证券代码：002899 证券简称：英派斯 公告编号：2026-016

青岛英派斯健康科技股份有限公司 2025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：以公司未来实施分配方案时股权登记日的总股本扣除公司回购专户上已回购股份后的股份数为基数，向全体股东每10股派发现金红利0.83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

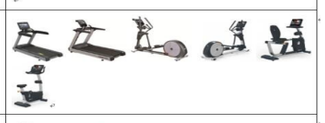
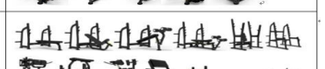
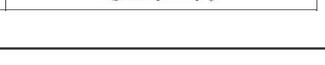
公司是一家专注于全品类、多系列健身器材开发制造及销售、品牌化运营的知名厂商，致力于为满足消费者多样化的健身需求，提供兼具功能性、智能化与安全性的各式健身器材。

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ODM/OEM模式为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、投资屏柔、空气环境检测仪、电子显示屏、智能更衣柜等）及软件智慧系统	
商用产品	E系列	高端有氧	
	X系列	高端磁有氧	
	P系列	优质有氧（新增PS4502ZNB智能款一般）	
	AC系列	入门级商用	
	Q系列	轻型商用	
	FG系列	轻商用	
	ISR系列	智能交互	
	EXO-FORM系列	高端力量	
	ECP系列	高端力量（新增二期九款）	
	IT系列	优良力量	
	VX95系列	优良力量（新增）	
	VX95系列	优良力量（新增）	
	ITF8系列	优良力量（新品上市二十二款）	
	SL系列（含SL-ELITE RACK）	优良力量	
	IF系列	入门级力量	
	IFP系列	入门级技术式力量（新增 IFP1607一款）	
	ENCORE系列	轻奢器械	
	HI-ULTRA系列	专业体能训练（新增HSR007ZNB、HC005ZNB、HB002ZNB、10.1寸触屏智能款三款）	
	RE-LIFE系列	轻型商用	
	HSP系列（含力量训练器械、力量训练器械选配附件、配套训练器械、气阻训练器械）	专业体能训练	
		Mega Space(MS)模块化体能训练场	
	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	
	家用健身车系列	家用有氧	
	添加系列	家用产品	
户外产品	风帆系列	高端户外	
	非凡系列	优良户外	
	亲子互动系列	中端户外	
	常规系列	中端户外	
	智慧路径	高端户外	
	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	
	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、供应商资源的开发、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，多元化采购策略与成本管控体系、全链质量与交付机制、数字化采购协同与供应链韧性建设，与供应商建立了长期稳定的合作关系。

2、生产模式

针对ODM/OEM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正式订单。生产计划部门收到订单后，根据物料到位时间、产能、评审订单交期。订单评审完成后生效MPS，按照订单交期、结合日均产能编制生产计划并细分到日计划，在ERP系统内提前发行看板同时发布产品物料交货单，生产各部门根据日计划安排生产。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预测订单，生产计划根据自主产品库存，评审订单交期。依据国内外业务部门接单数量及库存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。依托自主与外部合作开发的信息管理系统、自动化设备实施和快速换模换线生产作业模式，生产线可以在不同产品品类间实现快速切换。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ODM/OEM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2025年年度报告全文“三、核心竞争力分析”。

（五）公司行业地位

英派斯品牌创立于1991年，深耕行业35年，是中国健身器材行业的开拓者、体能力量健身器材领域专家、中国户外健身器材领域的引领者。公司是国内健身器材行业首家主板上市企业，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根基，依托多年制造积淀构筑“高品质、快速出货、高频次”的高效供应体系，叠加自主品牌核心优势，综合实力稳居国内行业领先水平，行业影响力与市场地位持续凸显。

公司凭借过硬的综合实力与产业贡献，连续多年获得“中国轻工业行业十强企业”称号，现为“中国文教体育用品协会副理事长单位”“中国体育用品业联合会副主席单位”“中国体育用品业联合会健身器材专业委员会会员单位”“高新技术企业”，曾获得“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”等多项权威荣誉与资质，在行业内树立了卓越的品牌形象，拥有广泛认可的知名度、美誉度与行业影响力。

（六）报告期内公司经营情况

2025年是五年规划交替的战略关键期，公司立足战略全局，始终坚持全球化、科技化、品牌化发展路线，秉持“稳健经营、创新求变”核心理念，以成为国际领先体育科技企业为目标，锚定高质量发展主线不动摇。

报告期内公司深耕主营业务，夯实客户合作根基，实现客户规模稳步攀升；发力自主品牌建设，拓宽全球市场布局，推动销售结构优化升级；深度参与地方体育产业建设，主动拥抱科技变革，自主研发AI大模型科学健康平台，搭建AI赋能的全新业务生态；加大研发创新投入，加速产品迭代升级；推进智能化生产转型，圆满完成新老产业园平稳交接，有序推进新产业园产能稳步爬坡；深化精益化财务管理，成本管控成效突出。

报告期内，公司实现营业收入117,590.67万元，较上年同期微降3.13%；实现归属于母公司股东的净利润6,298.86万元，同比下降42.28%。总体来看，公司核心业务稳定且经营基本面稳健，公司业绩短期波动主要系新产业园投产初期叠加折旧摊销等因素所致。新产业园作为公司近年来规模最大、战略意义最重大的固定资产投资项目，目前仍处于产能爬坡关键阶段，短期受多重因素叠加导致业绩承压。此为产能爬坡期的阶段性正常现象，长期来看，新产业园将成为公司战略落地、产能升级的核心支撑，为未来高质量发展奠定坚实基础。

报告期内，公司主要经营情况如下：

1、深耕国际市场，稳基拓新筑壁垒

面对全球健身器材市场需求结构升级、区域偏好分化、贸易环境多变的复杂形势，公司以客户需求为核心、产品竞争力为支撑、全球化布局为方向，从资源配置、研发迭代、渠道精耕、风险管控等方面多维发力，稳步推进ODM/OEM与自主品牌双线并行的全球化战略，海外业务底盘持续稳固。

截至报告期末，公司国际客户数量已接近200家，覆盖欧美、亚太、拉美、中东等全球主要健身器材消费市场，全球化客户网络进一步完善。报告期内，公司实现国外销售收入90,446.94万元，占营业收入比重76.92%。

ODM/OEM出口业务：公司持续深化ODM/OEM业务高端化、定制化、规模化战略升级，建立从需求洞察、方案设计、研发打样到柔性生产、快速交付的全链条服务体系，针对欧美商用健身、连锁健身房等不同场景，形成标准化+定制化双轨供给能力。凭借核心技术积淀与差异化研发优势，公司ODM业务收入占比逐年攀升，高附加值业务持续扩容。依托成熟的技术积累与供应链优势，公司不断优化产品结构，提升商用力量器械、有氧设备、智能健身解决方案的综合竞争力。

报告期内，公司与PRECOR、BH等全球头部品牌商保持长期稳定合作，通过联合研发、提前布局新品周期，持续巩固核心客户订单体量；同时积极拓展全球优质客户，加快切入国际一线品牌供应链体系，客户结构持续优化。由于部分国家贸易政策调整导致个别客户阶段性出货延迟，对整体交付节奏产生短期影响。公司快速响应、动态调整排产计划与物流方案，通过多区域分散布局、客户结构优化、新产品快速落地等举措有效对冲外部风险。报告期内，公司新增40余款新产品实现量产出货，商用新品占比进一步提升，产品结构持续向高毛利、高附加值方向升级，实现ODM/OEM业务稳中提质健康运行。

自主产品业务：2025年，公司自主品牌IMPULSE全球化推进取得显著突破，品牌影响力与市场份额同步提升，自主产品销售收入同比增长7.09%。西班牙、英国、俄罗斯、意大利、印度、墨西哥、巴西等核心国家均实现较快增长，自主品牌在海外商用与家用场景的渗透率持续提升。

欧洲作为全球核心商用健身市场，公司依托产品力、渠道力、服务力三重优势，实现自主品牌收入同比增长28.57%，在中端及中高端商用器材领域形成稳定竞争力；为紧抓印度市场健身渗透率快速提升红利，公司精准布局渠道与产品组合，实现自主品牌快速渗透，成为亚太地区重要增长动力。公司正逐步从代工制造向品牌输出、价值输出全面转型与高质量跃升，全球价值链地位稳步提升。

品牌建设方面，报告期内公司积极参与全球顶级行业展会，包括美国IHRSA、德国FIBO、土耳其体育用品展等国际专业展会共11场，持续展示全品类健身器材与智能解决方案，获得海外渠道商与终端客户高度认可。同时，公司借助Facebook、Instagram、Tiktok等海外主流新媒体平台，强化品牌内容传播与用户触达，自主品牌国际知名度与影响力显著增强。

2、发力国内市场，多元协同启新程

面对国内市场政策、技术、需求三大核心引擎带来的发展机遇，公司精准响应国家政策导向，加大智能健身设备研发投入、攻关核心技术，推动产品智能化升级与体系丰富，适配全人群、全场景需求；同时强化自媒体宣传、布局线上线下全渠道，深耕商用、家用、户外等细分市场，稳步推进“八进工程”（进机关、进企业、进社区、进学校、进军营、进农村、进医院、进家庭），构建全方位健康服务平台。依托多维度布局与产品创新，公司国内市场营收稳步增长，成为核心增长引擎，业务规模与行业影响力持续提升。报告期内，国内市场实现收入27,143.72万元，同比增长4.86%，占公司营业收入比例达23.08%。

商用健身业务：报告期内，公司聚焦商用产品核心板块，强化精细化运营，立足区域市场特点与自身优势精准布局，推动业务提质增效。同时稳固核心战略合作关系，积极开拓空白区域经销商与重点领域合作伙伴，持续拓宽市场覆盖。渠道端优化京东慧采运营、入驻京东自营旗舰店，强化多平台品牌曝光推广，提升业务体量与市场渗透力。同时，公司深化区域市场开拓布局，以成都为西南战略支点，依托其深厚健康文化底蕴与强劲区域辐射力，落地首家品牌标识4.0版本焕新旗舰店，整合多元资源打造综合服务场景，同步探索“新型综合中心旗舰店模式”，以场景化布局赋能市场开拓，实现商用业务拓展与区域市场深化双向赋能、协同升级。

企事业单位健身业务：随着企事业单位对员工精神文化生活与健康福祉的重视程度不断提升，健身房、文体活动室等设施已成为各大企业的办公区域标配。为了更好地满足企事业单位员工对科学健身、便捷健身的需求，报告期内公司积极拓展合作版图，精准把握大型企业、军警系统、事业单位、高等院校等客户的健身设施与体能训练需求，建立全周期服务流程，提供涵盖办公区健身角、专业体能训练馆等多元化场景的定制化解决方案，合作规模与覆盖范围持续扩大，成功与众多企事业单位、军警部队、高等院校达成项目合作，提供了标准化和定制化相结合的健身器材，确保各类项目顺利实施，为合作单位构建起科学完善的健康管理场景，以优质的产品与服务筑牢合作根基。

全民健身业务：报告期内，公司积极响应国家政策号召，以全民健身需求为导向，打造包括口袋公园、体育公园、社区嵌入式健身设施、社区-老旧器材升级改造、运动促进健康中心、社区智慧健身中心、全民健身中心在内的新型全民健身空间，提供一站式赋能规划设计、集成施工和预结算报审服务。在体育公园领域，公司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。报告期内，公司参与设计并中标了上海、哈尔滨、青岛、天津、贵州、沈阳、潍坊、铁力等全国多个体育公园项目，参与了云南、黑龙江、安徽、天津、湖南、浙江、江苏、山东等地的多处大型健身场地的设计，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。此外，公司深度参与城市社区嵌入式场地设施建设，在2025年中国国际体育用品博览会嵌入式全民健身社区方案评选中，公司制作的《英派斯嵌入式全民健身社区方案》荣获金奖，彰显了公司在该领域对社区空间精准利用、健身设备创新整合，以及全年龄段人群健身需求深度适配的专业实力。

创新业务：公司坚持创新驱动发展战略，围绕“智能化、数字化、专业化、系统化”的发展方向，持续加大在数字化产品和智能健康解决方案领域的投入。报告期内，公司数字化与智能化产品在国内项目中的渗透率持续提升。公司围绕运动健身人群对专项化训练以及训练过程数据分析、记录与反馈的需求，从软件系统与智能硬件两端协同推进，逐步构建形成较为完善的智能化健身体系，相关解决方案已覆盖商用健身、军警消防体能训练、企事业单位健身房等多个重点应用场景，为用户提供更加系统、科学和高效的健身体验。报告期内，公司自主研发的AI大模型科学健康平台于2025年在第42届中国国际体育用品博览会正式亮相，该平台融合智能体测、AI评估、科学处方、健身计划及知识问答等核心能力，为用户提供覆盖评估、训练、干预与反馈的全周期健康管理服务，推动健身服务由标准化向智能化、个性化升级。该项技术荣获2025体博会“创新推优大奖”，彰显了公司在智能健身领域的核心技术实力与行业标杆地位。

3、坚持创新驱动，研发布局领未来

创新为核，聚力攻坚，筑牢企业长远发展战略根基。报告期内，公司坚守研发驱动发展理念，全年研发投入超5000万元，研发投入占营业收入比重超4%，持续稳居行业领先水平，以高强度、高精准的研发投入，为技术创新与产品迭代注入不竭动力。

产品研发设计层面，公司聚焦试生产阶段工艺、设计、包装及材料等核心痛点，持续迭代完善，结合市场客户反馈，全方位优化产品外观、结构及功能升级，精准匹配多元化、个性化客户需求；报告期内，公司自主产品ITF8系列26款新品、ECP系列力量训练器二期9款新品、HC005攀爬机顺利完成研发并实现量产，其余新品按计划有序推进开发测试，持续丰富高端产品矩阵。工艺工装创新层面，公司以提质降本增效为核心，持续优化工艺工装体系，报告期内完成产品更改350余批次，优化工艺工序140余项，为生产产能、产品质量、作业效率提升提供坚实支撑。

研发实力的持续积淀，不仅赋能常规产品迭代升级，更推动公司突破高端领域，斩获标杆成果，从航天级产品研制到明星产品突围，全方位彰显公司创新硬实力与行业引领地位。报告期内，公司自主研制的航天级产品核心肌肉锻炼装置，正式投入航天员日常锻炼使用，且得到航天员的深度认可。公司历经近两年攻坚克难，始终坚守高可靠、零缺陷、极致稳定的严苛标准，遵循全流程质量管控与闭环验证体系，整合多学科前沿技术开展专项攻关，顺利完成相关装备的研发、验证与交付工作。相关项目充分检验了公司在航天级高段产品研发、精密结构设计、极端环境适应性、全生命周期质量管控等方面的综合能力，进一步夯实了公司技术壁垒与高端制造优势，为产品技术迭代与品质升级提供坚实支撑。此外，公司民用高端产品同样表现亮眼，HC005攀爬机作为公司高端新品标杆，主打关节低冲击全身锻炼，为用户提供科学高效的全身性低冲击有氧训练，凭借创新设计与卓越性能，报告期内先后斩获“2025体博会创新推优大奖”、“思诞行·文体用品创新大赛健身和体育器材类金奖”，成为年度最具影响力的明星单品，进一步强化公司产品核心竞争力与品牌影响力。

4、深化精益生产，提质增效强支撑

（1）打造数字化智能生产新标杆

报告期内，公司新产业园生产系统顺利完成整体搬迁，实现生产、工艺、管理三大流程高效整合、无缝衔接，全流程成功达成规模化量产，标志着公司制造体系迈入全新发展阶段。新产业园深度融合大数据与物联网技术，构建起覆盖研发、生产、仓储物流全链条的数字化体系，持续推进数字化生产全流程迭代升级，推动生产系统向柔性化、数字化、智能化深度转型，筑牢高端制造核心壁垒。

在精益生产筑牢运营根基的同时，公司持续深化数字化技术融合应用，聚焦研发、生产等核心环节攻坚突破，推动核心运营指标实现量级跃升，彰显了公司高端制造的硬实力与发展速度。通过仿真技术与PLM系统的深度应用，研发周期从200-400天压缩至100-200天，效率提升50%；百余台工业机器人、3000个储位的自动立体焊具库与制造执行系统协同联动，构建46个高效焊接单元，实现焊接工序智能化、规模化升级；柔性生产体系全面落地，将个性化定制交付周期从45-60天缩短至30天以内，大幅提升客户响应效率；运营成本总体降低30%，实现效益与效能双提升。

（2）筑牢全链条产品品质壁垒

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79项，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311种，持有146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60多套，完成新产品整机测试110余台，各类零件测试近4700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1100余件，并购置包装测试机、焊接熔深测试仪、加速度测试仪、耐磨试验机、分光光度仪、摩擦系数测试仪等460余件计量器具；报告期内共编制40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。

5、聚焦品牌升维，铸魂赋能树标杆

2025年，公司以品牌战略升维为牵引，以多维价值突破为路径，实现品牌形象、专业势能与全球影响力的全方位跃升，进一步夯实行业领军地位。

报告期内，公司以品牌焕新赋能与顶尖资源联动为重要支撑，实现品牌形象与专业价值同步跃升，全面开启高质量发展新征程。2025年第42届中国国际体育用品博览会期间，公司正式发布品牌标识4.0全新形象，新LOGO传承品牌精神内核与创业基因，深度融入AI创新技术与数智制造理念，生动诠释“共跑”全新品牌理念，清晰擘画公司在数字化、智能化时代的品牌战略蓝图。同时，公司与暨南大学苏炳添速度研究与训练中心达成战略合作，特邀“亚洲飞人”苏炳添现场担任产品体验官，帮助更好地改进、研发更符合专业运动员使用的产品，携手将专业竞技级运动生物力学、人体工学技术转化应用于商用及家用全系列产品，以顶尖科研资源赋能产品创新，全面提升品牌专业壁垒与市场公信力。

报告期内，公司坚持以全球视野拓展品牌边界，以高端平台彰显硬核实力，积极参与海内外顶级行业展会，持续传递品牌价值、展示创新成果。在海外，公司参展美国国际健身器材贸易博览会、德国FIBO展、土耳其体育用品及健身用品展览会、日本东京国际体育健身展览会、巴西健身展、澳洲健身展，向全球客商展示最新技术研发成果，展示先进制造实力，凭借新形象新产品成为全场焦点。在国内，公司以航天级标准铸就的行业领军者之姿，携新品亮相中国体博会、第五届中国国际消费品博览会、2025中国体育文化博览会与中国体育旅游博览会、第26届广东国际体育用品博览会暨第22届粤港澳国际体育用品博览会、第六届山东体育用品博览会，为专业观众及行业伙伴带来智慧健身体验。通过参加各类展会、举办现场活动，公司赢得了合作伙伴、专业健身人士以及广大消费者的高度认可与赞誉，在行业内塑造了良好的品牌口碑，树立起行业标杆品牌形象，不断巩固和拓展在健身器材领域的市场地位。

公司品牌发展已实现从“跟跑、并跑到创跑”的历史性跨越，2025年11月，公司登陆央视，以“从代工生产到自主智造”为主题，展现中国体育用品品牌向全球价值链高端攀升的奋进之路，极大提升品牌国际影响力，铸就具有全球竞争力的民族领军品牌。

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

	2025年末	2024年末	本年末比上年末增减	2023年末
总资产	2,843,683,124.47	2,952,814,583.82	-3.70%	2,294,796,153.51
归属于上市公司股东的净资产	1,753,768,948.01	1,701,770,879.40	3.06%	1,240,736,960.49
	2025年	2024年	本年比上年增减	2023年
营业收入	1,175,906,664.10	1,213,857,643.97	-3.13%	895,319,626.89
归属于上市公司股东的净利润	62,988,589.31	109,118,795.62	-42.28%	88,164,055.52
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	55,409,737.88	105,724,934.42	-47.59%	85,070,020.18
经营活动产生的现金流量净额	126,317,192.04	237,354,060.93	-46.78%	260,016,466.70
基本每股收益（元/股）	0.43	0.79	-45.57%	0.73
稀释每股收益（元/股）	0.43	0.79	-45.57%	0.73
加权平均净资产收益率	3.65%	7.14%	-3.49%	7.34%

（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	290,634,361.20	283,857,093.64	281,170,215.40	320,244,993.86
归属于上市公司股东的净利润	14,189,073.26	17,484,541.17	19,076,917.20	12,238,057.68
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	11,915,590.10	16,816,979.57	14,662,355.80	12,014,812.41
经营活动产生的现金流量净额	-48,624,271.81	100,445,376.07	56,742,065.81	17,754,021.97

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	11,312	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	9,599	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	29.25%	43,226,100	0	质押	19,580,000
朱立锋	境内自然人	2.66%	3,928,900	0	不适用	0
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	2.19%	3,242,912	0	不适用	0
中国银河证券股份有限公司	国有法人	0.99%	1,470,200	0	不适用	0
钱森根	境内自然人	0.95%	1,398,800	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	0.80%	1,183,100	0	不适用	0
国寿养老配置10号混合型养老金产品－中国工商银行股份有限公司	其他	0.79%	1,165,201	0	不适用	0
宋盛俊	境内自然人	0.68%	1,006,300	0	不适用	0
MORGAN STANLEY & CO. INTERNATIONAL PLC.	境外法人	0.57%	843,513	0	不适用	0
北京益安资本管理有限公司－益安嘉会私募证券投资基金	其他	0.57%	838,975	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）：无

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

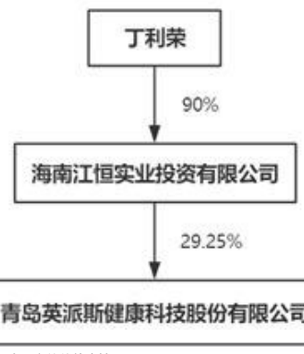
□适用 ☑不适用

（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2025年年度报告全文第五节“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

2026年4月28日

证券代码：002899 证券简称：英派斯 公告编号：2026-017

青岛英派斯健康科技股份有限公司 关于2025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的内容真实、准确、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2026年4月28日召开第四届董事会2026年第三次会议，审议通过了《2025年度利润分配方案》，本利润分配方案尚需提交公司股东会审议。

二、2025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，2025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62,988,589.31元，母公司实现净利润为68,000,267.71元。截至2025年12月31日，公司合并报表累计未分配利润为572,186,755.65元，母公司累计未分配利润为676,345,677.24元。

根据中国证监会《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2025年度利润分配方案如下：以未来实施分配方案时股权登记日的总股本扣除公司回购专户上已回购股份后的股份数为基数，向全体股东每10股派发现金红利0.83元（含税）。公司2025年度不以公积金转增股本，不送红股。

根据《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第9号——回购股份》规定，回购专户中的股票不享有利润分配的权利。本次权益分派预计派发现金股利12,162,842.91元（含税，该金额暂以截至2026年4月28日收盘后总股本扣除回购专户持有的股份数后的146,540,276股为基数计算），剩余未分配利润结转至下一年度。

在利润分配方案公告后至实施前，公司享有利润分配权的股份总数由于股份回购、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数为基数，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）是否可能触及其他风险警示情形

1. 上市公司披露年度现金分红方案（含不分红）的，应当列示下列指标：

项目	本年度	上年度	上上年度
现金分红总额（元）	12,162,842.91	10,990,520.70	10,404,359.60
回购注销总额（元）	0	0	0
归属于上市公司股东的净利润（元）	62,988,589.31	109,118,795.62	88,164,055.52
合并报表本年度末累计未分配利润（元）	572,186,755.65		
母公司报表本年度末累计未分配利润（元）	676,345,677.24		
上市是否满三个完整会计年度	是 □否		
最近三个会计年度累计现金分红总额（元）	33,557,723.21		
最近三个会计年度累计回购注销总额（元）	0		
最近三个会计年度平均净利润（元）	86,757,146.82		
最近三个会计年度累计现金分红及回购注销总额（元）	33,557,723.21		
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	□是 否		

其他说明：

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33,557,723.21元，占最近三个会计年度年均净利润（86,757,146.82元）的38.68%。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）现金分红方案合理性说明

1、公司2025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2025年年度股东会审议，公司股东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2026年第三次会议决议；

2、2025年年度审计报告。

特此公告。

青岛英派斯健康科技股份有限公司

董事会

2026年04月28日

证券代码：002899 证券简称：英派斯 公告编号：2026-022

青岛英派斯健康科技股份有限公司 关于2026年度董事、高级管理人员薪酬方案的公告

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。

青岛英派斯健康科技股份有限公司（以下简称“公司”）于2026年4月28日召开第四届董事会2026年第三次会议，审议了《关于2026年度董事薪酬方案的议案》《关于2026年度高级管理人员薪酬方案的议案》。其中，全体董事对《关于2026年度董事薪酬方案的议案》回避表决，本议案将直接提交公司2025年年度股东会审