

证券代码:000701 证券简称:厦门信达 公告编号:2022-52 厦门信达股份有限公司2022年度非公开发行股票预案

二〇二二年六月

注:本预案任何表格中出现总数与所列数据值不符,均为四舍五入所致。

第一节 本次非公开发行股票方案概要

一、发行人基本情况

Table with 2 columns: 名称(中文/英文) and 内容. Includes 中文简称, 注册资本, 法定代表人, 成立日期, 注册地址, 统一社会信用代码, 邮政编码, 联系电话, 经营范围.

二、本次非公开发行的背景和目的

(一)本次非公开发行的背景 1.物联网行业不断发展,智能制造需求持续提升... 2.新能源汽车逐步成为新销售的主力军,豪华车需求稳健增长...

(二)本次非公开发行的目的 1.明确公司战略发展目标... 2.提升集团数字化系统建设,根植探索车联网、汽车经销等业务板块的互联互通...

(三)本次非公开发行的发行对象 本次非公开发行的发行对象包括公司控股股东国贸控股在内的不超过35名(含本数)特定投资者...

(四)定价基准日及发行价格 本次非公开发行通过竞价方式确定发行价格,定价基准日为本次非公开发行的发行期首日...

(五)募集资金及用途 本次非公开发行募集资金总额(含发行费用)不超过人民币73,925.59万元(含本数),扣除发行费用后的募集资金净额将用于以下项目:

Table with 4 columns: 序号, 项目名称, 总投资额, 拟投入募集资金. Lists projects like RFID, R&D, and 4S store renovation.

本次非公开发行募集资金到位后,如实际募集资金净额少于上述拟投入募集资金金额,公司董事会及其授权人士将在股东大会授权范围内,根据实际募集资金净额、投资项目以及资金需求等实际情况,调整并最终以募集资金的具体投资项目,优先顺序及项目的具体投资额,募集资金不足部分由公司以自有资金或通过其他融资方式解决。

(六)发行数量 本次非公开发行的股票数量不超过本次非公开发行前公司总股本的30%,即不超过161,657,512股(含本数)...

(七)限售期 本次非公开发行的股票自发行结束之日起36个月内不得转让。法律法规对限售期另有规定或国贸控股对限售期另有承诺的,从其规定或承诺执行。

(八)募集资金到位后,国贸控股及本次非公开发行的发行对象将根据《公司法》、《证券法》、《上市公司收购管理办法》等相关规定,履行信息披露义务。

(九)本次非公开发行的股票拟在深交所上市交易。本次非公开发行完成后,公司将按照《公司法》、《证券法》、《上市公司收购管理办法》等相关规定,履行信息披露义务。

(十)本次非公开发行的股票自发行结束之日起36个月内不得转让。法律法规对限售期另有规定或国贸控股对限售期另有承诺的,从其规定或承诺执行。

(十一)本次非公开发行的股票自发行结束之日起36个月内不得转让。法律法规对限售期另有规定或国贸控股对限售期另有承诺的,从其规定或承诺执行。

(十二)本次非公开发行的股票自发行结束之日起36个月内不得转让。法律法规对限售期另有规定或国贸控股对限售期另有承诺的,从其规定或承诺执行。

(十三)本次非公开发行的股票自发行结束之日起36个月内不得转让。法律法规对限售期另有规定或国贸控股对限售期另有承诺的,从其规定或承诺执行。

(十四)本次非公开发行的股票自发行结束之日起36个月内不得转让。法律法规对限售期另有规定或国贸控股对限售期另有承诺的,从其规定或承诺执行。

(十五)本次非公开发行的股票自发行结束之日起36个月内不得转让。法律法规对限售期另有规定或国贸控股对限售期另有承诺的,从其规定或承诺执行。

(十六)本次非公开发行的股票自发行结束之日起36个月内不得转让。法律法规对限售期另有规定或国贸控股对限售期另有承诺的,从其规定或承诺执行。

(十七)本次非公开发行的股票自发行结束之日起36个月内不得转让。法律法规对限售期另有规定或国贸控股对限售期另有承诺的,从其规定或承诺执行。

(十八)本次非公开发行的股票自发行结束之日起36个月内不得转让。法律法规对限售期另有规定或国贸控股对限售期另有承诺的,从其规定或承诺执行。

(十九)本次非公开发行的股票自发行结束之日起36个月内不得转让。法律法规对限售期另有规定或国贸控股对限售期另有承诺的,从其规定或承诺执行。

(二十)本次非公开发行的股票自发行结束之日起36个月内不得转让。法律法规对限售期另有规定或国贸控股对限售期另有承诺的,从其规定或承诺执行。

(二十一)本次非公开发行的股票自发行结束之日起36个月内不得转让。法律法规对限售期另有规定或国贸控股对限售期另有承诺的,从其规定或承诺执行。

(二十二)本次非公开发行的股票自发行结束之日起36个月内不得转让。法律法规对限售期另有规定或国贸控股对限售期另有承诺的,从其规定或承诺执行。

(二十三)本次非公开发行的股票自发行结束之日起36个月内不得转让。法律法规对限售期另有规定或国贸控股对限售期另有承诺的,从其规定或承诺执行。

(二十四)本次非公开发行的股票自发行结束之日起36个月内不得转让。法律法规对限售期另有规定或国贸控股对限售期另有承诺的,从其规定或承诺执行。

(二十五)本次非公开发行的股票自发行结束之日起36个月内不得转让。法律法规对限售期另有规定或国贸控股对限售期另有承诺的,从其规定或承诺执行。

(二十六)本次非公开发行的股票自发行结束之日起36个月内不得转让。法律法规对限售期另有规定或国贸控股对限售期另有承诺的,从其规定或承诺执行。

(二十七)本次非公开发行的股票自发行结束之日起36个月内不得转让。法律法规对限售期另有规定或国贸控股对限售期另有承诺的,从其规定或承诺执行。

(二十八)本次非公开发行的股票自发行结束之日起36个月内不得转让。法律法规对限售期另有规定或国贸控股对限售期另有承诺的,从其规定或承诺执行。

(二十九)本次非公开发行的股票自发行结束之日起36个月内不得转让。法律法规对限售期另有规定或国贸控股对限售期另有承诺的,从其规定或承诺执行。

(三十)本次非公开发行的股票自发行结束之日起36个月内不得转让。法律法规对限售期另有规定或国贸控股对限售期另有承诺的,从其规定或承诺执行。

(三十一)本次非公开发行的股票自发行结束之日起36个月内不得转让。法律法规对限售期另有规定或国贸控股对限售期另有承诺的,从其规定或承诺执行。

(三十二)本次非公开发行的股票自发行结束之日起36个月内不得转让。法律法规对限售期另有规定或国贸控股对限售期另有承诺的,从其规定或承诺执行。

(三十三)本次非公开发行的股票自发行结束之日起36个月内不得转让。法律法规对限售期另有规定或国贸控股对限售期另有承诺的,从其规定或承诺执行。

本次非公开发行完成后,发行人社会公众股东持股比例依然满足上市条件,本次非公开发行股票不导致股权结构不具备上市条件。

七、本次非公开发行已经取得有关主管部门批准的情况以及尚需呈报批准的程序 本次非公开发行已经取得中国证监会核准,并已获得深交所和中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司申请簿记建档和上市事宜,完成本次非公开发行并在中国证监会核准后,方可实施。

在本次非公开发行的发行对象包括公司控股股东国贸控股在内的不超过35名(含本数)特定投资者。其中,国贸控股的基本情况如下:

Table with 2 columns: 中文名称, 内容. Details about 国贸控股的基本情况, including 中文名称, 法定代表人, 注册资本, 成立时间, 住所, 联系电话, 统一社会信用代码, 经营范围.

国贸控股的前身为厦门市商贸国有资产投资有限公司,成立于1995年8月,注册资本3亿元人民币,系经厦门市人民政府(1995)第607号文批准设立的国有独资公司。

截至2022年3月31日,国贸控股的股权结构关系如下:



国贸控股主营业务及最近3年的主营业务情况 国贸控股是代表厦门市国资委履行国有资产保值增值职能的国有企业,从事实际生产经营活动。

国贸控股最近一年一期主要财务数据如下: (一)简要合并资产负债表

Table with 3 columns: 项目, 2022年3月31日, 2021年12月31日. Financial data for 国贸控股.

注:2021年12月31日财务数据经致信会计师事务所(特殊普通合伙)审计,2022年3月31日财务数据未经审计。

(二)简要合并现金流量表

Table with 3 columns: 项目, 2022年1-3月, 2021年度. Financial data for 国贸控股.

注:2021年1-3月财务数据经致信会计师事务所(特殊普通合伙)审计,2022年1-3月财务数据未经审计。

(三)简要合并现金流量表

Table with 3 columns: 项目, 2022年1-3月, 2021年度. Financial data for 国贸控股.

注:2021年1-3月财务数据经致信会计师事务所(特殊普通合伙)审计,2022年1-3月财务数据未经审计。

五、国贸控股及其董事、监事、高级管理人员(或者主要负责人)最近五年内,因违法违规(与证券市场明显无关的除外)、刑事处罚,也未涉及与经济纠纷有关的重大民事诉讼或者仲裁。

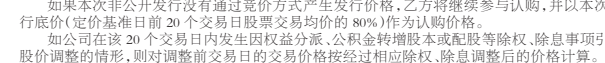
六、本次发行完成后,国贸控股与公司之间的同业竞争及关联交易 本次非公开发行的发行对象包括国贸控股在内的不超过35名(含本数)特定投资者。

七、本次非公开发行的发行对象包括国贸控股在内的不超过35名(含本数)特定投资者。其中,国贸控股的基本情况如下:

Table with 2 columns: 中文名称, 内容. Details about 国贸控股的基本情况, including 中文名称, 法定代表人, 注册资本, 成立时间, 住所, 联系电话, 统一社会信用代码, 经营范围.

国贸控股的前身为厦门市商贸国有资产投资有限公司,成立于1995年8月,注册资本3亿元人民币,系经厦门市人民政府(1995)第607号文批准设立的国有独资公司。

截至2022年3月31日,国贸控股的股权结构关系如下:



国贸控股主营业务及最近3年的主营业务情况 国贸控股是代表厦门市国资委履行国有资产保值增值职能的国有企业,从事实际生产经营活动。

国贸控股最近一年一期主要财务数据如下: (一)简要合并资产负债表

Table with 3 columns: 项目, 2022年3月31日, 2021年12月31日. Financial data for 国贸控股.

注:2021年12月31日财务数据经致信会计师事务所(特殊普通合伙)审计,2022年3月31日财务数据未经审计。

(二)简要合并现金流量表

Table with 3 columns: 项目, 2022年1-3月, 2021年度. Financial data for 国贸控股.

注:2021年1-3月财务数据经致信会计师事务所(特殊普通合伙)审计,2022年1-3月财务数据未经审计。

若上述条件未能成就致使本协议无效且不能得以履行的,甲、乙双方互不追究对方的违约责任。

九、违约责任 本协议生效后,任何一方(违约方)未能按本协议约定遵守或履行其在协议项下的全部或部分义务,或作出任何损害对方的行为,即构成违约,违约方应当根据违约方的要求继续履行义务,采取补救措施并向守约方赔偿因其违约行为所产生的一切损失(包括但不限于违约方应承担的合理费用支出)。

本协议项下约定的本次非公开发行股票事项如未获得:(1)甲方董事会审议通过;(2)厦门市国资委或授权机构对本次非公开发行方案;(3)甲方股东大会审议通过;(4)中国证监会的核准,或甲方因自身原因或系根据有关法律、法规和中国证监会、证券交易所的有关规定,要求或无法由乙方因本次非公开发行协议约定的全部或部分股份时,均不构成甲方违约,甲方无须承担违约责任。

甲方应根据其实际情况及相关法律法规,认为本次非公开发行已不能达到发行目的,而主动向中国证监会撤回申请材料时,本协议即撤回申请材料之日起自动终止,双方互不承担违约责任。

四、募集资金用于本次募集资金使用的项目分析 (一)募集资金使用计划 本次非公开发行股票募集资金总额(含发行费用)不超过人民币73,925.59万元(含本数),扣除发行费用后用于RFID电子标签新建项目、信息科技研发中心建设项目、新能源汽车及豪华车经营网点建设项目、4S店升级改造等项目,集团数字化升级项目,收购福州雷萨少数股权投资项目和补充流动资金,具体项目及拟使用的募集资金金额如下所示:

Table with 4 columns: 序号, 项目名称, 总投资额, 拟投入募集资金. Lists projects like RFID, R&D, and 4S store renovation.

本次非公开发行募集资金到位后,如实际募集资金净额少于上述拟投入募集资金金额,公司董事会及其授权人士将在股东大会授权范围内,根据实际募集资金净额、投资项目以及资金需求等实际情况,调整并最终以募集资金的具体投资项目,优先顺序及项目的具体投资额,募集资金不足部分由公司以自有资金或通过其他融资方式解决。

本次非公开发行募集资金到位后,公司可根据募集资金投资项目的实际情况以自筹资金先行投入,并在募集资金到位之后根据相关法律法规的程序予以置换。

二、本次募集资金投资项目分析 (一)物联网电子标签新建项目 1.项目建设的必要性

(1)项目建设的必要性 ①顺应行业政策趋势,巩固行业领先地位 近年来,大数据、人工智能、区块链等技术加速创新,数字经济已经成为我国经济发展的重要引擎,物联网行业作为数字经济的重要组成部分,受到国家政策支持引导,行业规范标准和应用场景不断涌现,国内RFID电子标签产业正处良好发展态势,随着兴起,零售业巨头带动,以及物联网、智能仓储、资产管理、医疗卫生等RFID新应用领域崛起,RFID应用将在全球范围内迎来“泛用”,市场前景广阔。而基于RFID电子标签生产产业化、规模化应用是物联网行业行业价值增量,市场将进一步向头部企业集中,公作为全球领先的RFID电子标签生产企业,增强研发实力,提升研发能力,有利于公司把握行业增长态势,适应市场需求变化,巩固公司现有行业地位,保持竞争优势。

②提升客户忠诚度,增加公司盈利能力 RFID电子标签行业具有明显的品牌效应,大型电子标签企业因材料需求量大且稳定,往往具备较强的上游供应商议价能力;拥有大量订单的下游客户,亦更愿意与具备大规模生产能力的企业合作。产能规模优势有利于公司通过上下游竞争,发挥规模效应,降低生产成本,积累优质客户,从而提升公司盈利能力。

③聚焦研发投入,增强公司核心竞争力 随着物联网行业快速发展,不断进行技术研发和产品创新,随着RFID产业发展和行业应用扩展,公司在现有研发技术力量基础上,持续加大研发投入,提升研发能力和产品技术水平,适应新形势下产品的需求,增强核心竞争力。

(2)项目建设的可行性 ①国家产业政策支持行业发展 为扶持物联网及其相关行业,国家先后出台《工业和信息化部办公厅关于深入推进移动互联网应用发展的通知》、《国务院办公厅关于进一步推进行业降本增效促进实体经济发展的意见》等一系列政策举措,一方面通过制定专项政策促进行业规范健康发展,另一方面加大投入与基础设施建设力度,夯实物联网行业基础保障,作为物联网行业的重要支撑技术,RFID电子标签行业在多方面受益于国家政策的扶持,具备良好的政策环境。

②具备完善物联网行业的良好实力 信息标签领域是国内RFID电子标签领域的龙头企业,具有实施本项目所需的技术积淀、市场地位及品牌影响力,RFID电子标签行业的技术水平,扩大业务规模,提高市场占有率。

③技术实力:该业务是国内外领先的RFID电子标签、读写设备系列产品研发、制造及提供RFID系统集成和解决方案的高新技术企业,拥有多项专利和软件著作权,具备自主研发和生产RFID电子标签、读写设备及配套软件的开发技术以及提供个性化的完整系统集成解决方案的核心实力。

④市场地位:该业务是国内外领先的RFID整体解决方案的领先品牌,公司始终以满足客户需求为导向优化产品结构,调整资源投入提升核心优质客户的订单份额。2021年,客户资源稳固并呈现逐年上升趋势。RFID产品研发生产,将充分利用多领域的物联网RFID领域系列产品,提升研发能力和产品技术水平,适应新形势下产品的需求,增强核心竞争力。

三、RFID电子标签新建项目 (1)项目概况 公司基于现有RFID技术及生产管理经验,在厦门市翔安区投资建设RFID电子标签生产基地,项目总投资3,016.64万元,拟使用募集资金3,016.64万元,建设内容包括新建生产车间、购置新一代RFID生产设备等,项目达产后可产RFID电子标签25亿片。

(2)实施主体 本项目实施主体为公司全资子公司信达物联。

(3)项目投资规模 该项目投资规模共计3,702.85万元,拟使用募集资金3,016.64万元,具体情况如下:

Table with 4 columns: 序号, 项目名称, 总投资额, 拟投入募集资金. Lists projects like 场地建设, 设备购置, 前期费用, 预备费, 铺底流动资金.

(4)项目经济效益评价 本项目不涉及生产能力建设,不直接产生经济效益。

(5)项目涉及报批事项 本项目不涉及报批事项,符合国家产业政策,根据《建设项目环境影响评价分类管理名录(2021年版)》,本项目不涉及环评事项;本项目用地属于《国土空间开发管制分区规划》,已履行相关审批程序,后续报批在办中,获取土地方面预计不存在障碍。

(二)汽车经销网络升级项目 1.项目建设的必要性

①顺应汽车行业发展趋势,提升品牌影响力 当前汽车市场的竞争格局已经发生深刻变化,不同目标市场的消费群体也逐步形成了各自鲜明的品牌偏好。一方面,随着新一轮科技革命赋能汽车产业转型升级,新能源汽车成为2021年汽车行业最大亮点,其市场份额持续提升;另一方面,根据乘联会数据,2021年国内汽车销量突破369万辆,同比增长6.6%,豪华车销量增速显著,总体而言,在政策需求、强制性报废要求、个性化购车需求的共同推动下,豪华车和新能源汽车等中高端细分市场的增速高于汽车行业平均水平,汽车消费升级趋势明显。

公司是福建省内最具影响力的汽车经销商之一,在品牌口碑、市场份额等方面仍有提升空间。公司计划通过本次非公开发行股票,布局AIO,智己,在鑫3个品牌共计5家的高端豪华汽车品牌经销店,加快国内业务联动发展态势,拓展规模优势,从而扩大全国市场份额,提升公司订单获取能力,提高公司在国内汽车经销行业的综合实力。

②提升服务客户忠诚度,增强品牌实力 公司作为新能源汽车生态链布局,辐射全国多个省区的经营服务网络,多区域多品牌加盟业务网络,有助于公司完善服务网络,加快国内业务联动发展态势,拓展规模优势,从而扩大全国市场份额,提升公司订单获取能力,提高公司在国内汽车经销行业的综合实力。

(三)4S店升级改造 ①提升服务客户忠诚度,增强品牌实力 公司作为新能源汽车生态链布局,辐射全国多个省区的经营服务网络,多区域多品牌加盟业务网络,有助于公司完善服务网络,加快国内业务联动发展态势,拓展规模优势,从而扩大全国市场份额,提升公司订单获取能力,提高公司在国内汽车经销行业的综合实力。

②提升服务客户忠诚度,增强品牌实力 公司作为新能源汽车生态链布局,辐射全国多个省区的经营服务网络,多区域多品牌加盟业务网络,有助于公司完善服务网络,加快国内业务联动发展态势,拓展规模优势,从而扩大全国市场份额,提升公司订单获取能力,提高公司在国内汽车经销行业的综合实力。

③提升服务客户忠诚度,增强品牌实力 公司作为新能源汽车生态链布局,辐射全国多个省区的经营服务网络,多区域多品牌加盟业务网络,有助于公司完善服务网络,加快国内业务联动发展态势,拓展规模优势,从而扩大全国市场份额,提升公司订单获取能力,提高公司在国内汽车经销行业的综合实力。

④提升服务客户忠诚度,增强品牌实力 公司作为新能源汽车生态链布局,辐射全国多个省区的经营服务网络,多区域多品牌加盟业务网络,有助于公司完善服务网络,加快国内业务联动发展态势,拓展规模优势,从而扩大全国市场份额,提升公司订单获取能力,提高公司在国内汽车经销行业的综合实力。

⑤提升服务客户忠诚度,增强品牌实力 公司作为新能源汽车生态链布局,辐射全国多个省区的经营服务网络,多区域多品牌加盟业务网络,有助于公司完善服务网络,加快国内业务联动发展态势,拓展规模优势,从而扩大全国市场份额,提升公司订单获取能力,提高公司在国内汽车经销行业的综合实力。

⑥提升服务客户忠诚度,增强品牌实力 公司作为新能源汽车生态链布局,辐射全国多个省区的经营服务网络,多区域多品牌加盟业务网络,有助于公司完善服务网络,加快国内业务联动发展态势,拓展规模优势,从而扩大全国市场份额,提升公司订单获取能力,提高公司在国内汽车经销行业的综合实力。

⑦提升服务客户忠诚度,增强品牌实力 公司作为新能源汽车生态链布局,辐射全国多个省区的经营服务网络,多区域多品牌加盟业务网络,有助于公司完善服务网络,加快国内业务联动发展态势,拓展规模优势,从而扩大全国市场份额,提升公司订单获取能力,提高公司在国内汽车经销行业的综合实力。

⑧提升服务客户忠诚度,增强品牌实力 公司作为新能源汽车生态链布局,辐射全国多个省区的经营服务网络,多区域多品牌加盟业务网络,有助于公司完善服务网络,加快国内业务联动发展态势,拓展规模优势,从而扩大全国市场份额,提升公司订单获取能力,提高公司在国内汽车经销行业的综合实力。

⑨提升服务客户忠诚度,增强品牌实力 公司作为新能源汽车生态链布局,辐射全国多个省区的经营服务网络,多区域多品牌加盟业务网络,有助于公司完善服务网络,加快国内业务联动发展态势,拓展规模优势,从而扩大全国市场份额,提升公司订单获取能力,提高公司在国内汽车经销行业的综合实力。

⑩提升服务客户忠诚度,增强品牌实力 公司作为新能源汽车生态链布局,辐射全国多个省区的经营服务网络,多区域多品牌加盟业务网络,有助于公司完善服务网络,加快国内业务联动发展态势,拓展规模优势,从而扩大全国市场份额,提升公司订单获取能力,提高公司在国内汽车经销行业的综合实力。

⑪提升服务客户忠诚度,增强品牌实力 公司作为新能源汽车生态链布局,辐射全国多个省区的经营服务网络,多区域多品牌加盟业务网络,有助于公司完善服务网络,加快国内业务联动发展态势,拓展规模优势,从而扩大全国市场份额,提升公司订单获取能力,提高公司在国内汽车经销行业的综合实力。

⑫提升服务客户忠诚度,增强品牌实力 公司作为新能源汽车生态链布局,辐射全国多个省区的经营服务网络,多区域多品牌加盟业务网络,有助于公司完善服务网络,加快国内业务联动发展态势,拓展规模优势,从而扩大全国市场份额,提升公司订单获取能力,提高公司在国内汽车经销行业的综合实力。

⑬提升服务客户忠诚度,增强品牌实力 公司作为新能源汽车生态链布局,辐射全国多个省区的经营服务网络,多区域多品牌加盟业务网络,有助于公司完善服务网络,加快国内业务联动发展态势,拓展规模优势,从而扩大全国市场份额,提升公司订单获取能力,提高公司在国内汽车经销行业的综合实力。

⑭提升服务客户忠诚度,增强品牌实力 公司作为新能源汽车生态链布局,辐射全国多个省区的经营服务网络,多区域多品牌加盟业务网络,有助于公司完善服务网络,加快国内业务联动发展态势,拓展规模优势,从而扩大全国市场份额,提升公司订单获取能力,提高公司在国内汽车经销行业的综合实力。

⑮提升服务客户忠诚度,增强品牌实力 公司作为新能源汽车生态链布局,辐射全国多个省区的经营服务网络,多区域多品牌加盟业务网络,有助于公司完善服务网络,加快国内业务联动发展态势,拓展规模优势,从而扩大全国市场份额,提升公司订单获取能力,提高公司在国内汽车经销行业的综合实力。

⑯提升服务客户忠诚度,增强品牌实力 公司作为新能源汽车生态链布局,辐射全国多个省区的经营服务网络,多区域多品牌加盟业务网络,有助于公司完善服务网络,加快国内业务联动发展态势,拓展规模优势,从而扩大全国市场份额,提升公司订单获取能力,提高公司在国内汽车经销行业的综合实力。

⑰提升服务客户忠诚度,增强品牌实力 公司作为新能源汽车生态链布局,辐射全国多个省区的经营服务网络,多区域多品牌加盟业务网络,有助于公司完善服务网络,加快国内业务联动发展态势,拓展规模优势,从而扩大全国市场份额,提升公司订单获取能力,提高公司在国内汽车经销行业的综合实力。

⑱提升服务客户忠诚度,增强品牌实力 公司作为新能源汽车生态链布局,辐射全国多个省区的经营服务网络,多区域多品牌加盟业务网络,有助于公司完善服务网络,加快国内业务联动发展态势,拓展规模优势,从而扩大全国市场份额,提升公司订单获取能力,提高公司在国内汽车经销行业的综合实力。

⑲提升服务客户忠诚度,增强品牌实力 公司作为新能源汽车生态链布局,辐射全国多个省区的经营服务网络,多区域多品牌加盟业务网络,有助于公司完善服务网络,加快国内业务联动发展态势,拓展规模优势,从而扩大全国市场份额,提升公司订单获取能力,提高公司在国内汽车经销行业的综合实力。

⑳提升服务客户忠诚度,增强品牌实力 公司作为新能源汽车生态链布局,辐射全国多个省区的经营服务网络,多区域多品牌加盟业务网络,有助于公司完善服务网络,加快国内业务联动发展态势,拓展规模优势,从而扩大全国市场份额,提升公司订单获取能力,提高公司在国内汽车经销行业的综合实力。

㉑提升服务客户忠诚度,增强品牌实力 公司作为新能源汽车生态链布局,辐射全国多个省区的经营服务网络,多区域多品牌加盟业务网络,有助于公司完善服务网络,加快国内业务联动发展态势,拓展规模优势,从而扩大全国市场份额,提升公司订单获取能力,提高公司在国内汽车经销行业的综合实力。

㉒提升服务客户忠诚度,增强品牌实力 公司作为新能源汽车生态链布局,辐射全国多个省区的经营服务网络,多区域多品牌加盟业务网络,有助于公司完善服务网络,加快国内业务联动发展态势,拓展规模优势,从而扩大全国市场份额,提升公司订单获取能力,提高公司在国内汽车经销行业的综合实力。

㉓提升服务客户忠诚度,增强品牌实力 公司作为新能源汽车生态链布局,辐射全国多个省区的经营服务网络,多区域多品牌加盟业务网络,有助于公司完善服务网络,加快国内业务联动发展态势,拓展规模优势,从而扩大全国市场份额,提升公司订单获取能力,提高公司在国内汽车经销行业的综合实力。

㉔提升服务客户忠诚度,增强品牌实力 公司作为新能源汽车生态链布局,辐射全国多个省区的经营服务网络,多区域多品牌加盟业务网络,有助于公司完善服务网络,加快国内业务联动发展态势,拓展规模优势,从而扩大全国市场份额,提升公司订单获取能力,提高公司在国内汽车经销行业的综合实力。