证券代码:002899　　证券简称:英派斯　　公告编号:2025-012

青岛英派斯健康科技股份有限公司 关于2024年度利润分配方案的公告

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。

一、审议程序

青岛英派斯健康科技股份有限公司(以下简称"公司")于2025年4月25日召开第四届董事会2025年第三次会议、第四届监事会2025年第二次会议,审议通过了《2024年度利润分配方案》,本利润分配方案尚需提交公司股东大会审议。

二、2024年度利润分配方案基本内容

经和信会计师事务所(特殊普通合伙)审计,2024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109,118,795.62元,母公司实现净利润为118,744,841.03元。截至2024年12月31日,公司合并报表累计未分配利润为522,343,190.94元,母公司累计未分配利润为621,359,934.13元。

根据证监会《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》、《深圳证券交易所股票上市规则》及《青岛英派斯健康科技股份有限公司章程》(以下简称《公司章程》)等规定,结合公司实际生产经营情况及未来发展前景,公司拟定2024年度利润分配方案如下:以公司总股本147,796,976股扣除公司回购专用账户中1,256,700股之后的146,540,276股为基数,向全体股东每10股派发现金红利0.75元(含税)。合计派发现金红利总额10,990,520.70元(含税),剩余未分配利润结转至下一年度。公司2024年度不以公积金转增股本,不送红股。

在利润分配方案公告后至实施前,公司总股本由于股份回购、股权激励、发行新股等原因而发生变动的,则以实施分配方案股权登记日时享有利润分配权的股份总额为基数,按照现金分红总额不变的原则进行相应调整。

三、现金分红方案的具体情况

(一)2024年度现金分红方案不触及其他风险警示情形

1、现金分红方案指标

项目	本年度	2023年度	2022年度
现金分红总额(元)	10,990,520.70	10,404,359.60	7,560,000.00
回购注销总额(元)	0.00	0.00	0.00
归属于上市公司股东的净利润(元)	109,118,795.62	88,164,055.52	65,664,553.48
合并报表本年度末累计未分配利润(元)	522,343,190.94		
母公司报表本年度末累计未分配利润(元)	621,359,934.13		
上市是否满三个完整会计年度	是		
最近三个会计年度累计现金分红总额(元)	28,954,880.30		
最近三个会计年度累计回购注销总额(元)	0.00		
最近三个会计年度平均净利润(元)	87,649,134.87		
最近三个会计年度累计现金分红及回购注销总额(元)	28,954,880.30		
是否触及《股票上市规则》第9.8.1条第(九)项规定的可能被实施其他风险警示情形	否		

2、2024年度利润分配方案未触及其他风险警示的情形及其原因

公司最近一个会计年度净利润为正值,且合并报表、母公司报表年度末未分配利润均为正值,最近三个会计年度累计现金分红金额为28,954,880.30元,占最近三个会计年度年均净利润(87,649,134.87元)的33.03%。不触及《深圳证券交易所股票上市规则》第9.8.1条规定的可能被实施其他风险警示情形。

(二)本年度利润分配方案的合理性说明

1、公司2024年度现金分红比例低于当年净利润30%的原因

鉴于公司战略发展需要,公司未来应处于快速发展及扩张阶段,产能建设、生产研发、产业布局均需要公司持续的资本投入。综合考虑公司现在所处行业情况,结合公司实际经营情况,为有效推动公司经营计划和建设项目的顺利实现,确保自身发展的资金需求,在保障股东合理回报的同时兼顾公司长期发展,公司根据《公司章程》规定的现金分红原则,拟定上述利润分配方案。

2、公司留存未分配利润的预计用途及收益情况

为满足公司日常经营和长期发展资金需求,公司留存未分配利润将主要用于满足公司日常经营需要,支持公司各项业务的开展以及补充流动资金、生产经营发展和以后年度利润分配等,为公司稳健、可持续发展提供可靠的保障。

3、为中小股东参与现金分红决策提供便利情况

公司利润分配方案尚需提交公司2024年年度股东大会审议,公司股东大会将采取现场会议与网络投票相结合的投票方式进行表决,为中小股东参与现金分红决策提供便利。

4、为增强投资者回报水平拟采取的措施

公司于2025年4月25日召开的第四届董事会2025年第三次会议审议通过了《关于制定<青岛英派斯健康科技股份有限公司未来三年(2025—2027年度)股东回报规划>的议案》,未来三年在满足现金分红的条件下,公司以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的10%。

公司将继续秉承为投资者带来长期持续回报的经营理念,严格按照相关法律法规和《公司章程》的规定,综合考虑与利润分配相关的各种因素,从有利于公司长远发展和投资者回报的角度出发,积极履行公司的利润分配政策,与广大股东共享公司发展成果,持续增强广大投资者的获得感。

四、备查文件

1、第四届董事会2025年第三次会议决议;

2、2024年度审计报告。

特此公告。

青岛英派斯健康科技股份有限公司

董事会

2025年4月25日

证券代码:002899　　证券简称:英派斯　　公告编号:2025-017

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2024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2024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33,461,861.49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	14,044,934.82
其中:应收账款坏账准备	14,797,516.40
其他应收款坏账准备	-1,107,346.61
应收票据坏账准备	354,765.03
资产减值损失	19,416,926.67
其中:存货跌价准备	10,535,474.78
合同资产减值准备	8,881,451.89
合计	33,461,861.49

本次计提资产减值准备计入的报告期间为2024年1月1日至2024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,通过违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33,461,861.49元,相应减少公司2024年度利润总额33,461,861.49元。

特此公告。

青岛英派斯健康科技股份有限公司

董事会

2025年4月25日

证券代码:002899　　证券简称:英派斯　　公告编号:2025-011

青岛英派斯健康科技股份有限公司 2024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146,540,276为基数,向全体股东每10股派发现金红利0.75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	张瑞	陈媛	
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

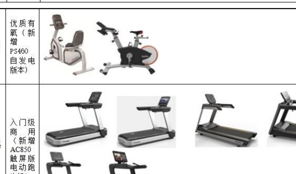
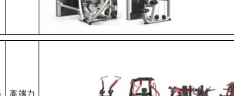
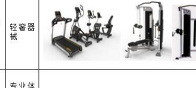
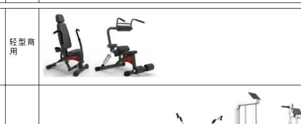
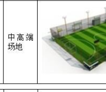
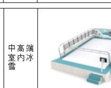
公司是一家专注于全品类、多系列健身器材开发制造及销售、品牌化运营的知名厂商,致力于为满足消费者多样化的健身需求,提供兼具功能性、智能化与安全性的各式健身器材。

以自主品牌产品为基础,公司已在国内初步建立起经销和直营相结合的全国销售网络,覆盖34个省级行政区。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:

产品大类	产品系列	产品定位	产品图示
	数字化健身房	智能化健身房解决方案含智能硬件(会员自助服务机、双目人脸识别、闸机、智能体测仪、操房课表、空气环境检测仪、电子显示屏、智能更衣柜等)及软件管理系统	
商用产品	R系列	高端有氧	
商用产品	X系列	高端新有氧	
商用产品	P系列	优质有氧(新增PS460自发电版本)	
商用产品	AC系列	入门级商用(新增AC850触屏版电动跑步机)	
商用产品	G系列	轻型商用	
商用产品	FG系列	轻商用	
商用产品	ISR系列	智能交互	
商用产品	EXO-FORM系列	高端力量	
商用产品	ECP系列	高端力量	
商用产品	IT系列	优良力量(新增三款)	
商用产品	SL系列(含SL-ELITE RACK)	优良力量(新增两款)	
商用产品	IF系列	入门级力量	
商用产品	IFP系列	入门级挂片式力量	
商用产品	ENCORE系列	轻器械	
商用产品	HI-ULTRA系列	专业体能训练(新增HC005攀爬机)	
商用产品	RE-LIFE系列	轻型商用	
商用产品	HSP系列(含力量训练架器械、力量训练架选配附件、配套训练器械、气阻训练器械)	专业体能训练	
商用产品	HSP系列(含力量训练架器械、力量训练架选配附件、配套训练器械、气阻训练器械)	Mega Space(MS)模块化体能训练站	
商用产品	Zone系列	团体功能性训练	
家用产品	家用跑步机系列	家用有氧	
家用产品	家用健身车系列	家用有氧	
家用产品	滚加系列	家用产品	
户外产品	风帆系列	高端户外	
户外产品	非凡系列	优良户外	
户外产品	亲子互动系列	中端户外	
户外产品	常规系列	中端户外	
户外产品	智慧路径	高端户外	
户外产品	场地设施	中高端场地	
冰雪运动产品	滑雪模拟机	中高端室内冰雪	
冰雪运动产品	仿真冰场地设施	中高端室内冰雪	

(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。生产管理部编制生产主计划并细分到日计划,同时编制生产物料需求计划,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。由国内外业务部门下达销售订单,生产管理部依据销售订单要求的交期、物料、设备、产能等情况均衡编制生产计划下达生产指令,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,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、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,连续三年入选青岛金花培育企业,现为"中国体育用品业联合会全民健身器材专业委员会委员单位"、"中国教育装备行业协会会员单位"、"高新技术企业"、"山东省体育产业示范单位"、"全国国标五星级售后服务企业",并曾被评选为"中国健身器材制造行业室外健身器材示范生产企业"、"全国轻工业卓越绩效先进企业"、"2017-2022年中国文教体育用品行业突出贡献先进企业"、"中国健身器材行业最具影响力品牌"、"2017至2023年度标准化工作先进单位"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

2024年国际经济形势不确定性明显增强,地缘政治冲突加剧,中国与以美国为代表的部分欧美发达国家关系的不确定性持续增强;与此同时,全球供应链和价值链正在从链式结构向集团化结构转变,成为改变世界经济结构、加速经济发展的重要推动力。国内经济方面,中国作为全球第二大经济体,在全球经济中的地位愈发凸显,成为全球经济的关键增长极。面对复杂严峻的外部环境,中国经济彰显出强劲韧性和巨大潜力,随着各类扩大内需的政策措施逐一落地,社会经济呈现温和修复态势并持续释放内需潜力。在国内外市场需求进一步恢复的情况下,国内生产制造业整体也在稳步回升,扎实推进高质量发展。

2024年是公司生产数智转型、提质增效的奠基之年。在国际国内经济格局深度调整、行业发展飞速变革的大环境下,公司坚持稳中求进、变革创新的工作基调,不断加强自身建设,探索企业发展新思路,发挥示范带头作用,扎实推进各项业务发展。报告期内,公司实现营业收入121,385.76万元,比上年同期上涨35.58%,实现归属于母公司股东的净利润10,911.88万元,比上年同期上涨23.77%。公司在复杂的内外部环境下,营业收入和归属于母公司股东的净利润均实现大幅增长,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、国际市场销售迅猛增长

各国人群健康意识和生活水平的逐年提升,是推动全球健身器材市场规模持续稳健增长的关键因素。除此之外,收入的增加、人口的增长、肥胖的增加以及新型健身俱乐部的兴起等因素也是推动健身市场发展的主要因素。从全球健身产业布局来看,北美、欧美等发达国家和地区拥有成熟的健身文化和消费能力,是全球最大的健身器材市场;从运动健身趋势来看,随着健身行业逐步回归常态化和大众化,增肌、减重、塑形仍然是健身人士的首要健身目标。面对多元化的用户属性与需求,公司从优化资源配置、加快产品研发、拓展消费市场等多方面积极推进海外市场OEM/ODM产品和自主品牌产品战略销售及市场开拓工作,充分发挥"链主"企业引领带头作用,成为推动产业链增长的重要引擎。

报告期内,公司实现国外销售收入95,501.14万元,较上年同期上涨45.89%,占公司营业收入比例为78.68%,成绩亮眼。

(1)OEM/ODM出口业务增长迅速

在OEM/ODM产品业务领域,在传统制造产业向智造创新变革的时代背景下,公司积极调整产品结构和市场战略,凭借多年前瞻的产品研发能力和丰富的产品体系,进一步加强同原有客户的沟通对接,积极推动同业界头部品牌公司的合作,内挖潜能外拓合作,高效完成新项目拓展工作。随着客户的需求日趋多元化,公司针对OEM/ODM客户特别采用以销定产的定制化生产模式,由客户提出需求或提供设计图纸,依据其在应用场景、技术指标、实现功能和产品外观等方面的差异化需求进行深入研发并投入生产。报告期内,公司多项重要新项目顺利推进及突破,实现与新客户的稳健合作,实现10余款产品的量产出货以及完成部分产品打样、试产工作。

(2)自主产品出口销售网络扩张显著

在自主产品业务方面,报告期内公司进行了近50款新产品的开发和驱动,涵盖AC8系列、ECP系列等系列产品;同时,全年参加了全球多个国家和地区的重大赛事活动及展会,及时更新社媒信息和产品动态,展示公司核心产品与技术优势,提升了品牌知名度与国际影响力,吸引了更多国际客户的关注。随着美洲当地经济强势复苏、南亚及中东板块的崛起,加之借力前期公司团队对海外部分市场策略的战略性调整,公司于报告期内实现了美洲、欧洲、非洲和亚太地区业绩的全面增长。

2、国内市场全方位协同发力

近年来,我国高度重视体育产业的发展,相继出台《体育强国建设纲要》、《全民健身计划》、《2024年群众体育工作要点》等纲领性文件,修正《中华人民共和国体育法》,鼓励社会各界对健身行业投入更多资金,加大全国范围内健身基础设施建设,构建更高水平的全民健身公共服务体系,扩大体育产品和服务的供给,以提高全民健身活动的参与度,切实提升广大群众参与健身的获得感、满足感、幸福感,实现全民健康与经济社会的良性协调发展。

随着我国经济的继续发展,政府持续推动健身行业发展的政策加码以及人民群众自身对于参与健身锻炼以实现健康、增强体魄意愿的加大,人均参与体育运动的频次在持续上升,由此伴随着我国健身器材的消费量及健身训练器材的市场规模稳定扩张。智能健身器材逐渐因科技的进步和消费者对健康管理需求的提升而成为市场的新宠。同时,健身器材的设计更加注重人体工程学,更加人性化。另外,视频平台的持续发展渗透,健身宣传逐步深入人心,叠加现代人身材焦虑、精神需求增长的带动,健身爱好者人群数量持续增长。公司一方面全面推动新产品上线,丰富健身产品体系以满足不同用户的健身需求;另一方面,积极铺设线上线下销售渠道,稳步推进渠道下沉,持续推进商用、家用、户外、冰雪运动等细分市场布局,形成覆盖全人群、全场景、全需求的健康服务平台。

报告期内,公司国内市场业务实现收入25,884.62万元,较上年同期上涨7.54%,占公司营业收入比例为21.32%。

(1)商用健身

报告期内,公司持续加强对重点商用产品业务板块的管理。根据各区域市场特点、竞争态势和业务长板,因地制宜分类施策,统筹谋划并高效推进各区域业务开展;不断加深对经销客户的管理和支持,除维护多年合作伙伴外,进一步加强对空白区域经销客户、重点领域合作对象的开发和维护;通过强化京东慧采等线上销售平台的业务管理模式,持续加强品牌曝光、推广,增强业务拓展等渠道,进一步提高报告期内公司业务增量。

新产品上市推广方面,公司于报告期内上市轻商电跑FGT300/350常规版/智能版、FGE300/350常规版/智能版,填补了轻商产品的空缺;同时,公司还上市了AC910/850常规版/智能版、XSC750智能楼梯机等商用电跑,形成了轻商-商用-高端商用电跑的全系列产品布局。力量产品方面,补充上市IFP系列二期、SL、IT95系列部分单品,丰富了主力力量产品功能,并集成上市了杠哑铃系列产品,增强项目配套产品供应能力。

(2)企事业单位合作大幅拓展

为丰富员工精神文化生活,不断增强员工体质,推动员工文化健身和健康深度融合,健身房、文体活动室等已成为各大企业的办公区域标配。为了更好的满足企事业单位员工对健康的追求,报告期内,公司与多家企事业单位达成项目合作,提供健身器材服务,确保标准化和定制化项目的正常实施,为企事业单位员工提供科学、便捷的健康解决方案。

(3)全民健身事业蓬勃发展

"十四五"以来,体育强国国家战略深入实施,统筹城乡的全民健身公共服务体系逐步健全。近几年国家陆续出台《关于建设高质量户外运动目的地的指导意见》、《关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》、《全民健身场地设施提升行动工作方案(2023—2025年)》等多项政策,为全民健身事业提出四个目标:破解"健身去哪"难题、聚焦重点人群、统筹城乡及区域规划和多层次多样化的全民健身场景。同时也为健身事业发展提供了有力的政策支持,推动全民健身与全民健康深度融合,建立健全体育助力乡村振兴政策举措和工作机制。随着物质生活水平的显著提升,追求健康生活的主动意识逐渐提高,国民对方便可达的高质量户外运动目的地,如全民健身中心、多功能运动场、体育公园、健身步道、健身广场、小型足球场等健身服务设施的需求日益显现。在全民健身业务领域,为应对不同用户的差异化需求,公司凭借多年积累的生产经验及研发创新能力,针对不同客户的需要提供多品种成系列一站式的健身器材整体解决方案。报告期内公司不断完善室外智能磁阻健身驿站系列的开发工作,完成室外磁阻健身房B版本的开发上市,同时响应市场需求,开发其子品类——竞赛型健身车;同时,根据全新业态需求,公司重点开发研制了新款亲子互动器材系列产品、铝木钢系列产品、室外可调阻力健身路径等,持续不断地提升公司产品的发展可持续性和商业价值。

公司致力于打造为城市增添亮点的智慧体育公园,为健身人群提供舒适的健身场景的同时,更能为全民的大健康管理与大数据统计分析提供有力保障。在体育公园领域,公司主要围绕大健康智慧健身云平台、智能步道、球类运动、儿童游乐、青少年力量训练、中老年康体、趣味游乐、体质检测、其他公园配套等九大方面进行。公司推出的全新智能健身步道,能够在无任何终端设备绑定的情况下为用户提供步道智能化服务。基于全民健身、科学健身的健康发展趋势,智慧体育公园各部分全部依托于英派斯独立自主研发的互联网数据平台,将全新升级的AI图像捕捉系统、智能LED显示系统、智能灯光系统、智慧导览系统、环境监测系统、人流监控系统、沿途智能工作站以及全园音响照明系统等智能配套设施与公园系统和步道系统相融合,进一步推动体育用品制造智慧化进程。

报告期内,公司参与设计并中标了天津水西公园、青岛刘家社区体育公园、天津河西区室外智能健身房、武昌江滩体育公园、上海嘉定健身广场、福建三明明溪县智慧体育公园、天津和平区室外智能健身房、西安红旗厂全民健身园区等全国多个体育公园项目,参与了青岛湛山广场、西飞体育场、青岛新兴体育馆、西安市水陆庵景区全民健身园区、青岛老舍公园、广州白云区智能健身广场等多处大型健身场地的设计实施,为地方智慧城市建设提供丰富、多元、智慧化的软硬件产品支持,为全民提供了更加优质、高效、一体化的健康体验。

(4)家用健身

家用产品领域,随着全民健身活动的深入开展和我国由体育大国向体育强国的逐步迈进,运动健身理念的日渐深入人心,国民人均收入的增长和对自身体魄强健的需要,使得我国群众对于健身器械的需求量逐步增加。线上购物的便利性和普及性增加带动了线上渠道的市场份额逐步攀升,公司根据市场反馈适当调整线上线下家用产品线,在京东及天猫平台展示特色家用产品,并积极投放视频等宣传物料予以推广,于报告期内获取更多业务信息,促成线上销售的同时为线下业务输送增量。

(5)体能训练

面对日益增长的体能专业化训练的需求,公司就体能训练系统产品方案进行持续优化,并于报告期内对体能训练综合性管理系统进行全面升级,完善了体能训练系统产品的"测、评、训、考"四大体系,使其完全实现行程闭环。同时,在考核及管理层面进行了深入研发,使产品更具竞争力。该系统通过集训练、测评、指导、管理、监督、推荐等为一体的智能解决方案,实现了健身系统的智能化、科学化全面升级。同时,该平台涵盖的智能采集、智能分析、智能控制等管理系统,能够完成对训练人员的实际训练、考核、运动情况等情形全方位、一站式的健身评测和方案推荐,从而实现专业化运动健康的闭环管理。

(6)创新业务赛道持续发力

传统健身器材已逐渐无法满足大众对于健身设备功能的需求,得益于创新驱动发展战略和产业加速升级,在确保功能与安全性的基础上,健身产品开始更加强调智能化、网络化、娱乐化、专业化以及个性化。报告期内,国内项目智能化的渗透率进一步扩大,反馈了市场对健身训练的智慧化和可视化的重要需求。推进数字化产品建设是公司持续焕发活力、赢得竞争的关键一环。为了匹配满足运动健身人群对于不同种类运动进行专项化训练以及更科学地进行运动过程中数字分析、记录的需求,公司在器材专项细致化、智能数字化的方向上继续发展新产品,从软件系统和智能硬件产品两方面着手,构建了较为成熟的智能化健身体系。软件系统涵盖了商用健身、军警消防体能训练、企事业单位健身房等重要渠道领域;智能硬件产品从智能场馆硬件、智能健身器材等方面构建完善的智慧训练场景,从而使用户实现全新的健身体验。

1)基于客户需求的全新智慧解决方案

公司持续优化升级英派斯大健康智慧管理平台,同时配套设计研发及优化能够解决不同客户需求痛点的具有高针对性的健身平台系统,该平台搭载的是英派斯依据科技赋能未来全民健身的趋势,融合新一代现代化科技技术,自主研发的应用于智能健身步道、室外智能健身路径、室外智慧笼式球场和智慧社区健身中心等公共健身娱乐休闲场地的新一代智慧体育平台系统。同时,通过1+2+N的形式,该平台能够实现将一定区域内的所有智能产品所存储的信息汇集到云端进行统一管理及维护,旨在全方位提升全民健身综合服务能力。

2)硬件产品智能化持续升级

为满足当前市场对于健身训练智能化的需求,公司在结合广大用户实际反馈意见及相关诉求的基础上,加强对相关产品的智能化升级进程。报告期内公司对智能磁阻健身路径电气件进行升级,重点开发人脸识别电子表功能,并成功亮相成都体博会进行展示。用户可通过人脸识别功能进入相关产品的操作界面,并可自主选择使用游客模式或注册模式进行训练。通过对上述产品的智能化升级,有利于开拓更加灵活、准确的操作方式,从而为用户提供更加便捷、高效的训练体验。

3、产品研发迭代升级

公司凭借多年积累的研发经验和市场调研情况,精准掌握了结构设计、产品装配、工艺创新和质量检验测试等全流程各环节的核心技术,推动产品向高端化、专项化和智能化方向发展,以满足市场对高品质、个性化运动健身器材的需求。

在产品研发设计方面,公司就产品试生产时涉及的工艺、设计、包装及料件问题不断进行完善,并结合市场客户的反馈,对产品外观、结构、升级等多方面进行调整,以期更好的满足客户群体多样化的需求。报告期内公司完成AC800\AC810\AC4015自主电跑产品的研发,并已全部投入量产。其中AC800\AC810自主电跑配备了LED窗口显示电子表功能、风扇功能及手机无线充电功能;同时采用了酚醛树脂涂层跑步板和橡胶弹簧缓冲系统,二级缓冲结构使得缓冲效果更好,在提升用户训练体验感的基础上也为用户实际训练过程中的多种需求提供了便利。除此之外,HC005攀爬机、CG9气阻综合训练器、ECP挂片力量系列(坐式肩推训练器、坐式胸推训练器、哈克深蹲训练器、深蹲训练器、高位下拉训练器、坐式划船训练器),IT95系列(站姿飞鸟训练机、臀推训练机、多功能蹬腿机),SL系列(钟摆深蹲机,辅助臀腿训练机)等产品的设计研发已完成,均已投入量产。工艺工装是提升产品质量、降低生产成本、提高作业效率的有效手段。报告期内公司持续创新、优化工艺工装,实现产品更改共计240余批次,改善工艺工序140余项,有效支撑生产部门的生产产量、质量和效率。此外,公司创新研发铝套轴承螺栓组装专机,提升轴承压装过程中的压合精度和质量;钢索剥皮机,减少钢索表面凸轮压痕;圆形仿形焊接专机,改善圆形焊道的接头形式,提高焊接质量;生产降本增效新模式,全面提升制造智能化水平;工艺优化方面,公司加强智能制造技术研究及扩展应用,关注关键工艺技术瓶颈及工艺质量问题解决,提升工艺保障能力,履行好研发设计到生产制造纽带作用。

在产品研发检测方面,公司检测实验室报告期内对105台有氧和力量型新产品进行稳定性、静载、动载和寿命的整机测试,对4300余件各类零部件进行寿命、拉抗压强度等物理性能、盐雾试验等化学性能测试。在技术优化改善方面,公司执行ECR130余份,对500余种产品的工艺、设计、包装、料件等技术进行优化改善,大大提升产品设计的标准化和统一化以及产品的生产效率和使用性能,有效实现降本增效。

4、生产制造提质增效

(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;2024年继续精益求精,实现大多数产品的机械手利用率在80%以上。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,对生产技术进行合理改善,包括对工具、工装、工序等全方位的改进,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。报告期内公司各项费率控制良好,均呈下降好态势,符合量本利规则。随着2024年公司业务订单的增长,公司快速响应订单波动,通过灵活调整生产计划均衡生产、增加临时工等措施,以保障订单的准时交付。

(2)逐步推进新产业园投产

报告期内,公司积极推进新产业园各项建设及各车间设备产线调试工作,在生产主流程上各产线基本打通,并经试运行后正式投产。同时增设内部智能物流管理系统、焊接配餐区及焊具立库集中管理,通过减少搬运及少人化管理,进一步提升效率;安装先进的焊接尾气除尘系统,集中科学除尘,在给公司员工创造良好工作环境的同时,减少了大气污染;安装先进的压缩空气系统,通过集约少人化管理,从而降低能耗损失。

公司着力打造工业化、信息化、精益化有机结合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。该项目的实施也为进一步强化公司产品技术领先及品牌优势奠定了基础,有效提高公司的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)加强产品质量技术把控

报告期内,公司持续加强对产品质量的把控工作,从技术标准、产品认证、产品检测、计量管理和校验作业指导书多个方面有效保障公司整体产品质量,以满足更高标准的市场需求。报告期内,公司制修订企业标准11项,实现发布企业技术标准77份,已基本建立起企业技术标准体系;产品认证方面,公司持有国内有效认证证书产品560种,较上年增加249种,持有136张国外有氧类产品认证证书和报告;产品检测方面,全年共设计寿命测试工装50多套,完成新产品整机测试100余台,各类零件测试4300余件,并配有专职测试工装设计员,负责模拟用户实际使用状态测试方案设计;计量管理方面,实现检定校准计量器具900余件,并购置功率分析仪、滴水试验机、皮革耐磨试验机和海绵硬度计等360余件计量器具;报告期内共编制100余种新产品检验作业指导书,并严格按照检测计划执行产品测试,规范产品出厂品质。

(4)强化供应链采购管理

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;报告期内公司实施供应商绩效管理,严格执行供应链采购程序、供应商引入评审管理程序,加大优质资源的开发引入,并对供应资源实施月、年定期交付、质量考核。强化内外考核及主动服务意识,按照公司招标管理的具体要求,对大宗原材料、五金、焊丝、模具等物料进行招标引入,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,并实现供应商图纸资料线上查看功能,提高资料准确率及传递效率。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;针对新发包件价格审批管理,公司在集成SCM系统内实现多家供应商询价模块的基础上,提供价格比对分析和采购原材料核价对比,进而实现采购价格系统流程化管理。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,报告期内实现垫板、五金、电器类等20余种物料的国产化,其他物料样品也将陆续进行测试;并定期对起订量采购物料进行基础资料维护,结合实际情况及时调整订购量及订购频次,有效降低仓库金额,减少公司资金占用。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,原材料、外购管材、五金类、铸造类(选择铁)、化工、能源类等采购成本均有不同程度的下降,降本增效效果明显。

同时,公司积极推动供应商质量管理考核评价体系优化,秉承"优质供方、诚信首选"的原则,将在线淘汰率、供物料合格率等作为供应商的核心指标进行考核。在供应保障方面,强化供采双方主动服务意识,有效贯彻服务前置工作,培养服务全局意识;通过订单交期预警前置、提前预判交期以及内外考核落地等措施,报告期内供应商订单供货及时率较去年同期进一步提升。

5、内控管理效益提升

(1)持续完善一体化综合管理体系

优质的产品离不开规范系统的体系保障。在一体化综合管理体系建设进程中,截至报告期末,公司正常运行的管理体系类及其他各类认证累计达26项。公司逐步构建起以标准化管理为根基,以质量管理为主线,以多体系管理为有力抓手,全面覆盖公司内部经营管理各个维度的、独具英派斯特色的一体化综合管理体系。

报告期内,公司持续优化内部运作流程,更新与新增管理体系文件及管理制度160余份,开展管理体系评审及内外部审核达30余次。凭借公司扎实而系统的综合管理实力,充分发挥各管理体系间的协同效应,有效提升了公司的综合经营管理水平。同时,报告期内,公司顺利引入并通过了ISO27001信息安全管理体系和ISO56005创新与知识产权管理能力体系的认证,全方位提升了公司的信息安全管理能力以及创新与知识产权保护工作的管理水平。

(2)构建完备的知识产权管理体系

在知识产权管理工作中,公司始终秉承"保护创新成果,支撑品牌规划"的原则,以实现"智产""知产""资产"的转化为愿景,坚持以终为始,逐步搭建起以价值为导向的知识产权创造、运用、保护、管理和服务的全方位管理模式。为公司整体经营发展战略的开展提供有效支撑与服务。

报告期内,公司进一步完善知识产权获取、维护、运用及保护制度,优化知识产权信息的监控、分享及反馈机制,规范知识产权档案管理,着力提升知识产权风险防控能力,严格把控知识产权产出质量,致力于全面提高知识产权的综合管理能力和服务水平。截止报告期末,公司拥有国内外有效专利共338项,有效注册商标253件,著作权登记作品1147项(含43项软件著作权)。2024年,公司进一步强化创新与知识产权的深度融合管理,将知识产权管理活动融入企业经营全过程,有效提升了公司的创新效益和知识产权合规管理水平。

(3)提高财务管理效能

在财务管理工作方面,公司围绕资金运营、合规运营、风险防范、决策支持为建设重点,改进调整财务团队组织架构,推动财税部门互通,优化岗位和工作流程,不断提升团队专业素养和技能水平。持续推进公司财务数字化项目建设,完成对应基础数据设置、基础数据同步及与ERP系统对接开发等事宜。相关数据录入、管理等功能减少了重复劳动及人工审核环节,优化了管理流程,提高了企业管理效率,极大地提升了数据传递与处理的准确性和效率。同时,财务分析云系统为公司提供更加智能化的数据分析解决方案,从而更加准确地把握市场动态及客户需求,实现资源的优化配置和高效利用,增强市场竞争力。在资金管理方面,公司对专项资金实施严格专户管理,保障新产业园建设资金投入及日常运营资金的有效周转。在保障资金供给的前提下,公司对现有闲置自有资金有计划地进行现金管理,实现稳定的理财收益,提高闲置资金利用率。此外,公司亦加强会计工作管理,聚焦经营分析、项目跟进/评估、预算管理、财务内审及成本/报价分析等关键事项,积极开展调研工作,开展财务内部审计,推进关键事项落地。在精益管理方面,主动与银行争取高利息存息政策和各项减免政策,合理利用银行授信并积极调整公司融资结构,同时改善内部财务工作的管理,实现财务管理水平的纵深发展。

(4)加快产品开发全流程信息化建设

公司积极推进业务流程制度信息化,加固信息安全屏障,维护升级各类软硬件设备,提高信息管理水平和整体运营效率。于报告期内开发读取知识库信息接口程序,通过读取接口信息,开发知识库信息在CRM售后服务系统中的读取和展示,实现通过PC端和移动端将知识库的商品信息(文字描述、商品图片、商品视频、商品安装和拆分详细步骤描述,商品的外观参数和功能参数,以及中英文介绍)呈现给客户,为客户提供想要了解的商品的信息详细介绍。同时,公司深度集成SW、PDM且联动数据库校验控制管理插件,从源头理顺同一物料三维模型数据的唯一性,PLM系统物料发布、BOM正确引用,推动PLM项目工作进程,及后续的MOM系统整体推进工作。在正式使用后,已处理重复数据3000余条,实现了从人工筛查转到PDM系统检入时自动提醒,极大提高了工作效率与数据准确性。

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

	2024年末	2023年末	本年末比上年末增减	2022年末
总资产	2,952,814,583.82	2,294,796,153.51	28.67%	2,029,994,982.30
归属于上市公司股东的净资产	1,701,770,879.40	1,240,736,960.49	37.16%	1,160,132,904.97
	2024年	2023年	本年比上年增减	2022年
营业收入	1,213,857,643.97	895,319,626.89	35.58%	824,696,742.37
归属于上市公司股东的净利润	109,118,795.62	88,164,055.52	23.77%	65,664,553.48
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	105,724,934.42	85,070,020.18	24.28%	41,210,455.41
经营活动产生的现金流量净额	237,354,060.93	260,016,466.70	-8.72%	104,403,463.45
基本每股收益(元/股)	0.79	0.73	8.22%	0.55
稀释每股收益(元/股)	0.79	0.73	8.22%	0.55
加权平均净资产收益率	7.14%	7.34%	-0.20%	5.82%

(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	238,399,460.98	333,429,877.44	324,414,767.05	317,613,538.50
归属于上市公司股东的净利润	13,884,833.93	37,279,713.01	36,149,275.61	21,804,973.07
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	12,909,457.36	35,349,157.67	33,892,028.26	23,574,291.13
经营活动产生的现金流量净额	-31,734,064.67	59,120,419.68	50,517,799.24	159,449,906.68

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	19,319	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	16,772	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(不含通过转融通出借股份)

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	27.51%	40,662,000	0	质押	18,299,000
安徽景曦私募基金管理有限公司－景曦长盛一号私募证券投资基金	其他	2.44%	3,599,712	0	不适用	0
苏广超	境内自然人	1.28%	1,885,736	0	不适用	0
上海浦东发展银行股份有限公司－银华数字经济股票型发起式证券投资基金	其他	1.22%	1,810,300	0	不适用	0
江西中文传媒蓝海国际投资有限公司	境内非国有法人	1.17%	1,727,827	0	不适用	0
吕飞标	境内自然人	1.07%	1,575,580	0	不适用	0
中国对外经济贸易信托有限公司－外贸信托－华夏未来领时对冲1号集合资金信托计划	其他	1.04%	1,532,400	0	不适用	0
华夏未来资本管理有限公司－华夏未来泽时进取1号基金	其他	0.97%	1,435,500	0	不适用	0
方良	境内自然人	0.92%	1,356,987	0	不适用	0
中国农业银行－华夏平稳增长混合型证券投资基金	其他	0.82%	1,215,600	0	不适用	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	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)	公司股东苏广超除通过普通证券账户持有90,600股外,还通过财达证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有1,795,136股,实际合计持有1,885,736股。					

持股5%以上股东、前10名股东及前10名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

□适用 ☑不适用

前10名股东及前10名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

□适用 ☑不适用

(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2024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

2025年4月25日