

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

2022 年度非公开发行 A 股股票

募集资金运用可行性分析报告

二〇二二年十月

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 40,000.00 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	青岛英派斯体育产业园建设项目	124,580.98	40,000.00
	合计	124,580.98	40,000.00

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

国民作为国家最重要的组成部分，其体魄健康是一个国家发展的基石。我国十分注重国民身体素质的提高，早在建国初期我国领导人便提出了新中国的全民健身指导方针，即“发展体育运动，增强人民体质”的 12 字方针。2014 年，国务院印发《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》，首次提出将全民健身上升为国家战略。该意见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，鼓励日常健身活动，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。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。此后，我国陆续印发了《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》、《全民健身计划（2016—2020 年）》、《体育产业发展“十三五”规划》、《体育强国建设纲要》、《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》、《全民健身计划（2021—2025 年）》等一系列政策，旨在发展体育健身产业，推动健

身设施建设，促进民众的健康生活方式，提高国民整体健康素质。

2022 年 3 月，我国中办、国办再次印发《关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》，指出要构建统筹城乡、公平可及、服务便利、运行高效、保障有力的更高水平的全民健身公共服务体系。“十四五”期间，我国将推动建设 2,000 个体育公园等健身设施，完成 5,000 个乡镇街道体育健身设施补短板项目。到 2025 年，更高水平的全民健身公共服务体系基本建立，人均体育场地面积达到 2.6 平方米，经常参加体育锻炼人数比例达到 38.5%。

2022 年 4 月，教育部印发《义务教育课程方案和课程标准（2022 年版）》，“体育与健康”课程需占总课时比例 10%-11%，超越英语，成为小、初阶段仅次于语文和数学的第三大“主科”。另外，关于体育纳入高考的研究已经启动，2022 年北京大学、清华大学等 39 所高校“强基计划”招生依然采取“高考+综合能力测试+体育测试”的模式，考生的体育成绩将直接与录取结果挂钩。

上述多项重要政策的推出，说明全民健身产业在我国已上升为国家战略，积极实施全民健身行动，让体育锻炼已经成为国家大力倡导一种生活方式。各类健身器材设施是实施全民健身计划实施的基础，也将迎来广阔的发展空间。

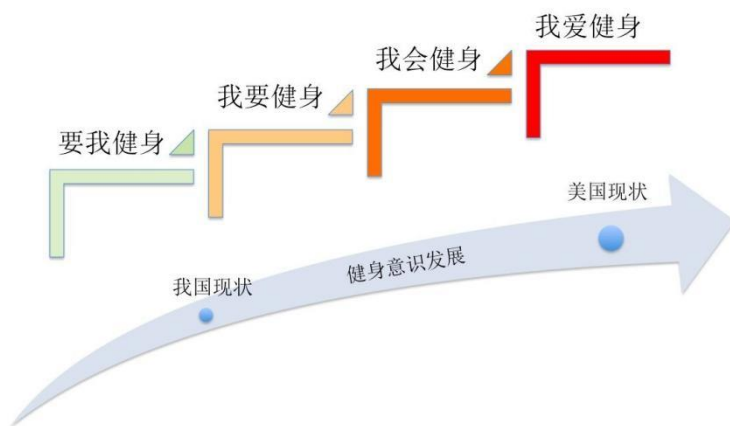
（二）全球健身意识逐步增强，健身产业消费群体不断扩张

目前全球多数国家均处于快节奏的生活方式中，人们普遍压力较大，而不健康的生活方式以及饮食习惯等导致肥胖以及心血管等老年疾病概率攀升并逐渐年轻化，亚健康人群数量持续增长，猝死事件屡有发生。运动健身作为最为健康科学的减脂、增进健康的方式，目前已成为了人们保持身心健康的首选，选择运动健身的人数持续增长。据 IHSA 数据显示，全球健身俱乐部会员人数由 2016 年的 1.62 亿人增至 2019 年的 1.84 亿人次，并呈现持续上升的态势。

我国作为全球第一人口大国以及全球第二大经济体，近年来，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，人们的健康意识逐步增强。持续三年的新冠疫情对于所有人都是一次直观的健康教育，人们对健康的重视程度又进一步提高，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，同时越来越多的人走入健身房或者专业的健身场所，整体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。IHRSA 以及《2021 年度中国健身行业数据报告》数据显示，中国作为全球最大的新兴健身市场，健身会员占总人口渗透率更是由 2016 年的 1.09% 攀升至 2021 年的 5.37%。

相比于成熟的欧美市场，国内健身器材消费市场在市场规模、消费群体成熟度及健身消费意识、销售渠道等各个方面，尚处于不断培育、发展的过程中。据国家国民体质监测中心数据，居民人均体育消费由 2014 年的 926 元增长至 2020 年的 1330 元，体育消费水平显著提升。随着我国城镇化进程的推进、居民收入水平的持续增长以及居民健身意识的不断提升，将为我国健身器材消费市场的未来增长提供充足的消费动能。



（三）人均可支配收入持续增长，支撑体育健身产业快速发展

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，而当时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。而伴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增大，以及我国城镇居民人均可支配收入的持续增长，越来越多人开始走入健身会所参与健身运动。

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 2021 年已达到了 1.26 万美元，同比增长 2,100 美元，同年我国人均可支配收入为 35,128 元，较 2020 年增长 9.13%。在可支配收入的

持续增长下，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 2021 年的 29.8%。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，健康消费开始逐步增强，健身相关产业迎来广阔的发展空间。

（四）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，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全面的智能化升级改造，开发领先市场、引领需求的创新型产品。

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走科技创新发展的趋势。本项目是基于以上健身器材智能化发展趋势下，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，智能制造成为未来健身器材制造业发展的重大趋势的背景。

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

青岛英派斯体育产业园建设项目

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 124,580.98 万元，截至 2022 年 6 月 30 日，公司已投入自筹资金 59,994.68 万元用于项目前期建设。拟使用本次非公开发行 A 股股票募集资金 40,000.00 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 33 个月，已开始施工建设。

(二) 项目实施必要性

1、丰富公司产品系列，扩大公司产能规模

2019 年 9 月 17 日，国务院印发《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，居民对消费观念发生改变，逐渐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。因此，我国家用健身器材市场将迎来快速增长期。另外随着 2022 年冬季奥运会在北京的举办，带动了我国冰雪运动的兴起和普及，同时也推动相关冰雪器材的需求增长。

公司目前产品主要为 R 系列、P 系列、FE97 系列、IT95 系列等系列的中高端商用有氧及力量产品，而在入门级商用器材、家用健身器材及冰雪器材方面，公司由于受场地、产能的限制，无法充分满足市场的需求。近年来受到疫情等外部环境影响以及健身观念的改变，家用健身器材及冰雪器材需求量快速增长，因此公司有必要进一步丰富相关产品类型。

公司在政府机关、企事业单位及军警系统等市场优势突出，而在传统商业健身房以及潜力更大的家用市场、全民健身市场还有更广阔成长空间。适用该市场的家用器材和入门级商用器材虽是公司成熟产品，但由于品种数量多，小规模生产成本较高。本项目建成后，新增产能可满足大规模生产需求从而显著降低生产成本，提高市场竞争力。因此公司有必要扩大产能规模。

本募集资金投资项目建成以后，通过新建智能化、现代化工厂车间，升级软硬件设施，建设全新的自动化立体仓库系统，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，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、冰雪等健身器材的市场，进一步提升公司的核心竞争力。

2、提高公司智能制造水平，实现公司产品提质增智

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，也将更加强调产品的智能化、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。与常规健身器材相比，智能化产品的生产对于车间具有较高的除尘、防静电水平，以保证产品精度和质量。

本募集资金投资项目建设将通过对自立起重机、激光切割机、自动喷粉设备、褪漆热洁炉等多个生产及供应链环节的智能化升级，建成匹配公司产品智能化要求的生产线，满足新类型健身产品生产精度等指标的多方面要求，最终实现公司生产过程及产品功能的双重智能化技术升级。

3、加强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优化，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，必将引发一轮新的行业洗牌，竞争力缺失的企业将面临被淘汰或者兼并的风险。与此同时，在行业整合资源、创新发展过程中，将会进一步提高行业集中度，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。

公司将通过本募集资金投资项目建设，持续丰富并升级产品系列，扩大高质量及先进产品产能规模，扩大在行业整合过程中的领先优势，提升公司的核心竞争力。

（三）项目建设可行性分析

1、项目建设对应政策环境分析

2019 年，国务院印发《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。”

2022 年 3 月，我国中办、国办印发《关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》，指出要构建统筹城乡、公平可及、服务便利、运行高效、保障有力的更高水平的全民健身公共服务体系。“十四五”期间，我国将推动建设 2,000 个体育公园等健身设施，完成 5,000 个乡镇街道体育健身设施补短板项目。到 2025 年，更高水平的全民健身公共服务体系基本建立，人均体育场地面积达到 2.6 平方米，经常参加体育锻炼人数比例达到 38.5%。

2021 年 12 月，青岛市体育局印发《青岛市“十四五”体育产业发展规划》的通知，提出：到 2025 年，体育产业发展规模和质量明显提升，体育产业结构更为合理，体育消费试点成效显著，争创体育消费示范城市，体育产业同其他产业融合发展更为紧密，体育产业发展环境进一步优化，“14581”体育产业发展格局基本形成，推动体育产业成为国民经济支柱性产业。体育产业总规模达到 1,000 亿元以上，体育产业从业人数超过 18 万人，体育产业增加值占 GDP 比重达到 2.5%，实施品牌发展战略，推动体育制造业转型升级。重点打造 5-6 个国内知名体育产业品牌、10 个以上体育明星企业，人均体育消费超过 3,300 元。上述一系列产业政策的出台为本募集资金投资项目奠定了良好的外部环境，有利于项目的顺利实施。

2、项目新增产能消化可行性分析

（1）继续开拓国际市场

目前在全球健身器材市场分布来看，主要的市场以欧美等发达国家市场为主，由于成本等制约因素，生产市场已经开始向亚洲转移，中国现在已经成为世界排行第一的器材出口国。自新冠肺炎疫情发生起，全球消费者更加注重居家锻炼。据全球市场和消费者数据调研机构 Statista 预测，2025 年全球室内健身市场将超过 140 亿美元。2021 年中国卖家的力量训练器械和有氧训练器械在 eBay 平台的销售额比 2019 年分别增长了 230%、135%，力量训练产品、有氧训练器械、瑜伽产品以及智能穿戴产品备受关注。随着海外疫情防控形势的变化以及户外活动的恢复，回归健身房或参加各项户外运动的人也越来越多。

国际商用市场在后疫情时代快速恢复，随着全球多国疫情防控措施逐渐松绑，许多健身消费者纷纷选择重回健身房进行锻炼。人们对于线下健身的迫切需求，也直接体现在健身品牌的财报上。2022 年 5 月 10 日，美国连锁健身品牌 Planet Fitness 公布 2022 年第一季度财报。财报显示，该时期营收同比增长 66.9%，达到 1.867 亿美元，意味着 Planet Fitness 的营收回到了疫情前的水平。Planet Fitness 2019 年第一季度的收入为 1.488 亿美元。目前公司的客户纷纷要求公司缩短交货周期，在未来的 2-3 年间又将迎来商用市场的快速增长期。

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。

① OEM/ODM 产品方面

公司以产品创新、客户服务为基础，在加强与原有 OEM/ODM 核心客户的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。公司将充分发挥海关“ AEO 高级认证”的优势，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，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、维持双方良好的合作关系的同时，加强推广力度，对新的国家和新的客户开发，吸引更多的潜在客户。另外随着“一带一路”战略的深入，公司积极开拓“一带一路”沿线 65 个国家，总人口超过 44 亿的区域市场。

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

目前公司传统健身器材产品分为商用产品市场、家用产品市场、户外产品市场三大板块。为响应“三亿人参与冰雪运动”的号召，公司 2017 年即着手开发冰雪运动场地设施及相关服务，开拓冰雪运动市场。积极应对人口老龄化已上升为国家战略，公司利用现有产品线拓展老年人康复训练、行为辅助所需的康养器械，布局康复养老市场。

① 商用产品市场

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。目前公司全力打造轻商用产品线，迎合政府机关、企事业单位的场景需求，进一步提升公司产品竞争力，巩固优势市场。公司通过销售架构调整，优化产品成本，提升商用力量产品及主力有氧产品的性价比，力争在 2023 年国内俱乐部实现较好的市场销售。

在军警训练领域，随着国家推行强军战略，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，研发专项训练设备，并配套带训服务，成功拓展军警训练业务。自 2020 年英派斯在北京陆军总部机关大院打造的国内首个智慧化体能训练馆，在军警系统形成了巨大的影响力，在传统体能训练设备基础上结合物联网、互联网和数字化技术，植入军警体能训练体系，打造科学信息化体能训练平台产品，健身智慧化军营，打造细分市场护城河，快速扩展市场份额。自 2020 年下半年开始陆续建设了多个军警系统的体能训练房。随着国际形势日益严峻，国家对于投入军费的持续增长，英派斯借助于品牌、产品和先发优势，势必在军警领域抢占市场，提升销售额。公司在 2021 年开始深入消防系统，为消防系统打造体能训练方案，围绕消防系统研制特种训练设备，建设数字科学化体能训练系统。2022 年 5 月由青岛市消防支队组织了我司打造的“数字科学化体能训练”现场观摩会，支队和各大队领导给予新模式极大的肯定。观摩会后陆续收到了消防系统的新订单，在青岛打造成功样板后将陆续推往全国。

2022 年 3 月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于构建更高水平的全民

健身公共服务体系的意见》，督导各地抓紧制定健身设施建设补短板行动计划，利用中央资金，引导支持地方数字化升级改造 1,000 个以上公共体育场馆。公司已在 2022 年上半年开发完成智能健身房系统，运用设施智能化、器械智能化、运营智能化、数据智能化，打造智慧化平台的基石，帮助健身场馆实现全方位智能化升级，节省人力物力及运营成本，提高管理效率，优化用户体验，打造创新型、智慧型场馆。在 2025 年前，每年与全国各省市体育局共同打造 300 社区健身中心和百姓健身房，预计年增收 1.5 亿元。同时，公司与地方政府合作打造运动健康新模式，2021 年上半年，与安徽省局共同打造运动促进中心示范店，得到了省局高度认可，要求以此为模板建造 121 个科学健身指导中心，目前已在安徽芜湖、阜阳等城市已陆续中标形成稳定销售。2022 年国家体育总局科教司开始牵头进行社区运动促进中心模式研究，英派斯作为国内首个打造此模式的方案商，也积极配合总局在接下来全国社区运动促进中心的建设中，形成先发优势提升销售。

② 家用产品市场

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，针对家用健身器材的市场实际需求，公司结合目前市场和用户实际需求现状和未来发展趋势，积极研发智能型家用健身器材，公司目前已储备了 5 款家用智能健身设备，开发适合家庭健身的内容平台，为家庭健身者提供从硬件到训练服务的全流程解决方案。加大对新媒体平台的营销投入，依托公司已有遍布全国的零售终端及电商销售渠道，利用网络购物平台与线下实体门店的融合与协同，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 户外产品市场

“十四五”期间，体育总局围绕扩大全民健身场地设施供给、推动解决群众“健身去哪儿”难题，将继续会同有关部门推动落实《国务院办公厅关于加强全民健身场地设施建设 发展群众体育的意见》，督导各地抓紧制定健身设施建设补短板行动计划，利用中央资金，引导支持地方新建或改扩建 2000 个以上体育公园、全民健身中心、公共体育场馆等健身场地设施，补齐 5000 个以上乡镇(街道)全民健身场地器材，配建一批群众滑冰场，数字化升级改造 1000 个以上公共体育场馆。以上海为例，“十三五”期间，上海市人均体育场地面积从 2015 年的 1.76 平方米增至 2020 年的 2.35 平方米，但仍存

在总量不足、分布不均、利用率不高等三处“短板”。根据《上海市健身设施建设补短板五年行动计划（2021—2025 年）》，到 2025 年，上海人均体育场地面积将达到 2.6 平方米，新增体育场地面积约 600 万平方米，计划新建或改扩建各类健身设施项目不少于 8000 个，基本形成“处处可健身”的城市环境。

公司从 1998 年就配合全民健身工程实施，在传统户外健身路径市场处于绝对领先地位，近年来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，公司成功在国家体育总局 2018 年二代室外健身器材采购项目中中标，对公司在全国范围内的同类业务推广起到了极为重要的示范作用。在体育公园市场中，英派斯目前已完成江苏常州、青岛流亭体育公园的建设，已形成示范项目。公司计划进一步加大体育公园设计和工程施工能力，为接下来国家提出的建设 2,000 个体育公园计划，做好前期储备。

④冰雪运动市场

公司充分利用“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的工作要点的契机，推出冰雪系列主打产品仿真冰场和滑雪模拟机，推进“北冰南展西扩”，助力“三亿人上冰雪”。2022 年北京冬奥会虽已落幕，但“带动三亿人参与冰雪运动”的成果仍不断巩固扩大。公司的仿真冰场和滑雪模拟机突破季节和场所的限制，特别能够满足冰雪运动培训市场需求。

⑤大健康产业平台搭建

我国已经迈入人口老龄化快速发展时期，截至 2020 年底，我国 60 岁以上老年人口已达到 2.64 亿。“十四五”期间，我国老年人口将突破 3 亿。随着人口老龄化问题的日益加剧，国家不断加大对养老产业的投资建设力度。公司新产业园建设完成后，将成为国内最为先进的健身器械生产基地。在稳固现有健身器材的生产外，引入康复器材、康复机器人、医疗器械的生产，实现新的销售增量。英派斯后续将进行服务平台构建，建立以英派斯为中心的多产业、多领域的健康产业生态圈，打造平台级公司。

3、项目建设实施新增产品系列研发创新能力及项目管理能力分析

本募集资金投资项目建成以后，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

募集资金投资项目建成以后，公司在丰富产品系列及产品智能化、互动体验优化等等方面进行扩展，公司必须具备相应的技术研发创新能力。目前公司产品开发核心团队由近 60 名设计师、生产工艺人员组成，其中近 20 名人员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。在 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。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行业标准的制定，是健身器材国家标准的主要起草单位之一。截止 2022 年 6 月 30 日，公司主导或参与制定、修订的国家标准、行业标准、团体标准、技术规范正式发布且有效的共计 51 项，尚在参与制定的各类标准共计 20 项。

同时，公司积极与国家体育总局体育科学研究所、北京大学、北京林业大学等科研院所开展产学研合作，同时积极与海外研发机构保持合作。

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。公司已自主研发众多具有重大技术突破的新产品，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，完成各类产品优化升级改善。

在产品研发测试方面，为解决现有外购检测设备在部分性能测试方面的欠缺，公司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。

（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，也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、ISO45001 职业健康安全管理体系、ISO10015 培训管理体系及 ISO50001 能源管理体系等五大体系认证。凭借过硬的内控管理实力，在原有五大体系的基础上，又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、海关 AEO 高级认证、5A 标准化良好行为、全民健身器材服务能力资质认证 4A、信用管理体系、服务保障和专业技术能力认证等多个体系的认证。

公司亦通过 OEM/ODM 模式为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和长期合作。

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的建设，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，支撑公司业务的持续发展。

（3）公司项目管理能力分析

在募集资金投资项目建设及运营过程中，公司在原有内部管理制度体系的基础上，根据相关法律法规、规范性文件对上市公司的要求，进一步加强规范化运作方面内部执行文件的制定和修订工作，并定期组织公司相关人员进行合规培训，不断加强重大信息传递机制建设，强化公司内部管控，提升规范化运作水平。同时，公司进一步推进内部审计工作，通过设计高效通畅的审计流程、设置重点业务流程关键监控/审计点、搭建规范化内部审计监控体系、拓展内部审计工作范畴等措施，进一步实现审计工作全覆盖，对公司内部经营管理运作流程进行全面监督、风险防控和持续优化

（四）项目实施方案

公司本次建设青岛英派斯体育产业园建设项目，将通过新建智能化、现代化工厂车间，升级软硬件设施，建设全新的自动化立体仓库系统，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，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 124,580.98 万元，拟使用募集资金投入 40,000.00 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	土地使用权	7,769.63	6.24%	-
2	固定资产	111,196.44	89.26%	40,000.00
2.1	建筑工程	80,104.27	64.30%	40,000.00
2.2	设备购置及安装	30,759.58	24.69%	
2.3	基本预备费	332.59	0.27%	
3	建设期利息	5,203.63	4.18%	-
4	铺底流动资金	411.28	0.33%	-
合计		124,580.98	100.00%	40,000.00

（六）经济效益评价

经测算，本项目运营期内预计内部收益率为 13.05%（所得税后），预计投资回收期（所得税后）为 9.38 年（含建设期 33 个月），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、环评批复、施工许可等手续已办理完毕。

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

2022 年 10 月 24 日