

本次发行股票拟在科创板上市，科创板公司具有研发投入大、经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解科创板的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

用友汽车

yonyou auto

用友汽车信息科技（上海）股份有限公司

（上海市嘉定工业区叶城路 1288 号 1 幢 50138 室）

首次公开发行股票并在科创板上市

招股说明书

保荐人（联席主承销商）



（中国（上海）自由贸易试验区商城路 618 号）

联席主承销商



（北京市朝阳区建国路 81 号华贸中心 1 号写字楼 22 层）



发行人声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	本次向社会公众发行 3,607.94 万股，占发行后总股本的比例为 25.00%；本次发行全部为新股，本次发行不涉及老股转让。
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	33.99 元/股
发行日期	2023 年 4 月 27 日
拟上市证券交易所和板块	上海证券交易所科创板
发行后总股本	14,431.74 万股
保荐人、联席主承销商	国泰君安证券股份有限公司
联席主承销商	中德证券有限责任公司
招股说明书签署日期	2023 年 5 月 8 日

目 录

本次发行概况	2
目 录.....	3
第一节 释 义	7
一、一般释义.....	7
二、专业释义.....	9
第二节 概 览	11
一、重大事项提示.....	11
二、发行人及本次发行的中介机构基本情况.....	13
三、本次发行概况.....	13
四、发行人主营业务经营情况.....	15
五、公司科创属性符合科创板定位的说明.....	17
六、发行人主要财务数据及财务指标.....	22
七、发行人财务报告审计截止日后主要财务信息及经营情况.....	22
八、公司选择的具体上市标准.....	23
九、公司治理的特殊安排.....	23
十、募集资金运用与未来发展规划.....	23
十一、其他对发行人有重大影响的事项.....	24
第三节 风险因素	25
一、发行人相关的风险.....	25
二、与行业相关的风险.....	28
三、其他风险.....	29
第四节 发行人基本情况	30
一、发行人基本情况.....	30
二、发行人的设立情况.....	30
三、公司报告期内的重大资产重组情况.....	32
四、其他证券市场的上市/挂牌情况	32
五、公司的组织结构.....	34
六、公司子公司、分支机构及参股公司的基本情况.....	34

七、控股股东、实际控制人及主要股东情况.....	36
八、发行人股本情况.....	38
九、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介.....	45
十、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况.....	50
十一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间存在的亲属关系.....	54
十二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近三年涉及行政处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况.....	54
十三、公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员所签订的协议及作出的重要承诺及其履行情况.....	54
十四、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有公司股份的情况.....	55
十五、近两年董事、监事、高级管理人员及核心技术人员变动情况.....	56
十六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况.....	57
十七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员领取薪酬情况.....	58
十八、发行人已执行的股权激励及其他制度安排和执行情况.....	59
十九、员工及社会保障情况.....	64
第五节 业务和技术	67
一、公司主营业务、主要产品和服务的情况.....	67
二、公司所处行业的基本情况.....	88
三、发行人主要销售情况及主要客户.....	109
四、发行人主要采购情况及主要供应商.....	110
五、主要固定资产和无形资产.....	112
六、主要产品和服务的核心技术.....	119
七、生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力.....	131
八、公司境外经营情况.....	131
第六节 财务会计信息与管理层分析	133
一、财务报表.....	133
二、审计意见、关键审计事项、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况.....	137

三、报告期采用的主要会计政策和会计估计.....	139
四、经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表.....	147
五、主要税种税率、享受的主要税收优惠政策.....	148
六、分部信息.....	151
七、所有者权益变动情况.....	151
八、主要财务指标.....	153
九、经营成果分析.....	155
十、资产质量分析.....	195
十一、偿债能力、流动性及持续经营能力分析.....	212
十二、重大投资、资本性支出、重大资产业务重组或股权收购合并事项.....	217
十三、财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项.....	218
十四、重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项对发行人的影响.....	219
十五、盈利预测报告.....	219
第七节 募集资金运用与未来发展规划	220
一、募集资金使用管理制度.....	220
二、本次募集资金规模及募投项目情况概述.....	220
三、募集资金投资项目与发行人现有业务、核心技术之间的关系.....	222
四、募集资金投资项目可行性.....	222
五、募集资金投资项目基本情况.....	224
六、公司战略规划及采取的措施.....	228
第八节 公司治理与独立性	230
一、发行人内部控制情况.....	230
二、发行人报告期内违法违规情况.....	230
三、发行人独立运行情况.....	230
四、发行人报告期内资金占用及对外关联担保情况.....	232
五、同业竞争.....	232
六、关联方及关联交易.....	235
第九节 投资者保护	247
一、滚存利润分配.....	247
二、本次发行前后股利分配政策的差异情况.....	247

第十节 其他重要事项	248
一、重大合同.....	248
二、对外担保情况.....	250
三、重大诉讼、仲裁事项.....	250
四、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员最近三年的合法合规情况....	250
五、控股股东及实际控制人最近三年是否存在重大违法行为.....	251
第十一节 声明	252
一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明.....	252
二、发行人控股股东、实际控制人声明.....	253
三、保荐人（联席主承销商）声明.....	254
四、联席主承销商声明.....	256
五、发行人律师声明.....	257
六、会计师事务所声明.....	258
七、资产评估机构声明.....	260
八、验资机构声明（一）	262
八、验资机构声明（二）	264
第十二节 附件	265
一、附件目录.....	265
二、附件一：承诺事项.....	266
三、附件二：控股股东、实际控制人控制的其他企业情况.....	296
四、附件三：计算机软件著作权.....	303
五、附件四：落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配决策程序、股东投票机制建立情况.....	307
六、附件五：股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况.....	312
七、附件六：审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明.....	314
八、附件七：募集资金具体运用详细情况.....	316
九、附件八：子公司、参股公司简要情况.....	318

第一节 释 义

在本招股说明书中，除非另有说明，下列简称具有如下含义：

一、一般释义

公司、发行人、本公司、用友汽车、友车科技	指	用友汽车信息科技（上海）股份有限公司
本次发行、本次公开发行	指	公司首次公开发行股票的行为
本次发行上市	指	公司首次公开发行股票并在科创板上市的行为
本招股说明书	指	《用友汽车信息科技（上海）股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市招股说明书》
众友有限	指	上海众友信息科技有限公司，为公司前身的曾用名
英孚思为有限	指	上海英孚思为信息科技有限公司，为公司前身的曾用名
英孚思为股份	指	上海英孚思为信息科技股份有限公司，为公司前身的曾用名
用友汽车有限	指	用友汽车信息科技（上海）有限公司，为公司的前身
用友网络、控股股东	指	用友网络科技股份有限公司
江西用友	指	江西用友软件有限责任公司
用友科技	指	北京用友科技有限公司
用友咨询	指	上海用友科技咨询有限公司
用友研究所	指	北京用友企业管理研究所有限公司
特友投资	指	湖州特友投资管理中心（有限合伙）
友彤投资	指	湖州友彤投资管理中心（有限合伙）
湖州佩芮	指	湖州佩芮企业管理中心（有限合伙）
湖州佩祥	指	湖州佩祥企业管理中心（有限合伙）
申万资管持股计划	指	申万菱信资管—用友汽车信息科技（上海）股份有限公司 2019 年员工持股计划—申万菱信资产—共赢 13 号员工持股单一资产管理计划
用友移动	指	用友移动通信技术服务有限公司
用友汽车科技	指	用友汽车科技发展（上海）有限公司
英孚思为咨询	指	上海英孚思为管理咨询有限公司
国泰君安证裕、证裕投资	指	国泰君安证裕投资有限公司
首正创投	指	首正泽富创新投资（北京）有限公司
中泰证券	指	中泰证券股份有限公司
开源证券	指	开源证券股份有限公司
万和证券	指	万和证券股份有限公司

安信证券	指	安信证券股份有限公司
首创证券	指	首创证券股份有限公司
红塔证券	指	红塔证券股份有限公司
中金公司	指	中国国际金融股份有限公司
共青城优富	指	共青城优富投资管理合伙企业（有限合伙）
上汽集团	指	上海汽车集团股份有限公司
CDK	指	希迪凯环球，为全球领先的汽车营销与后市场领域软件公司
Capgemini	指	凯捷咨询，全球著名的管理咨询、技术和外包服务的供应商
诚迈科技	指	诚迈科技(南京)股份有限公司
中科创达	指	中科创达软件股份有限公司
光庭信息	指	武汉光庭信息技术股份有限公司
山大地纬	指	山大地纬软件股份有限公司
宝马中国	指	宝马（中国）汽车贸易有限公司
捷豹路虎中国	指	捷豹路虎（中国）投资有限公司
福特中国	指	福特汽车（中国）有限公司
北现信息	指	北京现代信息技术有限公司
IDC	指	International Data Corporation，全球著名的信息技术、电信行业和消费科技领域的研究机构
计世资讯	指	北京赛昇计世资讯科技有限公司
德勤	指	德勤咨询（上海）有限公司
国务院	指	中华人民共和国国务院
证监会	指	中国证券监督管理委员会
国家统计局	指	中华人民共和国国家统计局
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
中国银保监会	指	中国银行保险监督管理委员会
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
科技部	指	中华人民共和国科学技术部
财政部	指	中华人民共和国财政部
商务部	指	中华人民共和国商务部
中央网信办	指	中共中央网络安全和信息化委员会办公室
交易所、上交所	指	上海证券交易所
新三板、股转系统	指	全国中小企业股份转让系统
股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
中证登北京分公司	指	中国证券登记结算有限责任公司北京分公司

《十四五规划》	指	《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》
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《科创板上市规则》	指	《上海证券交易所科创板股票上市规则》
《分拆规则》	指	《上市公司分拆规则（试行）》
《公司章程》	指	《用友汽车信息科技（上海）股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	发行人关于本次发行完成后适用的《用友汽车信息科技（上海）股份有限公司章程（草案）》
国泰君安、保荐人、联席主承销商	指	国泰君安证券股份有限公司
联席主承销商	指	中德证券有限责任公司
发行人律师、君合	指	北京市君合律师事务所
审计机构、安永	指	安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）
报告期、最近三年	指	2020 年度、2021 年度及 2022 年度
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元

二、专业释义

公有云	指	云服务可被任意云服务客户使用，且资源被云服务提供者控制的一种云部署模型
公域流量	指	公共平台的流量
混合云	指	至少包含两种不同的云部署模型的云部署模型
经销商	指	获得汽车资源并进行销售的经营者
敏捷开发模式	指	一种以用户的需求进化为核心，采用迭代、循序渐进的方法进行软件开发的模式
汽车后市场服务	指	汽车销售以后，围绕汽车使用过程中的各种服务
汽车“新四化”	指	汽车行业的电动化、网联化、智能化、共享化
容器	指	一种轻量级的虚拟化技术，能够在单一主机上提供多个隔离的操作系统环境
数据库连接池	指	负责分配、管理和释放数据库连接，它允许应用程序重复使用一个现有的数据库连接，而不是再重新建立一个，这项技术能明显提高对数据库操作的性能
私有云	指	云服务仅被一个云服务客户使用，且资源被该云服务客户控制的一类云部署模型
私域流量	指	企业或者个人拥有的可以自行支配的流量
微服务	指	一种云原生架构方法，其中单个应用程序由许多松散耦合且可独立部署的较小组件或服务组成
线程池	指	一种线程使用模式，线程池维护着多个线程，等待着监督管理者分配可并发执行的任务
云服务	指	通过云计算已定义的接口提供的一种或多种能力

云计算	指	一种通过网络将可伸缩、弹性的共享物理和虚拟资源池以按需自服务的方式供应和管理的模式
云原生	指	一种构建和运行应用程序的技术体系和方法论，这套技术体系从设计之初即考虑到云环境，专门为云环境而生
整车厂	指	组装生产成品机动车的厂商
AB 测试	指	为 Web 或 App 界面或流程制作两个（A/B）或多个（A/B/n）版本，在同一时间维度，分别让组成成分相同（相似）的访客群组（目标人群）随机的访问这些版本，收集各群组的用户体验数据和业务数据，最后分析、评估出最佳版本
BaaS	指	Business as a Service，业务能力即服务，是一种深度的行业解决方案的云化实践，通过云端服务提供行业内的互联网化的业务处理和办理能力，不但提供平台服务，解决方案，还提供运营服务等
CDP	指	Customer Data Platform，客户数据平台
DCS	指	Dealer Collaboration System，经销商和整车厂之间的业务协同系统
Devops	指	Development（开发）和 Operations（运维）的组合物词，意为开发运维一体化，一种软件开发人员与运维技术人员相互沟通、协作进行软件开发的方法
DMS	指	Dealer Management System，经销商内部业务管理系统
MPP	指	Massive Parallel Process，一种海量数据实时分析架构
NLP	指	Natural Language Processing，自然语言处理；是计算机科学、人工智能和语言学的交叉领域，NLP 旨在令计算机处理或“理解”自然语言，以执行语言翻译和问题回答等任务
One ID	指	通过一个用户账号整合多个触点的客户信息，进行统一管理
SaaS	指	Software as a Service，软件即服务，它是一种通过 Internet 提供软件的模式，厂商将应用软件统一部署在自己的服务器上，客户可以根据自己实际需求，通过互联网向厂商定购所需的应用软件服务，按定购的服务多少和时间长短向厂商支付费用，并通过互联网获得厂商提供的服务
SQL	指	Structured Query Language，结构化查询语言
TBOX	指	Telematics BOX，车载的车辆信息和定位传输系统
TSP	指	Telematics Service Provider，汽车远程服务提供商或平台

特别说明：本招股说明书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上存在差异，均系计算中由四舍五入造成的。

第二节 概 览

本概览仅对招股说明书全文作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、重大事项提示

（一）用友网络分拆用友汽车上市符合《分拆规则》的各项规定

用友网络拟将其控股子公司用友汽车分拆至上交所科创板上市。用友网络分拆用友汽车上市符合《分拆规则》的各项规定。本次分拆完成后，用友网络股权结构不会发生变化，且仍将维持对用友汽车的控股权。通过本次分拆，用友网络将进一步实现业务聚焦，而用友汽车将成为用友网络控制的面向汽车行业、工程机械行业、摩托车行业的客户，提供营销与后市场服务领域的数智化解决方案、云服务、软件、专业服务，并打造汽车产业链上下游和跨行业融合的数字化生态体系平台，赋能汽车行业数字化转型的上市平台。同时用友汽车可以依托上交所科创板进行独立融资，促进其自身业务发展，巩固行业地位。本次分拆有利于进一步提升公司的整体价值，增强公司的盈利能力和综合竞争力。

（二）实施新收入准则的影响

根据《企业会计准则第 14 号——收入（2017）》（财会[2017]22 号）（以下简称“新收入准则”），公司于 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。在业务模式和合同条款方面，实施新收入准则对公司目前的模式及合同条款、业务开展不产生重大影响。在收入确认方面，公司定制化软件开发服务业务，属于提供服务，2020 年 1 月 1 日之前公司采用完工百分比法确认收入。于 2020 年 1 月 1 日，公司分析其不满足在某一时段内履行履约义务的条件，因此，以客户验收时点确认收入。

（三）特别风险提示

本公司提醒投资者认真阅读本招股说明书的“第三节 风险因素”全文，并特别提醒投资者注意下列风险：

1、不能持续保持技术领先的风险

公司业务聚焦汽车营销与后市场服务领域，下游大客户多为汽车行业内知名大型企业，其对该领域软件产品的技术领先性要求较高。若公司不能持续保持技术领先，则会影响到在此基础上研发的软件产品的竞争力，对公司未来业务发展造成不利影响。详细风险描述请参见本招股说明书“第三节 风险因素”之“一、发行人相关的风险”。

2、不能适应新能源汽车发展带来的新营销、新服务模式变革的风险

随着新能源汽车的快速发展，新能源汽车品牌正在给汽车行业带来新的营销和服务模式变革。若公司不能适应新能源汽车发展带来的新营销、新服务模式变革，则可能出现竞争优势下降、客户流失、公司市场份额萎缩的风险。详细风险描述请参见本招股说明书“第三节 风险因素”之“二、与行业相关的风险”。

3、未来潜在竞争对手增加的风险

国内汽车营销与后市场服务领域软件产品竞争力的核心是软件技术和行业经验。未来，海外市场龙头可能改变竞争策略，国内互联网巨头亦有可能布局该领域市场。公司存在未来潜在竞争对手增加从而导致公司市场份额下降的风险。详细风险描述请参见本招股说明书“第三节 风险因素”之“二、与行业相关的风险”。

4、系统运维服务收入波动的风险

报告期内，公司系统运维服务收入占比分别为 31.93%、27.90% 和 27.10%，存在一定波动。未来，公司系统运维服务收入仍存在波动的风险。详细风险描述请参见本招股说明书“第三节 风险因素”之“一、发行人相关的风险”。

5、人工成本上升的风险

公司所处软件行业属于技术和人才密集型行业，业务发展需要大量的技术人员。报告期内，公司营业成本中人工成本合计占当期营业成本的比重分别为 86.93%、89.10% 和 90.09%，占比较大。未来，公司存在人工成本上升进而影响公司的经营业绩的风险。详细风险描述请参见本招股说明书“第三节 风险因素”之“一、发行人相关的风险”。

二、发行人及本次发行的中介机构基本情况

(一) 发行人基本情况			
发行人名称	用友汽车信息科技（上海）股份有限公司	成立日期	2015年7月14日（股份公司）；2003年3月13日（有限公司）
注册资本	108,238,000元	法定代表人	王文京
注册地址	上海市嘉定工业区叶城路1288号1幢50138室	主要办公地址	上海市长宁区定西路1100号辽油大厦11层
控股股东	用友网络科技股份有限公司	实际控制人	王文京
行业分类	软件和信息技术服务业（I65）	在其他交易场所挂牌或上市的情况	公司于2016年12月1日在全国中小企业股份转让系统挂牌（股票代码：839951.NQ）；并于2023年4月3日在全国中小企业股份转让系统终止挂牌
(二) 本次发行的有关中介机构			
保荐人	国泰君安证券股份有限公司	联席主承销商1	国泰君安证券股份有限公司
发行人律师	北京市君合律师事务所	联席主承销商2	中德证券有限责任公司
审计机构	安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	万隆（上海）资产评估有限公司
发行人与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间存在的直接或间接的股权关系或其他利益关系		<p>截至2022年12月31日，公司的保荐人（联席主承销商）国泰君安直接持有公司353,485股，占公司本次发行前总股本的0.33%，通过国泰君安证裕间接持有公司3,200,000股，占公司本次发行前总股本的2.96%，合计持有公司3,553,485股，占公司本次发行前总股本的3.28%。</p> <p>截至2022年12月31日，公司的保荐人（联席主承销商）国泰君安自营业务股票账户、信用融券专户及资产管理业务股票账户合计持有公司控股股东用友网络422,234股，占用友网络总股本的0.01%。除此之外，公司与本次发行有关的中介机构之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系，各中介机构负责人、高级管理人员及经办人员未直接或间接持有公司股份，与公司也不存在其他权益关系。</p>	
(三) 本次发行其他有关机构			
股票登记机构	中国证券登记结算有限责任公司上海分公司	收款银行	中国建设银行上海市分行营业部
其他与本次发行有关的机构		验资机构一	中喜会计师事务所（特殊普通合伙）
		验资机构二	中汇会计师事务所（特殊普通合伙）

三、本次发行概况

(一) 本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A股）		
每股面值	人民币 1.00 元		
发行股数	3,607.94 万股	占发行后总股本比例	25%
其中：发行新股数量	3,607.94 万股	占发行后总股本比例	25%
股东公开发售股份数量	无	占发行后总股本比例	无
发行后总股本	14,431.74 万股		
每股发行价格	33.99 元		
发行市盈率	52.22倍（每股发行价格除以每股收益，每股收益按照2022年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司所有者的净利润除以本次发行后总股本计算）		
发行前每股净资产	6.41 元（按照 2022 年度经审计的归属于母公司所有者权益除以本次发行前总股本计算）	发行前每股收益	0.87 元（按照 2022 年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司所有者的净利润除以发行前总股本计算）
发行后每股净资产	12.33 元（按照 2022 年度经审计的归属于母公司所有者权益加本次发行募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算）	发行后每股收益	0.65 元（按照 2022 年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司所有者的净利润除以发行后总股本计算）
发行市净率	2.76 倍（按照发行价格除以发行后每股净资产计算）		
发行方式	本次发行采用向参与战略配售的投资者定向配售、网下向符合条件的投资者询价配售、网上向持有上海市场非限售 A 股股份和非限售存托凭证市值的社会公众投资者定价发行相结合的方式进行		
发行对象	符合资格的参与战略配售的投资者、符合国家法律法规和监管机构规定条件的询价对象以及已开立上海证券交易所科创板股票交易账户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）		
承销方式	余额包销		
募集资金总额	122,633.88 万元		
募集资金净额	108,540.35 万元		
募集资金投资项目	项目名称	项目投资总额 （万元）	拟使用募集资金金额
	车企营销系统升级项目	36,160.04	36,160.04
	车主服务平台升级项目	12,836.44	12,836.44
	数据分析平台建设项目	7,314.39	7,314.39
	合计	56,310.87	56,310.87
发行费用概算	本次发行费用总额为 14,093.53 万元，明细如下（不包含增值税）： （1）保荐费用 641.51 万元； （2）承销费用 11,689.02 万元；		

	<p>(3) 审计及验资费：706.33 万元；</p> <p>(4) 律师费：558.00 万元；</p> <p>(5) 用于本次发行的信息披露费：463.21 万元；</p> <p>(6) 发行手续费及其他费用（含印花税）：35.46 万元。</p> <p>（注：本次发行各项费用均为不含增值税金额。前次披露的招股意向书中，发行手续费及其他费用为 8.32 万元，差异原因系印花税的确定。除上述调整外，发行费用不存在其他调整情况。合计数与各部分数直接相加之和在尾数存在的差异系由四舍五入造成。）</p>
高级管理人员、员工参与战略配售情况	无
保荐人相关子公司参与战略配售情况	保荐人子公司证裕投资最终获配股数为 1,443,176 股，占本次公开发行数量的比例约为 4.00%，获配金额为 49,053,552.24 元。证裕投资本次跟投获配股票的限售期为 24 个月，限售期自本次公开发行的股票在上交所上市之日起开始计算。
(二) 本次发行上市的重要日期	
刊登初步询价公告日期	2023 年 4 月 19 日
初步询价日期	2023 年 4 月 24 日
刊登发行公告日期	2023 年 4 月 26 日
申购日期	2023 年 4 月 27 日
缴款日期	2023 年 5 月 4 日
股票上市日期	本次股票发行结束后将尽快向上海证券交易所申请股票上市

(三) 本次发行战略配售情况

本次发行的战略配售由保荐人相关子公司跟投组成。跟投机构为证裕投资，无发行人高管核心员工专项资产管理计划及其他参与战略配售的投资者安排。

本次发行最终战略配售的股票数量为 144.3176 万股，占本次发行数量的 4%。保荐人相关子公司参与战略配售情况如下：

1、跟投主体

本次发行的保荐人相关子公司按照《管理办法》和《首发承销细则》的相关规定参与本次发行的战略配售，跟投主体为证裕投资。

2、跟投数量

根据《首发承销细则》，证裕投资跟投比例为本次公开发行股票数量的 4%，跟投股数为 144.3176 万股，获配金额为 4,905.36 万元。

3、限售期限

证裕投资本次跟投获配股票限售期限为自发行人首次公开发行并上市之日起 24 个月。

限售期届满后，参与战略配售的投资者对获配股份的减持适用中国证监会和上交所关于股份减持的有关规定。

4、核查情况

联席主承销商和其聘请的国浩律师（上海）事务所已对参与战略配售的投资者的选取标准、配售资格及是否存在《首发承销细则》第四十一条规定的禁止性情形进行核查，并要求发行人和参与战略配售的投资者就核查事项出具承诺函。相关核查文件及法律意见书已于 2023 年 4 月 26 日（T-1 日）进行披露。

5、相关承诺

依据《首发承销细则》及《承销业务规则》，参与战配配售的投资者已签署《关于参与用友汽车信息科技(上海)股份有限公司首次公开发行并在科创板上市的战略配售承诺函》，对《首发承销细则》及《承销业务规则》规定的相关事项进行了承诺。

参与配售的保荐人相关子公司证裕投资承诺，不利用获配股份取得的股东地位影响发行人正常生产经营，不在获配股份限售期内谋求发行人控制权。

四、发行人主营业务经营情况

公司成立于 2003 年，自设立以来，公司主营业务一直聚焦于汽车行业营销与后市场服务领域，为客户提供相关软件产品及服务。2010 年被用友网络收购后，公司继续独立经营上述业务。

公司主要面向汽车行业的整车厂、经销商、服务站等客户，提供营销与后市场服务领域的数智化解决方案、云服务、软件及专业服务，并打造汽车产业链上下游和跨行业融合的数字化生态体系平台，赋能汽车行业数字化转型。报告期内，公司亦面向工程机械、摩托车行业客户提供营销与后市场服务领域的前述产品或服务。

公司的主营产品属于经营管理类工业软件，其不仅能够满足车企在营销与

后市场服务领域的业务需求，同时还在汽车的制造、设计等环节发挥了重要作用，实现了产供销协同、研发设计协同、质量管理协同等，解决了汽车行业多环节的痛点，符合工信部等相关部门对于工业软件的定义及分类。

报告期内，公司主营业务收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
软件开发与服务	46,425.18	70.18%	41,091.25	69.76%	31,401.43	65.96%
系统运维服务	17,927.77	27.10%	16,434.46	27.90%	15,202.18	31.93%
智能设备销售	1,802.48	2.72%	1,380.18	2.34%	1,006.01	2.11%
合计	66,155.43	100.00%	58,905.89	100.00%	47,609.62	100.00%

公司采购的原材料主要是根据项目需求采购的软、硬件，硬件采购主要是服务器、线材、配件等产品，软件采购主要是数据库软件、应用软件等。公司技术服务采购主要是考虑项目的实施周期、实施地点、人员工作饱和度及成本效益等因素，向服务供应商采购部分软件测试、部分非核心模块的开发、推广、巡检等方面的服务。

公司设立技术研发中心、产品研发中心、云服务事业部、客户经营单元、运营服务中心等负责公司的产品从研发到交付再到运维的全过程。

公司采用直销模式进行销售。公司利用在行业内多年积累的口碑和经验进行顾问式销售，按区域或客户群配备专门的客户经理，负责客户拜访、售前、销售、收款、客户关系维护等各环节。

公司作为行业内龙头企业，产品已在国内车企中得到广泛应用，服务过的整车厂近百家、经销商超过 1.5 万家。凭借全方位的竞争优势，公司产品成功替换了宝马中国、捷豹路虎中国、福特中国、福建奔驰、腾势新能源等外资及合资车企一直使用的国际知名品牌产品，实现了国产软件在该领域的进口替代。公司产品达到国际同类软件的先进水平。

五、公司科创属性符合科创板定位的说明

（一）公司符合科创板行业领域要求

根据国家统计局《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所属行业为“软件和信息技术服务业（行业代码：I65）”。根据国家统计局《战略性新兴产业分类（2018）》，公司属于“1 新一代信息技术产业”之“1.3 新兴软件和新型信息技术服务”之“1.3.1 新兴软件开发”之“6513 应用软件开发”。

公司所属的科创板行业领域情况如下：

公司所属行业领域	<input checked="" type="checkbox"/> 新一代信息技术	公司主要面向汽车行业客户，聚焦营销与后市场服务领域，提供数智化软件产品及云服务。根据《上海证券交易所科创板企业发行上市申报及推荐暂行规定（2022年12月修订）》，发行人所属行业领域为“新一代信息技术领域”。
	<input type="checkbox"/> 高端装备	
	<input type="checkbox"/> 新材料	
	<input type="checkbox"/> 新能源	
	<input type="checkbox"/> 节能环保	
	<input type="checkbox"/> 生物医药	
	<input type="checkbox"/> 符合科创板定位的其他领域	

综上，公司属于“新一代信息技术领域”，符合科创板行业领域要求。

（二）公司符合科创属性相关指标要求

公司属于软件企业，需要满足的科创属性评价标准及具体指标情况如下表所示：

科创属性评价标准	是否符合	指标情况
最近3年研发投入占营业收入比例 $\geq 10\%$ ，或最近3年研发投入金额累计 $\geq 6,000$ 万元	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	公司2020年-2022年研发投入占营业收入的比例分别为16.73%、13.67%和13.69%。
研发人员占当年员工总数的比例 $\geq 10\%$	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	截至2022年12月31日，公司研发人员为277人，员工总数为1,266人，研发人员占比为21.88%。
最近三年营业收入复合增长率 $\geq 20\%$ ，或最近一年营业收入金额 ≥ 3 亿	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	公司2020年-2022年的营业收入分别为47,609.62万元、58,905.89万元和66,155.43万元。公司最近一年的营业收入金额超过3亿元。

综上，公司符合科创属性相关指标要求。

（三）公司符合科创板支持方向

1、公司符合国家科技创新战略相关要求

《十四五规划》指出，要“推进产业数字化转型”、“深化研发设计、生产制造、经营管理、市场服务等环节的数字化应用”。

2021年7月，工信部、科技部、证监会等六部门联合印发《关于加快培育发展制造业优质企业的指导意见》，提出要“推动产业数字化发展，大力推动自主可控工业软件推广应用，提高企业软件化水平”。

2021年11月，工信部发布了《“十四五”软件和信息技术服务业发展规划》和《“十四五”信息化和工业化深度融合发展规划》，提出“不断拓展软件在制造业各环节应用的广度和深度”，“汽车行业数字化转型重点为聚焦设计周期长、下游需求个性化、售后服务低效化等痛点，以规模化定制生产为切入点，加速向研发协同化、生产柔性化、产供销协同化、制造服务化等方向数字化转型。”

2021年12月，国务院印发《“十四五”数字经济发展规划》指出，要“加快企业数字化转型升级”、“全面系统推动企业研发设计、生产加工、经营管理、销售服务等业务数字化转型”；要“全面深化重点产业数字化转型”、“纵深推进工业数字化转型，加快推动研发设计、生产制造、经营管理、市场服务等全生命周期数字化转型”。

2021年12月，工信部、国家发改委、科技部等八部门联合发布《“十四五”智能制造发展规划》，其中“工业软件突破提升行动”包括经营管理类软件。工信部在《“十四五”智能制造发展规划》解读中亦提到，要“聚力研发工业软件产品，引导软件、装备、用户等企业以及研究院所等联合开发研发设计、生产制造、经营管理、控制执行等工业软件”。

公司产品专注于服务汽车行业的工业企业，聚焦营销与后市场服务领域，并在软件中沉淀了长期积累形成的该工业领域的行业知识和技术诀窍，能够提高汽车工业的服务与管理水平，深化经营管理、市场服务等环节的数字化应用，并赋能汽车产业数字化转型，推动汽车产业向前发展，属于工业软件，符合国家科技创新战略相关要求。

2、公司行业地位突出、市场认可度高，相关产品实现了进口替代

公司以“全球领先的汽车行业营销领域软件与云服务提供商”为愿景，深

耕行业近二十年，通过长期不懈的研发投入、大量行业项目经验的积累与专业服务实践的磨砺，逐步在技术架构、系统功能、服务响应等各方面积累起相较于国外厂商的竞争优势，已成为国内汽车营销与后市场服务领域软件厂商中的龙头企业。

近年来，公司产品不仅在国内车企中得到了广泛应用，而且成功替换了宝马中国、捷豹路虎中国、福特中国、福建奔驰、腾势新能源等外资及合资车企一直使用的国际知名品牌产品，有效实现了国产软件在该领域的进口替代，也体现了公司的科技创新能力和核心技术先进性。

3、发行人产品作为代表性国产软件已实现软件出海

公司积极把握我国车企全球化发展机遇，参与国外车企在营销与后市场服务领域相关软件产品及云服务的建设项目，加大海外市场的开拓力度。报告期内已实现来自泰国、印尼等境外客户的收入。

未来，公司将在提升国内市场占有率的同时，把握我国车企全球化发展机遇，积极拓展海外市场，为国产汽车品牌在海外拓展业务提供更多的软件选择，不断提高公司在海外市场的美誉度和竞争力。

4、公司核心技术具备先进性，科技创新能力突出

用友汽车云原生技术平台是公司独立研发、基于云原生架构的技术底座，该平台涵盖了云原生的关键技术，并针对汽车行业应用的性能需求进行了特殊的优化，相关核心技术具备先进性。用友汽车数智化开发平台沉淀了公司多年服务各大车企品牌后积累的完善的汽车行业知识体系，通过抽象化和标准化，形成了公司独特的行业模型和行业应用技术，支撑公司产品创新，提升交付效率，相关核心技术具备先进性。

5、公司科技成果转化能力突出，主营业务产品和汽车产业进行了深度融合

公司自主研发了多项核心技术，形成了两大研发平台，并在此基础上研发了公司的三大主营业务产品：车企营销系统、车主服务平台、汽车产业生态服务平台。该等产品已在汽车营销与后市场服务领域进行了深度的应用，符合产业发展趋势和客户需求，与汽车产业深度融合，并赋能汽车产业数字化转型。报告期内，公司核心技术业务收入占营业收入比重分别为 97.89%、97.66%和

97.28%。

6、公司产品解决了汽车行业多环节的痛点，对我国汽车产销量处于世界领先地位发挥了核心作用

(1) 为销售市场和售后市场提供高效、精准、可靠的管理和服务，提升营销和售后服务效率

公司产品能够帮助车企有效提升客户销售转化率、满足客户个性化购车订单需要、实现新车资源的合理和公平分配、提升车企维修服务的精细化管理能力、实现车企后市场服务的精准推荐等，覆盖车企在开展营销与后市场服务时的各类经营管理需求。每年有近 900 万辆新车通过公司的软件产品实现销售，公司产品在我国汽车销售及售后市场发挥了核心作用。

(2) 通过营销网络数字化对市场进行精准预测，实现产供销协同，高效配置车企资源

公司产品可有效打通整车厂、经销商等主体，在经销高端及时收集销售与维修等信息，对市场进行精准预测，并结合整车厂、经销商的库存情况等，指导整车厂合理安排生产计划、提升整车厂零部件采购与库存管理能力、提升经销商配件采购与库存管理能力，从而实现产供销协同，高效配置车企资源。

(3) 通过营销网络数字化及时反馈营销及车联服务数据，为车企研发迭代创新提供重要决策依据

公司产品可为车企提供业内最具代表性和最具时效性的营销及车联数据，一方面通过分析车辆行驶状态、智能配件使用及运行情况、自动驾驶安全性等信息，辅助车企进行车辆的智能化、网联化等功能设计创新；另一方面帮助车企及时了解消费者对于新车造型的偏好，并将其作为造型设计的重要参考因素。公司产品为车企研发迭代创新提供了重要决策依据。

(4) 通过服务网络数字化和对维修数据的智能分析，为车企提升质量改进能力赋能，保障车主的人身及财产安全

公司产品从售后服务端高效收集维修数据并进行智能分析，能够协助整车厂及时发现工程设计缺陷、监控零部件质量缺陷、优化生产工艺，从而有效提

升车企的质量改进能力，保障车主的人身和财产安全。

综上，公司符合科创板支持方向。

六、发行人主要财务数据及财务指标

项目	2022年度/ 2022年12月31日	2021年度/ 2021年12月31日	2020年度/ 2020年12月31日
资产总额（万元）	104,747.32	87,093.96	72,263.88
归属于母公司股东权益（万元）	69,360.52	55,004.69	46,655.25
资产负债率（母公司）	33.78%	36.84%	35.44%
营业收入（万元）	66,155.43	58,905.89	47,609.62
净利润（万元）	10,778.01	12,229.65	8,482.81
归属于母公司股东的净利润（万元）	10,778.01	12,229.65	8,482.81
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润（万元）	9,393.49	10,782.96	7,086.70
基本每股收益（元）	1.05	1.20	0.80
稀释每股收益（元）	1.01	1.17	0.80
加权平均净资产收益率	17.56%	24.53%	19.64%
经营活动产生的现金流量净额（万元）	5,209.25	12,423.34	8,105.19
现金分红（万元）	-	5,411.90	4,540.80
研发投入占营业收入的比例	13.69%	13.67%	16.73%

七、发行人财务报告审计截止日后主要财务信息及经营情况

财务报告审计截止日至招股说明书签署日，公司的整体经营环境未发生重大变化，经营状况良好，经营模式未发生重大变化。

2023年一季度业绩预计情况

经公司初步测算，公司2023年一季度预计可实现营业收入约15,800.00万元至17,000.00万元，较去年同期增长约10.17%至18.53%；预计实现净利润约3,500.00万元至3,850.00万元，较去年同期增长约1.66%至11.82%；预计实现扣除非经常性损益后净利润约3,150.00万元至3,500.00万元，较去年同期变动比率约-4.77%至5.81%。

前述2023年一季度财务数据为公司初步测算数据，未经会计师审计或审

阅，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

八、公司选择的具体上市标准

公司本次上市选择标准适用《科创板上市规则》第 2.1.2 条规定的上市标准中的“（一）预计市值不低于人民币 10 亿元，最近两年净利润均为正且累计净利润不低于人民币 5,000 万元，或者预计市值不低于人民币 10 亿元，最近一年净利润为正且营业收入不低于人民币 1 亿元”。

本次发行价格确定后发行人上市时市值为 49.05 亿元，公司 2021 年净利润为 12,229.65 万元，2022 年净利润为 10,778.01 万元，两年累计净利润为 23,007.66 万元，符合上述标准。

九、公司治理的特殊安排

截至本招股说明书签署日，公司不存在公司治理特殊安排事项。

十、募集资金运用与未来发展规划

（一）募集资金用途

经公司第二届董事会第十八次会议和 2020 年年度股东大会审议通过，若本次发行成功，募集资金扣除发行费用后将用于投资下列项目：

单位：万元

项目名称	项目投资总额	拟使用募集资金金额	投资比例
车企营销系统升级项目	36,160.04	36,160.04	64.22%
车主服务平台升级项目	12,836.44	12,836.44	22.80%
数据分析平台建设项目	7,314.39	7,314.39	12.99%
合计	56,310.87	56,310.87	100.00%

本次发行募集资金到位前，公司可根据各项目的实际进度，以自筹资金支付项目所需款项。本次发行募集资金到位后，公司将严格按照有关法律、法规及内部制度存放和使用募集资金，募集资金可用于置换前期公司投入募投项目的自筹资金。若本次发行实际募集资金低于募投项目投资总额，公司将通过自筹资金解决，并按发行完毕时募投项目的轻重缓急调整募集资金的投入额度。

（二）未来发展规划

公司以“全球领先的汽车行业营销领域软件与云服务提供商”为愿景，以“用创想和技术推动车企创新与进步”为公司使命，始终坚持“用户之友，持续创新，专业奋斗”的核心理念，紧扣国家科技创新战略，致力于研发引领产品及服务创新的理念，赋能车企，促进汽车产业数字化转型。公司未来发展战略主要体现在以下几个方面：

1、坚持产品云化的发展路线，持续在云计算、大数据、移动互联网、AI等技术领域进行研发投入，保持公司技术的竞争优势，研发出更多具有国际竞争力的软件及云服务产品。

2、紧跟国家加快发展新能源汽车的政策导向，进一步完善、拓展产品对应功能，加强市场布局，加大力度拓展造车新势力和新能源车企客户。

3、把握软件国产化和汽车行业数字化的发展趋势，将公司产品与汽车产业深度融合，构建生态化服务体系，不断进行产品与服务模式创新，提升公司在国内汽车营销与后市场服务领域的占有率。

4、进一步提高公司品牌影响力，把握我国车企全球化发展机遇，积极拓展海外市场，不断提高公司在海外市场的美誉度和竞争力。

十一、其他对发行人有重大影响的事项

截至本招股说明书签署日，不存在重大诉讼等其他对发行人有重大影响的事项。

第三节 风险因素

投资者在评价发行人此次公开发行的股票时，除本招股说明书提供的各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。

一、发行人相关的风险

（一）不能持续保持技术领先的风险

公司业务聚焦汽车营销与后市场服务领域，下游大客户多为汽车行业内知名大型企业，其对该领域软件产品的技术领先性要求较高，而营销与后市场服务领域又是汽车行业的核心业务环节，客户需求复杂多样、业务模式变革快速，因此公司需要不断进行技术创新，才能快速、持续的满足客户对软件产品提出的技术要求。

一方面，公司需要紧跟 IT 业界前沿发展趋势，在云计算、大数据、人工智能等新一代信息技术领域不断创新，研发相关技术，保持公司软件产品底层技术的先进性。另一方面，公司需要持续积累汽车行业技术诀窍，洞察行业及市场发展趋势，将技术创新成果与汽车行业深度融合，保持公司技术创新和行业实际应用需求的高度匹配性。

若公司的技术升级迭代速度和技术创新效果未达预期，致使技术水平落后于行业先进水平，将会影响在此基础上研发的软件产品的竞争力，从而降低市场竞争力、错失市场发展机会，对公司未来业务发展造成不利影响。

（二）技术人员缺失的风险

公司所处的行业属于技术密集型行业，对技术人员的需求较大；高质量、高稳定性的技术团队是公司长期保持技术创新优势和加强未来发展潜力的重要基础。如果公司不能有效的吸引新的技术人才，或公司现有技术人员大量流失，将可能造成公司部分软件开发及迭代进度推迟甚至停止，对公司未来的持续经营造成不利影响。

（三）系统运维服务收入波动的风险

报告期内，公司系统运维服务收入分别为 15,202.18 万元、16,434.46 万元和 17,927.77 万元，收入占比分别为 31.93%、27.90%和 27.10%。公司系统运维

服务收入有所波动，主要系汽车行业周期波动、外部经营环境影响及部分车企因自身经营策略变化调整系统运维服务采购。

若公司未来不能持续与车企保持合作，或不能持续开拓新客户，或车企的经营情况发生重大不利变化，或车企自身经营策略、经营模式变化，将导致公司的系统运维服务收入产生相应波动。

（四）人工成本上升的风险

公司所处软件行业属于技术和人才密集型行业，业务发展需要大量的技术人员，人工成本是公司成本费用的主要组成部分。报告期内，公司营业成本中的自有人员成本和服务采购成本合计分别为 22,842.57 万元、29,507.79 万元和 35,741.39 万元，人工成本合计占当期营业成本的比重分别为 86.93%、89.10% 和 90.09%，占比较大。

同时，汽车行业营销与后市场服务领域优秀的软件开发实施人员不仅需要精通软件创新技术，而且还要具有多年汽车行业知识积累。为适应日益激烈的市场竞争，公司将加大引入此类复合型人才的力度，但此类人才的薪酬水平较高，将推升公司的人工成本。

随着公司所处行业人才竞争的加剧、社会整体薪酬水平的提升，公司的员工薪酬开支也呈现上升趋势，公司将面临人工成本上升的风险，进而影响公司的经营业绩。

（五）应收账款发生坏账损失的风险

报告期内，公司各期末应收账款账面余额分别为 13,170.42 万元、16,207.40 万元和 24,860.39 万元，占营业收入的比重分别为 27.66%、27.51%和 37.58%，公司应收账款期末余额较大，其中账龄在 1 年以内的应收账款余额占比分别为 82.62%、82.78%和 83.21%。如果未来汽车行业景气度持续下行或宏观经济持续出现疲软，公司客户的财务状况可能发生不利变化，则公司应收账款发生坏账的风险增加，从而对公司的经营业绩产生不利影响。

（六）部分项目的存货减值风险

2022 年末，公司存货账面余额为 13,816.31 万元，主要为期末未完工项目

的合同履约成本，期末合同履约成本的减值准备余额为 729.53 万元，减值的主要原因是暂停项目的收款无法弥补已发生成本或项目发生亏损。如后续持续出现项目暂停、或因客户的需求变更等原因无法及时对项目进行验收的情况，会导致项目成本增加，摊薄项目毛利甚至出现减值的风险。

（七）经营业绩波动的风险

报告期内，公司营业收入分别为 47,609.62 万元、58,905.89 万元和 66,155.43 万元。其中 2021 年，公司营业收入较 2020 年增长 23.73%；2022 年，公司营业收入较 2021 年增长 12.31%。报告期内，公司净利润分别为 8,482.81 万元、12,229.65 万元和 10,778.01 万元；2021 年，公司净利润较 2020 年增长 44.17%；2022 年，公司净利润较 2021 年下降 11.87%。若未来外部环境出现重大不利变化，或公司不能有效加强产品研发和市场拓展，公司将面临经营业绩波动的风险。

（八）控股股东控制风险

公司的控股股东用友网络直接及间接持有公司 8,200 万股股份，占本次发行前总股本的 75.76%。本次发行后用友网络仍将为公司控股股东。如果用友网络利用其控制地位通过行使表决权或其他方式对公司的人事、经营决策等进行不当控制，可能会使公司和广大中小股东的权益受到损害。

（九）知识产权风险

公司目前已拥有多项软件著作权，公司的软件著作权等知识产权被窃取、遭受侵害或被竞争对手所获知和模仿，将可能对公司的生产经营、市场份额等方面造成一定的不利影响，在市场竞争中削弱自身的竞争优势，从而对公司的经营和业绩产生不利影响。

此外，公司部分软件著作权存在与其他公司合作开发的情形，如果公司与合作方产生知识产权纠纷，也会对公司的经营造成不利影响。

（十）授权许可使用的商标到期后无法续展的风险

公司在经营过程中使用“用友”等 7 项经授权许可使用的商标，该商标的所有权人为用友网络。公司与用友网络签订了《商标许可协议》及《商标许可

协议之补充协议》，用友网络将负责维持该等商标的注册有效性。虽然用友网络长期无偿授权公司使用上述商标，但若出现相关商标到期时用友网络的续期申请未被商标主管部门批准等无法续期的客观情形，公司将无法继续使用该等注册商标，从而对公司的业务开展造成不利影响。

二、与行业相关的风险

（一）不能适应新能源汽车发展带来的新营销、新服务模式变革的风险

随着新能源汽车的快速发展，新能源汽车品牌正在给汽车行业带来新的营销和服务模式变革，例如整车直销、电池管理、电桩管理等。这些变革都对汽车营销与后市场服务领域的软件产品功能迭代和创新提出了新的要求。

若公司无法及时、准确把握行业变革趋势，并对相关产品及时进行功能迭代、升级，或发展速度未达预期，则可能出现竞争优势下降、客户流失、公司市场份额萎缩的风险。

（二）未来潜在竞争对手增加的风险

国内汽车营销与后市场服务领域软件产品竞争力的核心是软件技术和行业经验。未来，国内互联网巨头依托在云计算、大数据、AI 等方面的综合实力，亦有可能布局该领域市场，加剧该领域的市场竞争；或者未来海外市场龙头改变竞争策略，加大针对中国市场的投入，亦将加剧该领域的市场竞争。

若公司无法保持产品的前瞻性、满足客户的多样化需求，并在技术创新、产品研发、服务质量、客户维护等方面不断增强实力，持续保持竞争优势，则可能出现客户流失、公司市场份额下降的风险。

（三）汽车行业周期波动的风险

公司的产品和服务主要应用于汽车行业，公司业务的发展和汽车行业的整体发展状况以及景气程度密切相关。汽车产业作为国民经济支柱产业，受宏观经济、产业政策等因素的影响会产生周期波动。2001-2017 年期间，我国汽车产销量实现大幅度增长；2018 年我国汽车产销量开始下滑；2020 年，汽车产销量有所下降，后伴随着经济复苏和政策支持，我国汽车行业有所回暖，2022 年我国汽车产销量同比增长 3.4% 和 2.1%。

若未来宏观经济下行，或者国家产业政策发生重大不利变化，则可能导致汽车行业产销量下滑，对公司客户生产经营和盈利能力造成不利影响，从而间接对公司的持续盈利能力产生不利影响。

三、其他风险

（一）发行失败的风险

公司本次拟申请首次公开发行股票并在科创板上市，根据科创板股票发行与承销相关规定，本次发行将通过向经中国证券业协会注册的证券公司、基金管理公司、期货公司、信托公司、保险公司、财务公司、合格境外投资者及符合一定条件的私募基金管理人等专业机构投资者询价的方式确定股票发行价格。如公司的投资价值未能获得足够多投资者的认可，将有可能导致最终发行认购不足、或因发行定价过低导致未能达到预计市值上市条件等情况发生，从而使公司面临发行失败的风险。

（二）募集资金相关的风险

公司本次发行募集资金投资项目未来在开拓新市场、推销新产品的过程中可能会面临一定的不确定性。如果新产品、新平台的未来市场空间低于预期，或者新产品、新平台的效果与预测产生较大差异，公司将会面临募集资金投资项目投产后达不到预期效益，从而导致公司经营业绩受损的风险。

募集资金投资项目需要一定的研发及建设周期，在短期内难以全部产生效益。同时，本次募集资金投资项目新增的研发、营销投入以及固定资产、无形资产所产生的折旧摊销费用，将在短期内给公司的利润水平产生压力。如果公司收入、利润不能持续增长或增速放缓，或公司募集资金投资项目未达到预期效益，则公司存在利润下滑的风险。且公司净利润的增长速度可能在短期内低于净资产的增长速度，因此公司存在发行后（包括发行当年）净资产收益率在短期内被摊薄的风险。

第四节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称	用友汽车信息科技（上海）股份有限公司
英文名称	Yonyou Auto Information Technology (Shanghai) Co., Ltd.
注册资本	108,238,000 元
法定代表人	王文京
有限公司成立日期	2003 年 3 月 13 日
股份公司成立日期	2015 年 7 月 14 日
注册地址	上海市嘉定工业区叶城路 1288 号 1 幢 50138 室
公司住所	上海市长宁区定西路 1100 号辽油大厦 11 层
办公地址	上海市长宁区定西路 1100 号辽油大厦 11 层
邮政编码	200050
联系电话	021-62128038
传真号码	021-52551656
互联网网址	www.yonyouqiche.com
电子信箱	zqb@yonyou.com
负责信息披露和投资者关系的部门	证券部
负责信息披露和投资者关系的负责人及联系方式	高海清 021-62128038-5120

二、发行人的设立情况

（一）有限责任公司设立情况

公司前身为用友汽车信息科技（上海）有限公司，曾用名为上海众友信息科技有限公司。众友有限系由刘永刚、黄文、海丽和李劲松共同于 2003 年 3 月 13 日设立的有限责任公司，注册资本 500 万元，出资方式为货币。

2003 年 3 月 10 日，上海佳瑞会计师事务所有限公司出具《验资报告》（佳瑞验字（2003）第 10059 号）对刘永刚、海丽、李劲松、黄文的实缴注册资本予以验证，众友有限设立时的注册资本已全部到位。

2003 年 3 月 11 日，上海市嘉定区科学技术委员会出具“嘉科民（2003）字第 431 号”《关于科技经营机构审批情况的函》，同意创办众友有限。

2003年3月13日，上海市工商行政管理局向众友有限核发了《企业法人营业执照》（注册号：3101142041024）。

设立时，众友有限的股权结构为：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例	出资方式
1	海丽	165.00	33.00%	货币
2	刘永刚	130.00	26.00%	货币
3	李劲松	130.00	26.00%	货币
4	黄文	75.00	15.00%	货币
合计		500.00	100.00%	-

（二）股份公司设立情况

2015年6月10日，用友汽车有限召开2015年度第三次股东会会议并作出决议，全体股东一致同意以发起设立方式将有限公司整体变更为股份公司，审议通过中喜会计师事务所（特殊普通合伙）于2015年6月9日出具的“中喜专审字[2015]第0410号”《审计报告》与万隆（上海）资产评估有限公司于2015年6月10日出具的“万隆评报字（2015）第1204号”《评估报告》。同时，依据“中喜专审字[2015]第0410号”《审计报告》，以公司截至2015年3月31日经审计的账面净资产人民币180,248,680.76元为基础，按1:0.454927的比例折合股份总额8,200.00万股，每股1.00元，共计股本人民币82,000,000元，净资产大于股本部分人民币98,248,680.76元计入资本公积。

2015年6月29日，用友网络与江西用友作为发起人即股东共同签署《发起人协议》。同日，用友汽车召开创立大会暨第一次股东大会、第一届董事会第一次会议、第一届监事会第一次会议，审议通过用友汽车有限整体变更为股份有限公司相关的议案。

2015年6月29日，中喜会计师事务所（特殊普通合伙）出具《验资报告》（中喜验字[2015]第0264号），对上述出资予以验证。

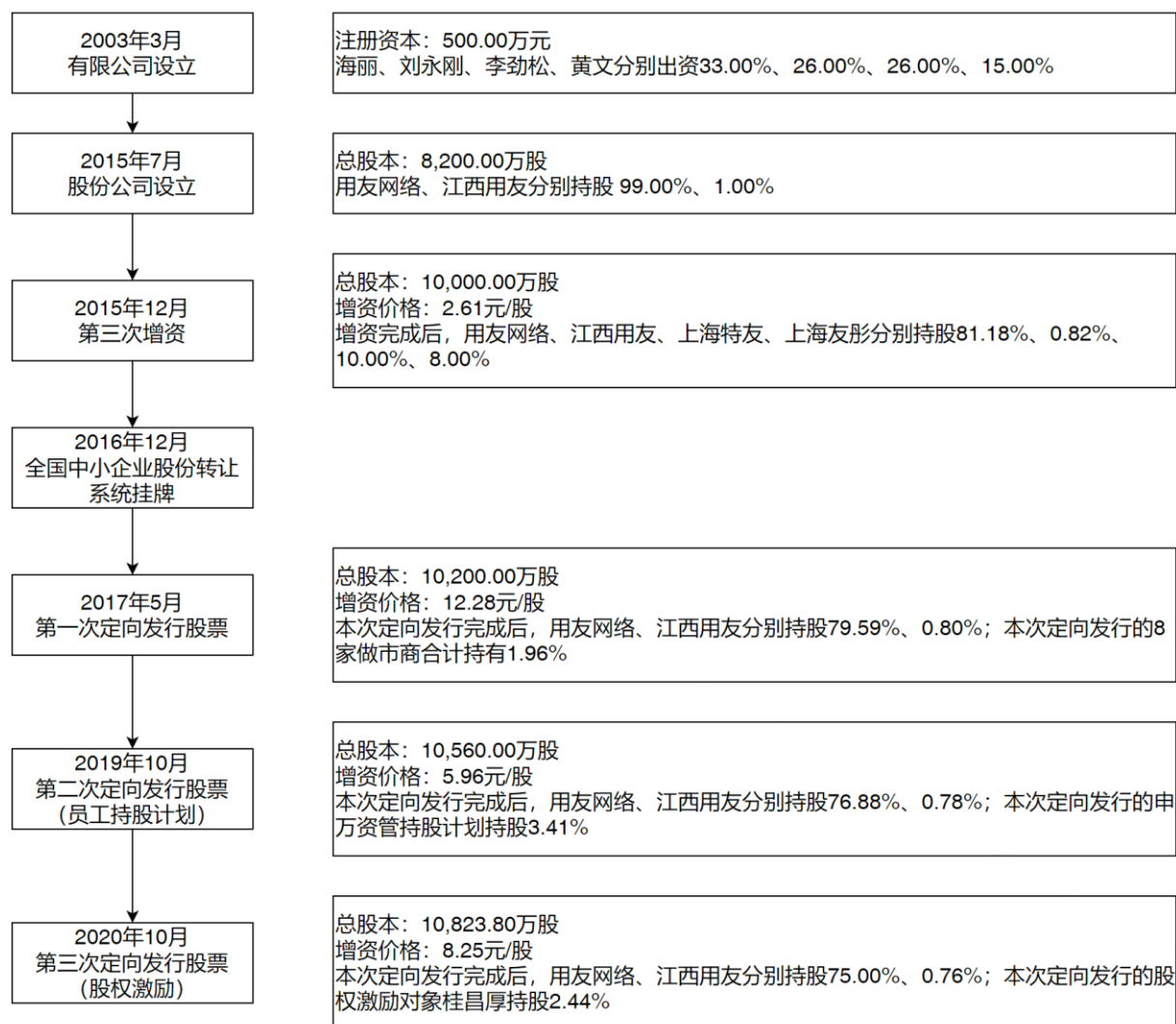
2015年7月14日，上海市工商行政管理局向用友汽车核发了变更后的《企业法人营业执照》（注册号为310114000688981）。

用友汽车设立时的股权结构为：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	用友网络	8,118.00	99.00%
2	江西用友	82.00	1.00%
合计		8,200.00	100.00%

（三）报告期内的股本变化情况

报告期内，公司历次股本及股东变化过程如下图所示：



三、公司报告期内的重大资产重组情况

公司报告期内不存在重大资产重组情况。

四、其他证券市场的上市/挂牌情况

（一）新三板挂牌情况

用友汽车于 2016 年 7 月 8 日召开第一届董事会第五次会议、于 2016 年 7 月 26 日召开 2016 年第一次临时股东大会，审议通过了《关于申请公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开协议转让、纳入非上市公众公司监管的议案》等与本次挂牌相关的议案，同意用友汽车申请股票在股转系统挂牌并公开转让。

2016 年 11 月 8 日，股转公司出具《关于同意用友汽车信息科技（上海）股份有限公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》（股转系统函[2016]8226 号），同意用友汽车股票在股转系统挂牌，转让方式为协议转让。

2016 年 12 月 1 日，用友汽车股票正式在股转系统挂牌并公开转让，股票简称为“用友汽车”，股票代码为“839951.NQ”。

（二）挂牌期间受到处罚情况

公司按照《公司法》《证券法》《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》和相关法律、法规的要求，不断完善公司的内部控制，不断规范公司的日常运作。公司在股转系统挂牌并公开转让期间，未受到证监会、股转公司的行政处罚。

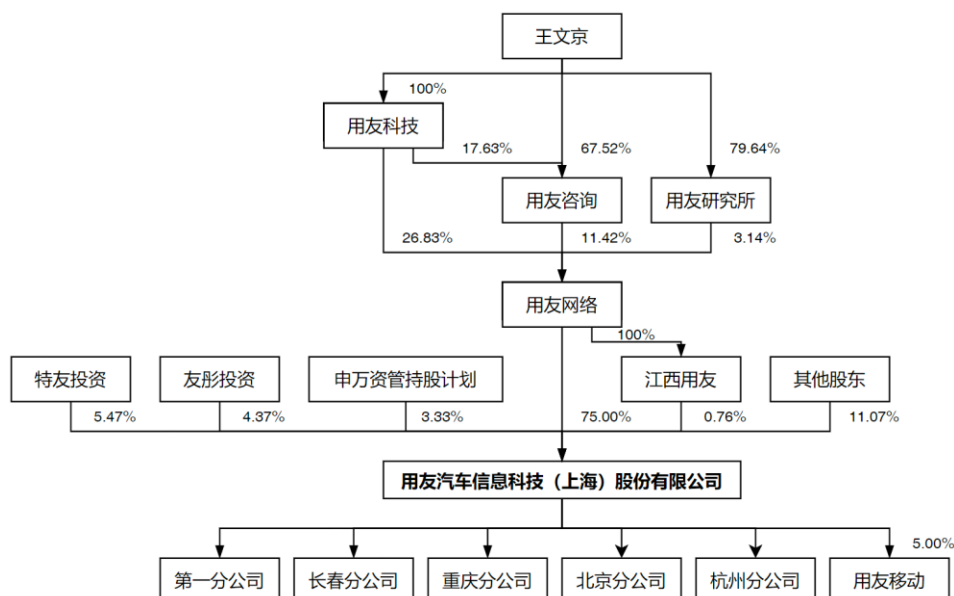
（三）新三板终止挂牌有关情况

公司分别于 2023 年 3 月 10 日、2023 年 3 月 27 日召开了董事会和股东大会，会议审议并通过了《关于拟申请公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌的议案》《关于提请股东大会授权董事会办理公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌相关事宜的议案》。2023 年 3 月 29 日，公司向全国股转公司报送了终止挂牌的申请材料，2023 年 3 月 30 日，全国股转公司出具《关于同意用友汽车信息科技（上海）股份有限公司股票终止在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》（股转函（2023）653 号）。自 2023 年 4 月 3 日起，公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌。

五、公司的组织结构

（一）公司的股权结构图

截至本招股说明书签署日，公司的股权结构如下图所示：



六、公司子公司、分支机构及参股公司的基本情况

截至本招股说明书签署日，公司无控股子公司，有 5 家分支机构，1 家参股公司。公司的分支机构及参股公司具体情况如下：

（一）分公司

1、用友汽车信息科技（上海）股份有限公司第一分公司

公司名称	用友汽车信息科技（上海）股份有限公司第一分公司
设立日期	2008 年 12 月 25 日
注册地址	上海市长宁区定西路 1100 号 1101-1108 室
经营范围	计算机软硬件及网络设备、产品及系统集成的技术开发、转让、服务、咨询，网络布线，办公自动化产品，电子产品，通讯设备的销售，企业管理咨询，从事货物及技术进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

2、用友汽车信息科技（上海）股份有限公司长春分公司

公司名称	用友汽车信息科技（上海）股份有限公司长春分公司
设立日期	2010 年 1 月 13 日
注册地址	吉林省长春市朝阳区东民主大街 2 号 3 楼 301 室

经营范围	计算机软硬件及网络设备、产品及系统集成的技术开发、转让、服务、咨询；网络布线、办公自动化产品、电子产品、通讯设备的销售，企业管理咨询；从事货物进出口及技术进出口业务（法律、法规和国务院决定禁止的项目不得经营；依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
-------------	---

3、用友汽车信息科技（上海）股份有限公司重庆分公司

公司名称	用友汽车信息科技（上海）股份有限公司重庆分公司
设立日期	2013年6月13日
注册地址	重庆市南岸区江南大道8号1栋9层办公3、4号
经营范围	许可项目：从事货物进出口及技术进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：计算机软硬件及网络设备、产品及系统集成的技术开发、转让、服务、咨询；网络布线；办公自动化产品、电子产品（不含电子出版物）、通讯设备（不含卫星地面接收及发射设备）的销售；企业管理咨询。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

4、用友汽车信息科技（上海）股份有限公司北京分公司

公司名称	用友汽车信息科技（上海）股份有限公司北京分公司
设立日期	2022年5月17日
注册地址	北京市海淀区北清路68号院21号楼1层25室
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；货物进出口；技术进出口；电子产品销售；通讯设备销售；企业管理咨询；信息系统集成服务；办公设备销售；办公用品销售；计算机及通讯设备租赁。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：第二类增值电信业务；第一类增值电信业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）（不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

5、用友汽车信息科技（上海）股份有限公司杭州分公司

公司名称	用友汽车信息科技（上海）股份有限公司杭州分公司
设立日期	2022年7月21日
注册地址	浙江省杭州市滨江区长河街道滨康路308号聚才大厦1幢526-1室
经营范围	许可项目：第二类增值电信业务；第一类增值电信业务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。一般项目：货物进出口；技术进出口；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；电子产品销售；通讯设备销售；企业管理咨询；信息系统集成服务；办公设备销售；办公用品销售；计算机及通讯设备租赁

	（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。
--	--------------------------------

（二）参股公司

截至本招股说明书签署日，公司持有 1 家参股公司用友移动 5% 股权。

2014 年，用友软件股份有限公司（为用友网络前身）、畅捷通信息技术股份有限公司、北京友畅通天投资管理中心（有限合伙）、北京友云通天投资管理中心（有限合伙）、北京用友政务软件有限公司（为北京用友政务软件股份有限公司前身）、用友金融信息技术有限公司（为用友金融信息技术股份有限公司前身）、用友新道科技有限公司（为新道科技股份有限公司前身）、厦门用友烟草软件有限责任公司、用友医疗卫生信息系统有限公司与用友汽车共同发起设立用友移动，其中，用友汽车出资 250 万元。截至本招股说明书签署日，用友移动控股股东为用友网络，主营业务为向企业客户提供移动转售业务，产品主要应用于移动办公领域；租赁、销售通讯设备、软件及辅助设备。

用友移动的详细情况请参见本招股说明书“第十二节 附件”之“九、附件八：子公司、参股公司简要情况”。

七、控股股东、实际控制人及主要股东情况

（一）控股股东、实际控制人情况

1、控股股东

截至本招股说明书签署日，用友网络直接持有公司 8,118.00 万股，通过江西用友持有公司 82.00 万股，合计持股 8,200.00 万股，合计持股比例为 75.76%，为公司控股股东。

截至 2022 年 12 月 31 日，用友网络基本情况如下：

公司名称	用友网络科技股份有限公司
法定代表人	王文京
注册资本	343,632.3835 万元
实收资本	343,363.4418 万元
企业类型	其他股份有限公司（上市）
证券代码	600588.SH

设立日期	1995年1月18日		
注册地址	北京市海淀区北清路68号		
主要生产经营地	北京市海淀区北清路68号		
前十大股东情况	股东名称	持股数量 (万股)	比例
	用友科技	92,116.16	26.83%
	用友咨询	39,206.93	11.42%
	香港中央结算有限公司	26,438.62	7.70%
	上海益倍管理咨询有限公司	12,808.00	3.73%
	用友研究所	10,784.86	3.14%
	共青城优富投资管理合伙企业 (有限合伙)	8,036.13	2.34%
	刘世强	6,800.00	1.98%
	中国证券金融股份有限公司	4,976.79	1.45%
	交通银行股份有限公司-万家行业 优选混合型证券投资基金(LOF)	3,633.33	1.06%
	周荣芝	3,521.46	1.03%
	合计	208,322.28	60.67%
主营业务	<p>用友网络长期专注并持续领航企业软件与企业服务市场32年，是中国和全球领先的企业与公共组织云服务和软件提供商。公司融合移动互联网、云计算、大数据、人工智能、物联网、区块链等新一代信息技术，按照商业创新平台（BIP）的理念，充分发挥技术与商业相结合的优势，通过构建和运营全球领先（数字化、智能化、全球化、社会化、生态化、平台化、高弹性、安全可信）的商业创新平台YonBIP，面向企业与公共组织提供财务、人力、协同、营销、采购、供应链、制造、金融、平台服务等多领域、跨行业的企业云服务，使企业的数智化商业创新（包括业务创新和管理变革）变得简单、便捷、大众化、社会化。</p>		
主营业务与发行人主营业务的关系	<p>用友网络主要面向企业与公共组织提供财务、人力、协同、营销、采购、供应链、制造、金融、平台服务等多领域、跨行业的企业云服务。用友汽车为用友网络下属专属经营面向汽车行业、工程机械行业、摩托车行业的客户，提供营销与后市场服务领域的数智化解决方案、云服务、软件、专业服务的子公司。</p>		
主要财务数据 (万元)	项目	2022年12月31日/2022年度	
	总资产	2,355,509.80	
	净资产	1,251,801.96	
	营业收入	926,174.41	
	净利润	22,479.71	
	审计情况	安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）出具了标准无保留意见的审计报告（安永华明（2023）审字第60469423_A01号）	

2、实际控制人

截至本招股说明书签署日，用友网络系公司控股股东，王文京先生通过用友网络、用友科技、用友咨询、用友研究所、江西用友合计控制公司 75.76% 的股份，为公司实际控制人。

王文京先生，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号码为 110102196412*****，1964 年 12 月出生，毕业于江西财经大学，本科学历。1983 年至 1988 年，任国务院机关事务管理局科员；1988 年创建用友软件服务社，现任用友网络董事长、畅捷通信息技术股份有限公司董事长、北京用友政务软件股份有限公司董事长、厦门用友烟草软件有限责任公司董事长、新道科技股份有限公司董事等职务；2010 年 7 月，当选并担任公司董事长。

（二）控股股东、实际控制人持有的股份质押、冻结或发生诉讼纠纷等情形

截至本招股说明书签署日，公司控股股东用友网络及实际控制人王文京先生直接和间接所持有的公司股权均不存在质押、冻结或发生诉讼纠纷等情况。

（三）控股股东、实际控制人报告期内是否存在刑事犯罪或重大违法行为的情况

报告期内，公司控股股东用友网络及实际控制人王文京先生不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，亦不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

（四）持股 5%以上股份的其他股东情况

截至本招股说明书签署日，除控股股东外，特友投资持有公司股份 592.00 万股，持股比例为 5.47%，系持有公司 5% 以上股份之股东，特友投资基本情况、合伙人情况及出资情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“十八、发行人已执行的股权激励及其他制度安排和执行情况”之“（二）发行人已制定及实施的员工持股计划”。

除公司控股股东、特友投资外，截至本招股说明书签署日，公司无其他直接持有公司 5% 以上股份的股东。

八、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本情况

公司本次发行前总股本为 10,823.80 万股。截至本招股说明书签署日，根据中证登北京分公司提供的《全体证券持有人名册》，用友汽车在册股东共 177 名。本次公开发行新股 3,607.94 万股，占发行后总股本的比例不低于 25%。本次发行前后，公司股本情况如下：

序号	股东名称	发行前		发行后	
		股数（万股）	持股比例	股数（万股）	持股比例
1	用友网络	8,118.00	75.00%	8,118.00	56.25%
2	特友投资	592.00	5.47%	592.00	4.10%
3	友彤投资	473.40	4.37%	473.40	3.28%
4	申万资管持股计划	360.00	3.33%	360.00	2.49%
5	国泰君安证裕	320.00	2.96%	320.00	2.22%
6	桂昌厚	263.80	2.44%	263.80	1.83%
7	安信证券	111.26	1.03%	111.26	0.77%
8	中泰证券	99.00	0.91%	99.00	0.69%
9	江西用友	82.00	0.76%	82.00	0.57%
10	李洪波	56.78	0.52%	56.78	0.39%
11	其他现有股东	347.56	3.21%	347.56	2.41%
12	本次公开发行新股	-	-	3,607.94	25.00%
合计		10,823.80	100.00%	14,431.74	100.00%

（二）公司前十名的自然人股东及其在公司处的任职情况

截至本招股说明书签署日，公司前十名自然人股东的持股情况以及其在公司任职情况如下：

序号	股东名称	直接持股数量（万股）	直接持股比例	在公司任职情况
1	桂昌厚	263.80	2.44%	董事、总经理
2	李洪波	56.78	0.52%	-
3	卫晓洪	15.70	0.15%	-
4	谢新仓	10.20	0.09%	-
5	罗晓真	9.81	0.09%	-
6	于沭阳	8.40	0.08%	-
7	许光	8.30	0.08%	-

序号	股东名称	直接持股数量（万股）	直接持股比例	在公司任职情况
8	于海波	4.00	0.04%	-
9	王晔	3.28	0.03%	
10	蔡波涛	3.00	0.03%	-
合计		383.27	3.55%	-

（三）国有股东或外资股东持股情况

1、国有股东持股情况

截至本招股说明书签署日，根据中证登北京分公司提供的《全体证券持有人名册》及各国国有股东产权登记表，各国国有股东直接持股情况如下：

序号	国有股东名称	股数（万股）	持股比例
1	国泰君安证裕	320.00	2.96%
2	安信证券	111.26	1.03%
3	中泰证券	99.00	0.91%
4	国泰君安	35.35	0.33%
5	开源证券	24.92	0.23%
6	万和证券	22.07	0.20%
7	东兴证券股份有限公司	20.30	0.19%
8	首正创投	15.11	0.14%
9	首创证券	14.77	0.14%
10	财信证券有限责任公司	12.81	0.12%
11	西部证券股份有限公司	9.40	0.09%
12	中金公司	6.14	0.06%
13	红塔证券	5.89	0.05%
合计		697.02	6.45%

上述股东中，国泰君安证裕及首正创投系证券公司的另类投资子公司；其他国有股东均为证券公司，系通过为发行人提供做市服务或自营交易成为发行人股东。

根据上海市国资委出具的批复文件，如用友汽车在境内发行股票并上市，国泰君安证裕的证券账户应标注“CS”标识；首正创投的证券账户应标注“SS”标识。

2、外资股东持股情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在外资股东。

（四）申报前十二个月新增股东情况

自 2020 年 6 月至本招股说明书签署日，公司申报前十二个月新增股东系通过定向发行股票或在股转系统通过大宗交易以市场价格购入公司股票的具体情况如下：

1、定向发行股票情况

公司申报前十二个月新增股东桂昌厚，具体内容详见本招股说明书中“第四节 发行人基本情况”之“二、发行人的设立情况”之“（三）报告期内的股本变化情况”。

2、大宗交易情况

自 2020 年 6 月至本招股说明书签署日，通过大宗交易方式取得公司股份且仍持有公司股份的股东情况如下：

序号	股东姓名或名称	最终持有股份数量(股)	最终股权比例	取得股份时间	入股价格
1	蔡波涛	35,200	0.03%	2021 年 1 月 18 日取得 2.5 万股	53.95 元/股
				2021 年 1 月 15 日取得 5.2 万股	53.99 元/股
2	卫晓洪	200,000	0.18%	2021 年 1 月 14 日取得 4.78 万股	53.99 元/股
				2021 年 1 月 13 日取得 4.91 万股	54.60 元/股
				2021 年 1 月 12 日取得 5.2 万股	57.20 元/股
				2021 年 1 月 11 日取得 6.2 万股	58.30 元/股
				2021 年 1 月 8 日取得 4.7 万股	57.30 元/股
				2020 年 11 月 20 日取得 7.7 万股	39.98 元/股
3	开源证券	249,217	0.23%	2020 年 7 月 16 日取得 30 万股	26 元/股
4	万和证券	220,711	0.20%	2020 年 7 月 6 日取得 10.5 万股	26 元/股
5	红塔证券	58,908	0.05%	2020 年 7 月 6 日取得 11 万股	26 元/股
6	首创证券	160,679	0.15%	2020 年 7 月 6 日取得 19 万股	26 元/股
				2020 年 7 月 2 日取得 11 万股	
7	中金公司	118,899	0.11%	2020 年 7 月 2 日取得 19 万股	26 元/股

(1) 通过大宗交易新增自然人股东基本情况

序号	股东姓名	身份证号码	住址
1	蔡波涛	510224197207*****	重庆市
2	卫晓洪	510215196902*****	重庆市

(2) 通过大宗交易新增非自然人股东基本情况

自 2020 年 6 月至本招股说明书签署日，公司通过大宗交易新增非自然人股东为开源证券、万和证券、红塔证券、首创证券及中金公司，均为境内证券公司。

除上述情况外，公司申报前十二个月新增股东所持有公司股份均是通过股转系统二级市场交易形成。

经确认，除桂昌厚为公司总经理外，前述新增股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系、与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系；前述新增股东不存在股份代持的情形。

截至本招股说明书签署日，公司股东中无战略投资者。

(五) 本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

截至本招股说明书签署日，公司各股东之间的关联关系及关联股东的各自持股比例如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例	关联关系
1	用友网络	8,118.00	75.00%	用友网络持有江西用友 100% 股权
2	江西用友	82.00	0.76%	
3	特友投资	592.00	5.47%	（1）湖州佩祥持有特友投资 20.23% 出资份额，桂昌厚系湖州佩祥之执行事务合伙人； （2）湖州佩芮持有友彤投资 17.34% 出资份额，桂昌厚持有湖州佩芮 49.91% 出资份额且系湖州佩芮之执行事务合伙人； （3）桂昌厚持有友彤投资 1.91% 的股权且为其执行事务合伙人
4	友彤投资	473.40	4.37%	
5	桂昌厚	263.80	2.44%	
6	国泰君安证裕	320.00	2.96%	国泰君安持有国泰君安证裕 100% 股权
7	国泰君安	35.35	0.33%	

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例	关联关系
8	浙江三花绿能实业集团有限公司	17.54	0.16%	三花控股集团有限公司持有浙江三花绿能实业集团有限公司 62.11% 股权；陈金玉现任三花控股集团有限公司董事、副总裁及浙江三花绿能实业集团有限公司董事
9	三花控股集团有限公司	1.70	0.02%	
10	陈金玉	1.50	0.01%	
11	首正创投	15.11	0.14%	首创证券持有首正创投 100% 股权
12	首创证券	14.77	0.13%	

除上述情况外，截至本招股说明书签署日，公司各直接持股股东之间不存在其他关联关系。

（六）股东公开发售股份情况

本次发行不涉及股东公开发售股份情况。

（七）契约型基金、资产管理计划、信托计划类股东持股情况

1、“三类股东”持股情况

截至本招股说明书签署日，根据中证登北京分公司提供的《全体证券持有人名册》，公司的“三类股东”共 2 名，具体持股情况如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例	取得方式
1	申万资管持股计划	360.00	3.33%	非公开发行
2	上海陆宝投资管理有限公司—陆宝成全兴盛新三板私募基金	5.60	0.05%	股转系统二级市场交易
合计		365.60	3.38%	-

申万资管持股计划系公司员工持股平台，公司于 2019 年 10 月向员工持股平台申万资管持股计划非公开定向发行股票，具体内容详见本招股说明书中“第四节 发行人基本情况”之“二、发行人的设立情况”之“（三）报告期内的股本变化情况”以及“十八、发行人已执行的股权激励及其他制度安排和执行情况”之“（二）发行人已制定及实施的员工持股计划”之“2、员工持股平台基本情况”之“（3）申万资管持股计划”。

上海陆宝投资管理有限公司—陆宝成全兴盛新三板私募基金系上海陆宝投资管理有限公司管理的私募证券投资基金，成立时间为 2017 年 8 月 3 日。

公司控股股东、第一大股东为用友网络，实际控制人为王文京先生，均不属于“三类股东”。

2、“三类股东”备案及登记情况

公司“三类股东”依法设立并有效存续，该等股东及其管理人在中国证券投资基金业协会的备案登记情况如下：

“三类股东”股东名称	备案编号	管理人	管理人登记编号/管理资格编号
申万资管持股计划	SGZ564	申万菱信（上海）资产管理有限公司	PT1600011571
上海陆宝投资管理有限公司—陆宝成全兴盛新三板私募基金	SW3005	上海陆宝投资管理 有限公司	P1003915

3、“三类股东”依据《关于规范金融机构资产管理业务的指导意见》（银发[2018]106号）（以下简称《指导意见》）相关过渡期安排，以及相关事项对公司持续经营的影响

根据公司“三类股东”提供的基金管理人合同、“三类股东”投资者名单、相关管理人出具的承诺函、调查表等资料，公司“三类股东”不存在杠杆、分级及多层嵌套的情况，不存在按照《指导意见》需要整改和规范的情形，不存在影响公司持续经营的情形。

4、“三类股东”已作出合理安排，可确保符合现行锁定期和减持规则要求

根据公司“三类股东”提供的基金管理人合同模板、相关管理人出具的承诺函、调查表等资料，公司“三类股东”将遵守现行锁定期和减持规则的要求。

5、控股股东、实际控制人，董事、监事、高级管理人员及其近亲属，本次发行的中介机构及其签字人员直接或间接在“三类股东”中持有权益情况

根据公司“三类股东”所提供的股东调查表、产品合同、权益人信息表、权益人身份证明以及公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、本次发行的中介机构签字人员填写的调查表或书面确认等文件，除申万资管持股计划系公司员工持股计划包含部分公司高级管理人员及职工监事外，公司控股股东、实际控制人，董事、监事、高级管理人员及其近亲属、本次发行的中介机构及其签字人员未直接或间接在上述“三类股东”中持有权益。

（八）公司已经按照《监管规则适用指引—关于申请首发上市企业股东信息披露》第二项规定出具专项承诺

公司已根据《监管规则适用指引—关于申请首发上市企业股东信息披露》的要求出具相应专项承诺，具体为：（1）不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有本公司股份的情形。（2）截至 2022 年 12 月 31 日，国泰君安证券股份有限公司及国泰君安证裕投资有限公司合计持有公司 3,553,485 股，占公司本次发行前总股本的 3.28%。除此之外，本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有发行人股份的情形。（3）不存在以本公司股份对任何主体进行不当利益输送的情形。

九、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介

（一）董事会成员

截至本招股说明书签署日，公司董事会由 6 名董事组成，其中独立董事 2 名，所有董事均通过股东大会选举产生。公司现任董事的基本情况如下：

序号	姓名	职务	任职期间	提名人
1	王文京	董事长	2021 年 9 月 2 日- 2024 年 9 月 1 日	董事会
2	桂昌厚	董事、总经理	2021 年 9 月 2 日- 2024 年 9 月 1 日	董事会
3	吴政平	董事	2021 年 9 月 2 日- 2024 年 9 月 1 日	董事会
4	成曦	董事	2021 年 9 月 2 日- 2024 年 9 月 1 日	董事会
5	张学辉	独立董事	2021 年 9 月 2 日- 2024 年 9 月 1 日	董事会
6	赵蓉	独立董事	2021 年 9 月 2 日- 2024 年 9 月 1 日	董事会

王文京先生，请参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、控股股东、实际控制人及主要股东情况”之“（一）控股股东、实际控制人情况”之“2、实际控制人”。

桂昌厚先生，中国国籍，无境外居留权，1971 年 9 月出生，毕业于东华大学，硕士学历。1996 年 3 月至 2016 年 10 月，曾任东华大学教师，国际商业机器（中国）有限公司咨询顾问，公司副总经理、总经理、董事、顾问；2016 年 10 月至 2017 年 10 月，任钛马信息技术有限公司高级副总裁；2017 年 11

月至 2018 年 12 月，任上海比滋特信息技术有限公司顾问；2019 年 1 月至 2019 年 8 月，任上海玖道信息科技股份有限公司首席运营官；2019 年 9 月至 2020 年 5 月，任有巴网络科技（上海）有限公司合伙人；2020 年 5 月起，当选并担任公司董事及总经理（总裁）。

吴政平先生，中国国籍，无境外居留权，1964 年 9 月出生，毕业于江西财经大学，本科学历。1983 年 9 月至 1992 年 4 月，任中国建筑材料科学研究院会计师/处长助理职务；1992 年 4 月加入用友网络，曾任用友网络董事、执行副总裁、高级副总裁、财务总监和行政总监等职务；现任用友网络董事、北京用友幸福投资管理有限公司董事、畅捷通信息技术股份有限公司董事、北京用友政务软件股份有限公司董事、厦门用友烟草软件有限责任公司董事等职务；2015 年 6 月起，当选并担任公司董事。

成曦女士，中国国籍，无境外居留权，1970 年 7 月出生，毕业于湖南大学，硕士。1993 年 7 月至 2011 年 9 月，曾任于泰阳证券、湘财证券和华欧国际证券；2011 年 10 月至 2022 年 1 月，历任国泰君安证券股份有限公司董事总经理、国泰君安证裕投资有限公司董事总经理；2019 年 4 月起，当选并担任公司董事。

张学辉先生，中国国籍，无境外居留权，1973 年 9 月出生，毕业于中国政法大学，博士研究生学历。1994 年 7 月至 2014 年 7 月，曾任长春市中保南关支公司科员、副科长，长春平安保险公司代理部副经理、团体部经理，长春平安南关支公司总经理，长春星宇集团网络有限公司市场总监，新华人寿保险北京分公司中介部项目经理，华旅（北京）保险经纪有限公司总经理助理，北京三元保险经纪有限公司总经理，远通（北京）保险经纪有限公司董事长兼总经理；现任中国市场学会风险管理专业委员会主任、中国汽车维修行业协会汽车信息工作委员会副主任兼秘书长、中国电子学会区块链专家委员会委员等职务；2018 年 2 月起，当选并担任公司独立董事。

赵蓉女士，中国国籍，无境外居留权，1959 年 9 月出生，毕业于上海立信会计金融学院（原立信会计高等专科学校），大专学历，注册会计师、高级会计师。1977 年 6 月至 2021 年 8 月，历任上海前卫农场团干部、科员，上海农场管理局科员，众华会计师事务所（特殊普通合伙）审计员、经理和合伙人，

上海社会科学院会计进修学院辅导老师（兼任），上海新华传媒股份有限公司独立董事、审计委员会主任委员，上海科泰电源股份有限公司独立董事，上海思华科技股份有限公司独立董事，上海众华沪银会计师事务所有限公司安徽分所负责人；现任上海科泰电源股份有限公司独立董事和审计委员会主任委员、上海众华沪银会计师事务所有限公司董事及众华会计师事务所（特殊普通合伙）一般执业注册会计师；2021年9月起，当选并担任公司独立董事。

（二）监事会成员

截至本招股说明书签署日，公司监事会由3名监事组成，包括1名职工监事，设监事会主席1名。公司现任监事的基本情况如下：

序号	姓名	职务	任职期间	提名人
1	郭新平	监事会主席	2021年9月2日- 2024年9月1日	监事会
2	袁树民	监事	2021年9月2日- 2024年9月1日	监事会
3	张妍琳	职工监事	2021年9月2日- 2024年9月1日	公司职工代表大会

郭新平先生，中国国籍，无境外居留权，1963年12月出生，毕业于香港科技大学，硕士研究生学历。1985年8月至1989年6月，任中华人民共和国财政部财税体制改革司科员职务；1989年加入用友网络，曾任用友网络副董事长、总裁、财务总监等职务，现任用友网络副董事长、畅捷通信息技术股份有限公司监事会主席、北京用友政务软件股份有限公司董事、厦门用友烟草软件有限责任公司董事、北京用友幸福投资管理有限公司监事等职务；2015年6月起，当选并担任公司监事会主席。

袁树民先生，中国国籍，无境外居留权，1951年2月出生，毕业于复旦大学，博士研究生学历。1997年6月至2014年3月，曾任上海财经大学会计学系副系主任，上海财经大学会计学院副院长，上海财经大学成人教育学院常务副院长，上海财经大学成人教育学院院长，上海金融学院会计系系主任，上海金融学院会计学院院长，上海金融学院会计学院教授；2015年6月起，当选并担任公司监事。

张妍琳女士，中国国籍，无境外居留权，1992年6月出生，硕士研究生学历。2016年12月至2018年3月，任公司项目管理专员；2018年3月至今，任

公司企业数智化咨询顾问；2021年9月起，当选并担任公司监事。

（三）高级管理人员

截至本招股说明书签署日，公司现任高级管理人员共4名，基本情况如下：

序号	姓名	职务	任职期间
1	桂昌厚	总经理（总裁）	2021年9月2日-2024年9月1日
2	陈小庆	副总经理（高级副总裁）	2021年9月2日-2024年9月1日
3	金爱君	副总经理（高级副总裁）、财务负责人	2021年9月2日-2024年9月1日
4	高海清	董事会秘书	2021年9月2日-2024年9月1日

桂昌厚先生，内容详见本节之“九、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”之“（一）董事会成员”。

陈小庆先生，中国国籍，无境外居留权，1979年2月出生，毕业于东华大学，本科学历。2000年9月至2006年7月，任上海众大新技术发展有限公司软件开发工程师；2006年7月至2020年2月，历任公司系统规划咨询顾问、项目经理、华南区负责人、总监、助理总裁、副总裁等职务；2020年3月至今，任公司副总经理（高级副总裁）。

金爱君女士，中国国籍，无境外居留权，1975年9月出生，毕业于浙江财经学院，本科学历，高级会计师、注册会计师。1996年12月至2015年6月，曾任TCL台州分公司财务主管，用友网络宁波分公司财务经理，浙江用友软件有限公司财务总监，公司财务负责人（财务总监）；2015年7月起至2019年2月，任公司财务负责人兼董事会秘书；2019年3月起至2021年1月，任公司副总经理（高级副总裁）兼财务负责人、董事会秘书；2021年2月起，担任公司副总经理（高级副总裁）兼财务负责人。

高海清先生，中国国籍，无境外居留权，1982年6月出生，毕业于复旦大学法学院，硕士研究生学历。2009年7月至2020年10月，曾任上海道杰投资有限公司高级投资经理，平安证券股份有限公司投资银行部业务经理，华林证券股份有限公司投资银行部高级业务总监，长城国瑞证券有限公司投资银行部业务董事，中原证券股份有限公司投资银行并购融资部业务董事；2020年10

月至今，任用友汽车信息科技（上海）股份有限公司助理总裁、证券部负责人；2021年2月起，当选并担任公司董事会秘书。

（四）核心技术人员

截至本招股说明书签署日，公司根据自身经营情况，综合考虑相关人员的专业能力、研发经验、行业经验、担任职务、任职时间、对企业生产经营发挥的实际作用等因素，认定陈小庆、高海龙、林丽清、杨治国以及王明怀等5名员工为公司的核心技术人员，其基本情况如下：

陈小庆先生，内容详见本节之“九、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”之“（三）高级管理人员”。

高海龙先生，中国国籍，无境外居留权，1976年12月出生，毕业于华中理工大学（现华中科技大学），本科学历。1998年7月至2015年12月，曾任机械设计部第二设计研究院（现中国联合工程公司）工业咨询设计工程师，上海晨澜数据技术有限公司软件开发工程师、项目经理，公司软件开发工程师、项目经理、研发部门经理、研发总监；2016年1月至今，任公司助理总裁，并担任公司技术研发中心负责人。2000年获得高级程序员证书，曾荣获“2009年度上海市软件服务明星”荣誉称号。

林丽清先生，中国国籍，无境外居留权，1979年9月出生，毕业于南京航空航天大学，本科学历。2005年1月入职公司，2005年至2014年历任公司软件开发工程师、项目经理、部门经理，2014年至2019年任公司数字营销研发部高级经理；2020年1月至今，任公司数字营销研发部总监。2018年度获公司“总裁奖”和用友集团“十佳用友人”称号。

杨治国先生，中国国籍，无境外居留权，1977年3月出生，毕业于中国人民解放军军事经济学院，本科学历。2006年2月入职公司，2006年2月至2020年12月，历任公司系统架构师、软件实施交付项目经理、研发部门经理、增值业务研发部高级经理、DMS研发中心总监。2021年1月至今，任公司新业务发展部负责人。曾荣获“2010年度上海市软件行业标兵”，并在2018年被中国汽车维修行业协会聘为“中国汽车维修行业协会事故汽车修理工作委员会专家”。

王明怀先生，中国国籍，无境外居留权，1984年10月出生，毕业于同济大学，本科学历。2005年获得高级程序员证书。2005年7月至2008年5月，历任上海晨阑数据技术有限公司软件开发工程师、项目经理；2008年6月至2020年12月，历任职友汽车信息科技（上海）股份有限公司软件开发工程师、研发部门经理、研发总监；2021年1月至今，担任公司产品研发中心负责人。

十、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况

截至2022年12月31日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在公司及公司控制的企业外的主要其他兼职情况如下：

姓名	兼职单位	兼职职务	兼职单位 与公司关系
王文京	用友网络科技股份有限公司	董事长（法定代表人）	控股股东
	畅捷通信息技术股份有限公司	董事长（法定代表人）	与公司同受 用友网络控 制
	北京用友政务软件股份有限公司	董事长	
	厦门用友烟草软件有限责任公司	董事长	
	用友金融信息技术股份有限公司	董事长（法定代表人）	
	用友建筑云服务有限公司	董事长（法定代表人）	
	红火台网络科技有限公司	董事长（法定代表人）	
	用友广信网络科技有限公司	董事长	
	用友医疗卫生信息系统有限公司	执行董事（法定代表人）	
	北京用友数能科技有限公司	执行董事（法定代表人）	
	用友优普信息技术有限公司	执行董事（法定代表人）	
	北京用友商创企业运营管理服务有限公司	执行董事（法定代表人）	
	上海大易云计算有限公司	执行董事	
	Yonyou International Holdings., LTD.	董事	
	Wecoo Network Technologies Co.,LTD.	董事	
	Yonyou (Singapore) Private Limited	董事	
	Yonyou (HongKong) Company Limited	董事	
	Yonyou Software (Macau) Co., LTD.	董事	
	用友薪福社云科技有限公司	执行董事	
	新道科技股份有限公司	董事	
深圳前海用友力合科技服务有限公司	董事		

姓名	兼职单位	兼职职务	兼职单位 与公司关系
	三亚用友软件科技有限公司	董事	
	友太安保险经纪有限公司	董事	
	北京点聚信息技术有限公司	董事长	
	智石开工业软件有限公司	董事长	
	用友科技	执行董事（法定代表人）	与公司同受 实际控制人 王文京控制
	用友咨询	执行董事（法定代表人）	
	深圳前海普惠众连商业管理有限公司	执行董事（法定代表人）	
	花果日葡萄酒（北京）有限公司	执行董事	
	用友研究所	董事长（法定代表人）	
	北京伟库电子商务科技有限公司	董事长	
	江西上饶三清书院有限公司	董事长（法定代表人）	
	海南用友房地产开发投资有限公司	董事长（法定代表人）	
	上饶灵山惠乡文化旅游发展有限公司	董事	
	蓬莱龙亭酒庄有限公司	监事	
	用友数法金融服务（天津）有限公司	执行董事（法定代表人）	
	深圳用友力合投资非融资性担保有限公司	董事长（法定代表人）	
	用友财金资产管理（天津）有限公司	执行董事	
	北京中关村银行股份有限公司	董事	-
	北京红橘科技有限公司	董事	-
	哈尔滨康博软件有限公司	董事	-
哈尔滨新友软件有限公司	董事	-	
北京京妍公益基金会	副理事长	-	
北京用友公益基金会	副理事长	-	
吴政平	用友网络科技股份有限公司	董事	控股股东
	北京用友幸福投资管理有限公司	执行董事（法定代表人）	与公司同受 用友网络控 制
	畅捷通信息技术股份有限公司	董事	
	北京用友政务软件股份有限公司	董事	
	厦门用友烟草软件有限责任公司	董事	
	用友金融信息技术股份有限公司	董事	
	三亚用友软件科技有限公司	董事	
	友太安保险经纪有限公司	董事	
	湖南用友软件有限公司	监事	

姓名	兼职单位	兼职职务	兼职单位 与公司关系
	用友（南昌）产业基地发展有限公司	监事	
	用友研究所	董事、经理	与公司同受 实际控制人 王文京控制
	深圳前海用友力合科技服务有限公司	董事长	
	深圳用友力合普惠信息服务有限公司	执行董事（法定代表人）	
	深圳友金所金融服务有限公司	执行董事（法定代表人）	
	深圳前海友金社信息科技有限公司	执行董事	
	北京用友教育投资有限公司	执行董事（法定代表人）	
	北京伟库电子商务科技有限公司	董事	
	深圳用友力合投资非融资性担保有限公司	董事	
	华盛一泓投资管理有限公司	董事	
	用友数法金融服务（天津）有限公司	监事	
	用友财金资产管理（天津）有限公司	监事	
	共青城优富投资管理合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	
	江西三清山港首国际度假区有限公司	董事长、总经理（法定代表人）	
	上海优富信息咨询有限公司	执行董事（法定代表人）	
	北京红邸餐饮文化有限公司	执行董事（法定代表人）	
	北京乐瓷管理咨询中心（有限合伙）	执行事务合伙人	
	北京哈哈尼创意互动科技有限公司	执行董事（法定代表人）	
	北京红橘科技有限公司	董事	-
	北京热茶电子商务有限公司	董事	-
	北京西玛国正科技发展有限公司	董事	-
	北京中关村银行股份有限公司	董事	-
	随锐科技集团股份有限公司	董事	-
	民太安财产保险公估股份有限公司	董事	-
	北京联成互动软件技术有限公司	副董事长	-
	北京用友公益基金会	理事	-
	北京市海淀区用友管理软件培训学校	法定代表人	-
张学辉	北京保程保险公估有限公司	监事	-
	北京大千兴隆企业顾问有限公司	监事	-
	北京安航企业顾问有限公司	执行董事	-
	北京华绕广告有限公司	监事	-
	中国汽车维修行业协会汽车信息工作委员	副主任兼秘书长	会员

姓名	兼职单位	兼职职务	兼职单位 与公司关系
	会		
	中国市场学会风险管理专业委员会	主任	-
	中国电子学会区块链专家委员会	委员	-
	全国汽车维修技术标准化技术委员会	委员	-
	北京车服通数字科技有限公司	董事、财务负责人	-
郭新平	用友网络	副董事长、董事	控股股东
	三亚用友软件科技有限公司	董事长（法定代表人）	与公司同受 用友网络控 制
	用友（南昌）产业基地发展有限公司	执行董事（法定代表人）	
	北京用友政务软件股份有限公司	董事	
	用友金融信息技术股份有限公司	董事	
	厦门用友烟草软件有限责任公司	董事	
	Yonyou (Singapore) Private Limited	董事	
	Yonyou (HongKong) Company Limited	董事	
	畅捷通信息技术股份有限公司	监事会主席	
	北京用友幸福投资管理有限公司	监事	
	用友研究所	董事	与公司同受 实际控制人 王文京控制
	深圳前海用友力合科技服务有限公司	董事	
	深圳用友力合投资非融资性担保有限公司	董事	
	上海益倍管理咨询有限公司	执行董事（法定代表人）	公司董事郭 新平控制的 企业
	北京益诚寰宇科技有限公司	执行董事、经理（法定代 表人）	
	北京合力清源管理咨询有限公司	副董事长	
	北京合力清源科技有限公司	董事	
	广联达科技股份有限公司	独立董事	-
	北京德青源农业科技股份有限公司	董事	-
	易通星云（北京）科技发展有限公司	董事	-
	深圳市硕旺管理咨询有限公司	董事	-
	海南商博软件有限公司	董事	-
	湖南易通星云科技发展有限公司	监事	-
易优游（北京）科技发展有限公司	监事	-	
北京用友公益基金会	理事	-	
袁树民	华丽家族股份有限公司	独立董事	-
	上海雅仕投资发展股份有限公司	独立董事	-

姓名	兼职单位	兼职职务	兼职单位 与公司关系
	上海摩恩电气股份有限公司	独立董事	-
	上海交大慧谷信息产业股份有限公司	独立董事	-
	西上海汽车服务股份有限公司	独立董事	-
	上海杉达教育发展有限公司	董事、总经理	-
	上海杉达信息科技有限公司	董事	-
	上海杉达学院	教授	-
赵蓉	众华会计师事务所（特殊普通合伙）	一般执业注册会计师	-
	上海科泰电源股份有限公司	独立董事	-
	上海众华沪银会计师事务所有限公司	董事	-

十一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间存在的亲属关系

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间不存在亲属关系。

十二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近三年涉及行政处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近三年不存在受到行政处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况。

十三、公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员所签订的协议及作出的重要承诺及其履行情况

截至本招股说明书签署日，公司董事桂昌厚、监事张妍琳、高级管理人员陈小庆、金爱君、高海清及核心技术人员高海龙、林丽清、杨治国、王明怀均与公司签署了《劳动合同》《知识产权保护及保密协议》及《遵守〈用友员工商业行为守则〉及“阳光经营”承诺书》。此外，桂昌厚、陈小庆、高海龙、林丽清、杨治国、王明怀还与公司签署了《竞业禁止协议》。

截至本招股说明书签署日，公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术

人员签订的上述协议履行正常，不存在违约情形。

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员作出的重要承诺详见本招股说明书“第十二节 附件”之“二、附件一：承诺事项”的相关内容。

十四、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有公司股份的情况

截至 2022 年 12 月 31 日，董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接或间接持股的情况如下：

序号	姓名	公司职务/近亲属关系	持股情况		持股总数 (万股)
			直接持股 (万股)	间接持股 (万股)	
1	王文京	董事长	-	3,361.89	3,361.89
2	桂昌厚	董事、总经理	263.80	56.30	320.10
3	吴政平	董事	-	183.78	183.78
4	成曦	董事	-	-	-
5	张学辉	独立董事	-	-	-
6	赵蓉	独立董事	-	-	-
7	郭新平	监事会主席	-	321.49	321.49
8	袁树民	监事	-	-	-
9	张妍琳	职工监事	-	-	-
10	陈小庆	副总经理（高级副总裁）	-	37.95	37.95
11	金爱君	副总经理（高级副总裁）、财务负责人	-	44.35	44.35
12	高海清	董事会秘书	-	4.00	4.00
13	高海龙	核心技术人员	-	29.11	29.11
14	林丽清	核心技术人员	-	19.43	19.43
15	杨治国	核心技术人员	-	20.54	20.54
16	王明怀	核心技术人员	-	19.90	19.90
17	孙玉菁	吴政平之配偶	-	40.30	40.30
18	方宗仁	郭新平配偶之父亲	-	32.11	32.11

除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员之近亲属不存在直接或间接持有公司股份的情况。

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接和间接持有的公司股份无质押、冻结或发生诉讼纠纷的情况。

十五、近两年董事、监事、高级管理人员及核心技术人员变动情况

（一）董事变动情况

日期	董事会成员及变化情况	具体原因
2021年9月2日	王怀芳不再担任公司独立董事；选举赵蓉为公司独立董事	任期届满

（二）监事变动情况

日期	监事会成员及变化情况	具体原因
2021年9月2日	赵旭不再担任公司职工监事；选举张妍琳为公司职工监事	任期届满

（三）高级管理人员变动情况

日期	高级管理人员及变化情况	具体原因
2021年2月1日	金爱君辞去公司董事会秘书职务，辞职后继续担任副总经理（高级副总裁）、财务负责人职务	金爱君女士因个人原因申请辞去董事会秘书职务
2021年2月5日	任命高海清为公司董事会秘书	公司经营管理需要

（四）核心技术人员变动情况

2021年1月1日，公司核心技术人员为陈小庆、高海龙、林丽清、杨治国及王明怀。截至本招股说明书签署日，公司核心技术人员为陈小庆、高海龙、林丽清、杨治国及王明怀。

最近两年内，公司董事、监事、高级管理人员的变动主要原因为：（1）公司董事变动系公司根据《公司法》《公司章程》的要求及完善公司治理结构的实际需要以及股东结构的不断变化而进行的调整，董事会成员中进行调整的人士主要系独立董事，公司业务发展目标、经营方针和经营政策并未因此发生改变；（2）公司新增高级管理人员系根据《公司法》《公司章程》的要求及公司业务经营发展的实际需要而进行的适当调整。

最近两年内，公司董事、监事、高级管理人员的变化均履行了必要的法律程序，符合相关法律、法规和公司章程的规定。公司董事、监事、高级管理人员变动并未对公司生产经营产生重大不利影响。

十六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况

截至 2022 年 12 月 31 日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况如下：

姓名	对外投资	注册资本 (万元)	出资比例
王文京	参见本招股说明书“第十二节 附件”之“三、附件二：控股股东、实际控制人控制的其他企业情况”		
桂昌厚	上海环瀚网络科技有限公司	568.18	4.22%
	宁波君翼博瑞创业投资合伙企业（有限合伙）	10,000.00	2.00%
	厦门君翼博越创业投资合伙企业（有限合伙）	10,000.00	1.00%
吴政平	北京乐瓷管理咨询中心（有限合伙）	67.66	99.30%
	共青城优富投资管理合伙企业（有限合伙）	1,000.00	80.00%
	南昌市观唐文化有限公司	50.00	通过共青城优富持有 95.10%
	江西三清山港首国际度假区有限公司	18,000.00	通过共青城优富持有 85.00%
	北京红邸餐饮文化有限公司	600.00	通过共青城优富持有 50.00%
	北京红局餐饮文化有限公司	500.00	北京红邸餐饮文化有限公司 持股 81.63%
	上海优富信息咨询有限公司	1,000.00	80.00%
	江西星后传奇健康科技有限公司	217.40	8.00%
成曦	湖南谷源生态农业有限公司	500.00	20.00%
	上海鲸睿企业发展中心（有限合伙）	37,300.00	3.75%
	湖南瀚德微创医疗科技有限公司	8,699.19	1.03%
	广州瑞通生物科技有限公司	1,535.61	0.84%
张学辉	北京数智汽车服务有限公司	5,000.00	98.00%
	北京信益车邦科技有限公司	331.00	96.81%
	北京车融信用评估有限公司	100.00	通过北京信益车邦科技有限 公司间接持股 90.00%
	湖北车融信用服务有限公司	101.00	通过北京车融信用评估有限 公司持股 70.00%
	云南车融科技有限公司	100.00	通过北京车融信用评估有限 公司持股 51.00%
	青海车融信用管理有限公司	100.00	通过北京车融信用评估有限 公司持股 51.00%
	黑龙江车融信用评估有限公司	100.00	通过北京车融信用评估有限 公司持股 51.00%

姓名	对外投资	注册资本 (万元)	出资比例
	北京大千兴隆企业顾问有限公司	50.00	75.00%
	北京保程保险公估有限公司	200.00	71.00%
	北京车服通数字科技有限公司	1,000.00	55.00%
	北京安航企业顾问有限公司	100.00	51.00%
	北京华绕广告有限公司	50.00	51.00%
郭新平	上海益倍管理咨询有限公司	1,200.00	90.00%
	湖南易通星云科技发展有限公司	3,139.00	通过上海益倍管理咨询有限公司间接持股 50.00%
	易优游（北京）科技发展有限公司	100.00	湖南易通星云科技发展有限公司持股 100.00%
	北京益诚寰宇科技有限公司	300.00	90.00%
赵蓉	上海众华沪银税务师事务所有限公司	200.00	10.00%
	上海众华企业管理咨询有限公司	200.00	7.50%
	上海众华沪银会计师事务所有限公司	250.00	6.00%

除上述对外投资外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不存在其他重大对外投资情况，且上述董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的对外投资与公司的业务不存在利益冲突的情形。

十七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员领取薪酬情况

（一）薪酬总额占利润总额比重

报告期内，董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬总额占各期公司利润总额的比重如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
薪酬总额	740.22	709.85	519.46
利润总额	11,784.71	13,738.07	8,862.11
占比	6.28%	5.17%	5.86%

注：董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬统计口径为任职期间薪酬，不包含股权激励费用。

（二）2022 年领取薪酬情况

公司现任董事、监事、高级管理人员及核心技术人员 2022 年从公司领取薪酬情况如下：

单位：万元

序号	姓名	现任职务	从公司领取薪酬	是否从控股股东及控股股东控制的关联企业领取薪酬
1	王文京	董事长	-	是
2	桂昌厚	董事、总经理（总裁）	162.38	否
3	吴政平	董事	-	是
4	成曦	董事	-	否
5	赵蓉	独立董事	8.00	否
6	张学辉	独立董事	8.00	否
7	郭新平	监事会主席	-	是
8	袁树民	监事	8.00	否
9	张妍琳	职工监事	24.10	否
10	陈小庆	副总经理（高级副总裁）、核心技术人员	82.62	否
11	金爱君	副总经理（高级副总裁）、财务负责人	116.86	否
12	高海清	董事会秘书	57.44	否
13	高海龙	核心技术人员	94.90	否
14	林丽清	核心技术人员	59.87	否
15	杨治国	核心技术人员	46.44	否
16	王明怀	核心技术人员	71.61	否
合计			740.22	-

除上述情形外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员未从公司以外的关联企业领取薪酬，以及享受其他待遇和退休金计划等。

十八、发行人已执行的股权激励及其他制度安排和执行情况

（一）发行人已执行的股权激励计划

公司以非公开定向发行股票的方式向桂昌厚授予 2,638,000 股股份，具体内容详见本招股说明书中“第四节 发行人基本情况”之“二、发行人的设立情况”之“（三）报告期内的股本变化情况”。

（二）发行人已制定及实施的员工持股计划

1、员工持股计划的历史实施情况

（1）特友投资与友彤投资

公司于 2015 年 11 月 17 日召开第一届董事会第三次会议、于 2015 年 12 月 2 日召开 2015 年第三次股东大会，一致同意设立特友投资与友彤投资两个员工持股平台以现金增资的方式认购公司新发行的股份并以增资前总股本数 8,200 万股为基础，确定每股价格为 2.61 元/股。本次员工持股计划共发行股份 1,800 万股，其中特友投资认购 1,000 万股股份，占公司增资后总股本的 10%；友彤投资认购 800 万股股份，占公司增资后总股本的 8%。

公司于 2016 年 7 月 8 日召开第一届董事会第五次会议、于 2016 年 7 月 26 日召开 2016 年第一次临时股东大会，一致同意设立湖州佩芮员工持股平台作为友彤投资的有限合伙人，以现金方式受让来自友彤投资合伙人转让的份额，确定每股价格为 2.67 元。

公司于 2020 年 3 月 27 日召开第二届董事会第九次会议、于 2020 年 4 月 20 日召开 2019 年年度股东大会，对自 2015 年员工持股计划实施以来的变动情况予以确认。公司于 2020 年 4 月 20 日设立湖州佩祥员工持股平台作为特友投资的有限合伙人，以现金方式受让特友投资原合伙人的合伙份额，确定每股价格为 3.08 元。

(2) 申万资管持股计划

公司于 2019 年 7 月 22 日召开第二届董事会第六次会议、于 2019 年 8 月 6 日召开 2019 年第二次临时股东大会，审议通过了与本次员工持股计划发行股票相关的议案，同意公司以非公开定向发行股票的方式，向员工持股计划申万资管持股计划非公开发行股票，确定每股价格为 5.96 元。

公司于 2020 年 12 月 16 日召开第二届董事会第十五次会议、于 2020 年 12 月 31 日召开 2020 年第四次临时股东大会，对 2019 年员工持股计划进行修订并相应修改相关管理办法，修订已签署的《申万菱信资产-共赢 13 号员工持股单一资产管理计划资产管理合同》并就此签署相关补充协议。

2、员工持股平台基本情况

截至本招股说明书签署日，公司员工持股平台为特友投资、友彤投资、申万资管持股计划、湖州佩祥以及湖州佩芮，其中特友投资直接持有公司股份 592.00 万股，占公司总股本的 5.47%；友彤投资直接持有公司股份 473.40 万

股，占公司总股本的 4.37%；申万资管持股计划直接持有公司股份 360.00 万股，占公司总股本的 3.33%；湖州佩祥与湖州佩芮分别通过特友投资及友彤投资持有公司权益。

（1）特友投资

截至本招股说明书签署日，特友投资的基本情况如下：

企业名称	湖州特友投资管理中心（有限合伙）
执行事务合伙人	张建新
企业类型	有限合伙企业
设立日期	2015 年 11 月 9 日
注册资本	1,545.12 万元
注册地址	浙江省湖州市长兴县画溪街道雒州大道 179 号-250
主要生产经营地	湖州市
经营范围	投资管理（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务与公司主营业务的关系	主营业务与公司的主营业务无关
人员构成	公司在职及离职且激励股份已解锁的中高层管理人员、核心技术人员及业务骨干员工等

湖州佩祥通过特友投资持有公司股权，截至本招股说明书签署日，湖州佩祥的基本情况如下：

企业名称	湖州佩祥企业管理中心（有限合伙）
执行事务合伙人	桂昌厚
企业类型	有限合伙企业
设立日期	2020 年 4 月 20 日
注册地址	浙江省湖州市长兴县画溪街道雒州大道 179 号-544
主要生产经营地	湖州市
经营范围	一般项目：企业管理（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。

（2）友彤投资

截至本招股说明书签署日，友彤投资持有公司股份 4,734,000 股，持股比例为 4.37%，友彤投资的基本情况如下：

企业名称	湖州友彤投资管理中心（有限合伙）
------	------------------

执行事务合伙人	桂昌厚
企业类型	有限合伙企业
设立日期	2015年11月9日
注册资本	1,235.57万元
注册地址	浙江省湖州市长兴县画溪街道雒州大道179号-251
主要生产经营地	湖州市
经营范围	投资管理（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务与公司主营业务的关系	主营业务与公司的主营业务无关

湖州佩芮通过友彤投资持有公司股权，截至本招股说明书签署日，湖州佩芮的基本情况如下：

企业名称	湖州佩芮企业管理中心（有限合伙）
执行事务合伙人	桂昌厚
企业类型	有限合伙企业
设立日期	2016年6月8日
注册地址	浙江省湖州市长兴县开发区明珠路1278号长兴世贸大厦A座15层1511-67室
主要生产经营地	湖州市
经营范围	企业管理。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

（3）申万资管持股计划

截至本招股说明书签署日，申万资管持股计划基本情况如下：

具体名称	申万菱信资产-共赢13号员工持股单一资产管理计划
管理人	申万菱信（上海）资产管理有限公司
委托人	用友汽车
托管人	国泰君安证券股份有限公司
备案日期	2019年8月16日
备案编码	SGZ564
实际支配主体	用友汽车

3、员工持股平台私募投资基金备案情况

特友投资、友彤投资、湖州佩祥、湖州佩芮为公司的员工持股平台，不属于以非公开方式向合格投资者募集资金并以投资为目的设立的私募投资基金，

亦不涉及从事私募投资基金管理活动的情形，无需办理私募投资基金或私募投资基金管理人备案登记手续。

2019年8月16日，申万资管持股计划通过中国证券投资基金业协会备案并取得了《资产管理计划备案证明》，资产管理计划备案号为SGZ564，管理人为申万菱信（上海）资产管理有限公司。

4、人员离职后的股份处理

针对公司以非公开定向发行股票的方式向桂昌厚授予股票权益，《2020年第一期股权激励计划》《2020年第一期股权激励计划限制性股票授予协议》规定：（1）激励对象自愿辞职、劳动合同到期不续签或被辞退，激励对象尚未解除限售的限制性股票不得解除限售，由公司回购；（2）激励对象因丧失劳动能力而离职，激励对象尚未解除限售的限制性股票将根据其不同的情况或不再纳入解除限售条件或不得解除限售，由公司回购。

针对公司设立员工持股平台特友投资、友彤投资、湖州佩祥、湖州佩芮，《员工持股计划管理办法2015版》规定：若参与对象发生异动，即在锁定期内或股份没有全部解锁完毕前，参与对象与公司的劳动合同终止或解除，参与对象将根据发生异动的情形以及相应条款的规定退出或保留份额。

针对公司实施申万资管持股计划，《2019年员工持股计划（草案）第三次修订版》《2019年员工持股计划管理办法》规定：若持有人出现终止、到期或解除劳动合同/聘用关系等原因导致员工不在公司任职，公司有权对持有人已获授但尚未解除限售的持股计划份额按照约定价格转让给董事会指定的其他符合条件的人员或者由公司回购注销；若持有人因退休或丧失劳动能力而离职，对持有人将完全按照其退休前或丧失劳动能力前本员工持股计划规定的程序进行，且董事会可以决定其个人绩效考核条件不再纳入解除限售条件。

5、员工持股平台的股份锁定期

特友投资、友彤投资、申万资管持股计划已出具了相关承诺，承诺自公司股票上市之日起锁定12个月，具体内容详见本招股说明书“第十二节 附件”之“二、附件一：承诺事项”。

6、对公司经营状况、财务状况、控制权变化等方面的影响及上市后的行权

安排

公司股权激励计划与员工持股计划，能够充分调动公司董事、中高层管理人员、核心技术及业务骨干员工的积极性，为公司带来增值利益，对公司未来的经营成果具有积极的影响，能够促进公司的可持续发展。

2020 年度、2021 年度和 2022 年度，公司股份支付费用分别为 1,410.28 万元、1,531.69 万元和 1,427.87 万元，因股份支付会计处理确认的股权激励费用对公司净利润有一定程度影响。股份支付费用的会计处理参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“三、报告期采用的主要会计政策和会计估计”。

公司实施股权激励计划与员工持股计划对公司的股权结构不存在重大影响，公司控制权未因股权激励计划与员工持股计划的实施而发生变更。

截至本招股说明书签署日，除前述已实施完毕的股权激励计划与员工持股计划外，公司不存在其他正在执行的股权激励计划，亦不存在上市后的行权安排。

十九、员工及社会保障情况

（一）员工人数及变化情况

报告期各期末，公司员工人数及劳务派遣人数变化情况如下：

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
员工人数（人）	1,266	1,047	1,101
劳务派遣人数（人）	121	103	68
用工总数（人）	1,387	1,150	1,169
劳务派遣占用工总量比例	8.72%	8.96%	5.82%

报告期内，随着公司业务的拓展、规模扩大，根据公司经营现状及经营特点，公司为满足用工需求对部分辅助性岗位采用劳务派遣的用工形式进行补充。

公司劳务派遣人员所属岗位流动性较大，对操作技术的要求较低，均非公司生产经营的重要岗位，符合临时性、替代性和辅助性的要求，并且报告期各期末劳务派遣用工人数占总员工人数比例均低于 10%。因此，公司劳务派遣情

况符合《劳务派遣暂行规定》等法律法规及规范性文件的要求。

（二）员工构成情况

截至 2022 年 12 月 31 日，公司员工的具体构成情况如下：

1、员工岗位结构

岗位结构	员工人数（人）	占总人数比例
技术服务人员	883	69.75%
研发人员	277	21.88%
销售人员	23	1.82%
后台运营人员	47	3.71%
管理人员	36	2.84%
合计	1,266	100.00%

2、员工教育结构

教育结构	员工人数（人）	占总人数比例
硕士及以上学历	49	3.87%
本科学历	978	77.25%
专科学历	232	18.33%
专科以下学历	7	0.55%
合计	1,266	100.00%

（三）员工社会保障及福利制度情况

公司根据《中华人民共和国劳动法》及其他有关法律法规的规定，实行劳动合同制，公司员工的聘任和解聘均依据法律法规办理。公司所有在册员工均签订了《劳动合同》。公司已根据国家及地方相关规定建立了社会保险及住房公积金制度，具体情况如下：

1、公司社会保险缴纳情况

报告期各期末，公司及子公司缴纳社会保险情况及缴纳人数差异原因如下：

项目	2022 年末	2021 年末	2020 年末
	人数（人）	人数（人）	人数（人）

项目		2022 年末	2021 年末	2020 年末
		人数（人）	人数（人）	人数（人）
已缴纳人数（含第三方代缴）		1,264	1,042	1,108
其中：第三方代缴人数		533	433	459
未缴纳人数		2	11	2
差异原因	自愿放弃缴纳	1（注 1）	1	1
	新入职员工当月未办理完毕缴纳手续	1（注 2）	10	1
	为当月离职员工缴纳	-	-6	-9
员工总数		1,266	1,047	1,101

注 1：该名自愿放弃缴纳社会保险的员工已出具确认函，确认其自愿放弃缴纳社会保险，因放弃缴纳社会保险事宜导致的一切后果由其本人承担；该名员工进一步确认其与公司不存在任何现时及潜在的劳动争议、纠纷，亦不存在与缴纳社会保险相关的现时及潜在的争议、纠纷。

注 2：该部分员工于 2022 年 12 月新入职，当月未办理完毕社保缴纳手续。目前，该部分员工仍在职，公司已为该名员工办理完毕社保缴纳手续并缴纳了社会保险。

2、公司住房公积金缴纳情况

报告期各期末，公司及子公司缴纳住房公积金情况及人数差异原因如下：

项目		2022 年末	2021 年末	2020 年末
		人数（人）	人数（人）	人数（人）
已缴纳人数（含第三方代缴）		1,265	1,043	1,109
其中：第三方代缴人数		533	433	459
未缴纳人数		1	10	1
差异原因	新入职员工当月未办理完毕缴纳手续	1（注）	10	1
	为当月离职员工缴纳	-	-6	-9
员工总数		1,266	1,047	1,101

注：该部分员工于 2022 年 12 月新入职，当月未办理完毕住房公积金缴纳手续。目前，该部分员工仍在职，公司已为该名员工办理完毕住房公积金缴纳手续并缴纳了住房公积金。

3、主管机关证明

根据上海市社会保险事业管理中心以及国家税务总局上海市嘉定区税务局第一税务所出具的证明，证明公司已参加上海市社会保险，社会保险费处于正常缴费状态，至证明出具之日无欠缴社会保险费情况。

根据上海市公积金管理中心出具的证明，证明公司于 2003 年 7 月建立住房公积金账户，账户处于正常缴存状态，未有任何行政处罚记录。

第五节 业务和技术

一、公司主营业务、主要产品和服务的情况

（一）主营业务

公司成立于 2003 年，自设立以来，公司主营业务一直聚焦于汽车行业营销与后市场服务领域，为客户提供相关软件产品及服务。2010 年被用友网络收购后，公司继续独立经营上述业务。

公司主要面向汽车行业的整车厂、经销商、服务站等客户，提供营销与后市场服务领域的数智化解决方案、云服务、软件及专业服务，并打造汽车产业链上下游和跨行业融合的数字化生态体系平台，赋能汽车行业数字化转型。报告期内，公司亦面向工程机械、摩托车行业客户提供营销与后市场服务领域的前述产品或服务。

公司作为行业内龙头企业，产品已在国内车企中得到广泛应用，服务过的整车厂近百家、经销商超过 1.5 万家。凭借全方位的竞争优势，公司产品成功替换了宝马中国、捷豹路虎中国、福特中国、福建奔驰、腾势新能源等外资及合资车企一直使用的国际知名品牌产品，实现了国产软件在该领域的进口替代。公司产品达到国际同类软件的先进水平。

报告期内，公司的主营业务未发生重大变更。

（二）主要产品和服务的情况

1、软件开发与服务

（1）车企营销系统

①产品概述

汽车营销与后市场服务领域是汽车产业链的核心环节，它包含了汽车从新车销售、用车保养、维修、二手车交易直到车辆报废的生命周期内，围绕车辆所产生的所有应用场景。该领域的市场参与主体包括整车厂、经销商、服务站等企业。而任何一类车企在开展营销与后市场服务的相关业务时，都离不开经营管理类软件对其业务的支撑。

基于该等市场需求，公司于十多年前便面向整车厂和经销商推出了DCS/DMS系统，并多次对系统进行升级和迭代以满足客户的需求。该系统将整车厂和经销商之间的业务流程进行打通和整合，帮助经销商降低管理成本、提升经营效率，实现了整车厂对经销商的高效协同管理。因此，DCS/DMS成为汽车营销与后市场服务领域最核心的业务系统之一。

当前，随着汽车“新四化”的发展、新能源汽车品牌和造车新势力的崛起、汽车产业数字化转型的趋势，汽车行业营销与后市场服务领域的业务模式正在发生变革。公司积极把握行业发展趋势，结合客户实际需求，融合云计算、大数据等新一代信息技术，在原DCS/DMS系统的基础上，将产品进行了技术架构升级和功能模块拓展，形成了车企营销系统，覆盖车企在开展营销与后市场服务时的各类经营管理需求，助力汽车新零售变革，赋能汽车行业数字化转型。

②产品特点

车企营销系统基于公司的用友汽车云原生技术平台和用友汽车数智化开发平台进行设计及研发，采用微服务架构，可根据客户需求在公有云、私有云、混合云等多种云端部署运行。

产品将行业客户的共性需求沉淀至中台层，形成统一可供前台业务端方便使用的技术中台、业务中台、数据中台，避免定制化开发时重复开发通用模块，提升了开发效率，降低了开发成本，并能够实现系统的快速迭代。

产品功能齐全，能够满足燃油车企和新能源车企的业务需求：产品通过整车分销、门店管理、售后服务、配件及仓储管理等功能模块，能够满足燃油车企的需求。公司近年来针对新能源车企的业务特性，不断对产品进行研发升级，扩展了整车直销、充电管理、电池管理等功能模块，亦满足了新能源车企的业务需求，目前已向多家造车新势力和新能源车企成功交付。

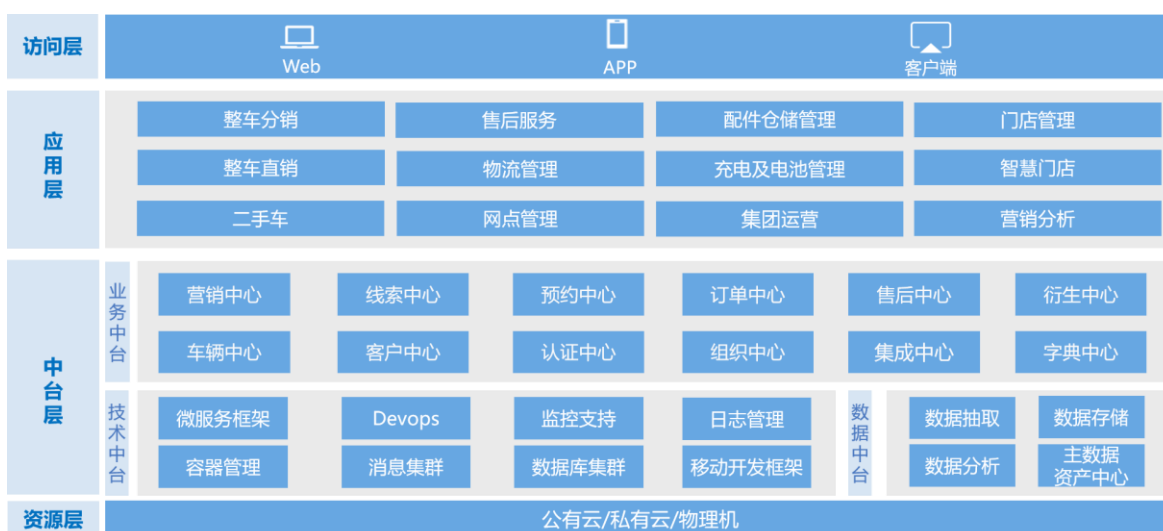
产品聚焦汽车营销与后市场服务领域业务数据资产，研发了涵盖整车销售、售后服务、配件管理、网点能力等各类场景数据智能分析的数据分析功能模块，构建了数据收集、治理、分析、可视化配置与展示的一站式体验，给予客户更科学的数据支持。

产品可应用于工程机械及摩托车行业的营销与后市场服务领域中，并且具备符合工程机械、摩托车行业特性的功能模块，满足该等行业客户的特定需求。

产品针对车企还推出了按订阅模式收费的 SaaS 版本产品，打造线上 SaaS 营销平台等。

③产品体系架构及主要模块功能

车企营销系统的体系架构可分为资源层、中台层、应用层、访问层等架构层级。如下图所示：



车企营销系统的具体模块功能如下表所示：

系统模块	模块功能简介
整车分销	对各区域经销商的整车订购计划、销售份额进行系统化管理，合理分配整车资源。通过对订单的审核机制，确保经销商的订单需求，提高市场响应速度，降低订单周转时间，强化车辆产品的实物销售、库存及物流过程的管理。
售后服务	协助经销商完成车辆相关故障的维修。提供三包索赔服务，方便索赔员按规定快速便捷完成三包索赔。由于设计、制造、标识等原因引起的车辆自身问题，提供车辆召回活动的制定、施行、统计及跟踪服务。
配件仓储管理	根据各区域经销商日常配件的出入流水，合理管理经销商店内配件库存的采购及储备，有效管理经销商在整车厂的账户信息，结合物流快速响应经销商对配件的采购需求。提高仓库的存储能力，对零件库存、入库、出库、盘点等业务进行信息化管理，实现科学、高效、现代化的库存管理，提升仓库作业水平。
门店管理	在销售环节，提供线索潜客管理、试乘试驾、零售成交、整车库存等功能，实时掌握客户意向，促成客户购车；在售后环节，提供多渠道维修预约服务，有效帮助服务顾问快速接待开单，并将维修流程实时提醒给相关岗位人员，引导其完成售后维修；对客户及车辆信息实行全方位管理，并对客户维

系统模块	模块功能简介
	修车辆的服务满意度进行跟踪回访，提升客户体验。
整车直销	根据各区域经销商的车辆销售情况，合理分配及管理潜客线索，跟踪店内潜客线索的回访跟进情况，向客户提供符合客户需求和利益的相关购车建议，并创建直销订单，同时设立直销返利机制，经审核后更快捷的完成车辆直销业务。
物流管理	实现车队、车辆、司机、路线及运维的全面管控，灵活安排车辆配车配板，根据订单周期安排车辆的发运计划保证及时性。系统中可实时查看车辆路线和当前的位置。经销商签收后产品质损可关联到车辆和司机，对物流公司进行索赔。
充电及电池管理	充电管理有效管控充电桩建设、巡检，售后等充电管理全过程。电池管理包括报修管理、维修管理、索赔管理、回收管理、费用管理、电池备件需求预测管理等。
智慧门店	车辆进店时，自动提醒服务顾问，提升接待效率；实现了车间智能调度，能够自动抓取维修时间，提升工位利用率和技师生产率，并允许客户远程查看在修车辆实时维修状态信息，提升客户体验；对销售顾问陪同客户试乘试驾时路线跟进，防止偏离线路或违规销售。
二手车	帮助经销商整合管理更多的交易渠道、并消除在交易过程中信息不对称的壁垒，系统化、规范化整个二手车交易过程。帮助整车厂更加高效的支持二手车业务，同时也能为新车销售业务发掘更多的潜在客户。
网点管理	协助整车厂对经销商网点进行统一管理，在整车厂的厂端进行经销商信息维护，并将经销商信息下发至 4S 店端，能够根据经销商服务网点的基础信息、服务能力数据形成评级管理。
集团运营	实现汽车经销商集团对旗下经销商门店的统一管理，强化内部风险管控，监督业务操作规范，及时掌握旗下经销商各门店的汽车营销和售后经营状况。
营销分析	分为数据采集、数据存储、数据计算与处理、数据应用、数据展示等环节，涵盖整车销售、售后服务、配件管理、网点能力等各类营销与后市场服务领域业务场景。具备高易用性，从管理层到一般员工等各级人员均能够方便的使用本模块进行数据分析。

报告期内，车企营销系统收入持续增长。未来，公司将继续紧跟国家对新能源汽车的支持政策，把握软件国产化和汽车行业数字化转型的发展趋势，软件云化和产品功能扩充带来的对客户原有系统升级换代的机遇，通过技术创新进一步提升产品价值和市场竞争力，加大力度拓展造车新势力和新能源车企客户，并在不断提升国内市场占有率的同时，积极拓展海外市场。

（2）车主服务平台

①产品概述

在传统的汽车行业营销模式中，整车厂更多的依赖经销商去接触、了解车主，并反馈车主的需求。随着汽车数智化应用的发展，越来越多的整车厂和经销商意识到用户价值和客户运营的重要性，以往被动式的营销和客户关系管理模式已不能满足车企的业务需求，其迫切需要从“以产品为中心”向“以用户

为中心”进行变革。而这些变革需要车主服务平台进行赋能。

首先，随着移动互联网的发展，当前消费者的消费行为已线上化、移动化、数字化。因此，车企必须搭建面向车主进行服务的软件平台，通过车主 APP 等数字触点来触达存量车主和潜在车主，向其提供服务，与其互动，才能更好的了解用户需求，并进行营销、运营及管理。其次，以往车企与车主的交互频率较低，不利于了解用户全方位的需求和偏好。因此，在软件平台搭建完成之后，车企还必须不断在平台中丰富向车主提供服务的种类，与车主高频双向互动，才能提升汽车品牌影响力，增加客户粘性和忠诚度，实现车主精细化运营管理和精准营销。

公司针对上述市场需求，研发了车主服务平台，面向我国数亿体量的存量车主和潜在车主，以及有车主运营需求的整车厂和经销商。

对于 B 端车企，公司向其实实施交付车主服务平台，协助车企通过本平台直接接触达终端车主，并在平台内向其提供服务，与其互动，从而更好的了解车主的需求，提升对用户的营销、运营和管理能力。

对于 C 端车主而言，车主服务平台既是一个聚合了各类汽车相关专业服务的载体，也是一个车主可以随时随地在平台的数字触点上（如车主 APP）发起服务需求的渠道及入口。

②产品特点

车主服务平台基于公司的用友汽车云原生技术平台和用友汽车数智化开发平台进行设计及研发，采用微服务架构，支持多种云化部署运行方式。产品基于中台架构，提升了开发效率，降低了开发成本，并能够实现系统的快速迭代。

产品覆盖多种客户终端触点，包括微信公众号、小程序、APP 等，并利用 One ID 统一管理，保证用户多平台、跨场景体验的一致性，提升用户的服务体验。

产品可通过对接车企营销系统以及汽车产业生态服务平台来扩充本产品中聚合的服务种类，帮助车企在高频需求场景中提升和车主互动的频次，同时满足车主获取汽车相关专业服务的需求。

产品可以帮助车企的营销推广由单向传播向社交裂变转变，进一步发掘营销、服务机会场景，实现业务转化和服务输出。

③产品体系架构及模块功能

车主服务平台的体系架构可分为资源层、中台层、应用层、访问层等架构层级。



具体功能模块如下表所示，分为 C 端车主在平台上获取各类服务所使用的功能模块，以及 B 端车企在平台上进行车主运营管理所使用的功能模块：

i. 面向 C 端车主提供的功能

系统模块	模块功能简介
知晓	展示新闻资讯内容，吸引客户关注品牌、产品及服务信息；展示营销及售后优惠活动，用户可以在线报名、互动及参与；用户在线上互动社区可在线发布图文，与其他用户互动，也有利于车企提高客户粘性。
选车	用户可通过车型展示功能在线查看车型外观、内饰、配置、参数等车型情况，同时可一键试驾预约、一键询价或车型预定等；在线客服支持客户在线咨询与沟通，同时支持快捷回复、智能问答、常见问题答复等智能应答功能。
买车	用户可在线快捷选择车辆外观、内饰、配置等，同时在线交纳订金预订车辆；订单创建完成后，用户可在手机端同步查看从订车到交车的状态；用户可在手机端预约交车时间，实现线上线下高效的新车交易及交付。
用车	在线商城使得用户可通过积分及现金在线选购精品附件、增值服务、积分礼品等商品及服务；用车知识帮助用户了解爱车，减少用车误区，提高车生活体验；车联服务帮助用户通过手机端实现车辆的远程控制、故障诊断、定位跟踪、数据分析等功能，实时了解车辆状况，方便对车辆进行管理。
养车	用户可在线进行售后维保预约，实现错峰到店维保，有效节约时间，配合使用取送车功能，更可使用用户售后服务不到店，方便用户养车体验；用户可查询到车辆所有的维修历史，方便对车辆的历史维修状态进行跟踪。

系统模块	模块功能简介
再购	用户可对卖车用户的爱车进行在线评估，引导用户进行更加精细准确的线下到店评估；支持客户转介绍活动，客户将活动页面转发给社交网络好友，好友成功购车，客户及其好友都可以获得相应积分及优惠券奖励。

ii. 面向 B 端车企提供的功能

系统模块	产品功能简介
营销活动	车企可通过资讯管理功能设置、发布品牌、服务、产品等资讯内容；通过活动管理功能设置、发布各种营销及售后活动，吸引用户互动参与活动；通过卡券管理功能批量发放多种形式优惠券，同时支持优惠券后台管理与核销。
社群圈层	基于微信平台借助私域流量为企业提供裂变营销的工具，实现全员营销；车企可通过社区管理功能对于用户论坛、车友圈进行后台管理，包括版块、发帖、内容审核等维护与管理；可通过积分权益功能设置积分体系、积分兑换比例等积分管理功能，利用会员积分体系可提升会员忠诚度及活跃度。
订单及服务	车企可通过预约管理功能后台响应用户维保预约需求；通过商城管理功能对在线商城进行货品上下架、库存、退货、订单管理等后台管理与维护；通过售后服务管理功能对用户进行大数据分析，助力精准营销；通过客服顾问的任务跟踪，协助提升售后服务的转化率。
车联服务	车企可通过开通管理这一功能在运营后台按不同车型、时间段、用户类型等筛选、查看车联网开通数据；当用户的车辆出现故障时，车企通过车况预警功能可在后台收到来自用户车联网的车况预警信息，主动联系客户提供相应服务询问；车企可通过充电管理功能按地区、运营商等维度呈现充电报表数据，了解各地区用户的充电习惯等。
用户及车辆	车企可通过会员管理功能对车主进行会员等级规则设定与管理；通过车辆管理功能可对于车主车辆信息筛选、查询、变更管理；通过网络问卷调查方式，设计问卷，发放问卷，分析结果，并获取用户反馈。

本产品是公司未来业务的发展重点之一。公司一方面将不断完善产品功能，持续拓展使用本产品的车企客户，提升平台实施交付收入；另一方面，公司计划通过和车企合作运营或者独立运营的方式直接参与车主的营销、运营和管理，同时从 B 端和 C 端获取专业服务收入。目前公司的车主服务平台处于布局阶段，占公司收入比重不高，但车主服务平台面向数亿体量的存量车主和潜在车主，相关业务场景和需求众多，且车企对车主服务平台建设和运营的需求也在不断扩大，未来产品快速增长的空间很大。

(3) 汽车产业生态服务平台

① 产品概述

汽车营销与后市场服务领域的业务需求场景众多，除了整车厂和经销商能独立完成的车辆选购、维修保养、配件管理等，还有大量的 B 端和 C 端的业务场景需要外部资源方参与协同。如营销引流需要门户网站等流量聚集方的参

与；车辆保险需要保险公司的参与；出行服务需要出行服务公司的参与；道路救援需要救援公司的参与等。

在上述众多的业务场景中存在或者尚未完成资源方的对接，无法满足需求；或者对接效果欠佳的情况。车主、车企、第三方生态资源彼此之间的信息传导和服务流转过程较为割裂，很多需要多方协同的业务场景无法在线上一站式完成，导致服务需求方体验不佳。

公司针对这一广阔的市场空间，结合公司多年的行业经验以及深耕行业所积累和沉淀的丰富的第三方生态资源，和保险、出行服务公司、电子合同服务商、电子发票服务商等众多第三方生态资源进行协商，明确业务流程和规则，形成生态合作关系后，通过汽车产业生态服务平台整合该等资源，在平台中形成多个汽车产业生态增值服务产品，并通过和车企营销系统以及车主服务平台对接的方式，触达 B 端车企和 C 端车主，提供汽车产业生态增值服务。

此外，公司通过研发“汽车增值服务互联标准与技术”这一核心技术，将本平台中的每一种服务内容封装为标准化的服务能力，无论不同车企的营销系统和车主服务平台是否由公司实施交付，汽车产业生态服务平台都能与之对接，从而进一步提升了本产品的灵活性和业务发展空间。

② 服务种类

公司目前提供的主要汽车产业生态增值服务包括以下几种：

保险续保：目前公司与多家保险行业公司进行了洽谈协商，形成了生态合作关系，在本平台中完成了和其系统的对接，助力车企和保险公司的车险业绩增长。

出行服务：当车主在驾驶过程中遇到车辆故障或者需要对车辆进行保养、维修，但其本身没有时间将车开至和开离 4S 店时，则需要获取相关出行服务。公司和第三方出行服务公司进行生态合作，在本平台中整合了出行服务能力。车主可自行在车主服务平台中下单，并实时获知服务过程与结果。

电子合同及电子发票：本平台和电子合同服务商、电子发票服务商等第三方生态资源进行了对接。当车主需要签署电子合同和获取电子发票时，可以由车企员工直接在车企营销系统上发起操作，或者由车主自行在车主服务平台中

发起操作，随后相关系统会对接汽车产业生态服务平台的电子合同及电子发票功能，满足该类业务场景需求。

滞销件信息分享：公司针对整车厂、经销商等车企存在售后配件滞销的问题，在本平台内提供了滞销件发布、分享、交易的服务。车企可将滞销件发布到本平台上，配件的需求方可查看到该等信息，进而通过本平台和滞销件的发布方达成交易。

友车帮：友车帮是为广大汽车人搭建的综合性营销平台社区，帮助车企建立更广泛的业务人脉，在社区中分享知识、经验、见解，让汽车生意更好做。友车帮提供了大量的营销素材，车企可一键生成专属海报，提升传播效率和效果。

报告期内，公司的汽车产业生态服务平台仍然处于发展初期。当公司能够提供的增值生态服务种类不断增加，使用公司提供服务的用户数不断增长，公司本产品的收入规模就有望实现快速增长。

未来，公司将持续优化目前平台中的服务内容，拓展服务使用群体数量，同时开发涉及营销引流、车主社交互动、移动出行、乃至车生活的各类汽车产业生态增值服务，覆盖更多的车企和车主的需求场景。

2、系统运维服务

公司的系统运维服务是指为客户提供软件产品的技术支持及售后维护服务，包括了日常操作解答及功能咨询、业务流程咨询、系统应用维护、数据库备份及恢复、设备监控管理、故障分析及恢复、性能调优、信息安全管理等技术服务，保障软件系统运行的稳定性和安全性。

公司针对面向客户提供的系统数量众多、结构多样、使用者分布广等特点，成立了运营服务中心，提供一站式运维支持服务：由运营服务中心统一受理客户的各项系统运维请求，并通过一线客服呼叫中心进行问题受理，二线运维人员进行应用、数据及业务问题处理，三线运维人员进行系统功能问题处理等分层响应机制，为客户提供高效、优质的系统运维支持服务。

3、智能设备销售

智能设备销售是指公司在为客户提供智能场景解决方案时，将从第三方采购的软硬件产品组装后形成智能设备，并销售给客户以实现其业务场景需求。以智慧门店应用为例，公司将智能大屏电视、维修车间监控设备及其他软硬件组装后形成的智能设备能够智能识别、管理车辆维修进展并向店内客户进行展示；将行车记录仪及其他软硬件组装后形成的智能设备能够对销售顾问陪同客户试乘试驾时的路线进行管理，防止线路偏离或违规销售等，以满足客户对智慧门店精益化管理的需求。

（三）主营业务收入的主要构成

报告期内，公司主营业务收入按业务类型分类情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
软件开发与服务	46,425.18	70.18%	41,091.25	69.76%	31,401.43	65.96%
系统运维服务	17,927.77	27.10%	16,434.46	27.90%	15,202.18	31.93%
智能设备销售	1,802.48	2.72%	1,380.18	2.34%	1,006.01	2.11%
合计	66,155.43	100.00%	58,905.89	100.00%	47,609.62	100.00%

报告期内，软件开发与服务是公司收入的主要来源，呈现增长态势；系统运维服务收入较为平稳；智能设备销售收入占公司主营业务收入比重较小。

对公司主营业务收入的分析详见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”相关内容。

（四）公司产品属于经营管理类工业软件

1、公司产品符合工信部等相关部门对于工业软件的定义及分类

2021 年 11 月，工信部发布《“十四五”软件和信息技术服务业发展规划》，并在“重点突破工业软件”这一任务中，提出要“研发推广计算机辅助设计、仿真、计算等工具软件，大力发展关键工业控制软件，加快高附加值的运营维护和经营管理软件产业化部署”。

2021 年 12 月，工信部、国家发改委、科技部等八部门联合发布《“十四五”智能制造发展规划》，其中“工业软件突破提升行动”包括经营管理类软件。工信部在《“十四五”智能制造发展规划》解读中亦提到，要“聚力研发

工业软件产品，引导软件、装备、用户等企业以及研究院所等联合开发研发设计、生产制造、经营管理、控制执行等工业软件”。

2020年12月，工信部制定、国家统计局批准了《软件和信息技术服务业统计调查制度》，其对工业软件的定义为：“工业软件：指在工业领域辅助进行工业设计、生产、通讯、控制和工业企业业务管理的软件”。

综上，公司产品专注于服务汽车行业的工业企业，在汽车工业多环节发挥了重要作用，属于上述文件中的“经营管理类工业软件”。

2、公司产品在汽车工业的营销与后市场服务、研发设计、生产制造等多环节均发挥了重要作用

工信部发布的《“十四五”软件和信息技术服务业发展规划》和《“十四五”信息化和工业化深度融合发展规划》提出：“不断拓展软件在制造业各环节应用的广度和深度”，“汽车行业数字化转型重点为聚焦设计周期长、下游需求个性化、售后服务低效化等痛点，以规模化定制生产为切入点，加速向研发协同化、生产柔性化、产供销协同化、制造服务化等方向数字化转型。”

公司产品是支撑汽车行业多环节数字化转型的典型代表，在提升营销与售后服务效率、产供销协同、研发设计协同、质量管理协同等方面发挥了重要作用。

(1) 为庞大的销售市场和更为广阔的后市场提供高效、精准、可靠的管理和服务，提升营销和售后服务效率

我国拥有全球最为庞大的车企营销体系，主要体现在汽车产销量及保有量巨大、整车厂及汽车品牌众多、经销商及后市场服务体系复杂等方面。在营销环节，单个整车厂的授权经销商往往多达上千家，且整车厂与经销商的组织架构与工作流程非常复杂，车企需要可靠稳定的系统保障业务的高效协同，以提高销售转化率、满足客户个性化需求、实现新车资源的合理分配；在售后服务环节，车企需要实施精细化管理并提供精准服务，以提升客户体验与忠诚度。因此，高效、精准、可靠的车企营销与后市场软件产品是我国车企必不可少的核心业务系统。

公司产品对车企营销与售后环节业务创新发展的作用主要体现在以下方

面：

① 有效提升客户销售转化率

公司利用多年积累的汽车行业项目经验，在软件产品中内嵌了模型算法，并不断迭代更新，支持在多种业务场景中针对客户偏好实现精准营销及服务推荐，提升了客户进店接待、试乘试驾、零售成交等的服务效率和销售转化率；同时，公司产品实现了销售线索的全生命周期管理，通过智能数据分析，提升了线索跟进管理效率，帮助车企实时了解、跟进客户意向，促进客户购车意向达成。

② 满足客户个性化购车订单的需要

公司产品一方面支持消费者在新车订购时能够进行个性化车辆定制选配，包括车灯、轮毂材质、辅助操控配置、座椅配置等，从而满足客户个性化购车的需求；另一方面，公司产品构建了符合整车厂生产工艺的车型特征码规则模型，当消费者勾选某些配置时，系统可以自动过滤掉其他配置中不符合整车厂生产逻辑的选项，保证消费者个性化购车订单的合理性，提升整车厂新车交付效率。

③ 实现新车资源的合理和公平分配

公司研发了整车智能配额分配模型这一核心技术，并通过该等技术中多维度、多因子的复杂算法，能够在整车厂向经销商批量销售新车的环节，帮助整车厂根据自身的生产计划和经销商的实时经营情况，对每家经销商各个车型的新车销量进行预测，从而合理、公平、适时的向各经销商分配新车销售资源，提高车企的资金周转率，降低车企的资金成本，提升车企的新车销量。

④ 提升车企维修服务的精细化管理能力和效率

公司通过自主研发的工位控制器专利技术，将原本只记录维修工单整体起止时间的管理模式，精确管控至工单中的每道工序，及时采集数据并让技师快速受领、推进工序任务，缩短了维修时间，降低了维修成本；并及时将车辆维修进度通过店内大屏或车主 APP 等向客户进行反馈，提升客户的维修服务体验。

⑤ 实现车企后市场服务的精准推荐

汽车后市场服务是万亿级的巨大市场，服务种类众多。公司产品能够根据车主特征及过往服务需求偏好、车辆当前的实际使用状况、零部件的生命周期等，通过公司产品中的内嵌算法，对车主可能需要获取的售后服务，包括维修、保养、车险等进行精准推荐，提高了客户满意度，提升了车企的后市场服务能力。

综上，公司作为细分市场龙头企业，服务了国内数量最多的整车厂和经销商，并通过丰富的项目实践，不断迭代升级产品功能与核心技术，保持较高的技术壁垒。公司产品能够为千万辆级的销售市场和更为广阔的售后市场提供高效、精准、可靠的管理和服务，每年有近 900 万辆新车通过公司的软件产品实现销售，在我国汽车营销及售后市场发挥了核心作用。

(2) 通过营销网络数字化对市场进行精准预测，实现产供销协同，高效配置车企资源

汽车工业是制造业中精益化要求较高的行业之一，需要车企具备精准的市场预测能力，实现采购、生产、销售等各业务环节的协同，以高效配置车企资源。公司产品可有效打通整车厂、经销商等主体，能够对整车、零部件/配件的库存情况及销售预期进行高效、透明化的管理及预测，从而提升车企产供销协同能力。

公司产品对车企产供销协同能力的提升作用主要体现在以下方面：

① 指导整车厂合理安排生产计划

生产排期的可准确预测性对整车厂而言至关重要，若生产排期过度超前于销售，汽车出厂后将形成库存积压，占用整车厂资金，影响整车厂的经营效率；若生产排期显著落后于销售，经销商端将出现大面积缺货，影响客户体验和销量。公司的产品能够在经销商端及时收集销售信息，对市场进行精准预测，并结合整车厂、经销商的整车库存情况，指导整车厂进行生产排期，实现整车生产与销售协同。

公司车企营销系统的生产计划功能模块能够根据经销商的历史销量、当前库存量、销售目标等因素，计算分析得出销量预测数据，并将该数据从车企营

销系统导入车企的生产制造系统，从而协助整车厂进行生产排期。同时，整车厂能够基于该生产计划数据，并利用车企营销系统的整车智能配额分配模型，向旗下经销商合理分配新车资源，从而形成了从销售预测到生产排期再到新车资源分配的产销协同闭环。

② 提升整车厂零部件采购与库存管理能力

零部件库存的预测及管理亦为车企的关键业务环节，部分零部件备货周期较长，若无法准确预测各车型的销量，可能导致零部件备货不及时，从而影响整车厂的生产效率。公司的产品能够通过产销协同，精准预测长备货周期零部件的采购及库存需求，实现整车零部件采购与生产协同。

车企营销系统还可以对车企的每个定制化零部件进行销量预测，并将该等零部件数据导入生产制造系统和采购系统，同样能够提升整车厂零部件采购及库存需求的精准度。

③ 提升经销商配件采购与库存管理能力

经销商在车辆维修过程中需要使用数量众多且种类庞杂的配件，而经销商在采购环节通常不具备整车厂的优势地位，因此更加需要精准把控配件采购与库存量，提高资源利用效率。公司的产品能够及时收集经销商的维修信息，指导经销商制定配件采购计划，提升配件采购与库存管理能力。

公司的车企营销系统为经销商提供了配件采购与库存管理模块。该模块能够在经销商进行配件订购时，根据经销商各类配件的历史销量进行分析计算，预测出当前订货周期内各类配件销量的需求，同时结合该经销商目前的库存配件数量以及在途配件数量，计算出配件需求缺口，并给出采购参考数量，从而能够协助该经销商精准把控配件采购与库存量，指导经销商制定配件采购计划，提升配件采购与库存管理能力。

(3) 通过营销网络数字化及时反馈营销及车联服务数据，为车企研发迭代创新提供重要决策依据

随着我国汽车市场的发展逐步成熟，消费者的个性化需求日益增多，客观上对整车厂在研发设计环节的创新性和响应速度等方面提出挑战，广大车企也希望通过研发设计端的创新来实现差异化竞争。依托客户群体和行业经验等方

面显著的优势，公司产品可为客户提供业内最具代表性和最具时效性的营销及车联数据，为车企研发迭代创新提供重要决策依据。

公司产品对车企研发迭代创新能力的提升作用主要体现在以下方面：

① 提高功能设计的创新性

在功能设计环节，公司产品通过对车联数据的采集，分析车辆行驶状态、智能配件使用及运行情况、自动驾驶安全性等信息，从而辅助车企进行车辆的智能化、网联化等功能设计创新。

② 提高造型设计的创新性

在造型设计环节，公司产品能够帮助整车厂及时了解不同的车型外观、内饰在市场上的受欢迎程度，了解消费者对于新车造型的偏好，并将其作为造型设计的重要参考因素。

(4) 通过服务网络数字化和对维修数据的智能分析，为车企提升质量改进能力赋能，保障车主的人身及财产安全

质量安全为车企的生命线，因此车企高度重视质量改进工作。公司的车企营销系统从售后服务端高效收集维修数据并进行智能分析，有效提升车企的质量改进能力，保障车主的人身和财产安全。

公司产品对车企质量改进能力的提升作用主要体现在以下方面：

① 协助整车厂及时发现工程设计缺陷

在工程设计环节，公司产品能够通过质量管理及反馈，帮助车企及时发现可能存在的工程设计缺陷，帮助车企不断改进、升级车型设计方案，提升工程设计质量。

② 协助整车厂监控零部件质量缺陷

在零部件采购环节，公司产品能够帮助整车厂进行汽车零部件相关质量数据的收集、分析，及时发现存在质量问题、或性能不达标的零部件，帮助整车厂建立零部件供应商评价体系，对供应商的零部件生产质量进行监控，优化整车厂的零部件采购选择。

③ 协助整车厂优化生产工艺

在汽车总装和检测环节，公司产品能够通过售后服务端的信息反馈帮助整车厂发现生产工艺方面存在的缺陷，以便及时进行优化，有效减少汽车制造过程中出现的误差与缺陷问题，从而提高了整车的安全性。

（五）主要经营模式

1、采购模式

公司的采购类型主要包括常规类采购、第三方软硬件采购及服务采购。其中，常规类采购主要包括办公电脑、办公用品、家具用具等行政类物品的采购；第三方软硬件采购是指公司根据客户或项目的需求向第三方采购相关软硬件产品；服务采购是指公司根据项目的工期、人员的配置情况，将部分项目中的非核心工作外包给第三方发生的采购。

公司外包给第三方的均为项目中的非核心工作，核心工作仍由公司独立完成。对服务采购的分析详见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（三）营业成本分析”相关内容。

公司根据采购内容和金额的不同，建立了直接采购、单一来源谈判采购、竞价采购、招标采购等采购体系，与主要供应商之间形成了良好稳定的合作关系，建立了较为完善的供应商管理体系。

2、研发模式

公司多年来持续保持一定比例研发投入，坚持自主研发的道路。公司有独立的研发组织，每年会根据公司的业务规划和未来行业发展趋势，决议年度的研发项目及匹配的研发团队。公司研发模式及特点包括：

（1）底层技术中台化和通用化

公司凭借在汽车营销与后市场服务领域多年的技术研发和项目实施经验，基于最新的微服务等云原生技术，研发出了一系列底层核心关键技术，将具有共性特征的功能模块进行抽取，实现底层技术中台化，并通过通用的技术组件支撑产品研发，缩短了产品研发周期，也提升了定制化开发的效率。

（2）研发基于行业需求导向

公司的产品研发以行业需求为导向。研发团队每年安排研发管理、产品设计、技术、测试等相关岗位拜访典型客户，从而及时了解、收集客户的需求信息并向研发部门或高层进行反馈，及时修正研发方向，确保研发的产品符合行业发展方向，满足客户对于技术架构和功能用途的要求。

(3) 适时采用敏捷开发模式进行研发

敏捷开发以用户需求为核心，采用迭代、循序渐进的方法进行软件开发，更快速响应客户的业务需求变化。公司根据客户需求及产品特性，适时采用敏捷开发的模式，与客户及时保持沟通，快速建立产品原型并向客户展示，以便及时获取典型客户的真实需求，对产品进行快速迭代改进，提升研发效率。

3、生产服务模式

公司设立技术研发中心、产品研发中心、云服务事业部、客户经营单元、运营服务中心等负责公司的产品从研发到交付再到运维的全过程。

公司由技术研发中心负责把握公司的整体技术架构方向，自主研发了软件底层框架相关的核心技术，并形成了用友汽车云原生技术平台。公司的产品研发中心则在技术研发中心的研发基础上，进一步研发了和汽车行业深度融合的相关核心技术，形成了用友汽车数智化开发平台。

公司的产品研发中心和云服务事业部依托上述两大平台研发形成公司的主营业务产品。客户经营单元主要负责客户经营与项目交付。系统上线后则由运营服务中心负责系统的运维支持服务。

4、销售模式

公司采用直销模式进行销售。公司利用在行业内多年积累的口碑和经验进行顾问式销售，按区域或客户群配备专门的客户经理，负责客户拜访、售前、销售、收款、客户关系维护各环节。

在市场开拓方面，公司通过在汽车行业的专业媒体渠道上进行宣传，主办或参加行业发展主题研讨会等方式，宣传公司价值、发掘业务机会、扩大公司影响。

5、盈利模式

报告期内，公司的盈利主要来自于向客户提供软件开发与服务、系统运维服务、智能设备销售等业务形成的收入与相应成本费用之间的差额。

软件开发与服务收入包括交付标准化软件产品，按照客户需求提供软件开发、需求改善或升级，咨询与实施服务，对客户系统进行上线辅导工作等产生的收入。公司向车企提供 SaaS 类产品，并采用订阅模式收费；同时也提供汽车产业生态增值服务的 BaaS 类产品，并按照服务使用次数、期限等收取费用。

公司软件开发与服务业务中主要产品及服务的收费模式如下：

①定制化软件开发服务

公司定制化软件开发服务是在自主研发的软件产品的基础上，根据客户个性化的需求，对部分功能模块进行定制化的开发，从而形成定制化软件开发服务。公司根据定制化软件开发服务的方案及内容等确定合同金额，并按合同约定的付款方式进行收费。

②咨询与实施服务

公司咨询与实施服务是按照客户需求派出人员，在客户安排下提供咨询与实施服务，公司根据提供的工作量及与客户约定的服务单价据实结算并收费。

③自主软件销售

自主软件销售是公司自主研发的标准化软件使用权的一次性销售，以销售的数量和与客户约定的单价为收费依据。

④推广服务

推广服务是对客户系统进行的上线辅导工作，公司根据完成的推广服务数量及约定的单价据实结算并收费。

⑤SaaS 类和 BaaS 类产品

公司向客户提供 SaaS 类产品，采用订阅模式按服务期间收费。

公司向客户提供 BaaS 类产品，按服务使用次数收费的，公司在服务完成后按次数和对应单价收费；按固定期间收费的，公司按服务期间收费。

软件开发与服务业务不同收费模式下收入构成及占比情况如下：

单位：万元

按收费模式	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
定制化软件开发服务	30,795.90	66.34%	25,501.59	62.06%	23,260.83	74.08%
咨询与实施服务	11,573.95	24.93%	9,360.41	22.78%	6,089.07	19.39%
推广服务	1,261.09	2.72%	4,104.81	9.99%	954.19	3.04%
自主软件销售	2,058.90	4.43%	1,436.24	3.50%	632.27	2.01%
SaaS	668.86	1.44%	507.20	1.23%	344.51	1.10%
BaaS	66.48	0.14%	180.99	0.44%	120.56	0.38%
合计	46,425.18	100.00%	41,091.25	100.00%	31,401.43	100.00%

在项目实施上线后，公司需要对系统进行运维，从而产生系统运维服务收入。此外，公司还通过智能设备销售业务产生相应的收入。

6、公司采用目前经营模式的原因、关键影响因素及变化情况

公司目前采用的经营模式基于汽车营销与后市场服务领域的行业发展趋势与客户需求，并结合公司自身的技术与服务能力及公司发展方向等因素综合确定。报告期内，公司经营模式并未发生重大变化，在可预期的未来也不会发生重大变化。

（六）公司设立以来主营业务、主要产品及服务的演变情况

公司成立于 2003 年，自设立以来，公司主营业务一直聚焦在汽车营销与后市场服务领域，提供相关软件产品及服务。2010 年被用友网络收购后，用友汽车的主营业务定位未发生变化。与此同时，公司一直紧跟行业和技术发展趋势，对公司产品不断进行升级换代。公司 2003 年成立至今，主要产品及服务的发展先后经历 3 个阶段。

用友汽车 1.0 时代（2003 年-2010 年）：在用友汽车成立之前，汽车营销管理系统主要的价值就是实现经销商业务的电子化，且功能相对简单。2003 年，用友汽车成立后，针对整车厂和经销商之间需要进行协同的需求，推出了自己的主打产品：汽车经销协同管理系统（DCS/DMS 系统），将整车厂和经销商之间的业务流程进行打通和整合，推进了汽车营销与后市场服务领域的服务流程标准化、各区域服务费用统一化，对新车采购流程、备件采购流程、索赔流程等进行了整合，推动了汽车营销电子化管理进程，实现了整车厂和经销商的业

务一体化协同管理。

用友汽车 2.0 时代（2010 年-2016 年）：随着信息化、互联网技术蓬勃发展，用友汽车紧跟时代步伐，适时对汽车经销协同管理系统进行升级改造，进一步打造以客户为中心的业务流程管理，帮助经销商从被动型服务向主动型服务转化，同时增加了车间透明化、配车支持、客户关怀等功能，从而丰富了客户的接触点，提升了客户体验的满意度。

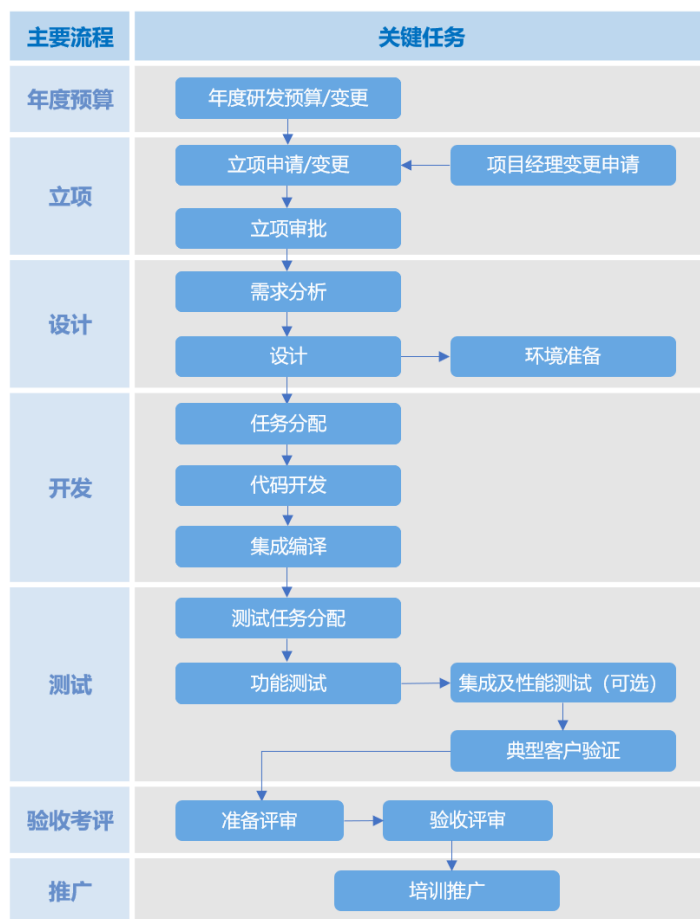
用友汽车 3.0 时代（2017 年-至今）：2017 年开始，用友汽车积极抓住云计算、大数据等新一代信息技术驱动业务变革的机会，不断进行技术创新、产品创新、服务创新。首先，公司将技术架构升级为基于微服务框架，支持多云部署的云原生架构；形成了用友汽车云原生技术平台和用友汽车数智化开发平台两大研发平台。其次，公司积极把握国家政策导向和行业发展趋势，不断对产品进行升级迭代，构建了车企营销系统、车主服务平台、汽车产业生态服务平台等三大产品线。第三，公司进一步整合汽车产业第三方生态资源，引入保险、出行服务公司等资源方，着力打造汽车产业链上下游和跨行业融合的数字化生态服务体系。公司通过上述产品和服务，助力汽车新零售变革，赋能汽车行业数字化转型。

（七）主要业务经营情况和核心技术产业化情况

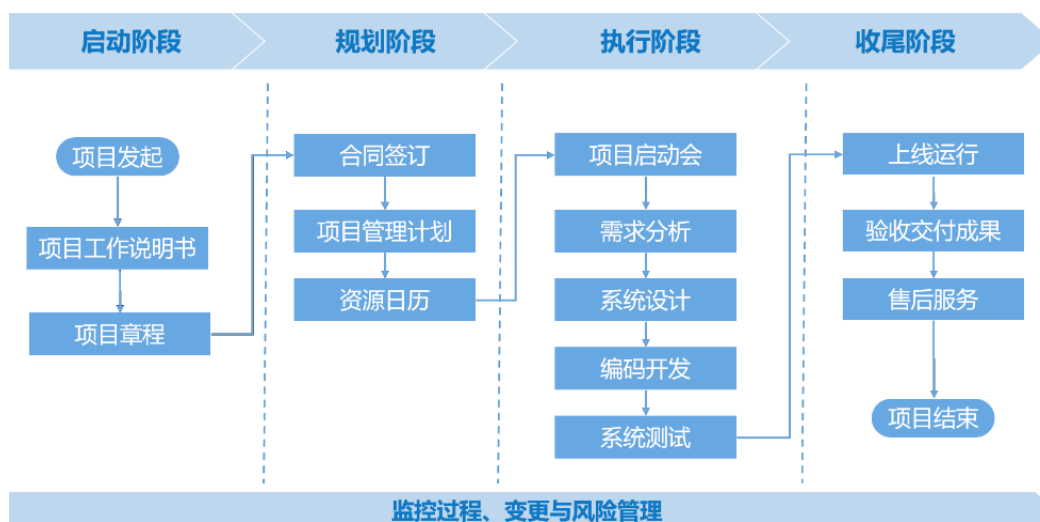
报告期内，公司主营业务经营情况良好，公司营业收入分别为 47,609.62 万元、58,905.89 万元和 66,155.43 万元，呈持续增长趋势。公司自主研发了多项核心技术，形成了两大研发平台，并在此基础上研发了公司的三大主营业务产品：车企营销系统、车主服务平台、汽车产业生态服务平台。该等产品已在汽车营销与后市场服务领域进行了深度的应用，符合产业发展趋势和客户需求，与汽车产业深度融合，并赋能汽车产业数字化转型。报告期内，公司核心技术业务收入占营业收入比重分别为 97.89%、97.66%和 97.28%。

（八）公司主要业务流程

1、公司研发项目流程图



2、公司软件实施项目流程图



(九) 报告期内代表性的业务指标情况

自设立以来，公司主营业务一直聚焦于汽车行业营销与后市场服务领域，为客户提供相关软件产品及服务。公司作为行业内龙头企业，产品已在国内车企中得到广泛应用，服务过的整车厂近百家、经销商超过 1.5 万家。报告期

内，公司的产品及服务种类、客户数量、收入规模等代表性业务指标均有良好表现。公司主要代表性业务指标情况详见本招股说明书之“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”中的有关内容。

（十）主要产品和服务符合产业政策和国家经济发展战略的情况

公司产品专注于服务汽车行业的工业企业，聚焦营销与后市场服务领域，并在软件中沉淀了长期积累形成的该工业领域的行业知识和技术诀窍，能够提高汽车工业的服务与管理水平，深化经营管理、市场服务等环节的数字化应用，并赋能汽车产业数字化转型，推动汽车产业向前发展，属于工业软件，符合国家科技创新战略相关要求。详见本招股说明书之“第二节 概览”之“五、公司科创属性符合科创板定位的说明”之“（三）公司符合科创板支持方向”之“1、公司符合国家科技创新战略相关要求”中的有关内容。

二、公司所处行业的基本情况

（一）公司所属行业及确定所属行业的依据

公司主要面向汽车行业客户提供营销与后市场服务领域的数智化软件产品及云服务，赋能汽车行业数字化转型。公司的主要产品融合了云计算、大数据等新一代信息技术，主要收入来自于软件开发与服务以及系统运维服务。

根据国家统计局《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所属行业为“软件和信息技术服务业（行业代码：I65）”。根据国家统计局《战略性新兴产业分类（2018）》，公司属于“1 新一代信息技术产业”之“1.3 新兴软件和新型信息技术服务”之“1.3.1 新兴软件开发”之“6513 应用软件开发”。

（二）行业主管部门和管理体制、行业主要法律法规和政策情况

1、行业主管部门及监管体制

公司所处软件和信息技术服务业的主管部门是工信部，其具体职责主要包括：统筹推进工业领域信息化发展；统筹指导工业领域信息安全；承担软件和信息服务业行业管理工作；组织推进软件技术、产品和系统研发与产业化，促进产业链协同创新发展；推动信息服务业创新发展；组织实施信息技

术推广应用等。

同时，公司主营业务聚焦的汽车行业主管部门亦是工信部，其承担通用机械、汽车、轨道交通机械制造业等行业管理工作，并负责提出行业发展规划、政策建议并组织实施，推动相关新兴产业和智能制造发展。

软件和信息技术服务业的行业自律组织为中国软件行业协会；汽车行业的行业自律组织是中国汽车工业协会。

2、行业主要法律法规

序号	名称	年份	颁布单位	主要内容
1	《“十四五”数字经济发展规划》	2022	国务院	加快企业数字化转型升级；全面系统推动企业研发设计、生产加工、经营管理、销售服务等业务数字化转型。全面深化重点产业数字化转型；纵深推进工业数字化转型，加快推动研发设计、生产制造、经营管理、市场服务等全生命周期数字化转型。
2	《“十四五”软件和信息技术服务业发展规划》	2021	工信部	软件是新一代信息技术的灵魂，是数字经济发展的基础，是制造强国、网络强国、数字中国建设的关键支撑。主要任务包括：重点突破工业软件，研发推广计算机辅助设计、仿真、计算等工具软件，大力发展关键工业控制软件，加快高附加值的运营维护和经营管理软件产业化部署；支撑制造业数字化转型，不断拓展软件在制造业各环节应用的广度和深度。
3	《“十四五”信息化和工业化深度融合发展规划》	2021	工信部	到 2025 年，信息化与和工业化在更广范围、更深程度、更高水平上实现融合发展，新一代信息技术向制造业各领域加速渗透，范围显著扩展、程度持续深化、质量大幅提升，制造业数字化转型步伐明显加快。
4	《关于加快培育发展制造业优质企业的指导意见》	2021	工信部、科技部、财政部、商务部、国资委、证监会	推动产业数字化发展，大力推动自主可控工业软件推广应用，提高企业软件化水平。
5	《“十四五”智能制造发展规划》	2021	工信部会同有关部门起草	合力发展工业软件产品。支持软件企业、装备制造商、用户、科研院所强化协同，联合开发面向产品全生命周期和制造全过程各环节的核心软件。工业软件突破提升行动包括经营管理类软件以及工业 APP、云化软件、云原生软件等新型软件。
6	《关于推进“上云用数赋智”行动 培育新经济发展实施方案》	2020	国家发改委、中央网信办	深入实施数字经济战略，大力培育数字经济新业态，深入推进企业数字化转型。打造数字化企业。在企业“上云”等工作基础上，促进企业研发设计、生产加工、经营管理、销售服务等业务数字化转型。
7	《新能源汽车产	2020	国务院办公厅	坚持电动化、网联化、智能化发展方向，深入实

序号	名称	年份	颁布单位	主要内容
	业发展规划 （2021- 2035）》			施发展新能源汽车国家战略，加快建设汽车强国。
8	《汽车销售管理办法》	2017	商务部	加强新能源汽车销售和售后服务网络建设，推动汽车流通模式创新。
9	《汽车产业中长期发展规划》	2017	工信部、国家发改委、科技部	加快发展汽车后市场及服务业。支持企业由提供产品向提供整体解决方案转变。

3、对公司经营发展的影响

上述行业主要法律法规和政策说明：一方面，国家大力支持软件和信息服务业的发展，在多方面提供政策支持和保障；另一方面，对于汽车这一国民经济支柱产业，国家也不断出台相关法律政策，涉及汽车营销与后市场服务领域的各个方面，促进了汽车产业的健康发展。

对于聚焦汽车营销与后市场服务领域，提供软件产品和云服务的用友汽车而言，行业主要法律法规和政策对公司的持续良好发展提供了外部法规政策环境的支持和保障。

（三）行业发展概况

1、我国汽车行业软件发展概况

（1）汽车产业是国民经济支柱产业

汽车行业是劳动力、资金、技术密集型行业，其带动的上下游产业涉及面非常广，是国民经济支柱产业。根据《中国汽车产业发展报告（2019）》，2017年汽车工业总产值为8.82万亿元，占全国工业总产值的7.6%；2017年汽车工业增加值为12.2%，远超全国GDP增长率；2017年汽车工业年末从业人数为630万人，十年间的从业人数增长了209%。

（2）我国汽车行业IT市场规模稳步增长

随着汽车“新四化”的不断发展，汽车将不再仅仅是一个交通工具，而是有望成为继手机之后的又一个移动智能终端载体。在此趋势下，汽车行业企业对于不同业务应用场景下的IT需求不断增长，IT市场规模继续逐年扩大。IDC的研究报告《中国制造业IT应用市场预测，2020-2024》显示，2019年汽车IT市场规模为20.16亿美元，未来5年将持续保持稳步增长的态势，预计2019-2024

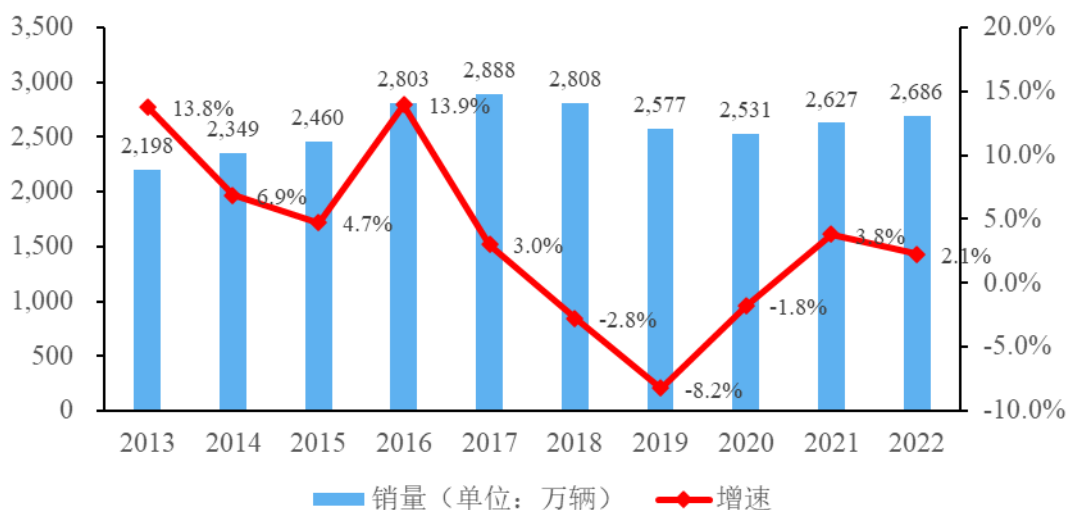
年汽车行业 IT 支出的复合增长率为 10.5%，到 2024 年汽车 IT 市场规模将达到 33.19 亿美元。

2、我国汽车行业营销与后市场服务领域软件发展概况

(1) 我国新车销量稳中有增，新能源汽车势头强劲

汽车产业经过近十年的蓬勃发展，已经成为国民经济发展的重要支柱产业。根据中国汽车工业协会的统计数据，2022 年我国汽车销量为 2,686.4 万辆，同比增长 2.1%。另一方面，2022 年新能源汽车销量达到 688.7 万辆，同比增长 93.4%，发展势头强劲。

图：2013-2022 年中国汽车销量及增长率



数据来源：中国汽车工业协会

(2) 我国汽车行业后市场空间广阔，市场规模巨大

汽车后市场服务是指汽车销售以后，围绕汽车使用过程中的各种服务。根据德勤对汽车后市场的分类，中国汽车后市场具体可分为维修保养、汽车金融、汽车保险、汽车租赁、汽车用品、二手车六个细分领域。

根据中华人民共和国公安部交通管理局的统计数据，2018 年-2022 年，我国汽车保有量分别为 2.4 亿辆、2.6 亿辆、2.81 亿辆、3.02 亿辆、3.19 亿辆。稳定增长的汽车保有量、逐步老化的车龄结构，都为我国汽车的后市场服务领域提供了良好的发展基础。

德勤在《2019 中国汽车后市场白皮书》中对我国汽车后市场六个细分领域的市场规模做了数据统计，如下表所示：

后市场细分领域	市场规模（百亿元）	过去 3 年复合增长率
汽车金融	139	22%
汽车保险	78	7%
维修保养	93	13%
汽车租赁	8	22%
汽车用品	72	28%
二手车	86	16%
合计	476	—

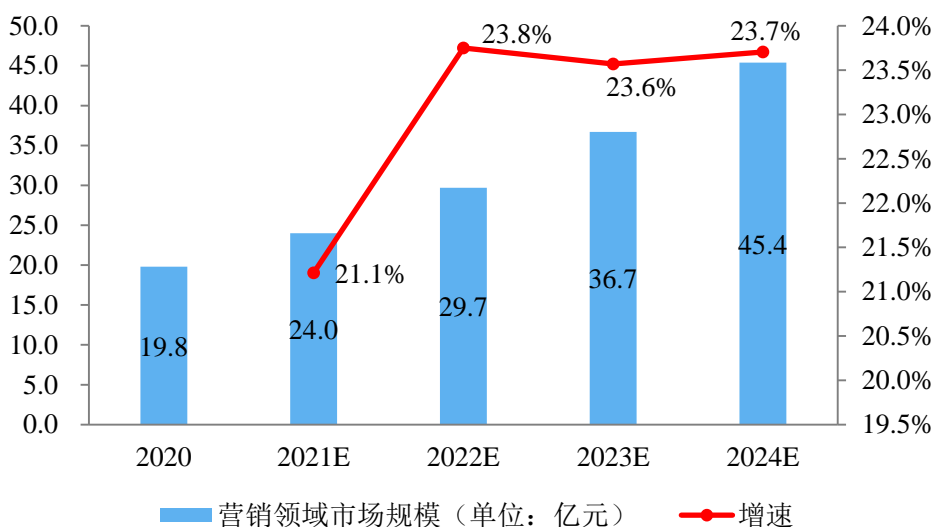
数据来源：德勤

可见，我国汽车后市场是一个万亿级别的广阔市场，而且随着我国汽车保有量的不断增加，汽车后市场规模将逐年扩大，成为未来汽车行业的重要增长点。

（3）我国汽车营销与后市场服务领域软件行业市场规模稳步增长

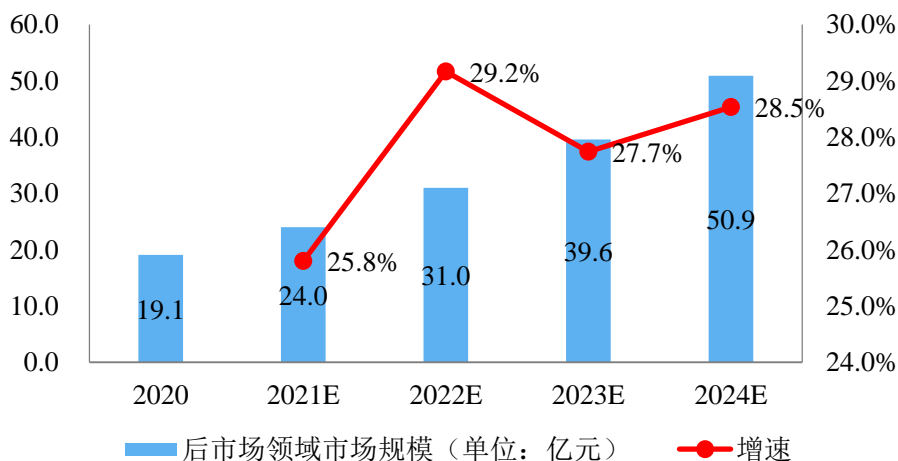
根据计世资讯《2020-2021 年中国汽车行业软件应用研究报告》，我国汽车行业营销环节的软件在 2020 年的市场规模为 19.8 亿元，未来四年的年均增长率为 23%左右，在 2024 年预计达到 45.4 亿元；后市场环节的软件在 2020 年的市场规模为 19.1 亿元，未来四年的年均增长率为 27.8%左右，在 2024 年预计达到 50.9 亿元。如下图所示：

图：2020-2024 年汽车行业营销环节软件市场规模图



数据来源：计世资讯

图：2020-2024 年汽车行业后市场环节软件市场规模图



数据来源：计世资讯

公司对我国汽车营销与后市场服务领域软件行业规模未来增长判断依据如下：

①汽车“新四化”是未来的趋势，车企不仅仅满足通过信息化建设来对企业的经营管理进行标准化和自动化；而是迫切希望能够通过数字化转型更快速、更精准的了解、响应市场趋势和客户需求；我国自主品牌及新能源汽车将会继续蓬勃发展，新的车厂及品牌将会产生新的汽车营销及后市场软件需求；

②我国车主人数及人均汽车保有量将会进一步上升，汽车营销与后市场服务领域软件将会进一步渗透到车主买车、用车、养车的全生命周期，与众多软件及应用场景融合。车企、经销商通过软件洞察消费者需求、提升消费者体验、提高消费者满意度，车主可通过软件从各个渠道获取到汽车的相关信息并进行对比，获得满意的服务及良好的线上线下体验；

③随着云计算、大数据、AI 等新一代信息技术的发展和车企数字化转型的需求，软件系统平台在汽车行业企业的经营中扮演的角色已经从提升企业经营效率的工具，变革为带动企业创新的驱动力，会给软件公司带来新的业务机会。

3、所属行业近三年的发展情况和未来发展趋势

（1）汽车“新四化”发展迅速，代表着汽车产业未来发展趋势

汽车“新四化”是指电动化、网联化、智能化和共享化。近年来，我国汽车产业围绕着“新四化”取得了显著的发展：电动化方面，新能源汽车的年销量增长迅速，从 2017 年的 77.7 万辆猛增到 2022 年的 688.7 万辆。网联化方面，车企纷纷推出带有车联网功能的车型，为用户提供多种车联网解决方案，提升用户体验，创造差异化价值。智能化方面，越来越多的整车厂和科技公司在积极投入无人驾驶的研发。共享化方面，网约车已逐渐成为消费者重要的出行方式之一。

汽车“新四化”代表着汽车产业未来发展趋势，汽车的功能和定位也正从传统的出行工具向移动智能终端转型升级，从而使得车企纷纷调整自身的发展方向，从传统的制造厂商向出行服务商转型。

（2）新能源汽车品牌和造车新势力的发展驱动汽车产业新零售变革

我国汽车营销与后市场服务领域正面临着新零售变革。首先，随着我国新车销量增速放缓，经销商的利润率面临逐年下降的压力与困境，传统 4S 店营销模式有着触达客户难、客户转化率低、营销策略创新度不足等显著问题，迫切需要通过新零售变革来提升业绩；其次，以新能源汽车为切入点的造车新势力凭借对终端消费者的需求、偏好、行为的重视及洞察能力，正在重塑汽车行业的竞争格局，整车直销、全民营销、社交裂变营销等成为汽车行业新的营销模式；第三，传统车企也在积极拥抱新零售变革，在自身渠道优势的基础上，学

习造车新势力的客户运营理念，从“以产品为中心”向“以用户为中心”转变。

（3）车企正在积极推进营销与后市场服务领域的数字化转型与建设

近年来，随着国家的政策导向，云计算、大数据、人工智能等新一代信息技术的发展，数字化转型已经成为汽车行业企业的核心战略之一，越来越多的车企期望通过数字化转型来实现企业业务的转型、创新和增长。我国《十四五规划》也提出，要“深化研发设计、生产制造、经营管理、市场服务等环节的数字化应用”，“推进产业数字化转型”。

在汽车行业的各个业务环节中，直接面向消费者，能够产生销售收入的营销与后市场服务环节是车企在数字化转型过程中最为重视的环节之一。随着线上购物以及社交网络的发展，C端消费者具有了全天候、多渠道、个性化的特征，并且非常重视消费体验。但目前很多4S店仍然存在线上线下体验断层，客户需求无法被有效传递和满足，维修保养等待时间过长或不透明等问题。因此，车企只有通过营销与后市场服务领域的数字化转型，才能够洞察消费者需求、提升消费者体验、提高消费者满意度和品牌美誉度。数字化转型是车企进行新零售变革、实现汽车“新四化”的重要手段。

（4）软件系统平台对数字化转型的赋能作用愈加凸显

作为新一代信息技术的载体，软件系统平台在汽车行业企业的经营中扮演的角色已经从提升企业经营效率的工具，变革为带动企业创新的驱动力。优秀的软件公司已经不仅仅是简单被动的根据客户的业务需求进行系统搭建，而是会全面参与到车企的业务发展和创新中，通过软件技术助力企业发展。

汽车营销与后市场服务领域的数字化转型，需要利用新一代信息技术搭建车企营销和车主服务等软件系统平台，连接消费者、整车厂和经销商，融合线上与线下，实现消费者全触点覆盖，并快速了解、响应消费者的需求，为消费者提供跨渠道无缝连接的服务，实现以消费者为中心的看车、购车、用车的营销体系。

可见，作为新一代信息技术的载体，软件系统平台对汽车营销与后市场服务领域数字化转型的赋能作用不可替代并愈加凸显。

4、公司取得的科技成果与产业深度融合的具体情况

公司设立了技术研发中心、产品研发中心、云服务事业部负责公司的各项研发工作。技术研发中心负责把握公司的整体技术架构方向，自主研发了软件底层框架相关的核心技术，并形成了用友汽车云原生技术平台。产品研发中心则在技术研发中心的研发基础上，进一步研发了和汽车行业深度融合的相关核心技术，形成了用友汽车数智化开发平台。

产品研发中心和云服务事业部基于上述这些研发技术成果研发出了车企营销系统、车主服务平台、汽车产业生态服务平台等主营业务产品。该等产品均已在汽车营销与后市场服务领域实现深度的应用：车企营销系统满足传统燃油车品牌以及新能源汽车品牌的营销与售后需求；车主服务平台帮助车企直接触达终端车主、为车主提供汽车相关的专业服务，提高车企客户运营能力、提升车主体验与忠诚度；汽车产业生态服务平台则对接汽车产业第三方生态资源，打造产业生态体系，提供产业生态增值服务。

公司高度重视科技成果与产业的深度融合，建立了与客户需求紧密结合的研发机制，及时了解、收集客户的需求信息并向研发部门或高层进行反馈。公司在对现有产品进行优化迭代或研发新的核心技术时，均参考客户需求来确立研发方向和内容。上述因素保障了公司的核心技术和科技成果能够符合产业发展趋势和客户需求，与汽车产业深度融合，并赋能汽车产业数字化转型。

（四）公司的竞争情况

1、行业的主要壁垒

（1）行业经验壁垒

首先，汽车行业作为国民经济的支柱产业之一，其营销与后市场服务领域的业务场景多样，流程也极为复杂。该领域的软件厂商需对汽车行业的业务流程、管理体制等有深入的了解和经验积累，才能够快速理解客户的业务需求。

其次，每家整车厂、经销商的业务流程、营销模式、组织架构都不尽相同，该领域的软件厂商需要通过长期的行业项目经验积累与专业服务实践磨砺，才能逐步积累起较为完善的行业知识与技术诀窍。

第三，目前整车厂、经销商等车企都在积极进行数字化转型，企业对于软件厂商的要求已不局限于系统开发建设，还包括参与到前期的业务蓝图和 IT 系统规划的过程中。软件厂商只有具备丰富的行业项目实施经验，才能结合客户需求，就业务场景、管理模式等向客户提出业内最佳实践和软件系统落地方案。

上述因素对软件厂商的实力、行业经验等提出了很高的要求。相关知识和经验只能在为客户长期服务的过程中不断总结和积累形成。这也是大多整车厂把汽车行业的项目实施经验作为选择软件供应商的首要考虑因素之一的原因。

综上，行业的新进入者面临非常高的行业经验壁垒。

(2) 技术壁垒

由于汽车行业营销与后市场服务领域具有业务场景多样，流程极为复杂的特性，加上各车企的组织架构和业务模式都不尽相同，该领域的软件厂商需要具备较高的技术能力，才能在底层技术框架的适配性、系统架构的整体设计把控、根据客户需求快速进行定制化开发等方面满足客户需求。

在数字化转型的大背景下，车企的新管理架构、新业务模式、新产品体系层出不穷，对软件厂商的中台建设能力、系统快速迭代升级能力等提出了很高的要求；另一方面，车企越来越注重云计算在系统开发、实施与部署中的应用，这就要求软件厂商具备较高的云化技术实力。行业技术门槛较高。

(3) 人才壁垒

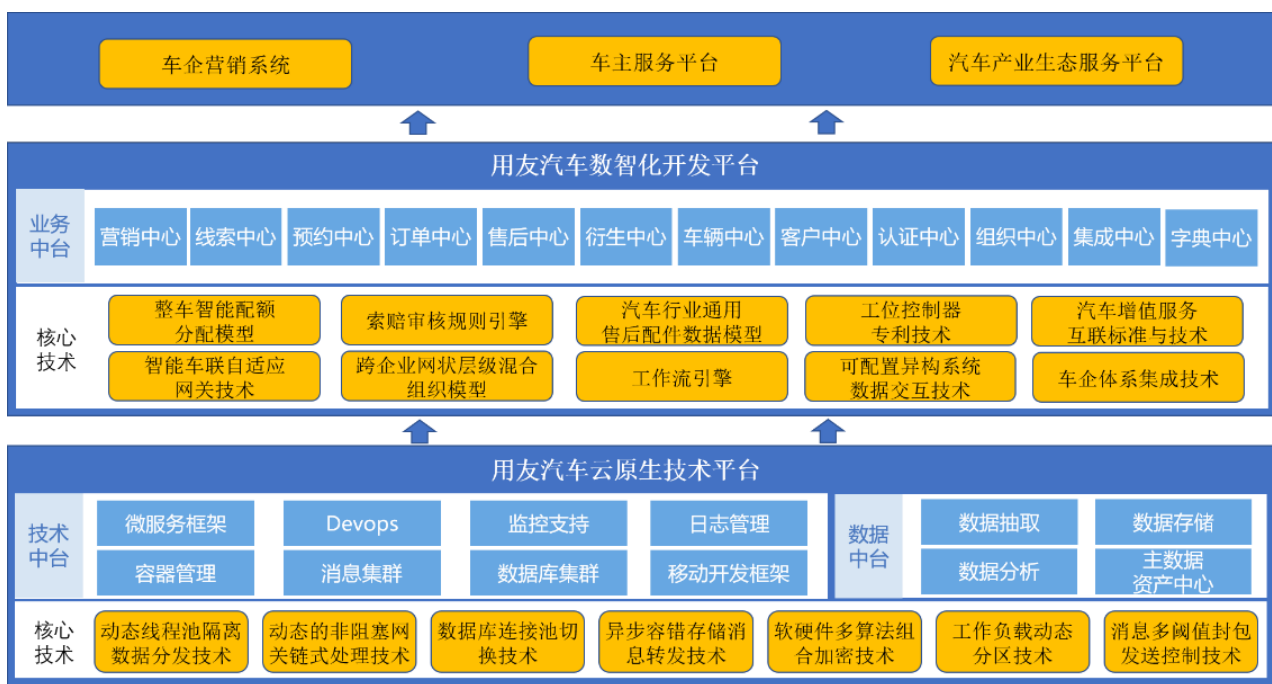
汽车行业营销与后市场服务领域应用软件的设计、开发与实施要求相关软件开发实施人员不仅需要精通软件创新技术，而且还要具有多年的汽车行业知识积累，熟悉汽车行业的行业特点、企业的业务流程、管理模式等。只有在上述方面都非常精通，才能够准确、完整的理解客户各类业务需求，快速响应客户的需求变化。而国内目前该类复合型人才较为缺乏，先进入的软件厂商已积累了相当数量的专业人才，新进入者难以在短时间内聚集专业的研发和服务团队，面临人才壁垒的制约。

(4) 客户粘性壁垒

中国电子信息产业发展研究院、中国工业合作协会等相关组织或部门颁发的2021年最具品牌价值奖、2020年度上海市“专精特新”企业、2018年度中国金服务汽车行业最具影响力服务商、2017年度中国互联网+汽车行业领军企业奖等数项殊荣。公司具有良好的品牌形象。

3、公司的技术水平及主要特点

公司自设立以来，一直秉承以技术驱动公司发展的理念，坚持不断探索、研究软件创新技术，并结合多年发展所累积的丰富的行业及项目经验，利用云计算、大数据等新一代信息技术，自主研发出了多项先进的核心技术，形成了用友汽车云原生技术平台和用友汽车数智化开发平台，为公司的主营业务产品提供了强有力的技术支撑。公司的技术体系架构如下图所示：



(1) 用友汽车云原生技术平台

用友汽车云原生技术平台是公司独立研发、基于云原生架构的技术底座，使产品部门能够基于该平台专注于产品应用功能的研发，从而提高产品的研发、部署及运维的效率和质量。公司产品在技术架构的云转型方面起到了行业引领作用。

用友汽车云原生技术平台中积淀的核心技术有：动态线程池隔离数据分发技术、动态的非阻塞网关链式处理技术、工作负载动态分区技术、数据库连接

池切换技术、异步容错存储消息转发技术、软硬件多算法组合加密技术、消息多阈值封包发送控制技术。

本平台及相关核心技术实现了云原生基础技术体系相关功能，提供了云端部署的解决方案，并针对汽车行业应用的性能需求做了特殊的优化，技术水平位于行业前列。

（2）用友汽车数智化开发平台

用友汽车数智化开发平台沉淀了完善的汽车行业营销与后市场服务领域的行业知识与技术诀窍，既能够满足不同车企在营销策略、业务流程、管理架构等各方面差异化的需求；又将差异化的需求形成可复用的技术与行业模型，提高了软件产品后续的升级迭代与定制化开发效率；高效地解决了汽车行业组织架构与工作流程复杂的软件研发难点；有效地提升了产品的汽车数智化应用程度与效率；并匹配汽车行业智能化、网联化等“新四化”发展趋势，技术水平位于行业前列。

用友汽车数智化开发平台中积淀的核心技术有：整车智能配额分配模型、索赔审核规则引擎、汽车行业通用售后配件数据模型、工位控制器专利技术、汽车增值服务互联标准与技术、智能车联自适应网关技术、跨企业网状层级混合组织模型、 workflow引擎、可配置异构系统数据交互技术、车企体系集成技术。

公司基于上述研发平台研发出的车企营销系统、车主服务平台、汽车产业生态服务平台等主营业务产品，在技术架构和功能应用等方面具备较强的竞争力。

综上，作为细分领域的龙头企业，公司在汽车行业营销与后市场服务领域深耕近二十年，汇聚了大量既精通软件创新技术、又有多年汽车行业知识积累的复合型科技人才，服务过的车企涵盖了国内和国际各大主流品牌。这使得公司相较竞争对手积累了更为完善的行业知识体系以及更多的软件开发及实施的成功案例。

因此，公司能够将汽车这一工业支柱行业在营销与后市场服务领域庞杂的行业知识体系形成行业智慧沉淀至软件产品中，并将其抽象化和标准化，形成

符合软件云化发展趋势、匹配行业特性、复用程度高的底层架构技术、行业应用技术和行业数据模型，并在相关核心技术的基础上研发出较国内外同行业厂商都具备较强竞争力的产品。报告期内，公司成功替换了宝马中国、捷豹路虎中国、福特中国、福建奔驰、腾势新能源等外资及合资车企一直使用的国际知名品牌产品，实现了国产软件在该领域的进口替代，体现了公司的科技创新能力和核心技术先进性。

4、公司的竞争优势与劣势

（1）公司的竞争优势

① 技术优势

公司秉承以技术驱动公司发展的理念，多年来一直非常重视研发投入和技术创新。公司自主研发了多项先进的核心技术，形成了包含云计算、大数据等新一代信息技术的用友汽车云原生技术平台和用友汽车数智化开发平台。公司通过自身优秀的软件技术能力，能够将庞杂的汽车行业知识体系凝结到软件产品中，并将其抽象化和标准化，形成可复用的技术与模型，打造出在技术架构和功能应用等方面具备较强竞争力的产品。

② 行业经验优势

公司自设立以来就一直聚焦汽车营销与后市场服务领域，深耕行业近二十年，服务过的车企涵盖了国内和国际各大主流品牌。通过长期的行业项目经验的积累与专业服务实践的磨砺，公司对汽车行业的业务流程、管理体制、行业发展趋势等有深入的了解和经验积累，掌握了完善的行业知识体系，能够快速理解、响应客户的业务需求，并能够结合公司优秀的技术能力，将行业知识体系形成行业智慧沉淀至软件产品中。公司具备行业经验优势。

③ 产品与服务优势

公司积累了丰富的客户资源和成功的项目实施案例，可以直接参与到客户业务变革的蓝图设计中，向客户提供业内最佳实践的案例与建议，协助客户进行业务创新，从而提升客户服务满意度，建立起服务优势。

此外，公司能够整合汽车产业生态资源，打造产业生态平台，直接向客户

交付各类汽车产业生态增值服务，从而进一步满足 B 端车企和 C 端车主的众多场景需求，丰富了公司的产品与服务种类，提升了公司的竞争力。

④ 人才优势

经过长期在汽车行业的深耕发展，公司汇聚了大量既精通软件创新技术、又有多年汽车行业知识积累的复合型科技人才。公司具备稳定、专业、行业经验丰富的管理团队，对行业创新技术有深刻理解和掌握的高水平研究团队，以及具有丰富的软件开发与实施经验的项目实施服务团队，体现了公司的人才优势。

⑤ 市场地位与品牌优势

公司是国内汽车营销与后市场服务领域软件产品及云服务提供商中的龙头企业，在业内树立了良好的品牌形象，并与国内近百家整车厂保持着长期、稳定、深度的合作关系。整车厂等汽车行业客户对于营销与后市场服务领域的软件服务提供商的要求和门槛很高，这使得公司可以凭借客户资源和品牌优势在项目争取的过程中取得明显的竞争优势。

（2）公司的竞争劣势

① 资本规模偏小

相比国内外大型的软件上市公司，公司的资本规模偏小。随着汽车营销与后市场服务领域软件产品和云服务的业务需求和市场机遇的不断增加，公司需要加大市场和业务拓展力度，不断进行研发投入，技术创新和人才引进。较小的资本规模会在一定程度上使得公司的市场和业务拓展力度受到影响。

② 需要进一步激励、吸引大数据、人工智能等方面的高端人才

虽然公司拥有优秀的技术和管理团队，但对于软件企业而言，人才永远是公司最宝贵的资源和持续创新的基石。目前公司为了适应客户需求、抓住市场机遇，正在规划如何进一步将大数据、人工智能中的前沿技术和算法应用至公司的产品当中，这都需要相关领域的高端人才去落地实现。未来公司将通过内部员工培养、引入外部高端人才相结合的方式，配合完善的人才激励制度，来加强相关高端人才的储备。

5、行业内主要企业及对比

（1）行业内主要企业

2020年，我国汽车行业营销与后市场服务领域软件行业市场规模为38.9亿元，主要市场参与者为汽车行业专业软件服务提供商及咨询公司。

汽车行业专业软件服务提供商通常聚焦汽车营销与后市场领域的信息化服务，提供DCS/DMS、客户运营系统、数据咨询服务等产品/服务，并进行实施及运营维护，国外代表性公司为CDK等，国内代表性公司为用友汽车、金蝶汽车等。

咨询公司通常涉及业务较广，服务领域涵盖众多行业，其中包括汽车行业营销及后市场领域，其主要根据客户的业务流程、管理、实际情况，建设定制化的数字化管理平台，代表性公司为Capgemini（凯捷咨询）。

对于大型整车厂，其通常自建信息化部门或公司，服务其业务生产、营销全过程的软硬件建设及运营。但由于车企营销系统涉及业务场景多样、流程复杂、涉及主体及对接系统众多，国内车企不会独立建设车企营销系统。报告期内，公司为众多整车厂及下属信息化公司提供了车企营销系统建设服务，如北汽蓝谷、大圣科技等。

① CDK Global（希迪凯环球）

CDK Global，注册在美国特拉华州，是全球知名的面向汽车产业的信息技术服务商，于2014年在美国纳斯达克上市，于2022年7月终止上市。

CDK为经销商和汽车厂商提供可以推动业务发展所需的行业见解和解决方案，帮助客户更好地连接、管理、分析和发展业务。CDK的解决方案自动化并整合了购买过程的所有部分，包括在全球100多个国家的约30,000个零售点和大多数原始设备制造商的车辆采购、销售、融资、保险、零件供应、维修和维护的整个过程。

2021年的财报年度，CDK的收入为16.73亿美元。CDK的收入体量也表明汽车营销与后市场服务领域的软件厂商面对的市场空间巨大。

② Capgemini（凯捷咨询）

Capgemini 主要业务包括咨询服务、技术服务、外包服务等。Capgemini 的咨询服务帮助各大企业和机构明确、建立和实施转型项目；技术服务设计、开发并执行涉及复杂系统整合与 IT 应用开发的各类技术项目；外包服务管理针对客户应用程序和基础设施的 IT 系统，并管理业务流程外包等相关业务流程。Capgemini 业务覆盖的行业中包括汽车行业，其为汽车行业领导者提供业务和技术解决方案，解决方案和服务着眼于整个汽车价值链的关键问题，支持汽车制造商为数字业务实施最佳架构和流程。

③ 金蝶汽车

金蝶汽车网络科技有限公司系金蝶软件（中国）有限公司的子公司。金蝶软件（中国）有限公司的母公司金蝶国际为香港上市公司。金蝶汽车专注为汽车行业提供数字化解决方案，覆盖新车销售、维修管理、二手车、客户服务、营销集客等各项业务环节。产品主要功能包括市场管理、客服管理、会员管理、增值业务管理、精品配件管理、维修售后管理等。

（2）可比上市公司

公司主要面向汽车行业的整车厂、经销商、服务站等客户，提供营销与后市场服务领域的数智化解决方案、云服务、软件及专业服务。公司产品为企业营销系统、车主服务平台以及汽车产业生态服务平台。目前，国内及国际上与公司从事同类业务的公司主要有 CDK、金蝶汽车、Capgemini（凯捷咨询）等。其中金蝶汽车为非上市公司无法获取其营业收入、利润、毛利率等数据；Capgemini 为综合性咨询公司，业务领域较广泛，其业务类型与公司不具备可比性；CDK 原为美国纳斯达克上市公司（于 2022 年 7 月终止上市），业务聚焦于汽车营销与后市场服务领域。因此，公司目前在汽车营销与后市场软件行业的可比上市公司为 CDK（CDK.O），但 CDK 的发展阶段、业务模式等方面与公司存在一定差异。

结合公司属于所处行业为“软件和信息技术服务业”、下游主要客户包括汽车行业制造商以及业务模式以软件开发与服务为主等，公司选取了具有一定相似度的中科创达（300496.SZ）、诚迈科技（300598.SZ）、光庭信息（301221.SZ）作为国内可比上市公司。

公司还选取了与公司业务模式、收入规模相似、在其他领域从事信息化服务，并且能够从公开渠道获取相对充分信息的山大地纬（688579.SH）作为可比上市公司。

该等上市公司基本情况如下表所示：

上市公司名称	上市时间	公司简介
山大地纬 (688579.SH)	2020年7月	山大地纬是专注于智慧政务、智慧医保医疗、智能用电等领域国内领先的软件解决方案提供商和服务商，主要业务类型软件开发、产品化软件、运维及技术服务及硬件及系统集成，主要客户为政府部门、医疗机构、国家电网及下属企业等。
诚迈科技 (300598.SZ)	2017年1月	诚迈科技聚焦智能互联及智能操作系统软件的研发服务，面向移动智能终端及智能网联汽车产业链提供软件开发和技术服务，主要业务类型为软件技术服务、软件定制服务及软硬件产品的开发和销售，主要客户为汽车整车厂、汽车零部件厂商、智能终端厂商等。
中科创达 (300496.SZ)	2015年12月	中科创达是全球领先的智能操作系统产品和技术提供商，业务涵盖智能软件业务、智能网联汽车业务及智能物联网业务，主要业务类型为软件开发、技术服务、软件许可、商品销售及其他，主要客户包括芯片厂商、汽车厂商及智能设备厂商等。
光庭信息 (301221.SZ)	2021年12月	光庭信息是提供专业汽车电子软件定制化开发和软件技术服务的信息技术的公司，主要业务类型为定制软件开发、软件技术服务、第三方测试服务等，主要客户为汽车零部件供应商和汽车整车制造商。
CDK (CDK.O)	2014年9月 (2022年7月终止上市)	CDK 是全球最大的面向汽车零售产业的集成技术和数字营销解决方案供应商，主要业务来自于美国市场。CDK 主要面向汽车经销商及原始设备制造商提供一系列的基于订阅模式的软件及解决方案。CDK 主要收入分别来自软件订阅费、软件销售费、交易佣金费。

上述公司在毛利率、销售费用率、管理费用率、研发费用率等方面进行的比较、分析结果详见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”。

（五）公司未来成长空间

1、车企营销系统

2020年-2022年，公司车企营销系统的收入稳步增长，年均增长率为20.95%。公司车企营销系统收入的增长一方面来自于存量客户的新增需求、传统架构的升级替换，另一方面，来自于公司成功替换宝马中国、捷豹路虎中国、福特中国、福建奔驰、腾势新能源等外资及合资车企一直使用的国际知名品牌产品，实现了国产软件在该领域的进口替代。

未来，公司仍将致力于完善公司车企营销系统，提升产品性能，丰富产品功能，满足车企数字化转型对于车企营销系统不断提出的需求；伴随国内自主品牌、新能源汽车品牌和造车新势力的快速发展，加大力度拓展相关车企客户，提升公司的市场占有率；同时，公司将继续以基于云原生技术的新一代产品赋能传统 IT 架构车企云化转型，扩大产品在经销商及服务端客户的覆盖，提升汽车行业软件自主化、国产化率，并在提升国内市场占有率的同时积极拓展海外市场，不断提高公司在海外市场的美誉度和竞争力。

2、车主服务平台

报告期内，公司车主服务平台项目处于布局阶段，项目数量较少，收入分别为 3,251.93 万元、2,837.22 万元和 5,376.48 万元。报告期内，2020 年和 2021 年公司车主服务平台收入金额占比较小，2022 年车主服务平台收入金额提高，越来越多的车企正在从“以产品为中心”向“以用户为中心”转变，需要搭建直接面向车主进行服务的软件平台，以提升品牌影响力，增加客户粘性和忠诚度，实现车主精细化运营管理和精准营销。公司已与部分整车厂开展合作，在报告期内实现收入的主要项目包括沃尔沃、广汽丰田、一汽大众、上汽通用五菱、林肯等车主服务平台开发项目。

未来，公司一方面将不断完善产品功能，持续拓展使用本产品的车企客户，提升平台实施交付收入；另一方面，公司计划通过和车企合作运营或者独立运营的方式直接参与车主的营销、运营和管理，同时从 B 端和 C 端获取专业服务收入，产品未来市场空间及增速较为可观。

3、汽车产业生态服务平台

报告期内，公司汽车产业生态服务平台收入分别为 335.21 万元、316.22 万元和 360.97 万元。报告期内，公司的汽车产业生态服务平台仍然处于发展初期，收入体量较小。

未来，公司将联合汽车产业链上下游和跨行业的企业，为客户提供各类增值服务平台，深入消费者在买车、用车、养车的全生命周期。随着公司能够提供的增值生态服务种类不断增加，使用公司提供服务的用户数不断增长，公司汽车产业生态服务平台的收入规模有望实现增长。

4、系统运维服务

报告期内，公司系统运维服务主要针对存量客户提供系统运维及支持服务。未来，伴随公司服务客户数量的逐步增长，公司系统运维服务的收入亦将稳步增长。

（六）公司面临的机遇与挑战

1、机遇

（1）国家产业政策的支持

首先，《十四五规划》、《“十四五”软件和信息技术服务业发展规划》和《“十四五”信息化和工业化深度融合发展规划》等相关国家政策为汽车产业的数字化转型、汽车工业领域经营管理类软件的发展指明了方向。其次，国家颁布的软件行业相关产业政策，鼓励和扶持我国软件产业不断向前发展。第三，国家颁布了多项汽车行业相关产业政策，为汽车营销与后市场服务领域的发展提供了政策支持和保障。

其他相关政策及内容详见本节“二、公司所处行业的基本情况”之“（二）行业主管部门和管理体制、行业主要法律法规和政策情况”。

（2）行业数字化转型和新能源汽车的发展所带来的机遇

汽车行业数字化转型的落地需要持续完善营销与后市场服务环节的线上化、数字化、智能化，能够更快速、更精准的了解、响应市场趋势和客户需求，从而驱动企业创新，这就带来了软件产品快速发展的机会。

随着国家对新能源汽车的扶持，越来越多的企业加入到了造车的行列。这一方面扩大了市场参与者的数量；另一方面，造车新势力等新能源汽车品牌在营销与后市场服务领域的业务开展模式和燃油汽车品牌有较大不同，其对终端消费者的需求、偏好、行为也更加重视，这就推动了汽车行业营销和售后模式的革新，使得车企对营销与后市场服务领域的软件产品产生了众多的新业务需求。

（3）车主服务的市场需求不断扩大

一方面，越来越多的车企将从“以产品为中心”向“以用户为中心”进行

变革，使得其必须搭建面向车主进行服务的软件平台，提升品牌影响力，增加客户粘性和忠诚度，实现车主精细化运营管理和精准营销，这就为公司向车企交付车主服务平台带来了很好的发展机遇。另一方面，我国有数亿存量车主和潜在车主的用户体量，和汽车相关的业务场景也种类繁多，使得以车主服务平台为载体向车主提供专业服务具备广阔的市场空间。

（4）汽车行业快速变革及软件云化促使车企营销系统加快迭代更新

汽车营销与后市场服务领域是汽车行业的业务需求变化最快的领域之一。随着汽车行业数字化转型的加快落地，新能源汽车品牌和造车新势力的快速崛起，整个汽车行业的营销业务模式正在快速变化，使得客户对车企营销系统的功能模块进行升级、迭代的需求愈加强烈。

另一方面，随着我国云计算基础设施规模的日益增长以及云原生等技术的快速发展，云计算已经成为企业建设数字化软件系统的主流技术选择，未来会有越来越多的企业采用云化架构的软件系统。对于那些仍然采用传统软件架构的车企而言，势必要从底层架构上逐渐对车企营销系统等软件系统进行全面改造，以便更好的融合新一代信息技术，落地数字化转型，从而带来车企营销系统全面升级换代的机遇。

（5）汽车产业生态服务体系平台的发展空间广阔

消费者在买车、用车、养车的全生命周期中，其需求场景本身就极为广阔，汽车“新四化”的发展又会催生更多新的业务场景，这就为公司对接更多的外部资源，研发更多的汽车产业生态增值服务产品，进一步发展汽车产业生态服务体系平台带来了机遇。

2、挑战

（1）新一代信息技术的快速发展和迭代对公司的人才储备提出高要求

新一代信息技术的发展加快了软件开发理念和技术架构的更新迭代，因此公司需要储备相关的优秀人才，持续跟踪业界的各项前沿技术或创新技术，不断进行技术创新和产品创新，保持软件产品和云服务的竞争力。高质量、高稳定性的技术团队是公司长期保持技术创新优势和加强未来发展潜力的重要基础。

（2）业务拓展对资金的需求进一步增加

汽车营销与后市场服务领域正在经历数字化转型等快速变革，业务需求和市场机遇也不断增加，激烈的市场竞争环境意味着公司的发展不进则退。公司必须不断对产品进行创新和快速迭代，加大业务拓展力度，以便把握该等市场机遇。研发和业务拓展的持续不断投入将给公司带来一定的资金压力和挑战。

三、发行人主要销售情况及主要客户

（一）主要产品和服务的销售收入情况

报告期内，公司主营业务收入按照业务类型分类构成如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
软件开发与服务	46,425.18	70.18%	41,091.25	69.76%	31,401.43	65.96%
系统运维服务	17,927.77	27.10%	16,434.46	27.90%	15,202.18	31.93%
智能设备销售	1,802.48	2.72%	1,380.18	2.34%	1,006.01	2.11%
合计	66,155.43	100.00%	58,905.89	100.00%	47,609.62	100.00%

（二）主要产品和服务的主要客户群体与销售价格的总体变动情况

报告期内，公司主要面向汽车行业客户，聚焦营销与后市场服务领域，提供数智化软件产品及云服务。公司客户的群体未发生重大变化。

公司在确定产品或服务销售价格时，基于项目实施内容综合考虑项目实施难易程度、市场竞争情况、客户信息化基础以及公司对该客户的战略定位等因素，根据项目具体情况进行定价，因此公司不同项目之间的价格存在差异。

公司主要为客户提供软件开发与服务、系统运维服务等，并非传统的生产型企业，因此公司的产品和服务不存在传统意义上的“产能”和“产量”概念。

（三）前五大销售客户

报告期内，公司前五大客户的销售收入及其占当期营业收入比重情况如下：

2022 年度			
序号	客户名称	销售额（万元）	占比
1	宝马股份公司	10,886.79	16.46%
2	上海汽车集团股份有限公司	8,264.91	12.49%
3	沃尔沃汽车销售（上海）有限公司	4,502.01	6.81%
4	广州汽车集团股份有限公司	4,123.02	6.23%
5	福特汽车公司	3,271.57	4.94%
合计		31,048.30	46.93%
2021 年度			
序号	客户名称	销售额（万元）	占比
1	华晨宝马汽车有限公司	8,621.04	14.64%
2	上海汽车集团股份有限公司	6,448.87	10.95%
3	宝马（中国）汽车贸易有限公司	4,738.51	8.04%
4	中国第一汽车集团有限公司	2,951.39	5.01%
5	沃尔沃汽车销售（上海）有限公司	2,839.78	4.82%
合计		25,599.59	43.46%
2020 年度			
序号	客户名称	销售额（万元）	占比
1	上海汽车集团股份有限公司	5,842.40	12.27%
2	广州汽车集团股份有限公司	3,264.91	6.87%
3	华晨宝马汽车有限公司	2,953.56	6.20%
4	中国第一汽车股份有限公司	2,239.12	4.70%
5	宝马（中国）汽车贸易有限公司	2,023.64	4.25%
合计		16,323.62	34.29%

注 1：对受同一实际控制人控制的客户合并计算销售额。

注 2：中国第一汽车集团有限公司为中国第一汽车股份有限公司的控股股东，2021 年公司将中国第一汽车股份有限公司与新增的中国第一汽车集团有限公司其他子公司客户合并披露为中国第一汽车集团有限公司。

注 3：2022 年，华晨宝马汽车有限公司的股权结构发生变化，与宝马（中国）汽车贸易有限公司等客户合并披露为宝马股份公司（BMWAG）。

公司报告期内不存在向单个客户的销售比例超过 50%或严重依赖于少数客户的情况。公司及公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东均未持有上述客户的股权。

四、发行人主要采购情况及主要供应商

（一）主要原材料、能源及服务的供应情况

公司采购的原材料主要是根据项目需求采购的软、硬件，硬件采购主要是服务器、线材、配件等产品，软件采购主要是数据库软件、应用软件等，同类供应商较多，原材料供应稳定、充足。

公司技术服务采购主要是考虑项目的实施周期、实施地点、人员工作饱和度及成本效益等因素，向服务供应商采购部分软件测试、部分非核心模块的开发、推广、巡检等方面的服务。公司将技术能力要求相对较低的非核心工作通过采购技术服务的形式予以补充，有利于保证公司现有的技术人员更好地聚焦核心技术的研发和按时高效地完成项目的交付工作。

公司使用的主要能源为水、电，主要是公司办公用水、用电，公司以市场价格支付水费和电费。

（二）主要原材料、能源及服务的价格变动情况

报告期内，公司主要采购的原材料为第三方软硬件，是根据项目的需求进行的采购，市场供应充足，按市价进行采购；公司采购的服务主要为劳务外包服务，可替代性较强，并非核心开发工作内容，因此供应商和采购价格都较为稳定；公司使用的能源为日常办公用水、用电，价格稳定，支出金额较小。

（三）公司的前五大供应商

报告期内，公司向前五大供应商的采购额及占当期采购总额比重情况如下：

2022 年度			
序号	供应商名称	采购额（万元）	占比
1	上海比滋特信息技术有限公司	2,716.42	14.97%
2	江西景腾科技有限公司	1,536.75	8.47%
3	上海触龙科技有限公司	1,457.93	8.03%
4	广州九路科技有限公司	1,179.05	6.50%
5	西安奥途网络科技有限公司	1,116.44	6.15%
合计		8,006.59	44.12%
2021 年度			
序号	供应商名称	采购额（万元）	占比

1	上海聚彦网络科技有限公司	1,416.62	9.20%
2	江西景腾科技有限公司	1,318.31	8.56%
3	上海触龙科技有限公司	1,314.81	8.54%
4	西安奥途网络科技有限公司	1,245.67	8.09%
5	北京中科安凯科技有限公司/天津颐佰科技有限公司	1,094.34	7.11%
合计		6,389.74	41.50%
2020 年度			
序号	供应商名称	采购额（万元）	占比
1	西安奥途网络科技有限公司	1,452.72	16.95%
2	江西景腾科技有限公司	851.99	9.94%
3	上海聚彦网络科技有限公司	724.86	8.46%
4	上海信凡通信配套工程有限公司	676.88	7.90%
5	北京云族佳科技有限公司	631.85	7.37%
合计		4,338.30	50.62%

注：对受同一实际控制人控制的供应商合并计算采购额。

公司报告期内不存在向单个供应商的采购比例超过 50% 或严重依赖于少数供应商的情况。公司及公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方或持有公司 5% 以上股份的股东均未持有上述供应商的股权。

五、主要固定资产和无形资产

（一）主要固定资产

1、主要固定资产基本情况

公司拥有的主要固定资产包括房屋建筑物、运输工具、办公及电子设备。截至 2022 年末，公司固定资产具体情况如下：

单位：万元

类别	原值	累计折旧	净值	成新率
房屋及建筑物	364.46	121.90	242.56	66.55%
运输工具	37.41	18.14	19.27	51.50%
办公及电子设备	1,038.36	817.46	220.90	21.27%
合计	1,440.24	957.50	482.73	33.52%

公司持有的固定资产是日常办公经营所需，整体规模较小，与公司的生产经营情况相匹配，对公司总资产的影响较小。

2、土地使用权

截至本招股说明书签署日，公司所拥有的土地使用权如下：

序号	权利人	土地证号	座落	土地面积 (平方米)	用途	使用权类型	使用期限	取得方式
1	发行人	106房地证2015字第49293号	南岸区江南大道8号1栋9层办公3号	16,406 (共有)	商务金融用地	出让	至2046年6月9日	继受取得
2	发行人	106房地证2015字第49290号	南岸区江南大道8号1栋9层办公4号	16,406 (共有)	商务金融用地	出让	至2046年6月9日	继受取得

公司合法拥有上述国有土地的使用权，不存在诉讼、纠纷或者其他权利不确定的情况。

3、房屋及建筑物

截至本招股说明书签署日，公司拥有的房屋建筑如下：

序号	权利人	房产证编号	地址	建筑面积 (平方米)	登记时间	房屋用途	取得方式
1	发行人	106房地证2015字第49293号	南岸区江南大道8号1栋9层办公3号	214.13	2015年9月28日	办公用房	继受取得
2	发行人	106房地证2015字第49290号	南岸区江南大道8号1栋9层办公4号	284.21	2015年9月28日	办公用房	继受取得

公司合法拥有上述各项房屋产权，不存在诉讼、纠纷或者其他权利不确定的情况。

4、房屋租赁情况

截至本招股说明书签署日，公司房屋租赁情况如下：

序号	承租方	出租方	房屋地址	租赁面积 (平方米)	房产证编号	租赁期间
1	用友汽车	上海嘉定高科技园区发展有限公司	上海市嘉定工业区叶城路1288号1幢50138室	10.00	沪房地嘉字(2015)第035220号	2019年7月1日至2029年6月30日
2	用友汽车	上海辽河企业发展有限公司	上海市长宁区定西路1100号辽油大厦主楼207-209室	284.93	沪(2021)长字不动产权第006675号	2022年9月1日至2024年8月31日
3	用友汽车	上海辽河企业发展有限公司	上海市长宁区定西路1100号辽油大厦主楼1101-1108室	807.20	沪(2021)长字不动产权第006677号	2021年6月1日至2023年5月31日
4	用友汽车	上海辽河企业发展有限公司	上海市长宁区定西路1100号辽油大厦	358.18	沪(2021)长字不动产权第	2019年8月1日至2023年7

序号	承租方	出租方	房屋地址	租赁面积 (平方米)	房产证编号	租赁期间
			副4楼402室		005211号	月31日
5	用友汽车	上海辽河企业发展 有限公司	上海市长宁区定西路1100号辽油大厦701、703-711室	941.96	沪(2021)长字 不动产权第 006675号	2019年10月 15日至2023 年10月31日
6	用友汽车	上海辽河企业发展 有限公司	上海市长宁区定西路1100号辽油大厦508、509室	191.19	沪(2021)长字 不动产权第 006675号	2022年7月1 日至2024年6 月30日
7	用友汽车	上海辽河企业发展 有限公司	上海市长宁区定西路1100号辽油大厦505、506、507室	283.83	沪(2021)长字 不动产权第 006675号	2022年7月1 日至2024年6 月30日
8	用友汽车	上海辽河企业发展 有限公司	上海市长宁区定西路1100号辽油大厦501、503、504室	285.80	沪(2021)长字 不动产权第 006675号	2022年7月1 日至2024年6 月30日
9	用友汽车	上海辽河企业发展 有限公司	上海市长宁区定西路1100号辽油大厦804、805室	189.22	沪(2021)长字 不动产权第 006675号	2023年1月1 日至2024年 12月31日
10	用友汽车	上海辽河企业发展 有限公司(注1)	上海市长宁区定西路1100号辽油大厦主楼901-909室	944.76	沪房地长字 (2020)第 008913号	2020年10月 1日至2024年 9月30日
11	用友汽车	用友(南昌)产业 基地发展有限公司	南昌市红谷滩新区嘉言路668号用友南昌产业园语音服务中心6层YY-D06001室	411.00	洪房权证红谷滩 新区字第 1001139861号	2022年9月1 日至2025年8 月31日
12	用友汽车	用友(南昌)产业 基地发展有限公司	南昌市红谷滩新区嘉言路668号七层E07003室和八层D08009、D08011室	120.00	洪房权证红谷滩 新区字第 1001139861号	2023年4月1 日至2024年3 月31日
13	用友汽车	用友(南昌)产业 基地发展有限公司	南昌市红谷滩新区嘉言路668号用友南昌产业园语音服务中心3层B03011室	79.00	洪房权证红谷滩 新区字第 1001139861号	2022年8月5 日至2023年8 月4日
14	用友汽车	李岳峰	长沙市星沙区湘商世纪鑫城9楼903室	188.08	湘(2019)长沙 县不动产权第 0007929号	2019年8月1 日至2023年7 月31日
15	用友汽车	王仅妹	长春市朝阳区东民主大街2号3楼301室	20.00	房权证长房权证 第 201607010463 号	2023年1月6 日至2024年1 月5日
16	用友汽车	吉林省中东集团有 限公司中东财富大 厦分公司	长春市南关区南环城路1655号中东财富中心第1505-1512室	717.71	- (注2)	2020年7月 31日至2023 年9月19日
17	用友汽车	吉林省中东集团有 限公司中东财富大 厦分公司	长春市南关区南环城路1655号中东财富中心第15层,第1501A-1504、1513	348.61	- (注2)	2022年7月 21日至2023 年7月20日

序号	承租方	出租方	房屋地址	租赁面积 (平方米)	房产证编号	租赁期间
			号			
18	用友汽车	吉林省中东集团有限公司中东财富大厦分公司	长春市南关区南环城路 1655 号中东财富中心第 15 层,第 1501A 号	100.00	- (注 2)	2022 年 9 月 15 日至 2023 年 9 月 14 日
19	用友汽车	用友网络科技股份有限公司	北京市海淀区北清路 68 号院 21 号楼 1 层 25 室	45.00	京房权证海字第 494706 号	2022 年 8 月 18 日至 2023 年 8 月 17 日
20	用友汽车	陈晨	杭州市滨江区长河街道滨康路 308 号聚才大厦 1 幢 526-1 室	21.13	浙 (2020) 杭州市不动产第 0240815 号	2022 年 7 月 5 日至 2023 年 7 月 4 日
21	用友汽车	浙江功量联创企业管理有限公司	杭州市滨江区长河街道江虹路 768 号 5 号楼 20 层 2006 室	60.00	浙 (2019) 杭州市不动产第 0174881 号	2023 年 3 月 22 日至 2024 年 3 月 21 日

注 1: 公司自上海辽河企业发展有限公司处租赁的“上海市长宁区定西路 1100 号辽油大厦主楼 901-909 室”物业, 其权利人系深圳市辽河油田南方投资有限公司。根据深圳市辽河油田南方投资有限公司于 2021 年 1 月 1 日出具的《房屋对外租赁授权书》, 上海辽河企业发展有限公司已获授权对外出租相关物业。

注 2: 公司自吉林省中东集团有限公司中东财富大厦分公司处租赁的“长春市南关区南环城路 1655 号第 1505-1512 室”、“长春市南关区南环城路 1655 号中东财富中心第 15 层, 第 1501A-1504、1513 号”、“长春市南关区南环城路 1655 号中东财富中心第 15 层, 第 1501A 号”物业, 其权利人系长春市南关区明珠街道黑咀子村民委员会。根据长春市南关区明珠街道黑咀子村民委员会于 2013 年 9 月出具的《权属说明》, 其已于 2013 年 7 月 1 日将长春市南关区南环城路 1655 号物业 (中东财富中心) 整体租赁予吉林省中东集团有限公司, 租赁期限 12 年, 租赁期内允许吉林省中东集团有限公司对外进行租赁。据此, 吉林省中东集团有限公司中东财富大厦分公司已获授权对外出租相关物业。截至本招股说明书出具日, 该处租赁物业的权利人正在申请办理该项物业的产权证书。

公司均与出租方签订了租赁合同, 具有合法使用权, 不会对公司持续经营产生不利影响。截至本招股说明书签署日, 就上表第 1、6、7、8、9、10、12、13、14、15、16、17、18、19、20、21 项租赁房屋, 公司未提供租赁备案证明文件, 其余租赁房屋均已办理租赁备案。

(二) 主要无形资产

1、注册商标

(1) 公司自有注册商标

截至本招股说明书签署日, 公司拥有商标情况如下:

序号	商标	注册号	注册人	有效期限	核定类别
1	U 车客	31639398	用友汽车	2019.04.21-2029.04.20	第 35 类

序号	商标	注册号	注册人	有效期限	核定类别
2	友车店	31639391	用友汽车	2019.03.14-2029.03.13	第 35 类
3	友车店	31639390	用友汽车	2019.03.21-2029.03.20	第 42 类
4	友车拍	31639387	用友汽车	2019.03.21-2029.03.20	第 42 类
5	友车购	31639379	用友汽车	2019.03.21-2029.03.20	第 42 类
6	友车购	31639378	用友汽车	2019.03.14-2029.03.13	第 35 类
7	友车主	31639375	用友汽车	2019.03.14-2029.03.13	第 35 类
8	友车主	31639374	用友汽车	2019.03.21-2029.03.20	第 42 类
9	友车客	31639373	用友汽车	2019.03.14-2029.03.13	第 35 类
10	友车云	31639370	用友汽车	2019.03.21-2029.03.20	第 42 类
11	友车行	31639369	用友汽车	2019.03.21-2029.03.20	第 42 类
12	友车行	31639368	用友汽车	2019.03.14-2029.03.13	第 35 类
13	友车融	31639365	用友汽车	2019.03.21-2029.03.20	第 42 类
14	友车融	31639364	用友汽车	2019.03.14-2029.03.13	第 35 类
15	友车险	31639361	用友汽车	2019.03.14-2029.03.13	第 35 类
16	eDealer	6916172	用友汽车	2020.09.21-2030.09.20	第 9 类
17	U 车优选	35410775	用友汽车	2019.12.21-2029.12.20	第 42 类
18	友车商城	31639394	用友汽车	2019.06.28-2029.06.27	第 42 类
19	友车助手	31639380	用友汽车	2019.06.14-2029.06.13	第 35 类
20	友车助手	31639381	用友汽车	2019.06.28-2029.06.27	第 42 类
21	友汽车	35755882	用友汽车	2019.10.14-2029.10.13	第 9 类
22	友慧客	45676466	用友汽车	2020.12.14-2030.12.13	第 35 类
23	友慧巡	45675794	用友汽车	2020.12.21-2030.12.20	第 42 类
24	友慧巡	45673234	用友汽车	2020.12.14-2030.12.13	第 35 类
25	用友车商云	29771812	用友汽车	2019.11.28-2029.11.27	第 9 类
26	用友汽车云	29770940	用友汽车	2019.11.28-2029.11.27	第 9 类
27		28740657	用友汽车	2019.11.28-2029.11.27	第 42 类
28	英孚思为	8086424	用友汽车	2021.4.14-2031.4.13	第 42 类
29	英孚思为	8086389	用友汽车	2021.3.28-2031.3.27	第 9 类

上述各项商标均为公司原始取得，公司合法拥有上述各项商标，截至本招股说明书签署日，商标未用于质押，不存在诉讼、纠纷或其他权利不确定情况。

（2）公司授权使用商标

截至本招股说明书签署日，公司授权使用商标情况如下：

序号	商标	权利人	注册地	注册号	有效期限	核定类别
1		用友网络	中国	558108	2021.07.10-2031.07.09	第 9 类
2		用友网络	中国	1352294	2020.01.07-2030.01.06	第 42 类
3		用友网络	中国	1352455	2020.01.07-2030.01.06	第 41 类
4		用友网络	中国	1353699	2020.01.14-2030.01.13	第 9 类
5		用友网络	中国	3067661	2013.05.21-2023.05.20	第 16 类
6		用友网络	中国	3291114	2014.04.21-2024.04.20	第 42 类
7		用友网络	中国	3291119	2014.04.21-2024.04.20	第 35 类

公司与用友网络签订了《商标许可协议》及《商标许可协议之补充协议》，约定用友汽车主营业务范围为“面向汽车行业、摩托车行业、工程机械行业的客户，提供营销、后市场领域的数智化解决方案、云服务、软件、专业服务”。双方同意并确认，于用友汽车主营业务范围内，排他地将授权商标许可给用友汽车使用；用友网络不得将授权商标授权、许可给任何可能与用友汽车存在业务竞争的第三方使用而损害用友汽车的利益；除商标到期时续期申请未被商标主管部门批准等无法续期的客观情形外，授权商标的许可使用期限为《商标许可协议》生效之日起在用友网络作为公司控股股东期间持续长期有效。根据商标许可使用安排，公司依法享有该商标的使用权且该使用权长期稳定，因此不影响公司资产完整性及独立性。

2、专利

序号	专利名称	专利权人	专利号	专利类型	申请日	状态
1	数据传输控制装置和数据传输控制方法	用友汽车	ZL201110448730.4	发明专利	2011年12月28日	专利维持
2	文件管理系统和文件管理方法	用友汽车	ZL201210477748.1	发明专利	2012年11月21日	专利维持
3	日志查看方法、装置、电子设备和可读存储介质	用友汽车	ZL202110825952.7	发明专利	2021年7月21日	专利维持
4	数据处理方法、装置和可读存储介质	用友汽车	ZL202110825537.1	发明专利	2021年7月21日	专利维持
5	鉴权认证方法、鉴权认证系统、计算机设备和存储介质	用友汽车	ZL202110832992.4	发明专利	2021年7月22日	专利维持
6	数据处理方法、数据处理系统、计算机设备和存储介质	用友汽车	ZL202110837613.0	发明专利	2021年7月23日	专利维持

序号	专利名称	专利权人	专利号	专利类型	申请日	状态
7	工位控制器	用友汽车	ZL201530453410.7	外观设计专利	2015年11月13日	专利维持

上述各项专利均为公司原始取得，公司合法拥有上述各项专利，截至本招股说明书签署日，专利未用于质押，不存在诉讼、纠纷或其他权利不确定情况。

3、计算机软件著作权

截至本招股说明书签署日，公司拥有计算机软件著作权共 98 项，详见本招股说明书“第十二节 附件”之“四、附件三：计算机软件著作权”。

就公司软件著作权中著作权人仍为公司前身的情况，公司正在积极办理相关著作权人变更的手续。公司各项软件著作权均为公司原始取得，公司合法拥有各项软件著作权，截至本招股说明书签署日，相关软件著作权未用于质押，不存在诉讼、纠纷或其他权利不确定情况。

4、资质、认证和许可

截至本招股说明书签署日，公司取得相关资质、认证和许可如下：

序号	资质及许可名称	授予方	授予时间	有效时间	编号
1	高新技术企业	上海市科学技术委员会、上海市财政局、国家税务总局上海市税务局	2020年11月18日	三年	GR202031005490
2	软件企业证书	上海市软件行业协会	2022年8月30日	一年	沪RQ-2015-0899
3	报关单位注册登记	中华人民共和国嘉定海关	2016年8月17日	长期	3114966222
4	出入境检验检疫报检企业	中华人民共和国上海出入境检验检疫局	2016年8月8日	/	3100687118
5	对外贸易经营者	上海市商务委员会	2016年7月28日	/	02204390
6	增值电信业务经营许可证	上海市通信管理局	2018年8月2日	授予日至2023年8月2日	B2-20180544
7	GB/T 19001-2016 idt ISO9001:2015 质量管理体系认证证书	挪亚检测认证集团有限公司	2022年9月28日	至2025年9月17日	NOA1995948

8	GB/T 22080-2016/ISO/IEC 27001:2013 信息安全管理体系认证证书	挪亚检测认证集团有限公司	2021年3月4日	三年	NOA2102221
9	ISO 20000 信息及技术服务管理体系认证证书	北京中大华远认证中心有限公司	2022年8月5日	三年	0202022ITSM0035ROCN
10	CMMI-DEV, V2.0 成熟度三级	北京国信普道科技有限公司	2022年11月19日	三年	61599

5、域名

截至本招股说明书签署日，公司拥有域名如下：

序号	域名	权利人	ICP 备案	到期日
1	yonyouqiche.com	用友汽车	沪 ICP 备 12025114 号-1	2023.4.25
2	infoxcenter.com.cn	用友汽车	沪 ICP 备 12025114 号-2	2031.7.6
3	yonyouauto.com	用友汽车	沪 ICP 备 12025114 号-8	2024.1.19
4	yonyouauto.cn			
5	idealerss.com	用友汽车	沪 ICP 备 12025114 号-9	2024.5.23
6	infocare.com.cn	用友汽车	沪 ICP 备 12025114 号-10	2030.12.20
7	yycscloud.com	用友汽车	沪 ICP 备 12025114 号-11	2025.11.17
8	yycsyun.com			
9	ucheshang.com	用友汽车	沪 ICP 备 12025114 号-12	2024.5.31
10	ucheshang.cn			
11	yycsy.cn	用友汽车	沪 ICP 备 12025114 号-13	2023.9.21
12	yycsy.com			

截至本招股说明书签署日，公司拥有的上述域名状态合法有效，未设置任何质押及其他担保。

（三）特许经营权情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在特许经营权。

六、主要产品和服务的核心技术

（一）公司核心技术情况

公司自主研发了多项先进核心技术，并形成了两大研发平台：用友汽车云原生技术平台和用友汽车数智化开发平台，为公司的车企营销系统、车主服务

平台、汽车产业生态服务平台这三大主营业务产品提供了强有力的技术支撑。

1、核心技术及其先进性的具体表征

(1) 用友汽车云原生技术平台

序号	核心技术	技术来源	技术内容说明	衡量核心技术先进性的关键指标	用友汽车核心技术先进性的特征
1-1	动态线程池隔离数据分发技术	自研	本技术能够高效可靠地支持微服务体系中各个服务或应用之间传递消息。	数据分发可靠性	本技术通过对外分发数据时按照下游应用进行任务分组隔离，在某组下游应用出现故障或者过载的情况下，不会影响其他组下游数据的数据分发。相比未进行动态线程池隔离，该技术数据分发的数据处理能力提升近4倍，可靠性更高。
1-2	动态的非阻塞网关链式处理技术	自研	本技术用于实现微服务体系中的网关组件的处理策略。	网关吞吐量	本技术通过采用非阻塞的线程模型实现认证、鉴权等处理，针对认证和鉴权做了优化，提升了服务器资源的使用率，在高并发且同样有限的资源下，单个网关实例吞吐量可以达到阻塞式性能2倍以上。
1-3	工作负载动态分区技术	自研	本技术保障在产品与周边系统交互出现局部处理节点异常时，能够基于正常节点重新分配任务，保障系统的稳定性和负载平衡。	资源利用率	本技术实现了按工作负载的工作节点分区，针对业务负载权重，分配节点任务，防止工作节点访问冲突，并在侦测到节点故障时重新分配。该技术通常可以使硬件利用率提升1倍以上。
1-4	数据库连接池切换技术	自研	本技术可以实现数据库的可扩展性，将数据存储和查询分配到不同的数据库服务器上，通过使用多台服务器提升了数据库层面的计算能力。	1、可靠性 2、可扩展性	1、采用本技术通过解析微服务请求，可稳定可靠实现数据库租户切换，能够准确地执行SQL语言，查询处理速度比一般技术高40%。 2、具有良好的可扩展性，每个租户库可以配置经销商数量，最多可以配置经销商数量相当的租户数据库，最少可以所有经销商共用一个租户库。
1-5	异步容错存储消息转发技术	自研	本技术主要用于公网环境上星型网络拓扑的上下端业务系统的数据传输，通过自动侦测对端负载情况，来调整传输请求频率和流量。	1、传输稳定性 2、动态扩展性	1、同样带宽下数据传输处理稳定性更高。 2、可以支持1000个以上节点规模。
1-6	软硬件多算法组合加密技术	自研	通过线下分发含有密钥的硬件加密器，完成终端的身份认证，并应用密钥及特殊算法进行跨公网的数据加密及传输。	证书安装的便捷性	采用本技术后，证书的安装和部署无需要专业人士参与，通过插入USB硬件，即可完成终端身份认证，减少了安装部署的成本，有利于大规模的推广部署，且硬件密钥本身具有不易被攻破的特性，安全性更高，安装部署效率提升3倍。
1-7	消息多阙	自研	本技术主要用于解决不同应用跨公网环	消息传输效率	本技术可以根据网络情况将多条消息组装成一条消息发送，与一条消息

序号	核心技术	技术来源	技术内容说明	衡量核心技术先进性的关键指标	用友汽车核心技术先进性的特征
	值封包发送控制技术		境数据传输的效率问题，目标是保证业务数据的高效传输。		相比，在采用短连接的消息传输方式下，有效提升了传输效率，效率比业内常见做法提升 75%。

注：相关数据来自于公开资料和技术测试报告。

(2) 用友汽车数智化开发平台

序号	核心技术	技术来源	技术内容说明	衡量核心技术先进性的关键指标	用友汽车核心技术先进性的特征
2-1	整车智能配额分配模型	自研	该模型用于帮助整车厂的计划制定人员做好面向经销商的车辆资源的分配。计划员可选择、设置不同的模型参数，对未来配额资源做试算，选定合适的资源分配数量。	1、分配效率 2、支持的经销商数量	1、模型算法支持多种因素的综合计算，优化整车厂车辆资源分配计划，提升了分配效率，并保证了公平性。 2、支持每年 200 万车辆面向 1000 多家经销商的分配运算，是业内实践中支持车辆和经销商最多的模型。
2-2	索赔审核规则引擎	自研	整车厂能够基于该引擎设计索赔申请的审核规则及流程，提高了审核效率和准确性，减轻了整车厂人员审批的工作量。	1、业务响应效率 2、支持的经销商数量	1、本引擎融合多家车厂业务场景，沉淀了行业中多种审核业务规则场景，将索赔单中的几十种核心数据封装成引擎规则参数，快速响应业务变更，支持索赔车型数量达 1600 种以上。 2、实践中已支持同一整车厂旗下 1000 多家经销商进行索赔单审核处理，支持的经销商数为业内最多。
2-3	汽车行业通用售后配件数据模型	自研	构建汽车行业通用售后配件数据模型，承接设计院的设计图形和设计主数据，可在图形转换为售后平面图之后，设置热点做图形展示；为配件采购和维修查询提供图形化的导航和搜索。	模型适配性	1、公司已建立起具有良好适配性和通用性的数据模型。 2、本模型支持 1000 种以上车型和 30 多万种配件级别目录。 3、提供国外大厂专用配件目录数据导入工具。
2-4	工位控制器专利技术	自研	经销商车间技师可以在工位控制器上登记自己负责的开工时间、完工时间等操作，从而能够精确记录工单内的各道工序当前状态以及技师所用的时间。	1、数据采集精细度 2、及时性	1、提升了数据采集精细度，相对于原有基于工单粒度的管理，通过本技术，可以管理到工单上每个工序，使管理更加精细化，提升了工位利用率和技师绩效。 2、数据采集及时性更高，与传统纸质工单采集方式比较，从小时级别提升到分钟级别；与使用普通电脑采集工序信息比较，采集及时性提升了一倍以上。

序号	核心技术	技术来源	技术内容说明	衡量核心技术先进性的关键指标	用友汽车核心技术先进性的特征
2-5	跨企业网状层级混合组织模型	自研	汽车行业的营销网络比较复杂，存在整车厂、经销商等跨企业、多维度、相互交叉嵌套的组织架构。需要通过一套模型来方便后续产品研发时更方便的实现多品牌管理、多渠道管理、多经销商集团管理的交叉组织管理诉求。	组织模型适配性	1、适应多种整车厂、经销商组织模式，灵活支持人员在多个组织工作；支持基于汇报关系实现报表统计和数据权限管理。 2、适应的整车厂、经销商的组织模式更多，支持维度是常见模型的3倍。 3、支持员工跨组织兼职。
2-6	工作流引擎	自研	本技术用于对各应用系统提供流程驱动，可以根据角色、分工、业务环节的不同决定业务流程的传递路径。	1、数据一致性 2、支持策略隔离	1、支持分布式事务，数据一致性更高。 2、通过支持租户隔离下超级租户(如整车厂)对其他租户(如经销商)的管理，实现了更丰富的隔离策略。
2-7	汽车增值服务互联标准与技术	自研	本技术是为公司的汽车产业生态服务平台提供了标准化的生态对接能力。各家整车厂营销领域相关系统，通过本技术对接公司的汽车产业生态服务平台后，即能够获得平台所提供的各类增值服务。	对接生态服务的便捷性	1、本技术仅需整车厂营销领域相关系统和公司的汽车产业生态服务平台进行一次对接，服务需求方即可获得多家第三方生态资源供应商的服务。 2、本技术支持多种协议接入方式，支持针对访问资源及接入方单独授权，管控并发量及访问频率，保证整个系统的稳定性和可用性。
2-8	智能车联自适应网关技术	自研	车主有通过 APP 控制车辆的需求，但不同车厂、不同车型，会采用不同 TSP/TBOX，导致车联模块需要重复开发、联调测试。因此需要通过技术方案提升效率。	支持的车型数量	通过将车联服务场景抽象化，用友汽车提炼出一系列车联标准化功能，涵盖车控、车况、寻车、告警、授权、充电等场景，将标准化功能和 TSP/TBOX 适配层分离，解决了车联功能多车型匹配问题，能够快速支持各类车型，目前实践中已支持的车型数量超 200 个。
2-9	可配置异构系统数据交互技术	自研	本技术支持公司提供的业务系统和整车厂或经销商的周边系统快速集成，通过配置能够实现常见的系统间调用接口的协议转换调用，并能够做到接口执行的监控和异常重试。	操作简便性	1、支持通过简单配置方式实现消息传输和转换。 2、支持和汽车行业传统专用系统的数据交互协议，能够直接对接汽车厂商 90% 以上的 IT 系统。
2-10	车企体系集成技术	自研	本技术能够使得车企在公网环境下，和几百乃至上千家体系内的经销商企业之间进行消息数据交互通讯时，保障消息数据传输的完整性、安全性和高效性。	支持消息节点数量	支持汽车营销领域 1000 多个跨企业的系统互联，高度适配汽车行业整车厂和经销商之间星型拓扑结构的业务数据上下端交互需求，具备动态路由更新功能。

注：相关数据来自于公开资料和技术测试报告。

2、核心技术保护措施

公司各项核心技术与专利、软件著作权的对应关系如下：

(1) 用友汽车云原生技术平台

序号	核心技术	对应专利	对应软件著作权
1-1	动态线程池隔离数据分发技术	/	用友微服务运维平台 (登记号：2018SR571552)
1-2	动态的非阻塞网关链式处理技术	鉴权认证方法、鉴权认证系统、计算机设备和存储介质 (专利号：ZL202110832992.4)	用友微服务运维平台 (登记号：2018SR571552)
1-3	工作负载动态分区技术	/	用友企业级应用集成软件 (登记号：2021SR0133693)
1-4	数据库连接池切换技术	数据处理方法、装置和可读存储介质 (专利号：ZL202110825537.1)	用友微服务运维平台 (登记号：2018SR571552)
1-5	异步容错存储消息转发技术	文件管理系统和文件管理方法 (专利号：ZL201210477748.1)	用友商用数据交互平台标准版软件 (登记号：2013SR096191)
1-6	软硬件多算法组合加密技术	/	英孚思为 Infox 商用数据交互平台软件 (登记号：2007SR04114)
1-7	消息多阈值封包发送控制技术	数据传输控制装置和数据传输控制方法 (专利号：ZL201110448730.4)	用友商用数据交互平台标准版软件 (登记号：2013SR096191)

(2) 用友汽车数智化开发平台

序号	核心技术	对应专利	对应软件著作权
2-1	整车智能配额分配模型	/	用友经销商业协同软件 (登记号：2013SR057537)
2-2	索赔审核规则引擎	/	用友汽车配件&服务协同云平台软件 (登记号：2014SR130122)
2-3	汽车行业通用售后配件数据模型	/	用友汽车配件管理云服务平台软件 (登记号：2014SR130258)
2-4	工位控制器专利技术	工位控制器 (专利号：ZL201530453410.7)	用友数字化经销商精益车间管理软件 V5.0 (登记号：2016SR068649)
2-5	跨企业网状层级混合组织模型	/	用友车营销软件 (登记号：2019SR0772508)
2-6	工作流引擎	/	用友车营销软件 (登记号：2019SR0772508)
2-7	汽车增值服务互联标准与技术	日志查看方法、装置、电子设备和可读存储介质 (专利号：ZL202110825952.7)	用友车店通软件 (登记号：2020SR0729499)
			用友签约宝软件 (登记号：2020SR0729895)
2-8	智能车联自适应网关技术	/	用友客户运营管理软件（友车行） (登记号：2019SR0589376)
2-9	可配置异构系统数据交互技术	/	用友企业级应用集成软件 (登记号：2021SR0133693)

序号	核心技术	对应专利	对应软件著作权
2-10	车企体系集成技术	数据处理方法、数据处理系统、计算机设备和存储介质 (专利号: ZL202110837613.0)	英孚思为 Infox 商用数据交互平台软件 (登记号: 2007SR04114)
			用友商用数据交互平台标准版软件 (登记号: 2013SR096191)
			用友商用数据交互平台企业版软件 (登记号: 2013SR106216)

公司的核心技术均来自于自主研发。公司目前共拥有 98 项软件著作权及 7 项专利。公司均合法拥有该等知识产权，不存在产权纠纷的情形。公司与核心技术人员均签署了《知识产权保护及保密协议》、《竞业禁止协议》。报告期内公司核心技术人员稳定，不存在违反竞业禁止的情形，公司不存在与研发人员知识产权纠纷的情形，研发人员也无违反保密协议的情形。

公司的知识产权相关制度执行良好，公司未发生涉及软件著作权和专利的诉讼及纠纷。

3、核心技术业务收入

报告期内，公司核心技术在主营业务中的应用和贡献情况如下：

单位：万元

项目		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
核心技术业务收入	软件开发与服务	46,425.18	70.18%	41,091.25	69.76%	31,401.43	65.96%
	系统运维服务	17,927.77	27.10%	16,434.46	27.90%	15,202.18	31.93%
	小计	64,352.95	97.28%	57,525.71	97.66%	46,603.61	97.89%
非核心技术业务收入	智能设备销售	1,802.48	2.72%	1,380.18	2.34%	1,006.01	2.11%
	小计	1,802.48	2.72%	1,380.18	2.34%	1,006.01	2.11%
合计		66,155.43	100.00%	58,905.89	100.00%	47,609.62	100.00%

报告期内的营业收入中，公司主要依靠核心技术开展生产经营产生收入，非核心技术业务收入为智能设备销售收入，占比较小。报告期内，公司智能设备销售业务收入较少，主要是该业务规模受公司现有整车厂客户对应的新签约经销商数量以及新签约整车厂客户在其品牌经销商推广数量的影响。公司的主营业务收入变动分析详见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”相关内容。

4、核心技术与同行业可比公司的竞争优劣势

（1）优势

① 公司的核心技术是长期积累而成，蕴含了大量的工业领域行业知识与技术诀窍，形成对竞争对手的竞争壁垒，具备独特性

公司是国内汽车营销与后市场服务领域软件厂商中的龙头企业，在该细分领域深耕近二十年。公司相较业内的其他企业，覆盖、服务过更多的车企，积累了更多的行业经验和项目实施案例，从而能够形成更为完善的行业知识与技术诀窍。

公司将长期积累的行业知识与技术诀窍进行抽象化和标准化，并结合其优秀的软件技术能力，研发出相关核心技术，形成对竞争对手的竞争壁垒，具有独特性。

② 公司的核心技术具备先发优势

公司自主研发了用友汽车云原生技术平台及相关核心技术，技术架构具备先进性。公司是业内率先将云原生技术应用至产品研发和项目实施过程中的软件厂商。相对于竞争对手，公司此类核心技术具备先发优势，且已经积累了多个应用案例；同时，公司亦在不断迭代升级自身的核心技术，从而能够保持核心技术的先进性和竞争优势。

③公司的核心技术覆盖面更广，功能更为完善

公司在业内率先尝试打造汽车产业数字化生态体系，并研发了汽车生态相关核心技术，覆盖了汽车生态链接相关技术领域。

相较竞争对手，公司的核心技术功能亦更加完善，如车企体系集成技术对分布式部署的支持能力更强，可配置异构系统数据交互技术能够适配汽车行业年代较为久远的传统专用系统等。

（2）劣势

公司国外客户的积累较少，虽然已经实现软件出海，但与国外的主流厂商相比，海外客户不多，海外业务行业知识形成的技术积累尚有不足，数智化开发平台目前还不能完全适配国外汽车营销领域业务。

（二）公司的科研实力和成果情况

1、专利权和软件著作权

截至本招股说明书签署日，公司合计拥有 98 项软件著作权，7 项专利。公司取得软件著作权、专利权的具体情况详见本节“五、主要固定资产和无形资产”之“（二）主要无形资产”。

2、公司承担的主要课题或攻关项目

序号	项目性质	项目名称	主管部门	项目周期
1	上海市经信委智慧城市项目	基于移动互联网的制造业经营管理与决策分析集成应用	上海市经信委	2019.1-2020.12
2	服务业（文创）项目	汽车经销商大数据精准服务平台	上海市文创办	2017.8-2019.6
3	上海市 2016 年度服务业发展引导资金项目	基于移动互联网的汽车后市场综合信息服务平台	上海市发改委	2016.3-2017.12
4	上海张江国家自主创新示范区专项发展资金重点项目	基于移动互联网的工程机械服务平台	上海张江管委会	2015.6-2017.6
5	上海市科研计划项目	汽车行业大数据智能分析及应用示范—销售预测模型	上海市科委	2015.5-2017.5
6	上海市企业自主创新专项	企业技术中心能力建设项目	上海市经信委	2014.1-2015.12

3、公司获得的主要荣誉情况

序号	荣誉名称	认定部门	颁布时间
1	2022 上海软件核心竞争力企业（规模型）	上海市软件行业协会	2022 年
2	2021-2022 工业互联网汽车营销领域创新标杆企业	赛迪网、《数字经济》杂志	2022 年
3	2021-2022 工业互联网优秀解决方案	赛迪网、《数字经济》杂志	2022 年
4	2022 行业信息化领航企业	赛迪网、《数字经济》杂志	2022 年
5	2021 中国软件和信息服务业年度风云企业	信息化观察网	2022 年
6	2021 年上海市软件企业核心竞争力评价（规模型）	上海市软件协会	2021 年
7	2021 年最具品牌价值奖	中国汽车工业协会信息服务委员会	2021 年
8	2020 年度上海市“专精特新”企业	上海市经济和信息化委员会	2021 年
9	2020 年上海市软件企业核心竞争力评价（规模型）	上海市软件协会	2020 年
10	2019 年度嘉定区现代服务业综合实力金奖	嘉定工业区管理委员会、上海嘉定工业开发（集团）有限公司	2020 年
11	2018 年度中国金服务汽车行业最具影响力服务商	中国电子信息产业发展研究院、《软件和信息服务业》杂志社	2018 年
12	2017 年度中国互联网+汽车行业领军企业奖	中国工业合作协会、赛迪网、国家信息产业公共服务平台	2017 年

序号	荣誉名称	认定部门	颁布时间
13	2017 中国信息化和软件服务业年度汽车行业创新产品奖	中国信息协会、信息化观察网	2017 年

（三）正在研发的主要项目情况

公司正在研发的主要项目情况如下：

序号	项目名称	内容与目标	所处阶段与进展	经费投入预算（万元）	人员投入
1	云原生服务网络研发项目	研发基于云原生服务网络的微服务应用程序管理系统，包含自动化部署和扩展、故障恢复、监控和报警、安全性和合规性等功能，实现高可用性和可伸缩性，以满足企业架构的需求	开发阶段	1,500.00	38
2	售后大数据分析研发项目	研究分析售后数据要素，构建售后数据分析体系，建立经销商健康度模型；通过算法实现健康度预测，为经销商的运营管理提供参考依据	开发阶段	2,000.00	50
3	车企营销智能化研发项目	研发并增强经销商业务功能，增强汽车多形态网点渠道业务支持功能，对汽车销售管理、维修管理、配件管理、信息反馈等环节功能予以智能化改造，以提升车企在汽车营销与服务环节的运营效率	开发阶段	4,000.00	115
4	友车行管理平台研发项目	围绕车主用车的业务场景，结合车主的线上体验需求，为车主提供用车智能提醒、线上业务办理等功能场景，为经销商降低人员与成本投入、实现精准高效运营、增加车主黏性和服务满意度，带来实际业务的转化提升	开发阶段	2,400.00	62
5	生态业务延展研发项目	研发拓展电签、电子发票、取送车等生态业务的接入渠道，进一步提升生态业务在汽车销售、试乘试驾、维修等场景结合，助力车企扩展生态能力，提升经营效率和产值	开发阶段	2,100.00	55

（四）报告期内研发投入情况

1、研发费用及占比

报告期内，公司研发投入具体情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
研发投入（万元）	9,055.62	8,050.73	7,963.44
营业收入（万元）	66,155.43	58,905.89	47,609.62
研发投入占营业收入比例	13.69%	13.67%	16.73%

2、研发费用构成情况

报告期内，公司研发费用的具体构成详见本招股说明书“第六节 财务会

计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（五）期间费用分析”。

（五）核心技术人员情况

1、报告期内公司研发人员占比情况如下

截至 2022 年 12 月 31 日，公司研发人员共 277 名，占员工总数 21.88%。

2、核心技术人员情况

截至本招股说明书签署日，公司认定的核心技术人员共 5 名，分别为陈小庆、高海龙、林丽清、杨治国以及王明怀。核心技术人员的简历请参见“第四节 发行人基本情况”之“九、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”之“（四）核心技术人员”。

3、公司对核心技术人员实施的约束激励措施

截至本招股说明书签署日，公司认定的核心技术人员均与公司签署了《劳动合同》、《知识产权保护及保密协议》、《竞业禁止协议》、《遵守<用友员工商业行为守则>及“阳光经营”承诺书》。除前述协议外，公司认定的核心技术人员未与公司签订其他协议。

（六）合作研发情况

报告期内公司进行的合作研发项目主要为公司与企业单位及高校共同研发并形成的计算机软件著作权成果。公司进行的合作研发项目，研发内容、成果分配方案及保密措施约定明确。

报告期内，公司与其他单位进行的主要合作研发成果如下：

序号	登记号	软件名称	版本号	著作权人	首次发表日期	登记日期
1	2020SR0295799	微信会员软件	V1.0	用友汽车、上海市汽车修理有限公司、上海交通职业技术学院	2019.10.21	2020.03.30
2	2021SR2180720	经销商集团销售与售后业务软件	V1.0	用友汽车、上海市汽车修理有限公司、上海南湖职业技术学院	2021.11.30	2021.12.27

就上述合作研发成果，合作各方达成协议/确认如下：

1、合作研发的内容和范围

公司负责软件代码编写、调试、测试等工作；上海市汽车修理有限公司和上海交通职业技术学院、上海南湖职业技术学院配合软件调试、测试等工作，且上海市汽车修理有限公司负责沟通、协调等工作。

2、合作各方的权利和义务及合作研发的成果分配和收益分成约定

各方约定，合作研发过程中，各方编写的软件源代码、技术文档及汇编而成的程序本身著作权由各方共同享有，但只有用友汽车拥有软件的销售权，且用友汽车进行销售业务时，不需要得到其他各方同意，其他各方如进行销售活动时，需要提前征得用友汽车的同意，如有违反，则应承担违约责任。

3、风险责任的承担方式

各方确认并约定，在合作研发过程中，各方均不存在侵犯他人知识产权的行为，否则应对外承担全部侵权责任，赔偿其他方因此受到的损失。

4、合作研发的保密措施

各方确认并约定，将严格遵守保密义务，确保相关代码、文档的保密性，任何一方因违约给其他方造成损失的，应承担相应的法律责任。

（七）公司的技术创新机制

1、保持技术不断创新的机制及技术创新的安排

（1）完善的研发体系和研发管理制度

公司设立了技术研发中心、产品研发中心、云服务事业部负责公司的核心技术以及主要产品的研发。同时，公司制定了《用友汽车研发管理制度》、《微服务开发规范说明》、《开发环境构筑说明》、《数据库设计及开发规范》等一系列软件开发的相关制度。通过建立健全研发体系和研发管理制度，公司规范了研发全过程的控制程序与要求，为公司持续技术创新提供了必要的体系保障。

（2）与客户需求紧密结合的研发机制

公司建立了高效的客户沟通机制，能够及时了解、收集客户的需求信息并向公司研发部门或高层进行反馈。与客户需求紧密结合的研发机制能够避免研发出的产品无法满足客户的实际需求，从而确保公司技术创新方向的正确性。

（3）结合 IT 行业创新技术和行业发展趋势做好技术储备

公司在技术研发中心下辖了技术研究部，专门负责跟踪 IT 业界的各项创新技术；公司通过自身丰富的行业经验，结合行业发展趋势以及公司的产品特性，有计划、有步骤的做好技术路线和技术创新储备。

（4）注重研发领域投入，为持续创新提供充足的资金安排

报告期内，公司研发费用持续增加。公司对技术研发的大额持续投入为公司今后持续技术创新提供了必要的资金保障，使公司的产品和服务能够持续保持核心竞争力。

2、技术储备情况

公司目前储备的主要技术如下：

序号	技术储备名称	技术特点和用途	拟应用的产品
1	汽车行业用户画像智能推荐技术	通过用户画像支持多种场景精准推荐，包括售前场景营销活动、车型推荐；保养提醒、保养套餐推荐、增换购推荐等；并通过多种业务场景算法、AB 测试及持续迭代保证准确性和有效性。	车主服务平台
2	配件需求预测算法	通过内嵌的多种算法组合，结合经销商的历史数据和市场信息，开发配件需求预测模型和库存优化模型，对 4S 店的配件管理进行需求预测和库存预测，指导经销商实现智能补货。	车企营销系统
3	个性化车辆定制选配模型	构建完备的、贴合汽车营销领域需求的车型特征码规则库，协助整车厂快速判断 C 端消费者定制化需求的合理性，提升整车厂柔性制造效率。	车企营销系统
4	汽车营销功能低代码平台	基于可视化设计和模型驱动理念，结合汽车行业特性，实现产品研发时自动快速生成代码；支持生成单表或者多表关联场景下的业务后端代码以及基于公司自研组件库的业务前端页面代码，提高了开发工作的效率、代码风格的一致性、用户体验的一致性。	公司各产品均可应用

七、生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

公司主要从事软件开发实施相关业务，其生产经营过程中不产生污染物，不会对环境产生污染影响。

八、公司境外经营情况

截至本招股说明书签署日，公司无境外经营主体。公司目前主要布局和开拓国内市场，但公司积极把握我国车企全球化发展机遇，并参与国外车企在营销与后市场服务领域相关软件产品及云服务的建设项目，加大海外市场开拓力度。

报告期内，公司来自境外客户的收入金额分别为 764.98 万元、543.82 万元和 478.36 万元。公司境外客户主要包括小康印尼汽车有限公司（PT. SOKONINDO AUTOMOBILE）、MG 销售（泰国）有限公司（MG Sales（Thailand）Co., Ltd.）和上汽通用五菱印尼汽车有限公司（SGMW MOTOR INDONESIA PT）等。

未来，随着公司加强在海外市场的开拓力度，公司的境外经营收入有望提升。

第六节 财务会计信息与管理层分析

安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日及 2022 年 12 月 31 日的资产负债表，2020 年度、2021 年度及 2022 年度的利润表、股东权益变动表和现金流量表以及相关财务报表附注进行了审计，并出具了标准无保留意见的《审计报告》（安永华明（2023）审字第 61357229_A02 号）。

本节引用的财务数据，非经特别说明，均引自上述经审计的财务报告及其附注或据其计算所得。提醒投资者阅读本公司披露的财务报告和审计报告全文，以获取更详细的财务资料。

公司在管理层分析中，部分采用了与同行业公司对比分析的方法，以便投资者深入理解公司的财务及非财务信息。可比公司的相关信息均来自其公开披露资料，公司不对其准确性、真实性作出判断。

公司在本节披露的与财务会计信息相关的重要事项判断标准为：根据自身所处的行业和发展阶段，公司首先判断项目性质的重要性，主要考虑该项目在性质上是否属于日常活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素。结合公司报告期利润总额水平，确定以报告期各年的合并报表税前利润的 5% 作为公司合并报表层次重要性水平。

一、财务报表

（一）资产负债表

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
货币资金	61,692.24	50,619.77	50,097.26
交易性金融资产	31.93	51.20	39.12
应收票据	2,027.58	1,748.14	1,197.42
应收账款	22,235.36	14,963.02	12,233.35
预付款项	-	1.50	-
其他应收款	216.91	151.19	102.94
存货	13,086.78	8,620.65	5,126.97
合同资产	1,555.99	1,581.91	1,157.17

项目	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
其他流动资产	963.06	833.04	500.52
流动资产合计	101,809.85	78,570.42	70,454.76
其他非流动金融资产	677.06	730.26	637.53
固定资产	482.73	435.40	452.23
使用权资产	622.31	652.83	-
长期待摊费用	52.97	116.97	85.24
递延所得税资产	1,102.39	588.07	634.13
其他非流动资产	-	6,000.00	-
非流动资产合计	2,937.47	8,523.53	1,809.12
资产总计	104,747.32	87,093.96	72,263.88
应付账款	14,178.13	9,967.91	6,729.45
合同负债	10,674.83	9,847.84	9,271.12
应付职工薪酬	5,566.20	5,129.97	3,696.93
应交税费	1,907.81	1,708.61	996.56
其他应付款	2,349.79	4,469.97	4,679.08
一年内到期的非流动负债	443.28	459.49	-
其他流动负债	82.31	206.69	128.49
流动负债合计	35,202.35	31,790.48	25,501.63
租赁负债	184.45	191.78	-
递延收益	-	107.00	107.00
非流动负债合计	184.45	298.78	107.00
负债合计	35,386.80	32,089.27	25,608.63
股本	10,823.80	10,823.80	10,823.80
资本公积	29,858.15	28,430.29	26,898.60
减：库存股	2,172.00	4,321.95	4,321.95
盈余公积	5,657.01	5,657.01	4,450.75
未分配利润	25,193.55	14,415.54	8,804.05
股东权益合计	69,360.52	55,004.69	46,655.25
负债和股东权益合计	104,747.32	87,093.96	72,263.88

（二）利润表

单位：万元

项目	2022年度	2021年度	2020年度
----	--------	--------	--------

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
一、营业总收入	66,155.43	58,905.89	47,609.62
其中：营业收入	66,155.43	58,905.89	47,609.62
二、营业总成本	54,530.34	46,583.99	38,921.39
其中：营业成本	39,673.75	33,117.40	26,276.44
税金及附加	342.28	292.65	246.43
销售费用	2,195.01	1,897.68	1,609.45
管理费用	3,625.26	3,511.24	2,982.09
研发费用	9,055.62	8,050.73	7,963.44
财务费用	-361.58	-285.70	-156.45
其中：利息收入	397.28	339.89	165.63
利息费用	24.36	40.71	-
加：其他收益	1,338.25	1,031.84	861.82
投资收益	-	-	50.86
公允价值变动收益	637.34	799.07	833.31
信用减值损失	-1,373.12	-401.41	-1,357.16
资产减值损失	-444.68	-97.00	-274.73
三、营业利润（损失以“-”号填列）	11,782.88	13,654.40	8,802.33
加：营业外收入	6.83	88.67	104.65
减：营业外支出	5.00	5.00	44.87
四、利润总额（损失以“-”号填列）	11,784.71	13,738.07	8,862.11
减：所得税费用	1,006.70	1,508.42	379.30
五、净利润（损失以“-”号填列）	10,778.01	12,229.65	8,482.81
（一）按经营持续性分类			
1、持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	10,778.01	12,229.65	8,482.81
2、终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）			
六、其他综合收益的税后净额			
七、综合收益总额	10,778.01	12,229.65	8,482.81
归属于母公司股东的综合收益总额			
归属于少数股东的综合收益总额			
八、每股收益			

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
(一) 基本每股收益 (元)	1.05	1.20	0.80
(二) 稀释每股收益 (元)	1.01	1.17	0.80

(三) 现金流量表

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	62,125.08	59,272.23	47,033.32
收到的税费返还	355.26	444.28	190.55
收到其他与经营活动有关的现金	1,187.51	1,061.61	1,000.94
经营活动现金流入小计	63,667.84	60,778.12	48,224.81
购买商品、接受劳务支付的现金	14,644.22	12,891.88	8,180.67
支付给职工以及为职工支付的现金	35,234.12	27,600.35	24,564.18
支付的各项税费	4,979.45	4,060.16	3,185.20
支付其他与经营活动有关的现金	3,600.81	3,802.38	4,189.56
经营活动现金流出小计	58,458.60	48,354.78	40,119.61
经营活动产生的现金流量净额	5,209.25	12,423.34	8,105.19
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	65,000.00	38,000.00	73,100.00
取得投资收益收到的现金	752.40	734.82	839.35
收到其他与投资活动有关的现金	290.17	156.34	17.66
投资活动现金流入小计	66,042.57	38,891.15	73,957.01
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	186.49	189.79	202.96
投资支付的现金	65,000.00	44,000.00	73,100.00
投资活动现金流出小计	65,186.49	44,189.79	73,302.96
投资活动产生的现金流量净额	856.08	-5,298.64	654.05
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	2,176.35
筹资活动现金流入小计	-	-	2,176.35
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	5,411.90	4,540.80
支付其他与筹资活动有关的现金	755.39	1,443.24	158.97
筹资活动现金流出小计	755.39	6,855.14	4,699.77

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
筹资活动产生的现金流量净额	-755.39	-6,855.14	-2,523.42
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净(减少)/增加额	5,309.93	269.56	6,235.82
加：期初现金及现金等价物余额	50,291.43	50,021.86	43,786.05
六、期末现金及现金等价物余额	55,601.36	50,291.43	50,021.86

二、审计意见、关键审计事项、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

（一）审计意见及关键审计事项

1、审计意见

根据安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）出具的标准无保留意见的《审计报告》（安永华明（2023）审字第 61357229_A02 号），安永审计了用友汽车信息科技（上海）股份有限公司的财务报表，包括 2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日及 2022 年 12 月 31 日的资产负债表，2020 年度、2021 年度及 2022 年度的利润表、股东权益变动表和现金流量表以及相关财务报表附注。安永认为：“用友汽车信息科技（上海）股份有限公司的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了用友汽车信息科技（上海）股份有限公司 2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日及 2022 年 12 月 31 日的财务状况，2020 年度、2021 年度及 2022 年度的经营成果和现金流量。”

2、关键审计事项

关键审计事项是安永根据职业判断，认为对 2020 年度、2021 年度及 2022 年度的财务报表审计最为重要的事项。这些事项的应对以对财务报表整体进行审计并形成审计意见为背景，安永不对这些事项单独发表意见。

安永将“定制化软件开发服务收入的确认”、“股份支付的确认与计量”作为关键审计事项，在出具的审计报告中披露的关键审计事项主要内容如下：

关键审计事项	该事项在审计中是如何应对的
定制化软件开发服务收入的确认	

关键审计事项	该事项在审计中是如何应对的
<p>2020 年度、2021 年度及 2022 年度，用友汽车信息科技（上海）股份有限公司营业收入分别为人民币 476,096,201.18 元、人民币 589,058,927.23 元及人民币 661,554,289.33 元，营业收入主要包括定制化软件开发服务收入。</p> <p>自 2020 年 1 月 1 日起，用友汽车信息科技（上海）股份有限公司采用《企业会计准则第 14 号——收入（2017）》（“新收入准则”）。适用新收入准则对 2020 年初股东权益合计影响金额为人民币 31,152,917.59 元。</p> <p>用友汽车信息科技（上海）股份有限公司管理层分析定制化软件开发服务合同不满足在某一时段内履行履约义务的条件，于客户取得控制权时点确认收入。定制化软件开发服务收入确认需要依据合同条款及业务流程做出分析判断包括时点还是时段确认收入，以及时点确认收入情形下具体收入确认时点的确定，因此将定制化软件开发服务收入确认作为关键审计事项。</p>	<p>我们在审计过程中对定制化软件开发服务收入确认执行了以下工作：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.了解、评估并测试与定制化软件开发服务收入确认流程相关的内部控制的设计及运行有效性。 2.检查重大定制化软件开发服务合同条款，分析合同条款对收入确认的影响，分析自 2020 年 1 月 1 日起于客户验收时点确认收入的适用性，复核了用友汽车信息科技（上海）股份有限公司管理层对定制化软件开发服务收入的确认方式。 3.抽样选取了 2020 年度、2021 年度及 2022 年度以及 2020 年 1 月 1 日尚未完成的定制化软件开发服务确认收入合同：了解合同执行情况；检查与收入确认相关的合同、验收单等支持性文件；对合同收入及应收账款实施函证程序；对合同收入执行截止性测试等。 4.复核了财务报表中定制化软件开发服务收入的披露。
股份支付的确认与计量	
<p>2020 年度、2021 年度及 2022 年度，用友汽车信息科技（上海）股份有限公司股份支付费用分别为人民币 14,102,803.87 元、人民币 15,316,915.81 元及人民币 14,278,668.49 元。</p> <p>股份支付的确认与计量涉及对授予日的判断，以及对授予股份的公允价值、离职率及可行权条件等事项的估计，不同的判断和估计将对财务报表产生重大影响。</p>	<p>我们在审计过程中对股份支付确认与计量执行了以下工作：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.查阅了股份支付相关的董事会决议、股权激励计划以及持股平台合伙协议等文件。 2.检查文件中关于股权激励的授予对象、授予价格、授予日、等待期及行权条件等内容，将用友汽车信息科技（上海）股份有限公司管理层估计的离职率与历史离职率进行比较，复核用友汽车信息科技（上海）股份有限公司管理层对授予日的判断及离职率、可行权条件的估计。 3.复核用友汽车信息科技（上海）股份有限公司管理层对股份支付公允价值的评估，包括未来现金流量预测等。 4.引入内部估值专家复核了股份支付公允价值评估中使用的假设及折现率等参数。 5.获取并检查了股份支付的明细表，核对授予的股份数量及出资金额等信息，并重新计算股份支付费用。 6.复核了财务报表中股份支付的披露。

（二）财务报表的编制基础

财务报表按照财政部颁布的《企业会计准则—基本准则》以及其后颁布及修订的具体会计准则、应用指南、解释以及其他相关规定（统称“企业会计准

则”），以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号——财务报告的一般规定》的披露规定编制财务报表。

财务报表以持续经营为基础列报。

（三）遵循企业会计准则的声明

本财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了公司于2020年12月31日、2021年12月31日及2022年12月31日的财务状况以及2020年度、2021年度及2022年度的经营成果和现金流量。

（四）合并财务报表范围及变化情况

1、合并报表范围

截至2022年12月31日，公司无纳入合并报表范围的子公司。

2、报告期内合并报表范围变化情况

报告期内，公司合并报表范围未发生变化。

三、报告期采用的主要会计政策和会计估计

发行人的会计政策及其关键判断、会计估计及其假设的衡量标准、会计政策及会计估计的具体执行标准及选择依据符合一般会计原则。

（一）收入

公司主要面向汽车行业的整车厂、经销商、服务站等客户，提供营销与后市场服务领域的数智化解决方案、云服务、软件及专业服务，销售模式均为直销业务模式。

公司销售业务类别为软件开发与服务、系统运维服务、智能设备销售。其中，软件开发与服务主要包括定制化软件开发服务、咨询与实施服务、自主软件销售、推广服务、SaaS类产品及BaaS类产品。

1、自2020年1月1日起（执行新收入准则后），本公司收入确认的具体方法

（1）软件开发与服务

①定制化软件开发服务为按照客户需求提供的软件开发、需求改善或升级服务，定制化软件开发服务于客户验收后按合同约定金额确认收入。

②咨询与实施服务为按照客户需求派出人员，在客户安排下提供咨询与实施服务。本公司按照工作时间及合同约定人天单价计算确认收入。

③自主软件销售是指本公司自行研究开发的，拥有自主知识产权，可直接对外销售的软件，于客户签收时确认收入。

④推广服务是指本公司对客户系统进行的上线辅导工作，于推广服务完成时确认收入。

⑤SaaS 类产品主要包括部署在公有云、按订阅模式收费的产品，公司采用订阅模式按服务期间收费，在服务期间按合同金额平均确认收入。

⑥BaaS 类产品主要指公司汽车产业生态服务平台中的各类增值服务产品，按服务使用次数收费的，在服务完成后按次数和对应单价确认收入；按固定期限收费的，在服务期间按合同金额平均确认收入。

（2）系统运维服务

系统运维服务业务，根据相关合同约定的服务期间按期或根据提供系统运维服务人员工作量及约定单价确认收入。

（3）智能设备销售

经客户签收后确认收入。

质保义务

根据合同约定、法律规定等，本公司为所提供的定制化开发服务提供质量保证。对于为向客户保证所提供的服务符合既定标准的保证类质量保证，本公司按照预计负债进行会计处理。在评估质量保证是否在向客户保证所销售商品符合既定标准之外提供了一项单独服务时，本公司考虑该质量保证是否为法定要求、质量保证期限以及本公司承诺履行任务的性质等因素。

2、实施新收入准则前后，公司各类别业务销售方式、收入确认时点、依据和计量方法

自 2020 年 1 月 1 日起，公司开始执行《企业会计准则第 14 号——收入（2017）》，公司定制化软件开发服务在执行《企业会计准则第 14 号——收入（2017）》前后采用不同的收入确认政策，其销售方式、收入确认时点、依据和计量方法如下：

销售类别	销售方式	适用准则	收入确认时点	收入确认依据	收入计量方法
定制化软件开发服务	公司定制化软件开发服务是在自主研发的软件产品的基础上，根据客户个性化的需求，对部分功能模块进行定制化的开发，从而形成定制化软件开发服务。公司根据定制化软件开发服务的方案及内容等确定合同金额，并按合同约定的付款方式进行收费	企业会计准则第 14 号——收入（2006）	定制化软件开发服务提供服务的结果能够可靠估计，在资产负债表日采用完工百分比法确认提供服务收入	公司以定制化软件开发服务项目资产负债表日合同、成本归集表、预计总成本表、完工百分比计算表作为收入确认依据	在资产负债表日按照提供服务收入总额乘以完工进度扣除以前期间累计已确认提供服务收入后的金额，确认当期提供服务收入；完工进度根据定制化软件开发服务项目累计实际发生的成本占预计总成本的比例确定
		企业会计准则第 14 号——收入（2017）	客户验收时点	客户确认的项目验收报告	于客户验收后按合同约定金额确认收入

除定制化软件开发服务外，公司各类别业务在执行《企业会计准则第 14 号——收入（2017）》前后采用相同的收入确认政策，其销售方式、收入确认时点、依据和计量方法汇总如下：

销售类别	销售方式	收入确认时点	收入确认依据	收入计量方法	
软件开发服务	咨询与实施服务	咨询与实施服务是按照客户需求派出人员，在客户安排下提供咨询与实施服务，公司根据提供的工作量及与客户约定的服务单价据实结算并收费	按照提供服务时间及合同约定服务单价确认收入	客户结算单	服务收入=当期提供服务时间*约定服务单价
	自主软件销售	自主软件销售是公司自主研发的标准化软件使用权的一次性销售，以销售的数量及与客户约定的单价为收费依据	客户签收时点	客户签收单	于客户签收时点按合同约定金额确认收入
	推广服务	推广服务是对客户系统进行的上线辅导工作，公司根据完成的推广服务数量及约定的单价据实结算并收费	客户验收时点	客户验收单	于客户验收时点按合同约定金额确认收入
	SaaS 类产品	SaaS 类产品主要包括部署在公有云、按订阅模式收费的	在服务期间确认收入	合同约定的合同金额和服务	在服务期间按合同金额平均确认

品	产品，采用订阅模式按服务期间收费		期间	收入
BaaS类产品	BaaS类产品主要指公司汽车产业生态服务平台中的各类增值服务产品，按服务使用次数收费的，公司在服务完成后按次数和对应单价收费；按固定期间收费的，公司按服务期间收费	1、按固定期间收费的，按服务期间确认收入 2、按服务使用次数收费的，公司在服务完成后按次数和对应单价确认收入	1、合同约定的合同金额和服务期间 2、服务次数和约定单价	1、按固定期间收费的，收入在服务期间按合同金额平均确认收入 2、按服务使用次数收费的，收入=服务次数*服务单价
系统运维服务	系统运维服务是指为客户提供软件产品的技术支持及售后维护服务，保障软件系统运行的稳定性和安全性。系统运维合同根据服务期间或服务人员工作量及约定单价收费	1、根据相关合同约定的服务期间按期确认收入 2、根据提供系统运维服务人员工作量及约定单价确认收入	1、根据合同约定的合同金额与服务期间确认收入 2、客户结算单	1、约定了运维期间和合同总额时，按照合同金额在服务期间平均确认 2、约定服务单价时，服务收入=提供运维服务的工作量*服务单价
智能设备销售	智能设备销售是指公司在为客户提供智能场景解决方案时，将从第三方采购的软硬件产品组装后形成智能设备，并销售给客户以实现其业务场景需求，以销售的数量和与客户约定的单价为收费依据	客户签收时点	客户签收单	于客户签收时点按合同约定金额确认收入

（二）成本核算

公司的主营业务成本主要包括项目实施人员薪酬、服务采购成本、软硬件采购成本以及其他项目支出，具体成本核算方法如下：

2.1 人员薪酬

人员薪酬为开展具体项目而发生的实施人员的薪酬，主要包括项目实施工资、社保公积金、奖金等。公司按照工时在各项目中进行归集和分摊，职工薪酬归集与分摊的具体流程如下：1）于每月末，由项目经理按照实际出勤情况按照要求在系统中填报工时，并由项目组成员进行确认；2）项目管理部于次月初从系统中导出《员工工时记录表》，复核无误后上报至财务部；3）财务部依据人力资源部的考勤记录，对《员工工时记录表》进行再次复核，并据此将当月员工薪酬分摊到具体项目，再进行项目成本的归集及结转。

2.2 服务采购成本

服务采购成本主要是为项目采购的外包技术服务费。公司定期对服务提供商工作内容及工作量进行确认，并与服务供应商签署结算单，公司财务部根据结算单于服务成本发生时按照项目进行归集及结转。

2.3 软硬件采购成本

软硬件采购成本主要是为智能设备销售项目采购的软硬件产品，公司财务部于客户签收时按照项目进行归集及结转。

2.4 其他项目支出

其他项目支出主要包括差旅费、办公费、租赁费及固定资产折旧费用等支出，于发生时根据项目实际使用情况进行归集及结转。

2020年1月1日执行《企业会计准则第14号——收入（2017）》，公司将上述项目支出于发生时按项目先归集到“存货-合同履行成本”科目，其后随收入确认相应结转至“主营业务成本”科目。

（三）研发支出

每年年初，公司总裁办讨论并确定公司当年总体研发方向，进行研发项目立项，制定项目预算金额等。根据年度研发计划，公司明确各研发部门的研发项目。

公司根据《企业会计准则》的有关规定，明确研发支出的核算范围，公司按研发项目归集研发部门的各项支出。

3.1 直接人工费用

直接人工费用主要包括研发人员工资、社保公积金、奖金、福利费等。研发项目经理每月月底填报团队成员的工时，并经过研发部门和人力资源部门复核。月末，财务部门根据研发立项时研发项目与研发部门的对照关系，复核研发工时与研发项目的一致性，将研发人员的直接人工费用归集到对应的研发项目，确认为各研发项目的人工费用。

3.2 其他直接费用

与研发活动相关的其他直接费用主要包括交通差旅费、研发办公费等，于发生时根据研发人员具体发生的业务活动归集到相应研发项目中。

3.3 其他间接费用

根据研发立项时研发项目与研发部门的对照关系，在财务系统固定资产模块进行设置，每月末，当月研发部门使用的固定资产折旧费用在财务系统中依据对照关系计入相应的研发项目；租赁相关的费用按实际使用办公场地的研发部门进行归集，相应计入各研发项目。

对于上述按研发项目归集的研发支出，区分为研究阶段支出和开发阶段支出。研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。开发阶段的支出，只有在同时满足下列条件时，才能予以资本化，即：完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；具有完成该无形资产并使用或出售的意图；无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。不满足上述条件的开发支出，于发生时计入当期损益。

报告期内，公司不存在资本化的研发支出。

（四）股份支付

公司已执行的股权激励信息详见招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“十八、发行人已执行的股权激励及其他制度安排和执行情况”。

股份支付，分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。以权益结算的股份支付，是指本公司为获取服务以股份或其他权益工具作为对价进行结算的交易。报告期内，公司涉及的股份支付均属于以权益结算的股份支付。

以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，以授予职工权益工具的公允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日按照公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积；完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的，在等待期内每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应增加资本公积。权益工具的公允价值采用现金流折现法评估确定。

对由于未满足非市场条件和/或服务期限条件而最终未能行权的股份支付，

不确认成本或费用。股份支付协议中规定了市场条件或非可行权条件的，无论是否满足市场条件或非可行权条件，只要满足所有其他业绩条件和/或服务期限条件，即视为可行权。

如果修改了以权益结算的股份支付的条款，至少按照未修改条款的情况确认取得的服务。此外，增加所授予权益工具公允价值的修改，或在修改日对职工有利的变更，均确认取得服务的增加。

如果取消了以权益结算的股份支付，则于取消日作为加速行权处理，立即确认尚未确认的金额。职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的，作为取消以权益结算的股份支付处理。但是，如果授予新的权益工具，并在新权益工具授予日认定所授予的新权益工具是用于替代被取消的权益工具的，则以与处理原权益工具条款和条件修改相同的方式，对所授予的替代权益工具进行处理。

（五）重大会计政策、会计估计变更和会计差错更正

1、重大会计政策变更

（1）新租赁准则

2018年，财政部颁布了修订的《企业会计准则第21号——租赁》（简称“新租赁准则”），新租赁准则采用与现行融资租赁会计处理类似的单一模型，要求承租人对除短期租赁和低价值资产租赁以外的所有租赁确认使用权资产和租赁负债，并分别确认折旧和利息费用。公司自2021年1月1日开始按照新修订的租赁准则进行会计处理，对首次执行日前已存在的合同，选择不重新评估其是否为租赁或者包含租赁，并根据衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日新租赁准则与现行租赁准则的差异追溯调整2021年年初留存收益。

执行新租赁准则对2021年1月1日资产负债表项目的影响如下：

单位：万元

项目	报表数	假设按原准则	影响
其他流动资产	489.91	500.52	-10.60
使用权资产	1,219.06	-	1,219.06

一年内到期的其他非流动负债	573.85	-	573.85
租赁负债	634.61	-	634.61

（2）新收入准则

2017年，财政部颁布了修订的《企业会计准则第14号——收入（2017）》（财会[2017]22号）（以下简称“新收入准则”）。公司自2020年1月1日开始按照新修订的上述准则进行会计处理，根据衔接规定，对可比期间信息不予调整，首日执行新准则与现行准则的差异追溯调整2020年年初留存收益。

公司定制化软件开发服务业务，属于提供服务。2020年1月1日之前公司采用完工百分比法确认收入。自2020年1月1日起，公司分析其不满足在某一时段内履行履约义务的条件，因此以客户验收时点确认收入。

上述会计政策变更引起的追溯调整对2020年年初财务报表的主要影响如下：

单位：万元

项目	按原准则列示的账面价值	新收入准则影响		按新准则列示的账面价值
	2019年12月31日	重分类	重新计量	2020年1月1日
应收账款	16,449.38	-437.02	-4,663.46	11,348.90
存货	45.29	-	5,503.05	5,548.34
合同资产	-	437.02	15.43	452.45
递延所得税资产	399.83	-	346.14	745.98
资产总计	63,788.70	-	1,201.16	64,989.86
预收款项	5,882.67	-5,882.67	-	-
合同负债	-	5,843.57	4,534.14	10,377.71
应交税费	1,495.97	-	-255.27	1,240.69
其他流动负债	-	39.09	37.59	76.68
负债合计	19,370.45	-	4,316.45	23,686.90
盈余公积	3,914.00	-	-311.53	3,602.47
未分配利润	8,514.08	-	-2,803.76	5,710.32
股东权益合计	44,418.25	-	-3,115.29	41,302.95

2、重大会计估计变更

报告期公司无重大会计估计变更事项。

3、会计差错更正

2020 年度-2022 年度，公司无会计差错更正事项。

（六）新收入准则的影响

1、新收入准则实施前后收入确认会计政策的主要差异

根据财政部于 2017 年发布的《企业会计准则第 14 号——收入（2017）》（财会[2017]22 号）（以下简称“新收入准则”），公司自 2020 年 1 月 1 日起实施新收入准则。新收入准则实施前后，公司定制化软件开发服务业务，属于提供服务，2020 年 1 月 1 日之前公司采用完工百分比法确认收入。于 2020 年 1 月 1 日，公司分析其不满足在某一时段内履行履约义务的条件，因此，以客户验收时点确认收入。

2、新收入准则实施在公司业务模式、合同条款、收入确认等方面产生的影响

（1）新收入准则实施在业务模式方面产生的影响

公司主要根据客户需求和行业惯例等因素开展业务，新收入准则的实施不会在业务模式方面对公司产生重大影响。

（2）新收入准则实施在合同条款方面产生的影响

公司业务合同中主要条款由公司与客户协商确定，符合项目实际情况和行业惯例，因此实施新收入准则不会在合同条款方面对公司产生重大影响。

（3）新收入准则实施在收入确认方面产生的影响

如上文所述，公司仅定制化软件开发服务业务在新旧收入准则下确认政策存在差异，定制化软件开发服务业务原采用完工百分比法确认收入，新收入准则实施后以客户验收时点确认收入。

四、经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表

公司根据证监会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》（证监会公告[2008]43 号）编制了非经常性损益明细表，安永出

具了《非经常性损益的专项说明》（安永华明（2023）专字第 61357229_A05 号）。报告期内，公司非经常性损益的具体情况如下表：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-	-	-
计入当期损益的政府补助（与正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	996.39	902.98	810.17
委托他人投资或管理资产的损益	709.81	694.26	791.84
债务重组收益	-	-	50.86
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-72.48	104.81	41.48
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	0.11	0.79	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-5.00	-0.87	-44.82
小计	1,628.84	1,701.99	1,649.52
所得税影响额	244.33	255.30	253.41
少数股东权益影响额（税后）	-	-	-
非经常性损益净额	1,384.52	1,446.69	1,396.11
扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润	9,393.49	10,782.96	7,086.70

报告期各期，公司扣除所得税影响后归属于母公司股东的非经常性损益分别为 1,396.11 万元、1,446.69 万元和 1,384.52 万元，较为稳定，主要由政府补助、理财产品收益等产生。

五、主要税种税率、享受的主要税收优惠政策

（一）主要税种及税率

报告期内，公司缴纳的主要税种及税率情况如下：

税种	具体税率情况
增值税	应税收入按 13% 或 6% 的税率计算销项税，并按扣除当期允许抵扣的进项税额后的差额计缴增值税。

税种	具体税率情况
城市维护建设税	按实际缴纳的流转税的 5% 计缴
教育费附加	按实际缴纳的流转税的 3% 计缴
地方教育费附加	按实际缴纳的流转税的 2% 计缴
企业所得税	用友汽车适用税率，详见本部分之“（二）税收优惠”

（二）税收优惠

1、企业所得税

（1）用友汽车享受高新技术企业所得税优惠

公司于 2020 年 11 月 18 日通过高新技术企业复审，取得高新技术企业证书（证书编号：GR202031005490），有效期三年。2020 年-2022 年，公司按高新技术企业标准享受企业所得税 15% 的优惠税率。

（2）研发费用加计扣除

根据财政部、国家税务总局和中华人民共和国科学技术部于 2018 年 9 月 20 日发布的《关于提高研究开发费用税前加计扣除比例的通知》（财税〔2018〕99 号）、财政部、国家税务总局于 2021 年 3 月 15 日发布的《关于延长部分税收优惠政策执行期限的公告》（财税〔2021〕6 号）以及财政部、税务总局和科技部于 2022 年 9 月 22 日下发的《关于加大支持科技创新税前扣除力度的公告》规定，企业开展研发活动中实际发生的研发费用，未形成无形资产计入当期损益的，在按规定据实扣除的基础上，在 2020 年 1 月 1 日至 2022 年 9 月 30 日期间，再按照实际发生额的 75% 在税前加计扣除；2022 年 10 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日期间，未形成无形资产计入当期损益的，税前加计扣除比例提高至 100%。

2、增值税

（1）根据财政部、国家税务总局发布的《关于软件产品增值税政策的通知》（财税〔2011〕100 号）规定，增值税一般纳税人销售其自行开发生产的软件产品，按适用税率征收增值税后，对其增值税实际税负超过 3% 的部分实行即征即退政策。

（2）根据财政部、国家税务总局、海关总署发布的《关于深化增值税改革

有关政策的公告》（财政部、税务总局、海关总署公告 2019 年第 39 号）规定，自 2019 年 4 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日期间，允许生产、生活性服务业纳税人按照当期可抵扣进项税额加计 10%，抵减应纳税额。根据 2022 年 2 月 18 日，国家发展改革委等部门印发《关于促进服务业领域困难行业恢复发展的若干政策》的通知（发改财金〔2022〕271 号），延续服务业增值税加计抵减政策，2022 年对生产、生活性服务业纳税人当期可抵扣进项税额继续分别按 10% 和 15% 加计抵减应纳税额。

（3）根据财政部、国家税务总局发布的《关于全面推开营业税改征增值税试点的通知》（财税〔2016〕36 号）的规定，向境外单位提供的完全在境外消费的软件服务免征增值税。

（三）公司税收政策和税收优惠政策的变化情况

1、报告期内公司税收政策变化情况

报告期内，公司税收政策未发生重大变化。

2、报告期内公司税收优惠政策变化情况

报告期内，公司享受的主要税收优惠未发生重大变化。

（四）税收优惠对经营成果的影响

报告期内，公司享受的税收优惠金额及占利润总额的影响比例如下：

单位：万元

税收优惠项目	税种	2022 年度	2021 年度	2020 年度
增值税税负超过 3% 即征即退	增值税	334.95	122.40	90.26
进项税加计抵减	增值税	108.20	90.99	66.00
高新技术企业税收优惠	所得税	1,014.01	974.91	181.08
企业所得税加计扣除	所得税	1,000.20	824.38	810.13
税收优惠金额合计		2,457.36	2,012.68	1,147.47
利润总额		11,784.71	13,738.07	8,862.11
税收优惠占比		20.85%	14.65%	12.95%

报告期内，公司享受的税收优惠金额占当期利润总额的比例分别为 12.95%、14.65% 和 20.85%。2022 年，税收优惠金额占当期利润总额的比例较

2021 年有所提高，主要原因一方面是 2022 年自产软件销售收入增加，相应的软件产品增值税即征即退金额增加，另一方面是 2022 年研发费用增加以及第四季度根据相关规定研发费用加计 100%扣除的影响。

报告期内，公司经营成果对税收优惠不存在严重依赖，相关税收优惠不会对公司持续盈利能力造成重大不利影响。

六、分部信息

公司报告期内不存在经营分部。

公司按业务类型、地区列示的主营业务收入信息，请参见本节“九、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”。

七、所有者权益变动情况

报告期内，公司的股东权益情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
股本/实收资本	10,823.80	10,823.80	10,823.80
资本公积	29,858.15	28,430.29	26,898.60
减：库存股	2,172.00	4,321.95	4,321.95
盈余公积	5,657.01	5,657.01	4,450.75
未分配利润	25,193.55	14,415.54	8,804.05
归属于母公司股东权益合计	69,360.52	55,004.69	46,655.25
少数股东权益	-	-	-
股东权益合计	69,360.52	55,004.69	46,655.25

（一）股本/实收资本变化情况

报告期各期末，公司股本均为 10,823.80 万元，未发生变化。

（二）资本公积变化情况

报告期内，公司资本公积情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
股本溢价	28,064.31	25,526.59	25,526.59

项目	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
股份支付	1,793.85	2,903.69	1,372.00
合计	29,858.15	28,430.29	26,898.60

报告期内，公司资本公积变化原因如下：

1、2021年末资本公积较2020年末增加1,531.69万元，增加的原因系2021年因股权激励事项公司确认的股份支付费用共计1,531.69万元，相应的增加资本公积—股份支付1,531.69万元。

2、2022年末资本公积较2021年末增加1,427.87万元，增加的原因是由于2022年因股权激励事项公司确认的股份支付费用共计1,427.87万元，相应的增加资本公积—股份支付1,427.87万元。此外，2022年因公司股权激励满足解锁条件后，解锁部分股票对应的股份支付金额2,537.72万元转入股本溢价。

（三）库存股变化情况

单位：万元

项目	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
限制性股票回购义务	2,172.00	4,321.95	4,321.95

2020年，公司因股权激励进行股票发行，本次股票发行附业绩考核条件和回购条款，公司在取得股东认购款时，确认回购义务及库存股。因此，本次发行公司确认库存股2,176.35万元。

2022年末，库存股减少的原因在于，公司股权激励满足解除限售条件的限制性股票已确认的股票回购义务转回。

（四）盈余公积变化情况

单位：万元

项目	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
法定盈余公积	5,411.90	5,411.90	4,205.65
任意盈余公积	245.11	245.11	245.11
合计	5,657.01	5,657.01	4,450.75

根据公司法、公司章程的规定，公司按公司/母公司净利润的10%提取法定盈余公积。法定盈余公积累计额为本公司注册资本50%以上的，可不再提取。

（五）未分配利润变化情况

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
上期/年末未分配利润	14,415.54	8,804.05	8,514.08
会计政策变更	-	-	-2,803.76
本期/年初未分配利润	14,415.54	8,804.05	5,710.32
加：归属于母公司股东的净利润	10,778.01	12,229.65	8,482.81
减：提取法定盈余公积	-	1,206.25	848.28
对股东的利润分配	-	5,411.90	4,540.80
期/年末未分配利润	25,193.55	14,415.54	8,804.05

报告期内，未分配利润主要变化原因如下：

1、2020 年度，由于公司执行新收入准则，首日执行新准则与现行准则的差异追溯调整 2020 年年初留存收益，因此影响公司 2020 年年初未分配利润 2,803.76 万元。

2、公司于 2020 年 4 月 20 日召开 2019 年年度股东大会，审议通过《关于审议公司 2019 年度利润分配预案的议案》，以公司现有总股本 10,560.00 万股为基数，向全体股东每 10 股派现金 4.30 元（含税），分派股利总额为 4,540.80 万元。

3、公司于 2021 年 4 月 16 日召开 2020 年年度股东大会，审议通过《关于公司 2020 年度利润分配预案的议案》，以公司现有总股本 10,823.80 万股为基数，向全体股东每 10 股派现金 5.00 元（含税），分派股利总额为 5,411.90 万元。

八、主要财务指标

（一）基本财务指标

项目	2022 年度 /2022.12.31	2021 年度 /2021.12.31	2020 年度 /2020.12.31
流动比率（倍）	2.89	2.47	2.76
速动比率（倍）	2.52	2.20	2.56
资产负债率（合并）	33.78%	36.84%	35.44%
归属于母公司股东每股净资产（元）	6.41	5.08	4.31

项目	2022 年度 /2022.12.31	2021 年度 /2021.12.31	2020 年度 /2020.12.31
应收账款周转率（次/年）	3.22	4.01	3.16
存货周转率（次/年）	3.49	4.62	9.62
息税折旧摊销前利润（万元）	11,989.22	13,943.59	9,001.74
归属于母公司股东的净利润（万元）	10,778.01	12,229.65	8,482.81
归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	9,393.49	10,782.96	7,086.70

注：计算公式如下：

- 1、流动比率=流动资产/流动负债
- 2、速动比率=(流动资产-存货)/流动负债
- 3、资产负债率(合并)=负债总额/总资产
- 4、归属于母公司股东每股净资产=归属于母公司股东权益/公司期末股本总额
- 5、应收账款周转率=营业收入/((期初应收账款余额+期末应收账款余额)/2)
- 6、存货周转率=营业成本/((期初存货余额+期末存货余额)/2)
- 7、息税折旧摊销前利润=利润总额+计入财务费用的利息支出+固定资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销（注：不包括使用权资产折旧）

（二）净资产收益率和每股收益

报告期内，公司净资产收益率和每股收益如下：

报告期利润		加权平均净资产收益率	每股收益（元）	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于母公司股东的净利润	2022 年度	17.56%	1.05	1.01
	2021 年度	24.53%	1.20	1.17
	2020 年度	19.64%	0.80	0.80
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	2022 年度	15.31%	0.92	0.88
	2021 年度	21.63%	1.06	1.03
	2020 年度	16.41%	0.67	0.67

注：上述指标的计算方法如下：

- 1、加权平均净资产收益率= $P / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$

其中：P 分别对应于归属于母公司股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润；NP 为归属于母公司股东的净利润；E₀ 为归属于母公司股东的期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于母公司股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于母公司股东的净资产；M₀ 为报告期月份数；M_i 为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数；M_j 为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数；E_k 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产增减变动下一月份起至报告期期末的月份数。

- 2、基本每股收益=P/S

$$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$$

其中：P 为归属于母公司股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S₀ 为期初股份总数；S₁ 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j 为报告期因回购等减少股份数；S_k 为报告期缩股数；M₀ 报告期月份数；M_i 为增加股份下一月

份起至报告期期末的月份数； M_j 为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

（三）研发投入

报告期内，公司研发投入具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
研发投入	9,055.62	8,050.73	7,963.44
其中：费用化金额	9,055.62	8,050.73	7,963.44
资本化金额	-	-	-
营业收入	66,155.43	58,905.89	47,609.62
研发投入占营业收入比例	13.69%	13.67%	16.73%

（四）每股现金流量

报告期内，公司每股现金流量情况如下：

单位：元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
每股经营活动产生的现金流量	0.48	1.15	0.75
每股净现金流量	0.49	0.02	0.58

注：计算公式如下：

- 1、每股经营活动现金净流量=经营活动现金流量净额/期末股本总额
- 2、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末股本总额

九、经营成果分析

（一）报告期内的经营情况

1、报告期公司经营成果的具体情况

报告期内，公司整体实力和盈利能力较强，2021 年公司营业收入较 2020 年增长 23.73%，2022 年公司营业收入较 2021 年增长 12.31%。报告期内，公司的具体经营情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	66,155.43	12.31%	58,905.89	23.73%	47,609.62
营业成本	39,673.75	19.80%	33,117.40	26.03%	26,276.44
营业利润	11,782.88	-13.71%	13,654.40	55.12%	8,802.33

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
利润总额	11,784.71	-14.22%	13,738.07	55.02%	8,862.11
净利润	10,778.01	-11.87%	12,229.65	44.17%	8,482.81
归属于母公司股东的净利润	10,778.01	-11.87%	12,229.65	44.17%	8,482.81

2、报告期内经营成果逻辑分析

（1）行业数字化转型带来的业务机会

近年来，数字化转型成为汽车行业发展的新业态和新模式。汽车行业数字化转型的落地需要通过新一代信息技术持续完善营销与后市场服务环节的线上化、数字化、智能化，能够更快速、更精准的了解、响应市场趋势和客户需求，从而驱动企业创新。这就对营销与后市场服务领域的软件产品和云服务提出了更高的要求，从而给公司业务发展带来了市场机会。

（2）新能源车的发展带来的新业务需求

随着国家对新能源汽车的扶持，越来越多的企业加入到了造车的行列。这一方面扩大了市场参与者的数量；另一方面，造车新势力等新能源汽车在营销与后市场服务领域的业务开展模式和燃油汽车品牌有较大不同，其对终端消费者的需求、偏好、行为也更加重视，这就推动了汽车行业都在快速进行营销和售后模式的革新，使得车企对营销与后市场服务领域的软件产品和云服务产生了新业务需求。

（3）软件云化带来的业务机会

随着我国云计算基础设施规模的日益增长以及云原生等技术的快速发展，云计算已经成为企业建设数字化 IT 系统平台的主流技术选择，越来越多的企业选择采用云化架构的软件系统。原采用传统软件架构的车企正在从底层架构上逐渐对车企营销系统等软件系统进行升级改造，以便更好的融合新一代信息技术，落地数字化转型，因此带来对原有软件系统进行云化升级的业务需求。

（4）行业经验丰富，市场认可度高

公司聚焦于汽车行业客户的营销与后市场服务领域，深耕行业多年，对行

业及市场有着深度理解，积累了丰富的行业经验和行业客户资源，也获得了客户较高的认可度。

（5）持续研发投入，技术优势明显

公司持续进行新产品和新技术的研究开发，为自主创新提供持续保障。报告期内，公司持续的进行高研发投入，公司研发费用占营业收入的比例分别为：16.73%、13.67%和 13.69%。经过多年的研发积累，截至本招股说明书签署日，公司已取得 98 项软件著作权、7 项专利，形成了较为完善的技术体系和产品整体解决方案，公司的核心技术为公司的主营业务提供了强有力的支撑。

虽然 2019 年汽车销量放缓、汽车行业市场竞争加剧，部分汽车企业在 IT 投入方面更为谨慎，但是受益于下游客户数字化转型、新能源汽车发展以及云化改造带来的市场机会，公司凭借丰富的行业经验、专业的服务水平、突出的技术优势获得了市场认可，并持续保持行业龙头地位。

（二）营业收入分析

1、营业收入的构成情况

报告期内，公司营业收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	66,155.43	100.00%	58,905.89	100.00%	47,609.62	100.00%
其他业务收入	-	-	-	-	-	-
合计	66,155.43	100.00%	58,905.89	100.00%	47,609.62	100.00%

报告期内，公司营业收入均为主营业务收入。

报告期内，2021 年公司营业收入相较 2020 年增长 23.73%，主要原因一方面是 2020 年受经营环境影响，公司部分项目节奏放缓，导致 2020 年收入有所减少；另一方面是 2021 年公司进一步开拓市场、增加商机、完成优质大项目等形成收入的增长。2022 年，基于公司稳固的客户基础和持续业务开拓，2022 年公司营业收入较 2021 年增长 12.31%，受 2022 年第四季度外部经营环境的影响，2022 年全年营业收入同比增速低于 2021 年。

2、主营业务收入变动分析

(1) 按业务类型划分

报告期内，公司主营业务收入按业务类型分类情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
软件开发与服务	46,425.18	70.18%	41,091.25	69.76%	31,401.43	65.96%
系统运维服务	17,927.77	27.10%	16,434.46	27.90%	15,202.18	31.93%
智能设备销售	1,802.48	2.72%	1,380.18	2.34%	1,006.01	2.11%
合计	66,155.43	100.00%	58,905.89	100.00%	47,609.62	100.00%

① 软件开发与服务

报告期内，软件开发与服务业务是公司收入的主要来源，收入分别为 31,401.43 万元、41,091.25 万元和 46,425.18 万元，占主营业务收入的比重分别为 65.96%、69.76%和 70.18%，2021 年软件开发与服务业务收入较 2020 年增加 9,689.82 万元，同比增长率为 30.86%，2022 年软件开发与服务业务收入较 2021 年增加 5,333.93 万元，同比增长率为 12.98%。

软件开发与服务类业务收入按照产品类型分类情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
车企营销系统	40,687.73	87.64%	37,937.81	92.33%	27,814.29	88.58%
车主服务平台	5,376.48	11.58%	2,837.22	6.90%	3,251.93	10.36%
汽车产业生态服务平台	360.97	0.78%	316.22	0.77%	335.21	1.07%
合计	46,425.18	100.00%	41,091.25	100.00%	31,401.43	100.00%

报告期内，公司软件开发与服务类收入主要来源于车企营销系统。

i. 车企营销系统

报告期内，车企营销系统的项目规模、数量及平均单价情况如下：

年度	项目收入区间	收入金额 (万元)	收入占比	项目数量 (个)	项目数占 比	项目平均单 价(万元)
----	--------	--------------	------	-------------	-----------	----------------

2022年	50万元以下（含）	3,522.29	8.66%	196	57.82%	17.97
	50万元-200万元（含）	10,431.97	25.64%	93	27.43%	112.17
	200万元-500万元（含）	11,709.81	28.78%	40	11.80%	292.75
	500万元以上	15,023.66	36.92%	10	2.95%	1,502.37
	合计	40,687.73	100.00%	339	100.00%	120.02
2021年	50万元以下（含）	3,318.61	8.75%	186	63.92%	17.84
	50万元-200万元（含）	6,966.93	18.36%	67	23.02%	103.98
	200万元-500万元（含）	7,628.16	20.11%	25	8.59%	305.13
	500万元以上	20,024.11	52.78%	13	4.47%	1,540.32
	合计	37,937.81	100.00%	291	100.00%	130.37
2020年	50万元以下（含）	2,191.34	7.88%	116	53.95%	18.89
	50万元-200万元（含）	7,260.84	26.10%	68	31.63%	106.78
	200万元-500万元（含）	7,210.43	25.92%	23	10.70%	313.50
	500万元以上	11,151.68	40.09%	8	3.72%	1,393.96
	合计	27,814.29	100.00%	215	100.00%	129.37

报告期内，公司车企营销系统的项目总数和收入逐年增加，主要是公司积极进行业务开拓，业务规模增加，项目数量增多。2022年，公司项目平均收入较2021年有所下降，主要是500万元以上的大项目收入有所减少。具体来看：

1) 各期收入金额分布在50万元以下的项目数量较多，但收入合计占比分别为7.88%、8.75%和8.66%，占比较低。

2) 各期收入金额分布在500万元以上的项目收入合计分别为11,151.68万元、20,024.11万元和15,023.66万元，占比分别为40.09%、52.78%和36.92%。2021年，500万元以上的大项目收入占比较2020年提高，主要是2021年宝马、沃尔沃、北汽、广汽等项目持续为公司带来较大额的收入。

3) 2021年，车企营销系统收入较2020年增加10,123.52万元，主要是项目数量增加，且500万元以上的项目收入增加，体现了公司客户开拓和完成大项目的能力进一步提升。

4) 2022年，车企营销系统收入较2021年增加2,749.92万元，主要是50万元-200万元（含）和200万元-500万元（含）的项目收入增加。

ii. 车主服务平台

报告期内，公司车主服务平台项目处于布局阶段，项目数量较少，收入分别为 3,251.93 万元、2,837.22 万元和 5,376.48 万元。报告期内，2020 年和 2021 年公司车主服务平台收入金额占比较小，2022 年车主服务平台收入金额提高，越来越多的车企正在从“以产品为中心”向“以用户为中心”转变，需要搭建直接面向车主进行服务的软件平台，以提升品牌影响力，增加客户粘性和忠诚度，实现车主精细化运营管理和精准营销。公司已与部分整车厂开展合作，在报告期内实现收入的主要项目包括沃尔沃、广汽丰田、一汽大众、上汽通用五菱、林肯等车主服务平台开发项目。

iii.汽车产业生态服务平台

报告期内，公司汽车产业生态服务平台收入分别为 335.21 万元、316.22 万元和 360.97 万元。报告期内，公司的汽车产业生态服务平台仍然处于发展初期，收入体量较小，未来当公司能够提供的增值生态服务种类不断增加，使用公司提供服务的用户数不断增长，公司本产品的收入规模就有望实现增长。

② 系统运维服务

公司进行行业客户深度经营，业务持续性较强，整体而言，公司整车厂和经销商集团客户较为稳定。通常，整车厂和经销商集团对其旗下的汽车经销商的系统规划进行统一管理。客户对于公司提供的软件系统有着较高的粘性，一般进行首次软件销售及底层系统搭建之后，会向公司采购后续运维服务。因此，报告期内，公司系统运维服务收入整体稳中有升，收入分别为 15,202.18 万元、16,434.46 万元和 17,927.77 万元，占比分别为 31.93%、27.90%和 27.10%。

③ 智能设备销售

报告期内，公司智能设备销售收入分别为 1,006.01 万元、1,380.18 万元和 1,802.48 万元，占比分别为 2.11%、2.34%和 2.72%，占比较小，对公司主营业务收入的影响较小。

(2) 按地区分类

报告期内，公司主营业务收入按地区分类情况如下：

单位：万元

地区	2022 年度	2021 年度	2020 年度
----	---------	---------	---------

	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内	65,677.06	99.28%	58,362.07	99.08%	46,844.64	98.39%
华东	28,696.59	43.38%	20,492.48	34.79%	17,427.92	36.61%
华南	9,130.20	13.80%	7,902.09	13.41%	10,973.03	23.05%
华北	16,299.04	24.64%	18,854.80	32.01%	8,671.40	18.21%
西南	5,289.24	8.00%	4,289.24	7.28%	3,702.19	7.78%
东北	2,138.79	3.23%	3,427.49	5.82%	2,907.64	6.11%
华中	3,080.33	4.66%	2,717.94	4.61%	2,320.35	4.87%
西北	1,042.88	1.58%	678.02	1.15%	842.11	1.77%
境外	478.36	0.72%	543.82	0.92%	764.98	1.61%
泰国	180.67	0.27%	212.66	0.36%	338.64	0.71%
印度尼西亚	297.69	0.45%	331.17	0.56%	426.34	0.90%
合计	66,155.43	100.00%	58,905.89	100.00%	47,609.62	100.00%

报告期内，公司主要收入来源于境内客户，主要客户为整车厂、经销商集团和经销商，该类客户主要集中在上海、广东、北京、重庆、吉林等地区，故公司来源于华东、华南、华北、西南、东北区域的收入占比较高，报告期内，公司来源于上述五个区域的收入合计数占比分别为 91.75%、93.31% 和 93.04%，占比较为稳定。

公司目前主要布局和开拓国内市场，但公司正在积极把握我国车企全球化发展机遇，并积极参与国外车企在营销与后市场服务领域相关软件产品及云服务的建设项目，加大海外市场的开拓力度。未来，随着公司加强在海外市场的开拓力度，公司的境外经营收入有望提升。

（3）按季度分布情况

①报告期内，公司主营业务收入按季度分布情况如下：

单位：万元

季度	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	14,342.06	21.68%	13,385.33	22.72%	4,939.57	10.38%
第二季度	17,926.10	27.10%	13,128.58	22.29%	14,982.93	31.47%
第三季度	17,313.08	26.17%	15,583.22	26.46%	8,392.19	17.63%
第四季度	16,574.19	25.05%	16,808.76	28.53%	19,294.93	40.53%

季度	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
合计	66,155.43	100.00%	58,905.89	100.00%	47,609.62	100.00%

2020 年，公司主营业务收入呈现出季节性波动。2021 年和 2022 年，公司主营业务收入不存在较明显的季节性波动。

2020 年，公司主营业务收入呈现季节性波动的主要原因是受 2020 年年初经营环境和春节假期的影响，公司部分项目节奏放缓，导致第一季度收入确认金额较少，第二季度经营逐渐恢复正常。因此，公司在 2020 年第二季度确认的收入高于第一季度。

②主营业务收入季度性分布情况与同行业可比公司的比较分析

报告期内，同行业可比公司的营业收入季度分布情况如下：

年度	证券代码	证券简称	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
2022 年	688579.SH	山大地纬	/	/	/	/
	300598.SZ	诚迈科技	/	/	/	/
	300496.SZ	中科创达	21.17%	24.32%	25.29%	29.22%
	301221.SZ	光庭信息	/	/	/	/
	CDK.O	CDK	-	-	-	-
2021 年	688579.SH	山大地纬	5.28%	16.52%	18.66%	59.54%
	300598.SZ	诚迈科技	19.99%	22.33%	24.74%	32.94%
	300496.SZ	中科创达	19.16%	21.90%	23.69%	35.25%
	301221.SZ	光庭信息	16.04%	22.97%	25.11%	35.88%
	CDK.O	CDK	24.73%	24.28%	25.88%	25.11%
2020 年	688579.SH	山大地纬	7.87%	16.33%	19.91%	55.89%
	300598.SZ	诚迈科技	14.29%	25.57%	23.96%	36.19%
	300496.SZ	中科创达	16.82%	23.12%	28.07%	31.99%
	301221.SZ	光庭信息	17.66%	20.68%	22.21%	39.44%
	CDK.O	CDK	26.27%	23.21%	25.49%	25.03%

注 1：上表涉及的数据来自各上市公司定期报告或招股说明书。

注 2：CDK 于 2022 年 7 月终止上市，相关数据未披露。

注 3：截至 2023 年 3 月 31 日，山大地纬、诚迈科技、光庭信息暂未披露 2022 年年度财务数据。

i. 公司与境内同行业可比公司比较情况

与境内同行业可比公司相比，2020年，公司主营业务收入的季节性分布趋势与境内同行业可比公司相似。2021年和2022年，公司主营业务收入不存在明显的季节性波动，季节性变动趋势与部分境内同行业可比公司存在差异。2021年，公司与诚迈科技、中科创达和光庭信息的收入季节性分布不存在显著差异；公司与山大地纬的收入季节性分布存在差异，主要是公司聚焦行业大客户深度经营，主要客户稳定，业务持续性较强，项目投入较为均衡，收入确认金额也相对平滑。

ii. 公司与CDK比较情况

2020年-2021年，CDK的各季度收入金额比较平稳。CDK的业务主要分为订阅类、软件销售类、交易佣金类和其他类。其中，订阅类业务规模较大，其收入确认方式为在合同期限内按比例确认，而公司采用订阅模式收费的SaaS业务收入较少，公司与CDK的业务类型和收入结构存在差异。因此，2020年-2021年，公司的主营业务收入季节性分布情况与CDK存在差异具有合理性。

3、主要客户销售情况分析

报告期内，公司对前五大客户的销售情况及占比情况请参见本招股说明书“第五节 业务和技术”之“三、发行人主要销售情况及主要客户”之“（三）前五大销售客户”。

（三）营业成本分析

1、营业成本的构成情况

报告期内，公司营业成本构成如下：

单位：万元

项目	2022年度		2021年度		2020年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	39,673.75	100.00%	33,117.40	100.00%	26,276.44	100.00%
其他业务成本	-	-	-	-	-	-
合计	39,673.75	100.00%	33,117.40	100.00%	26,276.44	100.00%

报告期内，公司营业成本均为主营业务成本。2021年和2022年，随着公司业务规模的进一步扩大，营业成本基本与营业收入的同期增长幅度相当。

2、主营业务成本的构成及变动分析

(1) 主营业务成本构成情况

报告期内，公司主营业务成本的构成及变动情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	21,182.02	53.39%	16,959.51	51.21%	14,627.58	55.67%
服务采购成本	14,559.38	36.70%	12,548.28	37.89%	8,214.99	31.26%
软硬件采购成本	1,547.01	3.90%	1,244.02	3.76%	752.52	2.86%
其他成本	2,385.35	6.01%	2,365.59	7.14%	2,681.34	10.20%
合计	39,673.75	100.00%	33,117.40	100.00%	26,276.44	100.00%

公司主营业务成本包括职工薪酬、服务采购成本、软硬件采购成本及其他成本。

①职工薪酬

报告期内，公司主营业务成本中的职工薪酬为从事软件开发、技术服务、运维服务等具体项目实施人员的薪酬福利，包括工资、奖金、社保、公积金、福利费等。

报告期内，公司主营业务成本中职工薪酬分别为 14,627.58 万元、16,959.51 万元和 21,182.02 万元。

2021 年职工薪酬较 2020 年增加 2,331.93 万元，主要是 2021 年员工工资调整并增加绩效奖金，以及 2020 年公司根据相关规定享受了关于阶段性减免社保费用的相关优惠政策，2021 年公司正常缴纳。

2022 年职工薪酬较 2021 年增加 4,222.51 万元，主要原因一方面是 2022 年随着公司业务规模的增加，项目实施人员总数增加，2022 年项目实施人员月平均人数较 2021 年增加 129 人；同时，员工薪酬水平调增，2022 年单位实施人员成本较 2021 年增长 8.07%。

报告期内，项目实施人员数量与职工薪酬的关系如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
主营业务成本-职工薪酬	21,182.02	16,959.51	14,627.58
项目实施人员（月平均人数，人）	958	829	839
单位实施人员成本	22.11	20.46	17.43
实际计提的单位实施人员成本（含合同履行成本）	24.95	22.51	17.84

注：（1）项目实施人员数量为月平均人数（含派遣人员）取整数。

（2）2020 年开始，公司适用新收入准则，将未验收项目的自有人员成本计入合同履行成本，自有实施人员 2020 年度实际计提的人员成本为 14,970.88 万元，计算出 2020 年单位实施人员成本为 17.84 万元。自有实施人员 2021 年实际计提的人员成本为 18,657.00 万元，计算出 2021 年单位实施人员成本为 22.51 万元。自有实施人员 2022 年实际计提的人员成本为 23,905.38 万元，计算出 2022 年单位实施人员成本为 24.95 万元。

报告期内，公司主营业务成本中职工薪酬逐年增加，其中 2021 年较 2020 年增加主要是由于实施人员工资、奖金、社保费用等的增长；2022 年较 2021 年增加主要是由于实施人员人数的增加，以及工资、社保费用等的增长。

报告期内，考虑到合同履行成本的影响，实际计提的单位实施人员成本分别为 17.84 万元、22.51 万元和 24.95 万元。

2021 年实际计提的单位实施人员成本较 2020 年增加 4.67 万元，具体变动情况如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	增减变动
人均工资	13.96	12.77	1.19
人均奖金	3.05	1.69	1.36
人均社保公积金费用	4.88	2.96	1.92
人均福利费等	0.61	0.42	0.19
实际计提的单位实施人员成本	22.51	17.84	4.67

2021 年实际计提的单位实施人员成本较 2020 年增加的主要原因包括：

i. 人均工资同比增加

2021 年，单位实施人员成本中年平均工资较 2020 年增加 1.19 万元，主要是 2021 年实施人员工资调整，工资基数增加。

ii. 人均社保公积金费用增加

2021 年，单位实施人员成本中社保公积金费用人均较 2020 年增加 1.92 万

元，主要是 2020 年公司根据相关规定享受了公司社保费用的减免，影响 2020 年公司单位实施人员成本下降 1.39 万元。2021 年，公司正常为员工缴纳。

iii. 人均奖金同比增加

2021 年，单位实施人员成本中人均奖金较 2020 年增加 1.36 万元，主要是 2021 年公司经营业绩提升，人均奖金增加。

2022 年实际计提的单位实施人员成本较 2021 年增加 2.44 万元，主要是实施人员工资调整，工资基数增加，2022 年，单位实施人员成本中年平均工资较 2021 年增加 2.21 万元。

② 服务采购成本

公司服务采购主要是考虑项目的实施周期、实施地点、人员工作饱和度及成本效益等因素，向服务供应商采购部分非核心工作内容，一方面有利于公司集中资源投入核心业务，另一方面充分利用社会资源，降低经营成本。公司与服务供应商之间的采购业务主要分为人月计价模式、人天计价模式和项目计价模式下的服务、基于项目需要采购的推广、巡检服务以及其他，具体情况如下：

人月计价模式下的服务采购，主要是公司向供应商采购软件开发服务、运维服务等，工作内容为对技术能力要求相对较低且相对固定的非核心工作，公司根据服务人员的资历水平、专业能力等确定服务费用，按月与供应商结算。

人天计价模式下的服务采购，主要是公司基于项目周期性、临时性的需求，向供应商采购劳务服务，公司根据供应商派出的技术服务人员的工作年限、技术专业程度、项目经验等情况，分别约定不同的结算单价。公司根据与供应商核对确认的工作时间和约定的人天单价确定相应的服务采购成本。

项目计价模式下的服务采购，是公司根据项目的需求，将部分软件模块的开发任务分包给软件服务供应商，公司根据约定的业务范围确定相应的价格。

推广、巡检服务采购主要是基于该业务服务的客户是经销商，通常经销商数量众多且区域分布较为分散，因此公司向服务供应商采购此类服务。推广服务是指车企营销系统开发完成后，在经销商店端对其购买的公司产品进行系统

上线、操作使用辅导等工作。巡检服务是指每年定期对安装在经销商店端的智能设备进行现场设备检修工作（包括系统的备份工作、硬件设备的清洁以及运行状况检查等），巡检频率通常根据合同约定为一年一次或一年两次。

其他采购主要是基于项目需要采购的公有云租用费用等。

报告期内，公司服务采购成本明细及占主营业务成本的比例如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人天外包	9,435.96	23.78%	5,388.49	16.27%	4,498.66	17.12%
人月外包	-	-	38.56	0.12%	706.83	2.69%
项目外包	3,362.58	8.48%	3,585.69	10.83%	1,269.11	4.83%
推广、巡检服务采购	1,019.69	2.57%	2,900.41	8.76%	1,226.19	4.67%
其他	741.14	1.87%	635.12	1.92%	514.20	1.96%
合计	14,559.38	36.70%	12,548.28	37.89%	8,214.99	31.26%

报告期内，公司主营业务成本中服务采购成本分别为 8,214.99 万元、12,548.28 万元和 14,559.38 万元，其中，2021 年服务采购成本较 2020 年增加 4,333.29 万元，主要原因一方面在于 2021 年因公司业务规模增加，在未增加自有人员的情况下，根据项目需要采购的项目外包服务增加；另一方面，因经销商推广项目增加，相应采购的推广服务增加。2022 年服务采购成本较 2021 年增加 2,011.10 万元，主要是由于公司业务规模增加，根据项目需要采购的人天外包服务增加。

报告期内，公司人天外包服务的采购金额、数量和平均人天单价情况如下表：

项目	2022 年	2021 年	2020 年
人天外包采购金额（万元）	11,885.56	6,311.97	4,500.89
采购人天总数（人天）	128,712.00	81,002.00	62,457.00
人天外包平均价格（元/人天）	923.42	779.24	720.64

报告期内，公司人天外包服务的采购金额、人天数量和平均价格稳中有升，其中，2021 年人天外包平均价格较 2020 年增加 8.13%，主要是服务人员结构的变化，采购的外包服务人员级别不同带来的影响。2022 年，公司人天外包

采购金额较 2021 年增加，是由于业务需要，采购的人天总数增加；同时，采购的较高级别的外包服务人员占比增加，人天外包平均价格有所提高。

报告期内，公司人月外包服务的采购金额、数量和平均人月单价情况如下表：

项目	2022 年	2021 年	2020 年
人月外包采购金额（万元）	-	-	89.81
采购人月总数（人月）	-	-	90
人月外包平均价格（元/人月）	-	-	9,978.89

从 2020 年 3 月开始，公司不再进行人月外包服务采购。2020 年公司人月外包采购规模较小，对 2020 年成本金额的影响较小。

③软硬件采购成本

公司采购软硬件成本主要为智能设备销售业务根据项目需要采购的软硬件，其中，硬件采购主要是服务器、线材、配件等产品；软件采购主要是数据库软件、应用软件等。报告期内，公司智能设备销售规模较小，相应的采购软硬件成本也较小。

④其他成本

其他成本主要包括项目人员差旅交通费、办公场所租赁相关的费用、相关项目人员的股权激励费用以及其他零星的项目费用等。报告期内，其他成本的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
差旅交通费	1,289.76	1,119.16	1,287.84
股权激励	223.07	347.29	323.58
租赁费及使用权资产折旧	473.18	484.73	584.07
折旧及摊销费	34.02	43.09	47.79
其他	365.31	371.32	438.06
总计	2,385.35	2,365.59	2,681.34

报告期内，公司主营业务成本中的其他成本整体较为稳定。

（2）主营业务成本按业务类型构成分析

报告期内，公司主营业务成本按业务类型划分的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
软件开发与服务	28,258.42	71.23%	22,614.75	68.29%	17,584.12	66.92%
系统运维服务	9,898.71	24.95%	9,490.88	28.66%	7,941.40	30.22%
智能设备销售	1,516.62	3.82%	1,011.77	3.05%	750.92	2.86%
合计	39,673.75	100.00%	33,117.40	100.00%	26,276.44	100.00%

报告期内，各业务类型成本构成及变动情况与收入构成及变动情况基本一致。报告期内，各类业务成本具体构成情况如下：

①软件开发与服务

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	14,286.85	50.56%	10,367.07	45.84%	9,305.46	52.92%
服务采购成本	12,396.85	43.87%	10,613.31	46.93%	6,776.01	38.53%
软硬件采购成本	33.36	0.12%	238.14	1.05%	14.62	0.08%
其他成本	1,541.36	5.45%	1,396.23	6.18%	1,488.03	8.46%
小计	28,258.42	100.00%	22,614.75	100.00%	17,584.12	100.00%

公司所处行业的主要成本是人工成本，其中公司将部分非核心工作通过劳务采购的方式予以补充。因此，报告期内，公司软件开发与服务的成本主要是职工薪酬和服务采购成本，其中，职工薪酬金额占该类业务营业成本的比例分别为 52.92%、45.84% 和 50.56%；服务采购成本占该类业务营业成本的比例分别为 38.53%、46.93% 和 43.87%。2021 年，服务采购成本占该类业务营业成本的比例有所增加，主要系 2021 年公司业务规模增加，在自有人员未增加的情况下，因项目阶段性需求以及推广项目增加，相应增加了部分服务采购。2022 年，职工薪酬金额占该类业务营业成本的比例较 2021 年提高，主要系 2022 年人员薪酬调增以及随着业务规模的增加，公司增加了自有人员。

报告期内，由于公司各期之间正式员工与劳务用工数量的比例并不固定，因此本处主要采取软件开发与服务业务中正式员工职工薪酬与服务采购成本之

和与软件开发与服务收入进行比较分析，具体比较情况如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
自有人员职工薪酬	14,286.85	10,367.07	9,305.46
服务采购成本	12,396.85	10,613.31	6,776.01
人工成本小计	26,683.70	20,980.38	16,081.47
软件开发与服务收入	46,425.18	41,091.25	31,401.43
人工成本/软件开发与服务收入	57.48%	51.06%	51.21%

2020 年和 2021 年，人工成本占软件开发与服务收入的比例较为稳定，2022 年，人工成本占软件开发与服务收入的比例提高，主要是员工薪酬调增，同时受外部环境影响，人员利用率降低，为保证项目的交付质量，投入的人工成本增加。

②系统运维服务

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	6,892.72	69.64%	6,592.44	69.46%	5,312.61	66.90%
服务采购成本	2,162.01	21.84%	1,929.08	20.33%	1,438.28	18.11%
其他成本	843.98	8.52%	969.36	10.21%	1,190.51	14.99%
合计	9,898.71	100.00%	9,490.88	100.00%	7,941.40	100.00%

报告期内，公司系统运维服务的成本主要是职工薪酬和服务采购成本，其中，职工薪酬金额占该类业务营业成本的比例分别为 66.90%、69.46% 和 69.64%；服务采购成本占该类业务营业成本的比例分别为 18.11%、20.33% 和 21.84%。2021 年，职工薪酬占该类业务营业成本的比重较 2020 年上升，主要是因 2021 年公司薪酬调整，以及 2020 年公司部分社保费用减免，2021 年正常缴纳，相应的社保费用增加。

报告期内，系统运维服务中正式员工职工薪酬与服务采购成本之和与系统运维服务收入的比较情况如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
----	--------	--------	--------

项目	2022 年	2021 年	2020 年
自有人员职工薪酬	6,892.72	6,592.44	5,312.61
服务采购成本	2,162.01	1,929.08	1,438.28
人工成本小计	9,054.73	8,521.52	6,750.89
系统运维服务收入	17,927.77	16,434.46	15,202.18
人工成本/系统运维服务收入	50.51%	51.85%	44.41%

2021 年，人工成本合计数占系统运维服务收入的比例较 2020 年提高，主要是本期系统运维服务人员薪酬调整以及因项目需要对外采购服务增加的影响。2022 年，人工成本合计数占系统运维服务收入的比例较 2021 年变化不大。

③智能设备销售

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
软硬件采购成本	1,513.66	99.81%	1,005.88	99.42%	737.90	98.27%
职工薪酬	2.44	0.16%	-	-	9.51	1.27%
服务采购成本	0.52	0.03%	5.89	0.58%	0.70	0.09%
其他成本	-	-	-	-	2.81	0.37%
合计	1,516.62	100.00%	1,011.77	100.00%	750.92	100.00%

报告期内，公司智能设备销售业务的成本构成中主要为外购软件及硬件的成本，占该类业务营业成本的比例分别为 98.27%、99.42%和 99.81%，占比较高且相对稳定，符合该类业务的实际情况。其中，采购的软硬件产品中，服务器等的采购金额较大，公司主要通过询价议价的方式采购，采购价格较为稳定。

报告期内，智能设备销售业务的采购成本与销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
软硬件采购成本	1,513.66	1,005.88	737.90
智能设备销售收入	1,802.48	1,380.18	1,006.01
软硬件采购成本/智能设备销售收入	83.98%	72.88%	73.35%

2022 年受单个项目的影响，智能设备销售业务的软硬件采购成本占销售收

入的比例有所提高。报告期内，公司智能设备销售业务规模较小，对公司收入及成本的影响较小。

（四）毛利及毛利率分析

1、毛利构成情况分析

报告期内，根据不同业务类型，公司主营业务毛利构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
软件开发与服务	18,166.76	68.60%	18,476.50	71.65%	13,817.31	64.77%
系统运维服务	8,029.06	30.32%	6,943.58	26.93%	7,260.78	34.04%
智能设备销售	285.86	1.08%	368.42	1.43%	255.09	1.20%
合计	26,481.68	100.00%	25,788.50	100.00%	21,333.18	100.00%

公司主营业务中，毛利主要来源于软件开发与服务业务以及系统运维服务业务；智能设备销售业务由于收入规模较小，对公司毛利的贡献度相对较小。得益于公司在技术研发、客户服务、行业经验等方面突出的竞争优势，并加强客户开拓，报告期内，公司主营业务毛利持续增长。

2、主营业务毛利率分析

报告期内，公司主营业务毛利率的具体分析如下：

（1）综合毛利率分析

报告期内，公司各业务类型的毛利率水平情况如下：

业务类型	2022 年度	2021 年度	2020 年度
软件开发与服务	39.13%	44.96%	44.00%
系统运维服务	44.79%	42.25%	47.76%
智能设备销售	15.86%	26.69%	25.36%
综合毛利率	40.03%	43.78%	44.81%

报告期内，公司综合毛利率分别为 44.81%、43.78% 和 40.03%。公司软件开发与服务、系统运维服务和智能设备销售三类业务之间的毛利率存在一定的差异，公司综合毛利率的变动受到各年度三类业务收入结构变化的影响，同时，不同业务类型毛利率的变化也会引起公司综合毛利率的变化。

2021年，公司综合毛利率为43.78%，较2020年毛利率有所下降，主要原因是2020年公司享受了社保费用减免，剔除该因素的影响，2021年公司综合毛利率较2020年提高。

2022年，公司综合毛利率为40.03%，相较2021年综合毛利率有所下降，主要是2022年人员平均薪酬提高，以及受外部环境影响，人员利用率有所降低，为了保证项目交付质量，公司投入了更多的成本，因此毛利率有所下降。

（2）各业务类型毛利率分析

报告期内，公司软件开发与服务业务的毛利率分别为44.00%、44.96%和39.13%。软件开发与服务业务的毛利率受市场竞争、项目实施过程中的业务复杂度、需求变化和开发效率等因素的影响。2022年，公司软件开发与服务业务的毛利率较2021年下降，主要是本期人员薪酬水平提高，以及人员利用率有所下降。

报告期内，公司系统运维服务业务的毛利率分别为47.76%、42.25%和44.79%，各年毛利率有所波动。对于整车厂客户，公司采用项目运维团队现场服务和远程支持相结合的方式开展运维服务；对于经销商客户，公司提供一站式运维服务。2021年，公司运维服务客户数量整体较为稳定，为保证为客户提供完整的运维服务体系，公司运维服务人员变化较小。2021年员工工资调整并增加绩效奖金，以及2020年部分社保费用减免，在2021年正常缴纳，在上述多方面因素的影响下，2021年公司系统运维服务毛利率有所降低。2022年，公司系统运维服务业务的毛利率较2021年有所上升，主要是本期运维服务能力提升。

报告期内，公司智能设备销售业务的毛利率分别为25.36%、26.69%和15.86%，该业务成本构成中主要为硬件及软件采购成本，平均毛利率较低。报告期内，公司智能设备销售业务规模整体较小，其毛利率对公司整体毛利率水平的影响较小。

（3）公司与可比公司的毛利率对比情况

报告期内，公司与可比公司的毛利率对比情况如下：

项目	名称	2022 年度	2021 年度/ 2021 财年	2020 年度/ 2020 财年
毛利率	山大地纬	暂未披露	48.03%	55.37%
	诚迈科技	暂未披露	22.33%	23.48%
	中科创达	39.29%	39.40%	44.22%
	光庭信息	暂未披露	44.83%	49.91%
	CDK	/	47.70%	50.69%
	平均值	/	40.46%	44.73%
	公司	40.03%	43.78%	44.81%

注 1：可比公司的数据来源于相关企业的年报或招股说明书。截至 2023 年 3 月 31 日，山大地纬、诚迈科技、光庭信息暂未披露 2022 年年度财务数据。

注 2：CDK 于 2022 年 7 月终止上市，相关数据未披露。

2020 年-2021 年，公司综合毛利率水平与可比公司的平均毛利率水平差异较小；2020 年-2022 年，公司与中科创达的毛利率水平较为接近。

2020 年和 2021 年，公司毛利率水平低于山大地纬的原因主要在于山大地纬深耕山东地区业务，山东地区软件开发成本较低；2020 年山大地纬进一步优化产品结构，毛利率较高的软件开发收入较上年同期增幅 47.46%，毛利率较低的硬件集成类较上年同期下降 49.74%，因此山大地纬 2020 年综合毛利率提高，与公司 2020 年的毛利率差异变大。2021 年，山大地纬毛利率较低的硬件及系统集成收入较上年同期增加 32.35%，带来其综合毛利率较 2020 年降低，因此，2021 年公司与山大地纬的毛利率差异变小。

2020 年和 2021 年，公司毛利率水平高于诚迈科技，主要原因为诚迈科技业务模式以软件外包服务业务为主，以软件定制服务、软硬件产品的开发和销售为辅，报告期诚迈科技软件外包服务业务收入占营业收入的比例分别为 71.62%和 77.50%，且毛利率较低，与公司以软件开发与服务为主的业务结构差异较大，因此其毛利率低于公司毛利率水平。

2020 年-2021 年，公司毛利率水平低于光庭信息，人工成本是公司及同行业公司最主要的成本项目，公司主要经营地位于上海，而光庭信息的技术人员主要位于武汉，光庭信息所在区域物价水平、社会平均工资水平较公司所在区域低，导致公司实施人员平均薪酬高于光庭信息，人工成本的优势使得光庭信息的毛利率高于公司。

2020年-2021年，公司毛利率水平低于CDK的原因在于CDK的产品收费模式与公司存在差异，CDK的收入主要来源于订阅模式的收入，毛利率水平较公司相对较高。

报告期内，公司与可比公司的各业务类型的毛利率对比情况如下：

①软件开发与服务

业务类型	公司名称	2022年度	2021年度	2020年度
软件开发与服务	山大地纬	暂未披露	56.94%	59.26%
	诚迈科技	暂未披露	33.99%	24.78%
	中科创达	46.18%	50.88%	48.27%
	光庭信息	暂未披露	46.64%	55.33%
	平均值	/	47.11%	46.91%
	用友汽车	39.13%	44.96%	44.00%

注：

- （1）山大地纬软件开发与服务指软件开发；
- （2）诚迈科技软件开发与服务指软件定制服务；
- （3）中科创达软件开发与服务指软件开发；
- （4）光庭信息软件开发与服务指定制化软件开发。

报告期内，公司软件开发与服务毛利率水平与可比公司的平均毛利率水平存在一定差异，主要原因如下：

2020年-2021年，公司软件开发与服务毛利率水平低于山大地纬的原因主要在于山大地纬深耕山东地区业务，在山东地区软件开发业务过程中涉及的区域行业政策、客户需求、业务流程办理等关键环节积累了丰富的经验，并形成了完善成熟的基线产品库，二次开发工作量小，具备一定的成本优势。

2020年-2021年，公司软件开发与服务毛利率水平高于诚迈科技的原因主要在于诚迈科技侧重于智能终端软件开发，传统移动智能终端行业市场份额集中度高、国际化竞争激烈、产业发展成熟，毛利率水平相对较低，且诚迈科技的业务以软件外包服务业务为主，以软件定制服务等为辅。公司自成立以来，一直专注于汽车营销与后市场服务领域，为客户提供车企营销系统、车主服务平台等软件产品和云服务，项目的开发内容和技术难度的差异导致公司毛利率水平相对诚迈科技较高。

报告期内，公司软件开发与服务毛利率水平与中科创达毛利率水平的差异

变小，且同向变动。

2020 年-2021 年，公司软件开发与服务毛利率水平低于光庭信息，人工成本是公司及同行业公司最主要的成本项目，公司主要经营地位于上海，而光庭信息的技术人员主要位于武汉，光庭信息所在区域物价水平、社会平均工资水平较公司所在区域低，导致公司实施人员平均薪酬高于光庭信息，人工成本的优势使得光庭信息的毛利率高于公司。

②系统运维服务

业务类型	公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
系统运维服务	山大地纬	暂未披露	51.46%	64.93%
	诚迈科技	暂未披露	-	-
	中科创达	45.48%	43.90%	48.89%
	光庭信息	暂未披露	-	-
	平均值	/	47.68%	56.91%
	用友汽车	44.79%	42.25%	47.76%

注：

- (1) 山大地纬系统运维服务指运维及技术服务；
- (2) 诚迈科技系统运维服务不适用；
- (3) 中科创达系统运维服务指技术服务；
- (4) 光庭信息系统运维服务不适用。

2020 年-2021 年，公司系统运维服务毛利率水平低于可比公司平均毛利率水平，差异的原因主要是山大地纬运维服务毛利率较高。山大地纬运维及技术服务毛利率高于公司，主要原因在于山大地纬运维与技术服务中包含定点医疗机构维护、专业技术服务以及软件及系统集成项目运营维护，其中定点运维服务毛利率较高；公司为客户提供的运维服务主要是软件系统运维服务，与山大地纬的业务结构存在差异。2021 年，山大地纬运维及技术服务毛利率下降，与公司系统运维服务毛利率的差异变小。

报告期内，公司系统运维服务毛利率水平与中科创达技术服务的毛利率水平较为接近。

③智能设备销售

业务类型	名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
智能设备销售	山大地纬	暂未披露	11.35%	22.37%

	诚迈科技	暂未披露	-	-
	中科创达	17.49%	14.48%	22.91%
	光庭信息	暂未披露	-	-
	平均值	/	12.92%	22.64%
	用友汽车	15.86%	26.69%	25.36%

注：

- （1）山大地纬智能设备销售指硬件及系统集成；
- （2）诚迈科技智能设备销售不适用；
- （3）中科创达智能设备销售指商品销售及其他；
- （4）光庭信息智能设备销售不适用。

报告期内，可比公司山大地纬和中科创达存在和公司类似的智能设备销售业务。2020 年公司该类业务的毛利率整体与山大地纬和中科创达差异不大，与可比公司的平均毛利率水平较为接近；2021 年，山大地纬和中科创达该类业务收入规模较 2020 年都有较大增长，该类业务的毛利率都有所降低。2022 年，公司智能设备销售业务毛利率降低，与中科创达该类业务的毛利率差异较小，公司该类业务毛利率变动的原因主要是由于该类业务规模较小，单个项目的影响带来毛利率的波动。

（五）期间费用分析

公司的期间费用包括销售费用、管理费用、研发费用和财务费用。报告期内，公司期间费用及其变化情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
销售费用	2,195.01	15.67%	1,897.68	17.91%	1,609.45
管理费用	3,625.26	3.25%	3,511.24	17.74%	2,982.09
研发费用	9,055.62	12.48%	8,050.73	1.10%	7,963.44
财务费用	-361.58	26.56%	-285.70	82.61%	-156.45
合计	14,514.30	10.17%	13,173.95	6.25%	12,398.52
当年营业收入	66,155.43	12.31%	58,905.89	23.73%	47,609.62

报告期内，公司期间费用占营业收入的比重合计分别为 26.04%、22.36% 和 21.94%，具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占收入比	金额	占收入比	金额	占收入比
销售费用	2,195.01	3.32%	1,897.68	3.22%	1,609.45	3.38%
管理费用	3,625.26	5.48%	3,511.24	5.96%	2,982.09	6.26%
研发费用	9,055.62	13.69%	8,050.73	13.67%	7,963.44	16.73%
财务费用	-361.58	-0.55%	-285.70	-0.49%	-156.45	-0.33%
合计	14,514.30	21.94%	13,173.95	22.36%	12,398.52	26.04%

报告期内，公司与可比公司的期间费用率对比情况如下：

项目	名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
期间费用率	山大地纬	暂未披露	32.35%	37.04%
	诚迈科技	暂未披露	14.54%	16.20%
	中科创达	27.19%	25.67%	29.68%
	光庭信息	暂未披露	26.74%	29.17%
	平均值	/	24.83%	28.02%
	用友汽车	21.94%	22.36%	26.04%

注 1：可比公司的数据来源于相关企业的年报或招股说明书。截至 2023 年 3 月 31 日，山大地纬、诚迈科技、光庭信息暂未披露 2022 年年度财务数据。

注 2：CDK 由于年度报告中不单独披露各期间费用，因此相关指标不可比。

2020 年-2021 年，公司期间费用率略低于可比公司平均水平；整体来看公司期间费用率处于相对合理水平，具体分析详见本节“九、经营成果分析”之“（五）期间费用分析”部分列示。

1、销售费用

（1）销售费用具体构成

报告期各期，公司销售费用主要项目及所占比例如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	1,601.10	72.94%	1,231.47	64.89%	1,014.26	63.02%
股权激励	256.07	11.67%	277.68	14.63%	223.80	13.91%
业务招待费	164.04	7.47%	195.29	10.29%	164.09	10.20%
差旅费	80.91	3.69%	96.32	5.08%	96.29	5.98%
会务费	24.17	1.10%	42.04	2.22%	22.19	1.38%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他	68.72	3.13%	54.88	2.89%	88.82	5.51%
合计	2,195.01	100.00%	1,897.68	100.00%	1,609.45	100.00%

报告期各期，公司销售费用分别为 1,609.45 万元、1,897.68 万元和 2,195.01 万元，占营业收入的比例分别为 3.38%、3.22%和 3.32%。报告期内公司销售费用逐年增加，主要系销售人员薪酬增加，但报告期内公司销售费用率较为稳定。

公司销售费用主要由职工薪酬、股权激励费用、差旅费和业务招待费等构成，报告期各期四项费用合计占比分别为 93.11%、94.89%和 95.77%。

公司销售费用主要构成情况如下：

① 职工薪酬

职工薪酬包括销售相关人员的工资、奖金、社保、公积金和福利费等。报告期各期，公司销售费用中的职工薪酬分别为 1,014.26 万元、1,231.47 万元和 1,601.10 万元，占各期营业收入的比例分别为 2.13%、2.09%和 2.42%，占比较为稳定。报告期内，销售人员人数及人均薪酬情况具体如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
职工薪酬	1,601.10	1,231.47	1,014.26
销售人员人数（人）	25	19	24
销售人员人均薪酬	64.04	64.81	42.26

注：销售人员人数为当年各月平均人数（含派遣人员）取整数。

报告期内，公司销售人员人均薪酬相对较高，主要是公司销售费用中归集的销售人员包括客户经理和其他销售人员，基于公司业务聚焦行业的特点，客户经理具有丰富的行业经验，主要负责对接行业大客户，拓展业务机会。此外，公司注重对于销售人员的激励，根据销售业绩发放奖金，因此，报告期内，公司销售人员人均薪酬相对较高。

2021 年销售人员人均薪酬较 2020 年增加 22.55 万元，主要原因包括：

(1) 2021 年公司销售人员月平均人数较 2020 年减少 5 人，主要是因区域销售

团队人员结构进行优化调整，部分职级较低的销售人员减少带来销售人员总数较 2020 年减少；（2）2021 年公司员工工资调整并增加绩效奖金，其中销售人员人均工资较 2020 年增加 8.49 万元；因 2021 年公司业绩提升，销售人员人均奖金较 2020 年增加 11.30 万元；（3）2020 年公司享受了部分社保费用的减免，2021 年公司正常为员工缴纳。2021 年销售人员人均社保公积金费用较 2020 年增加 2.82 万元。

2022 年，公司销售人员人均薪酬与 2021 年基本持平。

② 股权激励费用

2015 年，公司通过员工持股平台增资的形式进行股权激励，2019 年，公司通过员工持股计划增资的形式进行股权激励，前述股权激励均设定了等待期，根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》的相关规定，公司在等待期内对股份支付费用进行了分摊，报告期内，对激励的销售人员应确认的股份支付费用相应计入销售费用，分别确认股权激励费用 223.80 万元、277.68 万元和 256.07 万元。

③ 差旅费

报告期各期，公司销售费用中的差旅费分别为 96.29 万元、96.32 万元和 80.91 万元，占各期营业收入的比例较小。

④ 业务招待费

报告期各期，公司销售费用中的业务招待费分别为 164.09 万元、195.29 万元和 164.04 万元，占各期营业收入的比例较小。

（2）公司与可比公司的销售费用率对比情况

报告期内，公司与可比公司的销售费用率对比情况如下：

证券代码	公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
688579.SH	山大地纬	暂未披露	6.74%	7.40%
300598.SZ	诚迈科技	暂未披露	2.02%	2.55%
300496.SZ	中科创达	3.06%	3.12%	4.15%
301221.SZ	光庭信息	暂未披露	5.76%	5.97%

证券代码	公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
算术平均		/	4.41%	5.02%
用友汽车		3.32%	3.22%	3.38%

注：可比公司的数据来源于相关企业的年报或招股说明书。

受公司业务模式及客户性质的影响，公司销售人员总数较少，薪酬规模总体较低，报告期内，公司销售人员数量与可比公司的比较情况如下：

单位：人

证券代码	公司名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		销售人员人数	占比	销售人员人数	占比	销售人员人数	占比
688579.SH	山大地纬	暂未披露	/	81	5.14%	81	5.28%
300598.SZ	诚迈科技	暂未披露	/	67	0.90%	59	1.33%
300496.SZ	中科创达	84	0.63%	59	0.51%	38	0.52%
301221.SZ	光庭信息	暂未披露	/	15	0.79%	44	3.67%
算术平均		/	/	56	1.83%	56	2.70%
用友汽车		25	1.91%	19	1.63%	24	1.98%

注：可比公司的数据来源于相关企业的年报或招股说明书。公司人数及占比取自月平均人数取整数。可比公司如未披露月平均人数，则人数及占比取自年末人数。

鉴于公司聚焦行业和客户的特点，整车厂和经销商集团对其旗下的品牌经销商的系统规划进行统一管理，公司销售人员较少，销售目标精准，主要依托行业内的典型客户口碑营销。因此，整体而言，公司销售活动面对的客户较为集中，销售团队较为精干，2020 年和 2021 年销售人员数量及占比低于可比公司平均水平，销售费用率低于可比公司平均水平。

2、管理费用

（1）管理费用具体构成

报告期内，公司各期管理费用主要项目及所占比例如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	2,134.24	58.87%	1,918.92	54.65%	1,484.11	49.77%
股权激励	738.83	20.38%	788.28	22.45%	687.13	23.04%
租赁费及使用权资产折旧	206.04	5.68%	198.96	5.67%	192.80	6.47%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
咨询费	79.67	2.20%	141.65	4.03%	146.98	4.93%
物业水电费	163.46	4.51%	132.47	3.77%	118.22	3.96%
办公费	105.36	2.91%	101.94	2.90%	114.37	3.84%
业务招待费	8.73	0.24%	13.42	0.38%	10.08	0.34%
差旅费	39.49	1.09%	69.25	1.97%	58.77	1.97%
固定资产折旧	32.15	0.89%	32.48	0.93%	28.92	0.97%
其他	117.29	3.24%	113.87	3.24%	140.71	4.71%
合计	3,625.26	100.00%	3,511.24	100.00%	2,982.09	100.00%

报告期各期，公司管理费用金额分别为 2,982.09 万元、3,511.24 万元和 3,625.26 万元，占营业收入的比例分别为 6.26%、5.96%和 5.48%，管理费用率较为稳定。公司管理费用主要由职工薪酬、股权激励费用、咨询费和租赁费及使用权资产折旧构成，报告期各期四项费用合计占比分别为 84.21%、86.80%和 87.13%。2021 年管理费用较 2020 年增加 529.15 万元，增加比例为 17.74%，主要原因一方面是因 2020 年 10 月公司对总经理实施股权激励导致本期管理人员股权激励费用较 2020 年同期增加；另一方面是上年同期公司根据相关规定享受了关于阶段性减免社保费用的相关优惠，本期公司正常缴纳；此外，2021 年公司管理人员人数增加，薪酬调整，带来管理费用中职工薪酬较 2020 年增加。2022 年，公司管理费用率略有下降，主要是本期股权激励费用减少，以及管理费用中差旅费等的减少。

① 职工薪酬

职工薪酬包括管理部门相关人员的工资、奖金、社保、公积金、福利费等。报告期各期，公司管理费用中的职工薪酬分别为 1,484.11 万元、1,918.92 万元和 2,134.24 万元，占各期营业收入的比例分别为 3.12%、3.26%和 3.23%，占比较为稳定。

报告期内，公司管理人员人数及人均薪酬情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
职工薪酬	2,134.24	1,918.92	1,484.11

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
管理人员人数（人）	60	54	49
管理人员人均薪酬	35.57	35.54	30.29

注：管理人员人数为当年各月平均人数（含派遣人员）取整数。

报告期内，公司管理人员平均薪酬整体较高，主要是部分高管人员的薪酬相对较高。2021 年管理人员人均薪酬较 2020 年增加，主要原因为 2021 年公司员工工资调整并增加绩效奖金，其中管理人员人均工资增加 2.15 万元，人均奖金增加 2.03 万元；2020 年公司享受了部分社保费用的减免，2021 年公司正常为员工缴纳。2022 年管理人员人均薪酬与 2021 年基本持平。

② 股权激励

报告期内，对激励的管理人员应确认的股份支付费用相应计入管理费用，分别确认股权激励费用 687.13 万元、788.28 万元和 738.83 万元。

③ 咨询费

报告期各期，公司管理费用中的咨询费分别为 146.98 万元、141.65 万元和 79.67 万元，2022 年咨询费较 2021 年减少 61.98 万元，主要系日常中介费用的减少。

④ 租赁费及使用权资产折旧

报告期各期，公司管理费用中的租赁费及使用权资产折旧分别为 192.80 万元、198.96 万元和 206.04 万元，各期占比基本保持稳定。

（2）公司与可比公司的管理费用率对比情况

报告期各期，公司与可比公司的管理费用率对比情况如下：

证券代码	公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
688579.SH	山大地纬	暂未披露	10.74%	10.23%
300598.SZ	诚迈科技	暂未披露	4.73%	7.15%
300496.SZ	中科创达	8.81%	9.85%	9.97%
301221.SZ	光庭信息	暂未披露	10.63%	12.64%
算术平均		/	8.99%	10.00%
用友汽车		5.48%	5.96%	6.26%

注 1：管理费用率=管理费用（不含研发费用）/当期营业收入

注 2：可比公司的数据来源于相关企业的年报或招股说明书。

报告期各期，公司管理费用率分别为 6.26%、5.96%和 5.48%，低于可比公司平均水平，主要因为公司的管理机构设置较为扁平化，管理人员数量相比可比公司较少。

①报告期内，公司管理人员数量与可比公司比较情况

单位：人

证券代码	公司名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		管理人员人数	占比	管理人员人数	占比	管理人员人数	占比
688579.SH	山大地纬	暂未披露	/	137	8.69%	138	9.00%
300598.SZ	诚迈科技	暂未披露	/	451	6.05%	269	6.07%
300496.SZ	中科创达	1,089	8.23%	1,058	9.23%	537	7.28%
301221.SZ	光庭信息	暂未披露	/	142	7.46%	108	9.02%
算术平均		/	/	447	7.86%	263	7.84%
用友汽车		60	4.58%	54	4.63%	49	4.05%

注：可比公司的数据来源于相关企业的年报或招股说明书。公司人数及占比取自月平均人数取整数。可比公司如未披露月平均人数，则人数及占比取自年末人数。

②报告期内，公司纳入合并范围的子公司数量与可比公司比较情况

单位：家

证券代码	公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
688579.SH	山大地纬	暂未披露	4	4
300598.SZ	诚迈科技	暂未披露	23	30
300496.SZ	中科创达	99	86	68
301221.SZ	光庭信息	暂未披露	5	4
算术平均		/	30	27
用友汽车		0	0	0

报告期内，公司纳入合并范围的子公司数量低于可比公司平均水平，由于可比公司下属子公司较多，每家子公司独立进行生产经营活动，均需要配置一定规模的资产及人员等，因此其管理用资产规模、管理人员数量均高于公司，管理费用率也高于公司。

3、研发费用

(1) 研发费用具体构成

报告期内，研发费用主要构成如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	8,096.65	89.41%	7,235.66	89.88%	7,092.48	89.06%
股权激励	209.90	2.32%	118.44	1.47%	175.78	2.21%
差旅费	222.00	2.45%	323.79	4.02%	399.14	5.01%
租赁费及使用权资产折旧	201.24	2.22%	156.19	1.94%	195.40	2.45%
其他	325.82	3.60%	216.64	2.69%	100.64	1.27%
合计	9,055.62	100.00%	8,050.73	100.00%	7,963.44	100.00%

报告期各期，公司研发费用分别为 7,963.44 万元、8,050.73 万元和 9,055.62 万元，占营业收入的比例分别为 16.73%、13.67%和 13.69%。公司持续对研发进行投入，剔除股权激励费用的影响，报告期内，研发费用占营业收入的比例分别为 16.36%、13.47%和 13.37%。报告期内，公司重视对研发的投入，研发费用逐年增加，研发费用率有所下降，主要系 2021 年和 2022 年营业收入的同比增长幅度高于研发费用的同比增长幅度。

报告期内，公司发生的研发费用均当期费用化，不存在资本化的研发支出。公司研发费用主要由职工薪酬、股权激励费用、差旅费等构成，报告期各期三项费用合计占比分别为 96.28%、95.37%和 94.18%。

①职工薪酬

职工薪酬包括研发人员的工资、奖金、社保、公积金、福利费等。报告期内，公司的研发人员及薪酬情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
职工薪酬	8,096.65	7,235.66	7,092.48
研发人员人数（人）	266	264	298
研发人员人均薪酬	30.44	27.41	23.80

注：研发人员人数为当年各月平均人数取整数。

报告期内，公司研发人员人均薪酬逐年增加，主要是公司重视研发投入，为吸引和发展研发人才，逐步提高研发人员薪酬待遇水平。

2021 年研发人员人均薪酬较 2020 年增加，主要原因为本期公司员工工资调整并增加绩效奖金；以及 2020 年公司享受了部分社保费用的减免，2021 年公司正常为员工缴纳。2022 年，研发人员人均薪酬较 2021 年有所增加，主要是 2022 年研发人员薪酬调增。

2021 年公司研发人员月平均人数较 2020 年月平均人数减少 34 人，减少比例为 11.41%，离职人员主要是初级研发人员，该类员工的离职原因主要是个人原因或因公司组织架构、战略方向调整等。公司较高级别的研发人员及核心技术人员并未发生较大变动，不存在研发人员大面积流失的情况。

2021 年，公司紧密结合客户需求及 IT 行业创新技术，不断加强在云原生技术平台及数智化应用平台等领域的研发投入以增强技术和产品竞争力，拓展新的业务机会，并实现经营业绩的增长，研发人员的变动未对公司的正常技术研发产生重大不利影响。

② 股权激励

报告期内，对激励的研发人员应确认的股份支付费用相应计入研发费用，分别确认股权激励费用 175.78 万元、118.44 万元和 209.90 万元。

③ 差旅费

报告期内，公司研发费用中差旅费分别为 399.14 万元、323.79 万元和 222.00 万元，占研发费用的比重略有下降。公司研发费用中的差旅费主要包括：研发人员为充分了解市场、客户或进行学术交流而产生的差旅费；研发人员进行研发需求调研，原型产品的测试、验证及完善等产生的差旅费；同时，报告期内，公司在武汉设置了武汉研发中心，相应地产生差旅沟通费用。2022 年受外部经营环境影响，差旅活动有所减少。

（2）研发相关内控制度和执行情况

为管理研发项目、对研发费用进行准确核算，公司制定了《研发管理制度》。《研发管理制度》明确了研发项目在年度预算、立项与变更、过程管理、验收与考评、推广及知识产权管控等维度的管理流程；建立研发项目的跟踪管理体系，有效跟踪、管理各研发项目的进展情况，并合理评估技术上的可行性；建立与研发项目相对应的人财物管理机制；明确研发支出开支范围和标

准，严格按照研发开支用途、性质据实列支研发支出，有效保证了研发费用核算的真实性、准确性、完整性。

（3）研发费用的归集范围

公司按研发项目归集研发部门支出的各项费用，具体内容主要包括研发人员工资、社保公积金、奖金、股权激励费用、福利费、租赁相关的费用、设备折旧费、交通差旅费、办公费等。

（4）研发费用及其所对应的研发项目、研发成果情况

报告期内，公司各年度研发项目及研发费用情况如下：

单位：万元

项目名称	整体预算	研发周期	当期研发费用			报告期合计	所处阶段
			2022年	2021年	2020年		
汽车产业链交易管理平台	2,600.00	2019年-2020年	-	-	1,153.55	1,153.55	已完成
数智化 DMS 系统研发项目	2,800.00	2020年	-	-	2,523.21	2,523.21	已完成
友车行 3.0	2,400.00	2020年	-	-	2,117.53	2,117.53	已完成
微服务与大数据技术研发项目	2,200.00	2020年	-	-	2,169.16	2,169.16	已完成
MPP 数据库应用与多租户工具研发项目	800.00	2021年	-	871.56	-	871.56	已完成
微服务支撑平台 V3.0 研发项目	1,450.00	2021年	-	1,204.44	-	1,204.44	已完成
营销服务和渠道管理平台升级项目	1,900.00	2021年	-	1,683.49	-	1,683.49	已完成
智慧门店升级研发项目	580.00	2021年	-	550.08	-	550.08	已完成
生态云服务平台升级项目	1,350.00	2021年	-	1,241.08	-	1,241.08	已完成
客户运营 CDP 研发项目	1,700.00	2021年	-	1,404.25	-	1,404.25	已完成
经销商全员营销管理系统研发项目	1,300.00	2021年	-	1,095.82	-	1,095.82	已完成
云原生效能提升研发项目	1,690.00	2022年	1,548.13	-	-	1,548.13	已完成
数据分析销售预测研发项目	1,060.00	2022年	937.10	-	-	937.10	已完成
营销服务云数字中心研发项目	3,000.00	2022年	2,749.70	-	-	2,749.70	已完成

生态云业务场景研发项目	2,000.00	2022 年	1,627.32	-	-	1,627.32	已完成
经销商客户运营 DCOP 研发项目	2,500.00	2022 年	2,193.37	-	-	2,193.37	已完成
总计	-	-	9,055.62	8,050.73	7,963.44	25,069.79	

（5）公司与可比公司的研发费用率对比情况

报告期各期，公司与可比公司的研发费用率对比情况如下：

证券代码	公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
688579.SH	山大地纬	暂未披露	15.94%	20.34%
300598.SZ	诚迈科技	暂未披露	7.16%	5.75%
300496.SZ	中科创达	15.55%	12.43%	15.32%
301221.SZ	光庭信息	暂未披露	8.28%	11.12%
算术平均		/	10.95%	13.13%
用友汽车		13.69%	13.67%	16.73%

注 1：研发费用率=研发费用（不含资本化金额）/营业收入

注 2：可比公司的数据来源于相关企业的年报或招股说明书。

报告期各期，公司研发费用率分别为 16.73%、13.67%和 13.69%。2020 年-2021 年略高于可比公司研发费用率平均水平。其中，2020 年和 2021 年公司研发费用率高于诚迈科技的原因在于公司与诚迈科技的业务结构存在差异，诚迈科技以软件外包服务业务为主，且 2020 年和 2021 年诚迈科技存在研发费用资本化，公司以软件开发服务业务为主，公司为提高产品和技术的先进性，加大研发投入。

4、财务费用

（1）财务费用具体构成

公司财务费用主要是手续费支出及利息收入等。报告期各期，公司财务费用分别为-156.45 万元、-285.70 万元和-361.58 万元，对公司利润影响较小。报告期内，公司利息收入主要是银行存款的利息收入。2021 年，公司利息收入较 2020 年增加 174.26 万元，主要是本期新增 6,000.00 万元大额存单使得利息收入增加。2022 年，公司利息收入较 2021 年增加 57.39 万元。

（2）公司与可比公司的财务费用率对比情况

报告期各期，公司与可比公司的财务费用率对比情况如下：

证券代码	公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
688579.SH	山大地纬	暂未披露	-1.07%	-0.92%
300598.SZ	诚迈科技	暂未披露	0.63%	0.75%
300496.SZ	中科创达	-0.24%	0.28%	0.24%
301221.SZ	光庭信息	暂未披露	2.07%	-0.56%
算术平均		/	0.48%	-0.12%
用友汽车		-0.55%	-0.49%	-0.33%

注：可比公司的数据来源于相关企业的年报或招股说明书。

报告期各期，可比公司财务费用率平均水平较低，公司与可比公司不存在重大差异。

（六）利润表其他项目分析

报告期内，公司利润表其他项目如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
其他收益	1,338.25	1,031.84	861.82
投资收益	-	-	50.86
公允价值变动收益	637.34	799.07	833.31
信用减值损失	-1,373.12	-401.41	-1,357.16
资产减值损失	-444.68	-97.00	-274.73
营业外收入	6.83	88.67	104.65
营业外支出	5.00	5.00	44.87
利润总额	11,784.71	13,738.07	8,862.11
所得税费用	1,006.70	1,508.42	379.30
净利润	10,778.01	12,229.65	8,482.81

1、投资收益

报告期内，公司投资收益情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
债务重组	-	-	50.86
合计	-	-	50.86

2020 年公司债务重组收益为因客户重庆力帆汽车销售有限公司进行破产重整，公司应收重庆力帆汽车销售有限公司 136.16 万元债权经法院裁定，在本年收到 10 万元以及力帆科技（证券代码 601777）股票 82,713 股，该笔应收账款公司已全额计提坏账准备，公司将受让的现金及非现金资产的公允价值计入债务重组收益。

2、公允价值变动收益

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
交易性金融资产	690.54	706.34	791.84
其他非流动金融资产	-53.21	92.73	41.48
合计	637.34	799.07	833.31

报告期内，公司交易性金融资产公允价值变动收益有所下降，主要是 2020 年以来，受流动性宽松等因素影响，银行理财产品的收益率普遍下降。

其他非流动金融资产公允价值变动收益主要是公司参股 5% 的用友移动期末股权公允价值的变动。

3、资产减值损失与信用减值损失

报告期内，公司资产减值损失情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
合同资产减值损失	13.90	10.42	11.41
存货跌价损失	430.78	86.59	263.32
合计	444.68	97.00	274.73

报告期内，公司存货跌价损失为计提的合同履约成本的减值准备，具体分析详见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“（一）资产状况分析”之“2、流动资产情况”之“（4）存货”部分。

2020 年以来，公司信用减值损失情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
----	---------	---------	---------

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
应收账款及其他应收款坏账损失	1,373.12	401.41	672.33
银行存款减值	-	-	684.83
合计	1,373.12	401.41	1,357.16

2020 年、2021 年和 2022 年，公司信用减值损失分别为 1,357.16 万元、401.41 万元和 1,373.12 万元，主要系计提应收账款及其他应收款坏账损失以及银行存款减值损失所致。

2020 年信用减值损失中银行存款减值损失为公司存放在包商银行股份有限公司（以下简称“包商银行”）的银行存款减值损失，2020 年 11 月 23 日，北京市第一中级人民法院裁定包商银行破产清算，公司对剩余存于包商银行的本金 684.83 万元全额计提减值损失。

2022 年，公司信用减值损失较 2021 年增加 971.71 万元，主要原因一方面是 2022 年第四季度应收账款的回款进度变慢，期末应收账款余额增加，因此，计提的应收账款信用减值损失增加 328.95 万元；另一方面，公司个别客户申请破产，2022 年公司对其应收账款全额单项计提了坏账准备 677.55 万元。

4、其他收益

报告期内，公司其他收益情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
代扣个人所得税手续费返还	13.74	12.81	19.86
增值税退税	334.95	122.40	90.26
财政扶持奖励	696.40	797.40	534.40
失业金返还	24.46	8.23	48.30
与日常活动相关的政府补助	160.50	-	103.00
进项税加计抵减	108.20	90.99	66.00
合计	1,338.25	1,031.84	861.82

报告期内，公司其他收益主要为增值税退税、财政扶持奖励、失业金返还、与日常活动相关的政府补助、进项税加计抵减等。

2021 年公司其他收益较 2020 年增加 170.02 万元，主要系 2021 年公司收到

财政扶持奖励资金较 2020 年增加 263.00 万元。

2022 年，公司其他收益较 2021 年增加 306.41 万元，主要原因是 2022 年公司销售软件产品的增值税退税金额增加。

（1）报告期内计入其他收益的政府补助具体情况

单位：万元

补助项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度	与资产相关/与收益相关
汽车经销商大数据精准服务平台	-	-	103.00	与收益相关
基于移动互联网的制造业经营管理与决策分析集成应用	160.50	-	-	与收益相关
合计	160.50	-	103.00	-

公司按照《企业会计准则第 16 号——政府补助》和《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》的规定，将上述政府补助项目严格按照业务本质分类计入各期其他收益，并同时计入了非经常性损益。

（2）科研项目相关政府补助情况

单位：万元

项目名称	项目类别	拟实施周期	总预算	财政预算金额	所属年度	计入当期损益金额	计入非经常性损益金额
汽车经销商大数据精准服务平台	2018 年上海市促进文化创意产业发展财政扶持资金项目	2017.08-2019.06	993.00	206.00	2020 年	103.00	103.00
基于移动互联网的制造业经营管理与决策分析集成应用	2019 年度上海市信息化发展专项资金项目	2019.01.01-2020.12.31	1,000.00	214.00	2022 年	160.50	160.50

注 1：汽车经销商大数据精准服务平台于 2020 年完成项目验收，故 2020 年确认相关的政府补助金额 103.00 万元。

注 2：基于移动互联网的制造业经营管理与决策分析集成应用项目公司于 2022 年收到通知完成验收，故 2022 年确认相关的政府补助金额 160.50 万元。

（3）增值税退税

增值税退税，是指根据《关于软件产品增值税政策的通知》（财税[2011]100 号）的规定，对公司自行开发的软件收入，实际税负超过 3% 的部分即征即退的增值税。

5、营业外收入

报告期内，公司营业外收入情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
与日常活动无关的政府补助	6.83	84.54	104.60
其他	0.00	4.13	0.05
合计	6.83	88.67	104.65

报告期内，公司营业外收入主要包括与日常活动无关的政府补助、其他营业外收入。2020 年公司收到高增长技术企业专项发展资金 100.00 万元；2021 年公司收到异地办公补贴 80.00 万元；2022 年，公司营业外收入金额较小。

报告期内，计入营业外收入的政府补助的具体情况如下表所示：

单位：万元

补助项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
嘉定工业区优秀企业奖励	-	4.00	4.00
“专精特新”中小企业奖励	-	-	-
高增长技术企业专项发展资金	-	-	100.00
异地办公补贴	-	80.00	-
以工代训补贴	0.18	0.54	0.60
就业补贴	0.80	-	-
扩岗补助	5.85	-	-
合计	6.83	84.54	104.60

公司按照《企业会计准则第 16 号——政府补助》和《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》的规定，将上述政府补助项目严格按照业务本质分类计入各期营业外收入，并同时计入了非经常性损益。

6、所得税费用

报告期内，公司所得税费用情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
当期所得税费用	1,521.02	1,462.37	267.45
递延所得税费用	-514.32	46.05	111.85
合计	1,006.70	1,508.42	379.30

报告期内，公司所得税费用主要包括当期所得税费用及递延所得税费用。

其中，递延所得税均系由暂时性差异产生。

2021 年公司所得税费用较 2020 年增加 1,129.12 万元，主要是：（1）2020 年因执行新收入准则的影响，2020 年同期部分定制化软件开发服务收入是 2019 年度汇算清缴时已纳税收入，2020 年无需重复纳税；（2）2021 年公司业务规模增长，利润总额较 2020 年增加 4,875.96 万元，相应带来当期所得税费用的增加。

2022 年公司所得税费用较 2021 年减少 501.72 万元，主要是本期计提的应收账款减值损失增加，带来递延所得税资产增加。

（七）非经常性损益对公司经营成果的影响分析

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-	-	-
计入当期损益的政府补助（与正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	996.39	902.98	810.17
委托他人投资或管理资产的损益	709.81	694.26	791.84
债务重组收益	-	-	50.86
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-72.48	104.81	41.48
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	0.11	0.79	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-5.00	-0.87	-44.82
小计	1,628.84	1,701.99	1,649.52
所得税影响额	244.33	255.30	253.41
少数股东权益影响额（税后）	-	-	-
非经常性损益净额	1,384.52	1,446.69	1,396.11
归属于母公司净利润	10,778.01	12,229.65	8,482.81
扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润	9,393.49	10,782.96	7,086.70
非经常性损益占归属于母公司股东净利润的比例	12.85%	11.83%	16.46%

报告期内，公司非经常性损益主要包括政府补助、委托理财产生的投资收益等。报告期内，公司非经常性损益净额占归属于母公司股东净利润的比例分别为 16.46%、11.83% 和 12.85%，非经常性损益对公司经营成果未产生重大影响。

（八）纳税情况

1、企业所得税

报告期内，公司企业所得税缴纳情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
期初未交	314.04	-144.99	239.51
本期应交	1,541.33	1,784.24	367.74
本期已交	1,658.70	1,325.22	752.23
期末未交	196.66	314.04	-144.99

注：报告期期末，应交税费-应交所得税借方余额重分类至报表“其他流动资产”科目列示。

2、增值税

报告期内，公司增值税缴纳情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
期初未交	1,272.75	902.69	1,028.02
本期应交	3,256.09	2,830.95	2,069.08
本期已交	2,983.41	2,460.89	2,194.41
期末未交	1,545.43	1,272.75	902.69

3、重大税收政策变化及税收优惠对公司的影响

报告期内，公司重大税收政策变化及税收优惠政策变化情况详见本节“五、主要税种税率、享受的主要税收优惠政策”之“（三）公司税收政策和税收优惠政策的变化情况”和“（四）税收优惠对经营成果的影响”。

十、资产质量分析

报告期内，公司资产质量优良，资产负债结构合理，偿债能力较强，具有

可持续发展的能力，资产负债总体变动情况如下：

单位：万元

项目	2022年12月31日		2021年12月31日		2020年12月31日
	金额	增长率	金额	增长率	金额
资产总额	104,747.32	20.27%	87,093.96	20.52%	72,263.88
负债总额	35,386.80	10.28%	32,089.27	25.31%	25,608.63
归属于母公司 股东权益	69,360.52	26.10%	55,004.69	17.90%	46,655.25
资产负债率 (合并)	33.78%	-8.30%	36.84%	3.95%	35.44%

(一) 资产状况分析

1、资产结构分析

报告期内，公司资产规模及构成情况如下：

单位：万元

项目	2022年12月31日		2021年12月31日		2020年12月31日	
	金额	占资产 总额比	金额	占资产 总额比	金额	占资产 总额比
流动资产：						
货币资金	61,692.24	58.90%	50,619.77	58.12%	50,097.26	69.33%
交易性金融资产	31.93	0.03%	51.20	0.06%	39.12	0.05%
应收票据	2,027.58	1.94%	1,748.14	2.01%	1,197.42	1.66%
应收账款	22,235.36	21.23%	14,963.02	17.18%	12,233.35	16.93%
预付款项	-	-	1.50	0.00%	-	-
其他应收款	216.91	0.21%	151.19	0.17%	102.94	0.14%
存货	13,086.78	12.49%	8,620.65	9.90%	5,126.97	7.09%
合同资产	1,555.99	1.49%	1,581.91	1.82%	1,157.17	1.60%
其他流动资产	963.06	0.92%	833.04	0.96%	500.52	0.69%
流动资产合计	101,809.85	97.20%	78,570.42	90.21%	70,454.76	97.50%
非流动资产：						
其他非流动金融资产	677.06	0.65%	730.26	0.84%	637.53	0.88%
固定资产	482.73	0.46%	435.40	0.50%	452.23	0.63%
使用权资产	622.31	0.59%	652.83	0.75%	-	-
长期待摊费用	52.97	0.05%	116.97	0.13%	85.24	0.12%
递延所得税资产	1,102.39	1.05%	588.07	0.68%	634.13	0.88%

项目	2022年12月31日		2021年12月31日		2020年12月31日	
	金额	占资产总额比	金额	占资产总额比	金额	占资产总额比
其他非流动资产	-	-	6,000.00	6.89%	-	-
非流动资产合计	2,937.47	2.80%	8,523.53	9.79%	1,809.12	2.50%
资产总计	104,747.32	100.00%	87,093.96	100.00%	72,263.88	100.00%

报告期各期末，公司资产总额分别为 72,263.88 万元、87,093.96 万元和 104,747.32 万元，呈稳定增长的趋势。报告期内，公司资产结构较为稳定，各期末流动资产占总资产的比例分别为 97.50%、90.21%和 97.20%，是公司资产的主要构成部分。

货币资金、应收票据、应收账款、存货是公司流动资产的主要组成部分。2021 年末，公司流动资产较 2020 年末增加 8,115.66 万元，主要是随着公司业务规模的增长，期末应收账款和存货相应增加。2022 年末，公司流动资产较 2021 年末增加 23,239.43 万元，一方面是随着业务规模的增加期末应收账款和存货增加；另一方面，2021 年末计入其他非流动资产的 6,000 万元大额存单于 2022 年上半年转入流动资产。

公司非流动资产主要由其他非流动金融资产、固定资产、递延所得税资产、其他非流动资产等构成，报告期各期末，非流动资产占资产总额的比例较小，分别为 2.50%、9.79%和 2.80%。2021 年末，非流动资产占资产总额的比例提高，主要是期末其他非流动资产金额较大，其中一年以上的大额存单 6,000.00 万元。2022 年末，非流动资产占资产总额的比例下降，主要是由于前述大额存单于 2022 年上半年转入流动资产。

2、流动资产情况

公司流动资产主要由货币资金、应收票据、应收账款、存货构成，报告期各期末，前述各项合计占流动资产的比例分别为 97.45%、96.67%和 97.28%。

(1) 货币资金

报告期内，公司的货币资金由现金和银行存款构成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
----	-------------	-------------	-------------

项目	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
现金	0.77	0.77	1.06
银行存款	61,691.46	50,618.99	50,096.20
合计	61,692.24	50,619.77	50,097.26
其中： 因抵押、质押或冻结等对使用有限制的款项总额	-	237.47	75.40
应收利息	90.88	90.88	-

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 50,097.26 万元、50,619.77 万元和 61,692.24 万元，占流动资产的比例分别为 71.11%、64.43%和 60.60%，货币资金余额较高，主要原因一方面是来源于公司经营活动产生的现金净流入；另一方面是公司进行股票发行收到的增资款，其中，2020 年公司发行股票收到增资款 2,176.35 万元。

2020 年末和 2021 年末，公司因抵押、质押或冻结等对使用有限制的款项为银行存款用于保函保证金而使用受到限制。

（2）应收票据

报告期各期末，公司应收票据余额分别为 1,197.42 万元、1,748.14 万元和 2,027.58 万元，其中主要是银行承兑汇票，报告期各期末公司应收票据余额有所增长，主要系公司业务规模增长以及客户使用票据方式进行付款增加导致。

报告期各期末，公司应收票据余额占营业收入的比例分别为 2.52%、2.97%和 3.06%，占营业收入的比例较小，对公司整体的影响较小。

（3）应收账款

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 12,233.35 万元、14,963.02 万元和 22,235.36 万元，占流动资产的比例分别为 17.36%、19.04%和 21.84%。2021 年末，公司应收账款账面价值较 2020 年末增加 22.31%，主要是随着本期营业收入的增加，应收账款余额相应增加。2022 年末，公司应收账款账面价值较 2021 年末增加 48.60%，主要是 2022 年第四季度受外部经营环境影响回款有所延迟；此外，2022 年公司营业收入较 2021 年增加，应收账款也随之增加。

① 应收账款余额分析

报告期内，公司应收账款与营业收入的对比情况如下：

单位：万元

项目	2022年12月31日 /2022年度	2021年12月31日 /2021年度	2020年12月31日 /2020年度
期末应收账款余额	24,860.39	16,207.40	13,170.42
减：期末坏账准备	2,625.03	1,244.38	937.06
期末应收账款净额	22,235.36	14,963.02	12,233.35
当期营业收入	66,155.43	58,905.89	47,609.62
应收账款占营业收入比例	33.61%	25.40%	25.70%

公司2022年末应收账款占2022年营业收入的比例较2021年有所上升，主要原因是2022年第四季度因外部经营环境影响了部分销售回款进度。

②应收账款前五名客户情况

报告期各期末，公司应收账款余额中排名前五的客户如下：

单位：万元

2022年12月31日				
序号	单位名称	应收账款余额	占应收账款 合计数比例	坏账准备
1	沃尔沃汽车销售（上海）有限公司	3,187.56	12.82%	133.14
2	大圣科技股份有限公司	2,256.55	9.08%	63.90
3	华晨宝马汽车有限公司	1,663.62	6.69%	37.33
4	上海汽车集团股份有限公司	1,434.64	5.77%	111.88
5	丰田互联（北京）科技开发有限公司	1,427.86	5.74%	88.57
合计		9,970.23	40.10%	434.81
2021年12月31日				
序号	单位名称	应收账款余额	占应收账款 合计数比例	坏账准备
1	沃尔沃汽车销售（上海）有限公司	2,355.65	14.54%	38.66
2	华晨宝马汽车有限公司	1,126.30	6.95%	17.20
3	广汽丰田汽车有限公司	1,000.02	6.17%	70.79
4	上海汽车集团股份有限公司	992.01	6.12%	30.09
5	丰田互联（北京）科技开发有限公司	963.62	5.95%	36.97
合计		6,437.60	39.73%	193.71
2020年12月31日				
序号	单位名称	应收账款余额	占应收账款	坏账准备

			合计数比例	
1	丰田互联（北京）科技开发有限公司	1,395.77	10.59%	22.50
2	广汽传祺汽车销售有限公司	955.79	7.26%	8.75
3	上汽通用五菱汽车股份有限公司	931.39	7.07%	17.04
4	上海汽车集团股份有限公司	762.83	5.79%	60.60
5	上汽通用汽车销售有限公司	745.02	5.67%	6.71
合计		4,790.81	36.38%	115.60

报告期各期末，公司应收账款前五名客户的合计余额占应收账款余额的比例分别为 36.38%、39.73%和 40.10%，不存在对单一客户的重大依赖，相关客户主要为大型整车厂，历史回款情况良好。

③ 账龄情况及坏账准备

报告期各期末，应收账款账龄具体情况如下：

单位：万元

账龄	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
1年以内	20,687.47	13,416.61	10,881.58
1至2年	2,637.52	1,568.67	1,641.47
2至3年	645.65	798.24	518.08
3年以上	889.74	423.89	129.29
小计	24,860.39	16,207.40	13,170.42
减：坏账准备	2,625.03	1,244.38	937.06
合计	22,235.36	14,963.02	12,233.35

报告期各期末，公司应收账款账龄主要在 1 年以内，整体账龄较短，总体质量良好。报告期各期末，账龄在 1 年以内的应收账款余额占应收账款余额的比例分别为 82.62%、82.78%和 83.21%，占比较为稳定。

报告期各期末，公司应收账款坏账准备余额分别为 937.06 万元、1,244.38 万元和 2,625.03 万元，逐年增加。

报告期各期末，公司应收账款坏账准备计提情况如下：

单位：万元

账龄	2022年12月31日		2021年12月31日		2020年12月31日	
	余额	坏账准备	余额	坏账准备	余额	坏账准备

账龄	2022年12月31日		2021年12月31日		2020年12月31日	
	余额	坏账准备	余额	坏账准备	余额	坏账准备
按单项计提坏账准备	1,073.09	1,073.09	395.65	395.65	442.75	442.75
按信用风险特征组合计提坏账准备	23,787.30	1,551.94	15,811.75	848.72	12,727.67	494.31
合计	24,860.39	2,625.03	16,207.40	1,244.38	13,170.42	937.06

2022年末，公司单项计提坏账准备的应收账款情况如下：

单位：万元

单位名称	账面余额	坏账准备	预期信用损失率	计提理由
广汽菲亚特克莱斯勒汽车销售有限公司	677.55	677.55	100.00%	预计款项无法收回
江铃控股有限公司	223.10	223.10	100.00%	预计款项无法收回
北京长城华冠汽车科技股份有限公司	38.30	38.30	100.00%	预计款项无法收回
重庆美万新能源汽车科技有限公司	29.89	29.89	100.00%	预计款项无法收回
长沙君马汽车销售有限公司	22.03	22.03	100.00%	预计款项无法收回
汉马科技集团股份有限公司	21.70	21.70	100.00%	预计款项无法收回
重庆长安汽车股份有限公司	16.48	16.48	100.00%	预计款项无法收回
云南中致远汽车销售集团有限公司	9.65	9.65	100.00%	预计款项无法收回
其他	34.40	34.40	100.00%	预计款项无法收回
合计	1,073.09	1,073.09	100.00%	

2021年末，公司单项计提坏账准备的应收账款情况如下：

单位：万元

单位名称	账面余额	坏账准备	预期信用损失率	计提理由
江铃控股有限公司	223.10	223.10	100.00%	预计款项无法收回
北京长城华冠汽车科技股份有限公司	38.30	38.30	100.00%	预计款项无法收回
重庆美万新能源汽车科技有限公司	30.00	30.00	100.00%	预计款项无法收回
长沙君马汽车销售有限公司	22.03	22.03	100.00%	预计款项无法收回
汉马科技集团股份有限公司	21.70	21.70	100.00%	预计款项无法收回
重庆长安汽车股份有限公司	16.48	16.48	100.00%	预计款项无法收回
云南中致远汽车销售集团有限公司	9.65	9.65	100.00%	预计款项无法收回
其他	34.40	34.40	100.00%	预计款项无法收回
合计	395.65	395.65	100.00%	

2020年末，公司单项计提坏账准备的应收账款情况如下：

单位：万元

单位名称	账面余额	坏账准备	预期信用损失率	计提理由
江铃控股有限公司	223.10	223.10	100.00%	预计款项无法收回
钛马信息技术有限公司	68.54	68.54	100.00%	预计款项无法收回
北京长城华冠汽车科技股份有限公司	38.30	38.30	100.00%	预计款项无法收回
重庆美万新能源汽车科技有限公司	30.00	30.00	100.00%	预计款项无法收回
长沙君马汽车销售有限公司	22.03	22.03	100.00%	预计款项无法收回
重庆长安汽车股份有限公司	16.48	16.48	100.00%	预计款项无法收回
云南中致远汽车销售集团有限公司	9.65	9.65	100.00%	预计款项无法收回
宝沃汽车（中国）有限公司	7.24	7.24	100.00%	预计款项无法收回
其他	27.41	27.41	100.00%	预计款项无法收回
合计	442.75	442.75	100.00%	

公司预期信用损失的确定方法：

公司考虑了不同客户的信用风险特征，以账龄组合为基础评估应收款项的预期信用损失。预期信用损失计量的参数：根据信用风险是否发生显著增加以及是否已发生信用减值，公司对不同的资产分别以 12 个月或整个存续期的预期信用损失计量减值准备。预期信用损失计量的关键参数包括违约概率、违约损失率和违约风险敞口。公司考虑历史统计数据（如交易对手评级、担保方式及抵质押物类别、还款方式等）的定量分析及前瞻性信息，建立违约概率、违约损失率及违约风险敞口模型。信用风险显著增加的评估及预期信用损失的计算均涉及前瞻性信息。公司通过进行历史数据分析，识别出影响各业务类型信用风险及预期信用损失的关键经济指标。

报告期各期末，公司按信用风险特征组合计提坏账准备的情况如下：

单位：万元

2022 年 12 月 31 日						
账龄	估计发生违约的账面余额		预期信用损失率		整个存续期预期信用损失	
	整车厂	经销商集团	整车厂	经销商集团	整车厂	经销商集团
1 年以内	20,246.86	108.09	2.24%	14.66%	454.28	15.84
1 年至 2 年	2,333.34	76.55	15.94%	47.10%	372.00	36.06
2 年至 3 年	598.16	41.64	56.00%	60.05%	334.97	25.01
3 年至 4 年	277.30	67.05	80.00%	80.00%	221.84	53.64

4年至5年	26.05	-	100.00%	100.00%	26.05	-
5年以上	12.25	-	100.00%	100.00%	12.25	-
合计	23,493.97	293.33	6.05%	44.51%	1,421.39	130.55
2021年12月31日						
账龄	估计发生违约的账面余额		预期信用损失率		整个存续期预期信用损失	
	整车厂	经销商集团	整车厂	经销商集团	整车厂	经销商集团
1年以内	13,267.27	149.34	1.53%	12.22%	202.65	18.26
1年至2年	1,521.18	41.64	11.50%	43.73%	174.95	18.21
2年至3年	612.85	97.05	44.67%	59.86%	273.79	58.09
3年至4年	75.00	23.26	80.00%	80.00%	60.00	18.61
4年至5年	24.16	-	100.00%	100.00%	24.16	-
5年以上	-	-	100.00%	100.00%	-	-
合计	15,500.46	311.29	4.75%	36.35%	735.56	113.16
2020年12月31日						
账龄	估计发生违约的账面余额		预期信用损失率		整个存续期预期信用损失	
	整车厂	经销商集团	整车厂	经销商集团	整车厂	经销商集团
1年以内	10,526.97	348.76	0.90%	14.35%	94.54	50.05
1年至2年	1,295.56	223.30	6.73%	42.94%	87.13	95.89
2年至3年	243.18	23.26	39.93%	53.14%	97.10	12.36
3年至4年	47.01	-	80.00%	80.00%	37.61	-
4年至5年	15.13	-	100.00%	100.00%	15.13	-
5年以上	-	4.50	100.00%	100.00%	-	4.50
合计	12,127.85	599.82	2.73%	27.14%	331.51	162.80

2021年12月31日，公司对单项计提坏账准备的应收账款合计80.50万元予以核销。

2022年末，公司应收账款坏账准备较2021年末增加1,380.65万元。其中，按单项计提的坏账准备增加677.44万元，主要系广汽菲亚特克莱斯勒汽车销售有限公司申请破产，公司对其应收账款全额单项计提了坏账准备677.55万元。此外，按信用风险特征组合计提坏账准备增加，主要是2022年末应收账款余额增加，以及随着应收账款迁移率提高，相应的预期信用损失率提高。

2021年末，公司应收账款坏账准备较2020年末增加307.32万元，主要原因一方面是随着收入规模的增加，期末应收账款余额相应增加；另一方面是随

着应收账款迁移率提高，相应的预期信用损失率提高，2021 年末按信用风险特征组合计提的坏账准备相应增加。

公司应收账款的坏账准备计提比例与可比公司的比较情况如下：

2020 年、2021 年和 2022 年公司及可比公司应收账款预期信用损失率

账龄		1 年以内		1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上	
山大地纬		3.00%		10.00%	30.00%	50.00%	80.00%	100.00%	
诚迈科技		5.00%		20.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%	
中科创达		1.00%		10.00%	20.00%	50.00%	70.00%	100.00%	
光庭信息		3.00%（3 个月内）	5.00%（3-12 个月）	20.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%	
用友汽车	整车厂	2022 年	2.24%		15.94%	56.00%	80.00%	100.00%	100.00%
		2021 年	1.53%		11.50%	44.67%	80.00%	100.00%	100.00%
		2020 年	0.90%		6.73%	39.93%	80.00%	100.00%	100.00%
	经销商集团	2022 年	14.66%		47.10%	60.05%	80.00%	100.00%	100.00%
		2021 年	12.22%		43.73%	59.86%	80.00%	100.00%	100.00%
		2020 年	14.35%		42.94%	53.14%	80.00%	100.00%	100.00%

公司结合自身的信用政策、客户信誉及历史回款情况制定适合公司的应收账款坏账准备政策。报告期内，公司对不同类型的客户分别进行信用风险管理，分为整车厂客户和经销商集团客户，分别按照各自的预期信用损失率计提坏账准备。公司的整车厂和经销商集团客户，资产规模和商业信誉情况整体较好，同时公司与主要客户建立了长期的合作关系，有助于保持良好的回款效果。截至 2023 年 2 月 28 日，公司 2020 年末、2021 年末和 2022 年末的应收账款余额的回款比例分别为 85.38%、74.50%和 29.57%。公司报告期内整车厂客户短期账龄的应收账款坏账计提比例略低于可比公司，但是报告期内，公司应收账款账龄结构优于可比公司，且整体回款情况一直良好，因此，公司坏账准备计提政策符合公司所处行业及自身业务特点，应收账款坏账准备计提政策具备合理性。

④第三方回款情况

报告期内，回款单位与合同签订单位不一致的单位回款金额及占营业收入比例情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	回款金额	占营业收入比例	回款金额	占营业收入比例	回款金额	占营业收入比例
集团内指定公司付款	881.18	1.33%	779.57	1.32%	1,158.35	2.43%
客户指定个人或其他公司付款	30.99	0.05%	49.44	0.08%	24.53	0.05%
合计	912.17	1.38%	829.02	1.41%	1,182.88	2.48%

公司发生的第三方回款主要是基于客户自身实际情况的付款安排，存在个别整车厂客户，出于内部管理或内部结算等原因，由集团内指定公司代为支付款项的情况；此外，报告期内存在部分汽车经销商客户由其指定的个人或其他公司代为支付款项情况。

大型整车厂客户部分货款由集团内指定的分支机构进行支付，属于集团统一安排资金支付的常规行为，具有合理性；部分汽车经销商客户单笔付款金额通常较小，出于自身资金安排或付款便利性的考虑，由客户指定个人或其他公司代付，具有商业合理性。

报告期内，公司的第三方回款包括客户所属集团指定集团内相关公司进行支付且无异常的情形，属于《监管规则适用指引——发行类第 5 号》“5-11 第三方回款核查”所规定的与经营模式相关、符合行业经营特点的第三方回款。因此，报告期内，公司纳入第三方回款的金额占营业收入的比例较低。

（4）存货

① 存货构成情况

报告期各期末，公司存货金额分别为 5,126.97 万元、8,620.65 万元和 13,086.78 万元，占流动资产的比例分别为 7.28%、10.97%和 12.85%。公司存货主要包括库存商品和列示在存货科目的合同履约成本。

报告期各期末，公司存货构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比
库存商品	22.61	0.16%	26.71	0.31%	32.94	0.64%

项目	2022年12月31日		2021年12月31日		2020年12月31日	
	账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比
合同履约成本	13,064.17	99.84%	8,593.94	99.69%	5,094.03	99.36%
合计	13,086.78	100.00%	8,620.65	100.00%	5,126.97	100.00%

报告期各期末，公司库存商品主要是根据项目需要采购的软硬件产品，金额较小。

2020年末、2021年末和2022年末，公司存货中合同履约成本主要系公司自2020年1月1日起执行新收入准则，针对不满足在新收入准则下在某一时段内确认收入的定制化软件开发合同，公司在客户验收后确认收入，在确认收入及结转成本前，公司将相应的合同履约成本在存货科目列示。2021年末，合同履约成本账面价值较2020年末增加3,499.91万元，主要原因是公司业务规模增加，部分项目需要一定的实施周期，截至2021年末尚未验收。2022年末，合同履约成本账面价值较2021年末增加4,470.23万元，主要原因一方面是公司业务规模增长，在手项目增加；另一方面，受到2022年第四季度外部经营环境的影响，截至2022年末尚未验收。

② 存货跌价情况

报告期各期末，公司库存商品未发生减值。

2022年度，公司合同履约成本减值准备变动情况如下：

单位：万元

上年年末余额	会计政策变更	本年年初余额	本年计提	本年转销	本年年末余额
298.75	-	298.75	430.78	-	729.53

2021年度，公司合同履约成本减值准备变动情况如下：

单位：万元

上年年末余额	会计政策变更	本年年初余额	本年计提	本年转销	本年年末余额
287.84	-	287.84	86.59	75.67	298.75

2020年度，公司合同履约成本减值准备变动情况如下：

单位：万元

上年年末余额	会计政策变更	本年年初余额	本年计提	本年转销	本年年末余额

上年年末余额	会计政策变更	本年年初余额	本年计提	本年转销	本年年末余额
-	317.72	317.72	263.32	-293.21	287.84

公司按项目归集成本，以每个存货项目对应的合同价格作为确定存货可变现净值的基础，并将合同价格减去至项目完成时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额确认。公司合同履行成本减值主要是暂停项目的收款无法弥补已发生成本，以及部分项目因为客户需求调整较多、项目较为复杂等原因导致实际投入成本和预计发生成本超过合同金额两方面原因导致。

3、非流动资产情况

报告期各期末，公司非流动资产合计数分别为 1,809.12 万元、8,523.53 万元和 2,937.47 万元，主要由其他非流动金融资产、固定资产、递延所得税资产等构成。报告期各期末，公司非流动资产合计数占资产总额的比例分别为 2.50%、9.79%和 2.80%，其中 2021 年末，公司非流动资产及占比增加的原因为 2021 年购买的一年以上的大额存单 6,000.00 万元尚未到期，计入其他非流动资产；2022 年末，公司非流动资产及占比下降的原因是由于前述大额存单于 2022 年上半年转入流动资产。

（二）负债状况分析

1、负债结构分析

报告期内，公司负债及其构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	占负债总额比	金额	占负债总额比	金额	占负债总额比
流动负债：						
应付账款	14,178.13	40.07%	9,967.91	31.06%	6,729.45	26.28%
合同负债	10,674.83	30.17%	9,847.84	30.69%	9,271.12	36.20%
应付职工薪酬	5,566.20	15.73%	5,129.97	15.99%	3,696.93	14.44%
应交税费	1,907.81	5.39%	1,708.61	5.32%	996.56	3.89%
其他应付款	2,349.79	6.64%	4,469.97	13.93%	4,679.08	18.27%
一年内到期的非流动负债	443.28	1.25%	459.49	1.43%	-	-

项目	2022年12月31日		2021年12月31日		2020年12月31日	
	金额	占负债总额比	金额	占负债总额比	金额	占负债总额比
其他流动负债	82.31	0.23%	206.69	0.64%	128.49	0.50%
流动负债合计	35,202.35	99.48%	31,790.48	99.07%	25,501.63	99.58%
非流动负债：						
租赁负债	184.45	0.52%	191.78	0.60%	-	-
递延收益	-	-	107.00	0.33%	107.00	0.42%
非流动负债合计	184.45	0.52%	298.78	0.93%	107.00	0.42%
负债总计	35,386.80	100.00%	32,089.27	100.00%	25,608.63	100.00%

报告期各期末，公司负债总额分别为 25,608.63 万元、32,089.27 万元和 35,386.80 万元，公司负债构成主要是流动负债。其中，2021 年末负债总额较 2020 年末增加，主要系随着公司业务规模的增加，对外采购增加，期末应付账款相应增加，以及因员工工资、奖金、社保公积金等的增加，期末应付职工薪酬增加。2022 年末负债总额较 2021 年末增加，主要系随着公司业务规模的增加，对外采购增加，期末应付账款相应增加。

2、流动负债情况

公司流动负债主要由应付账款、合同负债、应付职工薪酬、应交税费、其他应付款构成。

(1) 应付账款

① 应付账款的构成

报告期各期末，公司应付账款具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年12月31日		2021年12月31日		2020年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付货款	836.15	5.90%	600.72	6.03%	453.82	6.74%
应付服务采购款	13,341.97	94.10%	9,367.19	93.97%	6,275.63	93.26%
合计	14,178.13	100.00%	9,967.91	100.00%	6,729.45	100.00%

报告期各期末，公司应付账款余额分别为 6,729.45 万元、9,967.91 万元和 14,178.13 万元，占流动负债的比例分别为 26.39%、31.36%和 40.28%，主要是

期末应付供应商的服务采购款。考虑项目的实施周期、实施地点、人员工作饱和度及成本效益等因素，公司向供应商采购部分非核心模块的开发、测试、推广实施、运维等服务。报告期内，公司应付账款还包括应付供应商货款，主要是公司根据项目需要采购的软硬件的应付款项，金额相对较小。

② 应付账款的账龄分布

报告期各期末，公司应付账款的账龄分布情况如下：

单位：万元

账龄	2022年12月31日		2021年12月31日		2020年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1年以内	11,290.90	79.64%	8,811.35	88.40%	5,202.93	77.32%
1至2年	2,087.36	14.72%	617.25	6.19%	990.01	14.71%
2至3年	267.02	1.88%	243.77	2.45%	432.23	6.42%
3年以上	532.85	3.76%	295.54	2.96%	104.29	1.55%
合计	14,178.13	100.00%	9,967.91	100.00%	6,729.45	100.00%

报告期各期末，公司账龄在1年以内的应付账款余额占比分别为77.32%、88.40%和79.64%。

2022年末，公司账龄超过1年的重要应付账款情况如下：

供应商名称	应付金额（万元）	未偿还原因
江西景腾科技有限公司	535.99	尚未结算
西安奥途网络科技有限公司	528.16	尚未结算
长春科软信息技术有限公司	383.11	尚未结算
合计	1,447.27	

2021年末，公司账龄超过1年的重要应付账款情况如下：

供应商名称	应付金额（万元）	未偿还原因
西安奥途网络科技有限公司	316.81	尚未结算
江西景腾科技有限公司	306.97	尚未结算
合计	623.78	

2020年末，公司账龄超过1年的重要应付账款情况如下：

供应商名称	应付金额（万元）	未偿还原因
-------	----------	-------

上海沸橙信息科技有限公司	284.62	尚未结算
江西景腾科技有限公司	278.25	尚未结算
西安奥途网络科技有限公司	228.83	尚未结算
北京云族佳科技有限公司	178.22	尚未结算
合计	969.92	

（2）合同负债

自 2020 年 1 月 1 日起，公司执行新收入准则，合同负债主要为公司尚未完成履约义务前向客户收取的预收款。报告期各期末，公司合同负债余额分别为 9,271.12 万元、9,847.84 万元和 10,674.83 万元，呈增长趋势，主要是随着业务规模的增长而增长。

（3）应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
短期薪酬	5,264.62	4,919.45	3,541.79
其中：工资、奖金、津贴和补贴	4,977.97	4,696.05	3,328.09
社会保险费	161.70	126.97	119.50
住房公积金	124.12	95.76	93.55
其他短期薪酬	0.83	0.68	0.64
离职后福利-设定提存计划	280.83	210.52	155.13
辞退福利	20.75	-	-
总计	5,566.20	5,129.97	3,696.93

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 3,696.93 万元、5,129.97 万元和 5,566.20 万元，占流动负债的比例分别为 14.50%、16.14%和 15.81%。2021 年末，应付职工薪酬较 2020 年末增加 1,433.04 万元，主要是由于 2021 年公司经营业绩提升，计提的奖金较 2020 年增加。2022 年末，应付职工薪酬较 2021 年末增加 436.23 万元，主要是由于 2022 年公司员工总数增加以及平均薪酬水平增加。

（4）应交税费

报告期各期末，公司应交税费情况如下：

单位：万元

项目	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
增值税	1,545.43	1,272.75	902.69
企业所得税	196.66	314.04	-
个人所得税	109.22	65.41	56.04
城市维护建设税	25.66	21.03	13.53
教育费附加	25.66	21.03	13.53
印花税	5.16	14.36	10.77
总计	1,907.81	1,708.61	996.56

报告期各期末，公司应交税费余额分别为 996.56 万元、1,708.61 万元和 1,907.81 万元，占流动负债的比例分别为 3.91%、5.37%和 5.42%，主要由应交增值税、应交企业所得税、应交个人所得税等的余额构成。报告期内，公司增值税和企业所得税纳税情况的变动，详见本节“九、经营成果分析”之“（八）纳税情况”。

（5）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款明细情况如下：

单位：万元

项目	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
保证金	16.20	18.48	20.80
员工报销款	-	-	3.14
中介机构服务费	73.58	55.00	321.95
股票回购义务	2,172.00	4,321.95	4,321.95
其他	88.01	74.54	11.23
总计	2,349.79	4,469.97	4,679.07

报告期各期末，公司其他应付款余额分别为 4,679.07 万元、4,469.97 万元和 2,349.79 万元，占流动负债的比例分别为 18.35%、14.06%和 6.68%，主要系股票回购义务形成。因公司实施了附业绩考核条件和回购条款的股权激励，公司在取得股东认购款时确认了股票回购义务。公司实施的股权激励在 2022 年度满足解除限售条件的限制性股票已确认的股票回购义务转回，2022 年末剩余股票回购义务 2,172.00 万元。

3、非流动负债情况

报告期各期末，公司非流动负债为递延收益和租赁负债，分别为 107.00 万元、298.78 万元和 184.45 万元，占负债总额的比例分别为 0.42%、0.93% 和 0.52%，金额及占比均较小。

十一、偿债能力、流动性及持续经营能力分析

（一）偿债能力分析

报告期内，公司主要偿债能力指标如下表：

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
资产负债率（合并）	33.78%	36.84%	35.44%
流动比率（倍）	2.89	2.47	2.76
速动比率（倍）	2.52	2.20	2.56

注：上述财务指标按照以下公式计算：

- 1、资产负债率（合并）=负债总额/总资产
- 2、流动比率=流动资产/流动负债
- 3、速动比率=（流动资产-存货）/流动负债

1、资产负债率分析

报告期各期末，公司资产负债率分别为 35.44%、36.84% 和 33.78%，2022 年末资产负债率有所降低，公司资产负债率水平符合公司的实际经营情况，公司整体资产负债率水平较低，偿债风险较小。

2、流动比率、速动比率分析

报告期各期末，公司流动比率分别为 2.76、2.47 和 2.89，2021 年末流动比率较 2020 年末降低，主要系 2021 年末公司流动负债较 2020 年末增加 24.66%，2021 年末公司一年以上的大额存单 6,000 万元计入其他非流动资产，因此，2021 年末流动资产增长幅度小于流动负债增长幅度。2022 年末，公司流动比率较 2021 年末有所提高，主要是随着业务规模的增长，2022 年末应收账款和存货相应增加，以及 2021 年末计入其他非流动资产的 6,000 万元大额存单于 2022 年上半年转入流动资产，由此带来流动资产增长幅度大于流动负债增长幅度。

报告期各期末，公司速动比率分别为 2.56、2.20 和 2.52，2021 年末速动比

率较 2020 年末降低，主要是受上述流动负债变化的影响；2022 年末，速动比率较 2021 年末有所提高，主要是受期末应收账款增加的影响。

整体而言，报告期内，公司流动比率、速动比率指标较高，资产负债率水平较低，具有较强的偿债能力。截至 2022 年末，公司除日常经营性负债外，无有息债务，公司财务状况稳健。

3、与可比公司的比较

报告期内，可比公司的偿债能力指标如下：

项目	名称	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
流动比率 (倍)	山大地纬	暂未披露	2.20	2.32
	诚迈科技	暂未披露	1.79	2.17
	中科创达	6.30	2.49	3.20
	光庭信息	暂未披露	14.23	4.31
	算数平均	/	5.18	3.00
	公司	2.89	2.47	2.76
速动比率 (倍)	山大地纬	暂未披露	2.16	2.26
	诚迈科技	暂未披露	1.66	2.07
	中科创达	5.59	2.08	2.82
	光庭信息	暂未披露	14.09	4.08
	算数平均	/	5.00	2.81
	公司	2.52	2.20	2.56
资产负债率 (合并)	山大地纬	暂未披露	26.03%	26.85%
	诚迈科技	暂未披露	31.21%	27.39%
	中科创达	13.16%	27.31%	21.06%
	光庭信息	暂未披露	7.57%	16.44%
	算数平均	/	23.03%	22.93%
	公司	33.78%	36.84%	35.44%

注：可比公司的数据来源于相关企业的年报或招股说明书。截至 2023 年 3 月 31 日，山大地纬、诚迈科技、光庭信息暂未披露 2022 年年度财务数据。

2020 年末，公司流动比率、速动比率与可比公司平均水平不存在显著差异。2021 年末，公司流动比率和速动比率低于可比公司平均水平，主要是由于光庭信息于 2021 年 12 月首发上市，募集资金到账后其 2021 年末流动资金中货币资金余额较大，剔除光庭信息后，公司流动比率、速动比率与可比公司平均

水平不存在显著差异。2020 年末和 2021 年末，公司资产负债率高于可比公司平均水平，但整体上公司及可比公司资产负债率均较低，公司抗风险能力和偿债能力较强。

（二）报告期股利分配情况

1、公司于 2020 年 4 月 20 日召开 2019 年年度股东大会，审议通过《关于审议公司 2019 年度利润分配预案的议案》，以总股本 10,560.00 万股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利 4.30 元（含税），分派股利总额为 4,540.80 万元。本次利润分配已实施完成。

2、公司于 2021 年 4 月 16 日召开 2020 年年度股东大会，审议通过《关于公司 2020 年度利润分配预案的议案》，以总股本 10,823.80 万股为基数，向全体股东每 10 股派现金股利 5.00 元（含税），分派股利总额为 5,411.90 万元，本次利润分配已实施完成。

（三）现金流量分析

1、经营活动现金流量分析

（1）经营活动现金流构成及变动情况

报告期内，公司经营活动产生的现金流量明细情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	62,125.08	59,272.23	47,033.32
收到的税费返还	355.26	444.28	190.55
收到其他与经营活动有关的现金	1,187.51	1,061.61	1,000.94
经营活动现金流入小计	63,667.84	60,778.12	48,224.81
购买商品、接受劳务支付的现金	14,644.22	12,891.88	8,180.67
支付给职工以及为职工支付的现金	35,234.12	27,600.35	24,564.18
支付的各项税费	4,979.45	4,060.16	3,185.20
支付其他与经营活动有关的现金	3,600.81	3,802.38	4,189.56
经营活动现金流出小计	58,458.60	48,354.78	40,119.61
经营活动产生的现金流量净额	5,209.25	12,423.34	8,105.19

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 8,105.19 万元、12,423.34 万元和 5,209.25 万元。2021 年公司经营活动产生的现金流量净额较 2020 年增加 4,318.15 万元，主要系随着收入的增加，销售商品、提供劳务收到的现金相应增加。2022 年，公司经营活动产生的现金流量净额较 2021 年减少，一方面是随着公司业务规模的增加，员工总数增加以及员工薪酬调增，支付给职工以及为职工支付的现金增加；另一方面，受外部环境影响，公司回款有所延后。

（2）经营活动现金流净额与净利润的比较情况

报告期内，公司经营活动现金流净额与净利润的对比情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
经营活动产生的现金流量净额	5,209.25	12,423.34	8,105.19
净利润	10,778.01	12,229.65	8,482.81
经营活动产生的现金流量净额/净利润	48.33%	101.58%	95.55%

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润的比例分别为 95.55%、101.58%和 48.33%。2022 年，公司回款进度受到影响，支付给职工以及为职工支付的现金增加，经营活动产生的现金流量净额低于净利润。整体而言，报告期内，公司经营状况良好，资金回收情况较好。

2、投资活动现金流量分析

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	65,000.00	38,000.00	73,100.00
取得投资收益收到的现金	752.40	734.82	839.35
收到其他与投资活动有关的现金	290.17	156.34	17.66
投资活动现金流入小计	66,042.57	38,891.15	73,957.01
购建固定资产和其他长期资产支付的现金	186.49	189.79	202.96
投资支付的现金	65,000.00	44,000.00	73,100.00
投资活动现金流出小计	65,186.49	44,189.79	73,302.96
投资活动产生的现金流量净额	856.08	-5,298.64	654.05

公司投资活动产生的现金流主要是公司购买、赎回理财产品以及收到的理财产品收益。

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为 654.05 万元、-5,298.64 万元和 856.08 万元。2021 年，公司投资活动产生的现金流量净额为负数，主要是截至 2021 年末，本期购买的大额存单 6,000.00 万元尚未到期赎回。

3、筹资活动现金流量分析

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	2,176.35
筹资活动现金流入小计	-	-	2,176.35
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	5,411.90	4,540.80
支付其他与筹资活动有关的现金	755.39	1,443.24	158.97
筹资活动现金流出小计	755.39	6,855.14	4,699.77
筹资活动产生的现金流量净额	-755.39	-6,855.14	-2,523.42

报告期内，公司筹资活动现金流入分别为 2,176.35 万元、0 万元和 0 万元，其中，2020 年筹资活动现金流入为收到的股权激励款。报告期内，公司筹资活动现金流出分别为 4,699.77 万元、6,855.14 万元和 755.39 万元，2020 年-2021 年主要为向股东进行股利分配支付的款项。

2021 年度，公司筹资活动产生的现金流量净额为-6,855.14 万元，相比 2020 年减少 4,331.72 万元，主要原因一方面是 2020 年公司实施股权激励收到股东出资款，另一方面是 2021 年公司支付的现金股利、上市中介服务等较 2020 年增加。

（四）资本性支出事项及对发行人流动性的影响

1、报告期内资本性支出情况

公司为轻资产的软件公司，报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 202.96 万元、189.79 万元和 186.49 万元，主要为采购的办公、电子设备和运输工具。

报告期内，公司经营活动现金流量净额分别为 8,105.19 万元、12,423.34 万元和 5,209.25 万元。报告期内，公司经营性现金流及自有资金较为充足，足够支撑公司日常资本性支出。公司报告期内资本性支出规模整体较小，未对公司流动性产生较大影响。

2、可预见的重大资本性支出计划

公司近期重大资本性支出计划包括本次拟实施的募集资金投资项目，具体参见本招股说明书“第七节 募集资金运用与未来发展规划”。

（五）持续经营能力分析

自公司成立以来，公司一直专注于汽车营销与后市场服务领域，是该细分领域软件及服务提供商中的龙头企业。通过深耕行业多年积累的丰富经验、服务能力和品牌优势，并且持续不断研发投入所累积的技术优势，公司取得了良好的经营绩效。

未来，随着募集资金投资项目的实施，公司将抓住行业发展机遇，紧扣市场需求，加强产品与技术研发，公司的整体研发能力和技术优势将进一步增强。未来公司将继续注重自主创新，加大研发投入，不断开发新产品、新技术，继续增强公司的市场竞争力，巩固行业地位，增强盈利能力。

综上，公司历史经营绩效优良，未来随着公司研发不断投入，公司新产品的不断推出，公司持续盈利能力将进一步提升，公司持续经营能力方面不存在重大不利变化。

十二、重大投资、资本性支出、重大资产业务重组或股权收购合并事项

（一）重大投资情况

报告期内，公司不存在重大对外投资事项。

（二）资本性支出情况

报告期内，公司资本性支出情况参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、偿债能力、流动性及持续经营能力分析”之“（四）资本性支出事项及对发行人流动性的影响”。

（三）重大资产业务重组情况

报告期内，公司不存在重大资产业务重组事项。

（四）股权收购合并情况

报告期内，公司不存在股权收购合并事项。

十三、财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

截至 2023 年 3 月 30 日，公司无须做披露的重要资产负债表日后事项。

（二）承诺及或有事项

1、重要承诺事项

截至本招股说明书签署日，公司无需要披露的重要承诺事项。

2、或有事项

截至本招股说明书签署日，公司无需要披露的重大或有事项。

（三）其他重要事项

租赁

（1）公司承租的租赁资产为经营房屋及建筑物、办公及电子设备，房屋及建筑物租赁期通常为 1-3 年，办公及电子设备租赁期通常为 1-3 年。租赁合同通常约定公司不能将租赁资产进行转租。

项目	2022 年（万元）	2021 年（万元）
租赁负债利息费用	24.36	40.71
计入当期损益的采用简化处理的短期租赁费用	327.93	236.43
计入当期损益的采用简化处理的低价值资产租赁（短期租赁除外）	0.75	0.90
与租赁相关的总现金流出	1,003.25	975.92

（2）重大经营租赁（仅适用于 2020 年度）

根据与出租人签订的租赁合同，不可撤销租赁的最低租赁付款额如下：

单位：万元

租赁期间	2020 年
1 年以内（含 1 年）	745.91
1 年至 2 年（含 2 年）	275.11
2 年至 3 年（含 3 年）	49.75
合计	1,070.77

（四）财务报告审计截止日后经营状况

财务报告审计截止日至招股说明书签署日，公司的整体经营环境未发生重大变化，经营状况良好，经营模式未发生重大变化。

2023 年一季度业绩预计情况

经公司初步测算，公司 2023 年一季度预计可实现营业收入约 15,800.00 万元至 17,000.00 万元，较去年同期增长约 10.17%至 18.53%；预计实现净利润约 3,500.00 万元至 3,850.00 万元，较去年同期增长约 1.66%至 11.82%；预计实现扣除非经常性损益后净利润约 3,150.00 万元至 3,500.00 万元，较去年同期变动比率约-4.77%至 5.81%。

前述 2023 年一季度财务数据为公司初步测算数据，未经会计师审计或审阅，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

十四、重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项对发行人的影响

报告期内，公司不存在重大未决诉讼仲裁事项。截至本招股说明书签署日，公司不存在重大担保、其他或有事项和重大期后事项。

十五、盈利预测报告

公司未编制盈利预测报告。

第七节 募集资金运用与未来发展规划

一、募集资金使用管理制度

公司第二届董事会第十八次会议与 2020 年年度股东大会审议通过了《募集资金管理制度（草案）（上市后适用）》，根据该制度：公司通过公开发行证券（包括首次公开发行股票、配股、增发、发行可转换公司债券、发行分离交易的可转换公司债券、发行权证等）以及非公开发行证券向投资者募集并用于特定用途的资金应当存放于公司董事会决定的专户集中管理，专户不得存放非募集资金或用作其它用途。

公司应当按照发行申请文件中承诺的募集资金投资计划使用募集资金。出现严重影响募集资金投资计划正常进行的情形时，公司应当及时公告。

二、本次募集资金规模及募投项目情况概述

（一）本次发行募集资金金额

公司本次公开发行人民币普通股 3,607.94 万股，本次公开发行股票募集资金扣除相应的发行费用后的净额将全部用于公司的主营业务相关项目。

（二）本次募集资金投资项目及投资进度

根据公司竞争优势和战略规划，募投项目主要围绕公司的主营业务相关内容展开，即汽车营销及后市场服务领域，结合云原生、大数据分析等技术，对已有的产品进行进一步升级和优化。

经公司第二届董事会第十八次会议和 2020 年年度股东大会审议通过，若本次发行成功，募集资金扣除发行费用后将用于投资下列项目：

单位：万元

项目名称	项目投资总额	拟使用募集资金金额	投资比例
车企营销系统升级项目	36,160.04	36,160.04	64.22%
车主服务平台升级项目	12,836.44	12,836.44	22.80%
数据分析平台建设项目	7,314.39	7,314.39	12.99%
合计	56,310.87	56,310.87	100.00%

本次发行募集资金到位前，公司可根据各项目的实际进度，以自筹资金支

付项目所需款项。本次发行募集资金到位后，公司将严格按照有关法律、法规及内部制度存放和使用募集资金，募集资金可用于置换前期公司投入募投项目的自筹资金。若本次发行实际募集资金低于募投项目投资总额，公司将通过自筹资金解决，并按发行完毕时募投项目的轻重缓急调整募集资金的投入额度。若本次发行实际募集资金高于募投项目投资总额，公司将根据自身发展规划和实际生产经营需求，按照证监会和上交所的有关规定，围绕主业、合理规划、妥善安排剩余超募资金。

（三）募投项目涉及的审批情况

本次募投项目均已经在上海市嘉定区发改委进行备案，情况如下：

序号	项目名称	立项备案	环评备案
1	车企营销系统升级项目	上海代码：31011474805957120211D3101002 国家代码：2105-310114-04-04-753386	不涉及环评
2	车主服务平台升级项目	上海代码：31011474805957120211D3101004 国家代码：2106-310114-04-04-579987	不涉及环评
3	数据分析平台建设项目	上海代码：31011474805957120211D3101003 国家代码：2105-310114-04-04-486369	不涉及环评

本次募投项目不涉及生产及土建工程实施，不产生废水、废气和固体废弃物，不对环境产生污染。根据《中华人民共和国环境影响评价法》《建设项目环境影响评价分类管理名录》的相关规定，本次募投项目无需进行环境影响评价。

（四）本次募投实施后对公司同业竞争和独立性的影响

本次募集资金投资项目为车企营销系统升级项目、车主服务平台升级项目和数据分析平台建设项目，均围绕公司主营业务展开，募投项目的实施主体均为公司。本次募集资金投资项目的实施不会导致公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业产生同业竞争，亦不会对公司的独立性产生不利影响。

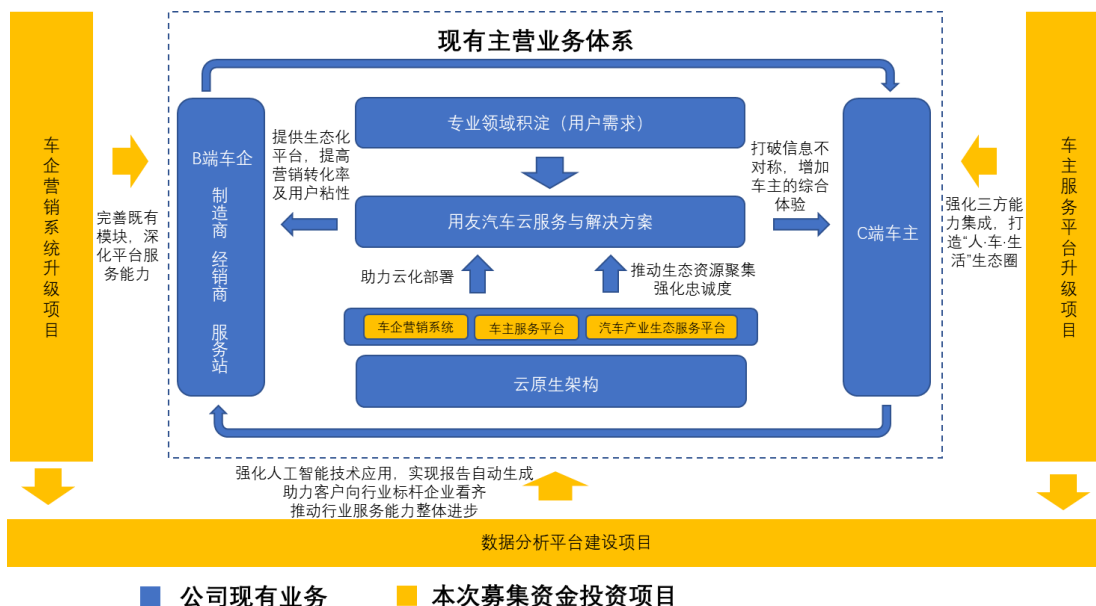
（五）本次募集资金投向科技创新领域的情况

本次募集资金拟投向的领域为：车企营销系统升级项目、车主服务平台升级项目和数据分析平台建设项目。本次募集资金所投向的领域，属于《上海证券交易所科创板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第四条第（一）款中的

“新一代信息技术领域”产业领域。

三、募集资金投资项目与发行人现有业务、核心技术之间的关系

本次募投项目将基于公司在汽车营销及后市场服务领域的技术及经验积淀，继续强化云计算、大数据、AI 等技术应用，对公司车企营销系统、车主服务平台进行升级，对数据分析平台进行建设，一方面增加产品功能模块，强化生态服务连接，持续打通 B 端和 C 端的需求衔接，进一步实现公司业务对汽车营销及后市场需求的全覆盖；另一方面，利用新技术深度洞察消费者需求并精准画像，助力整车厂及经销商提升营销效率和效果。同时新技术还将助力客户实现企业级数据整合、挖掘和发现数据价值，进而实现精益管理、以数据驱动业务增长。募投项目与公司现有业务关系如下图所示：



四、募集资金投资项目可行性

（一）国家产业政策的支持，为项目的实施提供了良好的宏观环境

汽车作为我国国民经济发展的重要支柱产业，历来受到国家政策的鼓励与支持：一方面，随着互联网、云计算、大数据等新兴技术的兴起，国家不断鼓励汽车产业在制造、流通、后市场等环节与上述技术深度融合，加快产业升级转型；另一方面，国家不断出台政策促进汽车消费，尤其在汽车产能过剩的背景下，通过扩大消费补贴、优化区域限购政策等方式拉动汽车消费，为整车厂及经销商扩大信息化建设规模，提升营销及后市场服务竞争力奠定坚实的基

础。

（二）广阔的市场前景，为项目的实施提供了重要的市场基础

本次募投项目拟开发升级的各个平台均属汽车营销与后市场服务领域重要的数字化系统。我国汽车营销与后市场服务领域软件应用市场拥有广阔的市场前景，是本项目实施的重要市场基础。首先，我国软件和信息技术服务业的快速发展为本行业提供了良好的市场环境；其次，汽车营销市场环境的变化以及后市场的迅速发展为本行业带来庞大的市场需求；最后，新一代信息技术的更新迭代为本行业带来良好的市场空间。

（三）庞大的生态资源，为项目的实施提供了持续的资源供给

公司深耕于汽车营销与后市场服务领域多年，面向整车厂、经销商、服务站等汽车行业企业客户，为其提供车企营销系统等产品及服务。客户对产品质量和稳定性高度重视，对供应商的技术水平、交付能力、管理体系等方面都有严格的要求。用友汽车经过了较长时间的供应商审核，才成为合格供应商，因此一旦达成合作，客户往往不会轻易更换供应商，从而形成稳定的合作关系。

（四）优质的品牌口碑沉淀，为项目的实施成果提供了重要的销售保证

公司根据行业发展趋势和客户需求，不断通过自主研发推出新的产品及服务，凭借优质的产品与服务质量获得了多项荣誉，在汽车营销与后市场服务领域软件应用市场具有较高的知名度和美誉度，形成了优质的品牌口碑。

（五）雄厚的技术开发实力，为项目的实施提供充分技术保障

公司拥有专业的研发及技术服务团队，通过坚持自主研发创新、瞄准行业前沿技术，不断研发能满足客户需求的新产品，促使公司技术与产品保持一定优势地位。通过核心技术的不断积累，公司在技术创新储备、研发投入等方面形成了一系列优势，自主完成多项核心技术开发并形成自主知识产权，能够保障项目实施过程中的产品开发升级工作。

（六）丰富的行业项目经验，为项目的实施提供了必要的经验支持

公司拥有深厚的行业经验沉淀，对整车厂及经销商的各个系统划分、数据存储及分析、业务需求等方面都有深入了解。此外，公司建立了健全的管理制

度体系，并严格按照相关管理要求进行体系化、程序化运作。公司完善的体系建设有效保证了产品质量和项目实施符合市场及客户需求。

五、募集资金投资项目基本情况

本次募投项目全部围绕公司现有主营业务开展。公司将依据未来发展规划对募投项目进行战略性安排，以进一步增强公司的核心竞争力和盈利能力。

（一）车企营销系统升级项目

1、项目概述

本项目将引进高端人才及相关软硬件设备，基于云原生技术，采用微服务架构，融合大数据、AI 等新一代信息技术，对现有车企营销系统进行技术升级和产品迭代，同时开放产业链生态服务连接，吸纳更多优质汽车产业关联资源。

项目的实施，首先广泛整合产业内关联资源并构建资源生态，实现产业链价值链资源要素协同优化，切实解决汽车产业在营销及后市场服务领域的经营痛点；其次，采用云原生技术，对车企营销系统产品进行架构升级和功能增强，支持多云部署，实现应用与服务的互联互通；最后，提升在智能化、移动化、大数据应用和场景化等方面的产品性能，持续夯实公司在汽车营销及后市场服务领域的经营能力，同时大力拓展新客户，进一步提高市场占有率。

2、项目必要性

（1）把握软件国产化及汽车产业数字化转型机遇，构建生态化服务体系

软件产业作为信息产业的核心和国民经济信息化的基础，是国家优先发展的基础性、战略性先导产业，核心软件国产化发展已成为全社会共识。

随着汽车行业的持续发展，整车厂及经销商正在适应移动互联网时代的营销服务模式。在软件国产化加速推进的大环境下，公司需要充分把握整车厂及经销商数字化转型发展契机，进一步整合行业内资源，提供更丰富的互联网增值服务内容，助力整车厂及经销商加快实现数字化转型。

本项目将在现有功能模块基础上，进行功能的深化开发及拓展，构建生态化服务体系，满足日益多样化的服务需求；同时，项目还将通过产品优化及创

新设计，切实帮助客户提高用户转化及流程效率，并与吸纳的优质资源形成契合，通过最优的系统产品方式适应用户的应用需求。

（2）顺应软件云化发展趋势，持续提升产品拓展及集成属性

随着公司业务扩张以及客户对技术要求的加深，单体应用架构复杂性高、扩展能力受限等缺点进一步显露。公司根据行业技术发展趋势，对产品进行改造，推出了基于微服务架构的车企营销系统，满足客户业务应用与维护需求。

本项目将结合技术发展趋势，继续深化软件产品云化应用，对车企营销系统产品进行架构升级和功能增强，保持技术水平的竞争力。一方面，进行后端微服务升级，将应用进行有效拆分，提高产品的可用性、扩展性、伸缩性、安全性等；另一方面，提升产品的系统连接和集成服务能力，支持多云部署，加强应用与服务的互联互通。

（3）迎合汽车产业电动化变革，强化自身产品功能适应性

车企营销系统通过多次迭代升级，在解决客户管理过程中的痛点发挥了重要作用。为了进一步满足车企的众多新业务需求，公司必须持续升级优化车企营销系统，不断完善现有功能、提升性能，实现更多工具赋能，通过主动服务引导客户需求。在整车厂应用端方面，项目将进一步强化整车厂在车辆营销端的能力建设，同时新增远程诊断模块，提升整车厂数字化服务深度；在经销商应用端方面，不断优化经销商系统功能应用体验，并重点引入强化人工智能技术应用，全面赋能数字化系统智能化升级；同时加大力度拓展造车新势力和新能源车企客户，强化自身产品功能适应性，进一步提高市场占有率。

本项目项目投资概算、项目进度安排、项目实施地点情况详见“第十二节附件”之“八、附件七：募集资金具体运用详细情况”之“（一）车企营销系统升级项目”。

（二）车主服务平台升级项目

1、项目概述

车主服务平台将是公司未来的发展重心。本项目将结合 AI、大数据、云计算等新一代信息技术，搭建新一代生态化的车主服务平台。项目的实施，首先

将强化平台的多端渠道触点优势，实现全域触点覆盖，帮助车企进一步提升集客和保客能力；其次进行生态资源整合、场景连接和高频互动，为存量车主和潜在车主提供更多专业服务，提升其消费体验和黏性；最后加强客户流量管理、行为洞察和用户画像，实现社交营销裂变赋能，助力客户提升营销效率和效果。

2、项目必要性

（1）实现车主“触达、运营、转化”全链路升级，提升潜在车主的转化率

随着我国汽车后市场逐渐成为行业利润新焦点，消费者在汽车营销与后市场服务领域中占据的主导权越来越高，C端车主的运营日益成为汽车行业经营的核心诉求之一。公司现已搭建车主服务平台，为整车厂及经销商提供多端渠道触达，服务C端车主管理的平台产品。本项目将对现有产品进行升级迭代，搭建新一代生态化的车主服务平台，助力客户在营销和后市场服务领域实现C端车主“触达、运营、转化”的全链升级，降本增效。

（2）构建生态化车主服务及运营体系，实现C端车主全生命周期管理

本项目将搭建车主服务平台，通过主动深入挖掘C端车主的服务需求，连接出行服务、保险服务、道路救援等第三方服务主体，打造生态化的车主服务平台。项目的实施，一方面通过生态化平台的建设，进一步强化车企与车主之间的高频互动，提升B端车企的集客和保客能力；另一方面不断完善触达、连接、感知、服务C端车主的完整闭环通道，助力B端车企提升C端车主的消费体验和黏性。公司通过参与车主营销、运营和管理，也可拓展新的盈利增长点。

（3）优化车主运营管理体系，助力整车厂及经销商实现精准营销

本项目将基于与C端车主的多端渠道触点和全生命周期多场景的连接，实现公域流量和私域流量打通，并采用AI、大数据等技术对C端车主进行精准画像，从而实现精准营销和营销裂变。项目的实施，一方面将通过增加用户画像、行为分析、精准推送等功能模块，构建精准营销的核心用户画像，以此指导客户制定精细化的市场营销策略，实现精准营销；另一方面将通过社群管理、优惠券、积分等社交裂变手段赋能，提升客户的营销效率和效果。

本项目项目投资概算、项目进度安排、项目实施地点情况详见“第十二节附件”之“八、附件七：募集资金具体运用详细情况”之“（二）车主服务平台升级项目”。

（三）数据分析平台建设项目

1、项目概述

本项目将基于云原生技术，采用 AI、大数据、云计算等新一代信息技术，升级公司数据支撑平台，同时搭建汽车行业大数据分析平台，构建覆盖客户全业务流程、C 端车主全生命周期的综合价值分析体系，并搭建多维度、可视化的数据驾驶舱，助力客户实现精益管理和数据赋能并驱动业务增长。

项目的实施，首先通过搭建汽车行业大数据平台，助力整车厂、经销商等客户实现企业级的数据整合及分析管理，为其经营决策提供及时、可靠、科学的数据支撑；其次，构建覆盖客户全业务流程、C 端车主全生命周期的综合价值分析体系，搭建多维度、可视化的数据驾驶舱，助力客户实现精益管理和数据赋能并驱动业务增长；再次，通过为客户提供数据分析、诊断等咨询服务，助力客户提升整体经营效率，同时为公司增加新的盈利增长点。此外，本项目将升级公司数据支撑平台，以保证平台的高可靠、高性能及易扩展性。

2、项目必要性

（1）响应发展数字经济国家号召，搭建汽车行业大数据平台

本项目将通过重点强化 AI 技术应用，通过深度学习促使平台具备思考与分析能力，对汽车销量、价格、配件需求等实现精准预测，推动企业在生产制造、价格确定等产业环节与营销端更加紧密衔接，有助于推动汽车企业整体管理运营效率的提升，助力客户实现数据赋能并驱动业务增长；同时，通过对公司产品的持续升级迭代，保持公司的行业地位。

（2）构建全方位的综合价值指标分析体系，满足客户精益管理需求

本项目将对整车厂及经销商的业务数据进行整合，降低汽车行业数据的分析和使用难度，提升整个汽车行业大数据的整体应用水平；另一方面将构建价值指标分析体系，提高精细化、智能化管理水平，赋能客户业务增长。

（3）拓展数据咨询服务范围，增加新的盈利增长点

本项目将基于汽车行业大数据平台和全方位综合价值指标分析体系的搭建，以及依托公司在汽车营销与后市场服务领域的专业优势、人才优势、地位优势和行业经验积累，为整车厂、经销商等汽车行业企业提供数据分析、诊断、对标、提升、跟踪等一系列咨询服务。

本项目项目投资概算、项目进度安排、项目实施地点情况详见“第十二节附件”之“八、附件七：募集资金具体运用详细情况”之“（三）数据分析平台建设项目”。

六、公司战略规划及采取的措施

（一）公司整体发展目标

公司以“全球领先的汽车行业营销领域软件与云服务提供商”为愿景，以“用创想和技术推动车企创新与进步”为公司使命，始终坚持“用户之友，持续创新，专业奋斗”的核心理念，紧扣国家科技创新战略，致力于研发引领产品及服务创新的理念，赋能车企，促进汽车产业数字化转型。公司未来发展战略主要体现在以下几个方面：

首先，坚持产品云化发展路线，持续在云计算、大数据、移动互联网、AI等技术领域进行研发投入，保持公司技术竞争优势，研发出更多具有国际竞争力的软件及云服务产品。其次，紧跟国家加快发展新能源汽车的政策导向，进一步完善、拓展产品对应功能，加大力度拓展造车新势力和新能源车企客户。再次，把握软件国产化和汽车行业数字化的发展趋势，将公司产品与汽车产业深度融合，构建生态化服务体系，提升公司在国内汽车营销与后市场服务领域的占有率。最后，进一步提高公司品牌影响力，把握我国车企全球化发展机遇，积极拓展海外市场，不断提高公司在海外市场的美誉度和竞争力。

（二）报告期内为实现战略目标已采取的措施及实施效果

1、积极开拓客户，树立行业品牌

公司多年来一直专注于汽车营销与后市场服务领域，积累了丰富的行业经验，形成了目前的车企营销系统等软件产品和云服务，能够快速交付符合客户

业务需求和未来发展方向的产品及服务。同时，用友汽车具备优秀的系统上线批量推广方式，是国内该细分领域软件服务提供商中的龙头企业。

2、注重人才培养

公司是一家专业的软件服务提供商，高质量的优秀人才是公司发展壮大的基石。为了实现公司的战略规划目标，公司长期致力于完善健全人力资源管理体系，为员工和公司的长期发展作出了制度上的保障。

3、加大研发投入

作为以技术水平为核心竞争力的专业软件服务提供商，公司十分注重研发活动。报告期内，公司加强研发人员团队建设和研发费用投入。截至 2022 年 12 月末，公司拥有研发人员共 277 人，占比 21.88%。报告期内，公司研发费用分别为 7,963.44 万元、8,050.73 万元和 9,055.62 万元，占营收比重为 16.73%、13.67%和 13.69%。此外，公司还形成了 98 项软件著作权、7 项专利。

（三）公司未来发展规划和措施

未来公司将持续在云计算、大数据、移动互联网、AI 等技术领域进行研发投入，保持并不断提升公司的技术研发水平，加大高端、专业人才的培养和引进，进一步丰富和完善产品线，为车企提供技术更加先进、功能更加完善的数智化软件产品和云服务，赋能车企数字化转型落地；同时持续整合汽车产业生态资源，为 C 端车主提供更加丰富、专业的汽车相关服务，不断提升公司的市场竞争力和品牌美誉度。

第八节 公司治理与独立性

一、发行人内部控制情况

（一）公司管理层对内部控制的自我评估意见

公司根据《企业内部控制基本规范》《企业内部控制评价指引》及其他相关法律法规的要求，对公司截至 2022 年 12 月 31 日的内部控制设计与运行的有效性进行了自我评价。

公司董事会认为：“未发现公司存在内部控制设计或执行方面的重大缺陷。本公司的内部控制措施与执行，在公司各重大关键控制方面是有效的。随着国家法律、经济环境的变化和公司不断发展的需要，公司的内控制度还将进一步健全完善，并将在实际中得以有效的执行和实施。”

（二）注册会计师对公司内部控制的审核意见

2023 年 3 月 30 日，安永出具了《内部控制审核报告》（安永华明（2023）专字第 61357229_A03 号），认为：用友汽车信息科技（上海）股份有限公司于 2022 年 12 月 31 日在内部控制评估报告中所述与财务报表相关的内部控制在所有重大方面有效地执行了按照《企业内部控制基本规范》（财会[2008]7 号）建立的与财务报表相关的内部控制。

二、发行人报告期内违法违规情况

报告期内，公司不存在被主管部门认定为重大违法违规或情节严重的违法违规行或受到处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施的情形。

三、发行人独立运行情况

公司严格按照《公司法》《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，建立健全了公司法人治理结构，资产完整，在人员、财务、机构、业务等方面独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，拥有独立、完整的业务体系，具备面向市场独立持续经营的能力。

（一）资产完整

2010 年，用友网络及江西用友收购公司前身 100% 股权；2015 年，用友汽

车有限以整体变更设立用友汽车。公司合法拥有与生产经营有关的主要土地、房屋、设备以及商标、专利、软件著作权的所有权或者使用权，具备开展业务所需的独立完整的研发、采购、生产、销售及配套服务设施和资产。

公司合法拥有生产经营相关资产的所有权或者使用权。公司不存在资产被控股股东、实际控制人或其关联方控制或占用而损害公司利益的情形，亦不存在侵害控股股东、实际控制人或其关联方利益的情形。

（二）人员独立

公司董事、监事以及高级管理人员均严格按照《公司法》《公司章程》等规定的程序选举或聘任产生。

公司高级管理人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任职务，或在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪的情形；公司财务人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职的情形。公司拥有独立、完整的人事管理体系，制定了独立的劳动人事管理制度，由公司独立与员工签订劳动合同，独立为员工发放工资，不存在由其关联方代为发放工资的情形。

（三）财务独立

公司设立了独立的财务部门，配备专职财务管理人员，建立了独立、完整的财务核算体系。公司严格执行《企业会计准则》，建立了规范的财务规章制度，能够独立做出财务决策，不受控股股东、实际控制人干预。公司独立开设银行账户，独立纳税，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形。公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情形。

（四）机构独立

公司根据《公司法》和《公司章程》的要求，设置股东大会作为最高权力机构，设置董事会为决策机构，设置监事会为监督机构，并设有相应的办公机构和经营部门。各职能部门分工协作，形成有机的独立运营主体，不受控股股东、实际控制人的干预，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业在机构设置、人员及办公场所等方面完全分开，不存在机构混同、混合经营的情

形。

（五）业务独立

公司主要面向汽车行业客户提供营销与后市场服务领域的软件产品及云服务，拥有开展主营业务所需的独立的生产经营场所及经营性资产，拥有自主知识产权，各职能部门分别负责研发、采购、生产、销售等业务环节。公司已建立完整的业务流程，具有直接面向市场独立经营的能力，不存在依赖控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行生产经营的情形。

综上，公司具备独立开展业务的能力，业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，且与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在对公司构成重大不利影响的同业竞争，以及严重影响独立性或显失公平的关联交易。

（六）经营稳定性

1、公司主营业务、控制权、管理团队和核心技术人员稳定，最近 2 年内主营业务和董事、高级管理人员及核心技术人员均没有发生重大不利变化；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持公司的股份权属清晰，最近 2 年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

2、公司不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，不存在经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

四、发行人报告期内资金占用及对外关联担保情况

报告期内，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间存在的关联资金往来请参见本节“七、关联方及关联交易”之“（二）关联交易”。

公司制定了《资金管理制度》及《对外担保管理制度》，截至本招股说明书签署日，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情况，亦不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

五、同业竞争

（一）发行人与控股股东及其控制的其他企业不存在重大不利影响的同业竞争

发行人的控股股东为用友网络。用友网络及其控制的子公司为企业与公共组织提供云服务、软件服务。其中用友网络主要从事 ERP 云服务及软件、YonBIP 用友商业创新平台以及基于该平台的行业通用云产品的研发、实施、销售业务。用友网络控制的子公司则面向不同的行业和不同的领域从事专用软件产品和云服务的研发、实施、销售业务。其中面向汽车、工程机械、摩托车行业的营销与后市场服务领域的专用软件产品和云服务业务由用友汽车专属经营。

1、用友网络及其控制的其他企业的主营业务

用友网络及其控制的其他企业的主营业务情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、控股股东、实际控制人及主要股东情况”之“（一）控股股东、实际控制人情况”和详见本招股说明书“第十二节 附件”之“三、附件二：控股股东、实际控制人控制的其他企业情况”相关内容。

2、发行人和用友网络及其控制的其他企业不存在重大不利影响的同业竞争的说明

（1）发行人系用友网络通过外部并购纳入集团体系，一直独立运作

用友汽车于 2010 年被用友网络收购，并非用友网络体系内孵化。收购完成后，用友汽车继续独立开展研发、采购、销售等经营活动，用友汽车的技术储备、采购及销售渠道均源于其自身资源。本次分拆完成后，用友汽车将继续在财务、机构、人员、业务、资产等方面与用友网络保持独立，分别具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。

（2）发行人从事的业务领域和用友网络及其控制的其他企业从事的业务领域不同

用友汽车的主营业务涉足汽车、工程机械、摩托车行业的营销与后市场服务领域的软件产品和云服务。用友汽车主营业务产品具有该等行业领域的特殊行业应用属性和功能，无法替代用友网络及其控制的其他企业的主营业务产品。

用友网络及其控制的属于软件和信息技术服务业的其他企业，其主营业务涉足除汽车、工程机械、摩托车行业之外的其他行业以及汽车、工程机械、摩托车行业非营销与后市场服务领域的软件产品和云服务。上述企业的产品无法替代用友汽车的相关产品。

用友网络控制的不属于软件和信息技术服务业的其他企业，和用友汽车不属于同一行业，业务领域不相同。

用友汽车与用友网络及其控制的其他企业主营业务领域的主要区别如下表所示：

主营业务领域			用友汽车	用友网络及其控制的其他企业
软件产品和服务	汽车、工程机械、摩托车行业	营销与后市场服务领域	√（主营业务领域）	×（不涉足）
		非营销与后市场服务领域	×（不涉足）	√（主营业务领域）
	非汽车、工程机械、摩托车行业		×（不涉足）	√（主营业务领域）

（3）用友汽车为细分市场龙头企业，用友网络及其控制的其他企业没有必要和用友汽车发生同业竞争

一方面，用友汽车是国内汽车营销与后市场服务领域的龙头企业，深耕汽车行业近二十年，在客户资源、品牌影响等方面都建立了很强的竞争优势与护城河。用友网络体系内的公司若要进入该行业和用友汽车竞争，难度很大。

另一方面，为了实现旗下产品覆盖多行业、多领域，用友网络的整体规划是将面向特定行业或特定领域的业务主要交由用友网络的行业子公司经营，彼此之间互不交叉，以避免体系内部恶性竞争。用友网络设立了集团销售管理总部专门负责集团内部市场秩序管理，并制定了相关内部管理制度，对每个子公司都明确了经营范围和边界，不允许集团子公司跨界经营。

（二）发行人与实际控制人控制的其他企业不存在重大不利影响的同业竞争

实际控制人王文京先生控制的其他企业情况详见本招股说明书“第十二节附件”之“三、附件二：控股股东、实际控制人控制的其他企业情况”相关内容。

实际控制人王文京先生控制的其他企业未涉足汽车、工程机械、摩托车行

业的营销与后市场服务领域的软件产品和云服务，发行人与实际控制人控制的其他企业不存在重大不利影响的同业竞争。

（三）相关方出具关于避免同业竞争的相关承诺

2016 年用友汽车在全国中小企业股份转让系统挂牌时，用友网络、实际控制人王文京先生和用友汽车均出具了《避免同业竞争承诺函》。在挂牌期间，上述各方均遵守了该等承诺。

本次分拆上市，用友网络、实际控制人王文京先生和用友汽车再次出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺内容详见本招股说明书“第十二节 附件”之“二、附件一：承诺事项”。截至本招股说明书签署日，各方均严格按照相关规定、承诺函履行了义务。

六、关联方及关联交易

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》《企业会计准则第 36 号——关联方披露》《上海证券交易所科创板股票上市规则》等相关规定，截至 2022 年 12 月 31 日，公司关联方如下：

1、控股股东及实际控制人

公司的控股股东为用友网络，实际控制人为王文京先生，具体参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、控股股东、实际控制人及主要股东情况”之“（一）控股股东、实际控制人情况”。

2、其他直接或间接持有公司 5%以上股份的股东

除控股股东及实际控制人外，其他直接或间接持有发行人 5%以上股份的股东包括：

序号	关联方名称	关联关系说明
1	北京用友科技有限公司	通过用友网络持有公司 5%以上股份
2	上海用友科技咨询有限公司	通过用友网络持有公司 5%以上股份
3	湖州特友投资管理中心（有限合伙）	直接持有公司 5%以上股份

（1）用友科技

截至本招股说明书签署日，用友科技的基本情况如下：

企业名称	北京用友科技有限公司
法定代表人	王文京
成立日期	1999年4月15日
注册资本	8,500.00万元
注册地址	北京市海淀区北清路68号院8号楼202房间
经营范围	技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；企业管理咨询、经济信息咨询；项目投资；投资管理。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

（2）用友咨询

截至本招股说明书签署日，用友咨询的基本情况如下：

企业名称	上海用友科技咨询有限公司
法定代表人	王文京
成立日期	1994年5月13日
注册资本	2,293.2980万元
注册地址	上海市嘉定区宝安公路2889号2幢A1321室
经营范围	从事计算机软硬件技术领域内的技术咨询，企业管理咨询，投资管理，实业投资。（企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营）

（3）特友投资

特友投资的基本情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“十八、发行人已执行的股权激励及其他制度安排和执行情况”之“（二）发行人已制定及实施的员工持股计划”。

3、发行人的董事、监事、高级管理人员

公司的董事、监事和高级管理人员为公司的关联方，该等人员的具体情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”的相关内容。

4、由前述第1至3项所述关联方直接或者间接控制的法人或其他组织

除公司及其控股子公司外，前述第1至3项所述关联方直接或者间接控制的法人或其他组织构成公司的关联方。

控股股东、实际控制人控制的企业情况参见本招股说明书“第十二节 附件”之“三、附件二：控股股东、实际控制人控制的其他企业情况”。

公司董事、监事、高级管理人员控制的企业参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“十六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况”。

5、与前述第 1 至 3 项所述关联自然人关系密切的家庭成员

与前述第 1 至 3 项所述关联自然人关系密切的家庭成员，指前述人士的配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、配偶的兄弟姐妹、子女配偶的父母。

6、公司控股子公司及合营、联营企业

公司不存在控股子公司或合营、联营企业。

7、其他关联方

(1) 除上述关联方外，其他由前述第 1 至 5 项所述关联法人或关联自然人直接或者间接控制的，或者由前述关联自然人（独立董事除外）担任董事、高级管理人员的法人或其他组织（在公司及其子公司担任的职务除外）构成公司关联方，其具体情况可参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况”。

(2) 报告期内曾存在的关联方

张建新先生于报告期内曾担任公司董事和高级管理人员。张建新及其关系密切的家庭成员为公司报告期内曾存在的关联自然人。张建新于担任公司董事和高级管理人员期间，前述关联自然人直接或者间接控制的法人或其他组织，及前述关联自然人担任董事、高级管理人员的法人或其他组织（在公司及其子公司担任的职务除外）为公司报告期内曾存在的关联法人。其中，于报告期内与公司发生关联交易的关联方如下：

序号	关联方名称	关联关系说明
1	上海沸橙信息科技有限公司	报告期内曾任职的董事和高级管理人员张建新兄弟的关联公司

公司其他关联方还包括其他根据《科创板上市规则》《企业会计准则》等

相关规定认定的关联方。

（二）关联交易

1、关联交易概况

报告期内，公司发生的主要关联交易情况简要汇总如下：

单位：万元

项目名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
自关联方购买商品和接受劳务	182.71	347.02	358.88
向关联方销售商品和提供劳务	1,048.63	378.53	524.59
关联租赁	41.34	57.39	49.58

公司在《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事工作细则》《关联交易管理制度》等规章制度中明确规定了关联交易决策程序。参考《关联交易管理制度》等相关制度，公司将交易金额在 300 万元以上，且占公司最近一期经审计总资产 0.5% 以上的关联交易认定为重大关联交易。

2、经常性关联交易

（1）自关联方购买商品和接受劳务的关联交易

单位：万元

关联方	关联交易内容	关联交易定价策略	2022 年度	2021 年度	2020 年度
用友网络科技股份有限公司	软硬件采购及云服务	根据市场价格协商确定	101.40	152.32	290.63
	办公 IT 系统服务	集团统一定价	48.84	42.11	40.01
用友网络科技股份有限公司北京分公司	采购软件	根据市场价格协商确定	-	5.64	-
用友网络科技股份有限公司常州分公司	采购服务	根据市场价格协商确定	-	-	14.23
用友网络科技股份有限公司佛山分公司	采购服务	根据市场价格协商确定	-	16.51	-
北京红邸餐饮文化有限公司	购买商品及餐饮、会务服务	根据市场价格协商确定	1.42	25.68	14.01
上海画龙信息科技有限公司	采购服务	根据市场价格协商确定	-	67.92	-
中企永联数据交	采购服务	根据市场价格	-	14.34	-

关联方	关联交易内容	关联交易定价策略	2022 年度	2021 年度	2020 年度
换技术（北京）有限公司		协商确定			
上海秉钧网络科技有限公司	采购服务	根据市场价格协商确定	-	1.79	-
北京黑树科技有限公司	采购服务	根据市场价格协商确定	31.06	20.70	-
合计			182.71	347.02	358.88
营业成本			39,673.75	33,117.40	26,276.44
关联采购占比			0.46%	1.05%	1.37%

①报告期内，公司向用友网络及其分公司关联采购主要为采购产品及服务和办公 IT 系统服务。

i. 公司在为部分客户提供定制化软件开发业务中基于客户对财务软件、业务平台等产品及服务的需求向用友网络及其分公司采购了相关产品及服务，定价根据市场价格协商确定，定价公允。

ii. 公司每年度会与用友网络签订《IT 技术服务协议》，约定用友网络向公司提供办公相关的 IT 公共基础服务、IT 共享增值服务以及 IT 专项服务，公司根据约定的价格向用友网络支付相应费用，公司采购价格与集团其他下属公司向用友网络采购价格不存在差异，定价公允，未来公司对用友网络的办公 IT 系统服务采购将可能持续发生。

报告期内，公司与用友网络及其下属公司的关联采购金额占营业成本的比例分别为 1.31%、0.65% 和 0.38%，占比较小。

②报告期内，公司向北京红邸餐饮文化有限公司的采购内容为餐饮、会务服务等，定价根据市场价格协商确定，定价公允。

③2020 年，公司成功中标广汽丰田汽车有限公司智慧供应链数据应用项目，因上海画龙信息科技有限公司在数据挖掘分析、机器智能学习以及数据模型建立方面具备较为成熟的技术能力，因此双方签订相关协议，将项目部分需求分包给上海画龙信息科技有限公司进行实施，价格根据市场价格协商确定，定价公允。

④2021 年，公司基于业务需要向中企永联数据交换技术（北京）有限公司

采购电子数据交换系统相关服务，价格根据市场价格协商确定，定价公允。

⑤2021 年，公司因业务需要向上海秉钧网络科技有限公司采购平台营销推广服务，相关价格根据市场价格协商确定，定价公允。

⑥北京黑树科技有限公司为上海用友云服务创业投资合伙企业（有限合伙）之联营公司之子公司。2021 年和 2022 年，公司基于业务需要向北京黑树科技有限公司采购企业微信开发服务，价格根据市场价格协商确定，定价公允。

（2）向关联方销售商品和提供劳务的关联交易

单位：万元

关联方	关联交易内容	关联交易定价策略	2022 年度	2021 年度	2020 年度
天津用友软件技术有限公司	产品支持及运维服务	根据市场价格协商确定	-	3.02	13.21
用友网络科技股份有限公司	DMS 基础设施托管和运维服务、软件及开发服务	根据市场价格协商确定	828.49	314.22	242.51
用友广信网络科技有限公司	软件开发及产品部署服务	根据市场价格协商确定	-	-	268.87
用友薪福社云科技有限公司	合作推广服务	根据市场价格协商确定	1.57	47.12	-
上海悠络客电子科技股份有限公司	一体机销售	根据市场价格协商确定	-	14.16	-
深圳用友软件技术有限公司	软件开发及服务	根据市场价格协商确定	218.58	-	-
合计			1,048.63	378.53	524.59
营业收入			66,155.43	58,905.89	47,609.62
关联销售占比			1.59%	0.64%	1.10%

①报告期内，天津用友软件技术有限公司与广西汽车集团等签订了《产品支持与运维服务合同》。由于产品支持及运维服务内容中涉及用友汽车软件产品，因此天津用友软件技术有限公司将相关产品运维服务分包给用友汽车，价格根据市场价格协商确定，定价公允。

②2019 年，用友汽车成功中标宝马 DMS 系统开发项目。用友汽车负责整体项目统筹实施，用友网络负责该项目中基础设施托管和运维服务标段（该标段需要服务提供商具备 IDC 许可证资质），并委托用友汽车提供相关的服务，

价格根据市场价格协商确定，定价公允。

2020 年，用友网络与浙江物产元通汽车集团有限公司就元通 IT 系统建设签订了相应合同，由于系统建设内容涉及用友汽车相关软件产品，因此用友网络将部分需求外包给用友汽车，委托由用友汽车提供相关软件及开发服务，2022 年度用友汽车相关产品及服务销售价格由双方根据市场价格协商确定，定价公允。

③报告期内，用友汽车向用友广信网络科技有限公司销售的主要内容为软件开发服务及产品部署服务，价格根据市场价格协商确定，定价公允。

i. 2019 年度，用友广信网络科技有限公司与用友汽车签署《山推智慧服务平台软件开发项目委托技术开发合同》一期及二期，委托用友汽车研究开发“山推智慧服务平台软件”。

ii. 2019 年，用友广信网络科技有限公司与用友汽车签署《DMS 系统实施部署项目技术服务合同》，由用友汽车为用友广信网络科技有限公司客户山东鸿日新能源汽车有限公司提供 DMS 产品部署实施服务。

④2021 年及 2022 年，公司与用友薪福社云科技有限公司分别签订了《2021 年度推广合作协议》和《2022 年度推广合作协议》，协助推广用友薪福社云科技有限公司自营结算服务，并收取相应推广费用，价格根据市场价格协商确定，定价公允。

⑤上海悠络客电子科技股份有限公司为北京用友幸福联创投资中心（有限合伙）联营公司。2020 年 12 月 18 日，上海悠络客电子科技股份有限公司于北京用友幸福联创投资中心（有限合伙）成为用友网络联营企业时成为公司关联方。2019 年，上海悠络客电子科技股份有限公司成为上汽通用汽车有限公司合格硬件供应商，上汽通用汽车有限公司通过上海悠络客电子科技股份有限公司向公司采购与其 DMS 系统配套的一体机设备，价格根据市场价格协商确定，定价公允。

⑥2022 年，深圳用友软件有限公司与比亚迪签订了系统开发合同，由于系统建设内容涉及用友汽车相关软件产品，因此深圳用友软件有限公司将部分需求外包给用友汽车，委托由用友汽车提供相关软件及开发服务，2022 年度用友

汽车相关产品及服务销售价格由双方根据市场价格协商确定，定价公允。

报告期内，公司上述关联销售金额占营业收入的比例分别为 1.10%、0.64% 和 1.59%，占比较小。

（3）关联租赁

单位：万元

出租方	承租方	租赁资产种类	2022 年度	2021 年度	2020 年度
用友（南昌）产业基地发展有限公司	用友汽车	房屋	34.18	53.49	49.58
用友网络科技股份有限公司	用友汽车	房屋	7.16	3.90	-
合计			41.34	57.39	49.58
租赁费用（含物业管理费、水电费）总计			1,208.58	1,133.27	1,201.71
关联租赁占比			3.42%	5.06%	4.13%

注：2021 年起，公司租赁费用计量适用《企业会计准则第 21 号——租赁（2018）》（财会〔2018〕35 号）

报告期内，用友汽车与用友（南昌）产业基地发展有限公司签署了《房屋租赁合同》，约定用友（南昌）产业基地发展有限公司将其位于江西省南昌市红谷滩新区嘉言路 668 号用友南昌产业园语音服务中心的 6 层 YY-D06001 室租赁给用友汽车使用，租赁期限为 3 年。房屋租赁价格参考房屋周边市场租赁价格确定，定价公允。

报告期内，用友汽车与用友（南昌）产业基地发展有限公司签署了《房屋租赁合同》，约定用友（南昌）产业基地发展有限公司将其位于江西省南昌市红谷滩新区嘉言路 668 号用友南昌产业园语音服务中心的七层 E07003 室和八层 D08009、D08011 室租赁给用友汽车使用，租赁期限为 1 年。房屋租赁价格参考房屋周边市场租赁价格确定，定价公允。

报告期内，用友汽车与用友（南昌）产业基地发展有限公司签署了《房屋租赁合同》，约定用友（南昌）产业基地发展有限公司将其位于江西省南昌市红谷滩新区嘉言路 668 号用友南昌产业园语音服务中心的三层 B03011 室租赁给用友汽车使用，租赁期限为 1 年。房屋租赁价格参考房屋周边市场租赁价格确定，定价公允。

报告期内，为改善用友汽车非南昌本地员工住宿环境，用友汽车每年与用

友（南昌）产业基地发展有限公司签订《入住企业员工宿舍住宿协议》，租用 4 间员工宿舍，房屋租赁价格参考房屋周边市场租赁价格确定，定价公允。

报告期内，用友汽车与用友网络签署了《房屋租赁合同》，约定用友网络将其位于北京市海淀区北清路 68 号院 21 号楼 1 层 25 室租赁给用友汽车使用，租赁期限为 1 年。房屋租赁价格参考房屋周边市场租赁价格确定，定价公允。

报告期内，公司上述关联租赁金额占租赁费用的比例分别为 4.13%、5.06% 和 3.42%，占比较小。

（4）关键管理人员薪酬

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
关键管理人员薪酬	1,164.56	1,228.37	1,014.87

注：关键管理人员指各报告期末公司任职的董事、监事、高级管理人员，薪酬包含股权激励费用

（5）无偿使用商标

报告期内，用友汽车无偿使用用友网络持有的注册号为 558108、1352294、1352455、1353699、3067661、3291114、3291119 的“用友”注册商标；用友网络与用友汽车签订《商标许可协议》及《商标许可协议之补充协议》，约定用友汽车主营业务范围为“面向汽车行业、摩托车行业、工程机械行业的客户，提供营销、后市场领域的数智化解决方案、云服务、软件、专业服务”。双方同意并确认，于用友汽车主营业务范围内，排他地将授权商标许可给用友汽车使用；用友网络不得将授权商标授权、许可给任何可能与用友汽车存在业务竞争的第三方使用而损害用友汽车的利益；除商标到期时续期申请未被商标主管部门批准等无法续期的客观情形外，授权商标的许可使用期限为《商标许可协议》生效之日起在用友网络作为公司控股股东期间持续长期有效。

3、偶发性关联交易

报告期内，公司未发生偶发性关联交易。

4、关联方应收应付款项余额

（1）应收关联方款项

单位：万元

项目名称	关联方名称	2022年 12月31日	2021年 12月31日	2020年 12月31日
应收账款	用友广信网络科技有限公司	-	-	121.50
	用友网络科技股份有限公司	149.59	99.98	-
	深圳用友软件有限公司	231.69	-	-
	合计	381.28	99.98	121.50
	占当期余额比例	1.53%	0.62%	0.92%
合同资产	用友广信网络科技有限公司	-	-	28.50
	用友网络科技股份有限公司	24.56	-	-
	合计	24.56	-	28.50
	占当期余额比例	1.54%	-	2.43%

(2) 应付关联方款项

单位：万元

项目名称	关联方名称	2022年 12月31日	2021年 12月31日	2020年 12月31日
应付账款	上海沸橙信息科技有限公司	-	-	284.62
	用友网络科技股份有限公司	-	-	12.74
	用友网络科技股份有限公司常州分公司	-	-	1.78
	上海画龙信息科技有限公司	-	33.96	-
	中企永联数据交换技术（北京）有限公司	1.43	10.04	-
	北京黑树科技有限公司	-	20.70	-
	合计	1.43	64.70	299.14
	占当期余额比例	0.01%	0.65%	4.45%
合同负债	天津用友软件技术有限公司	-	-	3.02
	用友网络科技股份有限公司	-	278.05	139.03
	用友软件（香港）有限公司	119.50	-	-
	浙江用友软件有限公司	26.18	-	-
	合计	145.68	278.05	142.05
	占当期余额比例	1.36%	2.82%	1.53%

报告期各期末，用友汽车对关联方的应收款项和应付款项往来主要系用友汽车与关联方正常业务往来所致。

(三) 关联交易决策程序的履行情况及独立董事的意见

公司制定了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事制度》《关联交易管理制度》，对关联交易决策权限及程序等事项作出了详细规范，用以保护公司和其他股东的利益。公司在报告期内的关联交易均按照《公司章程》及相关制度规定履行相关审议程序。

2022年3月18日及2022年4月8日，公司分别召开第三届董事会第四次会议及2021年年度股东大会审议通过了《关于确认公司最近三年关联交易事项的议案》，就2019年度、2020年度和2021年度与关联方发生的关联交易情况进行审议，该等关联交易事项符合公司当时经营业务的发展需要，价格公允，有利于公司的生产经营及长远发展，未损害公司及其他非关联股东的利益；所涉关联董事均回避未参加表决。

2022年3月18日，公司独立董事就2019年1月1日至2021年12月31日期间关联交易发表独立意见如下：“《关于确认公司最近三年关联交易事项的议案》的审议程序符合法律法规及公司章程的有关规定。公司最近三年关联交易符合公司日常经营和业务开展的需要，符合公司及股东的整体利益，不存在损害公司及股东利益，特别是中小股东利益的情况。”

2023年3月23日，公司召开第三届董事会第十三次会议审议通过了《关于确认公司2022年关联交易事项的议案》，就2022年度与关联方发生的关联交易情况进行审议，该等关联交易事项符合公司当时经营业务的发展需要，价格公允，有利于公司的生产经营及长远发展，未损害公司及其他非关联股东的利益；所涉关联董事均回避未参加表决。

2023年3月23日，公司独立董事就2022年度关联交易发表独立意见如下：“《关于确认公司2022年关联交易事项的议案》的审议程序符合法律法规及公司章程的有关规定。公司2022年关联交易符合公司日常经营和业务开展的需要，符合公司及股东的整体利益，不存在损害公司及股东利益，特别是中小股东利益的情况。”

公司已于2023年3月23日召开第三届董事会第十三次会议，审议通过了《关于预计公司2023年度日常性关联交易的议案》，所涉关联董事均回避未参加表决。

（四）关于规范关联交易的措施及承诺

公司以维护股东利益为原则，尽量减少关联交易。公司在《公司章程》《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》《董事会议事规则》《股东大会议事规则》等文件中规定了关联交易的回避制度、决策权限、决策程序等内容，并在实际工作中充分发挥独立董事的作用确保关联交易价格的公开、公允、合理，从而保护股东利益。

为规范关联交易，保证关联交易合规性、合理性和公允性，维护公司利益，公司、公司控股股东用友网络、公司实际控制人王文京出具了《关于规范关联交易的承诺函》，承诺内容详见本招股说明书“第十二节 附件”之“二、附件一：承诺事项”。

第九节 投资者保护

一、滚存利润分配

公司于 2021 年 4 月 16 日召开 2020 年年度股东大会，审议通过了本次发行前滚存未分配利润分配方案，同意公司本次发行及上市前的滚存未分配利润将由发行及上市后的新老股东按发行后的持股比例共享。

二、本次发行前后股利分配政策的差异情况

公司 2020 年年度股东大会审议通过了上市后适用的《公司章程（草案）》，进一步明确了利润分配形式和比例、利润分配的具体条件、现金分红的条件及比例、利润分配的期间间隔及利润分配政策的决策程序等内容。

本次发行前的股利分配政策详见公司披露于全国中小企业股份转让系统（<https://www.neeq.com.cn/>）的相关公告。本次发行后的股利分配政策详见本招股说明书“第十二节 附件”之“五、附件四：落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配决策程序、股东投票机制建立情况”之“（二）本次发行后股利分配政策及决策程序”。

第十节 其他重要事项

一、重大合同

公司结合自身业务特点，综合考虑营业收入、净利润、净资产等财务指标后，确定了重大合同的标准。公司重大销售、采购合同披露标准和依据是：单个合同金额超过 1,000 万元的销售合同及采购合同。如果销售、采购合同未明确约定金额，则选取报告期内销售发生额或采购发生额超过 1,000 万元或尚未履行部分预计超过 1,000 万元的销售合同及采购合同。

报告期内，公司未签署借款合同或担保合同，截至本招股说明书签署日，公司不存在尚在履行的借款合同或担保合同。

截至本招股说明书签署日，公司已履行或正在履行的对公司经营活动、财务状况或未来发展等具有重要影响的合同如下：

（一）销售合同

截至本招股说明书签署日，公司正在履行的或报告期内履行完毕的重大销售合同情况如下：

序号	客户名称	合同标的	合同金额 (万元)	履行期限	履行情况
1	北京现代信息技术有限公司	DMS 系统推广实施服务	3,900.80	2016.8.15 起至各方履行完合同项下所有义务止	正在履行
2	广汽传祺汽车销售有限公司	营销服务平台应用开发	1,866.66	2019.5.31-2021.3.31	履行完毕
3	沃尔沃汽车销售（上海）有限公司	NEWBIE 项目开发	1,699.33	2020.3.18-2020.12.31	履行完毕
		沃尔沃 APP 开发	1,759.63	2021.10.8-2022.10.7	履行完毕
4	启明信息技术股份有限公司	一汽 Fushion Cloud 项目	1,396.83	2020.4.27-2022.12.31	履行完毕
5	大圣科技股份有限公司	广汽数字化门店项目	1,394.19	2020.11.16-2022.4.10	履行完毕
		广汽数字化营销服务平台	1,720.00	2021.1.6-2022.3.1	履行完毕
		迭代需求、数据集成、技术开发服务	框架协议	2021.9.22-2023.8.31	正在履行
6	上海上汽大众汽车销售有限公司	经销商管理系统、俱乐部及车主自服务平台项目	1,228.37	2020.12.11-2021.12.10	履行完毕

序号	客户名称	合同标的	合同金额 (万元)	履行期限	履行情况
		SX 产品支持项目	1,013.87	2022.7.1-2024.7.1	正在履行
7	沃尔沃汽车销售（上海）有限公司	透明车间项目	1,012.84	2021.3.16-2022.3.15	正在履行
8	北汽蓝谷信息技术有限公司	北汽营销一体化平台开发	1,300.00	2021.3.30 起至各方履行完合同项下所有义务止	履行完毕
9	上海铂中数字科技有限公司（注）	业财一体数字智能化平台	1,893.32	2021.4.26-2023.6.30	正在履行
10	斯泰兰蒂斯（上海）汽车有限公司	D2C 系统平台	2,016.00	2022.8.1-2024.12.31	正在履行
11	上海汽车集团股份有限公司	系统运维及定制化开发	框架合同	2018.3.16-2020.2.29	履行完毕
12	北京现代信息技术有限公司	服务器采购	框架合同	2018.7.3-长期	正在履行
13	北京现代信息技术有限公司	透明车间开发及实施	框架合同	2018.8.24-长期	正在履行
14	华晨宝马汽车有限公司	宝马 DMS 系统开发	框架合同	2020.1.8-2029.12.31	正在履行
15	宝马（中国）汽车贸易有限公司	宝马 DMS 系统开发	框架合同	2020.1.8-2029.12.31	正在履行

注：2023 年 3 月，公司与迅睿达科技（北京）有限公司、上海铂中数字科技有限公司签订了《合同权利和义务概况转移协议》，三方约定原迅睿达科技（北京）有限公司在合同中的合同权利和义务全部概况转让给上海铂中数字科技有限公司，由上海铂中数字科技有限公司与公司继续履行。

（二）采购合同

截至本招股说明书签署日，公司正在履行的或报告期内履行完毕的重大采购合同情况如下：

序号	客户名称	合同标的	合同金额 (万元)	履行期限	履行情况
1	上海聚彦网络科技有限公司	服务外包	框架合同	2016.1.1-2021.9.1	履行完毕
		DMS 系统实施推广	框架合同	2016.1.1-2021.12.31	履行完毕
2	济南昌和信息技术有限公司	服务外包	框架合同	2016.1.1-2021.9.1	履行完毕
		服务外包	框架合同	2021.9.1-2022.12.31	履行完毕
3	长春科软信息技术有限公司	服务外包	框架合同	2016.1.1-2021.9.1	履行完毕
		服务外包	框架合同	2021.9.1-2022.12.31	履行完毕

4	西安奥途网络科技有限公司	服务外包	框架合同	2016.1.1-2021.9.1	履行完毕
		服务外包	框架合同	2021.9.1-2022.12.31	履行完毕
		服务外包	框架合同	2023.1.1-2023.12.31	正在履行
5	江西景腾科技有限公司	服务外包	框架合同	2016.1.1-2021.9.1	履行完毕
		服务外包	框架合同	2021.9.1-2022.12.31	履行完毕
		服务外包	框架合同	2023.1.1-2023.12.31	正在履行
6	北京云族佳科技有限公司	服务外包	框架合同	2018.6.1-2021.12.31	履行完毕
7	上海比滋特信息技术有限公司	服务外包	框架合同	2021.2.1-2022.12.31	正在履行
		服务外包	框架合同	2023.1.1-2023.12.31	正在履行
8	上海触龙科技有限公司	服务外包	框架合同	2021.2.1-2022.12.31	正在履行
		服务外包	框架合同	2023.1.1-2023.12.31	正在履行
9	广州九路科技有限公司	服务外包	框架合同	2021.2.1-2022.12.31	正在履行
		服务外包	框架合同	2023.1.1-2023.12.31	正在履行
10	新锐英诚科技股份有限公司	联想服务器	框架合同	2017.8.30 至全部具体合同终止之日	正在履行
11	上海慧龙计算机系统有限公司	经销商一体化智能管理机	框架合同	2015.10.15-长期	正在履行
12	北京全迹科技有限公司	实施服务	框架合同	2021.11.9-长期	正在履行
		硬件采购	框架合同	2021.11.9-长期	正在履行

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在对外担保的情形。

三、重大诉讼、仲裁事项

（一）公司重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动和未来前景等可能产生较大影响的尚未了结或可预见的重大诉讼或仲裁事项。

（二）公司控股股东、实际控制人重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人不存在刑事诉讼的情况，不存在尚未了结或可预见的重大诉讼或仲裁事项。

四、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员最近三年的合法合

规情况

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员报告期内不存在涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被证监会立案调查的情况。

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不存在尚未了结的或者可以预见的重大诉讼或仲裁事项，不存在刑事诉讼事项。

五、控股股东及实际控制人最近三年是否存在重大违法行为

报告期内，公司控股股东、实际控制人不存在重大违法行为。

第十一节 声明

一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：


王文京


吴政平


桂昌厚


成曦


张学辉


赵蓉

全体监事签名：


郭新平


袁树民


张妍琳

全体非董事高级
管理人员签名：


金爱君


陈小庆


高海清

用友汽车信息科技（上海）股份有限公司



2023年5月8日

二、发行人控股股东、实际控制人声明

本公司或本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

公司控股股东及实际控制人：



王文京

用友网络科技股份有限公司



2023年5月8日

三、保荐人（联席主承销商）声明

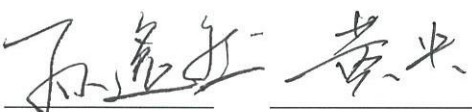
本公司已对招股说明书进行核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人：



陶灵芝

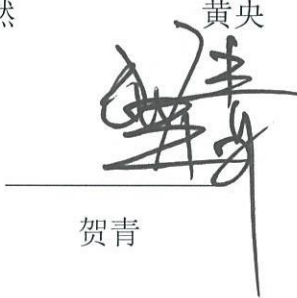
保荐代表人：



孙逸然

黄央

法定代表人、董事长：



贺青

国泰君安证券股份有限公司



2023年5月8日

保荐人（联席主承销商）董事长、总裁声明

本人已认真阅读用友汽车信息科技（上海）股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

总裁：



王松

法定代表人、董事长：



贺青

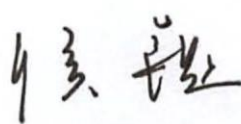
国泰君安证券股份有限公司



四、联席主承销商声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

法定代表人、董事长：



侯 巍



2023年5月8日

五、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读用友汽车信息科技（上海）股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

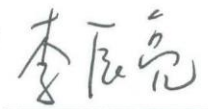
律师事务所负责人：

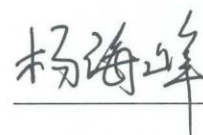


华晓军

经办律师：



赵锡勇

李辰亮

杨海峰

2023年5月8日



Ernst & Young Hua Ming LLP
Level 16, Ernst & Young Tower
Oriental Plaza, 1 East Chang An Avenue
Dongcheng District
Beijing, China 100738

安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）
中国北京市东城区东长安街1号
东方广场安永大楼16层
邮政编码：100738

Tel 电话: +86 10 5815 3000
Fax 传真: +86 10 8518 8298
ey.com

会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读用友汽车信息科技（上海）股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市招股说明书（“招股说明书”），确认招股说明书中引用的经审计的财务报表、经审核的内部控制评估报告及非经常性损益明细表的内容，与本所出具的审计报告（报告编号：安永华明（2023）审字第61357229_A02号）、内部控制审核报告（报告编号：安永华明（2023）专字第61357229_A03号）及非经常性损益明细表的专项说明（专项说明编号：安永华明（2023）专字第61357229_A05号）的内容无矛盾之处。

本所及签字注册会计师对用友汽车信息科技（上海）股份有限公司在招股说明书中引用的上述报告和专项说明的内容无异议，确认招股说明书不致因上述报告和专项说明而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

本声明仅供用友汽车信息科技（上海）股份有限公司本次申请首次公开发行A股股票使用，不适用于其他用途。



王静

签字注册会计师：王 静



章芳

签字注册会计师：章 芳



张明益

审计机构负责人授权代表：张明益



2023年 5 月 8 日



Ernst & Young Hua Ming LLP
Level 17, Ernst & Young Tower
Oriental Plaza, 1 East Chang An Avenue
Dongcheng District
Beijing, China 100738

安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）
中国北京市东城区东长安街1号
东方广场安永大楼17层
邮政编码：100738

Tel 电话：+86 10 5815 3000
Fax 传真：+86 10 8518 8298
ey.com

授权委托书

本授权委托书由安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）首席合伙人（即执行事务合伙人）毛鞍宁先生，于2023年4月1日签发给张明益先生和钟丽女士。

本授权书表明：安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）管委会委员张明益先生和管委会委员钟丽女士，均有权代表本人签署由安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）提交给中国监管机构（包括但不限于中国证监会、国资委）以及中国的证券交易所的专业报告、声明，安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）的对外投标文件、投标授权书，及其它与安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）所承担的专业工作相关的文件。

张明益先生和钟丽女士在上述授权范围内所签署的文件，视同为本人签署。

本授权委托书自签发之日起生效，有效期至2024年3月31日止。本人有权在此之前，以书面方式终止对上述被授权人的授权。

授权人：毛鞍宁 安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）首席合伙人

签署：[Signature] 日期：2023.4.1

被授权人：张明益 安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）管委会委员

签署：[Signature] 日期：2023.4.1

被授权人：钟丽 安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）管委会委员

签署：[Signature] 日期：2023.4.1

七、资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字资产评估师：


董明慧

蔡懿懿

（已离职）

资产评估机构负责人：


赵宇

万隆（上海）资产评估有限公司



2023年5月8日

关于蔡懿懿离职的声明

蔡懿懿原为本公司出具万隆评报字（2015）第 1204 号评估报告的签字资产评估师，已于 2019 年 7 月 31 日从本公司离职，故无法在资产评估机构声明中签字，其离职不影响本公司针对发行人出具的报告的法律效力。

特此声明。

资产评估机构负责人：



赵宇

万隆（上海）资产评估有限公司



2023年5月8日

八、验资机构声明（一）

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：



张浩芬

杨艳

（已离职）



会计师事务所负责人：



张增刚

中喜会计师事务所（特殊普通合伙）



2023年5月8日

关于杨艳离职的声明

杨艳原为本所出具中喜验字[2015]第 0264 号验资报告的签字注册会计师，已于 2015 年 6 月 10 日从本所离职，故无法在验资机构声明中签字，其离职不影响本所针对发行人出具的报告的法律效力。

特此声明。

会计师事务所负责人：



张增刚



八、验资机构声明（二）



本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

 
胡琳波

 
余 丽

会计师事务所负责人：

 
余 强

中汇会计师事务所（特殊普通合伙）



2023年5月8日

第十二节 附 件

一、附件目录

- （一）发行保荐书；
- （二）上市保荐书；
- （三）法律意见书；
- （四）财务报告及审计报告；
- （五）公司章程（草案）；
- （六）落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配决策程序、股东投票机制建立情况
- （七）与投资者保护相关的承诺
- （八）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的承诺事项；
- （九）发行人审计报告基准日至招股说明书签署日之间的相关财务报告及审阅报告
- （十）内部控制审核报告；
- （十一）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- （十二）股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况说明
- （十三）审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明
- （十四）募集资金具体运用情况
- （十五）子公司、参股公司简要情况
- （十六）其他与本次发行有关的重要文件。

二、附件一：承诺事项

（一）本次发行前股东所持股份流通限制、自愿锁定股份及延长锁定期限的承诺

1、直接控股股东用友网络、间接控股股东用友科技、实际控制人控制的企业江西用友承诺

“1、自公司股票上市交易之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本企业于本次发行及上市前已直接及间接持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份。

2、本企业所持股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。公司股票上市交易后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者公司股票上市交易后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第 1 个交易日）收盘价低于发行价，则本企业于本次发行及上市前直接或间接持有公司股份的锁定期自动延长 6 个月。若公司已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则上述发行价格指公司股票经调整后的价格。

3、本企业将遵守《上海证券交易所股票发行上市审核规则》《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》的相关规定。

4、若本企业违反上述承诺，本企业同意实际减持股票所得全部收益归公司所有。

5、在本企业持股期间，若关于股份锁定和减持的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本企业愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。”

2、实际控制人王文京承诺

“1、自公司股票上市交易之日起 36 个月内和离职后 6 个月内，不转让或者委托他人管理本人于本次发行及上市前已直接及间接持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份。

2、本人所持股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。公

公司股票上市交易后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者公司股票上市交易后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第 1 个交易日）收盘价低于发行价，则本人于本次发行及上市前直接或间接持有公司股份的锁定期自动延长 6 个月。若公司已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则上述发行价格指公司股票经调整后的价格。

3、上述股份锁定期届满后，在担任公司董事/监事/高级管理人员期间，在满足股份锁定承诺的前提下，本人每年直接和间接转让持有的公司股份不超过本人直接和间接所持有公司股份总数的 25%。如本人出于任何原因离职，则在离职后半年内，亦不转让或者委托他人管理本人通过直接或间接方式持有的公司的股份。本人在任期届满前离职的，在就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内本人亦遵守本条承诺。

4、本人将严格遵守法律、法规、规范性文件关于公司控股股东/实际控制人、董事/监事/高级管理人员/核心技术人员的持股及股份变动的有关规定并同意承担并赔偿因违反上述承诺而给公司及其控制的企业造成的一切损失。

5、在担任公司董事/监事/高级管理人员期间，本人将严格遵守法律、法规、规范性文件关于董事/监事/高级管理人员的持股及股份变动的有关规定，规范诚信履行董事/监事/高级管理人员的义务，如实并及时申报本人直接或间接持有的公司股份及其变动情况。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。本人同意承担并赔偿因违反上述承诺而给公司及其控制的企业造成的一切损失。

6、若本人违反上述承诺或法律强制性规定减持公司股份的，本人承诺违规减持公司股票所得收益（以下简称“违规减持所得”）归公司所有。

7、在本人持股期间，若关于股份锁定和减持的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本人愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。”

3、公司持股 5%以上股东特友投资、持股平台友彤投资承诺

“1、自公司股票上市交易之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本企业于本次发行及上市前已直接及间接持有的公司股份，也不提议由公司回购

该部分股份。

2、本企业将遵守《上海证券交易所股票发行上市审核规则》、《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》的相关规定。

3、若本企业违反上述承诺，本企业同意实际减持股票所得全部收益归公司所有。

4、在本企业持股期间，若关于股份锁定和减持的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本企业愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。”

4、公司员工持股计划管理人申万菱信（上海）资产管理有限公司承诺

“1、自公司股票上市交易之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本企业代为管理的持股计划于本次发行及上市前已直接及间接持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份。

2、本企业及本企业代为管理的持股计划将遵守《上海证券交易所股票发行上市审核规则》、《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》的相关规定。

3、若本企业及本企业代为管理的持股计划违反上述承诺，本企业同意实际减持股票所得全部收益归公司所有。

4、在本企业代为管理的持股计划持股期间，若关于股份锁定和减持的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本企业及本企业代为管理的持股计划愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。”

5、公司总经理桂昌厚承诺

“1、自公司股票上市交易之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人在本次发行及上市前直接及间接持有的公司股份，也不要求公司回购该部分股份。

2、就本人直接及间接持有的公司股份，自该等股份取得之日起 36 个月内不进行转让，也不要求公司回购该部分股份。

3、公司股票上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者公司股票上市交易后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第 1 个交易日）收盘价低于发行价，则本人于本次发行及上市前直接或间接持有公司股份的锁定期自动延长 6 个月。若公司已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则上述发行价格指公司股票经调整后的价格。

4、若本人所持有的公司股份在锁定期届满后两年内减持的，股份减持的价格不低于公司首次公开发行股票的发价。若在本人减持股份前，公司已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则本人的减持价格应不低于经相应调整后的发价。

5、上述股份锁定期届满后，在担任公司董事/监事/高级管理人员期间，在满足股份锁定承诺的前提下，本人每年直接和间接转让所持的公司股份不超过本人直接和间接所持有公司股份总数的 25%。如本人出于任何原因离职，则在离职后半年内，亦不转让或者委托他人管理本人通过直接或间接方式持有的公司的股份。如本人在任期届满前离职的，在就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内本人亦遵守本条承诺。

6、本人将严格遵守可适用的法律、法规、规范性文件关于公司股东/董事、监事/高级管理人员的持股及股份变动的有关规定并同意承担并赔偿因违反上述承诺而给公司及其控制的企业造成的一切损失。

7、在担任公司董事/监事/高级管理人员期间，本人将严格遵守法律、法规、规范性文件关于董事/监事/高级管理人员的持股及股份变动的有关规定，规范诚信履行董事/监事/高级管理人员的义务，如实并及时申报本人直接或间接持有的公司股份及其变动情况。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。本人同意承担并赔偿因违反上述承诺而给公司及其控制的企业造成的一切损失。

8、若本人违反上述承诺，本人同意实际减持股票所得全部收益归公司所有。

9、在本人持股期间，若关于股份锁定和减持的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本人愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。”

6、公司持股高级管理人员及核心技术人员陈小庆承诺

“1、自公司股票上市交易之日起 12 个月内和离职后 6 个月内，不转让或者委托他人管理本人在本次发行及上市前直接及间接持有的公司股份，也不要求公司回购该部分股份。

2、公司股票上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者公司股票上市交易后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第 1 个交易日）收盘价低于发行价，则本人于本次发行及上市前直接或间接持有公司股份的锁定期自动延长 6 个月。若公司已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则上述发行价格指公司股票经调整后的价格。

3、若本人所持有的公司股份在锁定期届满后两年内减持的，股份减持的价格不低于公司首次公开发行股票的发价。若在本人减持股份前，公司已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则本人的减持价格应不低于经相应调整后的发价。

4、上述股份锁定期届满后，在担任公司董事/监事/高级管理人员期间，在满足股份锁定承诺的前提下，本人每年直接和间接转让所持的公司股份不超过本人直接和间接所持公司股份总数的 25%。如本人出于任何原因离职，则在离职后半年内，亦不转让或者委托他人管理本人通过直接或间接方式持有的公司的股份。如本人在任期届满前离职的，在就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内本人亦遵守本条承诺。

5、上述股份锁定期届满之日起 4 年内，在本人作为公司核心技术人员期间，本人每年转让的于本次发行及上市前公司股份不超过本人于本次发行及上市前所持公司股份的 25%，前述减持比例可以累积使用。

6、本人将严格遵守可适用的法律、法规、规范性文件关于公司股东/董事、监事/高级管理人员/核心技术人员的持股及股份变动的有关规定并同意承担并赔偿因违反上述承诺而给公司及其控制的企业造成的一切损失。

7、在担任公司董事/监事/高级管理人员期间，本人将严格遵守法律、法规、规范性文件关于董事/监事/高级管理人员的持股及股份变动的有关规定，规范诚信履行董事/监事/高级管理人员的义务，如实并及时申报本人直接或间接持有的公司股份及其变动情况。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。本人同意承担并赔偿因违反上述承诺而给公司及其控制的企业造成的一切损失。

8、若本人违反上述承诺，本人同意实际减持股票所得全部收益归公司所有。

9、在本人持股期间，若关于股份锁定和减持的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本人愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。”

7、公司其他董事、监事、高级管理人员承诺

“1、自公司股票上市交易之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人在本次发行及上市前直接及间接持有的公司股份，也不要求公司回购该部分股份。

2、公司股票上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者公司股票上市交易后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第 1 个交易日）收盘价低于发行价，则本人于本次发行及上市前直接或间接持有公司股份的锁定期自动延长 6 个月。若公司已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则上述发行价格指公司股票经调整后的价格。

3、若本人所持有的公司股份在锁定期届满后两年内减持的，股份减持的价格不低于公司首次公开发行股票的发价。若在本人减持股份前，公司已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则本人的减持价格应不低于经相应调整后的发价。

4、上述股份锁定期届满后，在担任公司董事/监事/高级管理人员期间，在满足股份锁定承诺的前提下，本人每年直接和间接转让所持的公司股份不超过本人直接和间接所持有公司股份总数的 25%。如本人出于任何原因离职，则在离职后半年内，亦不转让或者委托他人管理本人通过直接或间接方式持有的公

司的股份。如本人在任期届满前离职的，在就任时确定的任期内和任期届满后6个月内本人亦遵守本条承诺。

5、本人将严格遵守可适用的法律、法规、规范性文件关于公司股东/董事、监事/高级管理人员的持股及股份变动的有关规定并同意承担并赔偿因违反上述承诺而给公司及其控制的企业造成的一切损失。

6、在担任公司董事/监事/高级管理人员期间，本人将严格遵守法律、法规、规范性文件关于董事/监事/高级管理人员的持股及股份变动的有关规定，规范诚信履行董事/监事/高级管理人员的义务，如实并及时申报本人直接或间接持有的公司股份及其变动情况。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。本人同意承担并赔偿因违反上述承诺而给公司及其控制的企业造成的一切损失。

7、若本人违反上述承诺，本人同意实际减持股票所得全部收益归公司所有。

8、在本人持股期间，若关于股份锁定和减持的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本人愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求”

8、公司其他核心技术人员承诺

“1、自公司股票上市交易之日起12个月内和离职后6个月内，不转让或者委托他人管理本人在本次发行及上市前直接及间接持有的公司股份，也不要求公司回购该部分股份。

2、若本人所持有的公司股份在锁定期届满后两年内减持的，股份减持的价格不低于公司首次公开发行股票的发价。若在本人减持股份前，公司已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则本人的减持价格应不低于经相应调整后的发价。

3、上述股份锁定期届满之日起4年内，在本人作为公司核心技术人员期间，本人每年转让的于本次发行及上市前公司股份不超过本人于本次发行及上市前所持公司股份的25%，前述减持比例可以累积使用。

4、本人将严格遵守可适用的法律、法规、规范性文件关于公司股东/董事、监事/高级管理人员/核心技术人员的持股及股份变动的有关规定并同意承担并赔偿因违反上述承诺而给公司及其控制的企业造成的一切损失。

5、若本人违反上述承诺，本人同意实际减持股票所得全部收益归公司所有。

6、在本人持股期间，若关于股份锁定和减持的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本人愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。”

9、其他本次发行上市申请前 12 月内通过协议转让、大宗交易新增股东

其他本次发行上市申请前 12 月内通过协议转让、大宗交易新增股东出具承诺主要内容如下：

“1、本人/本企业承诺，本企业通过大宗交易方式取得的用友汽车股份，就目前仍持有的部分，自该等股份取得之日起三十六个月内不进行转让；

2、本人/本企业将严格遵守法律、法规、规范性文件关于股东持股及股份变动（包括减持）的有关规定，规范诚信履行股东的义务。在持股期间，若股份锁定和减持的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则愿意自动适用变更后的法律、法规规范性文件、政策及证券监管机构的要求。”

（二）股东持股及减持意向承诺

1、公司实际控制人王文京、公司控股股东用友网络、实际控制人控制的企业江西用友承诺

“（1）持续看好公司业务前景，全力支持公司发展，拟长期持有公司股票。

（2）本人/本企业所持股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。若在本人/本企业减持前述股票前，公司已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则本人/本企业的减持价格应不低于公司首次公开发行股票的发行价经相应调整后的价格。减持方式包括集中竞价交易、大宗交

易、协议转让及其他符合中国证监会及证券交易所相关规定的方式。本人/本企业通过大宗交易、协议转让等方式减持所持有的公司股份，应通过公司在减持前 3 个交易日予以公告；通过集中竞价交易方式减持所持有的公司股份，应当在首次卖出股份的 15 个交易日前向证券交易所报告减持计划并予以公告。

（3）本人/本企业在锁定期届满后减持本人/本企业在本次发行及上市前通过直接或间接方式已持有的公司股份的，将确保公司有明确的控制权安排，且减持程序需严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《上海证券交易所科创板股票上市规则》及《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等法律、法规、规范性文件关于股份减持及信息披露的规定。

若本人/本企业违反上述承诺给公司或投资者造成损失的，本人/本企业将依法承担相应的责任。”

2、公司持股 5%以上股东特友投资承诺

“（1）持续看好公司业务前景，全力支持公司发展，拟长期持有公司股票。

（2）本企业所持股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。若在本企业减持前述股票前，公司已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则本企业的减持价格应不低于公司首次公开发行股票的发价经相应调整后的价格。减持方式包括集中竞价交易、大宗交易、协议转让及其他符合中国证监会及证券交易所相关规定的方式。本企业通过大宗交易、协议转让等方式减持所持有的公司股份，应通过公司在减持前 3 个交易日予以公告；通过集中竞价交易方式减持所持有的公司股份，应当在首次卖出股份的 15 个交易日前向证券交易所报告减持计划并予以公告。

（3）本企业在锁定期届满后减持本企业在本次发行及上市前通过直接或间接方式已持有的公司股份的，减持程序需严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《上海证券交易所科创板股票上市规则》及《上海证券交易所上市公司股东及

董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等法律、法规、规范性文件关于股份减持及信息披露的规定。

若本企业违反上述承诺给公司或投资者造成损失的，本企业将依法承担相应的责任。”

（三）稳定股价的措施和承诺

1、稳定股价的预案

（1）启动稳定股价措施的条件

自公司上市后三年内，若公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数÷公司股份总数，下同；若发生除权除息事项，上述每股净资产作相应调整）情形时（下称“启动条件”），公司将根据当时有效的法律、法规、规范性文件、《公司章程》等规定启动本预案，并与其控股股东、董事、高级管理人员协商一致提出稳定股价的具体方案，并及时履行相应的审批程序和信息披露义务。公司公告稳定股价方案后，如公司股票连续 20 个交易日收盘价均高于最近一期经审计的每股净资产时，公司将停止实施股价稳定措施。公司保证稳定股价措施实施后，公司的股权分布仍应符合上市条件。

（2）稳定股价的具体措施

若公司情况触发启动条件，且公司情况同时满足监管机构对于回购、增持等股本变动行为规定的，公司及相关主体将按照顺序采取以下措施中的一项或多项稳定公司股价：①公司回购公司股票；②公司控股股东增持公司股票；③公司董事（不含独立董事，下同）和高级管理人员增持公司股票；④其他稳定股价措施。公司及公司控股股东、董事和高级管理人员可以视公司实际情况、股票市场等情况，同时或分步骤实施回购和/或增持股票措施。

公司制定股价稳定的具体实施方案时，应当综合考虑当时的实际情况及各种稳定股价措施的作用及影响，并在符合相关法律法规的规定的情况下，各方协商确定并通知当次稳定股价预案的实施主体，并在启动股价稳定措施前公告具体实施方案。若公司在实施稳定股价方案前公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施条件的，可不再继续实施该方案。

①公司回购股份

i. 公司为稳定股价之目的回购股份，应符合《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》、《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等相关法律、法规的规定，回购股份的方式为集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式。

ii. 公司董事会应在首次触发股票回购义务之日起 10 个交易日内作出实施回购股份预案（包括拟回购股份数量、价格区间、回购期限及其他有关回购的内容）的决议（公司董事承诺就该等回购事宜在董事会中投赞成票），并提交股东大会审议。经公司股东大会决议实施回购的（经出席股东大会会议的股东所持表决权的 2/3 以上通过，发行前担任公司董事和高级管理人员的股东及公司控股股东、实际控制人、控股股东承诺在股东大会就回购事项进行表决时投赞成票），回购的股份将被依法注销并及时办理公司减资程序。

iii. 除应符合上述要求之外，公司回购股票还应符合下列各项要求：

- 公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行新股所募集资金的总额；
- 公司单次用于回购股份的资金不超过人民币 500 万元；
- 公司单次回购股份不超过公司总股本的 2%。

公司董事会公告回购股份预案后，如果公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施条件的，公司可不再实施向社会公众股东回购股份。

②控股股东增持股票

i. 下列任一条件发生时，控股股东应按照《上市公司收购管理办法》等相关法律、法规的规定实施稳定股价之目的增持股份：1）公司回购股份方案实施期限届满之日后公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产；2）公司未按照本预案规定如期公告股票回购计划；3）因各种原因导致公司的股票回购计划未能通过公司股东大会。

ii. 公司控股股东应在触发稳定股价义务之日起 10 个交易日内，应就其增持公司股票的具体计划（包括拟增持股份数量、价格区间、增持期限及其他有关

增持的内容）书面通知公司并由公司进行公告。

iii.控股股东增持股票的要求：

- 在符合股票交易相关规定的前提下，按照公司关于稳定股价具体方案中确定的增持金额和期间，通过交易所集中竞价交易方式增持公司股票；
- 增持股份的累计资金金额不少于控股股东上年度在公司领取薪酬总和的30%，但不超过控股股东上年度在公司领取的薪酬总和；
- 连续12个月内累计增持公司股份数量不超过公司总股本的2%，增持计划完成的6个月内将不出售所增持的股份。

公司控股股东增持公司股份方案公告后，如果公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施条件的，控股股东可以终止增持股份。

③董事、高级管理人员增持

i.下列任一条件发生时，公司董事及高级管理人员应根据《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等相关法律、法规的规定实施稳定股价之目的增持股份：1）控股股东增持股份方案实施期限届满之日后公司股票连续20个交易日的收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产；2）控股股东未如期公告增持计划。

ii.公司董事、高级管理人员在触发稳定股价义务之日起10个交易日内，应就其增持公司股票的具体计划（包括拟增持股份数量、价格区间、增持期限及其他有关增持的内容）书面通知公司并由公司进行公告。

iii.董事、高级管理人员增持股票的要求：

- 在符合股票交易相关规定的前提下，按照公司关于稳定股价具体方案中确定的增持金额和期间，通过交易所集中竞价交易方式增持公司股票；
- 增持股份的累计资金金额不少于该等董事、高级管理人员上年度在公司领取薪酬总和的30%，但不超过该等董事、高级管理人员上年度的在公司领取薪酬总和；
- 增持计划完成的6个月内将不出售所增持的股份。

iv.自公司上市之日起三年内，若公司新聘任董事、高级管理人员，且上述新聘人员符合本预案相关规定的，公司将要求该等新聘任的董事、高级管理人员履行公司上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。

④其他稳定股价措施

i.符合法律、法规及中国证监会、证券交易所相关规定并保证公司经营资金需求的前提下，经董事会、股东大会审议同意，公司通过实施利润分配或资本公积金转增股本的方式稳定公司股价；

ii.符合法律、法规及中国证监会、证券交易所相关规定前提下，公司通过削减开支、限制高级管理人员薪酬、暂停股权激励计划等方式提升公司业绩、稳定公司股价；

iii.法律、行政法规、规范性文件规定以及中国证监会、证券交易所认可的其他方式。

（3）本预案的终止情形

自股价稳定方案公告之日后至该方案实施完毕期间，若出现以下任一情形，则视为本次稳定股价方案实施完毕及相关主体承诺履行完毕，已公告的股价稳定方案终止执行：

①公司股票连续 20 个交易日的收盘价格均高于公司最近一期经审计的每股净资产；

②继续增持或回购公司股份将导致公司股份分布不满足法定上市条件；

③如上述方案中规定的股权增持/回购比例已达到承诺上限，视为履行完毕。

2、公司承诺

“（1）执行公司董事会、股东大会审议通过的《关于用友汽车信息科技（上海）股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价预案的议案》。

（2）在公司 A 股股票上市后三年内股价达到《用友汽车信息科技（上海）股份有限公司上市后三年内稳定公司股价的预案》规定的启动稳定股价措

施的具体条件后，遵守公司董事会作出的稳定股价的具体实施方案，并根据该具体实施方案采取包括但不限于回购公司股票或董事会作出的其他稳定股价的具体实施措施。

若公司违反上述承诺给投资者造成损失的，公司将依法承担相应的责任。”

3、控股股东用友网络及实际控制人控制的企业江西用友、公司董事及高级管理人员承诺

“（1）同意公司董事会、股东大会审议通过的《关于用友汽车信息科技（上海）股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价预案的议案》的全部内容；

（2）在公司 A 股股票上市后三年内股价达到《用友汽车信息科技（上海）股份有限公司上市后三年内稳定公司股价的预案》规定的启动稳定股价措施的具体条件后，遵守公司董事会作出的稳定股价的具体实施方案，并根据该具体实施方案采取包括但不限于回购公司股票或董事会作出的其他稳定股价的具体实施措施；在具体实施方案涉及公司就回购股份事宜召开的董事会上，对公司回购股份的相关决议投赞成票；该具体实施方案涉及股东大会表决的，需在股东大会表决时投赞成票。

若本企业/本人违反上述承诺给公司或投资者造成损失的，本企业/本人将依法承担相应的责任。”

（四）对欺诈发行上市的股份购回承诺

1、公司承诺

“公司本次发行及上市的申请文件不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，亦不存在公司不符合发行上市条件而以欺骗手段骗取发行注册的情形。若违反前述承诺，且公司已经发行上市的，公司将依法在中国证监会等有权部门确认后 5 个工作日内从投资者手中购回公司首次公开发行的股票，回购价格不低于公司股票发行价加股票发行后至回购时相关期间银行同期活期存款利息。”

2、实际控制人王文京、控股股东用友网络承诺

“公司本次发行及上市的申请文件不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，亦不存在公司不符合发行上市条件而以欺骗手段骗取发行注册的情形。若违反前述承诺，且公司已经发行上市的，本人/本企业及本人/本企业控制的作为公司股东的企业将依法在中国证监会等有权部门确认后 5 个工作日内从投资者手中购回公司首次公开发行的股票，回购价格不低于公司股票发行价加股票发行后至回购时相关期间银行同期活期存款利息。”

（五）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

1、公司承诺

“为降低本次公开发行摊薄公司即期回报的影响，公司将持续推进多项改善措施，提高公司日常运营效率，降低运营成本、提升公司经营业绩，具体措施如下：

（1）加强研发、拓展业务，提高公司持续盈利能力

公司将继续巩固和发挥自身研发、产品化以及软件产品及云服务销售等优势，不断丰富和完善产品，提升研发技术水平，持续拓展市场，增强公司的持续盈利能力，实现公司持续、稳定发展。

（2）加强内部管理、提供运营效率、降低运营成本

公司将积极推进产品优化、研发及产品开发流程的改进升级，加强精细化管理，持续提升运营效率，合理降低成本，同时加强预算管理，控制公司费用率。

（3）强化募集资金管理，加快募投项目建设，提高募集资金使用效率

公司已按照法律法规、规范性文件及《用友汽车信息科技（上海）股份有限公司章程（草案）》（以下简称“《公司章程（草案）》”）的规定制定了《用友汽车信息科技（上海）股份有限公司募集资金管理制度》，对募集资金的专户存储、使用、用途变更、管理和监督等进行了明确的规定。为保障公司规范、有效地使用募集资金，本次募集资金到位后，公司董事会将持续监督公司对募集资金进行专项存储、保障募集资金用于前述项目的建设，配合监管银

行和保荐人对募集资金使用的检查和监督，确保募集资金合理规范使用，合理防范募集资金使用风险。

同时，公司也将抓紧募投项目的前期工作，统筹合理安排项目的投资建设，力争缩短项目建设期，实现募投项目的早日投产和投入使用。随着项目逐步实施，产能的逐步提高及市场的进一步拓展，公司的盈利能力将进一步增强，经营业绩将会显著提升，有助于填补本次发行对股东即期回报的摊薄。

（4）完善利润分配机制、强化投资回报机制

公司已根据中国证监会的相关规定，制定了股东分红回报规划，并在《公司章程（草案）》中对分红政策进行了明确，确保公司股东特别是中小股东的利益得到保护，强化投资者回报。”

2、控股股东用友网络及实际控制人控制的企业江西用友承诺

“（1）本企业承诺不会越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益，前述承诺是无条件且不可撤销的；

（2）本企业承诺不会无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

（3）本企业承诺不动用公司资产从事与本企业履行职责无关的投资、消费活动；

（4）本企业同意，由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（5）本企业承诺，在中国证监会、上海证券交易所（以下简称“证券监管机构”）另行发布摊薄即期填补回报措施及其承诺的相关意见及实施细则后，如果公司的相关规定及本企业承诺与该等规定不符时，本企业承诺将立即按照中国证监会及上海证券交易所的规定出具补充承诺，并积极推进公司做出新的规定，以符合中国证监会及上海证券交易所的要求；

（6）本企业承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本企业对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若本企业违反前述承诺或拒不履行前述承诺的，本企业将在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉，并接

受中国证监会和上海证券交易所对本企业作出相关处罚或采取相关管理措施；对公司或其他股东造成损失的，本企业将依法给予补偿；

（7）若上述承诺适用的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本企业愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。”

3、实际控制人王文京承诺

“（1）本人承诺不会越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益，前述承诺是无条件且不可撤销的；

（2）本人承诺不会无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

（3）本人承诺约束并控制本人的职务消费行为；

（4）本人承诺不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动；

（5）本人同意，由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（6）本人同意，如公司未来拟对本人实施股权激励，公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（7）本人承诺，在中国证监会、上海证券交易所（以下简称“证券监管机构”）另行发布摊薄即期填补回报措施及其承诺的相关意见及实施细则后，如果公司的相关规定及本人承诺与该等规定不符时，本人承诺将立即按照中国证监会及上海证券交易所的规定出具补充承诺，并积极推进公司做出新的规定，以符合中国证监会及上海证券交易所的要求；

（8）本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若本人违反前述承诺或拒不履行前述承诺的，本人将在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉，并接受中国证监会和上海证券交易所对本人作出相关处罚或采取相关管理措施；对公司或其他股东造成损失的，本人将依法给予补偿；

（9）若上述承诺适用的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本人愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。”

4、公司董事、高级管理人员承诺

“（1）本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

（2）本人承诺约束并控制本人的职务消费行为；

（3）本人承诺不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动；

（4）本人同意，由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（5）本人同意，如公司未来拟对本人实施股权激励，公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（6）本人承诺，在中国证监会、上海证券交易所（以下简称“证券监管机构”）另行发布摊薄即期填补回报措施及其承诺的相关意见及实施细则后，如果公司的相关规定及本人承诺与该等规定不符时，本人承诺将立即按照证券监管机构的规定出具补充承诺，并积极推进公司做出新的规定，以符合证券监管机构要求；

（7）本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若本人违反前述承诺或拒不履行前述承诺的，本人将在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉，并接受中国证监会和上海证券交易所对本人作出相关处罚或采取相关管理措施；对公司或股东造成损失的，本人将依法给予补偿；

（8）若上述承诺适用的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本人愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。”

（六）利润分配政策的承诺

为进一步明确公司上市后对投资者的合理投资回报，结合公司实际情况，特制定公司本次发行上市后三年股东回报规划，具体内容如下：

1、股东回报规划制定的考虑因素

股东回报规划应当着眼于公司的战略发展规划及可持续经营情况，综合考虑公司经营发展实际、股东要求和意愿、社会资金成本、外部融资环境、所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，从现实与长远两个方面综合考虑股东利益，建立对投资者科学、持续、稳定的股东回报规划和机制。

2、股东回报规划的制定原则

根据《公司法》等相关法律法规和《公司章程》的规定，在遵循重视对股东的合理投资回报并兼顾公司可持续发展的基础上，充分听取和考虑公司股东（尤其是中小股东）、独立董事的意见和诉求，制定合理的股东回报规划，兼顾处理好公司短期利益和长远发展的关系，以保证利润分配政策的连续性和稳定性。

3、上市并实现盈利后三年股东回报规划

（1）利润分配方式

公司采取现金、股票，现金与股票相结合或法律、法规允许的其他方式分配股利，在符合《公司章程》有关实施现金分红的具体条件的情况下，公司优先采用现金分红的利润分配方式。

（2）利润分配的具体规定

①现金分红的条件

公司在当年实现盈利，在依法弥补亏损、提取法定公积金、盈余公积金后有可分配利润，且不存在影响利润分配的重大投资计划或重大现金支出事项的情况下，可以采取现金方式分配股利。公司最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%。重大投资计划或重大现金支出是指：公司未来十二个月内拟建设项目、对外投资、收购资产或者购买设备

的累计支出达到或者超过公司当年实现的母公司可供分配利润的 50%且超过 5,000 万元人民币（下同）。

②公司发放股票股利的具体条件

公司在经营情况良好，股本规模合理，董事会认为发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以提出股票股利分配预案交由股东大会审议通过。

③利润分配的时间间隔

公司在经营情况良好，股本规模合理，董事会认为发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以提出股票股利分配预案交由股东大会审议通过。

（3）差异化现金分红政策

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照《公司章程》规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

①公司发展阶段属成熟期且无重大现金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

②公司发展阶段属成熟期且有重大现金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

③公司发展阶段属成长期且有重大现金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大投资计划或重大资金支出安排的，进行利润分配时，由董事会根据具体情况参照前项规定处理。

（4）股东回报规划的决策程序和机制

①公司董事会根据公司盈利情况、资金供给和需求情况提出、拟订利润分配预案，并对其合理性进行充分讨论，利润分配预案经董事会审议和监事会审核通过后提交股东大会审议。股东大会审议利润分配方案时，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

②公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会审议通过之日起 2 个月内完成股利的派发事项。

③股东大会对利润分配方案审议时，应当为股东提供网络投票方式，并应当通过多渠道主动与股东（特别是中小股东）进行沟通和交流（包括但不限于电话沟通、筹划股东接待日或邀请中小股东参会等），充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

④公司因《公司章程》规定的特殊情况而不进行现金分红时，董事会就不进行现金分红的具体原因、公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议，并在公司指定媒体上予以披露。

⑤股东、独立董事、监事会应当对董事会和管理层执行公司分红政策和利润分配规划的情况及决策程序进行监督。

(5) 股东回报规划制定周期和调整机制

公司因外部经营环境或自身经营状况发生较大变化，确需对利润分配政策进行调整或变更的，需经董事会审议和监事会审核通过后提交股东大会审议，且应当经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 2/3 以上通过。调整后的利润分配政策不得违反中国证监会的有关规定。

4、公司利润分配的信息披露

公司应当在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，说明是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求，分红标准和比例是否明确和清晰，相关的决策程序和机制是否完备，独立董事是否尽职履责并发挥了应有的作用，中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到充分维护等。对现金分红政策进行调整或变更的，还要详细说明调整或变更的条件和程序是否合规和透明等。

5、其他事宜

(1) 股东回报规划自公司股东大会审议通过之日起生效，修订时亦同；

(2) 股东回报规划未尽事宜，依照相关法律、法规、规范性文件及《公司

章程》的规定执行；

(3) 股东回报规划由公司董事会负责解释。

(七) 依法承担赔偿责任或赔偿责任的承诺

1、公司承诺

请参见本招股说明书“第十二节 附件”之“二、附件一：承诺事项”之“（四）对欺诈发行上市的股份购回承诺”。

2、控股股东用友网络承诺

请参见本招股说明书“第十二节 附件”之“二、附件一：承诺事项”之“（四）对欺诈发行上市的股份购回承诺”。

3、实际控制人王文京承诺

请参见本招股说明书“第十二节 附件”之“三、附件一：承诺事项”之“（四）对欺诈发行上市的股份购回承诺”。

(八) 关于未履行承诺时的约束措施的承诺

1、公司承诺

“（1）本企业保证将严格履行在公司本次发行及上市过程中所作出的全部公开承诺事项（以下简称“承诺事项”）中的各项义务和责任。

（2）若本企业非因不可抗力原因导致未能完全或有效地履行前述承诺事项中的各项义务或责任，则本企业承诺将视具体情况采取以下措施予以约束：

①本企业将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向其他股东和社会投资者道歉；②本企业将按照有关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应责任；③若因本企业未能履行上述承诺事项导致投资者在证券交易中遭受损失，本企业将依法向投资者赔偿损失；投资者损失根据证券监管部门、司法机关认定的方式或金额确定或根据公司与投资者协商确定；④本企业直接或间接方式持有的公司股份的锁定期除被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转让的情形外，自动延长至本企业完全消除因本企业未履行相关承诺事项所导致的所有不利影响之日；⑤如

本企业因未能完全且有效地履行承诺事项而获得收益的，该等收益归公司所有，本企业应当在获得该等收益之日起五个工作日内将其支付给公司指定账户；⑥本企业未完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前，本企业不得以任何形式向对本企业该等未履行承诺的行为负有个人责任之董事、监事、高级管理人员增加薪资或津贴。”

2、直接控股股东用友网络、间接控股股东用友科技、实际控制人控制的企业江西用友、持股 5%以上股东特友投资承诺

“（1）本企业保证将严格履行在公司本次发行及上市过程中所作出的全部公开承诺事项（以下简称“承诺事项”）中的各项义务和责任。

（2）若本企业非因不可抗力原因导致未能完全或有效地履行前述承诺事项中的各项义务或责任，则本企业承诺将视具体情况采取以下措施予以约束：

①本企业将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会投资者道歉；②本企业将按照有关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应责任；③在证券监管部门或有关政府机构认定前述承诺被违反或未得到实际履行之日起 30 日内，或者司法机关认定因前述承诺被违反或未得到实际履行而致使投资者在证券交易中遭受损失之日起 30 日内，本企业自愿将本企业在公司完成本次发行及上市当年从公司所领取的全部领取的现金红利（如有）对投资者先行进行赔偿，且本企业完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前，本企业不得以任何方式减持所持有的公司股份（如有）；④在本企业完全消除因本企业未履行相关承诺事项所导致的所有不利影响之前，本企业将不直接或间接收取公司所分配之红利或派发之红股（如适用），本企业直接或间接方式持有的公司股份的锁定期除被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转让的情形外，自动延长至本企业完全消除因本企业未履行相关承诺事项所导致的所有不利影响之日；⑤如本企业因未能完全且有效地履行承诺事项而获得收益的，该等收益归公司所有，本企业应当在获得该等收益之日起五个工作日内将其支付给公司指定账户。”

3、实际控制人王文京承诺

“（1）本人保证将严格履行在公司本次发行及上市过程中所作出的全部公

开承诺事项（以下简称“承诺事项”）中的各项义务和责任。

（2）若本人非因不可抗力原因导致未能完全或有效地履行前述承诺事项中的各项义务或责任，则本人承诺将视具体情况采取以下措施予以约束：

①本人将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会投资者道歉；②本人将按照有关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应责任；③在证券监管部门或有关政府机构认定前述承诺被违反或未得到实际履行之日起 30 日内，或者司法机关认定因前述承诺被违反或未得到实际履行而致使投资者在证券交易中遭受损失之日起 30 日内，本人自愿将本人在公司完成本次发行及上市当年从公司所领取的全部领取的现金红利（如有）、薪酬和/或津贴对投资者先行进行赔偿，且本人完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前，本人不得以任何方式减持所持有的公司股份（如有）或以任何方式要求公司为本人增加薪资或津贴；④在本人完全消除因本人未履行相关承诺事项所导致的所有不利影响之前，本人将不直接或间接收取公司所分配之红利或派发之红股（如适用），本人直接或间接方式持有的公司股份的锁定期除被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转让的情形外，自动延长至本人完全消除因本人未履行相关承诺事项所导致的所有不利影响之日；⑤如本人因未能完全且有效地履行承诺事项而获得收益的，该等收益归公司所有，本人应当在获得该等收益之日起五个工作日内将其支付给公司指定账户。”

4、公司董事、监事、高级管理人员承诺

“（1）本人保证将严格履行在公司本次发行及上市过程中所作出的全部公开承诺事项（以下简称“承诺事项”）中的各项义务和责任。

（2）若本人非因不可抗力原因导致未能完全或有效地履行前述承诺事项中的各项义务或责任，则本人承诺将视具体情况采取以下措施予以约束：

①本人将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会投资者道歉；②本人将按照有关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应责任；③在证券监管部门或有关政府机构认定前述承诺被违反或未得到实际履行之日起 30 日内，或者司法机关认定因前述承诺被违反

或未得到实际履行而致使投资者在证券交易中遭受损失之日起 30 日内，本人自愿将本人在公司完成本次发行及上市当年从公司所领取的全部领取的现金红利（如有）、薪酬和/或津贴对投资者先行进行赔偿，且本人完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前，本人不得以任何方式减持所持有的公司股份（如有）或以任何方式要求公司为本人增加薪资或津贴；④在本人完全消除因本人未履行相关承诺事项所导致的所有不利影响之前，本人将不直接或间接收取公司所分配之红利或派发之红股（如适用）；⑤如本人因未能完全且有效地履行承诺事项而获得收益的，该等收益归公司所有，本人应当在获得该等收益之日起五个工作日内将其支付给公司指定账户。”

（九）中介机构承诺

1、保荐人（联席主承销商）承诺

“1、因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

2、如因本公司为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

3、本公司确认，截至本承诺函出具之日，本公司及本公司本次发行及上市的签字人员、经办人员不存在直接或间接在发行人契约性基金、信托计划、资产管理计划等“三类股东”中持有权益的情况。”

2、联席主承销商承诺

“因本公司为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。”

3、发行人律师承诺

“1、本所为发行人本次发行及上市所制作的律师工作报告、法律意见书等申报文件的内容不存在虚假记载，误导性陈述或重大遗漏，并对该等文件的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。若因本所作出的上述承诺被证明

存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法承担赔偿责任。

2、本所确认，截至本承诺函出具之日，本所及本所本次发行及上市的签字人员、经办人员不存在直接或间接在发行人契约性基金、信托计划、资产管理计划等“三类股东”中持有权益的情况。”

4、审计机构承诺

“1、如因本所为发行人本次公开发行制作、出具的审计报告等文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

2、本所确认，截至本承诺函出具之日，本所及本所本次发行及上市的签字人员、经办人员不存在直接或间接在发行人契约性基金、信托计划、资产管理计划等“三类股东”中持有权益的情况。”

5、资产评估机构承诺

“1、因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失；

2、如因本公司为发行人本次公开发行制作、出具的资产评估报告有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

3、本公司确认，截至本承诺函出具之日，本公司及本公司本次发行及上市的签字人员、经办人员不存在直接或间接在发行人契约性基金、信托计划、资产管理计划等“三类股东”中持有权益的情况。”

（十）关于避免同业竞争的承诺函

1、直接控股股东用友网络承诺

“1、在本承诺函签署之日，本公司或本公司控制的其他企业均未直接或间接从事任何与发行人构成竞争或可能构成竞争的业务，也未参与投资任何与发行人业务构成竞争或可能构成竞争的其他公司、企业或其他组织、机构。

2、自本承诺函签署之日起，本公司或本公司控制的其他企业承诺未来亦不会直接或间接从事任何与发行人构成竞争或可能构成竞争的业务，也不会参与投资任何与发行人业务构成竞争或可能构成竞争的其他公司、企业或其他组织、机构。

3、自本承诺函签署之日起，如本公司或本公司控制的其他企业进一步拓展产品和业务范围，或发行人进一步拓展产品和业务范围，本公司或本公司控制的其他企业将不与发行人现有或拓展后的产品或业务相竞争；若与发行人及其下属子公司拓展后的产品或业务产生竞争，则本公司或本公司控制的其他企业将以停止生产或经营相竞争的业务或产品，或者将相竞争的业务或产品纳入到发行人经营，或者将相竞争的业务或产品转让给无关联关系的第三方的方式避免同业竞争。

4、如以上承诺事项被证明不真实或未被遵守，本公司将向发行人赔偿由此造成的损失，并承担相应的法律责任。

5、本承诺函自本公司签章之日即行生效并不可撤销，并在本公司作为发行人控股股东期间内持续有效。”

2、实际控制人王文京承诺

“1、在本承诺函签署之日，本人或本人控制的其他企业均未直接或间接从事任何与发行人构成竞争或可能构成竞争的业务，也未参与投资任何与发行人业务构成竞争或可能构成竞争的其他公司、企业或其他组织、机构。

2、自本承诺函签署之日起，本人或本人控制的其他企业承诺未来亦不会直接或间接从事任何与发行人构成竞争或可能构成竞争的业务，也不会参与投资任何与发行人业务构成竞争或可能构成竞争的其他公司、企业或其他组织、机构。

3、自本承诺函签署之日起，如本人或本人控制的其他企业进一步拓展产品和业务范围，或发行人进一步拓展产品和业务范围，本人或本人控制的其他企业将不与发行人现有或拓展后的产品或业务相竞争；若与发行人及其下属子公司拓展后的产品或业务产生竞争，则本人或本人控制的其他企业将以停止生产或经营相竞争的业务或产品，或者将相竞争的业务或产品纳入到发行人经营，

或者将相竞争的业务或产品转让给无关联关系的第三方的方式避免同业竞争。

4、如以上承诺事项被证明不真实或未被遵守，本人将向发行人赔偿由此造成的损失，并承担相应的法律责任。

5、本承诺函自本人签章之日即行生效并不可撤销，并在本人作为发行人控股股东期间内持续有效。”

3、公司承诺

“本公司承诺在作为用友网络的控股子公司期间，不会从事与用友网络及其控制的企业（本公司及本公司控制的企业除外）构成同业竞争的业务。若本公司违反上述承诺，本公司应承担相应责任。”

（十一）关于规范关联交易的承诺

1、直接控股股东用友网络承诺

“1、本公司将诚信和善意履行作为用友汽车控股股东的义务，尽量避免和减少与用友汽车（包括其控制的企业，下同）之间的关联交易；对于无法避免或有合理原因而发生的关联交易，本公司及本公司控制的其他公司、企业或其他经营实体将与用友汽车按照公平、公允、等价有偿等原则依法签订规范的关联交易协议，并按照有关法律、法规、规章、其他规范性文件、中国证监会、证券交易所相关法律法规和公司章程的规定履行相关审批程序，在公平合理和正常商业交易的情况下进行交易，保证关联交易价格具有公允性，并保证按照有关法律、法规、规章、其他规范性文件、中国证监会、证券交易所相关法律法规和公司章程的规定履行相关信息披露义务；保证不利用关联交易非法转移用友汽车的资金、利润，不利用关联交易损害用友汽车及非关联股东的利益；保证不利用控股股东地位谋取不当利益或谋求与用友汽车达成交易的优先权利，不以任何形式损害用友汽车及用友汽车其他股东的合法权益。

2、本公司承诺在用友汽车的股东大会对涉及本公司及本公司控制的公司、企业或其他经营实体的有关关联交易事项进行表决时，履行回避表决的义务。

3、本公司承诺将不会要求和接受用友汽车给予的与其在任何一项市场公平交易中给予独立第三方的条件相比更为优惠的条件。

4、本公司承诺将杜绝本公司及本公司控制的公司、企业或其他经营实体以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用用友汽车的资金、资产的行为。

5、本公司保证将依照用友汽车公司章程的规定参加股东大会，平等地行使股东权利并承担股东义务，不谋取不正当利益，不损害用友汽车及其他股东的合法权益。

6、本公司确认本承诺函所载的每一项承诺均为可独立执行之承诺，任何一项承诺若被视为无效或终止将不影响其他各项承诺的有效性。

7、如因本公司或本公司控制的公司、企业或其他经营实体违反上述承诺与保证而导致用友汽车的权益受到损害的，则本公司同意承担因此给用友汽车造成的损失。”

2、实际控制人王文京承诺

“1、本人将诚信和善意履行作为用友汽车实际控制人的义务，尽量避免和减少与用友汽车（包括其控制的企业，下同）之间的关联交易；对于无法避免或有合理原因而发生的关联交易，本人及本人控制的其他公司、企业或其他经营实体将与用友汽车按照公平、公允、等价有偿等原则依法签订规范的关联交易协议,并按照有关法律、法规、规章、其他规范性文件、中国证监会、证券交易所相关法律法规和公司章程的规定履行相关审批程序，在公平合理和正常商业交易的情况下进行交易，保证关联交易价格具有公允性，并保证按照有关法律、法规、规章、其他规范性文件、中国证监会、证券交易所相关法律法规和公司章程的规定履行相关信息披露义务；保证不利用关联交易非法转移用友汽车的资金、利润,不利用关联交易损害用友汽车及非关联股东的利益；保证不利用实际控制人地位谋取不当利益或谋求与用友汽车达成交易的优先权利，不以任何形式损害用友汽车及用友汽车其他股东的合法权益。

2、本人承诺在用友汽车的股东大会对涉及本人及本人控制的公司、企业或其他经营实体的有关关联交易事项进行表决时，履行回避表决的义务。

3、本人承诺将不会要求和接受用友汽车给予的与其在任何一项市场公平交易中给予独立第三方的条件相比更为优惠的条件。

4、本人承诺将杜绝本人及本人控制的公司、企业或其他经营实体以借款、

代偿债务、代垫款项或其他方式占用用友汽车的资金、资产的行为。

5、本人保证将依照用友汽车公司章程的规定参加用友汽车相关会议，平等地行使投票权利并承担相应的义务，不谋取不正当利益，不损害用友汽车及其他股东的合法权益。

6、本人确认本承诺函所载的每一项承诺均为可独立执行之承诺，任何一项承诺若被视为无效或终止将不影响其他各项承诺的有效性。

7、如因本人或本人控制的公司、企业或其他经营实体违反上述承诺与保证而导致用友汽车的权益受到损害的，则本人同意承担因此给用友汽车造成的损失”

3、公司承诺

“本公司承诺在作为用友网络的控股子公司期间：

1、保证独立经营、自主决策。

2、本公司将严格按照《中华人民共和国公司法》等法律、法规、规章、其他规范性文件的要求以及《公司章程》的有关规定，就公司董事会及股东大会对有关涉及用友网络及关联企业事项的关联交易进行表决时，实行关联股东回避表决的制度。

3、如果本公司在今后的经营活动中必须与用友网络、关联企业发生确有必要且不可避免的关联交易，本公司将促使此等交易严格按照国家有关法律、法规、公司章程和中国证监会的有关规定履行有关程序，与用友网络、关联企业依法签订协议，及时依法进行信息披露；保证按照正常的商业条件进行，且保证不通过关联交易损害公司及其他股东的合法权益。

4、本公司将严格和善意地履行与用友网络、关联企业签订的各项关联协议；本公司将不会向用友网络、关联企业谋求或输送任何超出该等协议规定以外的利益或者收益。

5、保证将不以任何方式违法违规为用友网络及关联企业进行违规担保。”

三、附件二：控股股东、实际控制人控制的其他企业情况

（一）控股股东控制的其他企业

公司的控股股东为用友网络。截至 2022 年 12 月 31 日，除用友汽车外，用友网络控制的其他主要企业共计 94 家，基本情况如下（按成立时间先后排序）：

1、一级子公司

序号	公司名称	成立时间	注册资本 (万元)	主营业务
1	广东用友软件有限公司	1994.05.06	500.00	负责用友网络软件在华南区域的销售服务、咨询实施、技术支持、客户化开发、合作伙伴管理等全面业务
2	重庆用友软件有限公司	1996.02.08	1,000.00	负责用友网络软件产品在重庆地区的销售、实施和技术支持
3	天津用友软件技术有限公司	1996.05.07	500.00	负责用友网络软件产品在天津地区的销售、实施和技术支持
4	安徽用友软件有限公司	1998.07.10	120.00	负责用友网络软件产品在安徽地区的销售、实施和技术支持
5	Yonyou International Holdings.,LTD.	2001.04.03	6.60 万美元	中间持股公司
6	北京用友艾福斯软件系统有限公司	2001.12.25	1,103.57	已无实际业务开展
7	北京用友政务软件股份有限公司	2002.12.24	15,086.92	行政事业单位资源管理软件、公共财政管理软件、政府部门计划财务管理软件、社保基金管理软件、税务管理软件等开发与销售
8	北京点聚信息技术有限公司	2004.03.15	2,337.71	主要通过自有安全可信软件体系，为党、政、军、企客户量身定制打造涵盖电子文件全生命周期的安全可信整体解决方案
9	上海大易云计算有限公司	2004.05.25	1,905.60	基于云计算模式的在线招聘选拔解决方案供应商
10	用友金融信息技术股份有限公司	2004.08.03	10,734.11	面向银行、证券、保险、信托、基金、期货、租赁等金融企业提供咨询、软件、行业解决方案与专业服务
11	浙江用友软件有限公司	2005.05.23	500.00	负责用友网络软件产品在浙江省的营销、实施、服务、开发等工作
12	沈阳用友软件有限公司	2005.08.05	300.00	负责用友网络软件产品在沈阳地区的销售、实施和技术支持
13	厦门用友烟草软件有限责任公司	2005.08.23	2,192.98	烟草相关软件开发、设计，硬件制造、销售，并提供烟草行业信息化咨询服务
14	广西用友软件有限公司	2005.09.07	300.00	负责用友网络软件产品在广西地区的销售、实施和技术支持
15	大连用友软件有限公司	2005.10.12	300.00	负责用友网络软件产品在大连地区的销售、实施和技术支持

序号	公司名称	成立时间	注册资本 (万元)	主营业务
16	山东用友软件技术有限公司	2006.10.13	500.00	负责用友网络软件产品在山东地区的销售、实施和技术支持
17	深圳用友软件有限公司	2006.10.16	7,000.00	负责用友网络软件产品在深圳地区的销售、实施和技术支持
18	江西用友软件有限责任公司	2008.05.28	2,000.00	负责用友网络软件产品在江西地区的销售、实施和技术支持
19	湖南用友软件有限公司	2008.09.16	300.00	负责用友网络软件产品在湖南地区的销售、实施和技术支持
20	内蒙古用友软件技术有限公司	2009.01.23	300.00	负责用友网络软件产品在内蒙古地区的销售、实施和技术支持
21	用友（南昌）产业基地发展有限公司	2009.09.08	8,000.00	自有房屋租赁和物业管理
22	用友医疗卫生信息系统有限公司	2009.09.18	10,000.00	为城市卫生信息、医疗服务机构、个人健康管理提供专业、标准、融合的产品与服务
23	三亚用友软件科技有限公司	2010.02.11	10,000.00	物业管理、房屋租赁
24	畅捷通信息技术股份有限公司	2010.03.19	32,577.25	针对小微企业提供财务等方面的软件及服务
25	北京用友幸福投资管理有限公司	2010.05.12	1,000.00	投资管理
26	北京用友创新投资中心（有限合伙）	2010.06.23	23,000.00	投资管理
27	用友长伴管理咨询（上海）有限公司	2010.10.29	3,000.00	无实际经营业务
28	新道科技股份有限公司	2011.04.30	24,434.61	通过自主研发经管类专业实践教学产品和创新创业类教育产品，为客户提供经管类专业建设、实践教学体系升级、实践技能比赛和创新创业教育等人才培养方案及相关服务
29	上海秉钧网络科技有限公司	2011.06.10	5,500.00	为互联网、移动互联网行业客户提供客户获取、流量导入服务等，产品包括红人点点、全员裂变通等
30	友太安保险经纪有限公司	2014.02.11	5,000.00	保险经纪业务
31	用友优普信息技术有限公司	2014.02.25	20,000.00	未开展业务
32	用友移动通信技术服务有限公司	2014.03.04	5,000.00	为企业客户提供移动转售业务，产品主要应用于移动办公领域；租赁、销售通讯设备、软件及辅助设备
33	柚子（北京）移动技术有限公司	2014.07.15	13,150.68	移动互联网营销服务平台提供商
34	用友广信网络科技有限公司	2015.05.14	5,000.00	专门针对电信、广电行业客户，提供实时、按需的“云+端”行业服务“云+端”行业服务
35	北京用友数能科技有限公司	2015.05.27	10,500.00	能源行业解决方案供应，包括 ERP、财务共享、人力资源、供应链、生产管理等
36	北京用友商创企业运营管理服务有限公司	2015.10.20	9,166.67	为企业提供现金管理等资金管理服务

序号	公司名称	成立时间	注册资本 (万元)	主营业务
37	用友建筑云服务有限公司	2016.12.29	8,000.00	已无实际业务开展
38	用友（上海）工业互联网科技发展有限公司	2018.04.10	5,000.00	面向工业企业的社会化智能云平台。帮助工业企业实现智能化生产、个性化定制、网络化协同、服务化延伸等诸多新模式
39	上海用友产业投资管理有限公司	2018.05.03	5,000.00	投资管理
40	宁波用友网络科技有限公司	2018.05.08	5,000.00	负责用友网络软件产品在宁波地区的销售、实施和技术支持
41	上海用友云服务创业投资合伙企业（有限合伙）	2018.09.13	21,215.00	投资管理
42	青岛用友云企服创业投资合伙企业（有限合伙）	2019.03.11	27,000.00	投资管理
43	用友薪福社云科技有限公司	2019.10.11	5,000.00	社会化用工领域的 BaaS 服务
44	北京用友幸福创新二期投资中心（有限合伙）	2019.11.06	24,020.20	投资管理
45	友泰（北京）商务服务有限公司	2019.12.20	6,750.00	人身保险科技服务
46	山西用友网络科技有限公司	2020.11.23	2,000.00	负责用友网络软件产品在山西地区的销售、实施和技术支持
47	江苏用友网络科技有限公司	2020.12.14	2,000.00	负责用友网络软件产品在江苏地区的销售、实施和技术支持
48	北京数钥分析云科技有限公司	2022.03.09	50.00	未开展业务
49	智石开工业软件有限公司	2022.03.28	5,000.00	PLM 产品的研发和销售
50	苏州用友网络科技有限公司	2022.04.25	2,000.00	负责用友网络软件产品在苏州地区的销售、实施和技术支持
51	黑龙江用友网络科技有限公司	2022.08.15	2,000.00	负责用友网络软件产品在黑龙江地区的销售、实施和技术支持
52	北京用友企创企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	2022.08.22	3,001.00	投资管理

2、二级子公司

序号	公司名称	成立时间	注册资本 (万元)	主营业务
1	WECOO NETWORK TECHNOLOGES CO.,LTD.	2000.06.29	5.00 万美元	负责用友网络软件产品在境外的销售
2	广州用友政务软件有限公司	2003.06.09	50.00	面向政府部门、事业单位、非营利组织的全方位业务管理信息化解决方案提供商
3	用友软件（香港）有限公司	2003.06.27	300.00 万美元	负责用友网络软件产品在境外的销售
4	上海用友政务软件有限公司	2003.07.30	110.00	面向政府部门、事业单位、非营利组织的全方位业务管理信息化解决方案提供商
5	杭州用友政务软件有限公司	2004.02.13	105.00	面向政府部门、事业单位、非营利组织的全方位业务管理信息化解决方案提供

序号	公司名称	成立时间	注册资本 (万元)	主营业务
				商
6	YONYOU (SINGAPORE) PRIVATE LIMITED	2007.08.28	20.0002 万新加坡元	IT 人力承包服务
7	用友智慧健康研究院镇江有限公司	2010.07.29	1,500.00	为县域医疗机构、县级卫健委提供人、财、物运营管理系统，包括基层医院临床业务系统、县域医共体互联互通平台及基于此的业务应用系统
8	台湾用友资讯软件有限公司	2011.08.22	3,000.00 万新台币	资讯软件服务业、资料处理服务业、电子资讯供应服务业、研究发展服务业、资讯软件批发业、资讯软件零售业
9	北京用友幸福云创业投资中心（有限合伙）	2013.11.22	8,217.30	投资管理
10	柚子（北京）科技有限公司	2014.01.03	300.00	为 APP 开发者提供云端的 API 服务和数据存储服务
11	北京友云通天投资管理中心（有限合伙）	2014.01.26	500.00	未开展业务
12	北京友畅通天投资管理中心（有限合伙）	2014.01.26	500.00	未开展业务
13	北京用友政合数字技术有限公司	2014.05.22	1,000.00	主要面向政府单位客户提供包括财政非税管理及票据电子化、农田建设管理监测监管及 GIS 应用业务、财政预算一体化管理、政府采购信息化、财政涉农项目及资金管理、财政大数据应用等产品与解决方案
14	YONYOU (MALAYSIA) SDN BHD	2014.06.23	100.00 万马来西亚令吉	负责用友网络软件产品在境外的销售
15	北京用友幸福联创投资中心（有限合伙）	2014.11.06	24,000.00	投资管理
16	苏州云才人力资源服务有限公司	2015.07.16	200.00	未开展业务
17	北京用友薪福社云科技有限公司	2016.01.29	5,000.00	社会化用工领域的 BaaS 服务
18	深圳市保趣科技有限公司	2016.02.03	200.00	互联网保险相关服务
19	用友软件（澳门）有限公司	2016.10.20	2.50 万澳门币	负责用友网络软件产品在境外的销售
20	南昌用友薪福社云科技有限公司	2017.04.26	2,000.00	社会化用工领域的 BaaS 服务
21	沈阳点聚科技有限公司	2017.06.12	100.00	计算机软件技术开发、技术服务；计算机系统集成；商用密码设备开发等
22	三亚友仁实业有限公司	2017.10.24	300.00	旅游相关服务
23	南京数字认证有限公司	2018.05.24	3,000.00	电子认证服务；信息系统的规划、设计、开发和集成服务等
24	乌鲁木齐点聚信息技术有限公司	2023.01.10	100.00	一般项目：软件开发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；信息系统集成服务；计算机软硬件及辅助设备零售；云计算装备技术服务

序号	公司名称	成立时间	注册资本 (万元)	主营业务
25	山西用友薪福社云科技有限公司	2019.01.21	200.00	社会化用工领域的 BaaS 服务
26	北京畅捷云汇信息技术有限公司	2019.04.12	1,000.00	未开展业务
27	青岛用友产业投资管理有限公司	2019.10.30	1,000.00	投资管理
28	江苏点软信息技术有限公司	2020.06.12	1,000.00	计算机系统服务；信息系统集成服务；软件销售；信息安全设备销售；软件开发等
29	北京保趣科技有限公司	2020.06.19	1,000.00	互联网保险相关服务
30	北京用友幸福源创业投资中心 (有限合伙)	2020.09.11	27,000.00	投资管理
31	湖南点聚信息技术有限公司	2020.09.21	1,000.00	信息科技技术开发；信息科技技术咨询；信息科技技术服务；信息系统集成服务等
32	三亚用友薪福社云科技有限公司	2021.02.19	200.00	未开展业务
33	黑龙江省点聚立春科技有限公司	2021.03.05	1,000.00	技术开发、技术服务、技术咨询；计算机系统集成；销售：计算机软硬件及辅助设备
34	江西用友薪酬数字科技有限公司	2021.06.01	4,000.00	人力资源及劳务服务相关的技术开发、咨询及推广
35	海南用友政务软件有限公司	2021.06.17	100.00	信息技术咨询服务，计算机软硬件及辅助设备零售
36	太原用友薪福社云科技有限公司	2021.09.23	200.00	职业中介活动；信息技术咨询服务；人力资源服务等
37	河南用友薪福社云科技有限公司	2021.11.04	200.00	人力资源服务等
38	南昌市红谷滩区用友友福职业技能培训学校有限公司	2021.11.08	50.00	电子商务师培训
39	北京中关村银创管理咨询有限公司	2022.06.24	1,000.00	管理咨询（设立用途为担任基金的普通合伙人，不参与基金投资管理）
40	江阴用友数智化科技股权投资基金 (有限合伙)	2022.07.04	20,210.00	投资管理
41	南阳用友薪福社云科技有限公司	2022.09.07	200.00	未开展业务
42	北京红亚华宇科技有限公司(注)	2012.03.19	2,222.22	技术开发、技术转让、技术服务、技术咨询；计算机系统集成；销售计算机、软件及辅助设备、电子产品、机械设备；建设工程项目管理；互联网信息服务

注：“北京红亚华宇科技有限公司”由新道科技股份有限公司于2023年2月受让股权取得其控制权，“北京红亚华宇科技有限公司”的控股子公司包括西安红亚华宇信息科技有限公司、青椒课堂(北京)信息技术有限公司及红亚智数(河南)信息科技有限公司。

(二) 实际控制人控制的其他企业

除公司、控股股东及上述控股股东控制的其他企业外，截至2022年12月31日，实际控制人王文京先生控制的其他主要企业共计36家，基本情况如下

(按成立时间先后排序)：

序号	公司名称	成立时间	注册资本 (万元)	主营业务
1	海南用友房地产开发投资有限公司	1993.06.16	1,000.00	无实际经营业务
2	用友咨询	1994.05.13	2,293.30	投资管理
3	用友研究所	1998.07.15	2,394.00	投资管理
4	用友科技	1999.04.15	8,500.00	投资管理
5	北京伟库电子商务科技有限公司	2006.08.15	1,000.00	增值电信业务中的信息服务业务 (不含固定网电话信息服务)
6	北京用友教育投资有限公司	2008.09.16	1,000.00	投资管理
7	蓬莱龙亭葡萄酒庄有限公司	2009.08.28	1,000.00	生产加工葡萄酒及其他酒
8	江西上饶三清书院有限公司	2009.10.19	1,300.00	教育文化艺术交流与合作, 旅游 观光景点开发与经营, 观光农业 及农林产品生产与销售
9	深圳市信晖融资担保有限公司	2012.12.19	10,000.00	为企业及个人提供贷款担保、票 据承兑担保、贸易融资担保、项 目融资担保、信用证担保等融资 性担保
10	北京畅捷通支付技术有限公司	2013.07.29	20,000.00	致力于为中小企业、政府、公共 事业及非营利组织提供信息化金 融产品及专业的服务
11	深圳市顺成资产管理有限公司	2014.03.14	50.00	资产管理
12	深圳前海用友力合科技服务有限公司	2014.08.15	8,068.98	致力于提供专业的全流程金融信 息服务, 打造安全、便捷、可信 的综合性投融资平台
13	深圳用友力合投资非融资性担保有限公司	2014.09.18	1,344.83	担保业务(不含融资性担保)
14	深圳用友力合普惠信息服务有限公司	2015.08.21	10,000.00	互联网金融信息中介服务
15	华盛一泓投资管理有限公司	2015.10.09	10,000.00	投资管理
16	深圳友金所金融服务有限公司	2015.12.29	5,000.00	互联网金融信息中介服务
17	芜湖一泓成长投资基金(有限合伙)	2016.08.23	1,644.10	股权投资、投资管理
18	芜湖一泓驱成股权投资中心(有限合伙)	2016.11.25	30,001.00	股权投资、投资管理
19	深圳前海友金社信息科技有限公司	2017.03.06	1,000.00	互联网金融信息中介服务
20	深圳前海普惠众连商业管理有限公司	2017.03.10	1,000.00	商业管理咨询, 经济信息咨询
21	用友(深圳)商业保理有限责任公司	2017.03.23	15,000.00	保付代理, 供应链管理及相关咨 询
22	芜湖一泓琪璞投资合伙企业(有限合伙)	2017.03.28	20,010.00	股权投资、投资管理
23	芜湖志泓投资合伙企业(有限合伙)	2017.06.08	10,050.00	股权投资、投资管理
24	芜湖一泓宁元投资合伙企业(有限合伙)	2017.09.30	60,100.00	股权投资、投资管理
25	芜湖一泓互联投资合伙企业(有限合伙)	2017.11.14	712.20	股权投资、投资管理
26	北京用友易融科技有限公司	2017.11.17	5,000.00	企业征信服务, 数据处理, 经济 贸易咨询, 企业管理咨询

序号	公司名称	成立时间	注册资本 (万元)	主营业务
27	北京用友融联科技有限公司	2017.11.21	20,496.86	致力于为企业提供通过银企联云服务的现金管理等资金管理服务
28	用友财金资产管理（天津）有限公司	2018.02.06	5,000.00	未开展业务
29	用友国际融资租赁（天津）有限公司	2018.02.06	5,000.00 (万美元)	融资租赁业务
30	用友数法金融服务（天津）有限公司	2018.03.26	100,000.00	金融信息技术服务，股权投资
31	华盛一泓（北京）咨询有限责任公司	2019.07.29	100.00	经济贸易咨询，企业管理咨询
32	花果日葡萄酒（北京）有限公司	2019.09.17	500.00	葡萄酒销售
33	北海普惠融资担保有限公司	2019.11.28	3,000.00	借款担保，贷款担保，票据承兑担保，贸易融资担保，项目融资担保，信用证担保等融资担保业务
34	深圳友好物科技服务有限公司	2021.04.20	3,000.00	计算机类、通信类和消费类电子产品回收、租赁和销售
35	深圳友好物环保科技有限公司	2022.02.09	2,000.00	计算机、通讯和消费电子产品的销售
36	果日葡萄酒（海南）有限公司	2022.04.06	100.00	酒类经营、食品销售、货物进出口

四、附件三：计算机软件著作权

截至本招股说明书签署日，公司拥有计算机软件著作权共 98 项，具体如下：

序号	登记号	软件名称	著作权人	登记日期
1	2022SR0233141	智能车辆维修与检测会员服务平台 v1.0	用友汽车,上海市汽车修理有限公司,上海交通大学职业技术学院	2023.2.8
2	2022SR1399703	经销商管理系统 V5.0	用友汽车	2022.10.12
3	2022SR1399544	经销商销售管理软件 V5.0	用友汽车	2022.10.12
4	2022SR1235988	汽车经销商客户运营平台 V1.0	用友汽车	2022.8.23
5	2022SR1033355	数据自助云平台 V1.0	用友汽车	2022.8.8
6	2022SR0956213	汽车经销商集团管理软件 V5.0	用友汽车	2022.7.21
7	2022SR0534300	用友汽车视频管理平台 V1.0	用友汽车	2022.4.27
8	2022SR0143199	用友售后接车系统软件 V2.0	用友汽车	2022.1.21
9	2022SR0079151	用友汽车钣喷维修管理平台 V2.0	用友汽车	2022.1.12
10	2021SR2180720	经销商集团销售与售后业务软件 V1.0	用友汽车、上海市汽车修理有限公司、上海南湖职业技术学院	2021.12.27
11	2021SR1834269	用友汽车微服务运维平台 V2.0	用友汽车	2021.11.22
12	2021SR1834270	用友企业级应用集成软件 V2.0	用友汽车	2021.11.22
13	2021SR1813368	用友车险通系统 V2.1	用友汽车	2021.11.19
14	2021SR1813298	用友短信通系统 V1.0	用友汽车	2021.11.19
15	2021SR1813297	用友多数据源运维软件 V1.0	用友汽车	2021.11.19
16	2021SR1375448	用友汽车内容管理平台 V1.0	用友汽车	2021.09.14
17	2021SR1328796	用友 IM 在线客服软件 V1.0	用友汽车	2021.09.06
18	2021SR1328790	用友多数据源数据同步软件 V1.0	用友汽车	2021.09.06
19	2021SR0418968	用友服务助手 APP 软件 V2.0	用友汽车	2021.03.19
20	2021SR0133693	用友企业级应用集成软件 V1.4	用友汽车	2021.01.25
21	2020SR0729895	用友签约宝软件 V1.0	用友汽车	2020.07.06
22	2020SR0729499	用友车店通软件 V2.0	用友汽车	2020.07.06
23	2020SR0729492	用友发票通软件 V1.2	用友汽车	2020.07.06
24	2020SR0728543	用友云商城软件 V1.0	用友汽车	2020.07.06
25	2020SR0295799	微信会员软件 V1.0	用友汽车、上海市	2020.03.30

序号	登记号	软件名称	著作权人	登记日期
			汽车修理有限公司、上海交通职业技术学院	
26	2019SR0772508	用友车营销软件 V1.0	用友汽车	2019.07.25
27	2019SR0692678	用友业财一体化会计平台管理软件 V1.0	用友汽车	2019.07.05
28	2019SR0589376	用友客户运营管理软件（友车行） V1.0	用友汽车	2019.06.10
29	2019SR0230872	用友汽车聚合支付信息服务平台 V5.0	用友汽车	2019.03.08
30	2019SR0152521	定损中心软件 V1.0	用友汽车、上海市汽车修理有限公司、上海交通职业技术学院	2019.02.18
31	2018SR871810	用友客户体验评价器软件 V1.1.7	用友汽车	2018.10.31
32	2018SR769249	友车帮汽车营销服务平台 V1.0.0	用友汽车	2018.09.21
33	2018SR632555	用友经销商集团会员管理软件 V4.0	用友汽车	2018.08.09
34	2018SR615953	用友经销商集团集中采购管理软件 V4.0	用友汽车	2018.08.03
35	2018SR571616	用友经销商集团衍生业务管理软件 V4.0	用友汽车	2018.07.20
36	2018SR571552	用友微服务运维平台 V1.0	用友汽车	2018.07.20
37	2018SR396542	用友汽车钣喷维修管理平台 V1.0	用友汽车	2018.05.29
38	2018SR332618	用友汽车聚合支付信息服务平台 V4.0	用友汽车	2018.05.14
39	2018SR327224	用友经销商集团售后维修管理软件 V4.0	用友汽车	2018.05.10
40	2018SR299564	用友汽车经销商集团管理软件 V4.0	用友汽车	2018.05.03
41	2018SR285241	用友经销商集团整车销售管理软件 V4.0	用友汽车	2018.04.26
42	2018SR196566	用友经销商管理 SaaS 云服务软件 V1.0	用友汽车	2018.03.23
43	2017SR275785	用友售后接车系统软件 V1.0	用友汽车	2017.06.16
44	2016SR372802	用友汽车经销商集团用品集采管理软件 V2.0	用友汽车、上海市汽车修理有限公司、上海交通职业技术学院	2016.12.14
45	2016SR111965	用友经销商销售管理软件 V3.0	用友汽车	2016.05.19
46	2016SR111922	用友经销商会员管理模块软件 V2.0	用友汽车	2016.05.19
47	2016SR111920	用友经销商售后服务管理软件 V3.0	用友汽车	2016.05.19
48	2016SR091537	用友汽车经销商集团用品集采管理软件 V1.0	用友汽车、上海市汽车修理有限公司、上海交通职业技术学院	2016.04.29
49	2016SR086438	用友 4S 大管家管理软件 V1.0	用友汽车	2016.04.26

序号	登记号	软件名称	著作权人	登记日期
50	2016SR068708	用友整车海外销售管理软件 V1.0	用友汽车	2016.04.05
51	2016SR068696	用友 J2EE 开发框架软件 V3.0	用友汽车	2016.04.05
52	2016SR068649	用友数字化经销商精益车间管理软件 V5.0	用友汽车	2016.04.05
53	2016SR068326	用友汽车经销商集团会员管理软件 V3.0	用友汽车	2016.04.05
54	2016SR068323	用友汽车经销商集团整车销售管理软件 V3.0	用友汽车	2016.04.05
55	2016SR068083	用友汽车行业数据分析软件 V1.0	用友汽车	2016.04.05
56	2016SR067682	用友汽车经销商集团售后服务管理软件 V3.0	用友汽车	2016.04.05
57	2014SR130258	用友汽车配件管理云服务平台软件 V1.0	用友汽车	2014.08.29
58	2014SR130122	用友汽车配件&服务协同云平台软件 V1.0	用友汽车	2014.08.29
59	2014SR129637	用友汽车维修管理云服务平台软件 V1.0	用友汽车	2014.08.29
60	2013SR106216	用友商用数据交互平台企业版软件 V2.0.0	用友汽车	2013.10.09
61	2013SR096191	用友商用数据交互平台标准版软件 V2.0.0	用友汽车	2013.09.06
62	2013SR094610	用友经销商管理系统数据中心软件 V5.5.1.0	用友汽车	2013.09.03
63	2013SR094562	用友经销商会员管理模块软件 V1.0	用友汽车	2013.09.03
64	2013SR094553	用友工程机械经销商管理软件 V2.0	用友汽车	2013.09.03
65	2013SR094259	用友汽车管理驾驶舱 BQ 运行平台软件 V1.0	用友汽车	2013.09.03
66	2013SR094154	用友经销商数据交互接口软件 V5.5.0.0	用友汽车	2013.09.03
67	2013SR094151	用友经销商财务系统数据交互接口软件 V1.0	用友汽车	2013.09.03
68	2013SR058927	用友经销商客户关爱信息管理软件 V3.0	用友汽车	2013.06.18
69	2013SR058808	用友经销商售后车辆智能欢迎管理软件 V3.0	用友汽车	2013.06.18
70	2013SR057537	用友经销商业务协同软件 V1.0	用友汽车	2013.06.13
71	2013SR057529	用友经销商车间工时智能管理软件 V3.0	用友汽车	2013.06.13
72	2013SR057425	用友二手车业务软件 V1.0	用友汽车	2013.06.13
73	2013SR057310	用友数字化经销商精益车间管理软件 V3.0	用友汽车	2013.06.09
74	2013SR047264	用友经销商海外业务协同管理软件 V1.0	用友汽车	2013.05.20
75	2013SR041522	用友经销商集团总部管理软件 V2.0	用友汽车	2013.05.07
76	2013SR041477	用友经销商呼叫中心软件 V2.0	用友汽车	2013.05.07

序号	登记号	软件名称	著作权人	登记日期
77	2013SR039327	用友短信服务平台软件 V1.0	用友汽车	2013.04.28
78	2013SR039325	用友经销商管理软件集团版软件 V5.0	用友汽车	2013.04.28
79	2010SR028061	英孚金字塔业务组建平台软件 V5.5	英孚思为股份	2010.06.09
80	2010SR007046	用友数字化经销商精益车间管理软件 V2.0	用友汽车	2010.02.08
81	2009SR060032	顶腾-金字塔分销管理软件 V4.0	英孚思为股份	2009.12.28
82	2009SR059436	英孚经销商管理系统数据交互软件 V1.0	英孚思为股份	2009.12.23
83	2009SR059381	用友经销商呼叫中心软件 V1.0	用友汽车	2009.12.23
84	2009SR056004	顶腾-金字塔分销管理软件 V5.0	英孚思为股份	2009.12.01
85	2009SR049917	顶腾-金字塔分销管理软件 V1.0	英孚思为股份	2009.10.29
86	2009SR049914	顶腾业务组建平台软件 V1.0	英孚思为股份	2009.10.29
87	2009SR049912	顶腾网上采购管理系统软件 V1.0	英孚思为股份	2009.10.29
88	2008SR28869	用友汽车国际业务协同平台软件 V1.0	用友汽车	2008.11.17
89	2008SR28868	用友培训管理软件 V1.0	用友汽车	2008.11.17
90	2008SR26653	用友经销商销售管理软件 V2.0	用友汽车	2008.10.23
91	2008SR26652	用友经销商售后服务管理软件 V2.0	用友汽车	2008.10.23
92	2008SR23859	用友 J2EE 开发框架软件 V2.0	用友汽车	2008.10.13
93	2008SR19308	用友数据镜像下载软件 V1.0	用友汽车	2008.09.12
94	2008SR19307	用友媒体信息精确推送管理软件 V1.0	用友汽车	2008.09.12
95	2007SR04114	英孚思为 Infox 商用数据交互平台软件 V1.0	英孚思为有限	2007.03.15
96	2006SR00406	英孚汽车维修服务管理系统 V1.0	英孚思为有限	2006.01.16
97	2005SR07116	英孚软件框架系统 V1.0	英孚思为有限	2005.07.05
98	2005SR07115	用友整车销售管理系统 V1.0	用友汽车	2005.07.05

五、附件四：落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配决策程序、股东投票机制建立情况

（一）落实投资者关系管理相关规定的安排

为规范公司信息披露行为，确保信息披露真实、准确、完整、及时，根据《证券法》等相关法律、法规、规范性文件及《公司章程》等的有关规定，公司制定《信息披露管理制度》《投资者关系管理制度》。该等制度明确了重大信息报告、审批、披露程序，明确了公司管理人员在信息披露和投资者关系管理中的责任和义务。该等制度的有效执行有助于加强公司与投资者之间的信息沟通，提升规范运作和公司治理水平，切实保护投资者的合法权益。

1、信息披露制度及流程

2020年4月29日，公司第二届董事会第十次会议审议通过了《信息披露管理制度》，对公司信息披露的基本原则、管理和责任、具体程序、披露内容、保密制度等事项进行了详细的规定，确保公司按照有关法律法规及时履行信息披露义务，加强信息披露的管理工作。

2、投资者沟通渠道的建立情况

2016年12月30日，公司第一届董事会第七次会议审议通过了《投资者关系管理制度》，公司由董事会秘书担任投资者关系管理事务的主管负责人，董事会秘书全面负责公司投资者关系管理事务的组织、协调工作。董事会秘书无法履行投资者关系管理职能时，由董事会指派专人为投资者关系管理临时负责人。公司董事会秘书具体联系方式如下：

联系人	高海清
联系地址	上海市长宁区定西路1100号辽油大厦11层
邮政编码	200050
联系电话	021-62128038-5120
传真号码	021-52551656
电子信箱	zqb@yonyou.com

3、未来开展投资者关系管理的规划

公司将严格按照《公司法》《证券法》《科创板上市规则》等相关法律法规

规、规章和规则及《公司章程》的要求，认真履行信息披露义务，保证信息披露的真实、准确、完整，进一步提升公司规范运作水平和透明度。

公司将不断提高公司投资者关系管理工作的专业性，确保投资者对公司的了解，促进公司与投资者之间的良性互动关系，切实维护全体股东利益，特别是中小股东的利益，努力实现公司价值最大化和股东利益最大化。

（二）本次发行后股利分配政策及决策程序

公司 2020 年年度股东大会审议通过了上市后适用的《公司章程（草案）》，进一步明确了利润分配形式和比例、利润分配的具体条件、现金分红的条件及比例、利润分配的期间间隔及利润分配政策的决策程序等内容。根据公司拟上市后实施的《公司章程（草案）》规定，本次发行完成后，公司的股利分配政策主要内容如下：

1、利润分配原则：公司的利润分配应重视对股东的合理投资回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展，公司股东大会在对利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑中小股东的意见。

2、利润分配的方式：公司可以采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配利润，在符合《公司章程》有关实施现金分红的具体条件的情况下，公司优先采用现金分红的利润分配方式。

3、公司现金分红的条件和比例：公司在当年实现盈利，在依法弥补亏损、提取法定公积金、盈余公积金后有可分配利润，且不存在影响利润分配的重大投资计划或重大资金支出事项的情况下，可以采取现金方式分配股利。公司最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%。重大投资计划或重大现金支出是指：公司未来十二个月内拟建设项目、对外投资、收购资产或者购买设备的累计支出达到或者超过公司当年实现的母公司可供分配利润的 50%且超过 5,000 万元人民币（下同）。

4、公司发放股票股利的条件：公司在经营情况良好，股本规模合理，董事会认为发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以提出股票股利分配预案交由股东大会审议通过。

5、利润分配的期间间隔：公司一般进行年度分红，在公司当期的盈利规

模、现金流状况、资金需求状况允许的情况下，可以进行中期分红。

6、差异化现金分红政策：

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照《公司章程》规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司发展阶段不易区分但有重大投资计划或重大资金支出安排的，由董事会根据具体情况参照前项规定处理。

7、利润分配方案的审议程序和机制：

（1）公司董事会根据公司盈利情况、资金供给和需求情况提出、拟订利润分配预案，并对其合理性进行充分讨论，利润分配预案经董事会审议和监事会审核通过后提交股东大会审议。股东大会审议利润分配方案时，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

（2）公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会审议通过之日起 2 个月内完成股利的派发事项。

（3）股东大会对利润分配方案审议时，应当为股东提供网络投票方式，并应当通过多渠道主动与股东（特别是中小股东）进行沟通和交流（包括但不限于电话沟通、筹划股东接待日或邀请中小股东参会等），充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

（4）公司因《公司章程》规定的特殊情况而不进行现金分红时，董事会就不进行现金分红的具体原因、公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项

进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议，并在公司指定媒体上予以披露。

（5）股东、独立董事、监事会应当对董事会和管理层执行公司分红政策和利润分配规划的情况及决策程序进行监督。

8、利润分配政策的调整：公司因外部经营环境或自身经营状况发生较大变化，确需对《公司章程》规定的利润分配政策进行调整或变更的，需经董事会审议和监事会审核通过后提交股东大会审议，且应当经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 2/3 以上通过。调整后的利润分配政策不得违反证监会的有关规定。

（三）股东投票机制建立情况

公司通过建立完善累积投票、中小投资者单独计票、股东大会网络投票、征集投票权等股东投票机制，保障投资者尤其是中小投资者参与公司重大决策和选择管理者等事项的权利。

1、累计投票制度

股东大会就选举董事、监事进行表决时，根据《公司章程（草案）》的规定或者股东大会的决议，可以实行累积投票制。

前款所称累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。董事会应当向股东告知候选董事、监事的简历和基本情况。

2、中小投资者单独计票制度

股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

3、提供股东大会网络投票方式

公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，优先提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利。

4、征集投票权

董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

六、附件五：股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

自公司整体变更为股份公司以来，公司根据《公司法》《证券法》《上市公司章程指引》等相关法律法规的要求，逐步建立健全了由股东大会、董事会以及监事会组成的治理结构。公司依据《公司法》《上市公司治理准则》等法律法规、规范性文件及《公司章程》的有关规定建立了符合上市公司治理规范性要求的《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事制度》《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》《经理工作细则》《董事会秘书工作细则》《融资管理制度》《对外投资管理制度》《信息披露管理制度》《投资者关系管理制度》《募集资金管理制度》等制度。董事会建立了战略委员会、提名委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会等董事会专门委员会。

报告期内，公司股东大会、董事会、监事会及相关职能部门按照有关法律法规和公司内部制度规范运行，形成了职责明确、相互制衡、规范有效的公司治理机制，报告期内公司不存在公司治理缺陷。

（一）股东大会制度及运行情况

自股份公司设立至本招股说明书签署日，公司共召开 25 次股东大会，公司相关股东或股东授权代表均按规定参与历次股东大会。历次会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规、《公司章程》和《股东大会议事规则》的相关规定。

（二）董事会制度及运行情况

公司董事会由 6 名董事组成，其中独立董事 2 名，设董事长 1 名。董事由股东大会选举产生或更换，任期为 3 年，任期届满可连选连任。

自股份公司设立至本招股说明书签署日，公司共召开 47 次董事会会议，公司全体董事均出席董事会会议。公司历次董事会会议在召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录等方面均符合有关法律、法规、《公司章程》和《董事会议事规则》的相关规定。

（三）监事会制度及运行情况

公司监事会由 3 名监事组成，其中职工代表监事 1 名，设监事会主席 1 名。股东代表监事由股东大会选举或更换，职工代表监事由公司职工通过职工代表大会、职工大会或者其他形式民主推选产生。监事的任期为 3 年，任期届满可连选连任。

自股份公司设立至本招股说明书签署日，公司共召开 39 次监事会会议，公司全体监事均出席监事会会议。公司历次监事会会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规、《公司章程》和《监事会议事规则》的相关规定。

（四）独立董事制度及运行情况

公司现任董事中有 2 名独立董事，占董事会全体成员比例三分之一，其中 1 人为会计专业人员，具有注册会计师资格。

独立董事制度进一步完善了公司的法人治理结构，为保护中小股东利益，科学决策等方面提供了制度保障。自公司建立独立董事制度以来，独立董事严格按照《公司章程》的相关规定。

截至本招股说明书签署日，未发生独立董事对公司有关事项提出异议的情形。

（五）董事会秘书制度及运行情况

根据《公司章程》的规定，公司董事会设董事会秘书，董事会秘书为公司的高级管理人员，对董事会负责。董事会秘书由董事长提名，董事会聘任或者解聘，任期为 3 年，可以连续聘任。公司董事会秘书主要负责公司信息披露事务、公司投资者关系管理和股东资料管理工作、董事会会议和股东大会的筹备等事宜。

董事会秘书在其任职期间严格依照有关法律法规、《公司章程》《董事会议事规则》和《董事会秘书工作细则》等要求忠实地履行了职责，为董事会、股东大会正常行使职权和公司治理结构的完善发挥了重要作用，促进了公司的运作规范。

七、附件六：审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明

2020年12月28日，公司召开第二届董事会第十六次会议审议通过了《关于设立董事会专门委员会的议案》，会议决定公司成立董事会战略委员会、提名委员会、审计委员会和薪酬与考核委员会，并通过了各专门委员会的议事规则。各专门委员会向董事会报告工作并对董事会负责，其成员全部由董事组成，根据董事会的授权协助董事会履行职责。各专门委员会的构成及运行情况如下：

（一）战略委员会

根据公司《战略委员会议事规则》，公司董事会战略委员会的主要职责为：对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；对《公司章程》规定须经董事会批准的重大投资、融资方案进行研究并提出建议；对《公司章程》规定须经董事会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；对以上事项的实施进行检查；公司董事会授权的其他事项。

（二）提名委员会

根据公司《提名委员会议事规则》，公司董事会提名委员会的主要职责为：研究董事、总经理及其他高级管理人员的选择标准和程序并提出建议；广泛搜寻合格的董事、总经理及其他高级管理人员的人选；对董事候选人、总经理及其他高级管理人员候选人进行审查并提出建议；董事会授权的其他事宜。

（三）审计委员会

根据公司《审计委员会议事规则》，公司董事会审计委员会的主要职责为：监督及评估外部审计机构工作；指导内部审计工作；审阅公司财务报告并对其发表意见；评估内部控制的有效性；协调管理层、内部审计部门及相关部门与外部审计机构的沟通；协调管理层、内部审计部门及相关部门与外部审计机构的沟通；公司董事会授权的其他事宜及相关法律法规中涉及的其他事项。

（四）薪酬与考核委员会

根据公司《薪酬与考核委员会议事规则》，公司董事会薪酬与考核委员会

的主要职责为：研究董事、总经理及其他高级管理人员考核的标准，进行考核并提出建议；制定高级管理人员的岗位工作职责；研究和审查董事、总经理及其他高级管理人员的薪酬政策与方案、激励计划；对授予激励计划人员的资格、授予条件、行权条件等进行审查；审查公司非独立董事及高级管理人员履行职责的情况并对其进行年度绩效考评；负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；审议公司重大薪酬福利政策；董事会授权的其他事宜。

（五）专门委员会运行情况

董事会各专门委员会自设立以来严格按照《公司法》《证券法》《公司章程》、各专门委员会议事规则等规定规范运作，运行情况良好。各位委员按照相关法律法规要求认真、勤勉地行使相关职权和履行相应的义务。专门委员会的建立和规范运行，为提高公司治理水平发挥了重要作用。

八、附件七：募集资金具体运用详细情况

（一）车企营销系统升级项目

1、项目投资概算

项目投资预算总额 36,160.04 万元，包含场地购置投资 12,500.00 万元、场地装修投资 850.00 万元、设备投资 814.20 万元、软件投资 506.84 万元、研发投入 8,882.00 万元、市场推广费 1,472.00 万元、实施费用 9,838.00 万元、预备费 734.00 万元以及铺底流动资金 563.00 万元。

2、项目进度安排

本项目建设期 3 年，具体安排如下：

项目	T+1				T+2				T+3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
办公场地购置与装修	■	■										
设备购置与安装调试	■	■	■	■								
人员招聘及培训		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
产品开发设计			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
产品推广及实施运营			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

3、项目实施地点

本项目拟在上海市嘉定区希望路嘉定宝龙中心购置办公场所实施。公司已于 2021 年 5 月 26 日签署了《购买办公楼意向协议》。

（二）车主服务平台升级项目

1、项目投资概算

项目投资预算总额 12,836.44 万元，包含场地购置投资 2,650.00 万元、场地装修投资 159.00 万元、设备投资 515.60 万元、软件投资 166.84 万元、研发投入 5,456.00 万元、市场推广费 440.00 万元、实施费用 3,051.00 万元、预备费 175.00 万元以及铺底流动资金 223.00 万元。

2、项目进度安排

本项目建设期 3 年，具体安排如下：

项目	T+1				T+2				T+3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
办公场地购置与装修												
设备购置及安装调试												
人员招聘及培训												
产品开发设计												
产品推广及实施运营												

3、项目实施地点

本项目拟在上海市嘉定区希望路嘉定宝龙中心购置办公场所实施。公司已于2021年5月26日签署了《购买办公楼意向协议》。

（三）数据分析平台建设项目

1、项目投资概算

项目投资预算总额 7,314.39 万元，包含设备投资 341.27 万元、软件投资 91.12 万元、研发投入 6,860.00 万元以及预备费 22.00 万元。

2、项目进度安排

本项目建设期 3 年，具体安排如下：

项目	T+1				T+2				T+3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
设备购置及安装调试												
人员招聘及培训												
产品开发设计												

3、项目实施地点

本项目拟在公司购置的位于上海市嘉定区希望路嘉定宝龙中心的办公场所实施。公司已于2021年5月26日签署了《购买办公楼意向协议》。

九、附件八：子公司、参股公司简要情况

（一）参股公司

1、用友移动

公司名称	用友移动通信技术服务有限公司	
注册资本	5,000 万元	
实收资本	5,000 万元	
设立日期	2014 年 3 月 4 日	
入股时间	2014 年 3 月 4 日	
注册地址	北京市海淀区北清路 68 号院 20 号楼 B 座 2 层南侧	
主要生产经营地	北京市	
股权结构	股东名称	出资比例
	用友网络	30.20%
	畅捷通信息技术股份有限公司	19.80%
	北京友畅通天投资管理中心（有限合伙）	10.00%
	北京友云通天投资管理中心（有限合伙）	10.00%
	用友汽车	5.00%
	用友医疗卫生信息系统有限公司	5.00%
	厦门用友烟草软件有限责任公司	5.00%
	新道科技股份有限公司	5.00%
	用友金融信息技术股份有限公司	5.00%
	北京用友政务软件股份有限公司	5.00%
	合计	100.00%
主营业务	为企业客户提供移动转售业务，产品主要应用于移动办公领域；租赁、销售通讯设备、软件及辅助设备	
主营业务与公司主营业务的关系	用友移动主营业务与公司主营业务无关	
主要财务数据 (万元)	项目	2022 年 12 月 31 日/2022 年度
	总资产	3,420.63
	净资产	-2,683.76
	营业收入	3,501.59
	净利润	342.53
	审计情况	主要财务数据未经审计

用友移动由用友软件股份有限公司（为用友网络前身）、畅捷通信息技术

股份有限公司、北京友畅通天投资管理中心（有限合伙）、北京友云通天投资管理中心（有限合伙）、北京用友政务软件有限公司（为北京用友政务软件股份有限公司前身）、用友金融信息技术有限公司（为用友金融信息技术股份有限公司前身）、用友新道科技有限公司（为新道科技股份有限公司前身）、厦门用友烟草软件有限责任公司、用友医疗卫生信息系统有限公司与用友汽车共同发起设立。

2014年3月4日，北京市工商行政管理局海淀分局向用友移动核发了《企业法人营业执照》（注册号：110108016805679）。

2014年3月5日，北京中税德庆会计师事务所有限公司出具《验资报告》[德庆验字（2014）第114号]对全体股东的实缴注册资本予以验证，用友移动设立时的注册资本已全部到位。

用友移动设立时的股东及股权结构如下：

序号	股东名称	出资额 (万元)	出资比例	出资方式
1	用友软件股份有限公司	1,510.00	30.20%	货币
2	畅捷通信息技术股份有限公司	990.00	19.80%	货币
3	北京友畅通天投资管理中心（有限合伙）	500.00	10.00%	货币
4	北京友云通天投资管理中心（有限合伙）	500.00	10.00%	货币
5	北京用友政务软件有限公司	250.00	5.00%	货币
6	用友金融信息技术有限公司	250.00	5.00%	货币
7	用友新道科技有限公司	250.00	5.00%	货币
8	用友医疗卫生信息系统有限公司	250.00	5.00%	货币
9	用友汽车	250.00	5.00%	货币
10	厦门用友烟草软件有限责任公司	250.00	5.00%	货币
合计		5,000.00	100.00%	-