证券代码：605299　证券简称：舒华体育　公告编号：2025-005

舒华体育股份有限公司 第四届董事会第十五次会议决议公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性依法承担法律责任。

一、董事会会议召开情况

舒华体育股份有限公司（以下简称“公司”）第四届董事会第十五次会议于2025年3月10日以现场结合通讯表决方式在公司会议室召开。会议通知已于2025年2月27日通过邮件方式送达全体董事。本次会议由董事长张维建先生主持，本次会议应出席董事9人，实际出席董事9人。公司监事及高级管理人员列席了会议。本次会议的召集、召开符合《中华人民共和国公司法》《公司章程》的有关规定，决议内容合法有效。

二、董事会会议审议情况

（一）审议通过《关于公司2024年度总经理工作报告的议案》

表决结果：9票赞成，0票反对，0票弃权。

（二）审议通过《关于公司2024年度董事会工作报告的议案》

表决结果：9票赞成，0票反对，0票弃权。

本议案需提交公司股东大会审议。

（三）审议通过《关于公司2024年年度报告及摘要的议案》

公司全体董事确认，公司2024年年度报告及其摘要所披露的信息不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，符合有关法律、法规及会计准则的规定，真实、准确、完整地反映了公司2024年度的财务状况和经营成果，符合公司实际情况。

具体内容详见于2025年3月12日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的《舒华体育股份有限公司2024年年度报告》及《舒华体育股份有限公司2024年年度报告摘要》。

表决结果：9票赞成，0票反对，0票弃权。

本议案已经审计委员会审议通过，需提交公司股东大会审议。

（四）审议通过《关于公司2024年度内部控制评价报告的议案》

具体内容详见于2025年3月12日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的《舒华体育股份有限公司2024年度内部控制评价报告》。

表决结果：9票赞成，0票反对，0票弃权。

本议案已经审计委员会审议通过。

（五）审议通过《关于公司2024年度财务决算报告的议案》

表决结果：9票赞成，0票反对，0票弃权。

本议案需提交公司股东大会审议。

（六）审议通过《关于公司2024年度利润分配方案的议案》

具体内容详见于2025年3月12日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的《舒华体育股份有限公司关于2024年度利润分配方案的公告》（公告编号：2025-007）。

表决结果：9票赞成，0票反对，0票弃权。

本议案需提交公司股东大会审议。

（七）审议通过《关于续聘2025年度审计机构的议案》

具体内容详见于2025年3月12日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的《舒华体育股份有限公司关于续聘2025年度审计机构的公告》（公告编号：2025-008）。

表决结果：9票赞成，0票反对，0票弃权。

本议案已经审计委员会审议通过，需提交公司股东大会审议。

（八）审议通过《关于公司2025年度董事薪酬的议案》

表决结果：9票赞成，0票反对，0票弃权。

本议案已经薪酬与考核委员会审议通过，需提交公司股东大会审议。

（九）审议通过《关于公司2025年度高级管理人员薪酬的议案》

表决结果：9票赞成，0票反对，0票弃权。

本议案已经薪酬与考核委员会审议通过。

（十）审议通过《关于公司2025年度日常关联交易预计的议案》

具体内容详见于2025年3月12日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的《舒华体育股份有限公司关于2025年度日常关联交易预计的公告》（公告编号：2025-009）。

本议案已经独立董事专门会议审议通过。

10.01关于与泉州万利家俱有限公司的关联交易

表决结果：7票赞成，0票反对，0票弃权。关联董事张维建、杨凯旋回避表决。

10.02关于与北京市舒华体育用品有限公司的关联交易

表决结果：7票赞成，0票反对，0票弃权。关联董事张维建、杨凯旋回避表决。

10.03关于与莱奥（福建）体育有限公司的关联交易

表决结果：7票赞成，0票反对，0票弃权。关联董事张维建、杨凯旋回避表决。

10.04关于与晋江市瑞福祥展架制造有限公司的关联交易

表决结果：7票赞成，0票反对，0票弃权。关联董事张维建、杨凯旋回避表决。

（十一）审议通过《关于公司及所属子公司申请融资授信及为综合授信额度内贷款提供担保的议案》

具体内容详见于2025年3月12日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的《舒华体育股份有限公司关于公司及所属子公司申请融资授信及为综合授信额度内贷款提供担保的公告》（公告编号：2025-010）。

表决结果：9票赞成，0票反对，0票弃权。

本议案需提交公司股东大会审议。

（十二）审议通过《关于公司及子公司开展外汇衍生品交易的议案》

具体内容详见于2025年3月12日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的《舒华体育股份有限公司关于公司及子公司开展外汇衍生品交易的公告》（公告编号：2025-011）。

表决结果：9票赞成，0票反对，0票弃权。

（十三）审议通过《关于使用部分闲置自有资金进行现金管理的议案》

具体内容详见于2025年3月12日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的《舒华体育股份有限公司关于使用部分闲置自有资金进行现金管理的公告》（公告编号：2025-012）。

表决结果：9票赞成，0票反对，0票弃权。

（十四）审议通过《关于修订＜公司章程＞及其附件的议案》

具体内容详见于2025年3月12日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的《舒华体育股份有限公司关于修订＜公司章程＞及其附件的公告》（公告编号：2025-013）及《舒华体育股份有限公司章程》《舒华体育股份有限公司股东会议事规则》等文件。

表决结果：9票赞成，0票反对，0票弃权。

本议案需提交公司股东大会审议。

（十五）审议通过《关于公司2023年限制性股票激励计划第二个解除限售期解除限售条件未成就及回购注销部分限制性股票的议案》

具体内容详见于2025年3月12日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的《舒华体育股份有限公司关于2023年限制性股票激励计划第二个解除限售期解除限售条件未成就及回购注销部分限制性股票的公告》（公告编号：2025-014）及《舒华体育股份有限公司关于回购注销部分限制性股票减少注册资本及通知债权人的公告》（公告编号：2025-015）。

表决结果：6票赞成，0票反对，0票弃权。关联董事黄世雄、吴端鑫、傅建木回避表决。

本议案已经薪酬与考核委员会审议通过。

（十六）审议通过《关于2024年员工持股计划第一个锁定期解锁条件未成就的议案》

具体内容详见于2025年3月12日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的《舒华体育股份有限公司关于2024年员工持股计划第一个锁定期解锁条件未成就的公告》（公告编号：2025-016）。

表决结果：4票赞成，0票反对，0票弃权。关联董事张维建、杨凯旋、黄 世雄、傅建木和吴端鑫回避表决。

本议案已经薪酬与考核委员会审议通过。

（十七）审议通过《关于以集中竞价交易方式回购公司股份方案的议案》

具体内容详见于2025年3月12日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的《舒华体育股份有限公司关于以集中竞价交易方式回购股份的回购报告书》（公告编号：2025-017）。

表决结果：9票赞成，0票反对，0票弃权。

（十八）审议通过《关于公司＜2025年员工持股计划（草案）＞及摘要的议案》

具体内容详见于2025年3月12日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的《舒华体育股份有限公司2025年员工持股计划（草案）》及《舒华体育股份有限公司2025年员工持股计划（草案）摘要》。

表决结果：5票赞成，0票反对，0票弃权。关联董事张维建、杨凯旋、傅建木和吴端鑫回避表决。

本议案已经薪酬与考核委员会审议通过，需提交公司股东大会审议。

（十九）审议通过《关于公司＜2025年员工持股计划管理办法＞的议案》

具体内容详见于2025年3月12日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的《舒华体育股份有限公司2025年员工持股计划管理办法》。

表决结果：5票赞成，0票反对，0票弃权。关联董事张维建、杨凯旋、傅建木和吴端鑫回避表决。

本议案已经薪酬与考核委员会审议通过，需提交公司股东大会审议。

（二十）审议通过《关于提请股东大会授权董事会办理公司2025年员工持股计划相关事宜的议案》

为保障员工持股计划顺利实施，提请公司股东大会授权董事会办理与本次员工持股计划有关的事宜，包括但不限于：

1、授权董事会办理员工持股计划的变更和终止，包括但不限于按照员工持股计划草案的约定决定取消转有人的资格、增加持有人、持有人份额变动、办理已死亡持有人的继承事宜、提前终止本员工持股计划、修改归属期设置规则、制定并修改持股份额归属业绩要求等事项。

2、授权董事会对本员工持股计划的存续期延长和提前终止作出决定。

3、本员工持股计划经股东大会审议通过后，若在实施期限内相关法律、法规、政策发生变化的，授权公司董事会按照新的政策对员工持股计划作出相应调整。

4、授权董事会办理员工持股计划所涉及的相关登记结算业务及所需的其他必要事宜。

5、授权董事会办理本员工持股计划所涉证券及资金账户的相关手续及购买股票的锁定和解锁的全部事宜。

6、授权董事会签署与本员工持股计划相关的合同及协议文件。

7、授权董事会办理本员工持股计划所需的其他必要事宜，但有关文件明确规定需由股东大会行使的权利除外。

上述授权自公司股东大会通过之日起至本员工持股计划实施完毕之日内有效。

表决结果：5票赞成，0票反对，0票弃权。关联董事张维建、杨凯旋、傅建木和吴端鑫回避表决。

本议案需提交公司股东大会审议。

（二十一）审议通过《关于对外捐赠的议案》

具体内容详见于2025年3月12日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的《舒华体育股份有限公司关于对外捐赠的公告》（公告编号：2025-018）。

表决结果：9票赞成，0票反对，0票弃权。

本议案需提交公司股东大会审议。

（二十二）审议通过《关于提请股东大会授权董事会办理以简易程序向特定对象发行股票的议案》

具体内容详见于2025年3月12日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的《舒华体育股份有限公司关于提请股东大会授权董事会办理以简易程序向特定对象发行股票的公告》（公告编号：2025-019）。

表决结果：9票赞成，0票反对，0票弃权。

本议案需提交公司股东大会审议。

（二十三）审议通过《关于提请召开公司2024年年度股东大会的议案》

具体内容详见于2025年3月12日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的《舒华体育股份有限公司关于召开2024年年度股东大会的通知》（公告编号：2025-020）。

表决结果：9票赞成，0票反对，0票弃权。

（二十四）听取《公司2024年度董事会审计委员会履职情况报告》

具体内容详见于2025年3月12日在上海证券交易所网站（HYPERLINK “http://www.sse.com.cn”）披露的《舒华体育股份有限公司董事会审计委员会2023年度履职情况报告》。

“www.sse.com.cn）披露的《舒华体育股份有限公司2024年度董事会审计委员会履职情况报告》。

（二十五）听取《公司2024年度独立董事述职报告》

具体内容详见于2025年3月12日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的《舒华体育股份有限公司2024年度独立董事述职报告》。

特此公告。

舒华体育股份有限公司董事会
2025年3月12日

公司代码：605299　公司简称：舒华体育

舒华体育股份有限公司 2024年年度报告摘要

第一节 重要提示

1、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www.sse.com.cn网站仔细阅读年度报告全文。

2、本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

3、公司全体董事出席董事会会议。

4、天健会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

5、董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

公司以未来实施2024年年度利润分配方案时股权登记日登记的总股本扣除回购专用账户中累计已回购的股份数量为基数，向全体股东每10股派发现金红利2.00元（含税）。本次利润分配不进行公积金转增股本，不进行其他形式利润分配。

第二节 公司基本情况

1、公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	舒华体育	605299	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	傅建木	江萱
联系地址	泉州台商投资区二路口莲内188号舒华二期	泉州台商投资区二路口莲内188号舒华二期
电话	0595-85933668	0595-68097629
传真	0595-68097905	0595-68097905
电子信箱	fujm@shuhua.com	jiangy@shuhua.com

2、报告期公司主要业务简介

1、健身器材行业

随着全民健身活动的深入开展和体育大国向体育强国的逐步迈进，我国国民经济不断向前发展，居民的物质生活水平显著提升，健身消费需求也逐渐发生了转变，对产品专业性、安全性、便利性、智能化等要求越来越高。同时，在互联网的快速发展下，体育消费作为物质和精神相结合的享受性和发展性消费的一部分，人们的健身意识不断增强，购买健身器材的人群逐渐增加，健身人群与行业规模正不断增长，市场份额的持续走高，体育产业呈现市场化、大众化的发展趋势。

与此同时，国家高度重视体育产业及全民健身运动的发展，频繁出台利于健身器材行业发展的各项政策。报告期内，《2024年群众体育工作要点》《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》《关于推进健康乡村建设的指导意见》等政策的相继推出，促进健身器材行业继续保持稳定增长，为提高国民健康水平和推动体育产业发展做出更大贡献。

2024年2月29日，国家体育总局办公厅印发《2024年群众体育工作要点》，该《要点》进一步提出：深入实施“全民健身场地设施提升行动”，推动基本公共服务均等化。围绕解决群众“健身去哪儿”难题，统筹做好政策出台、场地设施建设与开放、管理服务与监督工作，扩大场地设施供给。建设小型健身中心、小型体育公园、小型健身设施、群众滑冰场、县级多功能运动场等，持续开展“国球进社区”、“国球进公园”等活动。重点抓好老旧城区和人口密集区、农村地区以及适老化、适儿化场地设施建设。做好行政村农民体育健身工程健身器材的维修更新、提质增效。

2024年6月13日，国家发展改革委等5部门联合发布《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》，该《措施》提出拓展文娱体育消费空间，推进体育公园、全民健身中心等健身场地建设，打造一批高质量户外运动目的地，引导和扩大体育休闲消费。鼓励和引导开展“村BA”“村超”“村排”“村跑”等富有农趣农味的乡村赛事活动。开展“体育赛事进景区、进街区、进商圈”“跟着赛事去旅行”“户外运动 活力山水”行动计划等促消费品牌活动。

2024年8月1日，国家卫生健康委、国家医疗保障局、民政部等14个部门联合制定并发布《关于推进健康乡村建设的指导意见》。其中指出加强农村地区全民健身公共服务体系建设，开展针对青少年近视等问题的体育干预，配备适合学龄前儿童大动作发展和身体锻炼的设施设备。举办乡村体育赛事活动，促进三大球、乒乓球、太极拳、八段锦等项目在农村推广普及。强化农村地区营养指导员、社会体育指导员队伍建设，开展农村地区全民健身志愿服务，推动居民合理膳食和健身生活化、普及化。

2024年8月3日，国务院印发《关于促进服务消费高质量发展的意见》，《意见》提出：在体育消费方面，盘活空置场馆场地资源，引导社会力量依法依规改造旧厂房、仓库、老旧商业设施等，增加体育消费场所。鼓励举办各类体育赛事活动，创建具有自主知识产权的赛事品牌，申办或引进有影响力的国际顶级赛事，培育专业化运营团队。引导各地推出特色鲜明的群众性体育赛事活动。积极发展冰雪运动，持续推动冰雪运动在全国普及发展。深化促进体育消费试点工作，培育一批国家体育产业和体育旅游发展载体。

2024年11月26日，国家体育总局、国家民委等7部门联合印发《关于体育促进铸牢中华民族共同体意识的指导意见》，《意见》提出，到2030年，体育促进铸牢中华民族共同体意识取得显著成效、民族地区的体育健身活动更加丰富，中华传统体育文化的影响力明显提升，高素质体育人才队伍不断壮大；民族地区全民健身公共服务体系全面建成，实现民族地区县（市、区）、乡镇（街道）、行政村（社区）三级公共健身设施全覆盖；围绕着民族地区体育事业高质量发展，抓实一批中华传统体育示范项目，打造一批知名体育赛事，推出一批体育旅游精品线路，组织一批体育促进各民族交往交流交融活动，培育一批体育人才基地；各族群众的体育意识、健康意识、中华民族共同体意识显著增强，获得感、幸福感和归属感显著提升，全民健身、全民健康与铸牢中华民族共同体意识工作深度融合。

国家持续出台并实施一系列能够推动体育产业发展的优惠政策，不断加大对体育产业的扶持力度，满足广大人民群众参与体育运动的需求，将为健身器材及健身服务行业带来发展新空间和利好趋势，有利于健身器材行业的市场拓展和壮大。

2、展示架行业

展示架行业的发展主要依赖于零售业的发展需要，特别是以终端实体店形式出现的零售业态对展示架行业的发展起到了重要的推动作用。上世纪，由于货物相对短缺，消费者更注重产品的实用性，我国商品零售行业粗合布置形式较为单一，商品简单陈列，商家不注重产品的展示性。展示架行业具有一定程度的集中度，竞争存在一定的区域性；客户需求变化快，终端店形象换代周期缩短，中高端客户对一站式服务需求增强；供应链快速反应成竞争焦点，能够快速捕捉到顾客的需求，缩短整体的交货提前期。

进入21世纪，随着经济的发展，连锁经营的模式得到了广泛推广，市场竞争也进一步加剧，商家逐步意识到终端销售的重要性，特别是近几年，互联网技术的不断进步，线上购物对线下购物形成了一定的冲击，但实体店仍然是消费者接触商品、获得体验感的重要渠道，线下渠道仍具有极强的不可替代性。中国连锁经营协会公布的“2023年中国连锁Top100”显示，2023年，连锁Top100企业销售规模为2.03万亿元，门店总数22.66万个，分别比上年的连锁Top100增长4.6%和8.3%。

伴随着零售行业的发展以及商家及消费者对商品陈列的关注度提升，展架行业迎来更加多元化的消费需求，具有广阔的发展前景。

公司是国内领先的科学运动服务商，是一家集产品研发、生产制造、营销推广、品牌运作于一体的规模化的制造类企业，致力于为家庭用户、政府及企事业单位等提供健身器材、为知名品牌企业提供展示架等产品，是国内最具实力的健身器材和展示架制造企业之一。2017年，被国家体育总局评为“国家体育产业示范单位”；2017-2023年，公司连续七年入选“中国轻工业健身器材行业十强企业”。

公司产品主要分为健身器材和展示架。其中，健身器材主要分为室内健身器材和室外路径产品，具体如下表所示：

产品类别	细分品类	特点
健身器材	室内健身器材	室内健身器材是指在健身俱乐部、酒店、家庭等室内场所设置的健身器材，主要包括跑步机、健身车、力量器械、倒立机等。报告期内公司室内健身器材主要客户为境内外企业客户及个人消费者等。
	室外路径产品	室外路径产品是指在社区、公园等公共场合设置的，供民众健身娱乐使用的体育器械及体育场馆设施，主要面向政府及企事业单位等全民健身采购类客户。报告期内，公司的室外路径产品的主要客户为各地体育局及企事业单位。
展示架		展示架产品主要是为安踏体育、特步等运动鞋服品牌企业提供的商品展示道具，用于其终端零售实体店商品的摆放展示，包括靠墙、挂具、中岛、展台及配套等多个系列。

公司具备独立的研发、采购、生产和销售体系，能够根据市场需求和公司自身状况等灵活开展经营活动。各业务环节主要模式如下：

1、采购模式

公司制定了《采购管理制度》《供应商管理制度》及《器材项目采购作业管理规定》《展架采购作业管理规定》等一系列严格的采购管理规度，对采购过程进行有效管理和规范，加强内部采购流程管控和对供应商的考核评估，以确保和提高原材料的采购质量、控制采购成本、保证供货的及时性，建立稳定的采购体系。

2、生产模式

公司主要产品为健身器材及展示架产品，公司各类产品通过不同模式进行生产，具体如下表所示：

产品类别	细分品类	生产模式
健身器材	室内健身器材	库存式生产：公司业务部门根据历史的销售记录以及市场情况进行销售预测，并将预测数下达生产部门进行生产，公司保证一定的库存量。
	室外路径产品	以销定产：公司生产管理部根据销售订单将其转换成物料需求计划及生产计划，并对销售订单的数量与交货期进行评审，以满足交货期。
展示架		以销定产：展架事业中心生产管理部根据销售订单将其转换成物料需求计划及生产计划，并对销售订单的数量与交货期进行评审，以满足交货期。

3、主要销售模式

公司各类产品采用多样化的渠道和模式进行销售，线下公司主要通过经销和直销模式，线上公司主要通过天猫及淘宝、京东等电商渠道。

（1）公司与经销商的合作模式

公司与经销商每年度签订《销售合同书》，合同内明确约定了销售方式为买断式销售，并要求经销商负责产品的运输工作，对品牌形象维护、门店人员配置、价格政策以及售后服务等方面作出具体要求。

公司对经销商采用统一的《经销商供价明细表》，但根据不同经销商的目标业务量完成情况对部分商品的价格做适当调整。报告期内，公司的主要经销商群体保持稳定。截至报告期末，公司共有经销商260余家，经销商以专卖店、购物中心中设立店中店以及融合健身服务的新型门店等多种形式覆盖各级市场。

（2）公司电商销售渠道

公司主要通过天猫、淘宝、京东、唯品会、抖音等平台销售健身器材。从销量情况看，电商渠道主要销售的是室内健身器材，室外路径产品较少。

（3）政府采购业务的销售模式

公司面向体育局、政府部门及企事业单位等采购类客户，主要销售室外路径产品，即在社区、公园等公共场合设置的，供民众健身娱乐使用的体育器械；此外，随着“百姓健身房”、“智慧社区”等项目的建设，政府订单中也包括部分室内健身器材产品。公司的室外路径产品业务获取政府订单主要通过各地体育局等政府单位的招标采购程序进行，未达到当地政府招标限额标准的项目则通过竞争性磋商或竞争性谈判等法律允许的方式进行。

3、公司主要会计数据和财务指标

3.1 近3年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2024年	2023年	本年比上年增减(%)	2022年
总资产	2,025,536,312.37	1,965,245,955.29	3.07	1,836,116,456.45
归属于上市公司股东的净资产	1,282,544,804.67	1,316,534,360.24	-2.58	1,288,226,120.07
营业收入	1,417,094,638.60	1,422,270,424.47	-0.36	1,351,605,627.93
归属于上市公司股东的净利润	90,332,865.91	128,970,181.90	-29.96	109,555,022.79
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	69,540,956.53	115,680,130.15	-39.89	89,615,043.33
经营活动产生的现金流量净额	109,355,264.67	236,280,184.03	-53.72	213,702,969.47
加权平均净资产收益率(%)	7.17	10.11	减少2.94个百分点	8.66
基本每股收益(元/股)	0.22	0.31	-29.03	0.27
稀释每股收益(元/股)	0.22	0.31	-29.03	0.27

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度（1-3月份）	第二季度（4-6月份）	第三季度（7-9月份）	第四季度（10-12月份）
营业收入	271,184,338.90	300,229,836.63	332,633,102.23	513,047,360.84
归属于上市公司股东的净利润	13,313,177.54	25,078,384.31	12,429,759.53	39,511,544.53
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	11,284,262.74	13,542,408.64	9,384,811.69	35,329,473.46
经营活动产生的现金流量净额	-31,562,272.60	-6,282,544.64	26,739,291.72	120,460,790.19

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用 √不适用

4、股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前10名股东情况

单位：股

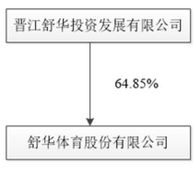
截至报告期末普通股股东总数(户)	15,785
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	19,790
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	不适用
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)	不适用

前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）

股东名称（全称）	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
晋江舒华投资发展有限公司	0	266,983,760	64.85	0	无	0	境内非国有法人
林芝安大投资有限公司	0	17,827,661	4.33	0	无	0	境内非国有法人
张维建	0	16,759,567	4.07	0	无	0	境内自然人
张锦鹏	0	14,204,489	3.45	0	无	0	境内自然人
舒华体育股份有限公司－2024年员工持股计划	3,270,141	3,270,141	0.79	0	无	0	其他
张美凤	379,000	2,078,000	0.50	0	无	0	境内自然人
MORGAN STANLEY & CO. INTERNATIONAL PLC.	1,007,099	1,242,739	0.30	0	无	0	其他
晋江市元诚私募基金有限公司－元诚日昇1号私募证券投资基金	285,800	1,129,100	0.27	0	无	0	其他
李建华	0	918,200	0.22	0	无	0	境内自然人
晋江市元诚私募基金有限公司－元诚日昇3号私募证券投资基金	92,400	905,900	0.22	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	关联关系：张维建和张锦鹏为父子关系；张维建系舒华投资的实际控制人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

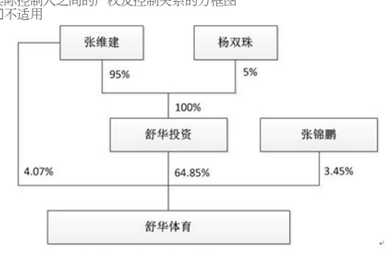
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前10名股东情况

□适用 √不适用

5、公司债券情况

□适用 √不适用

5.1 公司所在年度报告批准报出日存续的债券情况

单位：元 币种：人民币

债券名称	简称	代码	到期日	债券余额	利率(%)

5.2 报告期内债券的付息兑付情况

□适用 √不适用

5.3 报告期内信用评级机构对公司或债券作出的信用评级结果调整情况

□适用 √不适用

5.4 公司近2年的主要会计数据和财务指标

□适用 □不适用

单位：元 币种：人民币

主要指标	2024年	2023年	本期比上年同期增减(%)
资产负债率(%)			
扣除非经常性损益后净利润	69,540,956.53	115,680,130.15	-39.89
EBITDA全部债务比			
利息保障倍数			

第三节 重要事项

1、公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

2024年，公司进一步明确了“科学运动服务商”的品牌价值定位，并持续秉承以“精产品、强品牌、深渠道、高效率”为核心的四大战略抓手，将“科学运动”全面融入产品服务、品牌营销、经营管理、社会责任等各个方面。具体举措如下：

（一）精产品：四驱协同，打造产品竞争优势

1、精准企划，落实产品定位

公司精准洞察市场动态，明确具体市场需求，确立清晰的产品定位，制定科学合理的销售目标，全方位提升产品的市场竞争力，致力于实现公司长期发展目标。在报告期内，公司对市场、客户等多源数据进行深度分析，依托市场反馈和用户需求分析结果，为精准企划提供了坚实可靠的数据支撑。同时，公司定期对末位老品进行评估清退，持续推动现有产品的优化升级。此外，还加强了对新品量产阶段的监督管控工作，并针对各新品项目总结经验，形成常态化工作机制。

2024年，公司成功完成近百款产品的开发并顺利推向市场，新品上市及时率达到100%，新品销售达成率较以往实现同比提升。

2、精研设计，打造极致产品力

公司始终坚持“产品智能化、运动娱乐化、运动科学化”的发展思路，为产品科技赋能，帮助用户实现科学运动。报告期内，公司精心设计产品细节，致力于打造产品力及品牌口碑，力求提升用户体验和用户粘性。2024年，公司携手权威机构与专家共同研发的行业首款搭载专属运动处方系统的I5智能跑步机成功上线，跑步机配备AI语音实时指导功能，打破了传统健身器材的局限，为家庭用户带来全新的科学跑步体验。报告期内，该产品销售表现优异。公司持续对软硬件进行改造升级，推出跑步机E7、E8系列炫彩屏版本，优化显示屏界面内容，提升操控便捷性；同时对力量器械产品进行改进，实现了运动轨迹的精准调整。在智能设备领域，公司自主开发了Vital OS触屏新系统，显著增强了产品在健身程序、智能化功能以及虚拟场景体验方面的竞争力。

2024年，公司成果丰硕，共获得超40项专利授权，其中包括12项发明专利、22项实用新型专利及14项外观设计专利，截至报告期末，公司已取得390余项国家专利，并主导、参与超40项国家及行业标准制定。此外，公司的产品还荣获了“2024年福建省用户满意产品”、“思诺行（体育器材类）金奖”、“老年人室内运动健康设施产品金奖”、“2024体博会‘创新推优大奖’（I5智能跑步机及速度与力量反馈系统2.0）”等多项荣誉。2024年12月，公司的“智能室外健身房及速度与力量反馈系统2.0”成功入选国家工业和信息化部、国家体育总局联合发布的《2024年智能体育典型案例》。在产品配置上，舒华智能室外健身房全面兼顾各年龄段人群的健身需求，尤其在老年人和青少年健身配套方面表现卓越，该产品融入了智能化、科学化的设计理念，实现了老年人与青少年之间的健身互动，有力推动了健身领域适老化与适儿化的发展进程。

3、精益制造，引领生产革新

公司加强生产过程管控，搭建完善的调度系统，依据实际业务需求，制定出科学合理的生产计划，并结合实时生产状况，对计划进行动态、精准的调整。与此同时，公司严格遵循生产标准和操作规程，一方面，精心制定了详细且明确的生产工艺标准和操作规范，清晰界定了每个生产环节的操作要求和质量标准；另一方面，着重加强生产调度管理工作，通过有效的监控手段及时掌握生产进度，全力确保生产计划得以高效执行。

4、精耕品质，推动产品质量改进

公司创新应用数据管控模型，构建了涵盖八大维度的数据监控体系，同时设定了相应警戒目标管理机制，以此提前开展质量预防管控工作，将潜在的质量问题扼杀在萌芽状态。在流程优化方面，公司全面梳理并规范标准化流程体系，深入分析生产过程中存在的问题以及操作瓶颈，针对性地对生产流程进行优化和改进，提升生产效率和质量。为确保生产过程的规范性和稳定性，公司建立了常态化的监督及检查机制，通过完善生产责任制，让生产工序实现专人专项负责，清晰明确各部门和岗位的职责与权限，定期开展抽查巡检工作。同时，公司大力推进质量改善提案的落地实施，从设计、来料、制程及市场服务等全流程入手，全面提升产品品质。

（二）强品牌：多维度创新，点亮中国智造

1、公益并行，引领品牌多元化

报告期内，公司通过活动赞助、赛事合作、爱心助学等多种形式，积极参与“2024厦门环东半程马拉松赛”、“深圳南山半程马拉松”、“奥运健儿公益服务大行动”、“科学运动，舒展童心”等公益活动与扶贫项目。在这些活动中，公司切实履行社会责任的同时充分展现体育风采、大力推广科学运动理念，加强了品牌与消费者之间的深度互动，有效提升了品牌的社会影响力和公众认知度。在公司主动发起的“阿波罗公益跑”项目里，借助抖音、小红书等主流平台构建内容矩阵，开展线上互动挑战，成功实现品牌破圈。

公司在健身服务领域积极探索并开展创新合作，通过跨界合作、联名推出限定产品等形式，打造多元化内容生态，例如与暴凯独角兽合作，解锁IP打卡任务，既满足消费者对自律健身的追求，又持续吸引了众多年轻消费者的关注。与天猫携手举办“跑向巴黎”一万公里创意跑步接力赛，借助产品、场景、服务、营销等多元化渠道组合，凭借“冠军背书+奥运主题+赛事话题”的多触点组合营销方式，助力跑者浪漫奔赴。这系列举措进一步巩固了品牌知名度与消费者的信任感，推动了品牌的年轻化与时尚化，让“舒华健身”走进大众视野，强化了舒华品牌在消费者心中的专业运动品牌形象。

2、合作赋能，共筑品牌国际新篇章

2024年，公司与国内外权威机构之间展开了深度战略合作，与中国体育科学学会、上海体育大学在科学运动发展报告方面的合作，有效推动了科学运动理念的普及，充分建立了合作资源储备，进一步巩固了国内领先的健身器材行业地位

作为中国奥委会官方健身器材供应商以及2024年奥运会中国体育代表团官方健身器材供应商，公司成功入驻巴黎奥运会“中国之家”，为中国奥委会提供产品和健身服务。借此契机，公司向世界展示了中国制造的魅力，彰显了品牌的专业与品质服务。与此同时，公司积极参与全球各大展会、论坛活动，在德国FIBO、IWF国际健身展、IHRSA 2024等国际展会上，公司携多款高端健身产品亮相，充分展示了舒华在运动装备领域的品牌成果和创新能力，为国际客户提供了更优质的科学运动选择，推动了品牌全球化布局。

（三）深渠道：多领域市场拓展，赋能企业稳健发展

1、深耕细分市场，境内外市场并重发展

公司秉持长远发展的理念，持续优化与完善可持续发展的经销商体系，精心制定目标台账，打好微型战役。对各系统业务线精耕细作，实现有效突破，通过会议活动推动校园圈层搭建，深化校企合作；借助政府项目经验拓展公安圈层，促成单体系业务迅速增长；深入触达企事业工会系统，推动战略客户的开发与合作，实现项目转化。

公司不断优化市场布局，采取差异化策略精准施策。针对薄弱市场，进行多维度优化调整，为市场后续拓展筑牢基础；针对核心市场，调配优秀人员进行管理，强化资源倾斜力度，全力推动区域发展进程。2024年，公司区域市场拓展成效显著，成功在济南、杭州、青岛、上海等地区实现市场新突破，为业务注入新动力。公司通过优化业务布局，完善业务管理体系、开发新客户的同时兼顾老客户的稳步成长，推动经销商团队的良性发展。

2024年，公司国际业务成绩斐然，实现显著增长，成功进军英国、意大利、西班牙、土耳其等多个国家和地区，新增客户超40个、有效推动自主品牌国际客户的增长。目前，公司全球业务已覆盖80多个国家和地区，国际市场影响力逐步扩大。报告期内，公司成功与拉美最大连锁健身俱乐部巴西Smart Fit Group建立合作，产品顺利入驻巴西、智利、秘鲁等国际市场，舒华产品已与超过150家巴西健身房达成合作。

2、融合营销双轮驱动，释放消费新动能

公司积极响应“消费品以旧换新”国补政策，通过政企联动发挥品牌优势，有效释放消费潜力，带动跑步机、椭圆机、健身车等品类销售额同比增长。2024年，舒华E7、E8系列产品在天猫平台同价位段品类排名第一，椭圆机品类产品销售额同比增长超100%。

在营销方面，公司紧跟赛事热点，结合巴