证券代码：002899　　证券简称：英派斯　　公告编号：2023-041

青岛英派斯健康科技股份有限公司关于计提资产减值准备的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

为了真实、准确地反映青岛英派斯健康科技股份有限公司(以下简称“公司”)财务状况和经营成果，根据《企业会计准则》、《深圳证券交易所上市公司自律监管指南第 1 号——业务办理》等有关规定，公司对可能发生减值损失的资产计提相应减值准备。现将相关事宜公告如下：

一、本次计提资产减值准备情况概述

(一)本次计提资产减值准备的原因

根据《企业会计准则》、《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》等有关规定，为了真实、准确地反映公司截至 2022 年 12 月 31 日的财务状况及资产状况，公司及下属子公司对各类资产进行了全面的清查和评估，对可能发生资产减值损失的资产计提减值准备。

(二)本次计提资产减值准备的范围、总金额及拟计入的报告期间

经公司及下属子公司对截至 2022 年 12 月 31 日可能存在减值迹象的各类资产进行全面清查和减值测试后，计提各项资产减值准备合计 31,932,450.91 元，具体情况如下表所示：

项目	计提减值准备金额(元)
信用减值损失	
其中：应收账款坏账准备	13,496,503.22
其他应收款坏账准备	-31,660.85
应收票据坏账准备	282,324.41
资产减值损失	
其中：存货跌价准备	14,473,301.50
合同资产减值准备	3,711,982.63
合计	31,932,450.91

本次计提资产减值准备计入的报告期间为 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日。

二、本次计提资产减值准备的具体情况说明

(一)信用减值损失

本公司对于以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资、合同资产、租赁应收款、贷款承诺及财务担保合同等，以预期信用损失为基础确认损失准备。

预期信用损失的计量方法：本公司考虑有关过去事项、当前状况以及对未来经济状况的预测等合理且有依据的信息，以发生违约的风险为权重，计算合同应收的现金流量与预期能收到的现金流量之间差额的现值的概率加权金额，确认预期信用损失。

在每个资产负债表日，本公司对于处于不同阶段的金融工具的预期信用损失分别进行计量。金融工具自初始确认后信用风险未显著增加的，处于第一阶段，本公司按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后信用风险已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，本公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后已经发生信用减值的，处于第三阶段，本公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

对于在资产负债表日具有较低信用风险的金融工具，本公司假设其信用风险自初始确认后并未显著增加，按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备。

本公司对于处于第一阶段和第二阶段、以及较低信用风险的金融工具，按照其未扣除减值准备的账面余额和实际利率计算利息收入。对于处于第三阶段的金融工具，按照其账面余额减已计提减值准备后的摊余成本和实际利率计算利息收入。

本公司对于因销售商品、提供劳务等日常经营活动形成的应收票据、应收账款、合同资产和应收款项融资，无论是否存在重大融资成分，均按照整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

应收账款确定组合的依据如下：

应收账款组合 1	账龄组合
应收账款组合 2	合并范围内关联方

对于划分为组合的应收账款，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

其他应收款确定组合的依据如下：

其他应收款组合 1	应收股利
其他应收款组合 2	应收利息
其他应收款组合 3	应收出口退税
其他应收款组合 4	其他应收款项
其他应收款组合 5	合并范围内关联方

对于划分为组合的其他应收款，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制其他应收款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

(二)资产减值损失

1、存货跌价准备确认标准及计提方法：期末存货按照成本与可变现净值孰低计量。

存货跌价准备按单个存货项目的成本与可变现净值计量，但如果某些存货与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量，可以合并计量成本与可变现净值；对于数量繁多、单价较低的存货，可以按照存货类别计量成本与可变现净值。产成品、商品和用于出售的材料等可直接用于出售的存货，其可变现净值按该等存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定；用于生产而持有的材料等存货，其可变现净值按所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算；企业持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为基础计算。对于存货因遭受毁损、全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本等原因，预计其成本不可收回的部分，提取存货跌价准备。

2、合同资产减值准备计提方法：参照历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来状况的预测，通过迁约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，编制合同资产账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

三、本次计提资产减值准备的合理性说明及对公司的影响

本次计提资产减值准备符合《企业会计准则》和公司相关会计政策，依据充分，体现了会计谨慎性原则，符合公司的实际情况，能够更真实、准确地反映公司的财务状况、资产价值及经营成果，使公司的会计信息更加真实可靠，更具合理性。

本次计提资产减值准备金额为 31,932,450.91 元，相应减少公司 2022 年度利润总额 31,932,450.91 元。

特此公告。

青岛英派斯健康科技股份有限公司

董事会

2023 年 4 月 28 日

证券代码：002899　　证券简称：英派斯　　公告编号：2023-033

青岛英派斯健康科技股份有限公司 2022 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

□适用 ☑ 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

☑ 适用 □ 不适用

是否以公积金转增股本

□是 ☑ 否

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以 120,000,000 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.63 元(含税)，送红股 0 股(含税)，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

□适用 ☑ 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	英派斯	股票代码	002899
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称(如有)	无		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	张强	张媛	
办公地址	山东省青岛市崂山区秦岭路 18 号国展财富中心 3 号楼 7 层	山东省青岛市崂山区秦岭路 18 号国展财富中心 3 号楼 7 层	
传真	0532-85793159	0532-85793159	
电话	0532-85793159	0532-85793159	
电子信箱	information@impulsefitness.com	information@impulsefitness.com	

2、报告期主要业务或产品简介

(一)公司主要业务

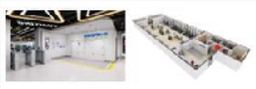
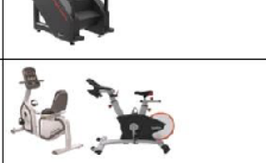
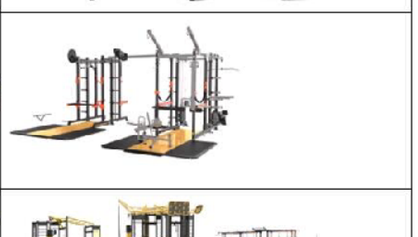
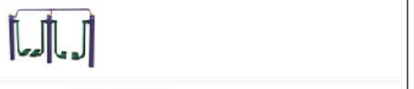
公司是一家专注于全品类、多系列健身器材开发制造及销售、品牌化运营的健身器材品牌厂商，致力于为满足消费者多样化的健身需求，提供兼具功能性、数字化、智能化与安全性的各式健身器材。

以自主品牌产品为基础，公司已在国内初步建立布局全国、注重服务、及时响应的以经销和直营相结合的零售网络。同时，公司已成功将 IMPULSE 自主品牌打入欧洲、亚太等多个国际市场。公司亦通过 OEM/ODM 模式为 PRECOR、BH 等国际知名健身器材品牌代工生产健身器材。

本报告期内公司的主要业务未发生重大变化

(二)公司主要产品

公司针对不同的目标客户群设计并推出丰富的产品组合，现已拥有多条功能、价格差异化区隔的产品线。依据产品及客户定位、功能以及使用场景的区隔，公司产品主要分为商用产品、家用产品、户外产品等类别，可以为各类用户提供多品类、成系列、一站式的健身器材整体解决方案，亦能覆盖广泛家庭用户差异化的需求。具体产品如下表所示：

产品系列		产品定位	产品展示
软件化健身房		智能化健身房解决方案智能硬件（含刷卡机、刷脸机、人脸识别、闸机、智能体测仪、智能称重、智能坐垫、智能跑步机、智能力量训练器械）及软件管理系统	
商用产品	K系列	高端商用（部件智能物联产品 BT970）	
	X系列	高端商用（ZC8700 按摩椅）	
	P系列	优质专业	
	AC系列	入门级专业	
	G系列	经济商用	
	INR系列	智能跑步	
	ENO-FORM系列	商用力量	
	IT系列	优质力量	
	SL系列（含 S7-ELITE RACK）	优质力量	
	IF系列	入门级力量	
	IFP系列	入门级组件式力量	
	BNCOUKE系列	经济普及	
	HI IMTRA系列	专业性能训练	
	RF-JTFP系列	稳定耐用	
	HSP系列（台式组装式自由力量训练器械、力量训练器械、配装训练器械、大型训练器械）	专业性能训练（带增强器、踏步机）	
	M ega Sport(M S)模块化中量级训练站		
	Zona系列	功能动感训练	
商用产品	跑步机系列	家用经济	
	家用综合系列	家用有氧	
	拓加系列	家用产品（价格区间为0.2万-0.8万，营销功能未全）	
户外产品	风帆系列	高端户外	
	非凡系列	优质户外	
	奇迹系列	中端户外	
	自营经销	单品户外	
	动地拓展	中国动感城	
冰雪运动产品	冰雪轮滑机	户外冰雪场所	
	仿真冰动地拓展	户外冰雪场所	

(三)主要经营模式

1、采购模式

公司的采购主要包括钢材及钢铁制品、橡塑制品、电器五金在内的生产物料以及哑铃、瑜伽垫等成品采购。公司设有专门的采购部门，负责生产物料及产品采购、供应商队伍的开发、管理及考核。公司建立了严格、标准的供应商评价指标体系，秉承打造高效、廉洁、稳固、双赢的供应链体系的理念，与供应商建立了长期稳定的合作关系。

2、生产模式

针对 OEM/ODM 业务，公司采取订单式生产模式。国际业务部门在取得国外客户订单后，向制造部门下达产品需求。生产管理系统自动生成生产主计划并细分到日计划，同时生成生产物料需求计划，制造部门据此安排生产。针对国内外的自主品牌业务，公司采取库存式生产方式。由国内外业务部门根据销售预测，下达生产指令，进行生产。为了构建全品类、多系列的产品线，满足客户需求，公司已形成了“多品类、小批量、高频次”生产模式。依托自主开发与外部购买，以及适应公司生产实际的信息管理系统，公司产品线各环节可以在不同产品品类间实现切换。此外，基于生产条件、产能限制及生产成本等因素的考虑，公司采取外协生产方式将生产加工过程中的部分工序交由第三方完成。

3、销售模式

在国外市场，公司采取 OEM/ODM 模式为国际知名健身器材品牌代加工健身器材，并致力于开拓自主品牌的国际业务，目前已将自主品牌 IMPULSE 打入欧洲、亚太等多个国际市场。在国内市场，公司主要通过经销和直营相结合的方式向健身房、政府、企事业单位、军警单位、大专院校等商用客户、家庭用户，以及通过参与全民健身采购等方式向体育局、教育局等单位销售公司各类室内有氧、力量及户外产品。此外，公司顺应当前线下流量持续向线上流量入口靠拢的趋势，积极开拓电商销售渠道，通过与国内外知名电商平台合作，在更大范围内吸引客户，拓展市场。

(四)主要业绩驱动因素

主要业绩驱动因素详见本节之“三、核心竞争力分析”。

(五)公司行业地位

以全品类、多系列，兼具功能性、数字化、智能化与安全性的健身器材产品为基础，凭借多年制造经验打造的“高品质、快速出货、高频次”的产品供应体系以及自主品牌优势，公司已取得了较为领先的行业地位，连续多年获得“中国轻工业体育用品行业十强企业”称号，并曾被评选为“中国体育用品业联合会全民健身器材专业委员会副主任委员单位”、“中国体育用品业联合会副主席会员单位”、“中国教育装备行业协会会员单位”等，在行业内享有良好的知名度、美誉度和较高的影响力。

(六)报告期内公司经营情况

2022 年，就全球经济形势来看，全球通胀、供应链短缺、地缘冲突引发的国际局势不确定性等问题短期内难以完全解决，格局依旧不容乐观，经济下行压力持续增大。国内市场方面，国家在年底全面放开，市场系统正式开始重启，但是结合全球市场经济增长动力萎缩的大背景，国内市场恢复良性循环下的蓬勃发展将需要更长的恢复时间。

面对复杂多变的国内外环境，公司凝心聚力，不断探索企业发展新思路，扎实推进各项业务发展，结合国内外市场现状适时灵活调整策略，保障公司生产经营平稳运行。报告期内，公司实现营业收入 82,469.67 万元，比去年同期下降 4.59%，实现归属于母公司股东的净利润 6,566.46 万元，比去年同期上涨 276.69%。公司在严峻的内外部环境下，净利润逆势大涨，体现了公司强劲的发展韧性和盈利能力。

报告期内，公司主要经营情况如下：

1、国际市场销量逆势增长

2022 年国际市场尽管商用产品在俱乐部、酒店、学校、住宅区等市场的需求开始恢复，但尚难以迅速摆脱低迷状态，恢复程度有限。全球供应链仍然没有完全恢复，海运费虽然较之前略有下降，但船期仍然不稳，导致部分客户产品积压，资金周转不畅。居家健身需求在经过 2020 年的井喷式增长后，也已经逐渐进入饱和状态，消费趋于保守。具体到各个区域市场来看，与前两年行业整体呈现低迷状态有所不同，不同区域市场表现有所分化：欧美市场受到俄乌冲突和通货膨胀影响经济复苏缓慢，影响了该区域市场的销售；而与之相对应的是南美市场，在经过了前几年的低迷状态后，其健身行业正在以亮眼的速度恢复到 2020 年前甚至超越 2020 年前的水平。从行业竞争方面来看，国内的同行企业都致力于提升产品质量，扩充产品系列并严格控制成本，综合实力不断提升，而部分国际一线品牌的降价幅度也不断加大，行业竞争日趋白热化。此外，报告期内汇率双向波动态势显著，原材料价格上升也导致成本增加。总体上复杂多变的内外部因素使得公司国际市场销售面临着巨大的挑战。面对瞬息万变的外部环境，公司密切关注各方面变化情况，及时、灵活地采取针对性措施应对各类问题，积极推进海外市场 OEM/ODM 产品和自主品牌产品销售及市场开拓工作。报告期内，公司实现国外销售收入 61,348.99 万元，在各方面压力之下较去年同期逆势上涨 8.34%，占公司营业收入比例为 74.39%，成绩亮眼。

(1)OEM/ODM 出口业务保持领先

在 OEM/ODM 产品业务领域，在维护原有老客户现有项目，推进固有业务稳健发展的基础上，公司全力推进与现有重要 OEM/ODM 客户新项目的合作进程，以及对原有合作产品的升级工作，获得了客户的高度认可。报告期内除在长期以来拥有较大优势的力量产品领域不断增加与客户的合作项目，公司还推进新有氧项目的竞标工作，进一步开拓合作的产品领域。同时公司积极开发新客户，拓宽产品供应面。报告期内，公司 OEM/ODM 出口业务实现收入 38,631.59 万元，较去年同期增长 10.24%，占公司营业收入比例为 46.84%，在公司营业收入构成中保持绝对领先。

(2)自主产品出口销售网络不断扩张

在自主产品业务方面，公司积极开发高端家用及经商用代理渠道，把市场开拓的重点区域选择在俄罗斯、南美等区域。公司于 2021 年对俄罗斯市场进行梳理和整合，重新开发了重要的独家代理经销商，报告期内虽然爆发了俄乌冲突，但是受益于及时调整俄罗斯区域的业务策略，该区域市场仍逆势上扬贡献了不俗的业绩。此外公司针对南美健身市场快速回暖的现状，积极搭建整个南美市场的业务框架。报告期内南美市场业绩表现亮眼，尤其是巴西市场。未来公司将进一步深耕这一拥有巨大潜力的区域市场，不断提高自主品牌产品在南美市场的占有率。

报告期内，公司积极探索新的销售模式，重点开辟线上渠道，在成功入驻阿里巴巴国际站、GOOGLE 全球搜、YOUTUBE 和 FACE BOOK 等国际知名的网络平台的基础上，公司进一步开拓跨境电商业务，同时在国际社交媒体上发布更多展示企业形象及企业实力的内容，赢得了众多客户及潜在客户的关注；Google 页面收录量由 2021 年的 2307 个页面，提升到了 2022 年的 5367 个页面，访客来源由 2021 年的 217 个国家，提升到了 2022 年的 232 个国家；Youtube 方面，从数据来看今年的观看人数及观看时间及订阅人数同比 2021 年实现成倍增长；FACE BOOK 主页的浏览覆盖率相比 2021 年同期提高了 87.5%。各线上渠道访问量显著增长，有利于公司在更大范围内吸引境外新客户、开发境外新市场，带动产品销售。同时，公司进一步开拓定制化服务业务，为客户提供针对性的产品研发、设计、生产、销售一体化服务，凭借突出的定制研发生产和综合服务能力，成功争取到了众多新客户的青睐，进一步扩大了业务范围。此外，公司密切关注市场发展方向和潮流，在各种外部环境不利因素影响的艰难形势下仍积极推出新产品，报告期内 ES2100、楼梯机、功能性训练产品 MS 系列等新品成功在海外市场上市，同时公司通过对产品 SKU 分析，针对市场反馈较多的老产品进行整改，延长产品的生命周期，取得了较好的市场反馈。为加强与客户的黏性，提高服务质量，公司调整部分产品价格，且定期/不定期通过线上方式和客户进行沟通，及时了解客户的最新需求及问题反馈，并全力协调公司内部资源予以解决，最大程度上保证了与客户的长期合作关系基础。随着各国的逐步放开，报告期内公司积极参与各大区域展会，分别在德国、意大利、印度、俄罗斯、日本、巴西、希腊、越南等国家举办的展会进行品牌宣传和商业接洽，为扩大公司自主品牌影响力并进一步拓展市场奠定了基础。

报告期内，公司自主产品出口业务实现收入 22,717.40 万元，较去年同期增长 5.27%，占公司营业收入比例为 27.55%。

2020 年以来，全球消费者更加注重居家锻炼。据全球市场和消费者数据调研机构 Statista 预测，2025 年全球室内健身市场将超过 140 亿美元。2021 年中国卖家的力量训练器械和有氧训练器械在 eBay 平台的销售额比 2019 年分别增长了 230%、135%，力量训练产品、有氧训练器械、瑜伽产品以及智能穿戴产品备受关注。随着国外整体环境的变化以及户外活动的恢复，回归健身房或参加各项户外运动的人也将越来越多，未来公司自主产品出口业务将具备更加广阔的发展空间。

2、国内市场销售增长开始提速

公司长期以来服务国外知名品牌客户，对产品质量精益求精，尤其是力量器械等传统品类产品，整体产品基因为“优选料、强精工、高品质”呈现。公司在注重性价比的产品品类的研发与运作方面起步较晚，因此近几年国内市场的份额增长并不显著。

2022 年，公司立足优质品牌形象，一方面顺应市场需求，积极推出新产品，缩小与竞争对手的产品线差距；一方面依据科技赋能未来全民健身的趋势，采用物联网、大数据、人工智能等新一代数字科技技术，自主研发新一代应用于 AI 健身步道、室外健身路径、室外智慧场地、智慧社区健身中心、单位内设的智慧健身中心等场所的智慧体育平台系统。

此外，公司推出针对大厂级健身人士开发的全新(互联网)家用品牌产品——浪加(WeSwag)，并配套研发了浪加 APP。浪加品牌第一阶段的产品规划包含跑步机、健身车、动感单车、划船器、椭圆机等五大类产品，涵盖了家居场景所需要的主要健身需求。目前浪加系列已经完成初步打磨，未来将与公司其他战略部署协同发力。

3、降本增效成果显著

(1)智能化生产线与先进生产流程

在生产管理方面，公司通过自动化智能设备代替人工作业并对部分智能设备进行改善实现效率提升和质量保证，新增倍速链装配生产线，效率得到极大提升；2022 年整理 333 个产品型号、大多数的产品都可以达到 80%以上的机械手利用率。此外，公司生产部门还在实际生产过程中，结合实际生产情况及过往经验，对生产技术进行升级改造，包括对工具、工装、工序等全方位的改善，进一步实现了降本增效。公司对瓶颈工序进行平衡，通过合并、删除、重组、简化工位减少搬运，力求达到最佳平衡，提升齐套率。报告期内受原材料价格上涨等因素影响，公司成本控制压力增大，在生产环节公司通过完善物料预算管理系统规避物料浪费，同时严格控制生产过程中对主要能源、资源和物料的消耗。

(2)全新推行采购的公开招标制度

在采购管理方面，公司强化实施双供应资源的操作模式，与供应商、生产部门协同提前储备、提前供应，积极推行本地化、国产化相结合，订单采取质优、价廉、保供的优先模式进行下单采购；报告期内公司实现了供应商绩效管理程序，实现了供应链采购制程序、供应商管理程序的全面更新，并进一步优化供应商引入评审管理程序，强化内外考核，制定了《采购招标管理办法》，目前已经对原材料类的物料实施招标引入，后续将加快实施节奏，在五金、辅料等物料逐步开展，实现大规模降低采购成本；同时，公司协调各供应商进行全面升级 SCM 系统，并增加供应商询价模块，建立采购询价机制，并实现了 ERP 系统自动下达备料计划，使物料下达更准确、下达时间更精准合理，减少人力、提升效率，对选择战略供应商提供有力的技术支持，后续将实现采购价格线上流程化管理。另一方面，公司推动疑难料件的识别，缩短疑难物料采购周期，提升国产化水平，实现降本增效，报告期内实现吸塑护罩、五金等 80 余项物料的国产化，其他物料样品也将陆续进行测试；报告期内公司继续扩大物料采购核价范围，加强对市场价格的了解，根据原材料市场行情变化情况及时调整核价基价，根据各供应商物料类别、采购方式、质量标准、付款条件等因素，通过公开招标、核算降价、谈判议价、阶梯采购量降价、强行降价、起订量取消或缩减等方式实施全供应链降成本工作，并强化采购、研发、生产部门的联系，推动全过程降成本，报告期内公司包装类、辅料类、外购件等采购成本均有不同程度的下降。

(3)研发驱动成本优化前置

研发设计作为源头环节，对产品的质量控制、成本管理、生产效率提升都有着至关重要的作用。工装制具是产品质量和生产效率的有力保障，也是产品从设计真正实现生产的重要支撑，先进的制造工艺是提高产品性能的重要前提，公司在工艺技术及工装制具改进方面投入了大量精力，公司研发部门积极收集生产部门、采购部门、销售部门、售后部门反馈的产品及生产信息，从研发这一初始环节推动产品设计及质量改进、工艺创新及改善，生产效率提升以及成本控制等工作，全方位推动产品升级。

(4)降本增效成果显著

报告期内，公司产品毛利率为 26.24%，较去年同期提高 0.62%，其中销售占比最高的商用产品毛利率为 26.83%，较去年同期提高 0.49%；销售费用为 5,804.67 万元，较去年同期下降 3.56%，管理费用为 5,619.65 万元，较去年同期下降 0.85%。报告期内公司产品毛利率及各项费用指标均有不同程度的改善，降本增效成效显著。

4、新产业园加快建设

报告期内，在对新产业园主体建筑进行施工的同时，公司进一步完成各车间大型设备基础的放线/校对工作及预埋件施工，确定水电气管网、高压配电、低压配电设计参数及道路地面方案，对生产线进行进一步的设计布局，并对各大智能化系统进行规划、验证、对接、试运行，完成行车类和升降机类设备安装以及二百多台生产设备进场，同时对新产业园主核心网络进行拓扑规划。

公司着力打造以精益生产和数字化建设为核心的全方位现代化健身器材生产基地，为实现集产品创新、制造过程智能化升级以及制造模式创新等多位一体的全面智能制造打下坚实的基础。后期随着项目投产，将充分利用自动化生产设备，进一步改进公司在生产成本控制、生产线布局、内部物流规划、生产效率提升、产品质量提升等方面的能力，并最终会为公司利润增长提供保障。该项目的实施将进一步强化公司产品技术领先及品牌优势，提高业务辐射能力及市场服务能力，扩大健身器材产品领域的市场占有率，提升公司整体盈利能力，实现公司长远、稳定、健康发展。

3、主要会计数据和财务指标

(1)近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

□是 ☑ 否

单位：元

	2022 年末	2021 年末	本年末比上年末增减	2020 年末
总资产	2,029,945,060.50	1,777,354,150.65	14.21%	1,361,829,353.55
归属于上市公司股东的净资产	1,160,132,904.97	1,097,108,351.49	5.74%	1,084,356,452.71
	2022 年	2021 年	本年比上年增减	2020 年
营业收入	824,696,742.37	864,394,696.17	-4.59%	867,983,976.18
归属于上市公司股东的净利润	65,664,553.48	17,431,898.78	276.69%	39,561,922.07
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	41,210,455.41	31,206,585.33	32.06%	30,953,131.91
经营活动产生的现金流量净额	104,403,463.45	62,204,409.16	67.84%	113,481,800.02
基本每股收益(元/股)	0.55	0.15	266.67%	0.33
稀释每股收益(元/股)	0.55	0.15	266.67%	0.33
加权平均净资产收益率	5.82%	1.60%	4.22%	3.72%

(2)分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	194,236,771.71	182,821,758.36	190,132,942.01	257,505,270.29
归属于上市公司股东的净利润	1,335,198.12	14,151,887.93	14,103,807.26	36,073,660.17
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	932,876.89	12,150,914.28	12,691,266.26	15,435,397.98
经营活动产生的现金流量净额	-42,893,087.64	22,717,761.75	-4,663,620.29	129,242,409.63

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□是 ☑ 否

4、股本及股东情况

(1)普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	14,534	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	14,100	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
海南江恒实业投资有限公司	境内非国有法人	33.89%	40,662,000	0	质押	20,229,900	
投富中国投资有限公司	境外法人	3.35%	4,016,200	0			
申通特一投资中心（有限合伙）	境内非国有法人	1.94%	2,325,000	0			
湖南文化旅游创业投资基金企业（有限合伙）	国有法人	1.49%	1,783,700	0			
青岛睿美企业管理咨询中心（有限合伙）	境内非国有法人	1.21%	1,450,400	0			
叶胜	境内自然人	0.59%	707,700	0			
宋刚	境内自然人	0.56%	675,700	0			
陈定兰	境内自然人	0.55%	656,100	0			
何耀	境内自然人	0.52%	627,000	0			
元大证券股份有限公司	国有法人	0.45%	535,022	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	湖南文化旅游创业投资基金企业(有限合伙)与投富中国投资有限公司(Yeah Fortune China Investment Limited)同时持有公司股份，为一致行动人，共同行使所持公司股份所代表的表决权。除此之外，公司未知上述股东之间是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。						
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	公司股东海南江恒实业投资有限公司除通过普通证券账户持有 29,763,500 股外，还通过东北证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 10,898,500 股，实际合计持有 40,662,000 股。公司股东叶胜除通过普通证券账户持有 0 股外，还通过东方财富证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 707,700 股，实际合计持有 707,700 股。公司股东宋刚除通过普通证券账户持有 0 股外，还通过中银国际证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 675,700 股，实际合计持有 675,700 股。						

(2)公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

□适用 ☑ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3)以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系

5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

□适用 ☑ 不适用

三、重要事项

详见公司 2022 年年度报告全文第六节“重要事项”，详细描述了报告期内发生的重要事项。

青岛英派斯健康科技股份有限公司

法定代表人：_____

刘洪涛

2023 年 4 月 28 日

证券代码：002899　　证券简称：英派斯　　公告编号：2023-039

青岛英派斯健康科技股份有限公司 第三届董事会 2023 年第六次会议决议公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

一、董事会会议召开情况

青岛英派斯健康科技股份有限公司(以下简称“公司”)第三届董事会 2023 年第六次会议于 2023 年 4 月 28 日上午 9:30 在公司会议室以现场和通讯相结合的方式召开。本次会议通知于 2023 年 4 月 17 日以电子邮件、电话等方式通知全体董事。本次会议应出席董事 9 名，实际出席董事 9 名。会议由董事长刘洪涛召集并主持。本次会议的召集和召开符合《公司法》及《公司章程》等有关法律、法规的规定。

二、董事会会议审议情况

经审议，与会董事一致通过了如下决议：

1.审议通过《公司 2022 年度董事会工作报告》

具体内容详见公司同日发布于巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn/new/index)的《2022 年度董事会工作报告》。

公司独立董事徐国君、陈华、李强向董事会提交了《2022 年度独立董事述职报告》，并将在 2022 年年度股东大会上进行述职。具体内容详见公司同日发布于巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn/new/index)的《2022 年度独立董事述职报告》。

本议案需提交公司股东大会审议通过。

表决结果：9 票同意、0 票反对、0 票弃权。通过。

2.审议通过《公司 2022 年度总经理工作报告》

《2022 年度总经理工作报告》具体内容详见公司同日发布于巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn/new/index)的《2022 年年度报告全文》第三节“管理层讨论与分析”。

表决结果：9 票同意、0 票反对、0 票弃权。通过。

3.审议通过《公司 2022 年度财务决算报告》

具体内容详见公司同日发布于巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn/new/index)的《2022 年度财务决算报告》。

本议案需提交公司股东大会审议通过。

表决结果：9 票同意、0 票反对、0 票弃权。通过。

4.审议通过《公司 2022 年年度报告全文及摘要》

报告全文详见公司同日发布于巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn/new/index)的《2022 年年度报告》(公告编号：2023-032)，报告摘要详见公司同日发布于《中国证券报》、《证券时报》、《证券日报》及巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn/new/index)的《2022 年年度报告摘要》(公告编号：2023-033)。

本议案需提交公司股东大会审议通过。

表决结果：9 票同意、0 票反对、0 票弃权。通过。

5.审议通过《公司 2022 年度利润分配预案》

经审计，2022 年度公司合并报表实现的归属于母公司所有者的净利润为 65,664,553.48 元，母公司 2022 年度实现净利润为 74,927,219.78 元，提取 10%法定盈余公积金 7,492,721.98 元，加上年初未分配利润 369,709,067.72 元，减去 2022 年派发现金股利 2,640,000 元，截至 2022 年 12 月 31 日，母公司可供股东分配的利润为 434,503,565.52 元。

根据证监会《关于进一步落实上市