

---

## 與控股股東的關係

---

### 我們的控股股東

截至最後實際可行日期，長安汽車直接及通過常安創新間接持有我們已發行股本總額約41.57%。中國長安汽車集團直接及透過其全資附屬公司辰致汽車及中匯富通間接持有長安汽車約35.04%股權，並為長安汽車的控股公司。

緊隨[編纂]完成後，長安汽車將持有我們已發行股本總額約[編纂]%。於[編纂]後，中國長安汽車集團仍將直接及透過其全資附屬公司辰致汽車及中匯富通持有長安汽車約35.04%股權，並仍為其控股公司。因此，根據上市規則，中國長安汽車集團、辰致汽車、中匯富通、長安汽車及常安創新將於[編纂]後構成本公司的一組控股股東。

### 清晰的業務劃分

長安汽車主要從事汽車研究、開發、製造及銷售業務，包括燃油車及新能源汽車。截至2024年12月31日止年度，長安汽車新能源汽車分部佔汽車總銷量的佔比不足30%。燃油車與新能源汽車之間並無重大競爭，原因是兩者經營所仰賴的技術架構、供應鏈結構及監管體系截然不同。雖然兩者均發揮著運輸功能，但新能源汽車的發展受到電氣化、智能網聯及可持續發展目標所推動，通常獲政策激勵措施支持。由於受限於傳統的機械結構及缺乏關鍵電動系統（包括大容量電池），燃油車通常提供較為有限的智能網聯用戶體驗，並須遵守日益嚴格的環境法規。兩者同時存在於汽車市場意味著行業全面進入過渡階段，而非直接的同業競爭。新能源乘用車市場的市場份額佔中國總體乘用車市場的百分比由2020年的5.8%上升至2024年的48.9%，並預期將於2030年進一步上升至76.9%。此外，新能源汽車可分為新能源乘用車及新能源商用車（「**新能源商用車**」）。新能源乘用車與新能源商用車之間並無實質競爭，原因是兩者迎合不同的細分市場。新能源乘用車（例如轎車及SUV）主要面向個人消費者，強調舒適性、智能技術及個人出行。相比之下，新能源商用車（包括卡車及公共汽車）主要滿足B2B物流及公共交通需要，優先考慮有效載荷能力、耐用性及成本效益。

本公司自開展業務以來一直專注於新能源乘用車的研發、設計及銷售。截至最後實際可行日期，本公司為長安汽車的聯營公司，而非附屬公司。

## 與控股股東的關係

根據弗若斯特沙利文的資料，主要汽車集團的行業慣例是新能源乘用車採用金字塔式的品牌架構<sup>(1)</sup>，在定價、規格及市場定位方面從入門級到豪華級清晰細分。

主流品牌

高端品牌

豪華品牌

深藍、長安啟源、

阿維塔(AVATR)

長安馬自達、長安福特.....

本公司擁有以下特點，讓本公司與長安汽車區分開來：

- (1) *獨特的品牌*：本公司作為一家純粹的新能源乘用車公司，已將「阿維塔(AVATR)」塑造成為備受追捧且廣受認可的高端及豪華品牌，並已積累一群對價格不太敏感但講究生活方式的忠實目標客戶。該品牌吸引重視美學創新及獨立生活方式的多元文化創意人群，他們的忠誠度取決於是否認同該品牌的既定價值觀。「阿維塔(AVATR)」憑藉領先的輔助駕駛系統及卓越的駕乘性能，以先進的技術、高端的車載配置及原創的精良外觀設計為支撐，引領高端智能新能源乘用車市場，因而有別於長安汽車旗下其他新能源乘用車品牌，在消費者心中脫穎而出。阿維塔(AVATR)的商標所示品牌不包括長安，這使得阿維塔(AVATR)成為有別於長安新能源汽車品牌的獨立高端品牌。根據弗若斯特沙利文的資料，在創新方面，2024年「阿維塔(AVATR)」品牌在中國所有高端及豪華新能源乘用車品牌中最受用戶青睞。

附註：

- (1) 根據弗若斯特沙利文的資料，新能源乘用車的品牌級別乃由汽車集團的內部戰略定位及價格細分釐定，其中：i)入門級品牌：超過70%的新能源乘用車廠商建議零售價低於人民幣10萬元；ii)主流品牌：超過70%的新能源乘用車廠商建議零售價介於人民幣10萬元至人民幣20萬元之間；iii)高端品牌：超過70%的新能源乘用車廠商建議零售價介於人民幣20萬元至人民幣50萬元之間，且不符合豪華品牌定義；iv)豪華品牌：滿足以下任一條件：(a)系所屬汽車集團內設的最高戰略定位新能源乘用車子品牌，具備產品價格高於人民幣50萬元；或(b)超過70%的在售新能源乘用車廠商建議零售價高於人民幣40萬元。

---

## 與控股股東的關係

---

- (2) *卓越的高端用戶體驗*：本公司最與眾不同的競爭優勢在於卓越的高端用戶體驗，包括(1)本公司設計中心主導的獨到精緻的汽車設計；(2)以先進技術為支撐的強大智能車載配置；及(3)先進的輔助駕駛系統。
- (i) *獨到精緻的車輛設計*：憑藉位於德國慕尼黑的全球設計中心，本公司推出的每款車型（即阿維塔06、阿維塔07、阿維塔11及阿維塔12）皆是阿維塔未來美學設計理念的實體體現，其中阿維塔11憑著其整體設計及阿維塔12憑著其獨特的轎車設計榮獲2024紅點設計大獎就是最佳印證。此外，阿維塔07於2025年2月榮獲盛譽的iF設計大獎。阿維塔11在正式上市三年後，於2025年6月更獲中國國家知識產權局頒發的中國外觀設計金獎。
- (ii) *強大的智能車載配置*：作為以用戶為中心的高端豪華品牌，本公司為用戶提供一系列舒適愉悅的車載配置，使用戶能夠與新能源乘用車進行互動。例如，本公司推出的所有車型均擁有寬敞的車內空間，並配備「零重力」可調座椅，為用戶提供舒適的駕駛體驗。阿維塔搭載華為高端智能座艙系統Harmony Space 5，5G車聯網，可實現華為生態應用的全套功能，高響應的華為地圖、AI智能體、通用大型模型能力。
- (iii) *行業領先的輔助駕駛*：阿維塔是唯一提供四種不同的輔助駕駛解決方案（即四激光雷達系統、三激光雷達系統、單激光雷達系統及主視覺系統）的新能源乘用車品牌，為不同的用戶需求提供量身定制的選擇，可實現端到端的智能輔助駕駛體驗，適應城市道路智能導航和地下車庫代客泊車輔助等多種場景及設定。同時，阿維塔的輔助駕駛技術具有領先同級的安全性能，包括360度防碰撞覆蓋，以及世界一流的130公里／小時自動緊急剎車系統(AEB)性能。

---

## 與控股股東的關係

---

- (vi) *奢華的用戶體驗*：阿維塔配備一系列高級功能，包括內部／外部流媒體後視鏡、帶駕駛員腿部支撐的電動可調前後座椅、帶記憶功能的電動方向盤、電吸門、車內香味系統及帶有多達25個揚聲器的英國之寶環繞聲音響系統。

長安汽車及其緊密聯繫人（「長安汽車集團」）有權在以下主要品牌（不包括阿維塔）經營新能源乘用車業務的若干公司的股東會上行使10%或以上的投票權：

(1) *深藍* — 面向年輕消費者的主流新能源乘用車市場

深藍是長安汽車孵化的新能源乘用車品牌，由深藍汽車科技有限公司（為長安汽車的非全資附屬公司）運營。

深藍的目標市場是面向年輕一代的主流新能源乘用車市場，致力於為更廣大的客戶群提供智能出行體驗憑藉領先的技術及創新能力，深藍定位年輕科技運動品牌，迎合年輕生活方式，讓更多人享受科技與性能帶來的運動駕趣體驗。深藍的廠商建議零售價介乎人民幣12萬元至人民幣32萬元不等。

深藍品牌中廠商建議零售價超過人民幣20萬元的新能源乘用車主要包括G318（越野車）及S09（六座大型SUV），兩者均不屬於我們的產品領域。即使我們日後推出越野車或六座大型SUV，其價格仍將大幅高於可比的深藍車型，從而確保持續的差異化和高端定位。

(2) *長安啟源* — 面向家庭的主流新能源乘用車市場

長安啟源是長安汽車推出並運營的新能源乘用車品牌。

長安啟源定位於主流新能源乘用車市場，提供包括轎車及SUV的多元化產品組合，滿足家庭型主流新能源乘用車客戶的不同需求，以及商務出行的擴展需求。長安啟源的廠商建議零售價介乎人民幣8萬元<sup>(1)</sup>至人民幣20萬元不等。

---

附註：

- (1) 長安啟源可能開發一些獨立產品，可能集中於價格在人民幣80,000元以下的入門級市場。

## 與控股股東的關係

### (3) 長安馬自達及長安福特－瞄準電氣化轉型中合資品牌忠實用戶的主流新能源乘用車市場

長安馬自達與長安福特都是由長安汽車的合資企業（而非附屬公司）運營的品牌，其各自的國外合作夥伴在技術及品牌戰略方面擁有重大影響力。長安馬自達由長安馬自達汽車有限公司（由長安汽車擁有47.5%股份）運營。長安福特由長安福特汽車有限公司（由長安汽車擁有50%股份）運營。長安汽車對有關合資企業的業務運作並無單方面控制權。

長安馬自達與長安福特的新能源乘用車均瞄準主流新能源乘用車市場，迎合合資品牌忠實用戶轉用新能源乘用車的需求。長安馬自達的新能源乘用車的價格區間在人民幣20萬元以下。長安福特目前並無在市場上提供任何新能源乘用車。阿維塔與長安馬自達及長安福特之間不存在重大競爭，因為長安馬自達及長安福特與我們的業務存在根本性差異：原因包括1) 我們是建立在專用電動平台上的純電動汽車品牌，而長安馬自達及長安福特則主要保持燃油車的主導地位，目前正在向新能源汽車領域轉型；及2) 我們是高端豪華、技術驅動型的新能源乘用車品牌，擁有先進的原生電動車架構，而長安馬自達及長安福特則提供主流電氣化解決方案，主要目標是忠於成熟合資品牌的消費者。

經考慮本公司業務的獨特性以及長安汽車及／或其緊密聯繫人所開展的相關業務的獨特性，本公司認為，新能源乘用車業務已與長安汽車的燃油車及新能源商用車業務有明確區分。本公司亦認為，阿維塔與長安馬自達及長安福特之間不存在上述的實質競爭。此外，以下分析將重點放在本集團業務與長安汽車新能源乘用車業務（透過「深藍」和「長安啟源」品牌開展）在品牌建設、市場定位（就產品組合而言）、目標客戶和技術特性方面的區分。

- (1) **品牌建設**：如上所述，本公司通過領先的輔助駕駛系統、領先的技術、高端的車載配置、精巧的外觀設計支持的卓越駕駛性能，已在消費者心目中樹立了鮮明的「阿維塔(AVATR)」品牌形象。與長安汽車或其附屬公司所運營的新能源乘用車品牌相比，本公司亦更注重通過融合突破性設計與智能科技建立高端及豪華智能新能源乘用車品牌，以打造定義未來的出行體驗。

---

## 與控股股東的關係

---

值得一提的是，阿維塔的設計中心總部設於德國慕尼黑，其世界級團隊由來自超過20個國家的111名僱員組成，培養了一種超越界限的創意及精益求精的原創文化。真正的全球視野使本公司能夠重新定義汽車美學。同時，本公司積極與全球頂尖時裝設計師合作，突破傳統汽車設計界限，開拓未知的美學可能性。本公司於2025年3月推出阿維塔012限量版，全球限量700台，零售價為人民幣70萬元。此款車型由本公司與Kim Jones（知名時裝設計師，曾擔任Louis Vuitton男裝、Fendi女裝和Dior Homme藝術總監）共同打造。另一個同樣成功的合作是與Matthew M. Williams（美國設計師，時尚品牌1017 ALYX 9SM的聯合創始人，曾擔任紀梵希創意總監）共同研發的阿維塔011，全球限量500台，零售價為人民幣60萬元。

- (2) *市場定位*：如上文所述，本公司僅在高端和豪華智能新能源乘用車市場運營。本公司的戰略使命為通過堅持原創設計和先進的技術，打造獨特的高端和豪華品牌形象。在我們推出首款車型後的多年間，通過推出涵蓋SUV及轎車車型的四款產品並提供純電動汽車(BEV)及增程式電動汽車(REEV)動力系統選項，本公司已作為高端及豪華汽車品牌在新能源乘用車市場建立了穩固的地位。

深藍專注於主流新能源乘用車市場，以年輕一代為核心目標，致力於為年輕態用戶打造兼具時尚設計與智能體驗的新能源乘用車座駕。長安啟源定位為智能移動生活家，致力於為主流家庭新能源乘用車使用者提供科技平權的高品質新能源乘用車車型。

根據弗若斯特沙利文的資料，從行業發展規律來看，品牌的市場定位直接決定著其產品組合的戰略佈局及目標客戶的精準定位。有關市場定位導致(i)阿維塔、深藍及長安啟源提供不同的產品組合；及(ii)於下文進一步詳述的不同目標客戶。

- (i) *產品組合*：如下表所述，截至最後實際可行日期，在三個品牌中，本公司為唯一一家在特定產品類別中專注於高端及豪華智能新能源乘用車車型的品牌。

## 與控股股東的關係

於產品組合層面，阿維塔主打高端豪華智能新能源乘用車車型，高端豪華市場的競爭核心已從簡單的硬件堆迭轉向構建「智能生態閉環」。因此，我們的產品往往配備行業領先的ADAS算法、跨場景交互系統等。該產品策略符合高端及豪華新能源乘用車市場「技術標桿和場景定義」的競爭邏輯，並通過獨家技術合作形成差異化壁壘。

反之，針對主流新能源乘用車市場，深藍及長安啟源均能提供相對豐富的產品種類，以迎合消費者在日常生活中的不同需求。主流新能源乘用車用戶將「性價比和實用性」作為核心訴求。雖然深藍及長安啟源等品牌或會引入價格較高的車型以提升其整體品牌形象，但作為普遍的行業慣例，其主要車型仍處於較低的價格區間，因此該策略不足以改變其作為主流品牌的定位。品牌線的劃分並非由少數高端車型決定，而是由其核心產品的價格區間、目標消費群體及整體市場認知決定。有關高端產品更多地作為品牌形象的補充，而非重塑品牌主流屬性的關鍵因素。

	阿維塔	深藍	長安啟源
市場定位.....	原創高端豪華智能新能源乘用車市場	新能源乘用車主流市場	新能源乘用車主流市場
產品類別.....	阿維塔提供高級豪華轎車及SUV，專為都市生活方式打造，目標客戶是那些對生活品味獨具慧眼的顧客。	深藍的產品線涵蓋運動型轎車、轎車、中型SUV、越野汽車以及大六座SUV，提供適合各種使用場景的車型。	長安啟源提供轎車、SUV等多元化的產品組合滿足家庭出行的不同需求。

## 與控股股東的關係

- (ii) **目標客戶**：如下表所示，截至最後實際可行日期，阿維塔的目標受眾是具有高購買力、對前沿技術擁有真正熱情、具有獨特審美情趣並輔之以高端用戶體驗（例如，由原創開發的領先智能技術、精巧的外觀設計和具有奢華觸感的內部配置支持的優質用戶體驗）。同時，在主流新能源乘用車市場中：深藍聚焦年輕一代；長安啟源專注家庭用戶。

	阿維塔	深藍	長安啟源
<b>目標客戶</b> .....	具備高購買力、追求精緻都市生活與豪華體驗的高端豪華新能源乘用車客戶	主流新能源乘用車市場中，有探索精神的生活方式和運動駕趣體驗需求的用戶	新能源乘用車主流市場中理性務實，追求高性價比與舒適體驗的家庭型用戶
<b>廠商建議零售價</b> (近似值).....	由人民幣20萬元至人民幣70萬元，大部分車型在人民幣25萬元至人民幣35萬元之間	人民幣12萬元至人民幣32萬元 <sup>1</sup>	在人民幣8萬元至人民幣20萬元之間
<b>展示空間</b> .....	在豪華商場	在普通零售店	在普通零售店

註：

1. 深藍品牌中廠商建議零售價超過人民幣20萬元的新能源乘用車主要包括G318（越野車）及S09（六座大型SUV），兩者均不屬於阿維塔的產品領域。即使阿維塔日後推出越野車或六座大型SUV，其價格仍將大幅高於可比的深藍車型，從而確保持續的差異化和高端定位。

## 與控股股東的關係

- (3) **技術特性**：如下表所示，截至最後實際可行日期，本公司是三個品牌中唯一一家同時在其全系列車型中提供BEV及REEV兩種動力選擇的品牌。對於駕駛輔助，阿維塔全系車型搭載最先進的輔助駕駛系統（華為乾崑ADS 4），而深藍或長安啟源推出的大部分車型都配備了基礎輔助駕駛系統。阿維塔智能座艙基於Harmony Space 5深度集成華為生態系統，深藍及長安啟源大部分車型搭載自主研發操作系統。

	阿維塔	深藍	長安啟源
動力系統選擇	所有在中國推出的車型均全系提供BEV和REEV動力系統選擇。	僅有特定車型提供BEV和REEV動力系統選擇。	僅有特定車型提供BEV和REEV/PHEV（插電式混合動力電動車）動力系統選擇。
電池／電壓／動力平台	<p>全系搭載寧德時代電池，包括麒麟、神行、驍遙增混等多個高端品牌。主力車型充電倍率為4C及5C（C值越大充放電速率越快）。BEV車型使用全800V碳化硅高電壓平台，在提升充電速率、降低損耗及整車重量，以及空間優化方面相較400V中電壓平台具有優勢。</p> <p>REEV車型均配備1.5T渦輪增壓增程器，在動力性能方面相較於1.5L自然吸氣發動機更具優勢。</p>	<p>搭載長安金鐘罩電池，充電倍率主要為4C及以下。</p> <p>大多數BEV車型使用400V或以下的中電壓平台。只有兩款REEV車型使用1.5T渦輪增壓增程器，其他均使用1.5L自然吸氣發動機。</p>	<p>搭載長安金鐘罩電池，充電倍率主要為2.2C及4C。</p> <p>BEV主力車型使用400V或以下平台。</p> <p>REEV/PHEV主力車型使用1.5L自然吸氣引擎，僅兩款車型配置使用1.5T渦輪增壓增程器。</p>

## 與控股股東的關係

	阿維塔	深藍	長安啟源
電動機	全系車型均提供兩驅、四驅的選擇（即單電機和雙電機）。所有車型（BEV和REEV）的電動驅動功率均超過200kW，0-100km/h加速均在7秒內。雙電機車型電動機最大功率440kw，最大扭矩687 N•m，最快0-100km/h加速3.8s。	大多數車型為單電機後置，大多數功率低於200kW，0-100km/h加速超過七秒。	大多數車型為單電機前置／後置，功率低於200kW，0-100km/h加速超過七秒。
純電續航里程（CLTC）	所有BEV車型的CLTC純電續航均超過600公里，最高達815公里。	僅部分BEV車型的CLTC續航超過600公里。	僅部分BEV車型的CLTC續航超過600公里。

## 與控股股東的關係

	阿維塔	深藍	長安啟源
底盤配置	<p>全系前懸架為雙叉臂結構，後懸架為多連桿獨立懸架。可以帶來：(1)卓越的操控性、(2)優秀的乘坐舒適性及(3)更好的高速行駛穩定性。該懸架組合多用於高端轎車、運動型車及豪華SUV。大部分車型配備空氣懸架及魔毯智能懸架，能根據不同路況和駕駛需求自動調整懸架高度和硬度，部分車型採用線控制動技術，提供更好的動態響應和車身調教能力。該組合為高端車型的進階配置，用於部分豪華轎車、高端SUV及高端商務MPV。</p>	<p>大部分車型採用前麥弗遜式獨立懸掛與後多連桿式獨立懸掛的組合。相比於前雙叉臂結構，麥弗遜懸架結構簡單、成本低，但在操控性、高速穩定性及激烈駕駛體驗上與雙叉臂懸架存在明顯差距。該懸架組合多用於家用緊湊型車、中型車及入門級SUV。</p>	<p>大部分車型為前麥弗遜式獨立懸掛與後多連桿式獨立懸掛的組合，少部分車型採用後扭力梁式非獨立懸架。前麥弗遜後扭力梁的組合成本最優，帶來的後排舒適性、操控性及高速穩定性與多連桿有較大體驗差異。該懸架組合多用於小型車、緊湊型車低配版及入門級小型SUV。</p>

## 與控股股東的關係

	阿維塔	深藍	長安啟源
輔助駕駛系統	除阿維塔06項下一些採用主視覺系統的車型外，全系採用最多4個激光雷達、多攝像頭和毫米波雷達的融合感知方案並提供華為ADS高階版本，實現L2+及L2++級別輔助駕駛功能。全系在中國車型配備華為ADS 4，提供包括城區／高速領航輔助駕駛(NCA)，車位到車位(P2P)、全維主動安全等高階功能。	較為基礎的駕駛輔助系統，具備L2級別輔助駕駛能力。大部分車型採用攝像頭與毫米波雷達方案，不配備激光雷達。大部分車型採用更注重性價比的自研深藍智能駕駛輔助系統，或華為ADS低配方案，提供基礎的輔助駕駛功能。	較為基礎的駕駛輔助系統。大部分車型採用自研天樞駕駛輔助視覺版，具備L2級別基礎能力。部分車型無輔助駕駛功能。
智能座艙系統	配備華為高端智能座艙系統 Harmony Space 5，5G車聯網信號，能夠實現全套的華為座艙應用生態的功能，具備高度響應的華為地圖、AI智能體、通用大模型等能力。	主力車型為長安汽車自研座艙系統 DEEPALOS，4G車聯網信號，並具備初級的座艙功能應用。	主力車型為長安汽車自研天樞智能座艙系統，4G車聯網信號，並具備初級的座艙功能應用。

## 與控股股東的關係

	阿維塔	深藍	長安啟源
座艙舒適性配置	配備內外流媒體後視鏡功能、前後排座椅電動調節(包括主駕駛腿托)、車內香氛、方向盤電動調節和記憶、電動吸合門、座椅按摩、通風、加熱功能以及老闆鍵。座椅為Nappa真皮。	主力車型配置前排座椅電動調節，前排座椅加熱、通風。少部分車型配置前排座椅按摩，多數車型座椅為仿皮。	主力車型配置前排座椅電動調節，部分車型前排座椅通風、加熱，少部分車型配置前排座椅按摩功能，多數車型座椅為仿皮。
音響系統	英國之寶高級音響，最高25個揚聲器。	長安汽車普通音響系統，最高20個揚聲器。	長安汽車普通音響系統，最高18個揚聲器。

基於上述差異，董事認為我們與控股股東及其緊密聯繫人之間有明確的業務劃分。我們認為，控股股東除他們於本公司的權益外，目前並無控制與本集團主營業務類似且直接或間接與本集團業務構成或可能構成競爭的業務。根據聯席保薦人所進行的獨立盡職審查工作，聯席保薦人並無發現任何事項可能合理導致他們於任何重大方面對董事的上述觀點產生疑問。

### 獨立於控股股東

經考慮以下因素後，董事認為我們有能力於[編纂]後獨立於控股股東及他們各自的緊密聯繫人經營業務。

### 管理層獨立

我們的業務由董事會及高級管理層管理及經營。董事會由三名執行董事、三名非執行董事及三名獨立非執行董事組成。

---

## 與控股股東的關係

---

董事認為，董事會及高級管理層有能力獨立於控股股東及其各自的緊密聯繫人經營業務及管理所有實際或潛在的利益衝突，原因如下：

- 除(i)本公司董事長兼非執行董事王輝先生及(ii)擬任本公司獨立非執行董事湯谷良先生外，本公司的董事或高級管理層與控股股東及他們各自的緊密聯繫人的董事或高級管理層之間並無重疊。王輝先生為長安汽車的副總裁。王輝先生為非執行董事，將不會參與我們業務的日常管理及營運。他將向本公司提供策略性意見。湯谷良先生為長安汽車的獨立董事，並將擔任獨立非執行董事，其將不會參與長安汽車及本集團的日常管理及營運。
- 我們的執行董事及高級管理層對日常營運負責，他們均未在控股股東及他們各自的緊密聯繫人中擔任任何董事及／或其他角色。
- 所有獨立非執行董事均獨立於控股股東並在各自的專業領域擁有豐富的經驗。更多詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層」一節。我們的獨立非執行董事乃根據上市規則的規定委任，以確保董事會的決定僅於適當考慮獨立及公正的意見後作出。
- 各董事知悉他們作為董事的受信職責，其中要求他們以符合本公司利益的方式而行事，並不允許他們作為董事的職責與其個人利益之間出現任何衝突。為免生疑問，董事於控股股東(如有)的權益將不會損害他們在履行其作為本公司董事的誠信職責時的獨立判斷。倘因本集團與董事或他們各自的聯繫人將訂立的任何交易產生潛在利益衝突，則有利害關係的董事不得就有關交易投票且不得計入法定人數。有關我們為管理本集團與控股股東之間的利益衝突(如有)而採納的其他企業管治措施，請參閱「企業管治措施」。

基於上文所述，董事認為我們的業務乃獨立於控股股東管理。

---

## 與控股股東的關係

---

### 運營獨立性

本集團持有經營業務所需的所有重大許可（或許可使用權）以及擁有所有重大知識產權（或知識產權使用權）及研發設施。我們擁有充足的資金、設施、設備及僱員，以獨立於控股股東經營我們的業務。

我們於往績記錄期間已經及將於[編纂]後繼續與長安汽車集團進行若干持續關連交易，據此，長安汽車集團可向本集團提供產品或服務，反之亦然。有關進行這些持續關連交易的理由及進一步詳情，請參閱本文件「關連交易」一節。儘管有這些持續關連交易，董事認為且聯席保薦人同意，我們仍一直且將繼續在不過度依賴長安汽車集團的情況下，按下列基準經營：

- (i) 儘管我們將繼續就我們的業務活動向控股股東及其聯繫人購買若干產品及服務（包括但不限於，採購汽車零部件、生產材料、生產相關設備及整車製造服務、物流服務和一般服務等），但可以按合理可比價格向獨立第三方購買這些產品及服務。本集團於往績記錄期間向控股股東採購的一般服務（大部分為研發服務）的總金額佔本集團於往績記錄期間總研發開支約20.9%；支付的銷售門店補貼金額佔本集團於往績記錄期間銷售門店總補貼約2.7%。特別是，本集團於往績記錄期間向控股股東採購汽車零部件、生產材料、生產相關設備及整車製造服務和物流服務的總採購額佔我們採購同類產品及服務的總採購額約28.0%；
- (ii) 本集團於往績記錄期間來自控股股東的總收入佔本集團於往績記錄期間的總收入約4.5%，與我們的總收入相比並不重要。因此，我們並無依賴我們的控股股東及其聯繫人獲得收入；及
- (iii) 有關持續關連交易於我們的一般及日常業務過程中經公平磋商按正常商業條款訂立，屬公平合理，且持續關連交易符合本公司及其股東的整體利益。

---

## 與控股股東的關係

---

我們已經並將繼續與長安汽車及其聯繫人進行若干涉及購買及銷售產品和服務的關連交易。於往績記錄期間，我們向長安汽車及其聯繫人的採購穩定下降，於2022年、2023年、2024年以及截至2025年6月30日止六個月分別佔總收入的47.1%、36.0%、21.4%及11.1%。此外，在各相同期間，來自長安汽車及其聯繫人的收入分別佔我們總收入不足5%。考慮到(i)我們已建立互惠互利的長期關係，以及我們於[編纂]後繼續為長安汽車的緊密聯繫人；(ii)交易根據公平合理條款按非獨家、公平原則進行；(iii)獨立第三方的相同產品和服務的普遍可用性；及(iv)長安汽車能否以穩定、優質的供應高效滿足我們的需求，符合本公司及股東的整體最佳利益。此外，董事認為，儘管長安汽車為我們於往績記錄期間的唯一整車製造商，但市場上仍存在可輕易取得的替代方案。本公司可轉向這些提供可比條款的供應商。董事認為，儘管關連交易持續進行，我們將能夠獨立於長安汽車營運。因此，本集團並無對長安汽車產生重大依賴。根據聯席保薦人所進行的獨立盡職審查工作，聯席保薦人並無發現任何事項可能合理導致他們於任何重大方面對董事的上述觀點產生疑問。

此外，我們已與長安汽車訂立商標許可框架協議，向長安汽車取得「阿維塔」商標的永久使用權。據此，長安汽車已永久授予我們獨家使用長安汽車所擁有的阿維塔商標的權利，並有權根據需要進一步再授權。這類許可的代價費用將低於人民幣50,000元／年。我們認為，商標許可框架協議屬公平合理，並符合我們股東的整體利益。董事認為，基於以下原因，我們在經營過程中使用有關商標並無風險：(1)雖然有關商標現時並非由本集團註冊，但長安汽車已承諾授予本集團永久使用有關商標的權利；及(2)阿維塔商標按低於人民幣50,000元／年以獨家基準授權予本集團。此外，經本公司與長安汽車磋商，「阿維塔(AVATR)」商標預期將於我們為提供整車製造服務而開發自主生產時轉讓予本公司。

基於上述情況，董事認為我們的業務在營運上獨立於長安汽車集團。

### 財務獨立

我們擁有獨立的財務體系，並根據本集團自身的業務需要作出財務決策。我們設有內部控制及會計制度以及負責我們庫務職能的獨立財務部門。我們預期不會依賴控股股東及他們各自的緊密聯繫人於[編纂]後進行融資，因為我們預期我們的營運資金將由現金、手頭現金等價物以及[編纂]的[編纂]撥付。

---

## 與控股股東的關係

---

此外，我們能夠在不依賴控股股東及其各自的緊密聯繫人提供的任何擔保或抵押的情況下自獨立第三方獲得融資。截至2025年11月26日，概無控股股東或其緊密聯繫人向本集團提供財務資助。

基於上文所述，董事認為我們的業務在財務上獨立於控股股東。

### 不競爭承諾

長安汽車[已]於不競爭承諾（「**不競爭承諾**」）中不可撤銷及無條件地向我們[承諾]，其不會並將促使其附屬公司不從事與我們的業務構成或可能構成競爭的任何業務，包括[面向豪華汽車市場的科技美學生活家提供的新能源乘用車(70%及以上產品定價介於人民幣25萬-70萬，海外定價隨關稅、運輸成本等成本上升而上漲)研發、設計與銷售](統稱為「**受限制業務**」)。惟以下情況除外：

- (1) 長安汽車在本集團的任何附屬公司中持有股權；
- (2) 長安汽車在本集團以外的公司中擁有股權，但：
  - (a) 由該公司進行或從事的任何受限制業務（及其有關資產）佔本集團最近期經審計賬目所示本集團合併收入或合併資產的百分比總計少於10%；
  - (b) 長安汽車及其附屬公司無權利委任該公司的大部分董事。此外，該公司在任何時候必須有至少一名股東在該公司持有的股權百分比多於長安汽車及其附屬公司所持有股權百分比的總額或該公司為第三方所控制；且
  - (c) 長安汽車及其附屬公司並未控制該公司的董事會。

此外，長安汽車已承諾，如長安汽車及其附屬公司獲悉、注意到、獲推薦或獲提供與受限制業務競爭的新商機，包括但不限於與受限制業務相同或類似的業務機會（簡稱「**新商機**」），長安汽車自身須，同時也將須促使其附屬公司須在不違反相關法律法規及遵守與第三方的合約安排協議約定的前提下，將該新商機推薦或介紹給本集團：

---

## 與控股股東的關係

---

- (1) 長安汽車須向本集團提供一份載有長安汽車及／或其附屬公司已知的關於該新商機的一切合理的、必要的信息的書面通知(包括該新商機的性質和有關投資或併購成本的必要資料，若有)給本集團，以方便本集團考慮：(a) 該新商機是否對受限制業務構成競爭或可能構成競爭；及(b)本集團從事該新商機是否符合本集團的最佳利益(簡稱「**要約通知**」)；及
- (2) 本集團必須在收到要約通知起的30日內向長安汽車及／或其附屬公司回覆；如果本集團未在上述期間內回覆長安汽車及其附屬公司，則視為其放棄該項新商機。如果本集團決定接納該項新商機，長安汽車或其附屬公司有責任將該項新商機給予本集團。

若長安汽車及其附屬公司(個別或共同)持有本公司的投票權不足30%，或不再為我們的控股股東，或我們的股份不再於聯交所[**編纂**]，則該不競爭承諾將自動失效。

長安汽車已向我們進一步承諾，其將盡其最大努力提供並將促使其附屬公司盡全力提供獨立非執行董事進行年度審查所必需的所有資料，以確保不競爭承諾的執行。其將根據企業管治報告中的自願披露原則，在我們的年報中作出有關其遵守不競爭承諾的年度聲明。基於本公司所提供及確認的資料，董事認為，不競爭承諾將有效管理長安汽車及其附屬公司(作為一方)與本集團(作為另一方)的未來潛在競爭。

### 企業管治措施

董事深明良好企業管治對保障股東權益的重要性。我們將採取以下企業管治措施，以解決本集團與控股股東之間的實際或潛在利益衝突：

- (a) 根據細則，如任何成員根據上市規則須就股東會上提呈的任何特定決議案放棄投票贊成或反對，則該成員或其代表在違反有關要求或限制的情況下所投的任何票，均不計入有關交易的法定人數；

---

## 與控股股東的關係

---

- (b) 本公司已建立內部控制機制以識別關連交易，且若本公司在[編纂]後與控股股東或其任何聯絡人進行關連交易，本公司將遵守適用的上市規則；
- (c) 獨立非執行董事將每年審閱本集團與控股股東之間是否存在任何利益衝突（「年度審閱」）包括審閱董事會的組成，並考慮在管理層重疊及需要重疊董事放棄投票的情況下，董事會能否保持有效運作。並提供公正專業的建議，以保護少數股東的利益；
- (d) 我們的控股股東將承諾提供年度審閱所需或獨立非執行董事所要求的所有資料，包括所有相關的財務、營運和市場資訊；
- (e) 若本公司董事合理地請求獨立專業人士（如財務顧問）的建議，則有關獨立專業人士的委任將由本公司承擔費用；及
- (f) 我們已委任力高企業融資有限公司為我們的合規顧問，任期由上市規則規定，就遵守適用法律法規以及上市規則（包括與企業管治有關的各項要求）向我們提供建議和指導。

基於上文所述，董事認為已實施充分的企業管治措施以管理本集團與控股股東之間的利益衝突，並於[編纂]後保障少數股東的權益。