

证券代码：002899

证券简称：英派斯



青岛英派斯健康科技股份有限公司

2020年度非公开发行 A 股股票

募集资金运用可行性分析报告

二〇二〇年五月

一、本次募集资金使用计划

公司本次非公开发行募集资金总额不超过 49,000.00 万元（含本数），扣除发行费用后的募集资金净额将全部用于如下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	募集资金拟投入金额
1	英派斯体育产业园 1.1 期建设项目	54,928.00	49,000.00
	合计	54,928.00	49,000.00

在本次募集资金到位前，公司将根据募集资金投资项目实施进度的实际情况通过自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照相关法规规定的程序予以置换。如果本次发行募集资金扣除发行费用后少于上述项目募集资金拟投入的金额，不足部分公司将通过自筹方式解决。

二、本次募集资金的背景

（一）全民健身上升为国家战略，国家政策大力支持体育产业发展

2014 年 10 月 20 日，国务院发布《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》，将全民健身上升为国家战略。该意见提出，到 2025 年，基本建立布局合理、功能完善、门类齐全的体育产业体系，体育产业总规模超过 5 万亿元，人均体育场地面积达到 2 平方米，经常参加体育锻炼的人数达到 5 亿，体育公共服务基本覆盖全民。该意见还提出将发展体育产业、拉动体育消费作为体育工作的新目标，将全民健身上升为国家战略，以体育服务业为重点，建立多部门合作的工作协调机制，共同推进体育与医疗、文化等融合发展，大力发展体育旅游、运动康复、健身培训等体育服务业，发展特色体育产业。

2016 年 6 月 15 日，国务院印发《全民健身计划（2016—2020 年）》，提出到 2020 年，群众体育健身意识普遍增强，参加体育锻炼的人数明显增加，每周参加 1 次及以上体育锻炼的人数达到 7 亿，经常参加体育锻炼的人数达到 4.35 亿，群众身体素质稳步增强。全民健身将成为促进体育产业发展、拉动内需和形成新的经济增长点的动力源。

2016 年 7 月 13 日，国家体育总局发布《体育产业发展“十三五”规划》，提出以体

育产业供给侧结构性改革为主线，以优化体育产业结构为重点，推动体育产业全面健康持续发展。到 2020 年，体育产业总规模超过 3 万亿，从业人员超过 600 万人，产业增加值在国内生产总值中的比重达 1.0%。

2019 年 8 月 10 日，国务院办公厅印发《体育强国建设纲要》，提出到 2020 年，建立与全面建成小康社会相适应的体育发展新机制，体育领域创新发展取得新成果，全民族身体素养和健康水平持续提高，公共体育服务体系初步建立，竞技体育综合实力进一步增强，体育产业在实现高质量发展上取得新进展。到 2035 年，形成政府主导有力、社会规范有序、市场充满活力、人民积极参与、社会组织健康发展、公共服务完善、与基本实现现代化相适应的体育发展新格局，体育治理体系和治理能力实现现代化。全民健身更亲民、更便利、更普及，经常参加体育锻炼人数比例达到 45% 以上，人均体育场地面积达到 2.5 平方米，城乡居民达到《国民体质测定标准》合格以上的人数比例超过 92%；青少年体育服务体系更加健全，身体素养显著提升，健康状况明显改善；竞技体育更好、更快、更高、更强，夏季项目与冬季项目、男子项目与女子项目、职业体育与专业体育、“三大球”与基础大项等实现均衡发展，综合实力和国际影响力大幅提升；体育产业更大、更活、更优，成为国民经济支柱性产业；体育文化感召力、影响力、凝聚力不断提高，中华体育精神传承发扬；体育对外和对港澳台交往更活跃、更全面、更协调，成为中国特色大国外交和“一国两制”事业的重要方面。到 2050 年，全面建成社会主义现代化体育强国，人民身体素养和健康水平、体育综合实力和国际影响力居于世界前列，体育成为中华民族伟大复兴的标志性事业。

2019 年 9 月 17 日，国务院办公厅印发《关于促进全民健身和体育消费推动体育产业高质量发展的意见》，提出深化“放管服”改革，释放发展潜能、完善产业政策，优化发展环境、促进体育消费，增强发展动力、建设场地设施，增加要素供给、加强平台支持，壮大市场主体、改善产业结构，丰富产品供给、优化产业布局，促进协调发展、实施“体育+”行动，促进融合发展、强化示范引领，打造发展载体、夯实产业基础，提高服务水平。强化体育产业要素保障，激发市场活力和消费热情，推动体育产业成为国民经济支柱性产业，积极实施全民健身行动，让经常参加体育锻炼成为一种生活方式。

随着上述多项重要政策的推出，我国全民健身产业已上升为国家战略，经常参加体育锻炼已经成为国家大力倡导的一种生活方式。各类健身器材设施是全民健身计划

实施的基础，将迎来广阔的发展空间。

（二）居民健身意识逐步提高，健身产业消费群体不断扩张

随着我国经济的快速发展，社会结构、经济结构以及人们的生活方式都发生了巨大变化。随着我国城镇居民健康意识的逐步加强，健康消费需求已由单一的医疗治疗型，向疾病预防型、保健型和健康促进型转变。

尤其是近年来我国亚健康人群数量持续增长，猝死事件屡有发生，我国全民健身意识逐年增强，越来越多的人将走入健身房或者专业的健身场所，整个健身产业消费群体也在不断扩张，逐渐从“小众市场”向“大众市场”转变，体育消费不断增加，健身行业市场空间广阔。

（三）我国体彩销售额稳步提升，为群众体育事业发展和相关配套产业发展提供了良好的外部环境

为规范和加强中央集中彩票公益金支持体育事业专项资金使用管理，提高资金使用效益，国家体育总局于 2013 年制定了《中央集中彩票公益金支持体育事业专项资金管理办法》，办法指出，彩票公益金补助范围包括群众体育和竞技体育，其中用于群众体育的比例不低于 70%，用于竞技体育的比例不高于 30%。群众体育部分，主要用于：（1）援建公共体育场地、设施和捐赠体育健身器材；（2）资助群众体育组织和队伍建设；（3）资助或组织开展全民健身活动；（4）组织开展全民健身科学研究与宣传。



数据来源：财政部

近年来，我国体育彩票销售额整体呈增长趋势，相应的全民健身事业发展迅速。

2018 年仅国家体育总局就安排彩票公益金 208,948.39 万元，用于援建公共体育场地设施和捐赠体育健身器材等相关活动。除上述国家体育总局层面的相关支出外，省、市等各级体育主管部门也根据彩票公益金分配情况大力支持地方体育事业的发展，为相关的体育健身器材的发展创造了良好的市场环境。

（四）人均可支配收入持续增长，引爆体育健身产业快速发展的新风口

在健身行业发展初期，由于城镇居民可支配收入有限，只有少部分参与体育竞赛的人群才有健身方面的需求，而其主要目的为塑造健美体形，运动项目以高强度、大运动量、时间短的运动项目为主。经过一段时间的发展，随着人们生活水平的提高和健身意识的增强，针对普通民众的健身会所开始出现，一部分中高收入人群开始走入健身会所，通过体育运动获得健康的身体，如参加有氧、无氧等器械锻炼、集体运动课程、单项体育运动等。

尤其是近几年来，伴随城市生活压力日渐加大，在越来越多中低收入人群开始走入健身会所参与健身运动的同时，城市中高收入人群在健身运动的需求之外，还产生了追求健康生活方式的需求。这种健康生活方式除了保持科学的运动之外，还包括日常的皮肤保养、健康的饮食、积极的心态和充实的社交生活等。

据中国体育科学学会体育产业分会统计分析，当人均 GDP 达到 5,000 美元时，民众将会对体育健身有所需求；人均 GDP 达到 8,000 美元时，体育健身将成为国民经济的支柱产业之一，而我国人均 GDP 在 2019 年已达到 10,276 美元，我国的体育健身产业走到了爆发式增长的拐点。

与此同时，随着我国城镇居民人均可支配收入的持续增长，居民生活越来越富裕，居民消费的结构进一步改善，近几年恩格尔系数持续下降，从 2010 年的 37.9% 降到 2019 年的 28.2%。越来越多的居民从过去的吃穿温饱需求转向更高层次的消费需求，健康消费需求逐步增强，健身相关产业迎来广阔的发展空间。

（五）新技术与制造业融合，智能制造成为健身器材制造业发展趋势

本项目建设是在当前我国体育用品制造业逐渐向科技创新趋势发展与健身器材产品市场需求不断提升的双重因素推动下提出的。该项目拟新建智能化、现代化工厂车间及软硬件设施，借助工业化、信息化及智能化的有机结合，将健身器材产品的数字化、网络化、智能化制造运用在生产、管理、销售等多个环节，从而优化生产工艺，

降低人工成本，提升生产效率；另一方面，项目拟通过购置先进的自动化、智能化生产设备，追踪人体工程学、人体力学、工业设计、大数据、人工智能等学科前沿，深入推进技术创新，对公司健身器材产品进行智能化升级改造，开发引领市场需求的创新型产品。

基于健身器材智能化发展趋势，并结合当前新一代信息技术与制造业加快融合创新发展，物联网、大数据、云计算、人工智能等新技术持续演进，先进制造技术正在向信息化、网络化、智能化方向发展，智能制造将成为未来健身器材制造业发展的趋势。本项目建设将积极响应国家对于体育产业发展的政策，顺应我国体育用品制造业科技创新发展的趋势。

三、本次募集资金的必要性和可行性分析

（一）项目概况

1、项目名称

英派斯体育产业园 1.1 期建设项目

2、项目实施主体

青岛英派斯健康科技股份有限公司

3、项目实施地点

青岛市即墨区服装工业园马山路 297 号

4、项目投资概算

本项目总投资 54,928.00 万元，拟使用本次非公开发行 A 股股票募集资金 49,000.00 万元，其余资金由公司自筹资金投入。

5、项目建设周期

本项目计划建设周期为 24 个月。

（二）项目实施必要性

1、扩大公司产能规模，丰富公司产品系列

2019 年 9 月 17 日，国务院办公厅印发《关于促进全民健身和体育消费推动体育

产业高质量发展的意见》，实施全民健身行动，努力打造百姓身边的健身组织和“15分钟健身圈”。同时受新冠肺炎事件的影响，以及我国居民收入的增长，居民的消费观念发生改变，由过去的衣食住行，逐渐的关注身体的健康管理，在健身运动方面的消费比例将逐渐增加。

公司目前产品主要为 G 系列、IT95 系列、IF93 系列等商用有氧及力量产品，而在家用健身器材、户外器材方面，公司由于受场地、产能的限制，无法满足市场的需求。

本项目建成以后，通过新建智能化、现代化工厂车间，升级软硬件设施，实现工业化、信息化、智能化的有机结合，加大开拓国内外市场力度，根据市场需求不断丰富现有产品结构，有助公司开拓家用、户外等健身器材市场，进一步提升公司的核心竞争力。

2、提高公司智能制造水平，实现公司产品技术升级

随着消费水平及消费意识的不断提升，消费者在追求健身器材产品功能性、安全性的同时，也将更加注重产品的智能化、网络化以及自身个性化需求。未来健身器械将包含健康管理、指导科学健身的云计算、大数据、物联网技术融合，进一步实现健身的互动娱乐性、智能科学性、自我管理性、功能多样性的升级。

本项目建设旨在结合当前新一代信息技术与健身器材融合创新，通过装备智能化、生产自动化的智能化升级，紧扣关键工序自动化、关键岗位工业机器人替代、生产过程智能优化控制、供应链管理智能化，以此对生产中多个环节智能升级，建成匹配公司产品智能化要求的生产线，实现公司的产品智能化。

3、扩大规模，强化在行业整合过程中的领先优势

经过多年发展，欧美发达国家健身市场已相对成熟，行业规模保持稳定增长态势，行业市场区域集中。但国内健身器材市场较欧美还处于市场的发展初期，行业集中度较低，行业中目前还充斥着较多低端的、质量无法有效保障的健身器材产品。随着健身器材市场趋于成熟，各门类领先品牌发展规模和核心竞争优势不断扩大，市场竞争激烈程度进一步增大。伴随市场细分程度深化，经营模式转变以及品牌竞争力的优化，必将引发新一轮的行业洗牌，竞争力缺失的企业将面临被淘汰或被兼并的风险。

与此同时，在行业整合资源，创新发展过程中，将会进一步提高品牌集中度，形成一批具有国际影响力的行业领先品牌，引领健身器材制造行业进入新的发展阶段。

通过本项目建设，公司通过丰富产品系列，扩大产能规模，夯实技术储备，扩大在行业整合过程中的领先优势，进一步提升公司的核心竞争力。

（三）项目实施可行性

1、项目建设对应政策环境分析

2019 年，国务院办公厅印发《体育强国建设纲要》中指出：“到 2020 年，建立与全面建成小康社会相适应的体育发展新机制；到 2035 年，形成政府主导有力、社会规范有序、市场充满活力、人民积极参与、社会组织健康发展、公共服务完善、与基本实现现代化相适应的体育发展新格局，体育治理体系和治理能力实现现代化；到 2050 年，全面建成社会主义现代化体育强国，体育成为中华民族伟大复兴的一个标志性事业”。2014 年，青岛市体育局印发《青岛市体育产业发展规划（2014-2020 年）》，提出：“到 2020 年，培育一批具有规模优势的体育产业园区，形成一批体育产业重点企业和企业集团，打造一批具有国际影响力的体育产业品牌，培养一批从事体育产业的优秀团队和领军人物，建立以体育服务业为重点，优势突出、结构合理的体育产业体系 and 规范有序、繁荣发展的体育市场，将我市打造成为沿海地区蓝色体育休闲产业发展的高地”。上述一系列产业政策的出台为本项目奠定了良好的外部环境，有利于本项目的顺利实施。

2、项目新增产能消化可行性分析

（1）继续加强国际市场开拓

当前公司在国际市场上有两大业务板块，OEM/ODM 产品业务和自主品牌产品业务。

①OEM/ODM 产品方面

公司根据市场变化积极应对，以产品创新、客户服务为基础，在加强与原有核心客户合作的同时不断挖掘新市场、新客户，努力保持在国际市场的优势。此外，公司将充分把握“AEO 高级认证”的优势，以此为契机，公司充分利用该认证在互认国家开辟的通关便利化绿色通道，不断加大国际市场开发力度。

②全球自有品牌推广方面

公司将加强品牌和营销渠道建设，大力加强海外市场的开拓力度，通过积极参加

各类知名专业展会及新产品新技术推介会、赞助各类大型赛事活动、加强各大区域市场品牌宣传力度等多种方式提升公司产品的知名度和美誉度。在对原有老客户进行积极维护、维持双方良好合作关系的同时，加强推广力度，开发新的国家市场和新的客户，吸引更多的潜在客户。另外随着“一带一路”战略的深入实施，公司积极开拓“一带一路”沿线区域市场。

公司根据对各区域市场做出的战略部署并结合市场本身的实际发展情况，将在直接销售产品的基础上，进一步以客户需求为核心，与重要的自主品牌客户开展定制化合作业务，为其提供针对性的产品研发、设计、生产、销售一体化服务，以增强客户粘性，更好地维护合作关系。

此外，公司将进一步增强产品售后服务支持，一方面针对主要客户聚集国家进行集中性售后巡检和培训；另一方面不断优化销售队伍，对其进行市场行为及客户管理方面的全方位培训，提高销售人员综合技能，以快速抓住市场机会，为客户提供更为优质的服务，争取更大的市场占有率。

（2）全面布局国内市场

目前公司国内市场主要分为商用产品市场、家用产品市场、户外产品市场三大板块。

①商用产品市场推广方面

公司针对商用健身产品的市场实际需求，完善公司商用健身器材产品体系，在持续稳步开拓原有政府机关、企事业单位及军警系统等优势需求领域的基础上，加快开拓健身房、酒店写字楼等其他商用市场。进一步升级入门级商用力量产品及主力有氧产品，充分发挥其高性价比的优势，努力打造有竞争力的产品，实现商用健身器材的多层次、多领域覆盖，提高市场占有率。

在军警训练领域，随着国家强军战略，军队训练作为强军战略的重要部分，训练器材又是军队训练的基础。作为行业领先企业，公司充分利用技术优势，针对军警训练的特殊要求，针对性的加强产品的研发，加强军警训练市场的开发力度。

公司以用户需求为导向，立足产品本身，致力于为客户提供集互动娱乐性、智能科学性、自我管理性、功能多样性于一身的优质产品，提高客户体验满意度。加强企事业单位、军警训练、高档小区及高等院校的推广力度。

②家用市场推广方面

当前“家居化”、“互联网+”的理念正在逐步渗透消费者心理，健身器材与科技的深度融合也是大势所趋，公司结合目前市场和用户需求现状及未来发展趋势，积极研发智能型家用健身器材，不断推出在定价、功能性、智慧性、娱乐性、时尚性等方面更加契合消费者需求的智能化特色家用健身产品，依托公司零售终端及电商销售渠道，利用网络购物平台与线下实体终端的融合与协同，打造全渠道零售模式，提升消费者购物体验，不断挖掘家用产品市场的利润增长点，提升家用产品销量。

③户外运动推广方面

公司积极响应国家体育总局及各省市体育局关于推广二代智慧型健身路径的战略要求，深入调研、规划智慧型健身路径设计方案并着力投入各项资源进行研发，确保在同类产品中属领先水平。凭借大健康智慧健身平台的强大功能及其与路径产品的完美融合，加之路径产品本身新颖时尚的外观以及过硬的性能、品质，公司多次在国家体育总局二代智慧型室外健身器材采购项目中中标，对公司在全国范围内的业务推广起到了极为重要的示范作用。

此外，以“2022 年北京冬奥会”的举办及“推进冰雪运动进校园”被正式列入教育部最新工作要点为契机，公司积极推出冰雪系列主打产品仿真冰场和滑雪模拟机，通过向冰雪爱好者普及冰雪运动知识并传播奥运文化，加强公司冰雪系列产品的市场推广力度。

3、项目建设实施新增产品系列研发创新能力及生产管理能力分析

本项目建成以后，在产品系列、产能规模、质量控制、供应链管理等方面都较公司目前规模具有较大的扩展，要求公司必须具备相匹配的产品技术研发实力、生产管理水平、质量控制体系等。

（1）技术研发创新能力分析

项目建成以后，公司在丰富产品系列及产品智能化、互动体验优化等方面进行扩展，公司必须具备相应的技术研发创新能力。截至 2019 年底，公司产品开发核心团队由 63 名设计师、生产工艺人员组成，其中 20 人在健身器材领域拥有 10 年以上的工作经验，均对国内外健身器材产品的发展趋势具有深入的认识和把握。

公司技术研发力量雄厚，产品设计研发水平一直与国际接轨。2014 年被认定为国家企业技术中心，同年还被认定为省级工业设计中心。截至 2019 年底，公司拥有各项专利 207 项，其中发明专利 21 项，实用新型专利 181 项（其中子公司 2 项），外观设计专利 5 项。公司多次参与固定式健身器材、室外健身器材、体育用品售后服务等标准的制定，是健身器材国家标准的主要起草单位之一。截至 2019 年底，公司共主持和参与制定国家标准、行业标准、地方标准、团体标准 45 项。

在新产品研发方面，公司始终以市场需求为导向，致力于推出引领市场发展潮流、代表行业高端水平的明星产品，创新能力和创新效率在不断的实现突破。

在产品升级优化方面，公司不断精益求精，围绕提升产品质量、提高生产及采购效率、降低产品成本、满足客户需求为出发点，持续开展各类产品的优化升级改善工作。

在产品研发测试方面，公司购置大量先进检测设备，同时根据研发阶段实际检测工作的需要，自主设计制作整机稳定性测试平台、钢索寿命测试机等多台检测设备，进一步为公司产品质量控制和品质提升提供了支持。另外，公司积极部署并准备检测实验室 CNAS 能力认证工作，着力提升公司检测实验室测试能力，一次性通过其 2 项能力验证。

（2）公司生产管理能力分析

依托多年专业制造与自主品牌业务运营经验，公司积累了丰富的人才储备，包括核心高级管理团队、生产管理团队及产业技术工人等。公司核心团队成员从事本行业经营管理工作多年，对于国内外健身器材行业发展趋势具有深入的认识和把握，对于公司发展历史、企业文化亦有高度的认同感，积累了丰富的客户及产业链资源。

在生产管理方面，公司先后通过了 ISO9001 质量管理体系、ISO14001 环境管理体系、OHSAS18001 职业健康管理体系、ISO10015 培训管理体系及 ISO50001 能源管理体系认证。公司在原有五大体系认证的基础上，凭借过硬的内控管理水平，进一步通过了知识产权管理体系、内控管理体系、商品售后服务评价体系、4A 标准化企业标准体系、5A 企业信用管理体系、商业信誉管理体系等多体系的认证。

公司通过 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。全球知名品牌对产品的生产有着严格的管理流程和管理标准，公司正是通过

严格的生产管理流程和管理标准获得全球知名品牌健身器材企业的高度认可，并长期保持合作关系。

在上述核心管理团队保持稳定的同时，公司亦致力于管理团队的持续优化，不断引进先进人才，为公司持续发展注入活力；同时公司致力于学习型团队建设，通过开展形式多样的培训活动，不断提高管理人员的综合素质，支撑公司业务持续发展。

（四）项目实施方案

公司本次建设英派斯体育产业园 1.1 期项目，将通过新建智能化、现代化工厂车间，升级软硬件设施，实现工业化、信息化、智能化的有机结合，根据市场需求不断丰富现有产品结构，加大开拓国内外市场力度，进一步提升公司的核心竞争力。

（五）项目投资方案

本项目计划总投资额为 54,928.00 万元，拟使用募集资金投入 49,000.00 万元。具体投资规划如下：

单位：万元

序号	投资项目	投资总额	占比	拟使用募集资金
1	无形资产-土地使用权	2,567.01	4.67%	-
2	固定资产	46,111.98	83.95%	43,916.17
2.1	建筑工程	27,634.47	50.31%	27,634.47
2.2	硬件设备购置及安装	16,281.70	29.64%	16,281.70
2.3	基本预备费	2,195.81	4.00%	-
3	铺底流动资金	6,249.01	11.38%	5,083.83
	合计	54,928.00	100.00%	49,000.00

（六）经济效益评价

经测算，本项目运营期内预计内部收益率（税后）为 15.63%，整体项目静态回收期为 7.55 年（含建设期），各项主要财务指标合理可行，经营安全性较高，本项目具有良好的经济效益。

（七）项目的审批程序

本次非公开发行募集资金投资项目涉及项目备案、审批手续正在办理中。

四、本次发行对公司经营管理、财务状况等的影响

（一）募集资金运用对发行人生产经营的影响

本次非公开发行募集资金投资项目积极响应国家体育产业发展政策，顺应我国体育用品制造业科技创新发展的新趋势，具有良好的市场发展前景和经济效益。

本次非公开发行募集资金投资项目投产后，通过新建智能化、现代化工厂车间，升级软硬件设施，实现工业化、信息化、智能化的有机结合，加大开拓国内外市场力度，根据市场需求不断丰富现有产品结构，有助公司开拓家用、户外等健身器材市场，进一步提升公司的核心竞争力。

本次募集资金投资项目实施后不会产生同业竞争，也不会对发行人的独立性产生不利影响。

（二）本次募集资金项目对公司财务状况的影响

1、对公司资产结构的影响

本次非公开发行有助于公司做大资产规模，增强资本实力，进一步优化资产负债结构，为公司未来的持续发展奠定坚实基础。募集资金到位后，公司资产总额和净资产总额将相应增加，公司资产负债率将有所下降，这有利于增强公司的偿债能力及抗风险能力。

2、对公司盈利水平的影响

本次非公开发行募集资金投资项目建设完成后，公司收入水平和盈利能力将得到提升。由于募集资金投资项目的建成投产并产生效益需要一定时间，短期内可能导致公司净资产收益率、每股收益等指标有所下降。但长期来看，伴随着募集资金投资项目的建设 and 效益实现，公司的销售收入和营业利润将实现稳步增长。

3、对公司现金流的影响

本次非公开发行股票募集资金到位后，公司筹资活动现金流入和投资活动现金流出将有大幅增加。未来随着募集资金投资项目的建成投产并产生效益，公司投资项目带来的经营活动产生的现金流入将得以增加，可持续性将得到有效提升。

五、结论

经审慎分析，董事会认为，本次非公开发行 A 股股票募集资金投资项目符合国家的产业政策和公司的战略发展规划，有利于进一步提升公司的核心竞争力和盈利能力，促进公司的可持续发展，符合公司长远发展计划和全体股东的利益。

青岛英派斯健康科技股份有限公司董事会

2020年5月20日