

众泰汽车股份有限公司
2022 年度非公开发行 A 股股票募集资金运用
可行性分析报告

二〇二二年六月

一、本次非公开发行股票募集资金运用的概况

本次非公开发行股票募集资金总额不超过 600,000.00 万元（含本数），扣除发行费用后的募集资金净额拟用于如下项目：

单位：万元

序号	项目	投资总额	拟投入募集资金
1	新能源智能网联汽车开发及研发能力提升项目	503,719.00	473,200.00
2	渠道建设项目	53,332.00	46,800.00
3	补充流动资金	80,000.00	80,000.00
合计		637,051.00	600,000.00

本次发行实际募集资金规模将不超过募集资金投资项目的资金需求规模。若实际募集资金不能满足上述募集资金用途需要，公司董事会将根据实际募集资金净额，在符合相关法律法规的前提下，在上述募集资金投资项目范围内，根据募集资金投资项目进度以及资金需求等实际情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目及各项目的具体投资额，募集资金不足部分由公司自有资金或通过其他融资方式解决。若公司在本次发行的募集资金到位前，根据公司经营状况和发展规划，利用自筹资金对募集资金项目进行先行投入，则先行投入部分将在本次发行募集资金到位后以募集资金予以置换。

二、本次募集资金使用的可行性分析

（一）新能源智能网联汽车开发及研发能力提升项目

1、项目概况

本项目投资总额为 503,719.00 万元，具体内容包括：新能源智能网联汽车开发、共性技术研发及研发中心建设。

新能源智能网联汽车开发主要包括基于三个平台开发的四款新能源及智能网联乘用车，包括三款纯电动大中型 SUV 车型和一款纯电动轿车车型。

共性技术开发主要包括纯电动技术及智能网联等共性技术开发。纯电动技术

将主要聚焦于自主研发（1）整车控制系统、（2）电池控制系统的软硬件、（3）电机和电控系统以及（4）自主设计电池包及热管理系统，通过软硬件的优化，确保了三电系统最高等级的安全性、可靠性和高效性。智能网联技术，主要研发重点为：（1）全新电子电气架构、（2）自动驾驶辅助系统、（3）智能网联生态系统、（4）智能座舱等四项内容。

研发中心建设主要围绕完善公司新能源汽车及智能网联建设相关试验开发能力，包括汽车新能源试验中心、汽车智能化试验中心、汽车网联化试验中心、汽车信息安全试验中心、整车虚拟试验中心和试制车间的建设。

2、项目实施主体

本项目实施主体为上市公司的全资子公司永康众泰汽车有限公司。本次募集资金到账后，公司拟采取增资或提供股东借款的方式实施本募投项目。

3、项目建设的必要性

（1）有助于我国由汽车生产大国向汽车制造强国转化

与传统动力汽车相比，新能源汽车在国内外依然处于产业化初期准备阶段，与之相关的高新技术与产品还依赖于配套供应商的支持，尚未形成新的工业体系。发达国家的传统汽车工业已经形成了庞大的生产规模和社会基础设施的投入，以及发展的强大惯性，在某种意义上构成了阻碍其发展新一代汽车的社会成本。我国将新能源汽车发展作为促进我国汽车工业实现跨越式发展的战略性举措，就有可能在世界汽车工业新一轮竞争中占领制高点，取得有利地位，提高我国汽车工业的国际竞争力，实现我国汽车工业的可持续发展与振兴。

（2）升级优化公司研发资源，提高公司核心竞争力

随着新能源汽车行业的快速发展，传统车企、互联网造车企业、科技巨头亦纷纷加入竞争，新能源汽车市场呈现新产品不断推出，技术快速迭代的竞争特点。对整车企业而言，只有不断提升研发能力，掌握核心的技术，不断创新、不断探索、不断提升产品的质量与品质，才能真正接受市场挑战，获得竞争优势。在此背景下，公司为了满足行业技术的发展趋势，提升产品的市场竞争力，就必须进一步加大技术研发的投入力度，升级、优化公司的研发资源，吸引行业高端技术

人才，加快新技术、新工艺、新方法的开发和应用，从而实现公司主营业务的健康可持续发展。因此，公司拟通过本项目对现有研发基础能力进行提升，通过加大技术研发投入、引进先进的软硬件设备，进而升级优化公司的研发资源，吸引行业高端技术人才，进一步提高公司前沿技术研发水平和产品核心竞争力，满足公司长期发展的战略需求。

（3）丰富产品线，顺应市场需求

近年来，随着新能源动力、互联网等技术领域的持续发展及大众汽车消费观念的日益成熟，消费者对汽车产品的关注点逐渐向价格之外的质量及服务等方面转移，并对产品的技术水平、制造工艺提出了更高的要求。国内汽车市场消费结构已由首次购车为主逐步向换购、增购转变，消费者对于品质、定位更高的改善性车型产品的需求日益提升，国内汽车市场呈现明显的消费升级趋势。按价格细分市场领域，人民币 15-30 万元的新能源汽车将成为主流。2021 年，售价在人民币 15-30 万元价格区间的新能源汽车占中国新能源汽车总销量的 39.0%，2017 年至 2020 年销售复合增长率为 45.4%。该区间内的新能源汽车销量预计将由 2021 年的 130 万辆增加至 2026 年的 521.32 万辆，同时该细分市场将于 2023 年成为中国新能源汽车市场中最大及增长最快的细分市场，2023 年的年增长率预计将达到 41.6% 并且在 2026 年可以达到接近 50% 的市占率，成为细分领域的主要区间车型。为把握中高端车型市场的增长机会公司拟充分利用现有技术储备，广泛应用数字化与智能化技术，不断强化智能网联技术水平开发的纯电动中高端 SUV 及轿跑车型，适应汽车市场发展趋势，进一步丰富现有车型产品组合，提升产品综合竞争力。

（4）开展前瞻性技术研发，顺应技术发展趋势

电动化、智能化、网联化成为了汽车产业的发展潮流和趋势。新能源汽车融汇互联网、大数据、人工智能等多种变革性技术，推动汽车从单纯交通工具向智能终端、储能单元和数字空间转变，带动能源、交通、信息通信基础设施改造升级，促进能源消费结构优化、交通体系和城市运行智能化水平提升，对建设智慧环保城市具有重要意义。为顺应汽车行业技术发展的主流趋势，公司围绕新能源汽车电动化、智能化、网联化的发展趋势，提升新能源及智能网联共性技术开发

能力，同时开发多款新能源及智能网联乘用车产品，以适应当今汽车市场需求。

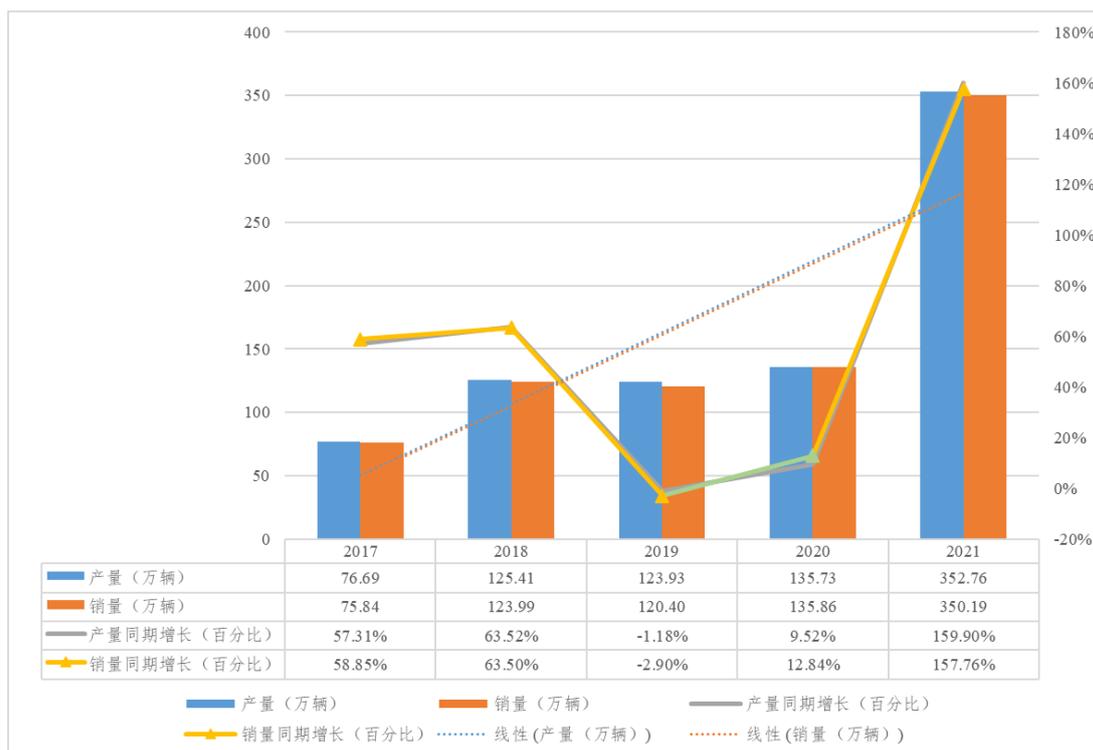
4、项目建设的可行性

(1) 国家政策大力支持、市场发展前景广阔

近年来，新能源汽车作为国家战略性新兴产业，我国政府陆续颁布了《新能源汽车产业发展规划（2021-2035 年）》《绿色出行行动计划（2019-2022 年）》等一系列支持性政策，新能源汽车行业随之得到快速发展。

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》提到“锚定努力争取 2060 年前实现碳中和”。汽车产业是我国碳排放产业大户之一，控制汽车全生命周期的碳排放量将成为未来我国汽车行业发展关注的重点。国务院近期发布《2030 年前碳达峰行动方案》提出，到 2030 年我国新能源、清洁能源动力交通工具渗透率为 40% 的规划目标。同时，新能源汽车产业链的发展也已成为“十四五”的关键环节，需助力“十四五”完成碳达峰目标的 60%。2021 年，国内新能源汽车保有量达到 784 万辆，相比传统燃油乘用车，现有新能源乘用车每年在使用环节减少碳排放 1500 万吨左右，新能源汽车对于达成“双碳”目标具有重要意义，以电动汽车为代表的清洁燃料和新能源汽车是未来汽车产业发展的趋势。

2021 年，新能源汽车成为最大亮点，其市场发展已经从政策驱动转向市场拉动新发展阶段，呈现出市场规模、发展质量双提升的良好发展局面，为“十四五”汽车产业高质量发展打下了坚实的基础，产销分别达到 352.76 万辆和 350.19 万辆，均超过 350 万辆，同比增长 159.9% 和 157.76%。值得一提的是，2021 新能源汽车全年销量创里程碑，与 2018-2020 年三年的总销量相当，市场渗透率达 13.9%，同比增长 8.2%。2022 年 1-3 月，我国新能源汽车产销分别为 129.3 万辆和 125.7 万辆，同比增长均为 1.4 倍，市场占有率达 19.3%。中汽协预测 2022 年中国汽车总销量为 2,750 万辆，同比增长 5.4%，其中，新能源汽车销量为 500 万辆，同比增长 47%。可以预见，新能源汽车将成汽车产品竞争主战场，随着智能电动产业链成熟度和消费者认可度不断提升，产业发展市场前景广阔。



2017-2021 年我国新能源汽车产销量及同期增长率（单位：万辆，%）

（2）公司具备较强的自主创新能力

公司是一家以汽车整车研发、制造及销售为核心业务的汽车整车制造企业，拥有众泰、江南等自主品牌，公司是国内较早认识到新能源汽车的发展方向，并成为较早进入新能源汽车领域并具备新能源汽车完整的整车设计、试制、试验和零部件开发能力的具有综合影响力的车企。

公司已建立完善的整车开发流程、设计标准及相关技术文件等，全面支撑公司的产品开发及验证工作。

公司注重汽车研发与技术积累，实现了全景电动天窗、电动吸合门、电子旋钮换挡、手机无线充电和车联网等高新配置技术在实车上的率先搭载。公司已全面实现了车联网、智能大灯、夜视系统、自动泊车、交通信号及标示识别、疲劳驾驶预警、电动四驱、方向盘换挡等科技配置的自主创新和研发，并将陆续得到应用。公司已开展对于铝合金、碳纤维复合材料和智能主动空气悬架等新型领域的研究和创新，并取得了阶段性和实际性成果。在新能源汽车研发层面，公司通过新能源汽车的设计、开发和产业化过程，具备新能源汽车行业的先进核心技术的应用经验和产业化能力。公司从 2016 年就开始研发智能驾驶，2017 年就已开

发出第一代 Level4 级智能驾驶“DEMO 样车”，参加杭州云栖小镇、乌镇互联网大会等公共活动。通过“DEMO 样车”的开发建立了智能驾驶汽车的开发流程、规范及标准体系，为智能驾驶汽车的量产开发奠定了基础。目前全面开发基于 4G/V2X 技术、传感技术、图像识别技术的智能驾驶辅助系统。

(3) 公司拥有丰富的核心技术储备

公司加强与国内外产学研机构战略合作，通过持续集成创新自主研发，完成了省重大科技攻关计划、重大工业计划和“双千”工程计划等项目实施，形成了自主品牌、自主营销、自主知识产权、自主配套体系的“四自格局”。

公司注重知识产权与专利的保护与挖掘，配置专业技术人员对项目开发过程中形成的自主知识产权进行梳理与总结。目前，公司及其下属公司拥有 300 余项有效授权专利。

公司研发团队凭借丰富的汽车整车开发经验，已完成国家级及省部级科技研发项目 40 余项。实施完成的“电动汽车技术研发及产业化”项目获得浙江省科技进步二等奖；“众泰电动汽车技术研发及产业化示范”项目列入国家火炬计划；研究开发的 JNJ6400EVL 型电动轻型客车经浙江省技术成果鉴定，获得省级科技进步三等奖，并认定为国家重点新产品；所开发的 JNJ7153 型、JNJ7156 型轿车获得中国新车评价规程 C-NCAP 五星评价。

未来，公司将在智能驾驶、智能座舱、三电系统、精致工艺、电子电器等领域投入大量研发能力，形成更多的自主知识产权成果。

5、项目投资概算

本项目投资总额为 503,719.00 万元，其中新能源智能网联汽车开发投资总额 405,088.00 万元，共性技术研发 48,621.00 万元，研发中心建设 50,010.00 万元，拟投入募集资金 473,200.00 万元，具体如下：

单位：万元

序号	项目	投资总额	拟投入募集资金
1	新能源智能网联汽车开发	405,088.00	379,500.00
2	共性技术研发	48,621.00	47,200.00

3	研发中心建设	50,010.00	46,500.00
小计		503,719.00	473,200.00

6、项目经济效益评价

本项目不涉及生产能力建设，不直接产生经济效益。

7、项目涉及报批事项

本项目相关备案、环评（如需）等事项尚未办理，公司将根据相关监管要求及募投项目实际情况履行审批或备案程序；本项目未新增项目用地，不涉及用地审批。

（二）渠道建设项目

1、项目概况

本项目投资总额为 53,332.00 万元，拟按照众泰品牌整体发展规划，从数字化营销平台、线下营销渠道建设进行全方位营销渠道体系建设。通过数字化营销平台建设优化各网点销售及全流程的管控，实现从初步接洽、后续跟进、交易到售后整个周期直接触达客户，在数据的基础上对品牌目标消费群体确定清晰画像，为促销活动、产品及定价等提供决策优化支持。未来两年众泰汽车规划在北京、上海、广州、深圳、杭州、南京、苏州等 100 个城市先期建设 216 家自营门店，覆盖主要目标市场，为公司即将推出的新产品铺平道路。

2、项目实施主体

本项目实施主体为上市公司的全资子公司永康众泰汽车有限公司。本次募集资金到账后，公司拟采取增资或提供股东借款的方式实施本募投项目。

3、项目建设的必要性

（1）品牌影响力提升的需要

优秀品牌对公司竞争力至关重要，是新能源汽车企业经营的核心资源。除创新的研发及高质量的生产能力外，公司的业务及前景很大程度上取决于公司发展、维持及加强公司品牌的能力。自成立以来，公司高度重视品牌建设和发展，致力于打造民族汽车工业品牌，近年来，随着国内居民对产品认知度的提高和消费理

念的转变，同行业公司纷纷加大在国内市场的营销力度，品牌竞争已成为影响公司发展的关键因素。在这一趋势下，能否持续提升公司品牌影响力和在消费者中的认知度，是决定公司能否持续健康发展以及稳定经营的重要因素。因此，公司拟通过本项目的实施进一步提高公司品牌在市场的知名度。

另一方面，近年来受困于现金流短缺，公司经营陷入困境，众泰品牌影响力受到一定的冲击，公司亦计划在新能源汽车领域推出全新品牌，在面对一众知名品牌企业的竞争中，公司亟需通过大量宣传推广并建设广泛的线下店网体系，快速建立消费者对公司品牌认知度，有针对性地瞄准新能源汽车客户群体，提升品牌价值并为新能源增值服务奠定基础。

（2）顺应销售模式转型的需要

随着信息技术的广泛应用和不断发展以及消费主力的年轻化变迁，互联网日渐成为消费者获取行业资讯、产品评价、购车信息的主要渠道，并深刻改变了人们的需求、消费观念、消费习惯，成为影响汽车销量的重要因素。当前，线上与线下相结合的全渠道营销模式已经成为新能源汽车领域重要的营销模式。本项目的投入将显著提升公司基于数据驱动线上营销策略与实体销售和服务网络相结合全渠道服务能力，有利于以最经济有效的方式吸引客户流量，有利于精准满足客户需求、增强用户参与度和品牌认同感。

（3）新车型上市推广需要

营销网络对于公司的销售增长至关重要，其市场覆盖程度、各个网点的营销能力以及售后服务水平在很大程度上直接决定了公司的销售业绩。公司需依靠广泛的销售与服务网络来触达和服务公司的目标客户，并利用线上营销来不断提高品牌知名度并扩大用户群。

线下营销网络的建立可直接触达目标客户与客户直接沟通，更好了解其需求并促使其购买。智能电动汽车是满足客户新需求的新颖产品，对许多人来说是新鲜事物，提供的驾驶体验与传统燃油车截然不同，因此智能电动汽车试驾对于用户做出购买决定至关重要。线下直营渠道可集展示、销售、试驾等功能于一体，可以为客户提供便捷、高效、个性化的购物体验。通过线下网点可以安排试驾计划，为潜在用户提供全面的试驾体验，同时重点展示车辆的关键性特性。

线下营销网络作为新能源汽车厂商最主要的销售渠道之一，不仅是消费者体验和购买新能源汽车并接受售后服务的主要场所，更是市场营销和品牌推广不可或缺的重要途径，优质的线下营销网络已经成为新能源汽车品牌企业的一项重要资源。本项目的实施将完善公司的营销网络，为公司后续车型的推广销售奠定基础。

4、项目建设的可行性

(1) 直营渠道网络符合当下新能源汽车营销特点

相比传统的加盟经销店，直营体验店模式能更好的改善用户体验，通过面对面服务用户，建立区别于传统汽车企业的竞争优势。新能源汽车企业较多采用直营店模式，并取得了良好的效果，截至 2021 年末蔚来汽车已覆盖 142 个城市，建立 358 家门店，小鹏已覆盖 140 个城市，建立 357 家门店，理想在 102 个城市建立 206 家零售中心。智能电动汽车将成为公司未来的核心业务，直营体验店是未来公司线上、线下一体化闭环平台不可缺少的组成部分。公司一直致力于通过创新销售模式探索差异化发展道路，多年前就积极尝试了线上线下相结合的立体营销模式，亦将为项目提供有益助力。

(2) 公司拥有丰富的营销网络建设经验

公司始终把营销网络建设作为公司发展的重要内容，经过多年发展，积累了大量营销网络建设经验，培养了大批营销业务人才，形成了成熟的营销渠道管理制度、培训体系及较强的运营能力，并积累了深厚的渠道资源。公司过往的人才引进渠道、人员培训机制、营销网络建设经验和网点管理方式，可为本项目的实施提供有力保障。

5、项目投资概算

本项目投资总额为 53,332.00 万元，具体如下：

单位：万元

序号	项目	投资总额	拟投入募集资金
1	数字化营销平台建设	2,350.00	2,100.00
2	线下营销渠道建设	50,982.00	44,700.00
	合计	53,332.00	46,800.00

6、项目经济效益评价

本项目不涉及生产能力建设，不直接产生经济效益。

7、项目涉及报批事项

本项目为互联网开发及营销渠道建设项目，不涉及项目备案及环评审批手续；本项目未新增项目用地，不涉及用地审批。

（三）补充流动资金

1、项目概况

本次非公开发行拟以 80,000.00 万元募集资金补充流动资金，可以更好地满足公司生产、运营的日常资金周转需要，优化公司的资本结构，降低财务风险和经营风险。

2、补充流动资金的必要性和可行性分析

2021 年 12 月公司重整计划已执行完毕，影响公司持续经营的核心问题已基本得到解决，公司聚焦核心业务，积极推进复工复产，后续公司将瞄准汽车行业发展新趋势，推进实施“电动化、智能网联化、共享化、自动驾驶”的“新四化”发展战略，在新能源汽车、智能网联汽车、自动驾驶等核心领域进行布局，通过整体协同、四化融合，加快构建面向未来、具有全球竞争力的业务生态体系。公司刚经历破产重整处于恢复过程中，公司资产负债率仍处于较高水平，且后续整改生产基地、重塑供应链体系、重构品牌体系、营销渠道等均需要大量流动资金的周转支持。因此，本次募集资金中补充流动资金的部分一方面有助于优化资本结构、降低财务风险，另一方面系开展业务的经营周转、满足业务战略布局所带来的流动资金需求，符合公司当前的实际发展情况，有利于实现公司健康可持续发展，项目实施具有必要性。

公司已按照上市公司的治理标准建立了以法人治理结构为核心的现代企业制度，并通过不断改进和完善，形成了较为规范的公司治理体系和完善的内部控制环境。在募集资金管理方面，公司按照监管要求建立了《募集资金使用管理制度》，对募集资金的存储、使用、投向管理、使用监督等进行了明确规定。本次

发行募集资金到位后，公司董事会将持续监督公司对募集资金的存储及使用，以保证募集资金合理规范使用，防范募集资金使用风险。

三、本次募集资金投资项目对公司经营管理、财务状况等的影响

（一）对公司经营管理的影响

本次募集资金项目建设符合国家相关的产业政策和行业发展趋势，符合公司未来发展战略规划和业务拓展的需要，具有良好的市场前景和发展空间。新能源智能网联汽车开发及研发能力提升项目的顺利实施可有效提升公司在新能源汽车领域的竞争力和行业影响力，符合公司战略发展方向；渠道建设项目的实施有助于公司进一步开拓线下营销渠道和服务体系，扩大公司新能源汽车品牌产品知名度和市场影响力；补充流动资金将有效缓解公司未来营运资金的压力，满足公司营运资金的周转需求。有助于提升公司核心竞争力，符合公司及全体股东的利益。

（二）对财务状况的影响

本次发行完成后，公司的总资产规模相应增加，资金实力得到进一步提升，为公司的可持续发展提供有力的保障。公司的资产负债率将逐步降低，有利于优化公司的资本结构、提升公司的抗风险能力。同时，随着募集资金投资项目的推进，将大大促进公司在新能源汽车领域的综合竞争力，促进公司的持续发展，符合公司及公司全体股东的利益。

综上，经审慎分析，董事会认为本次向特定对象发行募集资金投向符合国家产业政策及公司的现实情况，有利于进一步优化公司的资本结构和财务抗风险能力，募集资金投资项目具有良好的发展前景和综合效益，有利于有效推进公司的发展战略，有利于提高公司的核心竞争力，增强公司的综合实力。本次发行募集资金投资项目合理可行，符合公司及全体股东的利益。

四、募集资金投资项目可行性结论

经审慎分析，董事会认为，本次非公开发行募集资金投资项目符合相关政策和法律法规，符合公司的现实情况和战略需求，具有实施的必要性，投资项目具

有广阔的市场发展前景，能为后续业务发展提供保障，有利于公司的长远可持续发展，有利于增强公司的核心竞争力，符合全体股东的根本利益。

综上所述，本次非公开发行股票募集资金投资项目具有良好的可行性。

众泰汽车股份有限公司董事会

二〇二二年六月十日