

证券代码：002899

证券简称：英派斯

公告编号：2024-030

# 青岛英派斯健康科技股份有限公司 2023 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 0.71 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（新增 ZNTCJ-B）	
商用产品	R 系列	高端有氧(新增智能触屏产品外销版 RT970)
	X 系列	高端新有氧（XCS700 楼梯机）
		

<p>P 系列</p>	<p>优质有氧</p>	
<p>AC 系列</p>	<p>入门级商用（新增外销版 AC4050）</p>	
<p>G 系列</p>	<p>轻型商用</p>	
<p>FG 系列</p>	<p>轻商用</p>	
<p>ISR 系列</p>	<p>智能交互</p>	
<p>EXO-FORM 系列</p>	<p>高端力量</p>	

IT 系列	优良力量	
SL 系列 (含 SL-ELITE RACK)	优良力量 (新增两款)	
IF 系列	入门级力量	
IFP 系列	入门级挂片式力量 (新增二期产品八款)	
ENCORE 系列	轻奢器械	
HI-ULTRA 系列	专业体能训练	

	RE-LIFE 系列	轻型商用	
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（新增爬绳机、登山机）		
	Mega Space(MS) 模块化体能训练站		
	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	
	浪加系列	家用产品(新增 LB02、LB03 智能动感单车)	
户外产品	风帆系列	高端户外	
	非凡系列	优良户外	
	常规系列	中端户外	
	智慧路径	高端户外(新增智能二代路径-ZNLJ8 系列智能磁阻产品)	
	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	
	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。由国内外业务部门根据销售预测，下达销售预测订单，生产管理部下达生产指令，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、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主任、副主任委员单位”、“中国教育装备行业协会会员单位”、“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”、“山东省体育产业示范单位”、“2017 至 2023 年度标准化工作先进单位”、“高新技术企业”、“全国国标五星级售后服务企业”等，连续三年入选青岛金花培育企业，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

当前在地缘冲突加剧、严格防控措施、美联储激进加息等负面因素的影响下，全球经济增长前景仍然面临诸多挑战与不确定性，增长趋于放缓。与此同时，全球供应链日益复杂，新一轮科技革命和产业变革正在深入发展，产业链重组、供应链重塑、价值链重构正在不断深化，涌现出大量商业新场景、新业态、新模式，成为改变世界经济结构、加速经济发展的重要推动力。目前，各国正在采取积极的经济政策，推动结构性改革和创新驱动发展，促进新动能引领高质量发展。国内经济方面，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，2023 年全年经济基本面持续向好，经济一季度脉冲式反弹回落后，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。在市场需求逐渐恢复的情况下，生产制造活动整体也在稳步回升，扎实推进高质量发展。

2023 年是公司“二次创业”元年，公司领导班子深度优化业务结构、重塑业务单元。在“二次创业”进程中，公司坚持“稳中求进、变革创新”的工作基调，加强自身建设，发挥示范带头作用，全面推进公司各项工作并取得显著成效：国际销售 OEM/ODM 业务与自主业务两大板块共同发力，有机配合、稳步推进，实现业绩逐年上升；国内销售六大独立业务板块已初具规模，板块之间协同联动效应凸显，资源整合利用能力进一步加强。报告期内，公司实现营业收入 89,531.96 万元，比上年同期上涨 8.56%，实现归属于母公司股东的净利润 8,816.41 万元，比上年同期上涨 34.26%。

报告期内，公司主要经营情况如下：

#### 1、国际市场销售逆势增长

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、肥胖率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，目前健身器材行业的主要消费市场为欧美等发达国家和地区；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。

报告期内，公司实现国外销售收入 65,462.38 万元，较上年同期上涨 6.70%，占公司营业收入比例为 73.12%，成绩亮眼。

##### (1) OEM/ODM 出口业务基本稳定

在 OEM/ODM 产品业务领域，进一步加强同原有客户的沟通对接，积极推动同业头部品牌公司的合作，深挖潜能外拓合作，高效完成新项目拓展工作。随着客户的需求日趋多元化，报告期内，通过实现 OEM/ODM 客户对特殊烤漆颜色、塑胶件颜色、坐靠垫皮革等产品样式的个性化定制需求，公司已建立起以客户需求为导向的行业差异化竞争优势。

报告期内，公司 OEM/ODM 出口业务实现收入 36,871.64 万元，较上年同期下降 4.56%，占公司营业收入比例为 41.18%。

##### (2) 自主产品出口销售网络扩张显著

在自主产品业务方面，在 Facebook、Instagram、Youtube、Tiktok 等各大国际社交媒体平台投放宣传物料，借助新媒体和展会等途径积极拓展海外销售网络。在欧美市场发展完善、经济增速趋于平缓的前提下，公司产品输出实现逆境较大增量，订单数量实现了突破性增长。

报告期内，公司自主产品出口业务实现收入 28,590.74 万元，较上年同期大幅增长 25.85%，占公司营业收入比例为 31.93%。

#### 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》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，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，旨在实现全民健康与经济社会的良性协调发展。

随着全民健身活动的深入开展和体育大国向体育强国的迈进，特别是“全民健身日”的设立，国民健身方式呈现更加全面化、多元化的整体趋势。报告期内，公司国内市场业务实现收入 24,069.58 万元，较上年同期大幅增长 13.96%，占公司营业收入比例为 26.88%。

##### (1) 商用健身

报告期内，公司持续拓宽商用产品细分渠道，实现学校市场、酒店市场、竞技体育、商用健身俱乐部及工作室、线上批量采购等板块的全覆盖。除维护多年合作伙伴外，公司深入加强高校业务重点样板项目的模式示范效应，开发高校市场重点合作伙伴和渠道合作商，参与推动《校用体育器械和场地安全技术通用规范》团体标准的起草；随着各地文旅积极推动本地旅游业发展，加之星级酒店的采购向国产优质品牌转化，公司积极开拓酒店市场客户，于报告期内成功与

多地的多家星级酒店达成合作。在报告期内正式入驻多家大型线上采购平台，进一步增加了公司品牌的曝光度，拓宽公司销售渠道。

(2) 家用健身

家用产品领域，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产品 300 余款，并积极投放视频等宣传物料，于报告期内提高京东店铺评分。

(3) 企事业单位合作大幅拓展

为了更好的满足企事业单位员工对健康的追求，公司积极对智慧场馆项目流程进行梳理，确保标准化和定制化项目的正常实施，为满足企事业单位及商用俱乐部的需求，报告期内，为多家企事业单位提供健身器材服务。

(4) 全民健身事业蓬勃发展

2023 年国家出台《2023 年群众体育工作要点》、《全民健身场地设施提升行动工作方案（2023-2025 年）》、《城市社区嵌入式服务设施建设工程实施方案》等多项政策，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，明确提出完善健身设施建设的具体任务。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，国民对嵌入城市社区、方便可达的全民健身中心、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，公司不断完善室外健身房产品的开发工作，研发设计多款针对性单品，并完成室外可调阻力健身路径新产品的开发立项，持续不断地提升公司产品的发展可持续性和商业价值。

报告期内，公司参与了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。

(5) 体能训练

面对日益增长的体能专业化训练的需求，报告期内公司根据专业训练模式、训练风格、体能强度和考核项目等多方面的训练标准，开发了一款具有高度针对性的、智能软硬件相结合的体能训练综合性管理系统，目前体能训练系统 1.0 已全面上线并顺利实施多套代表性项目。

(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。公司目前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。

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，为用户提供更加创新、个性化的产品和服务。

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

追溯调整或重述原因

会计政策变更

元

	2023 年末	2022 年末		本年末比上年末增减 调整后	2021 年末	
		调整前	调整后		调整前	调整后
总资产	2,294,796,153.51	2,029,945,060.50	2,029,994,982.03	13.04%	1,777,354,150.65	1,777,354,150.65
归属于上市公司股东的净资产	1,240,736,960.49	1,160,132,904.97	1,160,132,904.97	6.95%	1,097,108,351.49	1,097,108,351.49

产	2023 年	2022 年		本年比上年增 减	2021 年	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
		营业收入	895,319,626.89	824,696,742.37	824,696,742.37	8.56%
归属于上市公司股东的净利润	88,164,055.52	65,664,553.48	65,664,553.48	34.26%	17,431,898.78	17,431,898.78
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	85,070,020.18	41,210,455.41	41,210,455.41	106.43%	31,206,585.33	31,206,585.33
经营活动产生的现金流量净额	260,016,466.70	104,403,463.45	104,403,463.45	149.05%	62,204,409.16	62,204,409.16
基本每股收益 (元/股)	0.73	0.55	0.55	32.73%	0.15	0.15
稀释每股收益 (元/股)	0.73	0.55	0.55	32.73%	0.15	0.15
加权平均净资产收益率	7.34%	5.82%	5.82%	1.52%	1.60%	1.60%

会计政策变更的原因及会计差错更正的情况

执行企业会计准则解释第 16 号对本公司的影响

2022 年 11 月 30 日，财政部发布了《企业会计准则解释第 16 号》（财会〔2022〕31 号），要求“关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理”的内容自 2023 年 1 月 1 日起施行。

执行企业会计准则解释第 16 号对本公司的影响

单位：元

报表日	报表项目	调整前	调整数	调整后
2022 年 12 月 31 日	递延所得税资产	42,041,922.54	49,921.53	42,091,844.07
2022 年 12 月 31 日	递延所得税负债	3,285,404.72	49,921.53	3,335,326.25

## (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	198,895,446.90	196,259,382.11	263,405,635.40	236,759,162.48
归属于上市公司股东的净利润	3,355,449.08	33,726,812.16	35,571,307.85	15,510,486.43
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,333,568.87	32,511,334.27	35,070,956.58	16,154,160.46
经营活动产生的现金流量净额	71,624,760.12	67,314,920.63	41,567,268.46	79,509,517.49

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	13,850	年度报告披露 日前一个月末 普通股股东总 数	12,985	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	33.89%	40,662,000	0	质押	19,466,200	
南通得一投资中 心（有限合伙）	境内非国 有法人	1.94%	2,324,000	0	不适用	0	
湖南文化旅游创 业投资基金企业 （有限合伙）	国有法人	1.04%	1,243,100	0	不适用	0	
青岛青英企业管 理咨询中心（有 限合伙）	境内非国 有法人	0.91%	1,087,800	0	不适用	0	
高盛公司有限责 任公司	境外法人	0.69%	831,342	0	不适用	0	
中国农业银行股 份有限公司—西 部利得量化成长 混合型发起式证 券投资基金	其他	0.65%	775,580	0	不适用	0	
兴业银行股份有 限公司—广发百 发大数据策略成 长灵活配置混合 型证券投资基金	其他	0.60%	717,500	0	不适用	0	
来刚	境内自然 人	0.59%	707,300	0	不适用	0	
中国银行股份有 限公司—招商量 化精选股票型发 起式证券投资基金	其他	0.56%	675,200	0	不适用	0	
中信里昂资产管 理有限公司—客 户资金—人民币 资金汇入	境外法人	0.53%	640,315	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。 公司股东来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 707,300 股，实际合计持有 707,300 股。						

前十名股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前十名股东较上期发生变化

适用 不适用

单位：股

前十名股东较上期末发生变化情况					
股东名称（全称）	本报告期新增/退出	期末转融通出借股份且尚未归还数量		期末股东普通账户、信用账户持股及转融通出借股份且尚未归还的股份数量	
		数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
高盛公司有限责任公司	新增	0	0.00%	831,342	0.69%
中国农业银行股份有限公司—西部利得量化成长混合型发起式证券投资基金	新增	0	0.00%	775,580	0.65%
兴业银行股份有限公司—广发百发大数据策略成长灵活配置混合型证券投资基金	新增	0	0.00%	717,500	0.60%
中国银行股份有限公司—招商量化精选股票型发起式证券投资基金	新增	0	0.00%	675,200	0.56%
中信里昂资产管理有限公司—客户资金—人民币资金汇入	新增	0	0.00%	640,315	0.53%
股富中国投资有限公司	退出	0	0.00%	0	0.00%
叶胜	退出	0	0.00%		
陈宝兰	退出	0	0.00%	609,800	0.51%
何娜	退出	0	0.00%	163,100	0.14%
光大证券股份有限公司	退出	0	0.00%	120,159	0.10%

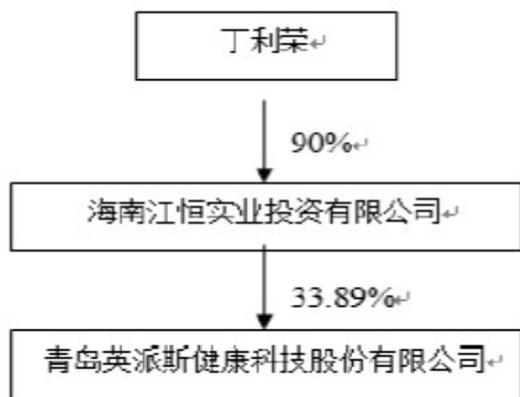
注：上表“前十名股东较上期末发生变化情况”中，公司未知股东叶胜期末持股情况。

## （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 2023 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

2024 年 4 月 26 日