經驗以及與我們品牌理念的契合度。我們的經銷商通常在汽車銷售、維修及保養服務方面擁有豐富的經驗。它們運營我們的經銷商門店，這些門店通常位於中國一線至三線城市中的人口密集的地區，使我們能夠最大限度地提高品牌曝光率並有效吸引客戶。我們的經銷商根據嚴格標準挑選，標準包括符合我們的品牌形象、豐富的汽車零售經驗、財務實力以及擁有進入零售場所的途徑。

截至2025年6月30日，我們已在東南亞、中東和非洲、歐亞以及中南美洲的29個國家建立銷售網點。經銷商協同我們的集中式備件供應鏈支持售後服務，從而提高服務質量及成本效益。該模式亦盡量減少品牌內競爭，並培養經銷商的歸屬感及長期責任感。

經銷商管理

我們透過可統一控制銷售及服務營運的數字化平台，維持對經銷商網絡的集中監督。這確保了所有地區服務質量、定價原則及品牌形象的一致性。

我們訂立的經銷協議的主要條款載列如下：

- **授予權利。**我們通常在規定的期限內向經銷商授予區域性、非獨家授權。未經我們事先書面同意，經銷商不得轉讓或再許可此類權利。於往績記錄期間，我們並無訂立任何子經銷協議，亦無子經銷商。我們保留在授權區域內進行直銷的權利。在品牌指引規範下，允許於授權活動範圍內使用我們的商標。
- **銷售目標。**我們每年與經銷商共同設定銷售目標。未能達到銷售目標可能會導致終止經銷協議。

業 務

- **定價。**我們提供市場指導價格，且我們可以根據市場情況進行價格調整。
- **車輛交付、所有權及風險分配。**經銷商負責完成整個銷售流程，包括但不限於跟進待交付訂單、與客戶保持溝通、與客戶確認訂單信息、確保車輛按時交付、按時完成車輛交付前檢驗(PDI)、協助客戶完成金融貸款及保險辦理等。車輛的所有權在車輛交付給經銷商後轉移。其後該經銷商承擔所有相關風險。

我們亦已在我們的銷售及服務網絡內實施全面的反蠶食政策，包括嚴格的區域授權、統一定價及對未經授權的跨區域銷售或渠道活動的處罰，以維持有序的市場運作及保護所有經銷商的利益。我們不允許汽車經銷商退回新能源乘用車，除非是質量問題。於往績記錄期間，我們未曾發生過因質量問題以外原因的經銷商退貨。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無發生任何對業務造成重大影響的重大經銷協議違約事件。同期，我們與經銷商之間亦無出現任何對業務造成重大影響的重大爭議或任何重大的產品退換事件。

下表載列所示年度／期間我們新能源乘用車經銷商數量變化情況：

	截至12月31日止年度			截至2025年 6月30日 止六個月
	2022年	2023年	2024年	
年／期初	—	—	—	259
新增新能源乘用車經銷商	—	—	284	113
新能源乘用車經銷商數量				
減少	—	—	25	59
新能源乘用車經銷商數量				
淨增加	—	—	259	54
年／期末	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>259</u>	<u>313</u>

業 務

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，據我們所知，我們所有的經銷商（長安汽車及其聯繫人除外）均為獨立第三方。於往績記錄期間，概無我們的經銷商由我們或我們的前任或現任僱員控制。我們的經銷商與我們之間除買賣關係外，概無任何其他關係。

我們的銷售及服務網絡

我們通過線下實體門店銷售我們的智能新能源乘用車並與客戶互動交流，所有線下實體門店均由我們的數字化管理平台經營，從而確保一致的服務質量並提高客戶滿意度。

為了建立更加多樣化的銷售網絡，我們的線下佈局圍繞四種核心門店形式構建，每種形式都是為了在整個客戶旅程中扮演不同的角色而設計：

- *阿維塔體驗中心*（「**體驗中心**」）。體驗中心提供包括車輛展示、試駕和下單在內的售前功能，重點是吸引客戶和轉換訂單。體驗中心的選址遵循分層分類。一類選址位於人流量大的生活方式商業區，以最大限度地提高品牌曝光率和客戶參與度，另一類選址位於汽車商業區，以確保更廣泛的地理覆蓋範圍和可達性。體驗中心可由我們直接運營或由經銷商運營。
- *阿維塔中心*（「**阿維塔中心**」）。阿維塔中心是一種集汽車銷售、交付、售後服務和維修於一體的綜合4S店。與體驗中心相比，其通過提供專門的交付和維護功能，也提供相應的銷售功能。該方式主要由我們的經銷商運營。阿維塔中心的選址側重於成熟的汽車商業區。
- *阿維塔體驗空間*（「**體驗空間**」）。體驗空間是一種短期快閃零售形式，主要由我們的經銷商運營。其旨在提供核心售前功能，包括車輛展示、試駕和下單，並為高流量區域的季節性活動和促銷活動提供更高的靈活性。這種形式的選址側重於以生活品味為導向的零售區，從而實現靈活的品牌曝光和客戶參與。
- *阿維塔維保钣噴中心*（「**阿維塔維保钣噴中心**」）。阿維塔維保钣噴中心提供專門從事車身和油漆工作的售後服務。其提高了服務的可及性並滿足檢查和驗證需求，尤其是在一線城市的標誌性位置。這種形式由我們的經銷商獨家運營，網絡部署集中在一線和二線城市。選址優先考慮阿維塔中心服務半徑以外但擁有足夠阿維塔車輛基礎的區域。

業 務

這些線下門店是與用戶互動的觸點，使我們能夠為用戶解決車輛銷售、交付、售後服務的車輛使用全生命週期的問題，同時具備品牌一致性與運營靈活性。我們的自營網點定位於主要城市，而我們的經銷商則在我們的數字化管理平台支持下，進行持續的門店拓展並保持一致的服務標準。截至2022年、2023年、2024年以及2025年6月30日，我們的銷售及服務網絡分別由132家、368家、480家及605家門店組成。

下表載列所示年度／期間我們自營門店數量及其變化情況：

	截至12月31日止年度			截至2025年 6月30日 止六個月
	2022年	2023年	2024年	
年／期初	–	117	220	19
新增自營門店數量	117	156	1	–
自營門店數量減少	–	53	202	3
自營門店數量淨增加／ (減少)	<u>117</u>	<u>103</u>	<u>(201)</u>	<u>(3)</u>
年／期末	<u>117</u>	<u>220</u>	<u>19</u>	<u>16</u>

於2024年，自營門店數量大幅減少，主要由於銷售及營銷策略調整。我們強化了渠道開發力度，並於2024年上半年開始從以自營門店為主向經銷模式轉型。該戰略調整受新產品密集上市、渠道快速擴張及市場加速成長的趨勢所帶動。透過與經銷商建立明確的職責劃分，並運用其深耕區域管理的優勢，我們旨在提升營運效率、降低營運成本並優化客戶體驗。

下表載列所示年度／期間我們的經銷商門店數量變化情況：

	截至12月31日止年度			截至2025年 6月30日 止六個月
	2022年	2023年	2024年	
年／期初	–	15	148	461
新增經銷商門店	15	135	339	201
經銷商門店數量減少	–	2	26	73
經銷商門店數量淨 增加	<u>15</u>	<u>133</u>	<u>313</u>	<u>128</u>
年／期末	<u>15</u>	<u>148</u>	<u>461</u>	<u>589</u>

業 務

定價策略及政府補貼

我們已採納包含數據驅動在內的多元化方法進行定價，旨在以具備吸引力的價格提供優質產品。我們的定價策略透過全面的交叉驗證流程制定，該流程包括分析市場趨勢、競爭格局、競品定價、客戶反饋、定價研究及測試等環節，同時契合產品定位、銷量目標及預期利潤率。此迭代及閉環方法確保我們的定價決策在商業上可行且在戰略上與我們的品牌定位一致。

於釐定車輛價格時，我們亦考慮政府補貼政策、成本結構及市場定位等外部因素。我們的定價政策旨在維持品牌誠信、確保各銷售渠道定價的一致性及支持長期盈利能力，同時維持對市場動態及客戶期望的響應。

營銷

我們通過線上及線下渠道相結合的方式獲取新客戶，同時利用專有平台及第三方媒體，最大限度地提高覆蓋面及參與度。我們的線上營銷策略以營銷數字平台為基礎，包括官方網站、專有的移動應用程序及微信小程序。有關平台是促進在線預約試駕、展示車輛規格及推廣有針對性的活動的主要觸點。我們的阿維塔APP作為一個全面的數字平台，可增強用戶在車輛所有權、生活方式參與及品牌互動方面的體驗。主要功能包括：

- *車輛訂購及定制*。用戶可以直接通過該應用程序探索及比較不同車型、定位附近門店、安排試駕、定制車輛配置及下單。
- *充電樁導航*。用戶可以通過阿維塔APP定位附近的推薦充電樁。
- *遠程車輛控制*。該應用程序可實現對車輛狀態的實時監控，包括電池電量、門窗狀態及輪胎壓力。用戶可以遠程安排充電、激活車內溫度控制以及預熱座椅及座艙。完成藍牙配對後，即可無縫實現免鑰匙進出功能，無需手動操作應用程序。
- *用戶社區及參與度*。我們已經建立了一個綜合在線社區，用戶可以在其中分享照片、視頻及駕駛體驗。該應用程序亦支持透過有組織的活動（如車主俱樂部活動）進行線下互動，從而加深用戶與品牌之間的聯繫。

業 務

- **生活方式及品牌門店。**用戶可以訪問精選專區，掌握品牌及產品的最新動態。我們依據用戶的生活方式偏好，在「Play」專區精心挑選了生活用品、車用配件及充電解決方案等服務。
- **智能導航及OTA服務。**其他功能包括車輛定位輔助及無線更新，確保車輛及應用程序功能的持續增強。

以下圖片展示我們應用程序的若干功能頁面：



我們已與領先的汽車垂直媒體平台建立緊密合作關係，藉此強化線上營銷影響力，並透過精準廣告有效觸及目標受眾，從而推動優質潛在客戶的產生。此外，我們積極參與以內容為導向的社交平台，運用多元形式如文章與短視頻深化品牌與消費者的互動，提升品牌曝光度並優化轉化率，實現品牌建設與績效提升相結合的整合營銷成效。

我們的線下區域營銷活動旨在支持全國性門店擴張及轉型，重點聚焦於區域性車展、區域產品發佈會、頂級購物中心展覽、大型試駕活動及關鍵客戶合作等項目。有關舉措目標在於增加產品及目標客群的接觸點，融合高級駕駛體驗元素及互動活動，強化產品感知價值並鞏固品牌形象。

業 務

客戶及用戶參與

我們維持穩健的用戶運營框架，旨在於整個客戶生命週期中促進參與度及建立充滿活力的社區。我們的阿維塔APP對我們的用戶參與度至關重要，截至2025年6月30日，其擁有約2.1百萬人的註冊用戶群。用戶社區通過主題用戶生成內容(UGC)活動得到積極管理，該活動涵蓋從車輛選擇及購買到擁有及升級的整個客戶生命週期。熱門活動包括「分享我的車主日記(Share My Owner Diary)」、「我的車輛配置選擇(My Vehicle Configuration Choice)」、「升級計劃(Upgrade Program)」、「阿維塔車主見面會(Meetup, Fellow AVATR Owner)」、「里程表白牆(Mileage Confession Wall)」、「捕捉阿維塔電影感(Capture AVATR's Cinematic Sense)」，每月發佈逾10,000個UGC帖子。

我們亦建立了一個強大的車主生態系統，由111個官方認證的阿維塔車主俱樂部組成。有關社區直接與20,000至30,000名車主聯繫。我們基於用戶需求開發了全新的汽車俱樂部認證機制，旨在強化車主與品牌間的連結，同時滿足其社交互動需求。我們亦持續支持及激勵高影響力俱樂部，以促進品牌知名度及口碑營銷。

此外，我們的用戶體驗及運營團隊管理著一個專門的關鍵意見消費者(KOC)矩陣，在抖音、小紅書及微信等平台培養逾1,000個所有者賬戶。有關賬戶形成一個高參與度、高真實性的內容網絡，可擴大以用戶為導向的品牌傳播。

服務及保修

保修

我們的保修範圍包括(i)針對整車的五年或120,000公里保修(以先達到者為準)；及(ii)針對電池、電機及電子控制系統的延長八年或160,000公里保修(以先達到者為準)。對於因產品設計、製造或材料缺陷而產生的所有維修，客戶無需承擔任何費用。若維修服務時間超過24小時，符合條件的客戶可獲得免費代步車輛。

保修索賠最初由服務中心處理，而毋須客戶預付款項。有關中心隨後會向我們尋求報銷，而我們則會向供應鏈中的責任方追償相關成本。這種結構化的成本追償機制，既可確保客戶獲得順暢的體驗，又能在整個價值鏈中落實保修相關費用的責任歸屬。

業 務

售後服務－悦心服務

我們已構建一個全面的售後服務生態系統，稱為「悦心服務」。我們的悦心服務基於三大支柱：實體服務中心、移動支持基礎設施及數字化服務平台。

- **實體服務網絡**：我們已採用資本效率高的混合模式，將大多數城市的經銷商門店，與重點一線都市圈的少量直接管理的自營門店相結合。這種雙渠道模式提升了服務響應速度、運營效率，並擴大了全國覆蓋範圍。
- **移動支持基礎設施**：為補充我們的固定服務地點，我們在全國範圍內部署了一支由超過100輛移動服務車輛組成的專屬車隊。有關車輛提供現場維修服務，為偏遠地區的客戶或有緊急維修需求的客戶提供靈活、及時的解決方案。
- **數字化服務平台**：我們的綜合數字化支持生態系統配備一支由約200名專業人員組成的專門團隊，包括熱線專員、技術工程師、多用戶群組管理員以及經銷商客服專員。該團隊提供全天候的全渠道支援服務，確保在所有客戶接觸點都能提供迅速且專業的解決方案。

我們提供全天候的道路救援及故障車輛拖車服務，並輔以線上理賠指引及專責現場人員，確保客戶安全及無後顧之憂。為進一步提升用戶體驗，我們推出了一系列客戶關愛措施，包括「星期三星悦」深夜服務計劃及特別假日服務計劃，旨在滿足出行和生活方式的需求。

我們主要通過訂閱增值服務從悦心服務產生收入，形成了一個涵蓋整個車輛保有期間的綜合服務生態系統。所有車主均可享受常規保養及基礎支持等標準服務，而僅客戶選擇的增值服務需額外收費。這類產品及服務包括多種服務產品及配套服務，例如基本保養服務、增值保養服務以及取車及交付服務，讓客戶能夠根據個人喜好定制服務體驗。

我們的悦心服務定價策略是基於增值服務的差異化定價及特別服務的市場化定價，並根據客戶生命週期價值進行動態優化。增值服務根據可選功能的稀缺程度及配置進行定價。特別服務（如免費驗車及出行高峰期的移動加油站）由我們補貼，以提升用戶參與度及加強客戶忠誠度。

業 務

製造

與長安汽車合作

長安汽車是中國領先的國有汽車集團之一。長安汽車在汽車研發、製造及銷售方面擁有近四十年的經驗，已在包括內燃機及新能源汽車在內的廣泛汽車平台上建立起豐富的專業知識及強大的生產能力。我們認為，與長安汽車的合作使我們能夠利用其規模、技術知識及資源深度確保智能新能源乘用車生產的質量及可靠性。該合作使我們能夠大幅減少與製造基礎設施相關的資本支出，從而使我們能夠專注於新能源乘用車業務的其他關鍵方面，例如產品創新、用戶體驗和市場擴張。

該合作關係涵蓋汽車生產的全生命週期，包括工藝設計、生產線建設與改造以及規模化製造。在此模式下，我們負責前端活動，包括戰略規劃、目標設定及產品開發。長安汽車通過其製造中心及加工廠，受託執行工藝工程及生產運營工作。

工藝設計與實施工作由雙方人員組成的綜合項目團隊聯合開展。長安汽車參與整個產品開發週期，以確保緊密協調並符合我們的質量及性能標準。聯合製造的範圍涵蓋生產前及生產後活動。生產前活動包括工藝設計、生產線建設與升級，以及工藝文件的編製及修訂。生產後活動涉及工藝文件的持續更新、工裝設備的改造、工藝的持續改進，以及全鏈條工藝開發的執行。我們持續監督所有外包製造活動並進行最終驗收檢查，以確保符合我們的產品、工藝及質量標準。

我們與長安汽車的合作受若干製造及供應協議規限。我們自2021年7月起就我們的量產車型各自訂立有關合約安排，可由雙方書面延長。與長安汽車訂立製造及供應協議的主要條款載列如下：

- **範圍**：製造及供應阿維塔06、阿維塔07、阿維塔11及阿維塔12以及相關零部件。
- **獨家性**：我們享有合約產品及零部件的獨家供應。

業 務

- **製造型號及責任**：長安汽車為我們的合約製造商。我們提供必要的製造技術支持及其他協定協助，以使長安汽車能夠按照我們的要求製造合約產品及零部件。長安汽車僅向我們執行工藝工程及生產業務，供應合約產品及零部件。
- **質量控制**。我們與長安汽車合作，實施涵蓋原料採購、生產及庫存管理的全面質量保證系統。我們的質量控制措施包括全面審核、使用者體驗評估、精密工藝檢查、中長途駕駛測試以及整車產品驗證測試，以確保產品安全可靠和卓越品質。
- **銷售及營銷**：我們負責銷售長安汽車製造及供應的合約產品及零部件，包括營銷、銷售及客戶服務。
- **供應及付款**：我們負責支付與新能源乘用車製造相關的製造費用、汽車製造過程中（包括但不限於原材料採購、零部件運輸）產生的所有成本及其他相關開支。

生產設施及產能

我們的阿維塔11、12及06車型於長安汽車的兩江一工廠生產，該工廠的設計年產能約為220,000輛。我們的阿維塔07車型於長安汽車的數智工廠生產，設計年產能約為280,000輛。這兩座工廠均具備高度靈活性，能夠支持我們當前的生產計劃，同時適應未來因應市場需求而進行的產能升級。

長安汽車的製造體系整合了高速衝壓線、智能產線、智能設備、智能系統及智能管理等先進生產技術。長安汽車製造體系整合了智能產線、智能設備、智能系統及智能管理等先進製造技術。工廠配備封閉式高速沖壓生產線、高自動化鋼鋁混合焊接柔性線、水性3C2B+2K清漆工藝塗裝生產線、高節拍高柔性總裝裝配線、行業首創的軟件封測工藝、國內首條高節拍CTP/CTV電池生產線、7,000T一體壓鑄生產線等先進製造工藝，並採用5G最新技術和最新工控物聯網技術，實現萬台級設備組網，通過製造全過程數字化，佈局智能場景16大類，製造鏈全口徑成本可降低20%，製造效率提升20%，達到國際一流，行業領先水平。

業 務

工廠採用定制化生產模式，通過打通從客戶需求、訂單配置、工程設計、生產製造到交付的端到端流程與系統集成，形成以客戶訂單為驅動的敏捷生產與精準交付能力滿足客戶需求。生產線設計具備靈活性，可動態調整產能以應對市場需求，並支持純電平台車型生產且能進行規模化升級。

業務可持續性

於往績記錄期間，我們在產品開發、技術創新、擴大客戶群以及完善銷售和服務網絡方面付出大量努力。這些努力使我們於往績記錄期間實現了穩定的業務增長，財務及運營表現也得到提升。我們的收入由2023年的人民幣5,645.4百萬元大幅增加至2024年的人民幣15,195.2百萬元，並由截至2024年6月30日止六個月的人民幣6,149.7百萬元增加至截至2025年6月30日止六個月的人民幣12,208.0百萬元。車輛交付量由2023年的20,021輛增至2024年的61,588輛，並由截至2024年6月30日止六個月的22,588輛增至截至2025年6月30日止六個月的56,729輛，2025年6月的月度交付量還創下12,805輛的記錄。這一快速增長主要是由於我們成功推出阿維塔11、阿維塔12、阿維塔07及阿維塔06四款核心車型，並獲市場接受，同時，截至2025年6月30日，我們也將銷售網絡擴展至中國191個城市的564家門店以及29個國家和地區的40多個海外網點。

除了收入和交付量的增長外，我們的盈利也已明顯改善。我們的毛利率由2023年的毛損率3.0%改善至2024年的毛利率6.3%，並於截至2025年6月30日止六個月進一步提升至毛利率10.1%。我們的淨虧損率由2023年的65.4%下降到2024年的26.4%，並進一步下降到截至2025年6月30日止六個月的13.0%。毛利率改善主要是由於規模經濟效應擴大、單位經濟效益較強的高端車型及海外銷售佔比增加，以及在採購、製造和產品配置方面持續實施成本優化舉措。

我們還保持了穩健的流動資金狀況，以支持我們的持續運營和未來擴張。截至2025年6月30日，我們的現金及現金等價物為人民幣13,483.1百萬元，而我們截至2025年9月30日的未動用銀行融資為人民幣16,927.0百萬元。我們的經營現金流量淨額由2023年的經營活動所用現金淨額人民幣800.9百萬元轉為2024年的經營活動所得現金淨額人民幣1,755.1百萬元；截至2025年6月30日止六個月，我們的經營活動所得現金淨額為人民幣1,650.2百萬元。考慮到可用的經營現金流量、財務資源及[編纂]的預計[編纂]淨額，我們相信我們擁有自[編纂]發佈日期起至少未來12個月的充足營運資金。

業 務

儘管我們於往績記錄期間實現強勁的收入增長態勢，且經營業績及財務狀況亦有所改善，但我們於整個往績記錄期間錄得淨虧損，主要是由於我們僅於2022年12月底開始車輛交付，並為建立品牌知名度而產生大量銷售及營銷開支，而且我們的銷售成本尚未完全達致經濟規模。

展望未來，我們會致力於通過實行以下策略來增強業務的可持續性並實現盈利。我們計劃因應不斷變化的用戶需求（尤其是在高增長的SUV細分市場）推出新車型，以持續擴大產品組合。此方法與以用戶為中心的產品開發理念相結合，有助於提高銷量及鞏固我們品牌的高端定位。為進一步提高毛利率，我們計劃利用先進的供應鏈管理、靈活的製造方式以及與業界領先企業的戰略合作夥伴關係來優化產品組合並提高成本效益。這些合作令我們加快採用新一代技術（如高能量密度電池及智能汽車平台），從而提升產品價值及運營效率。此外，隨著整體業務規模擴大，我們預期將利用不斷擴大的規模，通過全球標準化運營及研發與服務的一體化系統降低單位產品成本及運營開支，從而實現規模經濟。我們的目標是通過以上工作來把握國內外市場的長期增長機會，以實現可持續價值，並將我們打造成全球領先的高端智能新能源乘車品牌。

質量控制

我們已建立全面的質量控制框架，涵蓋從產品定義開發到製造過程中的零缺陷交付，再到售後服務中的客戶滿意度管理，貫穿產品全生命週期，形成閉環的質量保證體系。

產品開發控制

我們根據適用法律法規的要求及行業慣例開發產品。我們全面實施AI-PDS開發流程，從需求定義、概念設計、工程開發及驗證等各環節均採用標準化管控，確保產品開發的科學嚴謹與高效。為確保產品性能達標，我們建立涵蓋功能驗證、性能測試、可靠性評估及用戶體驗評估的系統OKTB質量指標框架，實現產品全生命週期的質量控制。此外，我們致力於打造行業領先的軟件架構及體驗質量標準體系，在保障核心性能穩定的同時不斷優化交互並創新場景體驗，提供超越用戶預期的產品價值，實現技術發展與市場需求的有效對接。

業 務

製造質量控制

在製造質量控制方面，我們憑藉長安汽車的營運經驗，建立涵蓋從原材料採購到生產、庫存管理全過程的零缺陷交付系統。在供應商管理方面，我們實施嚴格的篩選標準及動態評估機制，全面導入IATF 16949品質管理體系，確保原料品質的穩定可靠性。在生產過程中，關鍵工序採用統計製程控制技術，對關鍵生產參數進行監控，確保生產過程的精準控制與持續穩定。與此同時，我們推動智慧製造轉型，部署基於數據驅動的智慧系統，實現製造全過程的數位化、視覺化管理，提供即時數據採集、分析及預警能力，及時識別並化解潛在品質風險，從而提高生產效率及產品合格率。此外，智慧系統與供應鏈計劃最佳化、智慧排產及精細化倉儲管理深度融合，在確保經營效益的同時，實現成本的精確控制。

產品質量控制

我們的售後服務旨在最大化客戶滿意度，運用數據驅動方式優化保修支持機制，以不斷改善服務質量及品牌聲譽。我們建立完善的售後質量反饋系統，通過以下措施提升產品質量：(i)對客戶問題建立快速反應機制，確保及時回覆；(ii)對售後數據進行統計分析，以找出潛在的產品問題；(iii)建立質量改進流程，將售後反饋傳送至設計及生產階段，形成「服務－反饋－改進－產品優化」的良性循環。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未因質量控制問題而遭遇任何重大銷售退貨、產品召回或產品責任索賠。

物流、倉儲及存貨管理

物流

我們委聘第三方物流服務提供商，將所有組裝好的車輛從生產基地運送至我們的門店。原材料及零部件由供應商直接運送至生產基地，或通過我們聘請的第三方物流服務提供商運送至區域中轉倉庫。

業 務

倉儲

我們擁有一個綜合倉儲系統，其中包括(i)位於長安汽車兩江一工廠附近的中央倉庫，其作為全國零售門店履行訂單的主要樞紐；(ii)專門用於存儲我們戰略合作夥伴所提供材料部件的倉庫；及(iii)自物流服務提供商租賃的區域中轉倉庫。有關中轉倉庫的戰略位置為特定的銷售區域提供支持，涵蓋京津冀地區、長三角、珠江三角洲及部分內陸省份。日常管理工作由第三方物流服務提供商負責，而我們通過定期現場檢查、半年度運營審計以及協調獨立第三方審計保持嚴格監督。

存貨管理

我們的存貨主要包括主要零部件及整車。於2022年、2023年、2024年以及截至2025年6月30日止六個月，我們的存貨周轉天數分別為764.0天、96.1天、63.3天及33.6天。我們堅持以需求為導向的生產策略，並透過定期市場洞察來制定決策，這使我們能夠嚴格控制我們的車輛庫存水平。通過利用我們的中央工廠倉庫和多式聯運中轉倉庫，我們在全國所有銷售區域實現了精確的庫存覆蓋。這種方法使我們能夠加快存貨周轉並確保高效、及時地向客戶交付車輛。

客戶

於往績記錄期間，我們主要向汽車買主直接銷售智能新能源乘用車。於2022年、2023年、2024年以及截至2025年6月30日止六個月，於往績記錄期間各年度／期間來自我們五大客戶的收入分別為人民幣3.4百萬元、人民幣146.8百萬元、人民幣694.4百萬元及人民幣1,121.2百萬元，分別佔我們相同年度／期間總收入的12.0%、2.5%、4.6%及9.2%。於2022年、2023年、2024年以及截至2025年6月30日止六個月，於往績記錄期間各年度／期間來自我們最大客戶的收入分別為人民幣2.0百萬元、人民幣64.4百萬元、人民幣232.6百萬元及人民幣470.0百萬元，分別佔我們相同年度／期間總收入的6.9%、1.1%、1.5%及3.8%。

據我們所知，除長安汽車及其聯繫人外，於往績記錄期間各年度／期間的五大客戶各自為獨立第三方。據我們所知，除長安汽車外，於往績記錄期間各年度／期間，概無董事、其緊密聯繫人或本公司任何股東（擁有或據董事所知曾擁有本公司已發行股本的5%以上）於五大客戶中持有的任何權益。

業 務

第三方付款安排

第三方付款安排的背景

在往績記錄期間，我們部分企業客戶及經銷商（單獨或合稱「**相關客戶**」）通過這些客戶指定的第三方賬戶與我們結算交易（「**第三方付款安排**」）。據我們所知，指定的第三方付款人主要為與相關客戶存在關聯關係的人員，如股東及關聯方。

在2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，相關客戶的數量分別為零、零、25及25，通過企業第三方付款安排產生的收入分別為零、零、人民幣153.7百萬元及人民幣283.7百萬元，佔各期我們總收入的比例分別為零、零、1.0%及2.3%。在往績記錄期間，未有任何單一相關客戶對我們的收入構成重大貢獻。

在往績記錄期間，我們未向任何相關客戶或指定第三方付款人提供任何折扣、佣金、回扣或其他利益以促成或激勵第三方付款安排。在往績記錄期間，所有第三方付款安排均由相關客戶主動發起，而非由我們提出。在往績記錄期間，相關付款均基於真實的基礎交易及有效的合同關係。我們向相關客戶提供的定價及付款條款與未涉及第三方付款安排的客戶保持一致。

第三方付款安排的原因

根據弗若斯特沙利文的資料，新能源乘用車購買者通過第三方付款人結算款項以實現便利性和靈活性是一種相對常見的商業做法。根據相關客戶的陳述並據我們所知，相關客戶主要因內部運營及財務管理安排而採用第三方付款安排。

第三方付款安排的整改措施

為進一步保障我們免受相關客戶的第三方付款安排相關風險，我們已實施以下內部控制強化措施以整改第三方付款安排。截至本文件日期，我們已與所有現有相關客戶簽署三方協議（「**三方協議**」），以確保相關交易的真實性，協議載明：(i)指定第三方

業 務

付款人獲相關客戶授權，代表相關客戶向我們支付款項；(ii)指定第三方付款人承諾任何支付款項在任何情況下均不得要求退還；(iii)相關客戶及指定第三方付款人承諾，因第三方付款安排產生的任何經濟糾紛應由相關客戶與指定第三方付款人自行解決，與我們無關；以及(iv)各方不得將第三方付款安排用於洗錢目的。

為防止未來發生相關客戶的第三方付款安排，我們已：(i)明確要求相關部門審查付款人與合同指定實體不符的案例，並暫停此類交易；以及(ii)在有限情況下存在差異時，我們將與付款人和相關客戶簽署三方協議，以確保交易真實性。

我們已將上述程序和要求作為本集團內部政策發佈。董事認為，並經我們的內部控制顧問確認，上述措施在防止未來發生第三方付款安排方面是有效且充分的。董事將持續監控上述措施的有效性，並在必要時進行更新。上述措施預計不會對我們的業務運營及／或財務表現造成任何重大不利影響或中斷。

第三方付款安排的法律後果

根據我們的中國法律顧問意見，我們的第三方付款安排未違反或規避中國法律法規，主要基於以下理由：(i)相關安排由相關第三方付款客戶為真實商業交易目的主動發起；以及(ii)我們未提出或主動發起任何第三方付款安排以規避中國相關法律法規或出於其他原因。

據我們所知，在往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們未因參與第三方付款安排而成為任何調查、詢問、處罰或附加費的對象。此外，我們未遇到任何重大退款請求、實際或待決爭議或因相關客戶的第三方付款安排導致的分歧，亦未在往績記錄期間及截至最後實際可行日期面臨任何重大索賠。此外，如上文討論，我們已簽署三方協議，而根據我們的中國法律顧問的進一步意見，協議在中國法律法規下有效且可執行。鑒於上述情況，我們認為指定付款人要求退還其代表相關客戶支付的款項的風險極低。

為防止相關客戶的第三方付款安排下的洗錢風險，我們在往績記錄期間採取以下內部控制措施：(i)截至本文件日期，我們已與所有現有相關客戶簽署三方協議，以確保相關交易的真實性，並在協議中加入反洗錢條款及其他規定；以及(ii)僅通過信譽良

業 務

好的金融機構進行結算安排。截至最後實際可行日期，處理相關客戶的第三方付款安排相關款項的金融機構未認定我們涉及任何洗錢活動、可能與洗錢相關的活動或任何相關調查。根據我們的中國法律顧問意見，鑒於上述情況，我們的第三方付款安排不構成違反中國反洗錢法律法規的情形。

季節性

傳統上，第四季度是中國汽車行業的銷售旺季，銷量較高，主要是由於全國性車展及年底購車量增加。新車銷量通常會在第一季度下降，尤其是在春節假期前後。由於我們的經營歷史有限，我們過往所經歷的季節性趨勢可能無法完全適用於或充分反映我們未來的經營業績。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們的業務面臨季節性波動」。

供應商

我們聘請第三方供應商為新能源乘用車提供關鍵零部件及材料，包括動力電池及傳統汽車零部件以及其他零部件及材料。我們亦向供應商採購智能汽車解決方案及營銷服務。根據行業慣例，我們與可靠的國內外供應商合作。我們基於價格、質量、產能、財務穩健性、交貨情況、規模及聲譽等綜合因素選擇供應商。我們整合由戰略合作夥伴引望和寧德時代所提供的資源，與這些全球知名供應商合作，為我們的車輛配備智能汽車解決方案及頂尖的電池。這類零部件通常為車輛定制化適配。這使我們能夠與供應商實現即時溝通、進行定制化適配，更重要的是能夠接觸前沿技術。

我們的主要供應商

我們的主要供應商為動力電池、汽車零部件的供應商及汽車服務提供商。於2022年、2023年、2024年以及截至2025年6月30日止六個月，於往績記錄期間各年度／期間向我們的五大供應商的採購額分別為人民幣664.2百萬元、人民幣6,862.5百萬元、人民幣9,249.1百萬元及人民幣4,854.6百萬元，分別佔我們相同年度／期間總採購額的97.2%、88.4%、65.3%及47.8%。於2022年、2023年、2024年以及截至2025年6月30日止六個月，於往績記錄期間各年度／期間向我們最大供應商的採購額分別為人民幣322.0百萬元、人民幣2,797.3百萬元、人民幣3,023.2百萬元及人民幣1,948.5百萬元，分別佔我們相同年度／期間總採購額的47.1%、36.0%、21.4%及19.2%。我們通常以銀行票據與五大供應商結算款項。

業 務

下表提供我們於往績記錄期間各年度／期間的五大供應商詳情：

截至2022年12月31日止年度							
編號	供應商	背景	向我們提供 的產品／服務	採購額	佔我們總採購額 的百分比	與我們開展 業務關係的年份	信貸期
				<i>(人民幣千元)</i>			
1.....	長安汽車及其附屬公司	於1996年成立，為一家主要從事汽車研發、製造及銷售的中國有限責任公司	汽車零部件、備件及配件，以及整車製造服務	322,024	47.1	2021年	30天
2.....	供應商A	於2011年成立，為一家專注於電動車電池及儲能系統的中國公司，現時於香港聯交所上市	動力電池	209,774	30.7	2022年	30天
3.....	供應商B	一家總部位於中國的全球領先的信息和通訊基礎設施及智能設備解決方案公司	汽車零部件	116,358	17.0	2022年	30天
4.....	供應商C	一家專注於車載域控制器產品研究、開發、生產及銷售，且總部位於中國的科技公司	汽車零部件	14,054	2.1	2022年	—
5.....	供應商D	一家總部位於中國的公司，從事線下營銷及線上平台開發	廣告及宣傳服務	1,975	0.3	2022年	60天
總計 ..				<u>664,185</u>	<u>97.2</u>		

業 務

截至2023年12月31日止年度

編號	供應商	背景	向我們提供的產品／服務	採購額	佔我們總採購額的百分比	與我們開展業務關係的年份	信貸期
				(人民幣千元)			
1.....	長安汽車及其附屬公司	於1996年成立，為一家主要從事汽車研發、製造及銷售的中國有限責任公司	汽車零部件、備件及配件，以及整車製造服務	2,797,348	36.0	2021年	30天
2.....	供應商A	於2011年成立，為一家專注於電動車電池及儲能系統的中國公司，現時於香港聯交所上市	動力電池	2,211,897	28.5	2022年	30天
3.....	供應商B	一家總部位於中國的全球領先的信息和通訊基礎設施及智能設備解決方案公司	汽車零部件	1,387,476	17.9	2022年	30天
4.....	供應商C	一家專注於車載域控制器產品研究、開發、生產及銷售，且總部位於中國的科技公司	汽車零部件	419,471	5.4	2022年	—
5.....	供應商E	一家總部位於中國且專門從事用於底盤和動力傳動系統的減震橡膠金屬部件的研究、開發、製造及銷售的公司	汽車零部件	46,284	0.6	2023年	120天
總計 ..				6,862,475	88.4		

業 務

截至2024年12月31日止年度

編號	供應商	背景	向我們提供 的產品／服務	採購額	佔我們總採購額 的百分比	與我們開展 業務關係的年份	信貸期
				(人民幣千元)			
1.....	長安汽車及其附屬公司	於1996年成立，為一家主要從事汽車研發、製造及銷售的中國有限責任公司	汽車零部件、備件及配件，以及整車製造服務	3,023,171	21.4	2021年	30天
2.....	供應商A	於2011年成立，為一家專注於電動車電池及儲能系統的中國公司，現時於香港聯交所上市	動力電池	2,931,731	20.7	2022年	30天
3.....	供應商B	一家總部位於中國的全球領先的信息和通訊基礎設施及智能設備解決方案公司	汽車零部件	2,369,702	16.7	2022年	30天
4.....	供應商C	一家專注於車載域控制器產品研究、開發、生產及銷售，且總部位於中國的科技公司	汽車零部件	694,093	4.9	2022年	—
5.....	供應商F	一家總部位於中國且主要從事汽車線束生產、加工及銷售的公司	汽車零部件	230,401	1.6	2023年	60天
總計 ..				9,249,098	65.3		

業 務

截至2025年6月30日止六個月

編號	供應商	背景	向我們提供 的產品／服務	採購額	佔我們總採購 額的百分比	與我們開展 業務關係的年份	信貸期
<i>(人民幣千元)</i>							
1.....	供應商A	於2011年成立，為一家專注於電動車電池及儲能系統的中國公司，現時於香港聯交所上市	動力電池	1,948,548	19.2	2022年	30天
2.....	長安汽車及其附屬公司	於1996年成立，為一家主要從事汽車研發、製造及銷售的中國有限責任公司	汽車零部件、備件及配件，以及整車製造服務	1,119,088	11.0	2021年	30天
3.....	供應商B	一家總部位於中國的全球領先的信息和通訊基礎設施及智能設備解決方案公司	汽車零部件	1,083,379	10.7	2022年	30天
4.....	供應商C	一家專注於車載域控制器產品研究、開發、生產及銷售，且總部位於中國的科技公司	汽車零部件	437,276	4.3	2022年	—
5.....	供應商F	一家主要從事汽車線束生產、加工及銷售的公司	汽車零部件	266,270	2.6	2023年	60天
總計				<u><u>4,854,562</u></u>	<u><u>47.8</u></u>		

業 務

據我們所知，除長安汽車外，於往績記錄期間各年度／期間的五大供應商各自為獨立第三方。據我們所知，除長安汽車及寧德時代外，於往績記錄期間各年度／期間，概無董事、其緊密聯繫人或本公司任何股東（擁有或據董事所知曾擁有本公司已發行股本的5%以上）於五大供應商中持有的任何權益。

我們與供應商的標準協議的主要條款載列如下：

- **期限**：每份供應協議的期限由訂約雙方共同協議釐定，並可按需要更新或重續。
- **採購金額**：我們通常根據生產需要發佈滾動採購計劃，例如每月或每週交貨計劃。實際採購金額由我們向供應商發出的採購訂單或交貨計劃釐定。
- **結算**：結算價基於我們根據供應協議或相關採購訂單所載定價條款所交付及接受的實際貨物數量。
- **產品責任**：供應商須就所供應貨品提供保證。於保固期內，供應商須對任何質量缺陷負責，並須承擔所有成本及損失，包括因缺陷商品引起的召回、更換、維修或事故而產生的成本及損失。供應商亦須配合我們處理任何相關的政府調查或客戶投訴。
- **終止**：倘發生重大違約事件，例如未能按時交付貨物、未能解決質量問題或未經授權洩露機密資料，我們可終止協議。

供應商／客戶重疊

於往績記錄期間，長安汽車為我們的五大供應商之一，亦為我們新能源乘用車及汽車零部件的客戶。有關本公司與長安汽車的關係以及本公司與長安汽車的股權架構，請參見「歷史、發展及公司架構－本公司的成立與發展」。這類互惠性安排體現了價值鏈內的戰略合作，使雙方能夠藉助彼此的技术優勢，推動共同發展。此外，供應商B於2022年為我們的最大客戶，而供應商F於2024年為我們的客戶。

業 務

我們與長安汽車、供應商F及供應商B的銷售及採購條款乃按個別基準進行磋商，且銷售及採購既非相互關聯亦非互為條件。我們與長安汽車、供應商F及供應商B的所有銷售及採購乃於一般業務過程中進行，而所有磋商均按公平基準進行，符合當前市場慣例，且與我們向其他客戶及供應商提供的條件具有可比性。於2022年、2023年、2024年以及截至2025年6月30日止六個月，來自長安汽車的收入分別為零、人民幣13.5百萬元、人民幣230.6百萬元及人民幣470.0百萬元，分別佔我們相同年度／期間總收入的零、0.2%、1.5%及3.8%。於2022年、2023年、2024年以及截至2025年6月30日止六個月，向長安汽車的採購額分別為人民幣322.0百萬元、人民幣2,797.3百萬元、人民幣3,023.2百萬元及人民幣1,119.1百萬元，分別佔我們相同年度／期間總採購額的47.1%、36.0%、21.4%及11.0%。於2022年，我們向供應商B銷售新能源乘用車，產生收入人民幣2.0百萬元，佔同年收入總額的約6.9%，並從供應商B購買汽車零部件，產生採購額人民幣116.4百萬元，佔同年總採購額的約17.0%。於2024年，我們向供應商F銷售新能源乘用車，並從供應商F購買汽車零部件，產生收入人民幣0.3百萬元及採購額人民幣0.2百萬元，佔同年總採購額的約1.6%。2024年是供應商F亦為我們客戶的唯一一年度。

網絡安全、數據隱私及個人信息

我們將數據安全及使用者隱私保護視為核心的企業責任及我們業務發展的基石。為此，我們已建立涵蓋數據全生命週期的治理體系，其與國內外的領先標準保持一致：

- **生命週期管理**：我們在數據收集過程中遵守「最低限度必要」原則，同時獲得使用者的明確同意。在數據傳輸及儲存方面，我們採用TLS 1.3及AES等全面的加密技術，並進行匿名化處理。在數據使用過程中，我們實施嚴格的存取控制，並採用「零信任」網絡架構來防止未經授權的訪問，亦設有在生命週期結束時進行的標準化的數據銷毀機制。
- **技術與管理結合**：在技術層面方面，我們已建構涵蓋網絡、終端、應用及數據安全平台的多層防護體系。在管理層面方面，我們已成立由總裁領導的跨職能數字安全委員會，並已發出《數據生命週期管理辦法》及《個人資料保護辦法》等內部政策，以確保各項制度有效實施。
- **主動合規及進階實踐**：我們致力遵守中國的適用數據保護及網路安全法律，包括《個人信息保護法》、《網絡安全法》及《數據安全法》，並致力維護

業 務

客戶數據的安全及機密性。我們已實施多層的網絡安全保護，並積極採用閉環數據安全治理及隱私納入設計等進階實踐，亦定期進行滲透測試及合規性審計，以不斷加強我們的安全水平。

在一般業務過程中，我們會通過輔助駕駛系統、智能座艙系統以及銷售及服務渠道收集並處理客戶提供的個人信息。該信息可能包括姓名、聯繫方式、身份證號、駕駛證信息以及支付詳情等。我們亦會收集若干車輛相關數據，如位置、車況、輔助駕駛系統狀態及維修記錄。所有此類數據均在用戶知情同意的情況下根據適用法律法規收集。

我們已採納內部政策及程序，以確保個人數據得到合法、公正及安全的處理。除非法律或法規規定，否則未經事先同意，我們不會向第三方披露敏感的客戶數據。我們實施訪問控制、基於角色的許可及監控機制，以限制及追蹤僱員對個人數據的訪問。僱員定期接受有關數據隱私的培訓，並須報告任何疑似數據洩露事件。

我們的經銷商僅可在其獲授權的服務範圍內訪問客戶數據。我們要求它們簽署保密協議並採取數據保護措施，包括加密、匿名化處理及安全數據傳輸協議。在業務營運不需要的情況下，個人身份信息會被去標識化。

我們亦已建立全面的數據安全內部控制框架，包括加密存儲、嚴格的訪問與傳輸政策以及詳細的數據處理審批程序。只有因合法業務需要而獲得授權的人員方可訪問敏感數據，且此類訪問受到嚴格監管。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無因不遵守有關網絡安全、數據安全及個人信息保護的法律或法規而遭受任何罰款或其他處罰。

競爭

中國新能源乘用車市場競爭激烈。由於我們在戰略上專注於提供新豪華新能源乘用車，因此直接與中國新豪華新能源乘用車市場的主要參與者競爭，包括純粹的新能源乘用車公司以及同時生產新能源乘用車的傳統OEM。新能源乘用車的滲透率在不同地區存在顯著差異，這反映出能源價格、基礎設施成熟度及政策支持方面的差異。

業 務

2024年，中國新能源乘用車市場滲透率達到48.9%，遠高於全球平均水平的23.0%。從不同地區的新能源乘用車銷售角度來看，中國已連續十年領先全球新能源乘用車銷售量。2024年，中國新能源汽車銷量達到11.1百萬輛，佔全球新能源乘用車市場的64.7%。預計到2030年，中國新能源乘用車銷量將達到19.1百萬輛，2024年至2030年間複合年增長率為9.5%，佔全球市場份額的45.1%。

根據弗若斯特沙利文的資料，新豪華新能源乘用車指售價超過人民幣200,000元的高端及豪華新能源乘用車，而2024年高端及豪華市場呈現爆發性增長，由2021年的1.2百萬輛增至2024年的4.2百萬輛，複合年增長率為53.8%。售價超過人民幣200,000元的新能源乘用車銷量佔中國新能源乘用車總銷量的38.3%。受居民收入增長及消費升級驅動，該市場預計將保持穩定增長至2030年可達8.2百萬輛。於2024年至2030年，市場預計將以11.6%的複合年增長率擴張，相較於中國整體新能源乘用車市場，中國高端新能源乘用車未來將展現更高的增長勢頭。相比之下，2024年至2030年售價低於人民幣200,000元的新能源乘用車市場，預計將以8.1%的較溫和複合年增長率增長，凸顯兩者增長動能的明顯分化。

中國新豪華新能源乘用車市場的競爭格局正急速升溫，多家品牌展現強勁增長勢頭，彰顯出龐大的市場潛力與品牌吸引力。就年增長率而言，阿維塔於新豪華新能源乘用車市場中排名第二。於2025年第二季度，按銷量計，在中國市場售價超過人民幣200,000元的新豪華新能源乘用車中型轎車中，阿維塔06名列第二。於2025年上半年，按銷量計，在中國市場售價超過人民幣200,000元的新豪華新能源乘用車中型SUV中，阿維塔07名列第五。於2025年上半年，按銷量計，在中國市場售價超過人民幣300,000元的新豪華新能源乘用車大型轎車中，阿維塔12名列第二。有關行業競爭格局的更多資料，請參閱「行業概覽」。有關我們於行業競爭有關風險，請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們在競爭激烈的中國新能源乘用車(NEPV)市場中運營，我們可能無法有效競爭」。

知識產權

我們認為我們的專有專利、版權、域名、商標、商業秘密及其他知識產權對我們的業務營運至關重要，是我們成功及保持競爭力的根本所在，並且我們在開發及保護方面投入大量時間及資源。我們綜合利用專利、版權、商標、商業秘密法以及我們所有僱員合同中的保密條款來保護知識產權。截至2025年6月30日，我們擁有1,326項專利、1,106項商標及41項已登記軟件著作權。有關我們重大知識產權的詳細資料，請參閱「附錄六－法定及一般資料－有關我們業務的進一步資料－我們的重大知識產權」。

業 務

除提出商標及專利註冊申請外，我們實施一全套措施以保護我們的知識產權。我們的僱員通常須訂立一份標準僱傭合同，其中包括保密條款以及一項承認其在我們任職期間所創造的所有發明、商業秘密、開發成果及其他工藝流程均為我們的財產，並將其對這些成果可能主張的任何所有權轉讓給我們的條款。我們已建立一支獨立的知識產權管理團隊，並已實施一套涵蓋國內外知識產權佈局及風險控制的知識產權管理體系。我們旨在建立一個全生命週期的知識產權管理體系，並向我們的知識產權管理團隊提供充足資金，以確保所有知識產權活動的高效運作。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在中國並無涉及侵犯第三方商標、牌照及其他知識產權的任何重大糾紛或索賠。

僱員

截至2025年6月30日，我們的3,555名員工常駐中國內地，而111名僱員常駐德國。下表載列截至2025年6月30日我們按職能劃分的僱員人數：

僱員職能	僱員人數	佔總數百分比 (%)
研發	2,093	57.1
銷售及營銷	885	24.1
一般行政管理	441	12.1
供應鏈	247	6.7
總計	3,666	100.0

業 務

我們的成功取決於我們吸引、留住及激勵合格人才的能力，因為我們認為高素質的人才隊伍是我們的核心優勢之一。為保持我們在勞動力市場的競爭優勢，我們提供具有競爭力的薪酬待遇，並通過繼續教育及培訓計劃投資於僱員發展。這類內部及外部計劃助力我們的管理人員及僱員不斷提升技能並更新知識。

我們維持全面的僱傭慣例，符合監管要求並保障我們的商業利益。我們按照中國法規的規定參加由地方政府組織的各項僱員社會保障計劃，涵蓋住房、養老金、醫療、工傷、生育及失業救濟金。我們亦通過涉及保密、知識產權及不競爭的合同建立明確的僱傭關係。

我們的招聘流程採用校園招聘、線上平台、招募中介公司及推薦等多種渠道。這種多元化的方法，加上我們全面的僱員手冊及公平的政策，助力我們維持良好的僱員關係。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未遭遇任何重大勞資糾紛或招聘困難。

我們的中國僱員已根據中國工會法於重慶及上海成立工會。截至最後實際可行日期，我們並未遭遇任何勞工罷工，且我們認為我們與僱員的關係良好。

保險

我們認為我們的保險範圍屬充足，乃由於我們投購中國法律法規規定並符合我們行業商業慣例的所有強制性保單。我們的保險組合包括所有在職員工（包括退休後重新僱用的員工）的補充商業醫療保險、員工子女的補充醫療保險、海外差旅及外派保險、財產保險、僱主責任保險、公眾責任保險、出口信用保險、海上貨物保險以及測試及示範車輛的車輛保險。

根據一般市場慣例，我們並無投購任何業務中斷險或產品責任險，這類保險並非中國法律強制要求。我們並無投購任何「關鍵人物」保險或針對信息技術系統損壞的保單。於往績記錄期間，我們並無就業務提出任何重大保險索賠。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們的承保範圍有限，可能令我們承受高昂成本」。

業 務

環境、社會及管治(「ESG」)事宜

ESG管治

在董事會的領導下，我們全力將ESG考量因素納入我們的業務運營，以實現可持續增長並增強業務韌性，從而應對向低碳經濟轉型這一包括我們業務所在行業在內的跨行業普遍關注的問題。穩健的ESG管治架構為我們的長期發展以及為主要利益相關者創造可持續價值奠定堅實的基礎。

董事會對ESG事宜的監督負有整體及集體責任，包括但不限於ESG戰略及管理方法、ESG政策及實踐、ESG相關風險及機遇管理，以及審閱管理重大ESG相關風險(包括氣候相關風險)的指標及目標的進展情況，重點確保相關成果及進展與本集團未來的發展及定位保持一致。

董事會授權成立ESG工作小組，由高級管理人員及主要業務單位或職能部門負責人組成，以推動我們ESG相關事宜的規劃及實施，如僱傭及勞工慣例、職業健康與安全、產品責任、供應鏈管理以及商業道德。

ESG工作小組的目標是就ESG相關事宜向董事會提供相關資料及建議，其職責及責任包括：

- 制定、實施及審閱本集團的ESG框架、管理方針、策略及舉措；
- 識別、評估、優先排序及管理重大ESG相關風險及機遇(包括但不限於氣候相關風險及供應鏈的ESG相關風險以及本集團策略及決策或重大交易的ESG相關風險及機遇)；
- 制定、實施及審閱ESG相關政策、行動計劃及慣例；
- 監察及評估本集團的ESG表現及目標進展；
- 審閱並監察本集團持份者參與渠道的有效性；

業 務

- 追蹤持份者對ESG的反饋（包括審閱及批准重大事宜及重要性矩陣）、最新的市場趨勢及同行的表現；
- 為董事及高級管理層安排ESG議題的培訓及持續專業發展；
- 每年整合並分析ESG報告所載數據，包括主要ESG績效指標；
- 編製年度ESG報告及ESG相關風險及機遇評估報告以供董事會審批；及
- 向董事會報告ESG表現、相關風險及機遇，以及相關行動計劃的進展。

識別及管理ESG相關風險及機遇

ESG工作小組負責識別、評估、優先排序及管理重大ESG相關風險及機遇。ESG工作組至少每年一次向董事會提交ESG風險及機遇評估報告。董事會負責審閱ESG風險管理流程的有效性，並在必要時提供指導，並保留監督風險管理活動的最終責任。

ESG風險及機遇評估報告根據我們的業務性質、行業研究以及參考本地及國際報告框架，將相關重大ESG風險及機遇識別為負面或正面、實際或潛在。我們已在第三方ESG顧問的協助下，識別出與我們業務高度相關的重大ESG相關風險及機遇。對已識別的重大ESG風險將按其可能性及對業務、策略及財務影響的重要性進行評估，並賦予其固有風險評級分數。然後，我們將通過考慮ESG相關風險控制措施可能如何影響風險的重要性及可能性，得出剩餘風險評級分數。之後，根據剩餘風險評級分數對ESG風險進行排名及優先排序。我們設計類似方法評估重大ESG機遇的重要性及可能性。我們已制定及實施相應措施，以減輕重大ESG相關風險，並把握潛在ESG相關機遇。

業 務

下表概述已識別的重大ESG相關風險及機遇以及已制定的相應措施：

ESG相關風險	時間框架	潛在影響	我們的回應
氣候相關實體風險			
急性風險： 由於氣候變化導致極端天氣事件(如颱風、暴雨、洪水)的嚴重程度及頻率增加	短期、中期及 長期	<ul style="list-style-type: none"> • 業務運營及供應鏈以及物流安排中斷 • 我們經營場所的財產及資產損壞，可能對我們的財務業績造成不利影響 	<ul style="list-style-type: none"> • 我們密切關注當地的天氣預報，並提醒員工們熟知業務應急預案，同時落實各項緊急防護措施
氣候相關轉型風險			
政策與法律風險： 向低碳經濟轉型的氣候相關法律及法規的演變，包括中國的2060年碳中和目標	中期至長期	<ul style="list-style-type: none"> • 增加合規及運營成本 	<ul style="list-style-type: none"> • 我們定期及密切監察法例、政策及規例的最新變動 • 我們及時與僱員溝通政策最新狀況以確保合規性
其他ESG相關風險			
市場風險： 客戶對技術先進且環境足跡較低的新產品及服務的需求不斷增長	中期至長期	<ul style="list-style-type: none"> • 收入減少 	<ul style="list-style-type: none"> • 我們的戰略合作夥伴(即長安汽車)已在其運營中採用分佈式光伏系統 • 我們在可行的情況下監控並響應新興行業的趨勢 • 我們已制定客戶滿意度政策，以密切監控客戶滿意度及我們的聲譽

業 務

ESG相關風險	時間框架	潛在影響	我們的回應
<p>供應鏈風險：供應供應鏈的能源消耗及溫室氣體(「溫室氣體」).....</p>	<p>中期至長期</p>	<ul style="list-style-type: none"> 信譽及運營風險增加 	<ul style="list-style-type: none"> 我們鼓勵供應商探索機會，在其營運及製造工序中減少對環境的影響。 我們已制定政策要求供應商遵守環境法律及法規，以及盡可能減少能源消耗
<p>供應商產品質量及供應鏈穩定性風險：供應商產品及服務品質不佳、供應鏈穩定性差，導致無法滿足顧客期望.....</p>	<p>短期、中期及長期</p>	<ul style="list-style-type: none"> 聲譽風險增加，可能對我們的財務業績造成不利影響 	<ul style="list-style-type: none"> 我們已制定採購政策及供應商管理政策，以訂明供應商評估程序、審查頻率及標準，當中包括對供應商的產品質量技術能力與及時交貨能力的考慮 我們將與主要供應商保持穩定的長期合作夥伴關係，以確保供應鏈的穩定
<p>氣候相關機遇</p> <p>市場機遇：在減少碳排放的必要性及消費者對可持續發展的意識不斷提高的推動下，全球向電動汽車過渡的市場需求不斷增加.....</p>	<p>中期至長期</p>	<ul style="list-style-type: none"> 電動汽車市場需求不斷上升帶動運營收入增加 	<ul style="list-style-type: none"> 我們持續投資於研發，同時定期進行市場調查，以提升競爭力 我們注重人才發展，提供產品創新培訓，確保僱員了解電動汽車的前沿技術、綠色製造及可持續交通發展趨勢

業 務

ESG 政策

我們致力於將ESG因素納入我們的業務決策過程。

因此，我們已制定集團層面的ESG政策，並輔之以一系列措施及舉措，以指導我們的行動及措施，從而加強我們的可持續發展工作。

環境

我們的環境政策概述我們的環保實踐及措施（在切實可行的情況下），重點關注減少排放及廢棄物、節約資源、保護環境及自然資源，以及應對氣候變化。此外，我們已根據ISO14001標準實施全面的環境管理體系，確保我們的環境管理實踐符合國際標準並持續改善我們的環境表現。我們亦設有專門的團隊負責監督環境事宜，包括將環境要求納入業務運營及提高本集團的環保意識。

我們亦在供應鏈方面與戰略合作夥伴（即長安汽車）攜手合作，以減少對環境的影響。長安汽車高度重視脫碳及推廣可持續生產實踐。於2024年，長安汽車兩江一工廠取得工業和信息化部辦公廳頒發的國家層面綠色工廠認證，以表彰我們在製造設施、管理體系、綠色能源參與及環境影響等方面的表現。

可持續出行

作為一家全球高端新能源乘用車品牌，我們融合前沿技術與以人為本的設計，定位為情感智能出行的引領者。我們通過提供高性能電動汽車，將可持續發展無縫融入其設計及功能。

我們將可持續發展貫穿於整個產品生命週期，涵蓋產品企劃、設計、原材料採購、製造、物流、銷售、售後服務及報廢產品處置，確保將環境考量因素融入產品開發及運營的每個階段。我們優先使用節能技術及輕質材料，以提高車輛性能，同時盡量減少對環境的影響。我們的努力不僅減少了自身運營的碳足跡，還使我們的客戶能夠採取低排放的生活方式。隨著我們不斷創新，我們旨在加速向智能電動汽車轉型，並為全球脫碳努力作出貢獻。

業 務

能源及溫室氣體排放管理

我們的營運不涉及燃料消耗。我們的能源消耗及溫室氣體（「溫室氣體」）排放（範圍2）的主要來源包括我們運營中使用購買電力。為管理能源消耗及減少溫室氣體排放，我們已實施相關政策並採取一系列節能措施。這些措施包括採用節能設備及LED照明系統、使用自然光、要求僱員離開辦公室前關閉電燈及電器設備等。此外，我們在所有行政用途中使用電動汽車，進一步支持我們在運營過程中減少廢氣及溫室氣體排放的工作。

我們的生產設施之一，長安汽車的數智工廠採用一套先進的環保技術，以提高能源效益及減少溫室氣體排放。這些技術包括在屋頂及停車場安裝分佈式光伏系統，就地產生可再生能源；使用具備智能變頻控制的高效能源系統；以及安裝廢熱回收系統，收集廢氣及生產過程中產生的餘熱，以減少對傳統燃料的依賴。通過與合作夥伴緊密合作，將綠色技術融入生產，我們旨在大幅減少與製造活動相關的碳足跡。

用水量

我們的用水量主要來自運營中使用的市政用水。為節約水資源，我們已實施相關政策並採取一系列節水措施，包括及時維修滴漏的水龍頭、採用符合水效標識要求的用水設備，以及監測整體用水量。我們亦透過內部溝通渠道提醒僱員盡量減少用水量。

廢棄物管理及資源利用

我們的無害廢棄物主要來源為生活垃圾，而有害廢棄物則主要包括廢機油、廢電池、廢汽車配件。我們致力於確保所有廢棄物均得到妥善處理及處置，從而努力將影響降至最低。就有害廢棄物而言，我們已制定相關政策及措施，確保以負責任的方式處理有關廢棄物，包括在委聘持牌第三方處置有害廢棄物之前，設立指定區域用於收集及儲存有害廢棄物。

為盡量減少廢棄物的產生，我們已實施相關政策及措施，如通過實施廢棄物分類來推動回收利用、實施雙面印刷以減少紙張消耗及透過內部溝通渠道提醒僱員盡量減少廢棄物的產生。

業 務

我們深明電池回收再利用對促進循環至關重要。秉持這項承諾，我們積極參與電池生命週期管理，尤其是在研發階段的電池設計、使用監控及報廢回收方面。我們提倡使用耐用、易於拆卸及可檢查的電池系統，以促進有效回收及二次使用。

環境指標

下表載列我們業務運營的關鍵環境指標⁽¹⁾⁽²⁾：

	單位	截至12月31日止年度			截至6月30日
		2022年	2023年	2024年	止六個月
					2025年
排放					
溫室氣體排放⁽³⁾⁽⁴⁾					
總量 (範圍2、3).....	噸二氧化碳當量	4,224.08	22,356.52	33,416.26	5,297.44
(i) 能源間接排放 (範圍2).....	噸二氧化碳當量	402.05	3,394.88	3,561.27	1,041.56
(ii) 其他間接排放 (範圍3) ⁽⁵⁾	噸二氧化碳當量	3,822.03	18,961.64	29,854.99	4,255.88 ⁽⁶⁾
範圍2密度.....	噸二氧化碳當量/ 百萬元人民幣收入	14.19	0.60	0.23	0.09
總量 (範圍2、3)密度.....	噸二氧化碳當量/ 百萬元人民幣收入	149.07	3.96	2.20	0.43
資源使用					
能源					
總量.....	兆瓦時	658.99	5,564.47	5,839.76	1,717.85
(i) 購買電力.....	兆瓦時	658.99	5,564.47	5,839.76	1,717.85
密度.....	兆瓦時/百萬元 人民幣收入	23.26	0.99	0.38	0.14
水					
總量.....	立方米	553.37	21,719.46	23,233.40	8,003.15
密度.....	立方米/百萬元 人民幣收入	19.53	3.85	1.53	0.66

附註：

- (1) 主要環境數據涵蓋本集團於中國內地及德國的主要業務運營可用數據。
- (2) 總數因四捨五入而可能並非此處所列數字的确切總和。
- (3) 溫室氣體排放的計算乃參考世界可持續發展工商理事會(WBCSD)與世界資源研究所(WRI)發佈的《溫室氣體議定書》(GHG Protocol)。範圍2 (能源間接) 排放涵蓋我們的運營消耗的購買電力產生的間接能源的溫室氣體排放，而範圍3 (其他間接) 排放則發生在本集團的價值鏈中。

業 務

- (4) 於往績記錄期間，本集團的主要業務運營並無涉及燃料消耗，因此我們並無產生大量的範圍1溫室氣體排放量。
- (5) 範圍3排放量包括來自類別1：購買的貨品及服務（包括製造汽車的排放）、類別6：商務旅行及類別7：員工通勤的可用數據。
- (6) 由於長安汽車的2025年ESG報告尚待發佈，因此目前並無截至2025年6月30日止六個月來自類別1：購買的貨品及服務（主要來自製造汽車）的排放數據。

社會

我們致力於培育充滿關懷的工作場所文化，倡導多元化、平等機會、健康與安全以及員工福祉。我們對社會責任的承諾貫穿於我們的整個價值鏈，包括產品責任，以確保我們的產品安全、合乎道德並符合利益相關者的期望。我們的社會政策概述我們為推動負責任的實踐而秉持的原則及措施。

僱傭及勞工慣例

我們的目標是建立一個包容多元的工作場所。我們在薪酬、招聘、晉升、利益及福利等僱傭的各個方面均秉持平等機會、多元化及包容性的原則。我們尊重勞工權利，嚴格禁止招聘及使用童工。

我們致力於不斷投資於我們的員工隊伍。為此，我們積極提供內部及外部培訓，使僱員具備專業知識、技能及能力。此外，我們通過定期為僱員安排休閒活動，並與僱員保持雙向溝通，力求加強僱員參與度，以平衡其工作與生活，提高其整體工作滿意度。

職業健康與安全

維持健康安全的工作場所仍然是本集團的首要任務。作為我們維持職業健康與安全標準工作的一環，我們已按照ISO45001標準實施全面的環境管理體系。我們致力於通過制定及實施健康與安全政策及措施，包括制定緊急應變措施及計劃、進行危險檢查以及為僱員提供相關安全培訓（包括與處理緊急情況相關的培訓），務求在業務運營的各個層面保障僱員的健康與安全。我們亦設有專門的團隊負責監督職業健康與安全，包括實行政策、監察合規情況及提高意識。此外，我們根據僱員資格，就工傷事故投保工傷保險或意外傷害保險。

業 務

此外，我們已為動力電池儲存以及實驗室安全及管理制定安全程序，包括提供轉移電池及實驗室有害廢棄物時所需的個人防護設備。動力電池儲存方面，在儲存場地安裝紅外線熱成像監控裝置，同時將高危或故障動力電池單獨存放在位於水箱旁並配備24小時監控的空曠區域。

於往績記錄期間，我們並無發生任何有關職業健康與安全的重大或系統性不合規或重大工作場所事故。

供應鏈管理

我們已制定供應鏈ESG風險管理政策，其中列明我們的可持續發展期望，包括但不限於僱傭慣例、健康與安全以及環境保護。我們的新供應商選擇及定期供應商評估標準涵蓋ESG考量因素，包括但不限於供應商是否使用環保材料及生產工藝，以及實施環境管理、公平勞工慣例及道德商業慣例。我們會於必要時對供應商進行現場視察，以確保符合我們的可持續發展期望。此外，我們已制定商業合作夥伴行為守則，其中列明我們對環境保護、勞工標準及道德商業倫理等領域的期望。

此外，我們戰略合作夥伴（即長安汽車）的生產設施已根據ISO 14001:2015環境管理體系及其他相關職業健康政策實施一套全面的EHS管理體系，以確保全面保障工人福利及遵守法規。

為促進我們提供環保產品及服務，我們已制定相關綠色採購政策，並實施相關措施，包括但不限於優先採購能源效益較高的產品，以及鼓勵供應商採用環保產品及服務。

產品責任

我們致力於為客戶提供優質安全的產品。我們進行交付前檢驗（「PDI」）以滿足客戶的要求，包括但不限於(i)物流收貨PDI；(ii)境內／境外港口PDI（僅適用於出口車輛）；及(iii)經銷商或交付中心進貨／交接PDI。此外，我們已制定措施確保產品及服務質量，包括但不限於在供應商協議中明確質量相關要求、制定質量控制程序以及產品及原材料質量檢驗指南。

業 務

為確保客戶滿意度，我們設有客戶投訴處理程序。於往績記錄期間，我們並無收到任何重大客戶投訴。為保護客戶隱私，我們已制定隱私政策，涵蓋資料及隱私規定。我們亦已制定預防及保護措施，包括限制用戶訪問客戶資料。

我們一直遵循相關法律法規作為我們的員工指南，以確保我們宣傳材料及產品標籤的真實性及可靠性，並在發佈前會進行全面審查，以確保合規及防止出現虛假或誤導性資料。

商業道德

我們秉持最高標準的商業道德，嚴格禁止賄賂、勒索、欺詐、洗黑錢及其他任何不道德行為。我們已制定防範措施，包括但不限於針對董事會及僱員的反貪污政策，以及為僱員提供舉報渠道，以報告任何可能違反我們道德準則的潛在不當行為。董事會負責監督這類防範措施及舉報程序，而高級管理層則負責實施及監察這類措施及程序的成效。

我們知悉，我們的業務運營可能面臨被濫用於洗錢活動的風險。作為我們風險管理方法的一部分，我們始終保持警惕，並已發佈內部指南，提醒所有僱員對任何可疑活動保持警惕，並嚴格遵守適用的反洗黑錢法律法規及內部控制程序。

於往績記錄期間，我們並不知悉任何重大或系統性違反有關賄賂、貪污、勒索、欺詐及洗黑錢的任何法律法規或法律案件。

社區投資

我們力求回饋社區，承擔企業社會責任。於往績記錄期間，我們支持多元化的慈善計劃，包括：阿拉善沙漠造林項目；海洋垃圾海岸清潔行動；希望學校項目；以及面向貧困學生的圖書捐贈計劃。這些努力經壹基金頒發2024年度企業影響力獎(2024 Corporate Impact Award)認可。展望未來，我們將探索建立更多社區投資重點領域的機會，並在適當情況下與具有社會影響力的組織建立合作夥伴關係。

業 務

社會指標

下表載列本集團整體的關鍵社會指標：

勞動力

	單位	截至6月30日 止六個月 2025年
按性別		
男性	人數	2,739
女性	人數	927
按年齡組別		
30歲或以下	人數	990
31至50歲	人數	2,661
51歲或以上	人數	15
按地理位置		
中國內地	人數	3,555
德國	人數	111

流失率⁽⁶⁾

	單位	截至6月30日 止六個月 2025年
按性別		
男性	%	15.40
女性	%	18.15
按年齡組別		
30歲或以下	%	23.81
31至50歲	%	13.31
51歲或以上	%	6.67
按地理位置		
中國內地	%	16.42
德國	%	5.56

附註：

- (6) 流失率按各報告期間離職的指定類別僱員總數除以同期的指定類別僱員平均人數再乘以100%計算。

業 務

職業健康與安全

本集團於往績記錄期間並無錄得任何與工作有關的重大意外或死亡個案。

		截至6月30日 止六個月
	單位	2025年
因工傷損失的工作日數	日數	168

物業

我們的公司總部位於中國重慶。於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們並無在中國或德國擁有任何不動產。截至最後實際可行日期，我們所租賃物業的賬面值概無佔我們合併總資產的15%或以上。根據上市規則第五章及《公司條例（豁免公司及招股章程遵從條文）公告》第6(2)條，本文件獲豁免遵守《公司（清盤及雜項條文）條例》第342(1)(b)條關於列明《公司（清盤及雜項條文）條例》附表3第34(2)段所指明的有關公司在土地或建築物方面的一切權益的估值報告的規定。

租賃物業

截至最後實際可行日期，本公司及我們於中國的附屬公司於中國租賃26項物業，總建築面積約為38,908.44平方米，主要用作辦公室及其他配套業務用途。截至最後實際可行日期，我們在德國的附屬公司於德國維持總建築面積約為3,000平方米的物業，主要用作我們的設計中心及企業行政。租期一般為5年以內，將在2026年前後到期，如選擇重續須在到期前兩至三個月發出書面通知，租金價格須重新磋商。

截至2025年6月30日，我們在中國的四項租賃物業的業主未向我們提供租賃物業的有效產權證書或業主授權將物業轉租給我們的證明。這類租賃物業主要用作辦公室及自營門店。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無就這類有瑕疵的租賃物業遇到任何重大糾紛。據我們的中國法律顧問告知，在業主未提供產權證書或授權證明的情況下，出租人無權出租上述物業，而本公司及其中國附屬公司可能面臨無法繼續租賃有關物業的風險。董事認為，有關物業的瑕疵不會對我們的業務運營造成

業 務

重大不利影響，主要因為有關物業因其標準用途而不具備不可替代性。據我們的中國法律顧問告知，有關租賃樓宇的瑕疵不會對我們的業務運營造成重大不利影響。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們在各地租賃物業，主要作辦公室用途。任何不續租、租金大幅上漲或任何第三方對我們租賃權益的質疑均可能影響我們的業務及財務表現」。

根據適用的中國法律法規，房屋租賃合同必須在中華人民共和國住房和城鄉建設部的地方分支機構登記備案。截至最後實際可行日期，我們尚未辦妥在中國所簽訂房屋租賃合同的登記備案。據我們的中國法律顧問告知，根據中國法律，未辦理租賃登記備案不會影響租賃協議的效力，但倘在中國政府主管部門要求我們登記備案後仍未辦妥任何未來租賃協議的登記備案，我們可能就每份未登記備案的租賃協議被處以最高人民幣10,000元的罰款。截至最後實際可行日期，我們尚未被住房和城鄉建設部當地主管部門勒令整改。

牌照及許可證

截至最後實際可行日期，據我們的中國法律顧問告知，我們已取得我們在中國開展業務所需的所有重要牌照、批文及許可證，且有關營業牌照仍然完全有效。

法律訴訟及合規

法律訴訟

我們或會不時面臨日常業務過程中產生的各種法律或行政索賠訴訟。訴訟或任何其他法律或行政訴訟，不論結果如何，均可能導致我們產生巨額成本及轉移我們的資源（包括管理層的時間及精力）。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們可能會不時面臨索賠、糾紛、訴訟以及其他法律及行政程序」。

業 務

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，概無任何待決或對我們或我們的董事構成威脅而可能單獨或合計對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響的法律訴訟。

合規

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，據我們的中國法律顧問告知，我們已在所有重大方面遵守與我們業務運營有關的適用法律法規，且我們並無捲入我們董事認為會單獨或合計對我們的整體業務造成重大不利影響的任何不合規事件。我們的中國法律顧問認為，於往績記錄期間，我們已就業務運營的所有重大方面取得所需的所有牌照及批文。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遭遇任何重大產品召回。

風險管理及內部控制

我們目前已建立並維持風險管理及內部控制系統，其包括我們認為適合我們業務運作的政策及程序。我們致力持續改善有關系統。我們已在財務報告及內部控制等業務運作的多個方面採納並實施全面的風險管理政策。我們的董事會負責建立及更新風險管理及內部控制系統，而我們的高級管理層負責監察各附屬公司及職能部門的內部控制程序及措施的日常執行情況。

法律及合規風險管理

我們已實施嚴格穩固的內部流程，以確保遵守適用的法律法規，包括高效管理執照、許可證及其及時重續。我們定期進行評估，以驗證風險緩解措施的有效性。此外，我們持續監察法律修訂及監管指引，並迅速修改內部指引以維持合規。

業 務

財務報告風險管理

我們的組織設有一套全面的會計政策框架，旨在降低財務報告風險。該框架涵蓋政策實施的各種程序，而我們的財務部門根據有關指引定期審查管理賬戶。此外，我們為財務團隊提供持續的培訓，以確保他們充分了解我們的財務管理及會計政策，並在日常工作中將之運用。我們亦進行審計及績效評估，以確保遵守我們的政策，並找出財務流程中需要改進的範疇。

人力資源風險管理

我們的組織優先進行全面及量身定制的培訓計劃，以滿足不同部門僱員的各種需求。我們向所有員工發出並公佈獲管理層批准的僱員手冊，詳細說明行為守則及制度程序。本手冊涵蓋職業道德及工作紀律等重要議題。我們為僱員提供額外資源來幫助他們了解及實施有關準則，以確保他們能徹底理解有關內容。

內部控制

為確保業務運作嚴格遵守適用法律法規，我們已制定並採納一套全面的內部控制政策。我們的內部控制團隊負責監督有關政策的實施，並負責進行公司層面的風險評估、提供風險管理實務建議及制定授權及審批程序。

業 務

獎項及認可

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在產品、技術及創新方面獲得獎項及認可，其中重要的獎項及認可載列如下：

年份	獎項／認可	頒授機構／當局
2025年	寰球汽車年度車大獎(阿維塔07)	寰球汽車集團
	第二十五屆中國專利獎《中國外觀設計金獎》(阿維塔11)	國家知識產權局
	JD Power中國智能化研究TXI豪華新能源細分市場第一(阿維塔(AVATR)品牌)	JD Power
	德國iF設計大獎(阿維塔07)	iF Design
2024年	紅點設計大獎(阿維塔11及12)	紅點設計大獎
	紅點最佳設計概念獎 (阿維塔旅行箱及環保茶几)	紅點設計大獎
	2024艾菲汽車獎專項類金獎 (阿維塔(AVATR)品牌)	大中華區艾菲
	中國汽車風雲盛典最佳智駕車 (阿維塔12)	中央電視台財經頻道
2023年	紐約設計金獎(New York Design Goled Award)及INT室內設計獎(商業設計)	BETTER FUTURE
	導航智能駕駛評測第一名及五個智能測試項目全部獲得「G」(優秀)評價(阿維塔11)	中國汽車工程研究院股份有限公司
	中國汽車健康指數最高評價(阿維塔11)	中國汽車工程研究院股份有限公司