

(上接A11版)

报告期各期末,公司存货跌价准备计提余额情况如下: 单位:万元

2023年-2025年,公司与国内同行业公司存货跌价准备计提比例比较情况如下: 单位:万元

注:数据来源为上市公司定期报告。公司存货跌价准备计提比例处于行业中水平,高于海清车业和爱玛科技,低于钱江摩托、隆鑫通用、九号公司,这一差异主要源于各公司产品售价区间与产品结构不同。

8.其他流动资产 报告期各期末,公司其他流动资产包括预收增值稅税、预缴的企业所得税,具体情况如下: 单位:万元,%

类别 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

9.长期股权投资 报告期各期末,公司长期股权投资情况如下: 单位:万元

1.合营企业 2.联营企业

10.其他权益工具投资 报告期各期末,发行人其他权益工具投资的结构情况如下: 单位:万元

项目 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

11.固定资产 报告期各期末,公司固定资产情况如下所示: 单位:万元

项目 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

12.在建工程 报告期各期末,公司在建工程构成情况如下: 单位:万元

类别 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

13.使用权资产 报告期各期末,公司使用权资产具体情况如下: 单位:万元

项目 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

2024年末,2025年末,公司使用权资产分别增加4,675.51万元、5,006.24万元,主要系报告期内,公司考虑到主营产品产能的持续增长,为建设越南子公司二期“两厂”工程,设立泰国子公司,新设美国研发中心及泰国区域经营场地租赁而增加“房租”,以及为增加存货而增加的土地租赁。

14.无形资产 报告期各期末,公司无形资产包括土地使用权、非专利技术、软件和特许权,其中特许权主要系墨西哥子公司的电力使用权。报告期各期末,公司无形资产具体情况如下: 单位:万元

项目 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

2024年末,2025年末,公司使用权资产分别增加4,675.51万元、5,006.24万元,主要系报告期内,公司考虑到主营产品产能的持续增长,为建设越南子公司二期“两厂”工程,设立泰国子公司,新设美国研发中心及泰国区域经营场地租赁而增加“房租”,以及为增加存货而增加的土地租赁。

15.商誉 报告期各期末,公司商誉主要为对上海鼎研工业设计有限公司和KALEX Engineering GmbH的投资,具体情况如下: 单位:万元

被投资单位名称或形成商誉的事项 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

2024年,公司收购上海鼎研工业设计有限公司51%的股权,该公司主要经营工业产品的设计,市场营销规划等,公司被投资公司主要为进一步强化公司在电动两轮车的产品竞争力与设计创新能力,2025年受行业竞争加剧影响,该公司经营业绩不及预期,出于审慎性考虑,公司对收购其51%股权形成的商誉全额计提减值准备,2025年,公司收购KALEX Engineering GmbH,51%的股权,该公司主营高性能摩托车赛事产品研发、底盘工程设计及赛车技术开发,公司收购该公司主要是为进一步强化公司在中高端摩托车领域的赛事技术储备,底盘设计与高端赛车工程研发。

16.长期待摊费用 报告期各期末,公司长期待摊费用主要为尚未摊销的装修费、工程款等,具体情况如下表: 单位:万元

类别 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

各期末资产总额的90.25%、0.18%和0.31%,占比较低。

17.递延所得税资产和递延所得税负债 报告期各期末,公司递延所得税资产、递延所得税负债情况如下: (1)未经抵销的递延所得税资产 单位:万元

项目 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

(2)未经抵销的递延所得税负债 单位:万元

项目 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

(3)以抵销后净额列示的递延所得税资产或负债 单位:万元

项目 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

单位:万元 项目 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

报告期各期末,公司递延所得税资产分别为9,645.62万元、16,066.00万元和32,574.92万元,占资产总额的1.61%、0.84%、1.08%、1.69%,占比较低;递延所得税负债分别为132.14万元、310.36万元和1,084.36万元,占负债总额的0.03%、0.04%和0.09%,占比较低。

2024年末递延所得税资产较2023年末增加7,410.38万元,主要原因系:1)发行人母公司与子公司之间的内购交易在实现利润,带来可能抵减应纳税所得额2,507.19万元;2)资产减值准备,计提费用由于税金差异而形成暂时性差异,2025年末递延所得税资产较2024年末增加16,518.92万元,主要原因系可抵扣亏损增加所致。

18.其他非流动资产 报告期各期末,发行人其他非流动资产均为预付设备款和经销商门店装修补贴,具体情况如下: 单位:万元

项目 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

报告期各期末,发行人其他非流动资产分别为5,712.90万元、11,963.13万元和23,219.16万元,占资产总额的1.05%、0.56%和1.17%,2024年末较上年末增加6,250.23万元,占比26.02%,主要系公司为推广“旗下电动两轮车品牌,增加了经销商门店装修补贴,以及公司为扩大生产预付部分设备款。

(二)负债结构分析 报告期各期末,发行人负债构成情况如下: 单位:万元

项目 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

报告期各期末,公司负债总额分别为514,176.18万元、856,144.36万元和1,153,289.28万元,其中2024年末的负债总额增加较多,主要系随着公司业务规模扩张,公司应付账款及应付账款的增加所致。

从负债结构来看,公司负债以流动负债为主。报告期各期末,公司流动负债占比分别为70.29%、96.92%和97.08%,主要为应付票据和应付账款;报告期各期末,公司非流动负债占比分别为4.21%、3.08%和2.92%,主要为应付债券、预计负债和递延收益。

1.应付票据 报告期各期末,发行人应付票据余额如下: 单位:万元

项目 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

报告期各期末,发行人应付票据余额分别为192,810.00万元、386,700.27万元和382,632.63万元,占负债总额的比例分别为37.50%、45.11%和46.72%,公司应付票据均为银行承兑汇票,报告期各期末,公司应付票据余额不断增大,主要系因随着公司业务规模不断扩大,公司向立供应商承兑汇票支付供应商货款增加所致。

2.应付账款 报告期各期末,发行人应付账款如下所示: 单位:万元

项目 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

报告期各期末,发行人应付账款余额分别为224,493.94万元、332,568.59万元和432,131.31万元,占负债总额的比例分别为43.66%、38.89%和47.47%,公司应付账款主要为尚未支付供应商的货款采购款,2024年末、2025年末,公司应付账款分别较上期增加108,074.65万元、99,562.72万元,主要系随着经营规模不断扩大,公司原材料采购增加所致。

3.合同负债 报告期各期末,发行人合同负债如下所示: 单位:万元

项目 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

报告期各期末,公司合同负债分别为15,923.11万元、29,207.57万元和46,457.22万元,占负债合计的比重分别为3.10%、3.42%和4.03%。报告期各期末,随着公司销售规模增长,客户预付货款金额有所增加,因此合同负债也相应增加。

4.应付职工薪酬 报告期各期末,发行人应付职工薪酬情况如下: (1)应付职工薪酬列示 单位:万元

项目 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

(2)短期薪酬列示 单位:万元

项目 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

(3)设定提存计划列示 单位:万元

项目 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

报告期各期末,公司应付职工薪酬余额分别为33,550.31万元、42,673.13万元和60,216.90万元,占负债合计的比重分别为6.53%、4.99%和5.34%。

5.应交税费 报告期各期末,发行人应交税费余额如下: 单位:万元

项目 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

报告期各期末,公司应交税费余额分别为6,346.62万元、11,620.75万元和11,562.50万元,均为公司正常经营活动产生的各项税费,具体情况如下: 单位:万元

项目 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

6.其他应付款 报告期各期末,发行人其他应付款情况如下: 单位:万元

项目 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

报告期各期末,公司其他应付款主要包括保证金和公司往来款,其中保证金主要为经销商购货保证金、供应商质保金,公司往来款主要为代收运费等,2024年末、2025年末分别增加4,703.06万元、9,006.10万元,主要原因系经销商、供应商保证金随经销商、供应商数量的增加而增加。

7.一年内到期的非流动负债 报告期各期末,发行人一年内到期的非流动负债为一年内到期的租赁负债,具体情况如下: 单位:万元

项目 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

2024年末和2025年末,公司一年内到期的租赁负债分别增加339.31万元、404.24万元,具体原因参见本节“(一)资产结构分析”之“13.使用权资产”。

8.其他流动负债 报告期各期末,发行人其他流动负债为待转销项税额,其他流动负债具体情况如下: 单位:万元

项目 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

9.租赁负债 报告期各期末,发行人租赁负债,具体情况如下: 单位:万元

项目 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

(三)偿债能力分析 1.主要偿债能力指标 报告期各期末,公司主要偿债能力指标情况如下: 单位:万元

项目 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

根据公司与客户签署的销售协议,公司前销产品保修期内因制造缺陷或零部件缺陷的保修责任,为防止产品质量损失,公司确定了(浙江)春风动力股份有限公司产品质量准备管理办。根据办法,公司按照销售人的一定比例计提产品质量准备;如当年实际发生金额超过计提产品质量准备余额,差额部分按实际发生金额。报告期各期末,公司计提的产品质量准备分别为9,926.42万元、10,627.94万元和14,514.38万元。

11.递延收益 报告期各期末,发行人递延收益均为与资产相关的政府补助,具体情况如下: 单位:万元

项目 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

1.主要偿债能力指标 报告期各期末,公司主要偿债能力指标情况如下: 单位:万元

项目 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

报告期各期末,发行人资产负债率分别为1.57、1.44和1.37,资产负债率分别为1.23、1.13和1.11,报告期各期末,公司合并口径资产负债率分别为49.85%、57.39%和59.89%,公司主要偿债指标基本稳定,具备较为稳定的偿债能力。

2.与同行业公司的偿债指标比较

报告期各期末,公司与同行业公司偿债能力指标对比情况如下: 单位:万元

项目 2025.12.31 2024.12.31 2023.12.31

注:数据来源为上市公司定期报告。财务指标的计算方法如下: 流动比率=流动资产/流动负债; 速动比率=(流动资产-存货)/流动负债; 资产负债率=负债总额/总资产。

报告期各期末,公司流动比率、速动比率均略低于行业平均水平,公司资产负债率与行业平均水平相近,但高于隆鑫通用、海清车业,主要系因公司通过增加对供应商的经营性负债满足采购所需资金,报告期期末应付票据和应付账款金额较大。

2025年至2025年,公司应收票据余额分别为12,402.41、11,414.21、11,493.21万元,公司应收账款周转率与九号公司接近,高于钱江摩托、隆鑫通用、海清车业,主要系公司应收账款及经销商库存融资结算模式的销售占比比较高所致;低贷与母技术,主要系受母技术对客户付款大多采取现款或信用支付方式。

2.存货周转率与同行业可比公司对比分析 报告期各期末,公司存货周转率略低于行业平均水平,公司存货周转率与行业平均水平相近,但高于隆鑫通用、海清车业,主要系因公司通过增加对供应商的经营性负债满足采购所需资金,报告期期末应付票据和应付账款金额较大。

2025年至2025年,公司存货周转率分别为4.24次、4.80次和4.14次,与钱江摩托、海清车业、九号公司接近,但低于隆鑫通用和爱玛科技,主要系因在于,隆鑫通用和爱玛科技的产品更偏向于大众日常高频使用的通勤类小排量摩托车及电动车,其产品特性与消费品更相似,周转率相对较高;而公司因产品迭代速度较快,生产周期与库存管理节奏与之存在差异,因此存货周转率略低。

(五)财务性投资及类金融业务的认定标准 《上市公司证券发行注册管理办法》第九条、第十条、第十一条、第十三条、第四十条、第五十条、第六十条有关规定的适用意见—《证券期货法律适用意见第18号》和《监管规则适用指引—发行类第7号》,对财务性投资及类金融业务认定如下: 1.财务性投资包括但不限于:投资类金融业务,非金融类股权投资,投资类基金(不包括创业投资基金); 2.类金融业务包括融资租赁、商业保理、典当、小额贷款等业务。

“除银行理财、国债逆回购、证监会批准从事金融业务的持牌机构外,从事类金融活动的机构均为类金融业务。类金融业务包括但不限于:融资租赁、商业保理、典当及小额贷款等业务。” 此外,根据《监管规则适用指引—上市公司类第1号》,对上市公司募集资金投资产业基金以及其他类似基金产品的,如属于以下情形的,应当认定为财务性投资:(1)上市公司为有限合伙人或其投资身份类似于有限合伙人,不具有该基金(产品)的实际管理权和控制权;(2)上市公司以获取该基金(产品)或其投资项目的投资收益为主要目的。

2025年4月28日,公司召开第六届董事会第十次会议,审议通过本次向特定对象发行可转换公司债券的相关议案,本次董事会前六个月至本募集说明书签署日,公司不存在实施或拟实施财务性投资及类金融业务的情况,具体如下:(1)设立或投资产业基金、并购基金 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在实施或拟实施产业基金、并购基金及其他类金融业务情形。

(2)拆借资金 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,除正常业务开展中员工工资外,公司不存在拆借资金的情形。

(3)委托理财 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在委托理财的情形。

(4)超过约定比例向银行等金融机构融资 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司未设立集团财务公司。

(5)购买或投资类金融业务 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在购买或投资类金融业务情形。

(6)非金融类股权投资 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在实施或拟实施类金融业务情形。

(7)类金融业务 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司从事类金融业务。此外,所述,发行人自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在实施或拟实施财务性投资及类金融业务的情形,具体如下:(1)设立或投资产业基金、并购基金 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在实施或拟实施产业基金、并购基金及其他类金融业务情形。

(2)拆借资金 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,除正常业务开展中员工工资外,公司不存在拆借资金的情形。

(3)委托理财 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在委托理财的情形。

(4)超过约定比例向银行等金融机构融资 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司未设立集团财务公司。

(5)购买或投资类金融业务 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在购买或投资类金融业务情形。

(6)非金融类股权投资 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在实施或拟实施类金融业务情形。

(7)类金融业务 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司从事类金融业务。此外,所述,发行人自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在实施或拟实施财务性投资及类金融业务的情形,具体如下:(1)设立或投资产业基金、并购基金 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在实施或拟实施产业基金、并购基金及其他类金融业务情形。

(2)拆借资金 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,除正常业务开展中员工工资外,公司不存在拆借资金的情形。

(3)委托理财 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在委托理财的情形。

(4)超过约定比例向银行等金融机构融资 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司未设立集团财务公司。

(5)购买或投资类金融业务 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在购买或投资类金融业务情形。

(6)非金融类股权投资 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在实施或拟实施类金融业务情形。

(7)类金融业务 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司从事类金融业务。此外,所述,发行人自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在实施或拟实施财务性投资及类金融业务的情形,具体如下:(1)设立或投资产业基金、并购基金 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在实施或拟实施产业基金、并购基金及其他类金融业务情形。

(2)拆借资金 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,除正常业务开展中员工工资外,公司不存在拆借资金的情形。

(3)委托理财 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在委托理财的情形。

(4)超过约定比例向银行等金融机构融资 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司未设立集团财务公司。

(5)购买或投资类金融业务 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在购买或投资类金融业务情形。

(6)非金融类股权投资 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在实施或拟实施类金融业务情形。

(7)类金融业务 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司从事类金融业务。此外,所述,发行人自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在实施或拟实施财务性投资及类金融业务的情形,具体如下:(1)设立或投资产业基金、并购基金 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在实施或拟实施产业基金、并购基金及其他类金融业务情形。

(2)拆借资金 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,除正常业务开展中员工工资外,公司不存在拆借资金的情形。

(3)委托理财 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在委托理财的情形。

(4)超过约定比例向银行等金融机构融资 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司未设立集团财务公司。

(5)购买或投资类金融业务 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在购买或投资类金融业务情形。

(6)非金融类股权投资 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在实施或拟实施类金融业务情形。

(7)类金融业务 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司从事类金融业务。此外,所述,发行人自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在实施或拟实施财务性投资及类金融业务的情形,具体如下:(1)设立或投资产业基金、并购基金 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在实施或拟实施产业基金、并购基金及其他类金融业务情形。

(2)拆借资金 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,除正常业务开展中员工工资外,公司不存在拆借资金的情形。

(3)委托理财 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在委托理财的情形。

(4)超过约定比例向银行等金融机构融资 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司未设立集团财务公司。

(5)购买或投资类金融业务 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在购买或投资类金融业务情形。

(6)非金融类股权投资 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在实施或拟实施类金融业务情形。

(7)类金融业务 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司从事类金融业务。此外,所述,发行人自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在实施或拟实施财务性投资及类金融业务的情形,具体如下:(1)设立或投资产业基金、并购基金 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日,公司不存在实施或拟实施产业基金、并购基金及其他类金融业务情形。

发行人主营业务产品主要为全地形车、燃油摩托车和电动两轮车及配件销售收入,其他业务收入主要为运费收入、材料废品销售收入。报告期内,发行人主营业务收入占营业收入的比例均在97%以上,主营业务突出,收入来源稳定。

(1)主营业务收入构成分析 报告期内,发行人主营业务收入的产品构成情况如下: 单位:万元,%

项目 2025年度 2024年度 2023年度

报告期内,发行人主营业务收入主要来源于两轮车和两轮车产品,2024年发行人主营业务收入较上年增长2,301,274.27元,增长率为24.65%,公司销售规模大幅增长主要系:1)受益于全球居民消费升级,公司产品在国内外的市场需求持续增长;2)为应对国内外的市场需求,公司加大研发投入,推动产品品质提升,积极拓展国内外销售网络,报告期内新推出的48V8S等多款高性能产品,推动了公司销售规模的持续增长;3)公司在电动两轮车领域通过深度战略布局,通过持续的产品创新与迭代,成功构建了全场景产品矩阵,凭借差异化技术优势与精准的市场营销,“极核”品牌电动两轮车市场认可度迅速提升,销量实现跨越式增长,品牌影响力在行业内持续提升。

2025年,公司营业收入持续增长,营业收入同比增长31.20%,主要原因系:1)公司持续优化生产布局与供应链,为业务拓展奠定基础,公司深化全球生产基地布局,提升国际市场营销能力,在地形车产品领域,在全球各地的地形车市场销售趋势强劲,带动销售增长;2)公司积极优化营销策略,精准对接不同区域市场,在欧洲、美国、东南亚“CFMOTO+GOES”双品牌战略落地,不断推出满足消费者需求的新产品,针对多样化市场场景,首发不同型号、不同性能特点的全地形车,推动该区域销售提升;在国内,公司在200cc脚踏摩托车行业销售趋势强劲,龙头地位稳固;同时公司结合行业应用需求及消费升级趋势,推出功能实用、设计新颖的电动两轮车系列产品,“极核”品牌电动两轮车销量和销售收入快速增长。

(2)主营业务收入销售区域分析 单位:万元,%

项目 2025年度 2024年度 2023年度

报告期内,公司产品以外销为主,外销收入占比分别为78.06%、73.61%和71.87%。近年来,公司坚持内外销并重的发展战略,报告期内实现稳步增长。对于国内市场,公司精准定位消费群体,玩乐类产品凭借对消费者需求的快速响应,实现高速增长;对于海外市场,公司通过持续的产品创新与迭代,成功构建了全场景产品矩阵,凭借差异化技术优势与精准的市场营销,“极核”品牌电动两轮车市场认可度迅速提升,销量实现跨越式增长,品牌影响力在行业内持续提升。

2025年,公司营业收入持续增长,营业收入同比增长31.20%,主要原因系:1)公司持续优化生产布局与供应链,为业务拓展奠定基础,公司深化全球生产基地布局,提升国际市场营销能力,在地形车产品领域,在全球各地的地形车市场销售趋势强劲,带动销售增长;2)公司积极优化营销策略,精准对接不同区域市场,在欧洲、美国、东南亚“CFMOTO+GOES”双品牌战略落地,不断推出满足消费者需求的新产品,针对多样化市场场景,首发不同型号、不同性能特点的全地形车,推动该区域销售提升;在国内,公司在200cc脚踏摩托车行业销售趋势强劲,龙头地位稳固;同时公司结合行业应用需求及消费升级趋势,推出功能实用、设计新颖的电动两轮车系列产品,“极核”品牌电动两轮车销量和销售收入快速增长。

报告期内,公司产品的销售区域分布为:北美、欧洲、东南亚、南美、非洲、中东、澳洲、拉美、印度、日本、韩国、中国、其他。其中,北美、欧洲、东南亚、南美、非洲、中东、澳洲、拉美、印度、日本、韩国、中国、其他。其中,北美、欧洲、东南亚、南美、非洲、中东、澳洲、拉美、印度、日本、韩国、中国、其他。

报告期内,公司产品的销售区域分布为:北美、欧洲、东南亚、南美、非洲、中东、澳洲、拉美、印度、日本、韩国、中国、其他。其中,北美、欧洲、东南亚、南美、非洲、中东、澳洲、拉美、印度、日本、韩国、中国、其他。

报告期内,公司产品的销售区域分布为:北美、欧洲、东南亚、南美、非洲、中东、澳洲、拉美、印度、日本、韩国、中国、其他。其中,北美、欧洲、东南亚、南美、非洲、中东、澳洲、拉美、印度、日本、韩国、中国、其他。

报告期内,公司产品的销售区域分布为:北美、欧洲、东南亚、南美、非洲、中东、澳洲、拉美、印度、日本、韩国、中国、其他。其中,北美、欧洲、东南亚、南美、非洲、中东、澳洲、拉美、印度、日本、韩国、中国、其他。

报告期内,公司产品的销售区域分布为:北美、欧洲、东南亚、南美、非洲、中东、澳洲、拉美、印度、日本、韩国、中国、其他。其中,北美、欧洲、东南亚、南美、非洲、中东、澳洲、拉美、印度、日本、韩国、中国、其他。

报告期内,公司产品的销售区域分布为:北美、欧洲、东南亚、南美、非洲、中东、澳洲、拉美、印度、日本、韩国、中国、其他。其中,北美、欧洲、东南亚、南美、非洲、中东、澳洲、拉美、印度、日本、韩国、中国、其他。

报告期内,公司产品的销售区域分布为:北美、欧洲、东南亚、南美、非洲、中东、澳洲、拉美、印度、日本、韩国、中国、其他。其中,北美、欧洲、东南亚、南美、非洲、中东、澳洲、拉美、印度、日本、韩国、中国、其他。

报告期内,公司产品的销售区域分布为:北美、欧洲、东南亚、南美、非洲、中东、澳洲、拉美、印度、日本、韩国、中国、其他。其中,北美、欧洲、东南亚、南美、非洲、中东、澳洲、拉美、印度、日本、韩国、中国、其他。

报告期内,公司产品的销售区域分布为:北美、欧洲、东南亚、南美、非洲、中东、澳洲、拉美、印度、日本、韩国、中国、其他。其中,北美、欧洲、东南亚、南美、非洲、中东、澳洲、拉美、印度、日本、韩国、中国、其他。

报告期内,公司产品的销售区域分布为:北美、欧洲、东南亚、南美、非洲、中东、澳洲、拉美、印度、日本、韩国、中国、其他。其中,北美、欧洲、东南亚、南美、非洲、中东、澳洲、拉美、印度、日本、韩国、中国、其他。

报告期内,公司产品的销售区域分布为:北美、欧洲、东南亚、南美、非洲、中东、澳洲、拉美、印度、日本、韩国、中国、其他。其中,北美、欧洲、东南亚、南美、非洲、中东、澳洲、拉美、印度、日本、韩国、中国、其他。

报告期内,公司产品的销售区域