

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不會就本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



零跑汽车

ZHEJIANG LEAPMOTOR TECHNOLOGY CO., LTD.

浙江零跑科技股份有限公司

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

(股份代號：9863)

有關2025年第三季度未經審核財務業績的公告

本公告為浙江零跑科技股份有限公司（「我們」、「本公司」或「零跑」，連同其附屬公司統稱為「本集團」）董事（「董事」）會（「董事會」）自願作出。本公司欣然公布本集團截至2025年9月30日止三個月（「**2025年第三季度**」）的未經審核財務業績，該等資料未經本集團核數師審閱。

2025年第三季度運營摘要

經營亮點

- 2025年第三季度，公司淨利潤為人民幣1.5億元，前三季度淨利潤達人民幣1.8億元；
- 2025年第三季度，公司毛利率為14.5%，較2025年第二季度提升0.9個百分點；
- 2025年第三季度，公司的汽車總交付量為173,852台；10月，公司交付量再次突破新高，達70,289台，連續8個月位居中國新勢力品牌銷量榜首，也是唯一一家月交付量超7萬台的中國新勢力品牌公司。

財務

2025年第三季度的收入為人民幣194.5億元，同比增長97.3%，收入增長主要得益於：整車及備件交付量的提升，帶動整車相關服務收入同步增長。

2025年第三季度的毛利率為14.5%，2024年同期為8.1%，2025年第二季度為13.6%。同比改善主要由於：(i)銷量上升帶來的規模效應；(ii)持續的成本管理；(iii)產品組合的優化；及(iv)其他業務的收入；環比改善主要由於(i)產品組合的優化；及(ii)持續的成本管理；

2025年第三季度的本公司權益持有人應佔淨利潤為人民幣1.5億元，而2024年同期為虧損人民幣6.9億元，同比盈利增加主要由於整車銷量的增加及單車收益能力的優化；

公司第三季度的經營活動產生現金淨額為人民幣48.8億元，自由現金流為人民幣38.4億元；

公司在手資金充裕，截至2025年9月30日的現金及現金等價物、受限制現金、按公允價值計入損益的金融資產及銀行定期存款結餘為人民幣339.2億元。

銷量

2025年第三季度公司銷量為173,852台，同比增長101.77%，環比增長29.63%。第三季度，公司銷量連續躍升，7月為50,129台，8月為57,066台，9月為66,657台；10月，月銷首度突破七萬台大關，達70,289台，同比增長84.11%，連續8個月蟬聯新勢力銷冠，並作為首家跨越月銷7萬台的新勢力公司。

C10上市18個月累計銷量突破20萬台，其中2025年第三季度C10月均銷量達1.5萬台，10月C10單月銷量超2萬台，成為零跑首款單月銷量超2萬台的產品。

B01實現上市即爆款，連續三個月交付破萬，截至10月31日，累計銷量超4.6萬台；第三季度，B10、C11和C16也紛紛實現月銷量過萬台的好成績。

9月25日，零跑迎來了第100萬台整車下線的歷史性時刻——從第50萬台到第100萬台，僅用了不到一年的時間。這一里程碑不僅記錄了公司規模化發展的超快速度，更標誌着公司體系能力邁向了全新高度。

11月15日，公司提前一個半月完成2025年度50萬台的銷量目標，預期全年銷量將突破60萬台。

產品

C11自2021年上市以來累計銷量約30萬台，以「好而不貴」的理念成為SUV市場現象級產品。7月10日C11煥新上市，實現造型、座艙、續航、輔助駕駛、駕控、安全全面升級，進一步鞏固C11在中型SUV市場的標桿地位，10月單月銷量突破1.1萬台。

B01定位為高質量智能轎車，於7月24日上市。B01傳承了零跑品牌智能、舒適、安全三大基因。智能化配置領先，基於LEAP3.5架構，採用高通8650芯片和高通8295智能座艙芯片的組合方案，並配備激光雷達，支持多項輔助駕駛功能；空間設計舒適，實現86%高得房率，內飾環保健康；安全上採用9橫7縱籠式車身與48小時熱失控防護，並配備中歐聯合調校底盤與爆胎穩定控制技術。B01自上市次月起，月銷量均破萬台，以全能滿配的六邊形戰士形象，憑藉顛覆性的產品力切入A級轎車市場。

零跑Lafa5於9月8日在慕尼黑車展驚艷亮相，正式揭開了Lafa系列的全新篇章。該系列以「Lifestyle（關乎生活方式）、Attitude（彰顯個性態度）、Freedom（實現自由掌控）、Art（契合潮流審美）」為核心價值，為都市青年群體打造高顏值運動出行方式。作為Lafa系列的首款車型，Lafa5定位為高顏值運動轎跑，基於LEAP3.5技術架構打造，集超高顏值、歐式駕控、旗艦智能、越級品質於一身，已於11月7日預售發布，將於11月27日在國內正式上市，並於2026年第二季度推向全球市場。

10月16日，零跑D19於上海全球首秀，市場關注度遠超預期。作為零跑旗艦D平台的首款車型，D19以打造「頂配中的頂配、旗艦中的旗艦」為核心使命，讓百萬級科技與體驗走進30萬級市場。從旗艦級的續航、智能、駕控，再到安全、舒適與美學，零跑D19全方位重塑30萬級全尺寸旗艦SUV價值標準，真正實現「讓豪華觸手可及」。

零跑A系列首款車型A10將在11月21日廣州車展亮相。A10定位智能精品長續航SUV，將激光雷達、長續航等過去中高端車型專屬的體驗，首次搭載在10萬以內的車型。旨在重塑主流代步市場競爭格局，成為全球小型SUV新標桿，以獨具魅力的設計哲學與好而不貴的產品實力，讓每一次出行都成為精智享受。

隨着D系列和A系列產品的推出，零跑將完成ABCD四大產品系列的全面布局，覆蓋轎車、SUV、MPV等多品類市場，構建出完善且多元化的產品矩陣。

研發

全新旗艦D平台六大技術於10月16日發布：(1)旗艦增程，增程版搭載80.3度大電池實現500km純電續航，創新採用智能四驅增程系統；(2)旗艦千伏純電，首發115kWh超級混合電芯、全棧1000V三電系統和34合1超級熱管理模塊；(3)旗艦智能，首發雙8797芯片，提供1280TOPS算力，實現VLA輔助駕駛與端側大模型座艙；(4)旗艦駕控，搭載LMC2.0底盤系統，實現高速雙輪爆胎穩定及3.6米級圓規掉頭半徑等功能；(5)旗艦安全，具備16處2GPa高強度鋼，十層電池安全防護等配置；(6)旗艦舒適，配備Nappa真皮與120°姿態零重力座椅，同時也是行業首次將車規級制氧機融入汽車，打造「森野氧艙」，開創健康舒適出行新維度。

2025年夏季測試中，公司共完成各類測試超過2,925項，涵蓋極溫環境下的充電速度、高溫空調製冷性能、極溫百公里加速能力及極溫抗爆性標定等關鍵項目。在高溫與複雜極端路況條件下，累計測試里程達115萬公里，真實還原了極端高溫環境中的用戶用車場景，全面驗證了產品在嚴苛工況下的可靠性與適應性。

2025年以來，公司持續為新老用戶帶來零跑最新的技術升級：為2025款和2026款的5個車型完成了5次OTA，新增及優化50餘項功能，包括通勤領航輔助、輔助影像路沿檢測、行車記錄儀增加視角切換、摩斯密碼車鑰匙、語音聲紋識別等；為2024款C系列全系車型進行了8次OTA，新增及優化70餘項功能，包括通勤領航輔助、輔助影像路沿檢測等；為2021款等老款C11和C01車型完成了4次OTA升級，新增及優化近20項功能，包括手機藍牙鑰匙策略優化、導航新增紅綠燈／綠波顯示等。

銷售渠道

截至2025年9月30日，公司銷售服務網絡已覆蓋292個城市，較去年同期增加88城，共布局866家銷售門店（含367家零跑中心和499家體驗中心）及493家服務門店。

渠道建設方面，公司重點引入與拓展優質商業資源，依托培育優質投資人的「金銀種子」計劃和新增引入「當地強商」計劃開拓市場。2025年1-9月份，金銀種子投資人和當地強商合計新建120家門店，共同驅動渠道規模與質量實現顯著提升，單店店效同比增長30.26%。

零售

在上半年的全鏈路數字化營銷及服務系統基礎上，第三季度持續深化「以用戶為中心」的一體化運營體系。通過精細化運營、策略升級和賦能經銷商合作夥伴，在用戶觸達效率與轉化質量上實現了顯著提升，確保了從線上留資到線下體驗再到最終交付的無縫銜接，為用戶提供了一體化、高價值的品牌體驗，有效提升了用戶滿意度。2025年第三季度，核心零售過程指標全面提升：潛客到店率較2024年底提升1.7個百分點，全車系到店試駕率提升8.4個百分點。

服務

2025年，公司持續踐行「三快兩省」（響應快、修車快、供件快、省時、省心）服務理念。在車輛維修方面，依托全局自研的技術優勢，我們推出智慧雲診斷主動服務，實現故障秒級診斷與前置服務準備，車輛一次性修復率同比提升4.8個百分點；在備件供應方面，通過構建「1+7」倉配網絡（1總倉+7分倉），並應用智能庫存預測模型，48小時送達率提升至92.6%，同比增長25個百分點。

全球化

公司第三季度出口17,397台，2025年1-9月累計出口37,772台，以出口量第一的姿態領跑新勢力出海賽道。9月份，零跑汽車在德國、意大利、法國等多個歐洲國家細分市場表現突出，位列中國新能源品牌銷量前三。第三季度海外上牌數較第二季度增長約50%；10月份海外終端客戶簽約數量較9月增幅超過100%。

截至2025年9月30日，Leapmotor International B.V.（「零跑國際」）在歐洲、中東、非洲和亞太等約30個國際市場建立了超700家兼具銷售與售後服務功能的網點，其中歐洲超650家，亞太市場超50家，南美市場超30家。

零跑國際於11月4日在巴西正式發布了零跑C10與B10兩款車型，其中C10已率先上市。目前，零跑國際在巴西的門店數量已突破30家。11月21日，零跑國際將攜新車亮相聖保羅車展，標誌着零跑品牌正式進軍南美市場。

9月8日，B10車型在慕尼黑國際車展正式亮相並啟動歐洲市場交付，歐洲地區起售價為2.99萬歐元。10月，超過1,000名歐洲用戶下單了零跑B10。

公司將於2026年加速推進全球本地化布局：上半年將率先完成馬來西亞本地化項目，並導入首款車型C10，繼而於年底前在歐洲落成本地化項目。

ESG

10月，零跑汽車循環製造中心正式揭牌啟用，該中心將通過資源複用和回收，實現資源消耗與碳排放的有效降低。這一實踐不僅為零跑踐行國家「雙碳」戰略開闢了切實路徑，更有力促進公司發展與環境保護的協同共進，開創可持續發展的雙贏新局面。

2025年第三季度未經審核財務業績

收入

2025年第三季度的收入為人民幣194.5億元，較2024年同期的人民幣98.6億元增加97.3%，較2025年第二季度的人民幣142.3億元增加36.7%。同比增長主要由於整車及備件交付量的提升，帶動整車相關服務收入同步增長；環比增長主要由於整車及備件交付量的提升。

銷售成本及毛利率

2025年第三季度的銷售成本為人民幣166.3億元，較2024年同期的人民幣90.5億元增加83.6%，較2025年第二季度的人民幣123.0億元增加35.2%。同比和環比增長主要由於銷量增加，而持續進行的成本管理則抵消了部分增幅。

2025年第三季度的毛利率為14.5%，2024年同期為8.1%，2025年第二季度為13.6%。同比改善主要由於(i)銷量上升帶來的規模效應；(ii)持續的成本管理；(iii)產品組合的優化；及(iv)其他業務的收入。環比改善主要由於(i)產品組合的優化；及(ii)持續的成本管理。

經營開支

2025年第三季度的研發開支為人民幣12.1億元，較2024年同期的人民幣7.8億元增加55.4%，較2025年第二季度的人民幣10.9億元增加11.4%。同比增加主要由於研發投入力度的加大以及研發團隊的擴張，環比增加主要由於研發人員的持續擴充。

2025年第三季度的銷售開支為人民幣9.5億元，較2024年同期的人民幣5.5億元增加73.2%，較2025年第二季度的人民幣8.0億元增加18.9%。同比和環比的增加主要由於廣告宣傳投放力度增加及銷售團隊的同步擴張。

2025年第三季度的行政開支為人民幣6.3億元，較2024年同期的人民幣3.4億元增加86.7%，較2025年第二季度的人民幣4.1億元增加52.9%。同比和環比的增加主要由於伴隨業務擴張帶來的行政團隊的擴充，以及相關稅費的增加。

經營利潤

2025年第三季度的經營利潤為人民幣0.5億元，而2024年同期為人民幣-7.4億元，2025年第二季度為人民幣0.6億元。

本公司權益持有人應佔利潤

2025年第三季度的本公司權益持有人應佔利潤為人民幣1.5億元，而2024年同期為虧損人民幣6.9億元，2025年第二季度為盈利人民幣1.6億元，同比盈利增加主要由於整車銷量的增加及單車收益能力的優化，環比盈利下降主要由於費用開支的增加以及其他收益的下降。

流動資金及資本資源、經營活動所用現金淨額及自由現金流

截至2025年9月30日，本集團的現金及現金等價物、受限制現金、按公允價值計入損益的金融資產以及短期長期銀行定期存款為人民幣339.2億元。

2025年第三季度的經營活動產生的現金淨額為人民幣48.8億元，2024年同期的經營活動產生現金淨額為人民幣19.6億元，2025年第二季度的經營活動產生的現金淨額為人民幣25.2億元。經營活動產生的現金淨額同比和環比增加主要由於(i)產品交付量的增加；(ii)單車收益能力的優化；及(iii)經營現金流管理優化。

2025年第三季度的自由現金流為人民幣38.4億元，2024年同期的自由現金流為人民幣13.2億元，2025年第二季度的自由現金流為人民幣12.2億元。

關於本公司

零跑是掌握新能源汽車核心技術全局自研能力的中國新能源汽車公司，業務範圍涵蓋智能電動汽車整車設計、研發製造、輔助駕駛、電機電控系統、電池系統開發，以及基於雲計算的車聯網解決方案。零跑作為一家科技型企業，始終堅持核心技術全局自研，佔整車成本65%的高附加值核心零部件自研自造，並先後推出業界首個八合一電驅、業界率先量產CTC電池底盤一體化技術、業界首個「四域合一」中央集成式電子電氣架構等領先的智能電動技術。零跑汽車產品線涵蓋A、B、C、D四大系列，形成覆蓋轎車、SUV、MPV等的完整產品矩陣，其在售產品包含：Lafa5、B01、B10、D19、C16、C10、C11、C01、T03，更提供純電+增程雙動力選擇，滿足不同消費者的多元化需求。2023年，Stellantis集團入股零跑。2024年5月，雙方正式成立零跑國際合資公司，開拓國際市場。零跑輕資產「反向出海」開創中國車企出海新範式，借力Stellantis集團國際渠道資源，刷新新勢力出海速度紀錄。2025年3月3日，中國一汽與公司簽署了《戰略合作諒解備忘錄》，雙方將充分發揮各自在研發領域的技術積累，共同開展新能源乘用車聯合開發及零部件合作。截至2025年10月，零跑累計交付量超100萬台，位居新勢力第一梯隊。

本公司股東及潛在投資者務請注意，本公告乃基於本集團未經審核營運及財務資料，且該等資料未經本集團核數師審核或審閱。該等資料並不構成、代表或表明本集團總收益或財務業績的全貌，本公告所載資料可能會有所變動及調整。

本公告載有前瞻性陳述。當中包括但不限於有關我們未來財務狀況、策略、計劃、宗旨、目標、指標及我們所參與或尋求參與市場的未來發展的陳述。該等前瞻性陳述可通過諸如「將」、「預期」、「預計」、「目的」、「未來」、「有意」、「計劃」、「相信」、「估計」、「可能」等術語及類似陳述來識別。這些前瞻性陳述，是基於一些有關我們現在和未來的業務策略，以及未來營商環境的假設而作出的。這些前瞻性陳述涉及一些已知和未知的風險、不確定因素以及其他因素，有些因素並非我們能夠控制的。這些因素可能會導致我們的實際業績、表現或成果或行業業績跟前瞻性陳述裡面明示或暗示的未來業績、表現或成果有重大差異。本公告所提供的全部資料均截至本公告日期，而且除根據適用法律外，本公司不承擔任何責任或義務以更新任何前瞻性陳述。

本公司股東及潛在投資者於買賣本公司股份時務請謹慎行事。

承董事會命
浙江零跑科技股份有限公司
創始人、董事長兼首席執行官
朱江明先生

香港，2025年11月17日

於本公告日期，董事會包括執行董事朱江明先生、曹力先生及周洪濤先生；及非執行董事*Grégoire Olivier*先生、*Douglas Ostermann*先生及金字峰先生；以及獨立非執行董事付于武先生、萬家樂女士及沈林華先生。