创业板风险提示

本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有创新投入大、新旧产业融合成功与否存在不确定性、尚处于成长期、经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

江苏康力源体育科技股份有限公司

Jiangsu Junxia Gym Equipment Co., Ltd

（住所：邳州市炮车街道办事处高新技术产业园滨湖大道北侧）

康力源®
KANG LI YUAN

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

（申报稿）

本公司的发行申请尚需经深圳证券交易所和中国证监会履行相应程序。本招股说明书不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

保荐人（主承销商）

东海证券股份有限公司
DONGHAI SECURITIES COMPANY LIMITED

（江苏省常州市延陵西路 23 号投资广场 18 层）

声 明

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	本次拟公开发行股票不超过 1,667.00 万股，不低于发行后总股本的 25%。本次发行全部为新股发行，公司股东不公开发售股份。
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	【】元/股
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不超过 6,667.00 万股
保荐人（主承销商）	东海证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

重大事项提示

发行人特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书正文内容，并特别关注以下重要事项。

一、本次发行相关主体作出的重要承诺

本公司提示投资者认真阅读本次发行相关主体作出的重要承诺以及未履行承诺的约束措施，具体承诺事项请参见本招股说明书“第十节　投资者保护”之“五、相关承诺事项”部分。

二、滚存利润分配方案

根据 2021 年 9 月 17 日召开的 2021 年第二次临时股东大会决议，本公司发行上市前的滚存利润由发行上市后新老股东共享。

三、本次发行上市后的股利分配政策

公司 2021 年第二次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》对公司本次发行后的利润分配政策作出了具体的安排，具体情况详见本招股说明书“第十节　投资者保护”之“二、发行后的股利分配政策、决策程序及本次发行前后股利分配政策的差异情况”部分。

四、特别风险提示

（一）业绩快速增长可持续性的风险

报告期内，发行人主营业务收入分别为 36,718.34 万元、37,943.65 万元、67,320.85 万元和 37,297.96 万元，年化复合增长率为 26.65%，保持快速增长。该增长除受全球健身器材产业结构调整、居民健康意识提升、居家健身习惯普及、跨境电商等新兴销售渠道成熟等因素影响外（具体详见本招股说明书“第六节业务与技术”之“四、发行人销售情况和主要客户”之“（二）主要产品的销售收入情况”部分），新冠肺炎疫情在短期内对前述因素的加速导致的家用健身器材市场需求快速增长、国外产能供应不足亦是重要因素之一。

虽然公司借此背景，持续深化与原有客户的合作基础，加大合作力度，不断开发业内知名客户，产品进入如阿迪达斯、锐步等大型企业供应体系，同时亦在

产销规模提升的同时加强了管理水平、优化了产销组织效率、提升了自主品牌效应，市场竞争能力有所提升，且新冠肺炎疫情带来的居民健康意识提升、健身习惯的改变具有一定持续性，公司当前业绩稳定、在手订单充足，但随着全球新冠肺炎疫情的进一步缓解，户外和健身房锻炼将进一步开放、境外受限产能出现一定程度的恢复，可能出现订单减少、业绩无法保持持续快速增长甚至略有下滑的风险。

（二）外销收入占比较高的风险

公司主要为国外知名健身器材品牌提供 OEM/ODM 业务，并在亚马逊平台开展自主品牌跨境电商业务，国外业务占据公司业务的较大比例。报告期内，公司外销收入占主营业务收入的比例分别为 72.63%、71.12%、80.16%和 85.18%。外销业务受到国家出口政策、出口目的地国进口政策与经济状况、汇率政策以及国际健身器材市场变动等多方面因素影响。如果上述政策发生波动，公司的外销业务将受到影响，进而对公司的经营业绩产生不利影响。

（三）客户集中风险

报告期内公司前五大客户的销售收入占各期主营业务收入的比例（按穿透弘亚经贸和军豪健身的客户口径，具体详见本招股说明书“第六节　业务与技术”之“四、发行人销售情况和主要客户”之“（四）报告期内主要客户情况”之“3、穿透弘亚经贸和军豪健身后的主要客户”部分）分别为 56.67%、54.04%、58.43%和 60.05%，其中对第一大客户 Impex 直接及间接销售额占各期主营业务收入的比例分别为 38.70%、35.62%、40.18%和 40.94%，客户的销售集中度较高。该情形主要系因公司“家用产品+境外销售 ODM”业务模式导致，不存在与行业惯例背离的情形，具体详见本招股说明书“第六节　业务与技术”之“四、发行人销售情况和主要客户”之“（四）报告期主要客户销售情况”部分。虽然公司与主要客户建立了长期稳定的合作关系，合作情况良好，且随着公司线上渠道和自主品牌的不断深化，公司客户集中度有望改善，但目前阶段，重点客户的销售订单对于公司的经营业绩仍有较大的影响，如果该等客户受相关贸易政策的影响，或者公司与其稳定合作的关系发生变动，将可能对公司的经营业绩产生不利影响。

（四）贸易政策波动风险

公司主要从事健身器材的研发、制造和销售，以外销为主，产品远销美国、欧洲、澳大利亚等 20 多个国家和地区。健身器材目前未被美国、欧洲等国家列入需要加征关税的名单，但随着中美、中欧贸易关系的变化以及主要出口目的地国贸易政策及经济状况的变化，未来不排除会被加征关税。对于线下销售，虽然关税由客户承担，但会对公司的外销业务量产生影响；对于跨境电商业务，关税需由公司承担，将直接提高产品成本，并对公司的经营业绩产生不利影响。

（五）海运费持续上涨风险

新冠疫情爆发以后，中国率先控制住疫情，海外产能无法满足民众的需求，我国货物出口量大于进口量；境外港口因为疫情集散速度降低，集装箱和船只周转速度下降。受此影响，2020 年下半年以来国际物流集装箱持续紧缺，海运费价格持续上涨。中国出口集装箱运价指数显示，2020 年 6 月以来，海运费持续快速上涨，2021 年 1-6 月，累计上涨了 56.24%，并且上涨趋势还在持续。

公司一直以境外线下销售为主，报告期内，公司在境外线下销售收入的占比分别为 71.63%、66.87%、69.63%和 72.96%。虽然公司境外线下销售主要结算方式为 FOB，出口海运费主要由客户承担，但是海运费价格持续上涨将在一定程度上抑制客户的订单需求，并会对公司的经营业绩产生影响。另一方面，集装箱紧缺，客户无法及时、足额订舱，将影响公司已生产产品的出口销售，降低公司的存货周转速度，提高营业资金成本。

另外，公司借助跨境电商快速发展的势头在亚马逊平台持续开立店铺，报告期内，公司在亚马逊平台实现的销售收入分别为 368.32 万元、1,613.04 万元、7,062.45 万元和 4,559.21 万元，持续增长。跨境电商业务需公司承担出口海运费，海运费价格持续上涨，将挤压公司的利润空间。

目 录

声 明 **1**
发行概况 **2**
重大事项提示 **3**
一、本次发行相关主体作出的重要承诺 3
二、滚存利润分配方案 3
三、本次发行上市后的股利分配政策 3
四、特别风险提示 3
目 录 **6**
第一节 释义 **11**
第二节 概览 **16**
一、发行人及本次发行的中介机构基本情况 16
二、本次发行概况 16
三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标 17
四、发行人的主营业务经营情况 18
五、发行人符合创业板定位 23
六、发行人具体上市标准 32
七、募集资金用途 32
第三节 本次发行概况 **34**
一、本次发行的基本情况 34
二、本次发行的有关当事人 35
三、公司与本次发行有关中介机构的权益关系情况 36
四、本次发行上市有关的重要日期 37
第四节 风险因素 **38**
一、市场风险 38
二、经营风险 39
三、财务风险 42
四、募投项目风险 43
五、其他风险 44

第五节 发行人基本情况 46
一、公司基本情况 46
二、公司的设立情况 47
三、发行人设立以来的重大资产重组情况 59
四、公司在其他证券市场的上市/挂牌情况 61
五、发行人的股权结构及组织结构 62
六、发行人控股子公司及参股公司情况 65
七、控股股东、实际控制人及持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况 77
八、发行人股本情况 81
九、发行人董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介 83
十、发行人与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员所签订的协议以及有关协议的履行情况 91
十一、发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在最近两年变动情况 91
十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与发行人及其业务相关的对外投资情况 92
十三、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持有发行人股份的情况 93
十四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况 93
十五、发行人执行的员工持股计划及股权激励计划情况 95
十六、发行人员工情况 96
第六节 业务与技术 102
一、发行人主营业务、主要产品及变化情况 102
二、发行人所处行业基本情况和发展趋势 117
三、发行人所处行业竞争状况 140
四、发行人销售情况和主要客户 150
五、发行人采购情况和主要供应商 186
六、客户、供应商及竞争对手重叠情况 196
七、发行人综合服务商情况 200

八、发行人主要资源要素情况.....205
九、发行人的特许经营权情况.....223
十、发行人核心技术及研发情况.....223
十一、发行人境外经营情况.....230
十二、发行人名称冠有“科技”字样的依据.....230
第七节 公司治理与独立性.....231
一、公司治理概述.....231
二、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及规范运作情况.....231
三、发行人内部控制情况.....242
四、发行人报告期内的违法违规行为.....252
五、发行人报告期内资金被占用和对外担保的情况.....256
六、发行人独立持续经营能力.....261
七、同业竞争.....263
八、发行人关联方及关联关系.....264
九、发行人关联交易情况.....269
十、关联交易对发行人财务状况和经营成果的影响.....289
十一、报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事意见.....289
十二、发行人规范和减少关联交易的措施.....290
第八节 财务会计信息与管理层分析.....292
一、与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准、审计意见以及关键审计事项.....292
二、财务会计报表.....296
三、影响收入、成本、费用和利润的主要因素及具有较强预示作用的财务或非财务指标.....307
四、财务报表的编制基础及合并财务报表范围及变化情况.....310
五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计.....312
六、重大会计政策、会计估计的变化情况.....341
七、分部信息.....347
八、公司适用的税率及享受的主要财政税收优惠政策.....348

九、经发行人会计师核验的非经常性损益明细表.....350
十、发行人主要财务指标.....352
十一、经营成果分析.....354
十二、资产质量分析.....401
十三、偿债能力、流动性及持续经营能力分析.....432
十四、期后事项、或有事项及其他重要事项.....451
十五、盈利预测报告.....452
第九节 募集资金运用与未来发展规划.....453
一、本次发行募集资金运用概述.....453
二、募集资金项目的具体运用情况.....455
三、发行人董事会对募集资金投资项目的可行性意见.....469
四、募集资金运用对发行人财务及经营状况的影响.....470
五、未来发展战略.....471
第十节 投资者保护.....475
一、投资者关系主要安排.....475
二、发行后的股利分配政策、决策程序及本次发行前后股利分配政策的差异情况.....476
三、本次发行完成前滚存利润的分配安排.....478
四、股东投票机制建立情况.....478
五、相关承诺事项.....479
第十一节 其他重要事项.....494
一、重大合同.....494
二、对外担保情况.....495
三、重大诉讼或仲裁事项.....495
四、发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员最近 3 年涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况.....496
五、发行人控股股东、实际控制人报告期内是否存在重大违法行为.....496
第十二节 声明.....497
第十三节 附件.....508
一、备查文件.....508

二、备查文件查阅地点、时间.....508

第一节 释义

在本招股说明书中，除非文中另有说明，下列简称具有如下涵义：

第一部分：常用词语		
康力源、公司、本公司、发行人	指	江苏康力源体育科技股份有限公司
康力源有限、军霞健身	指	发行人前身，江苏康力源健身器材有限公司，徐州军霞健身器材有限公司
实际控制人、控股股东	指	衡墩建
本招股说明书	指	江苏康力源体育科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书
邳州分公司	指	江苏康力源体育科技股份有限公司邳州分公司
加一健康	指	发行人之控股子公司江苏加一健康科技有限公司
南京诚诚亿	指	发行人之全资子公司南京诚诚亿国际贸易有限公司
徐州诚诚亿	指	发行人之全资子公司徐州诚诚亿国际贸易有限公司
杭州诚诚亿	指	发行人之全资子公司杭州诚诚亿国际贸易有限公司
检测公司	指	发行人之全资子公司邳州康力源健身器材检验检测有限公司
力宝健身	指	发行人之全资子公司邳州力宝健身器材有限公司
腾星健身	指	发行人之全资子公司邳州市腾星健身器材有限公司
神力威健身	指	发行人之控股子公司江苏神力威健身器材有限公司
澳特捷贸易	指	发行人之全资孙公司徐州澳特捷国际贸易有限公司
博峰源商贸	指	发行人之全资孙公司徐州博峰源商贸有限公司
香港皇冠	指	发行人之全资子公司 Krown International Trade Co., Limited（中文名：香港皇冠国际贸易有限公司）
英国皇冠	指	发行人于英国设立的全资子公司 Krown International Trade Co., Limited，已于 2020 年 9 月 29 日注销
德国不莱梅	指	发行人之全资子公司 SURPASS Trading GmbH（中文名：德国不莱梅超越贸易有限公司）
Air	指	发行人之全资孙公司 Air International Co., Ltd，已于 2021 年 3 月 22 日注销
Ernst	指	发行人之全资孙公司 Ernst International Ltd
Eminence	指	发行人之全资孙公司 Eminence International Trade Ltd
Aurora	指	发行人之全资孙公司 Aurora International Trade Ltd
Epoch	指	发行人之全资孙公司 Epoch International Trade Inc
Index	指	发行人之全资孙公司 Index International Trade Inc
据英商贸	指	邳州市据英商贸有限公司（原徐州豪迈体育用品有限公司）
据德商贸	指	邳州市据德商贸有限公司（原邳州市华厦体育用品有限公司）

军豪健身	指	徐州军豪健身器材有限公司，已于 2020 年 6 月 11 日注销。
上海予力	指	上海予力休闲用品有限公司
弘亚经贸	指	江苏弘亚经贸有限公司
金玖惠通一期	指	南通金玖惠通一期创业投资基金合伙企业（有限合伙）
润生五金	指	邳州市润生五金加工厂
盈发体育	指	徐州盈发体育用品有限公司
圣仕体育	指	徐州市圣仕体育发展有限公司
宇焱健康	指	徐州市宇焱健康科技有限公司（原徐州康力源健康科技有限公司）
宇晟体育	指	徐州市宇晟体育发展有限公司
新沂汉源银行	指	江苏新沂汉源村镇银行股份有限公司
邳州农商行	指	江苏邳州农村商业银行股份有限公司
慧光智能	指	江苏慧光智能系统有限公司
体博会	指	中国国际体育用品博览会
虹蚁健身	指	北京虹蚁健身科技有限公司
康伯爵	指	江苏康伯爵生物科技有限公司
海天石化	指	徐州海天石化有限公司
欢乐买	指	江苏欢乐买商贸股份有限公司
助力轴承	指	邳州市助力轴承有限公司
优力同创	指	徐州优力同创科技股份有限公司
英派斯	指	青岛英派斯健康科技股份有限公司
舒华体育	指	舒华体育股份有限公司
金陵体育	指	江苏金陵体育器材股份有限公司
鹰伯尔	指	青岛鹰伯尔运动器材有限公司
南通铁人	指	南通铁人运动用品有限公司
澳瑞特	指	澳瑞特体育产业股份有限公司
好家庭	指	深圳市好家庭实业有限公司
京东世纪	指	北京京东世纪贸易有限公司
京东商城	指	京东，一家国内综合网络零售商，电子商务网站
天猫	指	Tmall，原名淘宝商城，是国内一个综合性购物网站
亚马逊	指	Amazon，美国的一家大型网络电子商务公司
Impex	指	CHI HSIN IMPEX, INC.
Nautilus	指	NAUTILUS, INC.
Argos	指	ARGOS LIMITED

Walmart	指	Walmart Inc.
Costco	指	Costco Wholesale Corporation
Sportstech	指	Sportstech Brands Holding GmbH
KIKOS	指	KW FITNESS IMPORTACAO E EXPORTACAO DE ARTIGOS ESPORTIVOS LTDA
Egojin	指	EGOJIN CO., LTD
E-balance	指	E-BALANCE INTERNATIONAL CORPORATION
Australian Fitness	指	Australian Fitness Suppliers Pty Ltd
恒大系公司	指	深圳恒大材料设备有限公司、广州恒大材料设备有限公司、海南恒乾材料设备有限公司、广州恒隆设备材料有限公司、广州恒乾材料设备有限公司
股东大会	指	江苏康力源体育科技股份有限公司股东大会
董事会	指	江苏康力源体育科技股份有限公司公司董事会
监事会	指	江苏康力源体育科技股份有限公司公司监事会
中共中央办公厅/中办	指	中国共产党中央委员会办公厅
国务院	指	中华人民共和国国务院
国务院办公厅/国办	指	中华人民共和国国务院办公厅
中国证监会/证监会	指	中国证券监督管理委员会
科技部	指	中华人民共和国科学技术部
财政部	指	中华人民共和国财政部
国资委	指	国务院国有资产监督管理委员会
商务部	指	中华人民共和国商务部
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
环境保护部	指	中华人民共和国生态环境部，自 2018 年 3 月将环境保护部的职责整合，组建中华人民共和国生态环境部，不再保留环境保护部。
民政部	指	中华人民共和国民政部
教育部	指	中华人民共和国教育部
国家体育总局	指	中华人民共和国国家体育总局
海关总署	指	中华人民共和国海关总署
国家市场监督管理总局	指	中华人民共和国国家市场监督管理总局
国家卫生健康委员会	指	中华人民共和国国家卫生健康委员会
IMF	指	International Monetary Fund（国际货币基金组织）
深交所/交易所	指	深圳证券交易所
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》

《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《创业板上市规则》	指	《深圳证券交易所创业板股票上市规则》
《公司章程》	指	发行人现行有效的《江苏康力源体育科技股份有限公司公司章程》
《公司章程（草案）》	指	经发行人 2021 年第二次临时股东大会审议通过，并将于公司股票发行上市后生效的《江苏康力源体育科技股份有限公司公司章程（草案）》
《股东大会议事规则》	指	《江苏康力源体育科技股份有限公司股东大会议事规则》
《董事会议事规则》	指	《江苏康力源体育科技股份有限公司董事会议事规则》
《监事会议事规则》	指	《江苏康力源体育科技股份有限公司监事会议事规则》
《总经理工作细则》	指	《江苏康力源体育科技股份有限公司总经理工作细则》
《独立董事制度》	指	《江苏康力源体育科技股份有限公司独立董事制度》
《董事会秘书工作制度》	指	《江苏康力源体育科技股份有限公司董事会秘书工作制度》
《内部审计管理制度》	指	《江苏康力源体育科技股份有限公司内部审计管理制度》
《战略委员会议事规则》	指	《江苏康力源体育科技股份有限公司董事会战略委员会议事规则》
《审计委员会议事规则》	指	《江苏康力源体育科技股份有限公司董事会审计委员会议事规则》
《提名委员会议事规则》	指	《江苏康力源体育科技股份有限公司董事会提名委员会议事规则》
《薪酬与考核委员会议事规则》	指	《江苏康力源体育科技股份有限公司董事会薪酬与考核委员会议事规则》
《关联交易制度》	指	《江苏康力源体育科技股份有限公司关联交易制度》
《对外担保管理制度》	指	《江苏康力源体育科技股份有限公司对外担保管理制度》
《对外投资管理制度》	指	《江苏康力源体育科技股份有限公司对外投资管理制度》
《防范大股东及关联方资金占用专项制度》	指	《江苏康力源体育科技股份有限公司防范大股东及关联方资金占用专项制度》
《募集资金管理制度》	指	《江苏康力源体育科技股份有限公司募集资金管理制度》
《信息披露管理制度》	指	《江苏康力源体育科技股份有限公司信息披露管理制度》
万元、元	指	除特别注明的币种外，指人民币万元、人民币元
A 股	指	在中国境内发行，在境内证券交易所上市的并以人民币认购和交易的股票。
本次发行	指	发行人本次合计发行不超过 1,667 万股人民币普通股（A 股）的行为
最近三年一期、报告期	指	2018 年度、2019 年度、2020 年度、2021 年 1-6 月
报告期各期末	指	2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 6 月 30 日
保荐人、保荐机构、主承销商、东海证券	指	东海证券股份有限公司
天健、发行人会计师	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
锦天城、发行人律师	指	上海市锦天城律师事务所

第二部分：专业词语		
健身器材	指	可分为室内健身器材和室外全民健身器材两类，室内健身器材包括无氧健身器材和有氧健身器材。
室外全民健身器材	指	是健身器材的一种，主要在室外安装固定、供人们进行健身运动锻炼的器材和设施。主要包括蹬力器、仰卧起坐平台、压腿训练器、单杠、转体训练器、上肢牵引器、三人转腰器、篮球、足球设施等。
政采	指	政府采购的简称，指各级政府为了开展日常政务活动或为公众提供服务，在财政的监督下，以法定的方式、方法和程序，通过公开招标、公平竞争，由财政部门以直接向供应商付款的方式，从国内、外市场上为政府部门或所属团体购买货物、工程和劳务的行为。
BOM	指	Bill of Material 的简称，物料清单，是以数据格式来描述产品结构的文件。
ODM	指	Original Design Manufacturer 的简称，原始设计生产商，指具有设计、改良以及制造能力的生产商依据客户对产品的需求，负责从产品原型设计、规格制定到生产制造的一种代工模式。
OEM	指	Original Equipment Manufacturer 的简称，原始设备生产商，指生产商生产的产品（包含零配件或成品）的工艺、设计、品质要求全部由客户提供，生产商按照客户的图纸生产，产品贴客户的品牌出售。
FBA	指	Fulfillment by Amazon，亚马逊的一种运作模式，货物进入亚马逊仓库，由亚马逊负责发货。
FBM	指	Fulfillment by Merchant，亚马逊的一种运作模式，货物存放于亚马逊之外的仓库，由第三方物流负责发货。
FOB	指	Freight on Board 的简称，装运港船上交货，卖方负责办理出口清关手续，在合同规定的装运港和规定的期限内，将货物交到买方指派的船上，承担货物在装运港越过船舷之前的一切风险，并及时通知买方。
CIF	指	Cost Insurance and Freight 的简称，卖方负责按通常条件租船订舱并支付到目的港的运费，在合同规定的装运港和装运期限内货物装上船并负责办理货物运输保险，支付保险费。
CE	指	European Conformity 的简称，指欧盟安全方面的基本要求，加贴 CE 认证标志表示产品符合有关欧洲指令规定的主要要求，并用以证实该产品已通过了相应的合格评定程序和/或制造商的合格声明，最终允许进入欧盟市场销售。
ASTM	指	American Society for Testing and Materials 的简称，美国材料与试验的简称。出口至美国的产品需执行美国国家标准协会与美国材料与试验协会制订的 ASTM 系列标准规范。

注：本招股说明书除特别说明外所有数值保留 2 位小数，如出现总数与各分项数值之和不符的情形，均为四舍五入原因造成。表格中 0.01%为四舍五入的结果，0.00%为四舍五入后小于 0.01%所致。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文做扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况

（一）发行人基本情况			
中文名称	江苏康力源体育科技股份有限公司	**有限公司成立日期**	1998 年 05 月 15 日
英文名称	Jiangsu Junxia Gym Equipment Co., Ltd	**股份公司成立日期**	2020 年 11 月 16 日
注册资本	人民币 5,000 万元	**法定代表人**	衡墩建
注册地址	邳州市炮车街道办事处高新技术产业园滨湖大道北侧	**主要生产经营地址**	邳州市炮车街道办事处高新技术产业园滨湖大道北侧
控股股东	衡墩建	**实际控制人**	衡墩建
行业分类	文教、工美、体育和娱乐用品制造业（C24）	**在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况**	2017 年 12 月在江苏股权交易中心成长板挂牌，2019 年 9 月终止挂牌
（二）本次发行有关的中介机构			
保荐人	东海证券股份有限公司	**主承销商**	东海证券股份有限公司
发行人律师	上海市锦天城律师事务所	**其他承销机构**	无
审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）	**评估机构**	中威正信（北京）资产评估有限公司

二、本次发行概况

（一）本次发行的基本状况			
股票种类		人民币普通股（A 股）	
每股面值		人民币 1.00 元	
发行股数	不超过 1,667 万股	占发行后总股本比例	不低于 25%
其中：发行新股数量	不超过 1,667 万股	占发行后总股本比例	不低于 25%
股东公开发售股份数量	不适用	占发行后总股本比例	不适用
发行后总股本		不超过 6,667 万股	
每股发行价格		【】元	
发行市盈率		【】倍	
发行前每股净资产	【】元	发行前每股收益	【】元

发行后每股净资产	【】元	发行后每股收益	【】元
发行市净率		【】倍	
发行方式		网下向询价对象配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或中国证监会认可的其他方式。	
发行对象		符合国家法律法规和监管机构规定条件的询价对象和已开立深圳证券交易所股票交易账户并具有创业板交易权限的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规和规范性文件禁止购买者除外）。	
发行的价格区间或者定价方式		通过向询价对象询价或由公司与主承销商自主协商定价，或中国证监会认可的其他方式。	
承销方式		余额包销	
拟公开发售股份股东名称		不适用	
发行费用的分摊原则		不适用	
募集资金总额		【】	
募集资金净额		【】	
募集资金投资项目		康力源智能健身器材制造项目	
		康力源研发中心建设项目	
		康力源智能数字化工厂建设项目	
		补充流动资金	
发行费用概算		本次发行费用总额为【】万元，其中主要包括承销及保荐费【】万元、审计及验资费【】万元、律师费【】万元；发行手续费及其他【】万元。	
（二）本次发行上市的重要日期			
刊登发行公告日期		【】	
开始询价推介日期		【】	
刊登定价公告日期		【】	
申购日期和缴款日期		【】	
股票上市日期		【】	

三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标

根据天健出具的《审计报告》（天健审〔2021〕9908 号），公司报告期内的主要财务数据和财务指标如下：

项目	2021-06-30 /2021 年 1-6 月	2020-12-31 /2020 年度	2019-12-31 /2019 年度	2018-12-31 /2018 年度
资产总额（万元）	64,631.21	63,101.03	48,515.18	50,756.79

项目	2021-06-30 /2021 年 1-6 月	2020-12-31 /2020 年度	2019-12-31 /2019 年度	2018-12-31 /2018 年度
归属于母公司所有者权益（万元）	28,005.79	23,249.67	19,413.07	18,803.79
母公司资产负债率（%）	54.87	62.07	56.55	61.84
营业收入（万元）	37,535.95	67,473.14	38,185.20	37,120.35
净利润（万元）	4,799.81	9,365.43	3,470.13	1,438.86
归属于母公司所有者的净利润（万元）	4,762.02	9,336.60	3,563.07	1,474.34
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	4,464.19	8,682.97	3,785.47	1,445.99
基本每股收益（元）	0.95	1.87	/	/
扣除非经常性损益后的基本每股收益（元）	0.89	1.74	/	/
稀释每股收益（元）	0.95	1.87	/	/
扣除非经常性损益后的稀释每股收益（元）	0.89	1.74	/	/
加权平均净资产收益率（%）	18.58	42.85	17.93	8.16
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率	17.42	39.85	19.05	8.00
经营活动产生的现金流量净额（万元）	5,459.81	17,890.49	7,063.05	1,999.69
现金分红（万元）	-	5,500.00	-	-
研发投入占营业收入的比例（%）	3.22	2.90	3.40	2.74

四、发行人的主营业务经营情况

（一）主要业务或产品

公司是一家专注于多系列健身器材研发、制造与销售的高新技术企业。经过多年的发展形成了以综合训练器和自由力量训练器为主导、无氧与有氧结合、室内与室外结合、家用与商用结合的综合性健身器材业务体系，具体产品覆盖无氧健身器材（如综合训练器、自由力量训练器等）、有氧健身器材（如跑步机、椭圆机等）、室外全民健身器材（如太空漫步机、三联单杠、笼式足球场等）和其他小类器材等多系列产品，种类多达千余种。此外，公司加大研发投入、聚焦健身器材智能化的研发与生产，成功量产多款带有自适应感应、人脸识别、数据共享、娱乐交互功能的智能产品。

报告期内，公司产品销售情况具体如下：

单位：万元、%

项目			2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
室内健身器材	无氧器械	综合训练器	12,072.52	32.37	21,100.17	31.34	13,652.08	35.98	13,426.87	36.57
		自由力量训练器	16,209.45	43.46	28,406.54	42.20	12,080.29	31.84	12,063.48	32.85
		其他	634.95	1.70	1,235.35	1.84	873.34	2.30	658.28	1.79
		小计	**28,916.91**	**77.53**	**50,742.05**	**75.37**	**26,605.71**	**70.12**	**26,148.62**	**71.21**
	有氧器械	跑步机	3,233.57	8.67	7,024.74	10.43	5,313.04	14.00	5,032.00	13.70
		健身车	1,908.56	5.12	3,558.38	5.29	2,462.26	6.49	2,520.17	6.86
		其他	1,125.61	3.02	2,206.69	3.28	1,394.30	3.67	973.18	2.65
		小计	**6,267.74**	**16.80**	**12,789.82**	**19.00**	**9,169.60**	**24.17**	**8,525.35**	**23.22**
	小计		**35,184.65**	**94.33**	**63,531.87**	**94.37**	**35,775.32**	**94.29**	**34,673.97**	**94.43**
室外全民健身器材			1,928.00	5.17	3,392.76	5.04	1,913.67	5.04	1,743.69	4.75
其他			185.31	0.50	396.23	0.59	254.67	0.67	300.68	0.82
合计			**37,297.96**	**100.00**	**67,320.85**	**100.00**	**37,943.65**	**100.00**	**36,718.34**	**100.00**

（二）主要经营模式

1、销售模式

公司采取外销与内销、线下与线上、ODM 与自主品牌相结合的销售模式。公司设有国际贸易中心和国内贸易中心负责公司的销售事宜，包括产品营销、市场推广、洽谈合作、签订合同、制定销售任务等。具体销售模式如下：

（1）境外销售模式

针对境外线下市场，公司主要以贸易商模式采取 ODM/OEM 和自主品牌方式向客户销售产品。具体来说，对于 Impex、Nautilus、Argos 等品牌效应较强的国际知名健身器材商或大型百货零售连锁商主要以ODM或少量OEM方式合作，对于其他客户以自主品牌向其销售。

针对境外线上市场，公司通过跨境电商平台以自主品牌直接面向终端消费者销售产品。

①线下贸易商模式

贸易商模式是指贸易型客户在未与公司建立经销合作关系的情况下，向公司

采购产品并销售给第三方的业务，该模式为卖断式销售，公司不对客户销售区域、渠道、对外销售价格、库存、售后服务等进行约定和管理，价格、结算方式等由交易双方采用市场化协商的方式确定，不涉及返利、退换货机制（质量问题导致的退换货除外）。

该模式分为 ODM/OEM 模式和自主品牌模式，下游客户主要为健身器材贸易商或百货零售连锁商。在 ODM 模式下，公司依据国外客户的产品要求出具设计图纸，并进行打样、试制、检测等环节，经客户确认后进行规模化生产；在 OEM 模式下，公司依据国外客户提供的设计图纸完成样品试制，并进行打样、试制、检测等环节，经客户确认后进行规模化生产；自主品牌模式下，公司结合市场需求和自身战略规划开展自主研发，并向客户推荐或通过线上渠道销售。

该模式下，公司主要采取以销定产的经营方式，对于部分通用产品亦结合生产计划合理备货。具体来说，公司销售部门接到客户订单后，由器材制造中心根据订单和生产计划制定生产排程表并实施生产，采购管理中心根据科技研发中心生成的 BOM 单结合现有库存安排采购计划，经报关等程序后交付客户。该模式下，公司对部分合作时间长、规模大的公司给予一定信用期，对其他客户采用预收和现付相结合的结算方式。公司以完成报关手续、取得提单，合同产品装船并取得提单后作为控制权转移时点，根据报关单、提单确认销售收入。

②跨境电商直销业务

公司主要通过亚马逊跨境电商平台以自有品牌面向国外消费者开展直销业务。该模式下，公司将货物存放于亚马逊（FBA 模式，亚马逊派送）或其他物流公司仓库（FBM 模式，第三方发货），在接到消费者通过跨境电商平台所下订单后安排发货，发货同时货款进入公司在平台开立的账户。公司结合历史销售数据、平台数据和预计订单情况对库存量进行精细化管理，在不影响发货的前提下合理控制库存量、减少仓储成本。该模式下，公司在将商品交付给物流公司时确认收入，并根据历史退货情况计提预计负债。

报告期内，跨境电商业务稳步增长，客户广泛分布在欧洲、日本等国家和地区，逐步成为公司重要的利润增长点。

（2）境内销售模式

针对国内市场，公司采取直销模式、经销商模式和贸易商模式相结合的方式以自有品牌开展销售业务，具体如下：

①直销模式

A、集中采购业务

集中采购是指政府、事业单位或企业等组织通过统一采购的方式购置健身器材的业务，该类业务以室外全民健身器材为主，辅以部分室内健身器材，客户以各地体育局等部门为主，亦有部分房地产开发企业采购室外全民健身器材用于小区公共设施建设。

其中，政府采购业务主要由相关采购单位根据其招投标管理办法确定是否需要履行招投标程序。部分政府采购项目具有安装地点远且分散、安装过程协调难度大、售后期限长及售后响应时性要求高等特点，公司会综合考虑收入、成本等因素后选聘综合服务商向客户提供配套服务。

该模式下，附带安装义务的销售，于商品发出、安装、调试后，取得客户签字确认的验收证明时确认收入；对于无需安装的产品，于商品发出且经客户签收验收后确认收入。

B、电商平台零售业务

公司在境内线上业务主要通过天猫商城和京东商城平台实现，同时在淘宝、苏宁、国美等电商平台开设店铺用于拓展线上渠道。在该模式下，公司按照各平台规则开店，自主管理、自负盈亏。该模式下，以公司发出商品，客户确认收货，公司账户收到相应货款时确认收入。

C、其他零售业务

除前述销售模式外，报告期内存在向健身房、酒店、个人线下零星销售的情形，该业务模式金额较小。

②经销商模式

经销商是指与公司建立了稳定合作关系的、专业从事文体健身器材销售的客户。该模式下，公司与各地经销商签订经销合作协议，通过卖断的方式向其销售

产品，对产品销售区域、渠道、结算方式、售后服务等进行约定，不对经销商对外销售价格、存货进行管理，经销商盈亏自负，不涉及返利和退换货机制（质量问题导致的退换货除外）。在该模式下，公司在商品发出且经客户签收验收后确认收入。

③贸易商模式

贸易商模式是指部分贸易型客户在未与公司建立稳定经销合作关系的情况下，向公司采购产品并销售给第三方的业务，该模式为卖断式销售，公司不对客户销售区域、渠道、库存、售后服务等进行约定和管理，价格、结算方式等由交易双方采用市场化协商的方式确定，不涉及返利、退换货机制（质量问题导致的退换货除外），具有非连续的偶发性特征。在该模式下，公司在商品发出且经客户签收验收后确认收入。

④京东自营

在京东自营模式下，公司以双方约定的供货价格向北京京东世纪贸易有限公司销售产品，京东世纪以双方一致同意的价格开展线上销售。实现销售后，京东世纪按照约定的供货价并扣除商业折扣等费用后将货款转入公司账户。该模式下，公司获取销售结算清单时确认收入。

2、采购模式

公司设有采购管理中心，具体负责供应商管理和各类物资采购的工作，公司从供应商开发、供应商管理、采购价格维护、采购的实施与付款等多方面制定了一系列的采购管理制度，以保障采购物资质量、供货及时性，并有效管控采购成本。

3、生产模式

针对境外线下客户的定制化需求，公司主要采取以销定产的生产模式，同时对部分通用产品会结合生产计划进行备货；线下内销业务结合订单和库存情况实行以销定产和备货相结合的模式；电商业务主要基于对市场的预测采取提前备货模式。器材制造中心根据订单情况和备货计划制定生产计划排程表，依据各类产品 BOM 单领用原材料，并按照下达的生产计划单、生产工艺过程派工单开展生产，产成品按订单归集办理验收入库。

4、研发模式

公司的研发模式主要有自主研发、定制化研发、来图转换和原产品升级研发四类。具体来说，自主研发是指公司基于自身战略规划和品牌打造等需要，结合市场需求和未来趋势对产品开展的探索性研发和设计；定制化研发是指公司基于客户提出的相对模糊的定制化需求进行研发、设计、打样，最终达到客户对功能性、外观等要求；来图转换是指客户提供设计图纸，公司根据设计图纸进行打样、试产、优化、向客户反馈、最终达到量产的研发模式，该情况主要适用于 OEM 模式下的研发，报告期内数量较少；原产品升级研发主要系结合市场需求对原产品外观、功能等升级优化的研发。

（三）竞争地位

公司深耕健身器材行业二十余年，专注于健身器材的研发与生产，打造了丰富的产品体系、优质的产品质量，积累了广泛的客户群体，已参与并完成《二代室外健身器材通用要求》团体标准（标准编号：T/CSGF 001—2018）、《走步机》团体标准（标准编号：T/CSSGA 1023—2019）等行业标准的制定，截至本招股说明书签署日，正在参与《固定式健身器材》国家标准、《中小学体育器材和场地 第一部分：体育器材的通用要求和试验方法》国家标准、《小蹦床》团体标准等行业标准的起草，综合实力位于行业前列，是国内健身器材行业的领军企业之一。

公司 2020 年度主营业务收入为 6.73 亿元，按 Allied Market Research 全球健身器材规模 116 亿美元测算，公司健身器材全球市场占有率约为 0.90%；公司 2020 年度主营业务收入中出口销售收入为 5.40 亿元，占 2020 年我国健身器材出口总金额 455.81 亿元[1]的 1.18%。

五、发行人符合创业板定位

（一）发行人所处行业符合创业板定位

发行人健身器材制造业务符合国家经济发展战略和产业政策导向。

根据《体育产业统计分类（2019）》（国家统计局令第 26 号），发行人主营业

[1] 数据来源于海关总署官网

务属于“09 体育用品及相关产品制造”中的“0914 健身器材制造”。2019 年国家发改委《产业结构调整指导目录（2019 年本）》（国家发改委令第 29 号）将“体育用品及相关产品研发及制造”行业纳入鼓励类产业范畴。

发行人智能健身器材制造业务属于我国战略性新兴产业。2018 年，《战略性新兴产业分类（2018）》（国家统计局令第 23 号）明确将发行人智能化健身器材列为战略性新兴产业，分类为“1.5.2 智能消费相关设备制造”之“3969 其他智能消费设备制造”之“体育训练、竞赛、健身等活动用智能设备”，将发行人下游“体育场馆、健身房等体育场所用智能设备”列为我国战略性新兴产业范畴。

2021 年 4 月，国家发改委、国家体育总局《“十四五”时期全民健身设施补短板工程实施方案》明确提出，人民日益增长的体育健身需要和健身设施发展不平衡不充分的矛盾较为突出，群众“健身去哪儿”的问题还没有得到有效解决。需继续深入实施全民健身国家战略，构建更高水平的全民健身公共服务体系，增强人民体质，改善人民生活品质，推动健身设施补短板、强弱项、提质量，加快建设体育强国。

2021 年 8 月，国务院《关于印发全民健身计划（2021—2025 年）的通知》（国发〔2021〕11 号）提出到 2025 年，全民健身公共服务体系更加完善，人民群众体育健身更加便利，健身热情进一步提高，各运动项目参与人数持续提升，经常参加体育锻炼人数比例达到 38.5%，县（市、区）、乡镇（街道）、行政村（社区）三级公共健身设施和社区 15 分钟健身圈实现全覆盖，每千人拥有社会体育指导员 2.16 名，带动全国体育产业总规模达到 5 万亿元。促进体育资源向优质企业集中，在健身设施供给、赛事活动组织、健身器材研发制造等领域培育一批“专精特新”中小企业、“瞪羚”企业和“隐形冠军”企业，鼓励有条件企业以单项冠军企业为目标做强做优做大。

（二）发行人在健身器材研发设计和生产方面具备核心技术

公司从事健身器材研发和生产 20 余年，通过“外销定制化+内销品牌化+线上市场化”之三位一体销售模式，对海量客户需求进行全面的收集、分析、总结，积累了丰富的产品研发设计经验、产品生产技术工艺和多样性的生产模具，既能够满足各类客户对产品的差异化需求，亦能根据市场需求走向及时抓住市场热点、

研发新品，具体详见本招股说明书“第六节　业务与技术”之“三、发行人所处行业竞争状况”之“（二）行业技术水平和特点”部分。

（三）产品的三创四新

1、新产品的研发和创新

公司致力于推动各类健身器材的研发与创新，以差异化的研发能力匹配不断更迭的市场需求，在通过深化产品的小型化、智能化、综合性等特点不断推动居家健身的全面普及的同时，兼顾商用健身器材、室外全民健身器材在智能化方面的研发与创新。报告期内，以自主研发、定制化研发、来图转换和原产品升级研发为导向，合计开展了 775 项新产品研发，已完成 631 项新产品的量产，并与第三方机构合作开展研发项目 12 项。截至 2021 年 6 月 30 日，正在研发项目 32 项，保持着高频率、高效率、高质量的产品研发与创新能力。

公司自主研发的各类综合训练器可在较为有限的训练空间内满足多人同时训练，且覆盖人体各大肌肉群及部分小肌肉群的训练需求。适用于场地较为有限的健身房、私教工作室、家庭健身室、酒店健身室、企业活动室等多种健身、休闲及活动场所。该类产品对公司的研发设计有较高的要求，需考虑产品的占地面积、功能多样化、各功能空间布局合理性、各功能配重协同性、耐用性等多方面因素，公司通过多年的研发技术积累能够不断开发出成熟的、适于量产的该品类产品，在市场上深受消费者、客户的欢迎与认可。

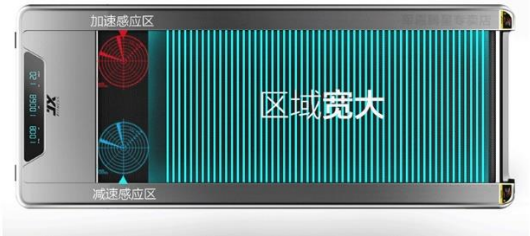
2、产品的智能化

随着科技的不断发展，消费者对健身过程中的娱乐性、共享性、互动性、科学性、安全性等多方面提出更高要求，智能健身器材的特点体现在科学的健身指导，与大数据联合健身数据共享化、健身过程安全高效、健身过程更具有趣味性、直观明了健身效果等方面，健身器材的智能化趋势不可逆转。

智能化健身器材比传统健身器材具有更高的安全性，其通过感知人体运动过程中的生理特征变化，如血压、肌肉兴奋、呼吸速度、心率、速度、体温、步态等参数，实时掌握健身者在运动时的真实生理安全、运动情况等，对参数进行分析处理，及时调整控制系统，防止运动健身时出现不适应的状况或伤害；智能健身器材为健身者提供高效的健身指导方法，集成心率计、电子秤、血压测量器、

体能测试器、身体成分检测仪器等多种身体检测仪器为一体，能及时地监控使用者身体情况，例如智能跑步机、智能动感单车、智能力量器械等都可以全面检测使用者身体状况，根据这些数据来定制属于健身者合理的健身指导方案。

公司将传统健身器材与互联网、物联网的新技术充分融合，与人脸识别、自适应、虚拟实景同步等技术充分应用到有氧、无氧、体育教学、室外全民健身等各类健身器材，有效提高了产品的智能化程度，公司部分智能化产品情况如下：

序号	产品	功能介绍	图示
1	智能跑步机	1、将使用者人脸数据录入 APP 系统，通过人脸识别登录即可同步并保存运动数据，以便及时调整训练计划；可以时间、距离、卡路里三种目标设定运动方式。 2、可以选择“实景跑”图标，进入实景跑界面，在跑步过程中同时播放场景视频，让用户在跑步过程中有一种身临其境的感觉，可根据用户喜好，选择跑步界面的场景，有跑道模式、地图模式、北京马拉松、若尔盖、恐龙公园等场景供用户选择。	
2	自适应走步机	1、采用自适应功能，将跑板前端前自适应感应区域通过前端感应重力的区别进行识别分析，以踏步脚的重力范围值进行换算分析，从而监测到是否需要加速或者减速。将跑板前端部分分成左侧和右侧，右侧重力感应起到开机和加速的功能，左侧脚感应起到减速和停止功能。 2、自带 12 秒无人运动时会自动停机功能，开启运动后，走步机会检测人体重量，通过电流上下起伏的变化，判断是否有人使用，当消费者不再使用后，电流波动放缓，系统会自己识别判定无人使用，并触发停机命令，12 秒后自动停机，10 分钟后无人使用机器自动熄灭屏幕，以此方式来节约能源的消耗，	 

序号	产品	功能介绍	图示
		并保护儿童因为误操作所带来的危险因素。 3、配备智能遥控器，可以通过手持遥控器进行启动、加速、减速、停止等操控，使得消费者使用起来更能得心应手。遥控器采用无线蓝牙传输，自带 360 度无死角传输，进行实时的传输指令，具有传输距离远，范围广等多项优点。	
3	全民健身器材（智慧体育公园）	在传统健身步道基础上，融合了蓝牙定位、太阳能供电、人脸识别、射频识别等物联网技术，以智慧互动大屏、沿途数据采集站为主要载体，实现对运动人群全覆盖服务功能。为健身人群提供良好的运动体验和指导，为步道运营单位、体育管理部门等各层级提供科学的大数据信息服务。	 八段锦太极互动屏 智能人脸识别全民健身器材 智能信息采集大屏

序号	产品	功能介绍	图示
4	智能教体融合设备	传统的引体向上器材，以使用者全身体重量为运动重力的负荷来源，大多数使用者，尤其是青少年的体力无法负荷其自身体重。因此需要在正常使用引体向上运动机的情况下，增加一个辅助力。目前的引体向上训练器大多数采用配重结构上下滑动来实现助力效果，滑动时易产生噪声，且配重机构安装复杂、笨重，难以满足体育教学使用要求。本产品针对现有技术的不足，提供一种使用简单、轻量化、助力可调引体向上训练器，能够解决现有引体向上训练器不能站立式、力量调节不方便的缺陷。	
5	智能康养产品	配有超长扶手，方便老年人使用；扶手上应配有手感应心率监测系统和速度调节控制装置；跑步机应有双紧急/安全停止开关，安全开关采用按钮式和拉线式结构，一拍或一拉即停；用手环开启运动，同步将锻炼时间、消耗热量数据自动上传管理。	

（四）技术、工艺等方面的三创四新

1、技术方面的三创四新

公司致力于将实践经验与理论基础充分结合并开展技术创新，目前公司核心技术涵盖了杠铃挡圈成型技术、链式磁铁固定技术、健身车阻尼制动技术、跑步机自适应技术、跑步机或走步机及其控制相关技术、跑步带自动调紧技术等，全部为自主研发所得，具体详见本招股说明书“第六节　业务与技术”之“十、发行人核心技术及研发情况”之“（一）主要产品的核心技术情况”部分。

2、工艺方面的三创四新

公司经过多年不断的探索与创新，在生产工艺方面进行了大量的改进与优化，有效提高了生产效率和产品质量，部分工艺创新如下：

工艺	创新前	创新后
冲模工艺	只能单独冲压一个弧面，完成两个面的冲弧需要上下面分别冲压，并且两次冲压时，若定位不准会造成两个弧同轴度的误差，给后续焊接造成精度误差、焊接不良。	采用一次冲压，解决了老工艺的弊端，单件的冲弧效率显著提升，减少一次装夹，同轴度大幅提高，效益大大提升。
焊模工艺	工具采用手动方式的夹具，夹具数量较多，每个零件的装夹需要 2-3 个夹具人工推紧，装夹效率低、劳动强度大、而且焊接完正面之后，还需要人工逐个解除夹具，把工件拿出翻到背面，再按照正面的推紧方式，员工劳动强度很大，而且存在两次装夹的误差。	重新设计的气动夹具，所有的夹具一键推紧、一键解除，并且一次焊接完成，不需要第二次的人工翻转、大大减轻员工劳动强度，效率显著提升。
气动压具工艺 1	手动敲击装轴承，相对原始效率较低下，且人工敲击装入轴承会造成轴承损坏，每个轴承要敲击多次才能到位，劳动强度大，成品率低。	设计新式压具，只需员工把工件放到治具上，再放入轴承，机器自动把轴承平稳的压入轴承室，效率大幅提升，一次压入完成、对轴承无损伤、并减轻员工劳动强度。
气动压具工艺 2	人工敲入粉末衬套，正反两面分别敲入，两次敲入同轴度差，需要增加试模工序；人工敲入会造成粉末衬套损坏，工人每天要敲击 7,000 余次，需耗费较大体力，且质量参差不齐。	新型压机，全新设计的退料装置，员工仅需放入工件、粉末衬套，压机自动压成成品，自动把压好的成品退出来、效率显著提升，一次压入、高精度铬钢芯棒省去试模工序。

3、生产管理方面的三创四新-柔性化生产管理能力

健身器材具有显著的差异化特征，不同客户对产品的需求不同，不同产品的规格和参数不同，不同规格和参数导致生产过程中的用料、工艺、流程等不同，因此健身器材制造商需根据客户订单、市场需求不断切换生产作业内容、调整工艺流程以满足不同产品的生产需求，该切换涉及原材料、工装（如模具/夹具）、设备、软件程序等多方面的重新选取和调整，且对生产作业排程的合理性提出了较高的要求，在不增加设备和人员等投入的情况下，任一环节切换效率或总体安排合理性的欠缺均会严重降低生产效率、影响产品质量，影响市场竞争能力和品牌形象。

公司经过 20 余年的不断探索、研发和创新，通过优化生产排程科学性、提高相对标准化程度，实现了多品种、小批量的柔性化切换的生产能力，在定制化生产能力、生产效率、成本控制和质量一致性等方面形成了显著的竞争优势，具

体情况如下：

第一，通过提高生产排程的科学性，保障各产品生产排期的合理性与可行性，从整体管理上提升生产体系在不同产品之间切换的效率；

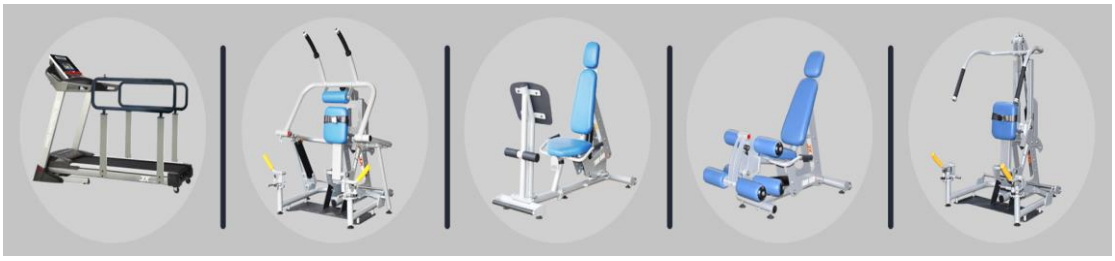
第二，在差异化框架下提取通用要素，化零为整，提高标准化程度。生产线在不同产品间的切换需更换模具/夹具等各类工装，通常情况下仅更换夹具的时间就高达 30 分钟，为满足产品差异化的需求，生产线需不断在不同产品之间切换，对生产效率的影响极大。公司通过在满足差异化的前提下，在众多差异化产品、差异化工序、差异化工装中提取通用要素，形成局部通用的标准化体系，从而将零散订单、差异化产品化零为整，大幅提高了生产和产品切换的效率。

（五）新业态

公司紧跟国家政策、结合特定人群需求，积极探索健身器材行业与其他行业的融合。

针对青少年体能训练需求，公司将健身器材与教育行业融合形成“体教融合”新业态。2019 年国务院办公厅印发的《体育强国建设纲要》指出，要将促进青少年提高身体素质和养成健康生活方式作为学校体育教育的重要内容，通过把学生体质健康水平纳入政府、教育行政部门、学校考核体系，来全面实施青少年体育活动促进计划。2020 年 9 月 21 日，国家体育总局、教育部联合印发《关于深化体教融合 促进青少年健康发展的意见》，从 8 个方面 37 项措施，将体教融合工作推向纵深，进一步助力我国青少年体育事业发展。公司顺应国家政策，以人工智能+语音、计算+物联网技术为依托推出多款“教体”融合产品，如智能跳绳、智能体育训练室、智能光电敏捷球、智能光电地板、智能体测等，目前公司“教体”融合产品已步入北大附中实验学校等校园，帮助学校实现“训考一体化”，赋能体育课堂，在促进青少年健康成长的同时提高体育成绩。

针对老年人康复锻炼需求，公司将健身器材与养老康复行业融合形成“体育康养融合”新业态。公司针对特定人群，打造体医养康护融合，助力提高全民健康水平。根据《第七次全国人口普查公报》，截至 2020 年 11 月，全国 60 周岁及以上老年人口 26,402 万人，占总人口的 18.70%；全国 65 周岁及以上老年人口 19,064 万人，占总人口的 13.50%，远超联合国老龄化社会的标准。国家“十四五”规划和 2035 年远景目标纲要将“实施积极应对人口老龄化”上升为国家战略。未来老年人康护市场具有巨大发展潜力，公司着力将体育产业与医养康护相结合，一方面，公司运用运动 APP 为老年人制定运动计划，增强体能，改善老年人衰弱综合症以及身体功能下降的状态，实现体医护融合；另一方面，公司从基础性的养老社区服务入手，专为老年人群体设计的电动等速训练器和老年电动跑步机等配有手感应心率监测系统和超长扶手，在保障老年人安全的同时增强老年人体魄、提高免疫力，实现体康养融合。



（六）与新模式的融合

公司打破传统地面经销商销售渠道单一格局，从面向全国的政府招投标入手，已成功中标江苏省体育局、盐城市体育局、沈阳市体育局等政府部门大型采购项目；在集中采购方面，公司与得力集团、军网平台、领先未来集团等建立合作关系；公司还充分发挥互联网优势，已建立亚马逊、阿里巴巴、天猫、京东等丰富

的电商平台销售体系，未来还将继续拓展如抖音、小红书、哔哩哔哩、快手等新型销售渠道，打造线上与线下，网络与实体相结合的新媒体运营销售模式。

综上，发行人主营业务是顺应国家经济发展战略和产业政策导向的产业领域，发行人是符合国家战略性新兴产业发展方向的制造企业，发行人具备核心技术、致力于产品的创新，致力于传统行业与新技术、新设备和新模式融合，符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》等法律、法规或规范性文件对创业板定位的要求。

六、发行人具体上市标准

根据天健会计师事务所出具的《审计报告》（天健审〔2021〕9908 号），2019 年度和 2020 年度，发行人归属于母公司所有者的净利润分别为 3,563.07 万元和 9,336.60 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 3,785.47 万元和 8,682.97 万元，发行人最近 2 个会计年度净利润（以扣除非经常性损益前后的孰低为准）均为正数，且累计净利润不低于 5,000 万元。

公司为境内企业且不存在表决权差异安排，选择适用《深圳证券交易所创业板股票上市规则》第 2.1.2 条规定的上市市值及财务指标标准中的“（一）最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于 5,000 万元”。

七、募集资金用途

本次发行所得的募集资金金额扣除发行费用后，将按照轻重缓急顺序投资以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	实施主体	资金总需求	利用募集资金投资额
1	康力源智能健身器材制造项目	康力源	34,685.55	34,685.55
2	康力源研发中心建设项目	康力源	10,310.53	10,310.53
3	康力源智能数字化工厂建设项目	康力源	4,996.15	4,996.15
4	补充流动资金	康力源	12,600.00	12,600.00
合计			**62,592.23**	**62,592.23**

本公司将严格按照有关管理制度使用募集资金。若本次发行实际募集资金低

于投资金额，缺口部分将由本公司自筹资金解决，以确保项目顺利实施。本次募集资金投资项目具体情况详见本招股说明书“第九节　募集资金运用与未来发展规划”部分。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

序号	项目	基本情况
1	股票种类	人民币普通股（A 股）
2	每股面值	人民币 1.00 元
3	发行股数及比例	拟向社会公众公开发行股票不超过 1,667 万股，不低于发行后公司股份总数的 25%，全部为新股发行，原股东不公开发售股份。最终发行数量由股东大会授权公司董事会与保荐人（主承销商）在经深圳证券交易所审核通过及中国证券监督管理委员会予以注册的额度范围内，根据具体情况协商确定。
4	每股发行价格	【】元
5	发行人高管、员工拟参与战略配售情况	不适用
6	保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	不适用
7	发行前市盈率	【】倍（每股收益按照 2020 年度经发行人会计师审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行前总股本计算）
8	发行后市盈率	【】倍（每股收益按照 2020 年度经发行人会计师审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）
9	发行前每股收益	【】元（按发行前一年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以发行前总股本计算）
10	发行后每股收益	【】元（按发行前一年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以发行后总股本计算）
11	发行前每股净资产	【】元/股（按【】年【】月【】日经审计的净资产除以发行前总股本计算）
12	发行后每股净资产	【】元（按照【】年【】月【】日经审计的净资产加上本次筹资净额之和除以本次发行后的总股本计算）
13	发行市净率	【】倍（按每股发行价格除以发行后每股净资产计算）
14	发行方式	网下向询价对象配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或中国证监会认可的其他方式
15	发行对象	符合国家法律法规和监管机构规定条件的询价对象和已开立深圳证券交易所股票交易账户并具有创业板交易权限的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规和规范性文件禁止购买者除外）
16	发行的价格区间或者定价方式	通过向询价对象询价或由公司与主承销商自主协商定价，或中国证监会认可的其他方式。
17	承销方式	余额包销
18	预计募集资金总额	【】万元
19	预计募集资金净额	【】万元

序号	项目	基本情况
20	发行费用概算	本次发行费用总额为【】万元，其中主要包括承销及保荐费【】万元、审计及验资费【】万元、律师费【】万元；发行手续费及其他【】万元

二、本次发行的有关当事人

（一）保荐人（主承销商）

名称	东海证券股份有限公司
法定代表人	钱俊文
住所	江苏省常州市延陵西路 23 号投资广场 18 层
电话	021-20333529
传真	021-50498876
保荐代表人	张兴初、李郭明
项目协办人	赵南浩
项目组其他成员	李之俊、陈晓风、张权、丁诗怡、于振萍、张书铭

（二）律师事务所

名称	上海市锦天城律师事务所
负责人	顾功耘
住所	上海市浦东新区银城中路 501 号上海中心大厦 9、11、12 层
电话	021-20511000
传真	021-20511999
经办律师	颜强、何年生、王栗栗

（三）会计师事务所

名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
负责人	郑启华
住所	浙江省杭州市西湖区西溪路 128 号新湖商务大厦 6 楼
电话	0571-88216888
传真	0571-88216999
经办注册会计师	金闻、徐思思

（四）资产评估机构

名称	中威正信（北京）资产评估有限公司
法人	赵继平

住所	北京市丰台区丰北路 81 号 5 层 3501 室
电话	010-52262876
传真	010-52262762
经办人	邢炯光、渠敬雷

（五）验资复核机构

名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
负责人	郑启华
住所	浙江省杭州市西湖区西溪路 128 号新湖商务大厦 6 楼
电话	0571-88216888
传真	0571-88216999
经办注册会计师	金闻、徐思思

（六）股票登记机构

名称	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
住所	深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 22-28 楼
电话	0755-21899999
传真	0755-21899000

（七）收款银行

收款银行	中国建设银行股份有限公司常州分行营业部
户名	东海证券股份有限公司
账号	32001628636050004370

（八）申请上市证券交易所

名称	深圳证券交易所
住所	深圳市福田区深南大道 2012 号
电话	0755-82083333
传真	0755-82083164

三、公司与本次发行有关中介机构的权益关系情况

截至本招股说明书签署日，公司与本次发行有关的保荐人、主承销商、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、本次发行上市有关的重要日期

刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

第四节　风险因素

投资者在评价公司本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别考虑下述各项风险因素。下述风险因素根据风险类别、重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、市场风险

（一）经济波动与消费需求下降的风险

健身器材产品受宏观经济波动的影响较大。国内外消费者的需求取决于一系列公司无法控制的因素，如经济波动、人口结构、消费者偏好及消费者可支配收入等。受宏观经济波动等因素影响，国内外消费者的需求下降将可能降低公司的营业收入和盈利能力，并进一步对公司的业务发展、财务状况和经营业绩造成不利影响。

（二）市场竞争加剧的风险

公司所在的健身器材市场，市场参与者众多。虽然借助多年经营积累的品牌声誉、多样化的产品及供应体系，公司已在市场竞争中具备一定的领先优势，但是随着新竞争者的进入以及国内众多品牌企业实力的日益增强，若公司无法持续提升自身竞争力，持续优化升级产品结构和销售渠道，适应快速变化的市场环境和行业发展形势，将面临市场占有率下降、经营业绩增速放缓甚至下滑的风险。

（三）贸易政策波动风险

公司主要从事健身器材的研发、制造和销售，以外销为主，产品远销美国、欧洲、澳大利亚等 20 多个国家和地区。健身器材目前未被美国、欧洲等国家列入需要加征关税的名单，但随着中美、中欧贸易关系的变化以及主要出口目的地国贸易政策及经济状况的变化，未来不排除会被加征关税。对于线下销售，虽然关税由客户承担，但会对公司的外销业务量产生影响；对于跨境电商业务，关税需由公司承担，将直接提高产品成本，并对公司的经营业绩产生不利影响。

二、经营风险

（一）业绩快速增长可持续性的风险

报告期内，发行人主营业务收入分别为 36,718.34 万元、37,943.65 万元、67,320.85 万元和 37,297.96 万元，年化复合增长率为 26.65%，保持快速增长。该增长除受全球健身器材产业结构调整、居民健康意识提升、居家健身习惯普及、跨境电商等新兴销售渠道成熟等因素影响外（具体详见本招股说明书“第六节业务与技术”之“四、发行人销售情况和主要客户”之“（二）主要产品的销售收入情况”部分），新冠肺炎疫情在短期内对前述因素的加速导致的家用健身器材市场需求快速增长、国外产能供应不足亦是重要因素之一。虽然公司借此背景，持续深化与原有客户的合作基础，加大合作力度，不断开发业内知名客户，产品进入如阿迪达斯、锐步等大型企业供应体系，同时亦在产销规模提升的同时加强了管理水平、优化了产销组织效率、提升了自主品牌效应，市场竞争能力有所提升，且新冠肺炎疫情带来的居民健康意识提升、健身习惯的改变具有一定持续性，公司当前业绩稳定、在手订单充足，但随着全球新冠肺炎疫情的进一步缓解，户外和健身房锻炼将进一步开放、境外受限产能可能出现一定程度的恢复，可能出现订单减少、业绩无法保持持续快速增长甚至略有下滑的风险。

（二）外销收入占比较高的风险

公司主要为国外知名健身器材品牌提供 OEM/ODM 业务，并在亚马逊平台开展自主品牌跨境电商业务，国外业务占据公司业务的较大比例。报告期内，公司外销收入占主营业务收入的比例分别为 72.63%、71.12%、80.16%和 85.18%。外销业务受到国家出口政策、出口目的地国进口政策与经济状况、汇率政策以及国际健身器材市场变动等多方面因素影响。如果上述政策发生波动，公司的外销业务将受到影响，进而对公司的经营业绩产生不利影响。

（三）原材料价格波动的风险

报告期内，公司生产所需的主要原材料包括钢材、外购标准件、包装物等。随着国家对行业政策的逐步调整，供给侧改革的持续推进和供需关系的变化，报告期钢材等原材料价格的波动对公司的毛利率产生了一定影响。虽然公司强化了成本控制，并不断优化生产工艺，且价格的波动可以相对及时地转嫁至下游客户，

但原材料价格的波动仍会影响公司的生产成本，加大成本控制难度。若未来主要原材料价格持续上涨，将会对公司成本控制和转嫁带来压力，进而影响公司的经营业绩。

（四）海运费持续上涨风险

新冠疫情爆发以后，中国率先控制住疫情，海外产能无法满足民众的需求，我国货物出口量大于进口量；境外港口因为疫情集散速度降低，集装箱和船只周转速度下降。受此影响，2020 年下半年以来国际物流集装箱持续紧缺，海运费价格持续上涨。中国出口集装箱运价指数显示，2020 年 6 月以来，海运费持续快速上涨，2021 年 1-6 月，累计上涨了 56.24%，并且上涨趋势还在持续。

公司一直以境外线下销售为主，报告期内，公司在境外线下销售收入的占比分别为 71.63%、66.87%、69.63%和 72.96%。虽然公司境外线下销售主要结算方式为 FOB，出口海运费主要由客户承担，但是海运费价格持续上涨将在一定程度上抑制客户的订单需求，并会对公司的经营业绩产生影响。另一方面，集装箱紧缺，客户无法及时、足额订舱，将影响公司产品的出口销售，降低公司的存货周转速度，提高营业资金成本。

另外，公司借助跨境电商快速发展的势头在亚马逊平台持续开立店铺。报告期内，公司在亚马逊平台实现的销售收入分别为 368.32 万元、1,613.04 万元、7,062.45 万元和 4,559.21 万元，持续增长。跨境电商业务需公司承担出口海运费，海运费价格持续上涨，将挤压公司的利润空间。

（五）客户集中风险

报告期内，公司前五大客户的销售收入占各期主营业务收入的比例（按穿透弘亚经贸和军豪健身的客户口径，具体详见本招股说明书“第六节　业务与技术”之“四、发行人销售情况和主要客户”之“（四）报告期内主要客户情况”之“3、穿透弘亚经贸和军豪健身后的主要客户”部分）分别为 56.67%、54.04%、58.43%和 60.05%，其中对第一大客户 Impex 直接及间接销售额占各期主营业务收入的比例分别为 38.70%、35.62%、40.18%和 40.94%，客户的销售集中度较高。该情形主要系因公司“家用产品+境外销售 ODM”业务模式导致，不存在与行业惯例背离的情形，具体详见本招股说明书“第六节　业务与技术”之“四、发行人

销售情况和主要客户”之“（四）报告期主要客户销售情况”部分。虽然公司与主要客户建立了长期稳定的合作关系，合作情况良好，且随着公司线上渠道和自主品牌的不断深化，公司客户集中度有望改善，但目前阶段，重点客户的销售订单对于公司的经营业绩仍有较大的影响，如果该等客户受相关贸易政策的影响，或者公司与其稳定合作的关系发生变动，将可能对公司的经营业绩产生不利影响。

（六）创新失败风险

差异化产品的研发、设计和量产能力是发行人获取订单的核心竞争力之一，发行人需结合市场热点、客户定制化需求等不断进行产品的研发和创新。报告期内发行人以自主研发、定制化研发、来图转换和原产品升级研发为导向，报告期内以自主研发、定制化研发、来图转换和原产品升级研发为导向，合计开展了775 项新产品研发，已完成 631 项新产品的量产，并与第三方机构合作开展研发项目 12 项，截至 2021 年 6 月 30 日，正在研发项目 32 项。虽然发行人通过长期的实践积累了丰富的研发能力和研发基础，但市场和客户需求的不断更迭对发行人研发创新能力提出了更高的要求，报告期内发行人通过增加研发投入、扩大研发团队规模、与第三方机构合作等方式推动研发创新能力的优化升级，但若公司未来在产品研发创新方面未能充分满足市场需求，可能对公司的订单获取能力、市场竞争力和业绩增长等造成一定不利影响。

（七）人力资源不足风险

公司目前处于快速发展阶段，公司发展规划的实施需引进产品研发设计、信息化系统优化、市场营销推广、经营管理优化等各个方面的专业人才，加快专业人才的引进与培养是公司发展的重要因素之一。但公司地处邳州市，人才供应相对紧缺，公司人才队伍建设进度如果不能与公司业务发展速度相匹配，或者不能采取有效措施引入新的核心人才，将可能对公司的生产经营及未来发展带来一定的不利影响。

（八）新冠肺炎等疫情风险

2020 年初，全球新冠疫情爆发，虽然新冠疫情对全球健身器材产业结构调整、居民健康意识提升、居家健身习惯普及、跨境电商等新兴销售渠道成熟等起到了一定加速作用，导致公司业绩出现快速增长，但疫情亦导致公司短暂停产，

提高了境外新客户的开拓和新老客户验厂的难度，对公司未来发展造成了一定不利影响。若未来国外新冠疫情持续蔓延，可能进一步影响公司开拓新客户的进展，影响公司未来业绩。

（九）能源供应稳定性风险

公司主要从事健身器材的研发、制造与销售，所需主要能源为电力，报告期内电力耗用量分为别 403.43 万、396.35 万、553.04 万和 320.71 万千瓦时。虽然我国电力资源充沛，发行人所在地目前电力供应稳定，且发行人耗电量低于其他高能耗企业，但随着煤炭等与电力相关的原材料价格波动、国家环保政策趋严等，不排除电价或电力供给的稳定性出现临时性波动，进而对公司生产经营的连续性、稳定性造成一定不利影响。

（十）订单变更的风险

公司主要采用 FOB 方式出口，在海运运力不足、客户无法如期订舱等情况下，货物可能无法按照原定交货时间及时发出。在此期间，客户可能结合市场需求向公司提出变更订单内容或金额的请求，虽然公司主要通过预收款方式（部分核心客户除外）减少该类情形且有权拒绝订单更改要求，但在尚未启动对应订单原材料采购、生产的情形下，鉴于与客户的良好合作关系和基础，存在同意客户请求的情况，该情形不会对公司的采购、生产造成不利影响。但若市场环境、海运运力等发生重大变化的情况下，不排除双方因相关事项未达成一致，对公司生产经营及订单履约情况造成一定不利影响，进而影响公司未来业绩的可能性。

三、财务风险

（一）汇率波动产生汇兑损失的风险

公司外销业务主要通过美元结算。报告期内，公司外销收入分别为 26,668.83 万元、26,987.12 万元、53,965.16 万元和 31,771.71 万元，占主营业务收入的比例分别为 72.63%、71.12%、80.16%和 85.18%。报告期内，公司的汇兑损益分别为 36.62 万元、-339.83 万元、1,895.07 万元和 325.97 万元（负数代表净收益）。公司及时关注市场汇率，并在汇率出现一定幅度波动时及时与客户协商调整销售价格，但随着公司销售规模的扩大以及人民币汇率波动幅度的增加，可能带来较大金额的汇兑损失，对公司经营业绩产生一定的不利影响。

（二）存货跌价风险

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 8,711.61 万元、8,348.67 万元、12,260.24 万元和 16,172.96 万元，占流动资产比例分别为 24.15%、24.43%、24.78%和 32.06%，存货账面价值及占比总体呈增长趋势。

公司境外线下销售主要采用以销定产的生产模式，公司线上销售和国内线下销售主要采用备货的生产模式。虽然境外线下销售为公司的主要销售渠道，大部分存货均依客户订单采购或者生产，但是，受益于国内外需求的增长，公司近几年存货备货量也有所增加。如果未来市场需求下降导致备货的存货无法顺利实现销售，且其价格出现大幅下跌，则需要对该部分存货计提跌价准备，将对公司的经营业绩产生不利影响。

（三）不能继续享受税收优惠的风险

2020 年，公司通过了高新技术企业资格认定，有效期三年，根据《企业所得税法》相关规定，公司在 2020 年至 2022 年享受所得税 15%的优惠税率。如未来税收优惠到期，而公司未能通过高新技术企业资格复审，将无法持续享受 15%的优惠所得税税率，未来适用 25%的企业所得税税率将会对公司的净利润产生一定影响。

四、募投项目风险

（一）募投项目未达预期收益的风险

本次募投项目的必要性与可行性分析是公司基于当前经济形势、行业发展现状以及对行业未来发展趋势的判断，并结合公司业务发展目标以及公司业务现状做出的。尽管公司已经对募投项目进行了审慎分析与测算，认为募投项目收益可观、项目可行，但由于宏观经济形势与行业发展具有不确定性，如果募集资金不能及时到位、到位规模不及预期、宏观经济形势及行业未来发展与公司判断不一致，或者行业竞争加剧，将会对项目的实施进度和公司的预期收益产生不利影响。

（二）未来新增产能消化的风险

公司根据行业发展趋势及市场需求现状，计划扩大健身器材的产能；同时，通过研发中心和智能数字化工厂建设，为公司健身器材业务提供研发技术、生产

管理、销售管理支持。本次募集资金拟投入智能健身器材制造项目、研发中心建设项目及智能数字化工厂建设项目，项目建成达产后，预计新增各类健身器材产能 23 万套，但募投项目需要一定的建设期和达产期，在项目实施过程中和项目实际建成后，如果市场环境、技术、相关政策等方面出现重大不利变化，公司将面临产能消化不足的风险。

（三）摊薄即期回报的风险

本次发行后，公司资本金将得到充实，净资产大幅增加，但由于募投项目具有一定的投入周期，在短期内难以完全产生效益，公司发行当年的每股收益及净资产收益率将会被摊薄，进而导致公司即期回报被摊薄。

五、其他风险

（一）实际控制人不当控制的风险

本次发行前，实际控制人衡墩建直接持有公司 98.07%的股份。本次发行完成后，实际控制人控制的股份比例有所下降，但对公司仍具有绝对控制力，可通过股东大会和董事会等对公司发展战略、经营决策、人事安排、利润分配、关联交易和对外投资等重大决策事项产生重大影响。虽然公司已建立了完善的法人治理结构，从制度上避免实际控制人不当控制的情形发生。但在公司利益与实际控制人利益发生冲突时，如果实际控制人不恰当行使其表决权，则可能影响甚至损害公司及公众股东的利益。

（二）社会保险及住房公积金缴纳情况的相关风险

报告期内，公司按照国家劳动和社会保障法律、法规及所在地相关政策的规定，为员工办理了社保和住房公积金。因多种原因，公司存在部分员工未缴纳社保和公积金的情况，虽然未缴社保和公积金金额占当期利润总额的比例较小，但公司有被相关社会保险和公积金部门处罚或追缴的风险。

（三）发行失败风险

公司本次首次公开股票事项尚未获得深圳证券交易所审核同意并经中国证监会注册，可能存在无法通过审核并注册的风险。

在中国证监会作出注册决定后、公司股票上市交易前，发现可能影响本次发

行的重大事项的，中国证监会可以要求公司暂缓或者暂停发行、上市；相关重大事项导致公司不符合发行条件的，中国证监会可以撤销注册。中国证监会撤销注册后，股票尚未发行的，公司应当停止发行；股票已经发行尚未上市的，公司应当按照发行价并加算银行同期存款利息返还股票持有人。

此外，如公司在中国证监会出具的股票注册决定有效期内，无法满足深圳证券交易所关于发行上市相关要求的，还可能产生发行中止，甚至发行失败的风险。

第五节　发行人基本情况

一、公司基本情况

中文名称：江苏康力源体育科技股份有限公司

英文名称：Jiangsu Junxia Gym Equipment Co., Ltd

注册资本：5,000 万元人民币

法定代表人：衡墩建

有限公司成立日期：1998 年 5 月 15 日

股份公司成立日期：2020 年 11 月 16 日

住所：邳州市炮车街道办事处高新技术产业园滨湖大道北侧

邮政编码：221300

联系电话：0516-86879669

联系传真：0516-86879662

互联网地址：http://www.junxia.net

电子邮箱：junxia@junxia.net

经营范围：文具、文教办公用品、实验分析仪器、教学专用仪器、乐器及零件、工艺品、体育用品及器材、健身器材、运动防护用具、玩具、露天娱乐场所游乐设备、游艺用品及室内游艺器材、电动机、电风扇、照明器具、自行车、非机动三轮车、家具、门窗、服装、鞋帽、电疗仪器制造、销售；软件开发、信息系统集成服务、信息技术咨询服务；厨房、卫生间用具及日用杂货、灯具、装饰品、图书、报刊、音像制品及电子出版物、计算机、软件及辅助设备、通讯及广播电视设备（不含无线电发射设备）电子产品批发、零售；黄金饰品加工、销售；本企业自产的健身器材、电风扇、电动机出口；本企业生产、科研所需的原铺材料、机械设备、仪器仪表及零配件进口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；体育保障组织；体育用品及器材零售；体育用品及器材批

发（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

负责信息披露和投资者关系的部门：证券法务部

信息披露负责人：吕国飞

信息披露负责人电话：0516-86879669

二、公司的设立情况

（一）有限责任公司设立情况

1998 年 3 月 24 日，徐州市工商行政管理局核发了编号为徐工商企名 26995 号《企业名称核准通知书》，核准公司的名称为“徐州军霞健身器材有限公司”。

1998 年 5 月 8 日，邳州市审计事务所出具邳审资[1998]8 号《验资报告》，确认截至 1998 年 4 月 30 日，徐州军霞健身器材有限公司已收到各股东以货币方式出资 320 万元，其中徐州健身器材总厂出资 161 万元，占实收资本的比例为 50.31%；中高层骨干以工会社团法人作为股东出资 139 万元，占实收资本的比例为 43.44%；王军霞出资 20 万元，占实收资本的比例为 6.25%。

1998 年 5 月，军霞健身在邳州市工商局注册成立并取得注册号为 13703748-8 的《企业法人营业执照》。

军霞健身设立时，股东及其出资情况为：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	徐州健身器材总厂	161.00	50.31
2	徐州健身器材总厂工会委员会	139.00	43.44
3	王军霞	20.00	6.25
合计		**320.00**	**100.00**

军霞健身系在徐州健身器材总厂改制基础上设立。徐州健身器材总厂系成立于 1973 年的全民所有制企业。1998 年 5 月，徐州健身器材总厂采取“‘分块搞活’、‘经营骨干出资’组建新公司、由新公司购买徐州健身器材总厂部分资产的方式”进行改制。该改制方案经职工代表大会表决通过，取得了邳州市企业产权制度改革指挥部批复。

在此背景下，徐州健身器材总厂、徐州健身器材总厂工会委员会与其他自然

人借用体育名人效应（王军霞）共同出资设立军霞健身，其注册资本为 320 万元。在军霞健身成立后，徐州健身器材总厂将与健身器材相关的经营性资产转让给军霞健身。江苏邳州会计师事务所对徐州健身器材总厂拟转让的资产进行了评估，评估基准日为 1998 年 6 月 1 日，评定的房屋价值为 118.207 万元、机器设备价值为 96.1798 万元，合计 214.3868 万元，邳州市国有资产管理局出具了《关于被评估资产价值确认的通知》对上述评估结果进行了确认。之后，军霞健身与徐州健身器材总厂签署了《转让固定资产协议书》《业务转移约定书》，军霞健身向徐州健身器材总厂支付了全部资产转让款 214.3868 万元，双方完成了与健身器材相关的经营性资产及业务的交割。

徐州健身器材总厂作为发行人历史股东，其改制过程得到了政府主管部门的批准或同意，且履行了各项法律程序。邳州市人民政府于 2021 年 2 月 22 日出具了《关于确认江苏康力源体育科技股份有限公司改制合规性等事项的函》（邳政办函〔2021〕2 号），确认“本次改制过程履行了必要程序、符合当时企业改制的政策精神及相关法律法规的规定”、“康力源科技历史沿革清晰，原股东健身器材总厂涉及的全民所有制企业改制、股权转让、股权流动、职工身份置换等事项履行了相关程序，并经有权部门批准，不存在国有资产流失的情形，亦不存在纠纷或潜在的纠纷，真实合法有效，符合当时国家法律法规和有关企业改制的政策规定”。

2021 年 6 月 4 日，邳州市人民政府出具了《关于江苏康力源体育科技股份有限公司及历史股东徐州健身器材总厂改制合规性的补充说明》，确认“徐州健身器材总厂改制过程中涉及的经营性资产转让予军霞健身、国有股权转让给徐州健身器材总厂工会委员会均履行了必要的程序，符合当时改制的政策精神及相关法律法规的规定，不存在国有资产流失情形，不存在纠纷或潜在纠纷”。

2021 年 6 月 18 日，徐州市人民政府出具了《关于确认江苏康力源体育科技股份有限公司改制合规性等事项的函》（徐政办函〔2021〕7 号），确认“康力源科技历史沿革清晰，原股东健身器材总厂涉及的全民所有制企业改制、股权转让、股权流动、职工身份置换等事项履行了相关程序，并经有权部门批准，不存在国有资产流失的情形，亦不存在纠纷或潜在的纠纷，真实合法有效，符合当时国家法律法规和有关企业改制的政策规定”。

（二）股份有限公司设立情况

2020 年 10 月 20 日，康力源有限召开董事会并作出决议，审议通过了《关于确认天健会计师事务所（特殊普通合伙）“天健审〔2020〕10112 号”<审计报告>的议案》《关于确认“中威正信评报字（2020）第 11036 号”<资产评估报告>的议案》《关于决定将江苏康力源健身器材有限公司整体变更为股份有限公司及折股方案的议案》《关于变更公司名称及公司类型的议案》《关于有限公司的债权债务由变更后的股份公司承继的议案》《关于成立股份公司筹备委员会事宜的议案》《关于提议召开临时股东会会议的议案》等议案。

2020 年 10 月 30 日，康力源有限召开临时股东会会议并通过决议，同意康力源有限全体股东作为发起人，根据天健会计师事务所（特殊普通合伙）出具的天健审〔2020〕10112 号《审计报告》，以截至 2020 年 7 月 31 日经审计确认的公司账面净资产值 19,127.99 万元折成 5,000 万股（折股比例 1：0.2614），整体变更设立股份有限公司。同日，康力源有限全体股东共同签署了《关于发起设立江苏康力源体育科技股份有限公司的发起人协议》。

2020 年 11 月 15 日，康力源召开创立大会暨 2020 年第一次临时股东大会并通过决议，全体发起人出席了本次会议，审议通过了股份有限公司筹办工作报告、公司整体变更的议案、关于制定公司章程以及选举董事、非职工监事等议案。

2020 年 11 月 16 日，天健会计师事务所（特殊普通合伙）出具天健验〔2020〕516 号《验资报告》，确认截至 2020 年 11 月 15 日，康力源全体发起人已足额缴纳出资，出资方式全部为净资产出资。

2020 年 11 月 16 日，徐州市行政审批局核发了统一社会信用代码为 91320382703595741O 的《营业执照》。

整体变更股份公司后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	股本（万元）	持股比例（%）
1	衡墩建	4,903.64	98.07
2	许瑞景	48.18	0.96
3	彭保章	16.06	0.32
4	郭景报	16.06	0.32
5	曹康凯	16.06	0.32

序号	股东名称	股本（万元）	持股比例（%）
合计		**5,000.00**	**100.00**

（三）报告期内的股本和股东变化情况

报告期内，公司实施了两次股权转让，并改制为股份公司，具体情况如下：

1、2019 年 1 月，第一次股权转让

2018 年 10 月 25 日，王德侠与许瑞景签署《股权转让合同》，王德侠将其持有的全部股权 16.06 万元（占公司注册资本的 0.3212%）作价 75 万元转让给许瑞景。

2018 年 12 月 4 日，公司召开股东会，同意王德侠将其持有的全部股权 16.06 万元（占公司注册资本 0.3212%）转让给许瑞景，其他股东放弃优先购买权。

2019 年 1 月 7 日，康力源有限就上述变更事项完成了工商变更登记。

本次股权转让完成后，公司的股权结构为：

序号	股东名称	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	出资比例（%）
1	衡墩建	4,903.64	4,903.64	98.07
2	许瑞景	32.12	32.12	0.64
3	彭保章	16.06	16.06	0.32
4	程怀仁	16.06	16.06	0.32
5	郭景报	16.06	16.06	0.32
6	曹康凯	16.06	16.06	0.32
合计		**5,000.00**	**5,000.00**	**100.00**

2、2019 年 2 月，第二次股权转让

2019 年 1 月 21 日，江苏省徐州市鼓楼公证处出具（2019）徐鼓证民内字第 108 号《公证书》，证明程怀仁于 2010 年 9 月 25 日去世，程怀仁持有的康力源有限 16.06 万元出资及全部股东权益系程怀仁与马景兰共同共有，继承人程巍、马金月表示放弃被继承人程怀仁的遗产继承权，被继承人程怀仁的遗产由马景兰一人继承。

2019 年 2 月 27 日，程怀仁的继承人马景兰与许瑞景签署了《股权转让协议》及补充协议，许瑞景以 80 万元受让程怀仁持有的公司全部股权（16.06 万元，占

公司注册资本的 0.32%）。

2019 年 2 月 27 日，康力源有限召开股东会，全体股东同意许瑞景受让程怀仁所持有的公司全部股权，其他股东放弃优先购买权。

2019 年 2 月 28 日，康力源有限就本次变更事项完成了工商变更登记。

本次股权转让完成后，康力源有限的股权结构为：

序号	股东名称	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	出资比例（%）
1	衡墩建	4,903.64	4,903.64	98.07
2	许瑞景	48.18	48.18	0.96
3	彭保章	16.06	16.06	0.32
4	郭景报	16.06	16.06	0.32
5	曹康凯	16.06	16.06	0.32
合计		**5,000.00**	**5,000.00**	**100.00**

（四）发行人设立以来股权变动瑕疵或者纠纷情况

1、股权代持

1998 年 5 月，公司由徐州健身器材总厂、徐州健身器材总厂工会委员会、王军霞共同以现金出资设立，注册资本为 320 万元。其中，徐州健身器材总厂工会委员会持有的公司股权系替徐州健身器材总厂 44 名经营骨干代持，衡墩建以王军霞名义进行了出资。上述股权代持的形成原因、演变情况及解除过程如下：

（1）徐州健身器材总厂工会委员会替 44 名经营骨干代持

①形成原因

1998 年 3 月 11 日，徐州健身器材总厂召开职工代表大会，审议通过了《徐州健身器材总厂改制方案》，同意徐州健身器材总厂在册员工转移至新公司，新公司与员工签署劳动合同。

1998 年 3 月 23 日，徐州健身器材总厂向邳州市企业产权制度改革指挥部提交了《关于徐州健身器材总厂改制方案的报告》，徐州健身器材总厂采用“分块搞活”的方式进行改制，具体为：徐州健身器材总厂、徐州健身器材总厂经营骨干（通过工会进行持股）、体育名人共同出资设立“徐州军霞健身器材有限公司”（暂定名），新公司购买徐州健身器材总厂部分资产，接收现有员工。其中，经

营骨干为衡墩建等 44 名中高层员工。

1998 年 5 月 29 日，邳州市企业产权制度改革指挥部出具邳企改指复（1998）07 号《关于同意徐州健身器材总厂改制方案的批复》，同意对徐州健身器材总厂进行改制。

根据徐州健身器材总厂工会出具的收据，徐州健身器材总厂 44 名经营骨干的基本情况及出资情况如下表所示：

序号	姓名	任职情况	出资金额（万元）	比例（%）
1	衡墩建	厂长	65.3207	46.9933
2	许瑞景	副厂长	6.0511	4.3533
3	彭保章	副厂长	6.0511	4.3533
4	郭景报	副厂长	6.0511	4.3533
5	曹康凯	仓库副主管	6.0511	4.3533
6	程怀仁	生产科科长	6.0511	4.3533
7	王德侠	销售科经理	6.0511	4.3533
8	朱华勇	采购科科长	1.0101	0.7267
9	王洪才	设备科科长	1.0101	0.7267
10	徐军	行政科副科长	1.0101	0.7267
11	朱海	总装车间副主任	1.0101	0.7267
12	田振海	总装车间副主任	1.0101	0.7267
13	徐作刚	生产科副科长	1.0101	0.7267
14	黄兴远	技术科科长	1.0101	0.7267
15	罗明	保卫科副科长	1.0101	0.7267
16	曹庆江	销售科副经理	1.0101	0.7267
17	张庆芬	妇女主任	1.0101	0.7267
18	石启顺	采购科副科长	1.0101	0.7267
19	佟大传	销售科副经理	1.0101	0.7267
20	程必顺	出口科副主任	1.0101	0.7267
21	张新连	办公室副主任	1.0101	0.7267
22	孙继敏	保卫科科长	1.0101	0.7267
23	白希民	行政科科长	1.0101	0.7267
24	杨卫明	保卫科副科长	1.0101	0.7267
25	冯中平	货运科科长	1.0101	0.7267

序号	姓名	任职情况	出资金额（万元）	比例（%）
26	陈西	出口科副主任	1.0101	0.7267
27	高海明	策划科科长	1.0101	0.7267
28	周忠凯	办公室主任	1.0101	0.7267
29	胡胜清	出口科副主任	1.0101	0.7267
30	张若浩	出口科副主任	1.0101	0.7267
31	赵桂生	出口科副主任	1.0101	0.7267
32	汪明祥	财务科副科长	1.0101	0.7267
33	吴爱华	车间主任	1.0101	0.7267
34	吴健品	供应科科长	1.0101	0.7267
35	许之宗	检验科科长	1.0101	0.7267
36	彭立勇	出口科科长	1.0101	0.7267
37	魏奇哲	财务科科长	1.0101	0.7267
38	孔祥忠	供应科副科长	1.0101	0.7267
39	王忠	四车间主任	1.0101	0.7267
40	潘迎昌	检验科副科长	1.0101	0.7267
41	鲁瑞安	一车间主任	1.0101	0.7267
42	李军	出口科副主任	1.0101	0.7267
43	周振	保卫科副科长	1.0101	0.7267
44	宋慎林	行政科副科长	1.0101	0.7267
合计			**139.00**	**100.00**

②演变情况

2000 年 4 月 8 日，徐州健身器材总厂向邳州市国有资产管理局呈报《关于申请股权转让的报告》。根据该报告，徐州健身器材总厂改制已基本完成，军霞健身接收了该厂全部员工，在该厂原 44 名经营骨干的共同努力下，军霞健身减轻了该厂负担，盘活了该厂资产。基于此，徐州健身器材总厂请求将持有的军霞健身全部出资（161 万元）根据审计、评估结果转让给该厂原 44 名经营骨干（具体转让比例依据 44 名骨干原出资比例），由该厂工会委员会代为持有。

2000 年 4 月 18 日，邳州市国有资产管理局出具邳国资〔2000〕07 号《关于徐州健身器材总厂要求转让股权的批复》，同意徐州健身器材总厂将其持有军霞健身国有股权 161 万元以 172.80 万元转让给徐州健身器材总厂工会委员会。根据邳州公信会计师事务所出具的审计报告（邳公会审（2000）6 号），徐州军霞

健身器材有限公司 1999 年底股本总额 320 万元，净资产 343.50 万元，所持国有股权价值应为 172.80 万元。

2000 年 4 月 25 日，徐州健身器材总厂与徐州健身器材总厂工会委员会签署《转让股权协议书》，徐州健身器材总厂将其持有的军霞健身国有股权 161 万元以 172.80 万元的价格转让至徐州健身器材总厂工会委员会。徐州健身器材总厂工会委员会于 2000 年 5 月 19 日、5 月 22 日、5 月 23 日分 3 次将股权转让款支付至徐州健身器材总厂。

③解除过程

2001 年 9 月 20 日，军霞健身向邳州市企业产权制度改革指挥部呈报《关于请求批准股权流动和增资扩股方案的报告》，请求将徐州健身器材总厂工会委员会代 44 名经营骨干持有的全部股权恢复至实际出资的 44 名经营骨干名下，同时将公司注册资本增加至 393.50 万元。

2001 年 10 月 10 日，邳州市企业产权制度改革指挥部作出《关于徐州军霞健身器材有限公司股权流动和增资扩股的批复》（邳企改指复〔2001〕22 号），原则同意军霞健身股权流动和增资扩股方案。

2001 年 10 月 15 日，军霞健身召开股东会，全体股东一致同意徐州健身器材总厂、徐州健身器材总厂工会委员会、王军霞将其持有的公司股权转让给衡墩建、许瑞景等 44 人。

2001 年 10 月 18 日，徐州健身器材总厂工会委员会与衡墩建等 44 人共同签署了《股权转让协议》，具体情况如下：

转让方	转让出资额（万元）	受让方
徐州健身器材总厂工会委员会	140.98	衡墩建
	13.06	许瑞景
	13.06	彭保章
	13.06	郭景报
	13.06	曹康凯
	13.06	程怀仁
	13.06	王德侠
	2.18	朱华勇

转让方	转让出资额（万元）	受让方
	2.18	王洪才
	2.18	徐军
	2.18	朱海
	2.18	田振海
	2.18	徐作刚
	2.18	黄兴远
	2.18	罗明
	2.18	曹庆江
	2.18	张庆芬
	2.18	石启顺
	2.18	佟大传
	2.18	程必顺
	2.18	张新连
	2.18	孙继敏
	2.18	白希民
	2.18	杨卫明
	2.18	冯中平
	2.18	陈西
	2.18	高海明
	2.18	周忠凯
	2.18	胡胜清
	2.18	张若浩
	2.18	赵桂生
	2.18	汪明祥
	2.18	吴爱华
	2.18	吴健品
	2.18	许之宗
	2.18	彭立勇
	2.18	魏奇哲
	2.18	孔祥忠
	2.18	王忠
	2.18	潘迎昌
	2.18	鲁瑞安

转让方	转让出资额（万元）	受让方
	2.18	李军
	2.18	周振
	2.18	宋慎林

2001 年 12 月 13 日，军霞健身就上述变更事项完成了工商变更登记。

本次股权转让是将徐州健身器材总厂工会委员会持有的军霞健身股权恢复至实际出资人名下。

2021 年 2 月 22 日，邳州市人民政府办公室出具的《关于确认江苏康力源体育科技股份有限公司改制合规性等事项的函》（邳政办函〔2021〕2 号）及 2021 年 6 月 18 日，徐州市人民政府出具的《关于确认江苏康力源体育科技股份有限公司改制合规性等事项的函》（徐政办函〔2021〕7 号），确认：徐州健身器材总厂改制过程履行了必要程序、符合当时改制的政策精神及相关法律法规的规定；徐州健身器材总厂持有的国有股权 161 万元转让给徐州健身器材总厂工会作价公允，未造成国有资产流失，国有股权转让行为合法有效；徐州健身器材总厂工会所持公司股权恢复至 44 名经营骨干名下系代持股关系的解除，股权转让行为合法有效，不存在纠纷或潜在纠纷。

保荐人及发行人律师核查了发行人上述工商档案及股权转让协议、44 名经营骨干出资的收据、主管部门批复、政府确认文件等资料，并对 38 名持股的经营骨干及徐州健身器材总厂当时的工会主席吕昌金进行了访谈，确认了徐州健身器材总厂工会委员会代 44 名经营骨干出资及股权恢复的相关事实，确认不存在纠纷或潜在纠纷。

（2）衡墩建以王军霞名义出资

①形成原因

根据 1998 年 3 月 23 日，徐州健身器材总厂向邳州市企业产权制度改革指挥部提交的《关于徐州健身器材总厂改制方案的报告》，“为体现名人效应以体育名人出资 20 万元”，军霞健身设立时以王军霞名义出资 20 万元。

1998 年 4 月 21 日，徐州健身器材总厂、徐州健身器材总厂工会委员会分别出具《关于设立“徐州军霞健身器材有限公司”相关事项的说明》，指出：使用

王军霞名义与徐州健身器材总厂、徐州健身器材总厂工会委员会共同出资设立新公司；王军霞不持有新公司任何出资，不享有任何股东权利；工商登记信息中记载的王军霞的出资系由徐州健身器材总厂负责人衡墩建实际缴纳，因出资而形成的股权归衡墩建所有。

②解除过程

2001 年 10 月 15 日，军霞健身召开股东会，全体股东一致同意徐州健身器材总厂、徐州健身器材总厂工会委员会、王军霞将其持有的公司股权转让给衡墩建、许瑞景等 44 人。

2001 年 11 月 18 日，王军霞与衡墩建签署了《股权转让协议》，王军霞将其持有的公司全部出资 20 万元无偿转让给衡墩建。

2001 年 12 月 13 日，军霞健身就上述变更事项完成了工商变更登记。

至此，衡墩建显名为实际股东，以王军霞名义出资问题得以解决。

2017 年 11 月 13 日，王军霞与发行人、衡墩建及相关方签署了《协议书》，在该《协议书》中明确：

（1）在军霞健身设立过程中，甲方（王军霞）对于该部分股权并不拥有任何权利，康力源的控股股东衡墩建于 2001 年将该部分股权通过无偿转让的方式恢复至实际所有权人衡墩建，对于该等无偿转让行为的合法性，双方均予以认可。

（2）甲方同意，甲方不再就军霞健身、衡墩建及有关人员的上述股权转让及相应工商变更登记行为以任何形式向任何机构要求追究其任何形式的法律责任。

（3）双方均无需因上述股权事宜向其他方支付任何形式的费用。

保荐人及发行人律师核查了《协议书》，并对衡墩建、王军霞进行了访谈，确认了上述王军霞名义出资及恢复至实际所有权人衡墩建的事实，双方不存在纠纷或者潜在纠纷。

经核查发行人自设立至今的全套工商档案及历次签订的股权转让协议、转让价款支付凭证、增资决议、验资报告、出资凭证、股东申请等资料，并经发行人历史相关股东确认，保荐人及发行人律师认为发行人历史沿革中除存在衡墩建借

王军霞名义设立军霞健身及徐州健身器材总厂工会代 44 名经营骨干持股情形外，不存在其他股份代持情形。

2、国有股权转让未履行评估程序、未及时办理工商变更

2000 年 4 月 8 日，徐州健身器材总厂向邳州市国有资产管理局呈报《关于申请股权转让的报告》。根据该报告，徐州健身器材总厂改制已基本完成，军霞健身接收了该厂全部员工，在该厂原 44 名经营骨干的共同努力下，军霞健身减轻了该厂负担，盘活了该厂资产。基于此，徐州健身器材总厂请求将持有的军霞健身全部出资（161 万元）根据审计、评估结果转让给该厂原 44 名经营骨干，由该厂工会委员会代为持有。

2000 年 4 月 18 日，邳州市国有资产管理局出具邳国资〔2000〕07 号《关于徐州健身器材总厂要求转让股权的批复》，徐州健身器材总厂持有军霞健身国有股权 161 万元，根据邳州公信会计师事务所出具的审计报告（邳公会审（2000）6 号），徐州军霞健身器材有限公司 1999 年底股本总额 320 万元，净资产 343.50 万元，所持国有股权价值应为 172.80 万元。

2000 年 4 月 25 日，徐州健身器材总厂与徐州健身器材总厂工会委员会签署《转让股权协议书》，徐州健身器材总厂将其持有的军霞健身国有股权 161 万元以 172.80 万元的价格转让至徐州健身器材总厂工会委员会。徐州健身器材总厂工会委员会于 2000 年 5 月 19 日、5 月 22 日、5 月 23 日分 3 笔将股权转让款支付至徐州健身器材总厂。

在本次股权转让过程中，徐州健身器材总厂持有徐州军霞健身器材有限公司 50.31%国有股权仅进行了审计，没有进行评估。2020 年 11 月，发行人委托徐州迅达资产评估事务所（普通合伙）进行了复核，评估结果确认徐州健身器材总厂持有的公司 50.31%国有股权评估值为 171.80 万元。

2021 年 6 月 4 日，邳州市人民政府出具了《关于江苏康力源体育科技股份有限公司及历史股东徐州健身器材总厂改制合规性的补充说明》，解释了本次股权转让没有进行评估的原因并进行了确认：一是本次股权转让进行了专项审计，审计报告对应的资产范围与军霞健身成立时购买徐州健身器材总厂的资产范围一致，主要资产为厂房和机器设备，不具有增值性，且距离上一次资产评估时间

间隔较短；二是为维护军霞健身的生产经营稳定性，确保徐州健身器材总厂改制成功，加快股权流转速度，在资产实质不存在增值的情况下，没有对本次国有股权转让进行资产评估；三是根据国资办发〔1992〕36 号《国有资产评估管理办法施行细则》第五条之规定，邳州市国有资产管理局作为国有资产主管机关，有权根据企业的实际情况决定是否履行资产评估程序；四是虽然本次国有股权转让未履行资产评估程序，但是徐州健身器材总厂和军霞健身在 2004 年进行深化改制和职工身份置换均是在本次国有股权转让已经完成的基础上进行的，因此本次国有股权转让已经得到了邳州市人民政府及其相关部门的确认。

2021 年 6 月 18 日，徐州市人民政府出具了《关于确认江苏康力源体育科技股份有限公司改制合规性等事项的函》（徐政办函〔2021〕7 号），确认本次国有股权转让作价公允，未造成国有资产流失，国有股权转让行为合法有效。

保荐人及发行人律师核查了发行人上述工商档案及股权转让协议、审计和评估报告、主管部门批复、政府确认文件等资料，认为徐州健身器材总厂将股权转让给徐州健身器材总厂工会履行了必要的程序，符合当时的法律法规规定，不存在国有资产流失情形，不存在纠纷或潜在纠纷，不会对公司首次公开发行并上市带来障碍。

三、发行人设立以来的重大资产重组情况

报告期内，发行人发生了购买据英商贸健身器材相关业务和收购加一健康股权事项，其基本情况如下：

据英商贸曾经从事健身器材的研发、制造和销售，报告期内，与公司存在销售与采购交易。因据英商贸土地被政府收储终止全部生产业务，同时，为消除公司与其曾经存在的同业竞争和关联交易事项，2019 年 8 月 5 日，公司召开临时股东会，同意公司购买据英商贸健身器材相关业务，由公司董事会负责本次收购事宜。2019 年 9 月 20 日，据英商贸与公司签署了《健身器材业务转移合同》，以 73.04 万元的价格向公司转移与健身器材相关的业务（主要包括原材料、产成品、可使用的健身器材相关的生产设备），并于 2019 年 9 月 30 日办妥了财产交接手续，相关人员已于之前陆续转移至发行人。

加一健康主要从事健身器材的研发、制造和销售，报告期内，与公司存在销

售与采购交易。为消除公司与加一健康的同业竞争和关联交易事项，2019 年 12 月 6 日，公司召开临时股东会，同意公司收购据英商贸持有的加一健康 90%股权，由公司董事会负责本次股权收购事宜。2019 年 12 月 20 日，公司与据英商贸签署《股权转让协议》，以据英商贸的实缴出资额 2,975 万元收购据英商贸持有的加一健康 90%股权。截至 2019 年 12 月 30 日，公司已向据英商贸支付股权转让款 2,200 万元。2020 年 4 月 21 日，上述交易完成了工商变更手续。截至 2021 年 6 月末，公司已向据英商贸支付了剩余股权转让款。

2018 年以来，据德商贸持有据英商贸 100%股权，衡墩建基于与其子衡思宇签订的《股权投资委托合同》控制据德商贸 87.76%股权，并最终控制据英商贸 87.76%股权，故公司购买据英商贸业务认定为同一控制下的业务合并，合并日为 2019 年 9 月 30 日。公司购买加一健康股权前，据英商贸持有加一健康 90%股权，加一健康由衡墩建实际控制，故公司收购加一健康 90%股权构成同一控制下企业合并，合并日为 2019 年 12 月 31 日。

公司购买据英商贸业务及收购加一健康股权前一年（即 2018 年）据英商贸、加一健康与公司未合并据英商贸和加一健康的相关财务数据对比如下：

单位：万元

项目	总资产	营业收入	利润总额
据英商贸（A）	6,365.11	8,783.82	817.82
加一健康（B）	4,911.29	1,638.97	-689.57
小计（C=A+B）	11,276.40	10,422.79	128.25
发行人（D）	42,829.22	32,851.23	1,628.36
据英商贸占发行人比例（E=A/D）	14.86%	26.74%	50.22%
加一健康占发行人比例（F=B/D）	11.47%	4.99%	-42.35%
两者合并占发行人比例（G=C/D）	26.33%	31.73%	7.88%

从上表可以看出，据英商贸 2018 年末的总资产、2018 年的营业收入占公司的比例较低，据英商贸 2018 年的利润总额占公司的比例为 50.22%，业务合并后对公司的经营业绩有一定的促进作用。加一健康 2018 年末的总资产、2018 年的营业收入占公司的比例较低，2018 年出现了亏损，企业合并后将降低公司的经营业绩。将据英商贸和加一健康一并考虑，其总资产、营业收入、利润总额占发行人的比例分别为 26.33%、31.73%和 7.88%，占比较小，业务合并后，发行人

的总资产、营业收入、利润总额均有所增长。

合并据英商贸和加一健康前，发行人与据英商贸、加一健康经营的业务相同，生产管理人员有交叉，公司合并据英商贸和加一健康后的整合进展顺利。

2018 年以来，据英商贸和加一健康与公司同受衡墩建控制，而且合并前，据英商贸和加一健康均从事健身器材的研发、制造和销售，根据《<首次公开发行股票并上市管理办法>第十二条发行人最近 3 年内主营业务没有发生重大变化的适用意见》（证券期货法律适用意见第 3 号），公司上述合并事项未导致公司主营业务发生变化，公司的申报基准日为 2021 年 6 月 30 日，满足重组后运行时间要求。

公司合并据英商贸业务之后，据英商贸全面停止健身器材制造相关业务。2020 年 12 月 24 日，据英商贸将经营范围变更为“建筑材料销售；服装服饰零售；日用杂品销售；鞋帽零售”。

加一健康最近一年及一期的主要财务数据详见本节“六、发行人控股子公司参股公司情况”之“（一）全资及控股子公司”之“1、江苏加一健康科技有限公司”。合并加一健康之后，公司的总资产、净资产和净利润均有所增长。

四、公司在其他证券市场的上市/挂牌情况

报告期内，公司曾于江苏股权交易中心成长板挂牌，未在该地方股权交易中心进行股权交易，不存在其他证券市场上市或挂牌的情况。具体情况如下：

2017 年 12 月 28 日，江苏康力源健身器材有限公司在江苏股权交易中心成长板挂牌，企业简称：康力源，挂牌代码：692389。

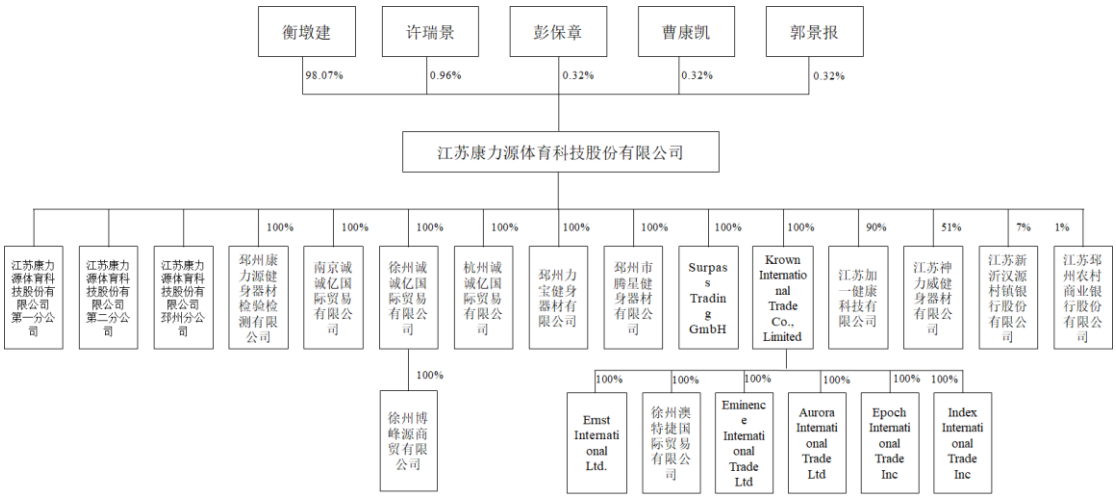
因公司拟启动 IPO，公司申请在江苏股权交易中心成长板摘牌。2019 年 9 月 4 日，江苏股权交易中心有限责任公司同意终止公司在江苏股权交易中心成长板的展示挂牌服务。

在江苏股权交易中心挂牌期间，公司未受到任何行政处罚或者自律监管措施。

五、发行人的股权结构及组织结构

（一）发行人股权结构

发行人的股权结构及对外投资情况如下图所示：

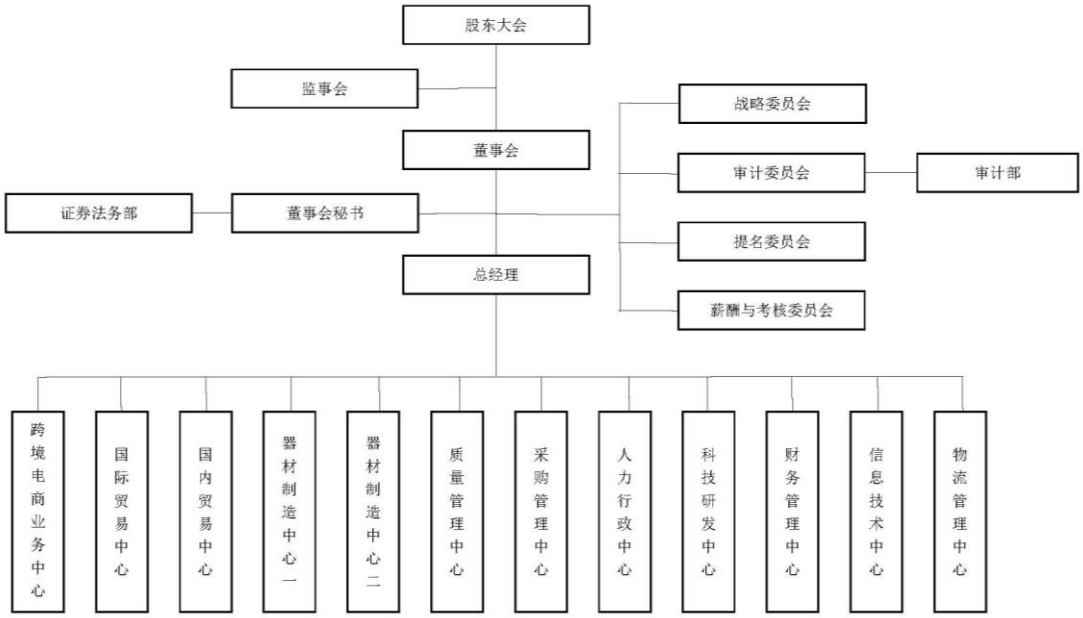


发行人控股股东、实际控制人所控制的其他企业详见本节之“七、控股股东、实际控制人及持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况/（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业情况”。

（二）发行人内部组织结构

1、发行人内部组织结构图

股东大会为公司的权力机构；董事会对股东大会负责；总经理对董事会负责，下设具体职能部门。监事会是公司的监督机构，对公司董事、高级管理人员行使监督职能。截至本招股说明书签署日，公司内部组织结构如下图所示：



2、发行人主要职能部门

公司各职能部门的具体职责如下：

（1）证券法务部：负责董事会、股东大会的筹备组织工作，负责会议记录并保管相关文件；负责处理公司信息披露事务，督促公司制定并执行信息披露管理制度和重大信息的内部报告制度；协调公司与投资者、外部监管机构之间的关系；负责公司法务工作。

（2）审计部：负责公司内部审计工作，对公司内部制度的建立和执行情况进行定期和不定期的审计、监督工作的技术对接及技术支持相关活动；负责技术合作和信息收集工作。

（3）跨境电商业务中心：负责统筹跨境电商业务中心的运营战略、流程与计划；负责推进电商业务渠道。

（4）国际贸易中心：负责外贸产品资料整理、新产品开发主导和外采产品的技术、质量监督以及产品客诉处理跟进工作；负责国际市场的订单管理、客户管理以及市场推广；负责成品交付及处理交付后的活动。

（5）国内贸易中心：负责制定年度经营计划并实施；负责内贸制度体系建设和组织管理，完善业务部门及后勤部门制度体系，定期评估人员绩效考核完成情况，对工作计划的达成情况进行监督与评估；负责专属业务管理与控制；负责

渠道业务管理、政府采购项目工作管理、产品规划、品牌管理、销售业务管理、售后客服管理工作。

（6）器材制造中心：根据顾客订单，合理安排生产并负责生产和工序控制及过程的监视和测量；负责按产品包装要求进行包装和使用适宜的搬运工具和方法；负责所属区域内产品的标识和管理；负责对不合格品进行返工，不符合项进行整改；确保作业现场基础设施及工作环境良好；负责对生产提供的过程、设备和人员的确认；负责对产品和过程采取纠正、预防措施。

（7）质量管理中心：负责策划及制定有效的质量管理制度并监督落实；负责辅导和推动客诉问题得到及时处理并结案；负责原材料、半成品、成品的质量监控，对不合格品进行判定、评审；推动新产品前期质量策划及评审工作；负责整合及完善试验设备资源；梳理计量管理流程。

（8）采购管理中心：负责采购执行与监督；制定采购管理制度，采购计划，并分解执行；负责供应商的定期考核评定和供应商提供产品能力的评价、选择及管理，负责采购资源整合，开发新的优质的原材料供应商；负责价格管理，监督核定采购部门提供的供应商档案；制定价格调整计划；参与公司的各种项目小组，协调与各中心，各部门的关系，确保各项目完成。

（9）人力行政中心：负责制定适宜的人力资源规划并实施；负责建立并持续优化人力资源与行政后勤管理制度体系；负责组织管理、人员招聘、员工关系管理、薪酬福利及员工绩效考核。

（10）科技研发中心：负责公司新产品研发与老产品优化；负责制定产品包装、物料检测包装、安装标准、技术资料标准、设计标准、通用件标准及其他相关标准；负责建立标准化及资料库研发平台；负责外部工作的技术对接及技术支持相关活动；负责技术合作和信息收集工作。

（11）财务管理中心：负责建立并执行会计核算与监督体系；负责资金筹集、规范资金运作、分配等各个财务收支活动；负责公司总体税负筹划工作；负责开展公司财务预算，进行预算事前控制，事中跟踪，事后财务决算及分析等管理工作。

（12）信息技术中心：负责整体 ERP 系统的实施辅导、监督检查、系统完

善;负责 ERP 基础资料根据相关部门要求维护及修改;各类 ERP 异常现象查询、处理,保障 ERP 及各项通讯系统正常运行;监督检查其他部门对 ERP 的执行情况;公司其他信息化方面的工作内容。

（13）物流管理中心：负责本部门的安全生产，仓库安全及消防防火管理；负责制定、修订各项仓管规章制度、作业标准，完善公司仓储管理体系；负责管理仓库日常工作，包括原辅材料、成品的收发、标识及保管；负责仓库账务、各种仓储报表的登记、统计工作，做到准确、及时、完整。

六、发行人控股子公司及参股公司情况

截至本招股说明书签署日，公司共有 8 家全资子公司，2 家控股子公司，7 家全资孙公司，2 家参股公司和 3 家分公司，无其他重要对外投资。

（一）全资及控股子公司

1、江苏加一健康科技有限公司

加一健康的基本情况如下：

公司名称	江苏加一健康科技有限公司			
成立日期	2016 年 10 月 12 日			
注册资本	10,000.00 万元			
实收资本	3,975.00 万元			
统一社会信用代码	91320382MA1MX4MXX4			
法定代表人	许瑞景			
注册地点和主要生产经营地	邳州市高新技术产业开发区滨湖大道北、争先路西			
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要从事健身器材的研发、制造和销售			
股权结构	康力源持股 90%，邳州市恒鑫创业投资管理有限公司持股 10%			
最近一年及一期的财务数据（万元）	审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）		
	项目	**总资产**	**净资产**	**净利润**
	2021-06-30/2021 年 1-6 月	9,374.05	3,346.28	377.88
	2020-12-31/2020 年度	8,946.38	2,968.40	288.28

加一健康系公司同一控制下合并而来，合并日为 2019 年 12 月 31 日。具体情况详见本节之“三、发行人设立以来的重大资产重组情况”。

2、徐州诚诚亿国际贸易有限公司

徐州诚诚亿的基本情况如下：

公司名称	徐州诚诚亿国际贸易有限公司			
成立日期	2018 年 04 月 04 日			
注册资本	200.00 万元			
实收资本	200.00 万元			
统一社会信用代码	91320302MA1WB6AT5H			
法定代表人	师晨亮			
注册地点	徐州市鼓楼区下淀路 170 号物资市场 13 号楼 318 室			
主要生产经营地	徐州市鼓楼区风尚米兰小区商业办公楼 4 号楼			
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要从事健身器材的国际贸易业务			
股权结构	康力源持股 100%			
最近一年及一期的财务数据（万元）	审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）		
	项目	**总资产**	**净资产**	**净利润**
	2021-06-30/2021 年 1-6 月	20,580.48	-1,357.93	364.32
	2020-12-31/2020 年度	21,626.99	-1,752.07	-2,013.60

3、南京诚诚亿国际贸易有限公司

南京诚诚亿的基本情况如下：

公司名称	南京诚诚亿国际贸易有限公司			
成立日期	2019 年 11 月 10 日			
注册资本	200.00 万元			
实收资本	200.00 万元			
统一社会信用代码	91320105MA20D1XH38			
法定代表人	师晨亮			
注册地点和主要生产经营地	南京市建邺区江东中路 311 号 1501 室			
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要从事健身器材的国际贸易业务			
股权结构	康力源持股 100%			
最近一年及一期的财务数据（万元）	审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）		
	项目	**总资产**	**净资产**	**净利润**
	2021-06-30/2021 年 1-6 月	1,235.69	257.79	145.93

	2020-12-31/2020 年度	1,166.85	111.86	-87.92

4、杭州诚诚亿国际贸易有限公司

杭州诚诚亿的基本情况如下：

公司名称	杭州诚诚亿国际贸易有限公司			
成立日期	2021 年 03 月 15 日			
注册资本	200.00 万元			
实收资本	200.00 万元			
统一社会信用代码	91330104MA2KEGCL72			
法定代表人	侯清宇			
注册地点	浙江省杭州市江干区尊宝大厦银尊 1508 室			
主要生产经营地	徐州市鼓楼区风尚米兰小区商业办公楼 4 号楼			
主营业务及其与发行人主营业务的关系	拟从事健身器材的国际贸易业务，截至报告期末尚未开展业务。			
股权结构	康力源持股 100%			
最近一年及一期的财务数据（万元）	审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）		
	项目	**总资产**	**净资产**	**净利润**
	2021-06-30/2021 年 1-6 月	192.25	190.30	-9.70
	2020-12-31/2020 年度	-	-	-

5、邳州康力源健身器材检验检测有限公司

检测公司的基本情况如下：

公司名称	邳州康力源健身器材检验检测有限公司			
成立日期	2018 年 03 月 31 日			
注册资本	3,000.00 万元			
实收资本	170.00 万元			
统一社会信用代码	91320382MA1WAEC90R			
法定代表人	衡墩建			
注册地点和主要生产经营地	徐州市邳州市高新区滨湖大道北侧			
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要从事健身器材检验检测服务			
股权结构	康力源持股 100%			
最近一年及一期的财务数据（万元）	审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）		
	项目	**总资产**	**净资产**	**净利润**
	2021-06-30/2021 年 1-6 月	-11.65	1.84	-49.63

	2020-12-31/2020 年度	7.16	-12.02	-83.51

6、江苏神力威健身器材有限公司

神力威健身的基本情况如下：

公司名称	江苏神力威健身器材有限公司
成立日期	2018 年 12 月 11 日
注册资本	1,000.00 万元
实收资本	0.00 万元
统一社会信用代码	91320104MA1XL43F6X
法定代表人	曹康凯
注册地点和主要生产经营地	南京市秦淮区标营 4 号
主营业务及其与发行人主营业务的关系	拟在军网平台从事健身器材销售业务，截至报告期末，尚未开展业务。
股权结构	康力源持股 51%，江苏军民融合创业服务中心有限公司持股 49%。

7、邳州力宝健身器材有限公司

力宝健身的基本情况如下：

公司名称	邳州力宝健身器材有限公司
成立日期	2019 年 10 月 12 日
注册资本	100.00 万元
实收资本	0.00 万元
统一社会信用代码	91320382MA207DWK1H
法定代表人	许佳
注册地点和主要生产经营地	邳州市炮车街道高新技术产业园滨湖大道北侧 20 米
主营业务及其与发行人主营业务的关系	拟从事境内电商销售业务，截至报告期末尚未开展实际经营。
股权结构	康力源持股 100%

8、邳州市腾星健身器材有限公司

腾星健身的基本情况如下：

公司名称	邳州市腾星健身器材有限公司
成立日期	2018 年 04 月 20 日
注册资本	100.00 万元
实收资本	0.00 万元
统一社会信用代码	91320382MA1WE5QB37

法定代表人	曹翔宇			
注册地点和主要生产经营地	邳州市高新技术产业园滨湖大道北侧（康力源健身器材有限公司院内）			
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要从事境内电商销售业务			
股权结构	康力源持股 100%			
最近一年及一期的财务数据（万元）	审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）		
	项目	**总资产**	**净资产**	**净利润**
	2021-06-30/2021 年 1-6 月	139.05	-126.73	-13.78
	2020-12-31/2020 年度	66.91	-112.95	-77.17

9、SURPASS Trading GmbH（德国不莱梅超越贸易有限公司）

德国不莱梅的基本情况如下：

公司名称	SURPASS Trading GmbH			
注册编号	HRB 35662			
登记日期	2020 年 5 月 25 日			
注册资本	2.80 万欧元			
实收资本	2.80 万欧元			
企业境外投资证书	境外投资证第 N3200201900755 号			
注册地点	Haferwende 27 A,28357 Bremen			
主要生产经营地	徐州市鼓楼区风尚米兰小区商业办公楼 4 号楼			
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要从事跨境电商销售业务			
股权结构	康力源持股 100%			
最近一年及一期的财务数据（万元）	审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）		
	项目	**总资产**	**净资产**	**净利润**
	2021-06-30/2021 年 1-6 月	131.18	111.01	88.81
	2020-12-31/2020 年度	22.20	22.20	0.37

10、Krown International Trade Co., Limited（香港皇冠国际贸易有限公司）

香港皇冠的基本情况如下：

公司名称	Krown International Trade Co., Limited
成立日期	2019 年 09 月 24 日
注册资本	20.00 万美元
实收资本	20.00 万美元
企业境外投资证书	境外投资证第 N3200201900745 号

注册地点	Level 54, Hopewell Centre, 183 Queen’s Road East, Hong Kong			
主要生产经营地	徐州市鼓楼区风尚米兰小区商业办公楼 4 号楼			
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要从事健身器材的国际贸易及跨境电商销售业务			
股权结构	康力源持股 100%			
最近一年及一期的财务数据（万元）	审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）		
	项目	**总资产**	**净资产**	**净利润**
	2021-06-30/2021 年 1-6 月	18,124.47	3,026.58	643.56
	2020-12-31/2020 年度	20,088.73	2,383.02	2,246.25

（二）全资孙公司

1、徐州博峰源商贸有限公司

博峰源商贸的基本情况如下：

公司名称	徐州博峰源商贸有限公司			
成立日期	2019 年 03 月 19 日			
注册资本	10.00 万元			
实收资本	0.10 万元			
统一社会信用代码	91320312MA1Y37RC56			
法定代表人	李海峰			
注册地点	徐州市铜山区万和佳苑二期 A#-149 铺			
主要生产经营地	徐州市鼓楼区风尚米兰小区商业办公楼 4 号楼			
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要从事跨境电商销售业务			
股权结构	杭州诚诚亿持股 100%			
最近一年及一期的财务数据（万元）	审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）		
	项目	**总资产**	**净资产**	**净利润**
	2021-06-30/2021 年 1-6 月	0.02	-0.25	-0.08
	2020-12-31/2020 年度	-	-0.27	-0.07

2、徐州澳特捷国际贸易有限公司

澳特捷贸易的基本情况如下：

公司名称	徐州澳特捷国际贸易有限公司
成立日期	2019 年 02 月 19 日
注册资本	100.00 万元

实收资本	0.00 万元			
统一社会信用代码	91320302MA1XXAUA9Q			
法定代表人	余洋			
注册地点及主要生产经营地	徐州市鼓楼区风尚米兰小区商业办公楼 4 号楼 1-518			
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要从事跨境电商销售业务			
股权结构	香港皇冠持股 100%			
最近一年及一期的财务数据（万元）	审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）		
	项目	总资产	净资产	净利润
	2021-06-30/2021 年 1-6 月	0.22	-0.05	-0.02
	2020-12-31/2020 年度	0.24	-0.03	0.17

3、Ernst International Ltd

Ernst 的基本情况如下：

公司名称	Ernst International Ltd			
成立日期	2020 年 12 月 17 日			
注册资本	0.10 万美元			
实收资本	0.00 万美元			
公司编号	C4672981			
注册地点	135 W Woodruff Ave, Arcadia,California,91007,United States of America			
主要生产经营地	徐州市鼓楼区风尚米兰小区商业办公楼 4 号楼			
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要从事跨境电商销售业务			
股权结构	香港皇冠持股 100%			
最近一年及一期的财务数据（万元）	审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）		
	项目	总资产	净资产	净利润
	2021-06-30/2021 年 1-6 月	-	-	-
	2020-12-31/2020 年度	-	-	-

4、Aurora International Trade Ltd

Aurora 的基本情况如下：

公司名称	Aurora International Trade Ltd
成立日期	2021 年 06 月 02 日
注册资本	0.10 万美元
实收资本	0.00 万美元

公司编号	5969695
注册地点	1224 North King St. Wilmington Delaware,19801
主要生产经营地	徐州市鼓楼区风尚米兰小区商业办公楼 4 号楼
主营业务及其与发行人主营业务的关系	拟从事跨境电商销售业务，截至报告期末尚未开展实际经营。
股权结构	香港皇冠持股 100%

5、Eminence International Trade Ltd

Eminence 的基本情况如下：

公司名称	Eminence International Trade Ltd
成立日期	2021 年 07 月 15 日
注册资本	0.10 万美元
实收资本	0.00 万美元
公司编号	6091650
注册地点	1224 North King St. Wilmington Delaware,19801
主要生产经营地	徐州市鼓楼区风尚米兰小区商业办公楼 4 号楼
主营业务及其与发行人主营业务的关系	拟从事跨境电商销售业务
股权结构	香港皇冠持股 100%

6、Epoch International Trade Inc

Epoch 的基本情况如下：

公司名称	Epoch International Trade Inc
成立日期	2021 年 08 月 06 日
注册资本	0.10 万美元
实收资本	0.00 万美元
公司编号	6150960
注册地点	1224 North King St. Wilmington Delaware,19801
主要生产经营地	徐州市鼓楼区风尚米兰小区商业办公楼 4 号楼
主营业务及其与发行人主营业务的关系	拟从事跨境电商销售业务
股权结构	香港皇冠持股 100%

7、Index International Trade Inc

Index 的基本情况如下：

公司名称	Index International Trade Inc

成立日期	2021 年 09 月 27 日
注册资本	0.10 万美元
实收资本	0.00 万美元
公司编号	6267693
注册地点	1224 North King St. Wilmington Delaware,19801
主要生产经营地	徐州市鼓楼区风尚米兰小区商业办公楼 4 号楼
主营业务及其与发行人主营业务的关系	拟从事跨境电商销售业务
股权结构	香港皇冠持股 100%

（三）参股公司

截至本招股说明书签署日，公司对其他企业的投资情况如下表所示：

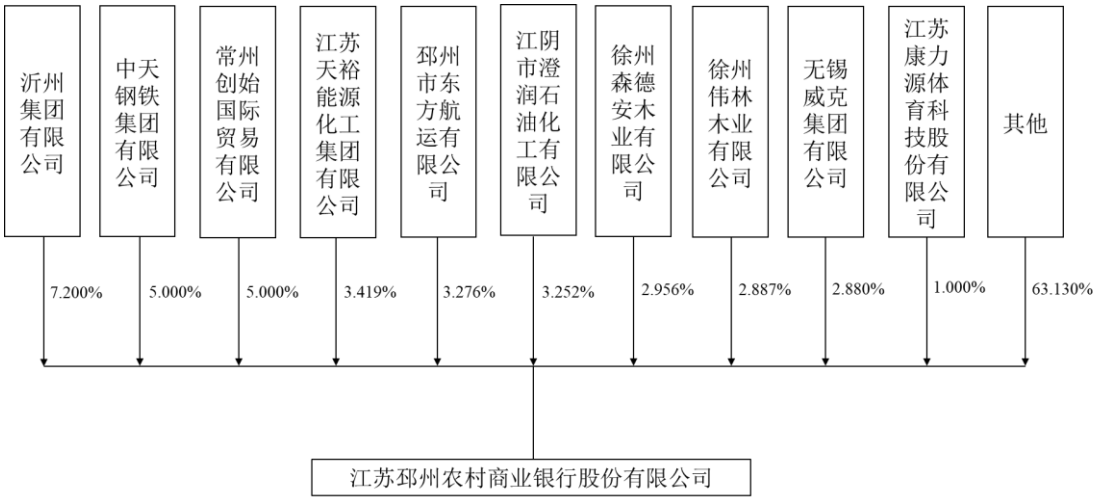
序号	公司名称	出资时间	出资金额（万元）	持股比例（%）
1	江苏邳州农村商业银行股份有限公司	2011 年 9 月	528.00	1.00
2	江苏新沂汉源村镇银行股份有限公司	2012 年 12 月	700.00	7.00

1、江苏邳州农村商业银行股份有限公司

（1）基本情况

公司名称	江苏邳州农村商业银行股份有限公司
类型	股份有限公司（非上市）
成立日期	2010 年 03 月 15 日
营业期限	2010 年 03 月 15 日至无固定期限
法定代表人	张军
注册资本	52,799.999 万元
注册地点	江苏省邳州市建设中路 16 号
经营范围	吸收公众存款；发放短期、中期和长期贷款；办理国内外结算；办理票据承兑与贴现；代理发行、代理兑付、承销政府债券；买卖政府债券、金融债券；从事同业拆借；开展外汇业务，包括外汇存款、外汇贷款、外币兑换、国际结算、执行调查及咨询和见证业务；从事银行卡业务；代理收付款项及代理保险业务；提供保管箱服务；经中国银行业监督管理委员会批准的其他业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

（2）股权结构

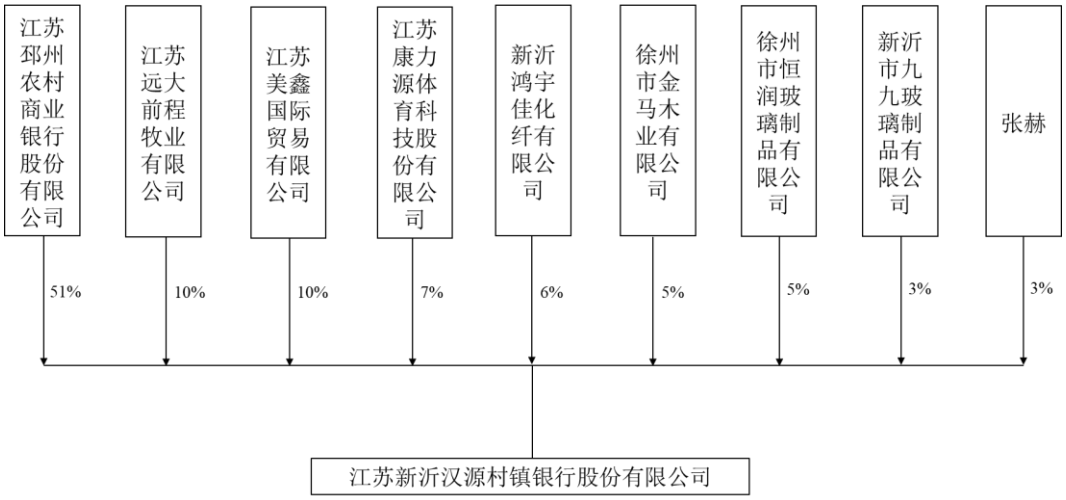


2、江苏新沂汉源村镇银行股份有限公司

（1）基本情况

公司名称	江苏新沂汉源村镇银行股份有限公司
类型	股份有限公司（非上市）
成立日期	2012 年 12 月 28 日
营业期限	2012 年 12 月 28 日至无固定期限
法定代表人	刘伟
注册资本	10,000.00 万元
注册地点	新沂市新安镇钟吾南路 28 号
经营范围	吸收公众存款；发放短期、中期和长期贷款；办理国内结算；办理票据承兑与贴现；从事同业拆借；从事借记卡业务；代理发行、代理兑付、承销政府债券；代理收付款项及代理保险业务；经银行业监督管理机构批准的其他业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

（2）股权结构



（四）分公司

1、江苏康力源体育科技股份有限公司第一分公司

公司名称	江苏康力源体育科技股份有限公司第一分公司
成立日期	2020 年 06 月 01 日
注册地点	徐州市泉山区湖北路体育中心大门东侧自东向西第一间
主要经营地点	徐州市泉山区湖北路体育中心大门东侧自东向西第一间
经营范围	许可项目：出版物批发；出版物零售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：文具用品批发；文具用品零售；鞋帽批发；鞋帽零售；厨具卫具及日用杂品批发；厨具卫具及日用杂品零售；卫生洁具销售；日用百货销售；灯具销售；软件开发；信息系统集成服务；游艺用品及室内游艺器材销售；信息技术咨询服务；日用杂品销售；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；塑料制品销售；图书出租；广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；音像制品出租；电子出版物出租；电子产品销售；互联网设备销售；软件销售；通讯设备销售；广播影视设备销售；珠宝首饰零售；第一类医疗器械销售；橡胶制品销售；康复辅具适配服务；办公用品销售；实验分析仪器销售；乐器批发；乐器零售；体育用品及器材批发；体育用品及器材零售；体育用品设备出租；玩具销售；普通露天游乐场所游乐设备销售；游艺及娱乐用品销售；家具销售；门窗销售；服装服饰零售；服装服饰批发；电气机械设备销售；日用品销售；家居用品销售；家用电器零配件销售；照明器具销售；自行车及零配件零售；电动自行车销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

2、江苏康力源体育科技股份有限公司第二分公司

公司名称	江苏康力源体育科技股份有限公司第二分公司
成立日期	2020 年 05 月 29 日
注册地点	徐州市云龙区奥体中心体育场一层商业用房 A03 室
主要经营地点	徐州市云龙区奥体中心体育场一层商业用房 A03 室
经营范围	许可项目：出版物零售；出版物批发（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：文具用品批发；文具用品零售；办公用品销售；实验分析仪器销售；乐器批发；乐器零售；体育用品及器材批发；体育用品及器材零售；玩具销售；普通露天游乐场所游乐设备销售；游艺用品及室内游艺器材销售；照明器具销售；自行车及零配件零售；家具销售；门窗销售；服装服饰零售；服装服饰批发；鞋帽批发；鞋帽零售；厨具卫具及日用杂品批发；厨具卫具及日用杂品零售；灯具销售；软件开发；信息系统集成服务；信息技术咨询服务；电子产品销售；软件销售；通讯设备销售；第一类医疗器械销售；橡胶制品销售；康复辅具适配服务（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

3、江苏康力源体育科技股份有限公司邳州分公司

公司名称	江苏康力源体育科技股份有限公司邳州分公司
成立日期	2021 年 03 月 01 日
注册地点	邳州市高新区富民路智能制造产业园二期 D 区
主要经营地点	邳州市高新区富民路智能制造产业园二期 D 区
经营范围	许可项目：出版物零售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；文具用品零售；文具制造；办公用品销售；鞋帽批发；办公设备耗材制造；实验分析仪器销售；乐器零配件销售；体育用品及器材零售；体育用品制造；玩具制造；玩具销售；游艺及娱乐用品销售；游艺用品及室内游艺器材制造；电动机制造；家用电器制造；家用电器零配件销售；家居用品销售；照明器具制造；照明器具销售；自行车制造；自行车及零配件批发；鞋帽零售；自行车及零配件零售；家具制造；家具销售；门窗制造加工；门窗销售；服装制造；服装服饰零售；服装服饰批发；鞋制造；服饰制造；软件开发；信息系统集成服务；信息技术咨询服务；厨具卫具及日用杂品批发；日用百货销售；灯具销售；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；计算机软硬件及辅助设备零售；计算机软硬件及辅助设备批发；通讯设备销售；电子产品销售；珠宝首饰制造；珠宝首饰零售；珠宝首饰批发；体育保障组织；体育用品及器材批发（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

（五）报告期内注销或者转让的子公司

报告期内，公司注销了两家子公司，分别为 Air 和英国皇冠，除此之外，发行人不存在其他转让或注销子公司的情形。

1、Air International Co., Ltd

Air 的基本情况如下：

公司名称	Air International Co., Ltd
成立日期	2019 年 11 月 4 日
注销日期	2021 年 3 月 22 日
注册资本	0.10 万美元
实收资本	0.00 万美元
公司编号	7688079
注册地点	1224 North King St. Wilmington Delaware,19801
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要从事跨境电商销售业务
股权结构	香港皇冠持股 100%

报告期内，Air 在亚马逊开立了店铺销售健身器材，由于店铺销售业绩较差

且历史上存在香港皇冠委托魏大顺代持股权等事项，于 2021 年 3 月 22 日完成了注销。根据 Billion Law 出具的法律意见书，Air 没有任何未尽的法律义务。

Air 存续期间，在美国未拥有任何资产，未以任何形式雇佣过任何雇员，因此注销时不涉及相关资产、人员及债务的处置。

2、Krown International Trade Co., Limited（英国）

英国皇冠的基本情况如下：

公司名称	Krown International Trade Co.,Limited
成立日期	2019 年 09 月 24 日
注销日期	2020 年 09 月 29 日
公司编号	12223456
注册地点	England and Wales
主营业务及其与发行人主营业务的关系	拟从事跨境电商销售业务，未开展实际经营业务
股权结构	康力源持股 100%

英国皇冠设立时未向徐州市发展和改革委员会备案，未取得江苏省商务厅核发的《企业境外投资证书》，且英国皇冠设立以来未开展任何业务，2020 年 9 月 29 日完成了注销。

英国皇冠在存续期间在英国未拥有任何资产，未以任何形式雇佣过任何雇员，因此注销时不涉及相关资产、人员及债务的处置。

七、控股股东、实际控制人及持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况

（一）发行人控股股东、实际控制人的基本情况

截至本招股说明书签署日，衡墩建直接持有发行人 98.07%的股份，同时担任发行人董事长，为发行人的控股股东和实际控制人。衡墩建的基本情况如下：

衡墩建先生，身份证号：3203251963*****416，中国国籍，无境外永久居留权，住所为江苏省邳州市运河街道汇龙国际花园*栋***室。

（二）其他持有 5%以上股份的主要股东情况

截至本招股说明书签署日，除衡墩建先生外，无其他股东持有本公司 5%以

上股份。

（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业的情况

发行人控股股东、实际控制人衡墩建先生控制的其他企业如下表所示：

序号	公司名称	注册资本（万元）	直接或间接持股比例（%）
1	邳州市据德商贸有限公司	600.00	87.76
2	邳州市据英商贸有限公司	538.00	87.76

除此之外，衡墩建先生还持有江苏慧光智能系统有限公司 5.00%股权、南通金玖惠通一期创业投资基金合伙企业（有限合伙）4.99%股权。

1、邳州市据德商贸有限公司

公司名称	邳州市据德商贸有限公司		
类型	有限责任公司		
成立日期	2006 年 05 月 16 日		
营业期限	2006 年 05 月 16 日至 2026 年 05 月 16 日		
法定代表人	魏哲玲		
注册资本	600.00 万元人民币		
注册地点	邳州市海河路北侧		
主营业务	一般项目：电子产品销售；塑料制品销售；五金产品零售；建筑材料销售；服装服饰零售；日用杂品销售；鞋帽零售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）		
股权结构	**股东名称**	**持股数（万股）**	**持股比例（%）**
	魏哲玲	526.56	87.76
	张庆芬	24.48	4.08
	曹翔宇	24.48	4.08
	鹿迎春	24.48	4.08

2006 年 3 月 1 日，衡墩建与衡思宇签订了《股权投资委托合同》，衡墩建委托衡思宇以自己名义持有邳州市华厦体育用品有限公司（已更名为邳州市据德商贸有限公司）的股权，根据衡墩建交付的资金进行出资。2006 年 5 月 16 日，衡思宇与张庆芬、曹翔宇、鹿迎春共同出资设立了据德商贸，其中衡思宇出资 526.56 万元，持股 87.76%。

2021 年 10 月 8 日，衡思宇将持有的据德商贸 87.76%股权转让给魏哲玲，并完成了工商变更登记。

2、邳州市据英商贸有限公司

公司名称	邳州市据英商贸有限公司		
类型	有限责任公司		
成立日期	2003 年 10 月 24 日		
营业期限	2003 年 10 月 24 日至 2023 年 10 月 24 日		
法定代表人	衡思宇		
注册资本	538.00 万元人民币		
注册地点	邳州经济开发区北区（广州路北侧）（原运河镇经济开发区海河东路）		
主营业务	一般项目：建筑材料销售；服装服饰零售；日用杂品销售；鞋帽零售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）		
股权结构	**股东名称**	**持股数量（万股）**	**持股比例（%）**
	邳州市据德商贸有限公司	538.00	100.00

3、江苏慧光智能系统有限公司

公司名称	江苏慧光智能系统有限公司		
类型	有限责任公司		
成立日期	2016 年 07 月 11 日		
营业期限	2016 年 07 月 11 日至无固定期限		
法定代表人	张黎强		
注册资本	1,000.00 万元人民币		
注册地点	邳州市高新技术产业开发区滨湖大道南侧、争先路东侧		
主营业务	自动化、信息化、智能化制造装备、系统的研发、集成、生产、销售及技术服务；机电设备安装（除特种设备）；机械技术领域的技术开发、技术咨询、技术服务（除特种设备）；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定经营和禁止进出口的商品和技术外）；汽车零部件、机械设备及配件、机电设备及配件、电子产品、五金交电、通信设备及相关产品、计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）、工业自动化控制设备销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
股权结构	**股东名称**	**持股数量（万股）**	**持股比例（%）**
	张黎强	510.00	51.00
	邳州市恒鑫创业投资管理有限公司	240.00	24.00
	衡思宇	200.00	20.00
	衡墩建	50.00	5.00

4、南通金玖惠通一期创业投资基金合伙企业（有限合伙）

企业名称	南通金玖惠通一期创业投资基金合伙企业（有限合伙）

类型	有限合伙企业		
成立日期	2015 年 09 月 29 日		
营业期限	2015 年 09 月 29 日至 2024 年 9 月 28 日		
出资额	10,020.00 万元人民币		
执行事务合伙人	上海中汇金玖投资有限公司		
注册地点	南通市通州区金沙街道大庆路 10 号		
主要经营地点	南通市通州区金沙街道大庆路 10 号		
主营业务	创业投资。（不得以公开方式募集资金；不得公开交易证券类产品和金融衍生品；不得发放贷款；不得从事融资性担保；不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益。依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
股权结构	**股东名称**	**出资额（万元）**	**出资比例（%）**
	南通市通州区惠通投资有限责任公司	5,000.00	49.9002
	上海中汇金玖投资有限公司	1,400.00	13.9721
	衡墩建	500.00	4.9900
	成志刚	400.00	3.9920
	刘金卫	300.00	2.9940
	杨力	300.00	2.9940
	范锋	300.00	2.9940
	吴云兰	300.00	2.9940
	黄琦	220.00	2.1956
	王兵	150.00	1.4970
	郭勇	150.00	1.4970
	严晓波	100.00	0.9980
	陈杰	100.00	0.9980
	朱先权	100.00	0.9980
	瞿勇	100.00	0.9980
	谢光凤	100.00	0.9980
	冯兰珍	100.00	0.9980
	丁莉萍	100.00	0.9980
	张桂珍	100.00	0.9980
	朱奕娴	100.00	0.9980
	黄睿	100.00	0.9980

（四）控股股东和实际控制人直接或间接持有的公司股份是否存在质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，控股股东、实际控制人直接或间接持有的本公司股份不存在质押或其他有争议的情况。

八、发行人股本情况

（一）公司本次发行前后股本情况

本次发行前公司总股本为 5,000 万股。本次拟向社会公众公开发行股票不超过 1,667 万股，不低于发行后公司股份总数的 25%，全部为新股发行，原股东不公开发售股份。最终发行数量由股东大会授权公司董事会与保荐人（主承销商）在经深圳证券交易所审核通过及中国证券监督管理委员会予以注册的额度范围内，根据具体情况协商确定。

若本次公开发行新股 1,667 万股，则本次发行前后公司的股本结构如下：

单位：万股、%

序号	股东名称	发行前股本结构		发行后股本结构	
		持股数量	持股比例	持股数量	持股比例
1	衡墩建	4,903.64	98.07	4,903.64	73.56
2	许瑞景	48.18	0.96	48.18	0.72
3	彭保章	16.06	0.32	16.06	0.24
4	郭景报	16.06	0.32	16.06	0.24
5	曹康凯	16.06	0.32	16.06	0.24
6	社会公众股股东	-	-	1,667.00	25.00
合计		**5,000.00**	**100.00**	**6,667.00**	**100.00**

（二）本次发行前公司前十名股东及持股情况

单位：万股、%

序号	股东名称	持股数量	持股比例
1	衡墩建	4,903.64	98.07
2	许瑞景	48.18	0.96
3	彭保章	16.06	0.32
4	郭景报	16.06	0.32
5	曹康凯	16.06	0.32

序号	股东名称	持股数量	持股比例
合计		**5,000.00**	**100.00**

（三）本次发行前公司前十名自然人股东任职情况

单位：万股、%

序号	股东名称	持股数量	持股比例	在公司担任的职务
1	衡墩建	4,903.64	98.07	董事长
2	许瑞景	48.18	0.96	董事
3	彭保章	16.06	0.32	董事
4	郭景报	16.06	0.32	监事会主席
5	曹康凯	16.06	0.32	曾任董事
合计		**5,000.00**	**100.00**	

（四）发行人国有股份或外资股份情况

截至本招股说明书签署日，发行人无国有股份或外资股份。

（五）发行人最近一年新增股东情况

截至本招股说明书签署日，发行人最近一年无新增股东。

（六）股东中战略投资者及持股情况

截至本招股说明书签署日，发行人股东中不存在战略投资者。

（七）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

公司本次公开发行前各股东之间不存在关联关系。

（八）本次发行发行人股东公开发售股份情况

本次发行不涉及原有股东公开发售股份的情况。

（九）工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况。

公司历史上曾经存在工会持股、委托持股的情况，详见本节“二、公司的设立情况”之“（四）发行人设立以来股权变动瑕疵或者纠纷情况”之“1、股权代持”。

九、发行人董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介

（一）董事会成员

公司董事会共有董事 9 名，其中独立董事 3 名。董事任期为三年，任期届满可连选连任。公司董事会成员如下：

序号	姓名	职务	任职期间	提名人
1	衡墩建	董事长	2020 年 11 月 15 日-2023 年 11 月 14 日	全体发起人
2	衡思名	董事	2020 年 11 月 15 日-2023 年 11 月 14 日	全体发起人
3	姚培源	董事	2020 年 11 月 15 日-2023 年 11 月 14 日	全体发起人
4	许瑞景	董事	2020 年 11 月 15 日-2023 年 11 月 14 日	全体发起人
5	彭保章	董事	2020 年 11 月 15 日-2023 年 11 月 14 日	全体发起人
6	王忠	董事	2020 年 11 月 15 日-2023 年 11 月 14 日	全体发起人
7	罗杰	独立董事	2020 年 11 月 15 日-2023 年 11 月 14 日	全体发起人
8	张怀岭	独立董事	2021 年 1 月 9 日-2023 年 11 月 14 日	衡墩建
9	侯晓红	独立董事	2021 年 1 月 9 日-2023 年 11 月 14 日	衡墩建

上述董事简历如下：

衡墩建，男，出生于 1963 年 4 月，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，高级工程师。1984 年 7 月至 1992 年 10 月，历任徐州电扇总厂技术员、开发科长；1992 年 10 月至 1998 年 5 月，历任徐州健身器材总厂副厂长、厂长；1998 年 5 月至 2014 年 11 月，任徐州军霞健身器材有限公司董事长、总经理；2014 年 11 月至 2020 年 11 月，任江苏康力源健身器材有限公司董事长；2020 年 11 月至今，任江苏康力源体育科技股份有限公司董事长。

衡思名，男，出生于 1990 年 11 月，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2018 年 12 月至 2020 年 11 月，任江苏康力源健身器材有限公司总经理助理；2020 年 11 月至今，任江苏康力源体育科技股份有限公司董事兼副总经理。

姚培源，男，出生于 1969 年 10 月，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，经济师职称。1992 年 8 月至 1996 年 3 月，任中国建设银行邳州支行信贷员；1996 年 3 月至 1999 年 5 月，任中国建设银行新沂支行副行长；1999 年 6 月至 2009 年 9 月，任中国建设银行邳州支行副行长；2009 年 10 月至 2010 年 11 月，任中国建设银行丰县支行行长；2010 年 11 月至 2013 年 3 月，任中国建设银行

徐州城南支行行长；2013 年 4 月至 2020 年 11 月，为上海燕青园林有限公司员工；2020 年 11 月至今，任江苏康力源体育科技股份有限公司董事。

许瑞景，男，出生于 1962 年 9 月，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历。1985 年 7 月至 1990 年 8 月，任徐州电扇总厂车间主任；1990 年 8 月至 1998 年 5 月，任徐州健身器材总厂生产科长、副厂长；1998 年 5 月至 2014 年 11 月，任徐州军霞健身器材有限公司副总经理；2014 年 11 月至 2020 年 11 月，任江苏康力源健身器材有限公司董事；2020 年 11 月至今，任江苏康力源体育科技股份有限公司董事。1999 年 3 月至今，任徐州健身器材总厂法定代表人。

彭保章，男，出生于 1965 年 12 月，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，工程师。1987 年 8 月至 1995 年 3 月，历任徐州电扇总厂技术员、副科长、科长；1995 年 4 月至 1998 年 4 月，任徐州健身器材总厂副厂长；1998 年 5 月至 2014 年 11 月，任徐州军霞健身器材有限公司董事、副总经理；2014 年 12 月至 2020 年 11 月，任江苏康力源健身器材有限公司董事；2020 年 11 月至今，任江苏康力源体育科技股份有限公司董事。

王忠，男，出生于 1967 年 11 月，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历。1983 年 12 月至 1986 年 8 月，邳县电机厂工人；1986 年 9 月至 1998 年 5 月，徐州健身器材总厂工人；1998 年 5 月至 2006 年 4 月，徐州军霞健身器材有限公司工人；2006 年 4 月至 2014 年 12 月，任徐州豪迈体育用品有限公司副总经理；2014 年 12 月至 2020 年 11 月，任江苏康力源健身器材有限公司总经理；2020 年 11 月至今，任江苏康力源体育科技股份有限公司董事兼总经理。

罗杰，男，出生于 1966 年 1 月，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，硕士学位。1989 年 7 月至 1992 年 12 月，任北京体育科学研究所干部；1992 年 12 月至 1994 年 4 月，任国家体委体育装备处干部；1994 年 4 月至 2016 年 12 月，历任国家体育总局体育器材装备中心干部、副主任科员、主任科员、发展部副主任、采购部主任、会展部主任；2017 年 1 月至 2018 年 3 月，任中国体育用品业联合会秘书长；2018 年 3 月至今，任中国体育用品业联合会副主席兼秘书长；2020 年 11 月至今，任江苏康力源体育科技股份有限公司独立董事。

张怀岭，男，出生于 1983 年 3 月，中国国籍，无境外永久居留权，研究生

学历，副教授。2006 年 8 月至 2007 年 6 月，任北京市抒绎律师事务所律师助理；2007 年 9 月至 2012 年 7 月，中国政法大学中德法学院硕士研究生；2009 年 10 月至 2011 年 1 月，德国慕尼黑大学硕士研究生；2011 年 4 月至 2016 年 5 月，德国柏林洪堡大学博士研究生；2011 年 9 月至 2015 年 12 月，任德国柏林 Knauthe 律师事务所兼职法务；2016 年 7 月至 2016 年 12 月，任西南财经大学法学院讲师；2016 年 12 月至今，任西南财经大学法学院副教授、硕士生导师，兼任中国法学会证券法学研究会理事、四川省法学会商法学研究会常务理事、四川省法学会经济法研究会理事、西南财经大学法律事务室顾问；2021 年 1 月至今，任江苏康力源体育科技股份有限公司独立董事。

侯晓红，女，出生于 1965 年 5 月，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历。1991 年 4 月至今，历任中国矿业大学管理学院助教、讲师、副教授、教授，其中，2007 年至 2012 年任中国矿业大学会计系副主任、主任；2021 年 1 月至今，任江苏康力源体育科技股份有限公司独立董事；2021 年 3 月至今，任江苏徐矿能源股份有限公司独立董事。

（二）监事会成员

公司本届监事会共有监事 3 名，其中职工代表监事 1 名。公司监事任期 3 年，任期期满可连选连任。公司监事会成员如下：

序号	姓名	职务	任职期间	提名人
1	郭景报	监事会主席	2020 年 11 月 15 日-2023 年 11 月 14 日	全体发起人
2	衡万里	监事	2020 年 11 月 15 日-2023 年 11 月 14 日	全体发起人
3	刘建	职工监事	2020 年 11 月 15 日-2023 年 11 月 14 日	职工代表大会

上述监事简历如下：

郭景报，男，出生于 1964 年 11 月，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，工程师。1985 年 8 月至 1995 年 3 月，历任徐州电扇总厂技术员、副科长、科长；1995 年 4 月至 1998 年 4 月，任徐州健身器材总厂技术科长；1998 年 5 月至 2014 年 11 月，任徐州军霞健身器材有限公司董事、副总经理；2014 年 12 月至 2020 年 11 月，任江苏康力源健身器材有限公司董事；2020 年 11 月至今，任江苏康力源体育科技股份有限公司监事。

衡万里，男，出生于 1978 年 8 月，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2014 年 3 月至 2014 年 11 月，任徐州军霞健身器材有限公司人资部副部长；2014 年 11 月至 2015 年 4 月，任江苏康力源健身器材有限公司人资部副部长；2015 年 4 月至 2020 年 11 月，任江苏康力源健身器材有限公司工会主席；2020 年 11 月至今，任江苏康力源体育科技股份有限公司工会主席、监事。

刘建，男，出生于 1980 年 5 月，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，网络工程师。2002 年 6 月至 2006 年 6 月，自主创业；2006 年 6 月至 2020 年 11 月，任江苏康力源健身器材有限公司采购部业务经理；2020 年 11 月至今任江苏康力源体育科技股份有限公司采购部业务经理、职工监事。

（三）高级管理人员

根据《公司章程》的规定，公司高级管理人员包括总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监、销售总监、产品总监，具体情况如下：

序号	姓名	职务
1	王忠	总经理
2	衡思名	副总经理
3	吕国飞	财务总监、董事会秘书
4	魏威	副总经理
5	李辉亮	副总经理
6	师晨亮	副总经理
7	于海	副总经理
8	许佳	副总经理
9	朱本森	副总经理
10	吴振民	副总经理
11	张若浩	副总经理

上述高级管理人员简历如下：

王忠，详见本节“九、（一）董事会成员”。

衡思名，详见本节“九、（一）董事会成员”。

吕国飞，男，出生于 1984 年 10 月，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2009 年 7 月至 2014 年 10 月，历任徐州矿务集团工程公司成本核算管理员、

资金结算中心资金专员；2014 年 10 月至 2016 年 10 月，任徐州矿务集团苏新能源和丰有限公司资金主管；2016 年 10 月至 2020 年 3 月，任江苏徐工信息技术股份有限公司财务负责人；2020 年 3 月至 2020 年 11 月，任江苏康力源健身器材有限公司财务副总监；2020 年 11 月至今，任江苏康力源体育科技股份有限公司董事会秘书兼财务总监。

魏威，男，出生于 1969 年 11 月，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历。1991 年 6 月至 2004 年 12 月，任邳州市第二人民医院医士；2004 年 12 月至 2014 年 11 月，历任徐州军霞健身器材有限公司采购业务员、成本核算中心主任；2014 年 11 月至 2020 年 11 月，任江苏康力源健身器材有限公司副总经理；2020 年 11 月至今，任江苏康力源体育科技股份有限公司副总经理。

李辉亮，男，出生于 1979 年 11 月，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历。1999 年 12 月至 2003 年 3 月，任徐州军霞健身器材有限公司销售业务员；2003 年 3 月至 2012 年 3 月，任徐州军霞健身器材有限公司区域经理；2012 年 3 月至 2013 年 5 月，任深圳市好家庭体育用品连锁经营有限公司职员；2013 年 5 月至 2019 年 4 月，任徐州军豪健身器材有限公司总经理；2019 年 4 月至 2020 年 11 月，任江苏康力源健身器材有限公司副总经理；2020 年 11 月至今，任江苏康力源体育科技股份有限公司副总经理。

师晨亮，男，出生于 1973 年 7 月，中国国籍，无境外永久居留权，专科学历。1993 年 8 月至 1995 年 4 月，任中江国际徐州分公司部门副经理；1995 年 5 月至 1997 年 10 月，任徐州物产进出口公司部门经理；1997 年 10 月至 2005 年 3 月，任徐州国际经济技术有限公司部门经理、董事；2005 年 4 月至 2018 年 12 月，任江苏弘亚经贸有限公司业务经理；2019 年 1 月至 2020 年 11 月，任徐州诚诚亿国际贸易有限公司总经理；2020 年 11 月至今，任江苏康力源体育科技股份有限公司副总经理。

于海，男，出生于 1977 年 11 月，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历。1996 年 10 月至 2002 年 3 月，任邳州市化肥厂技术员；2002 年 4 月至 2004 年 2 月，劳务输出卡塔尔多哈 STEELING 公司；2004 年 2 月至 2004 年 4 月待业；2004 年 4 月至 2014 年 11 月，任徐州军霞健身器材有限公司副总经理；2014 年 11 月至 2020 年 11 月，任江苏康力源健身器材有限公司副总经理；2020 年 11 月至今，

任江苏康力源体育科技股份有限公司副总经理。

许佳，男，出生于 1987 年 1 月，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2009 年 6 月至 2012 年 4 月待业；2012 年 4 月至 2013 年 5 月，为徐州军霞健身器材有限公司职工；2013 年 5 至 2019 年 4 月，任徐州军豪健身器材有限公司副总经理；2019 年 4 月至 2020 年 11 月，任江苏康力源健身器材有限公司副总经理；2020 年 11 月至今，任江苏康力源体育科技股份有限公司副总经理。

朱本森，男，出生于 1972 年 12 月，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历。1996 年 6 月至 2002 年 2 月，自主创业做家具生意；2002 年 2 月至 2005 年 5 月，任乔山健康科技（上海）有限公司维修技术员；2005 年 5 月至 2006 年 4 月，任好孩子集团有限公司生产科员、仓库主管；2006 年 4 月至 2010 年 6 月，任金仪科技电子（昆山）有限公司生产科长、资材部主任；2010 年 6 月至 2012 年 9 月，任昆山市金马工业有限公司仓库主管；2012 年 9 月至 2016 年 12 月，任芜湖东方阳锐健身器材有限公司资材部经理、生产部经理；2016 年 12 月至 2017 年 2 月，待业；2017 年 2 月至 2018 年 8 月，任江苏加一健康科技有限公司生产部经理；2018 年 8 月至今，任江苏加一健康科技有限公司总经理；2020 年 11 月至今，江苏康力源体育科技股份有限公司副总经理。

吴振民，男，出生于 1978 年 12 月，中国国籍，无境外永久居留权，专科学历。2006 年 5 月至 2007 年 6 月，任西安石油大学装备技术开发公司技术员；2007 年 7 月至 2012 年 11 月，任徐州军霞健身器材有限公司研发员；2012 年 12 月至 2018 年 12 月，任徐州豪迈体育用品有限公司副总经理；2019 年 1 月至 2020 年 11 月，任江苏康力源健身器材有限公司副总经理；2020 年 11 月至今，任江苏康力源体育科技股份有限公司副总经理。

张若浩，男，出生于 1971 年 9 月，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历。1989 年 10 月至 1998 年 5 月，徐州健身器材总厂工人；1998 年 5 月至 2005 年 5 月，任徐州军霞健身器材有限公司车间主任；2005 年 5 月至 2013 年 6 月，任徐州军霞健身器材有限公司生产部长；2013 年 6 月至 2014 年 11 月，任徐州军霞健身器材有限公司副总经理；2014 年 11 月至 2020 年 11 月，任江苏康力源健身器材有限公司副总经理；2020 年 11 月至今，任江苏康力源体育科技股份有限公司副总经理。

（四）其他核心人员

公司的其他核心人员如下：

序号	姓名	职务	工作期间
1	衡墩建	董事长	1998 年 5 月至今
2	刘焕伟	研发一部部长	1998 年 5 月至今
3	孟晓华	研发二部部长	2008 年 4 月至今
4	邹钱文	研发三部部长	2013 年 3 月至今

上述其他核心人员简历如下：

衡墩建，详见本节“九、（一）董事会成员”。

刘焕伟，男，出生于 1976 年 1 月，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，1997 年 7 月至 1999 年 5 月，任徐州健身器材总厂技术员；1999 年 5 月至 2010 年 10 月，任徐州军霞健身器材有限公司研发一部副部长；2010 年 10 月至 2020 年 11 月，任江苏康力源健身器材有限公司研发一部部长；2020 年 11 月至今，任江苏康力源体育科技股份有限公司研发一部部长。

孟晓华，男，出生于 1985 年 3 月，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2008 年 4 月至 2010 年 10 月，任徐州军霞健身器材有限公司技术员；2010 年 10 月至 2011 年 11 月，任江苏康力源健身器材有限公司研发二部副部长；2011 年 11 月至 2020 年 11 月，任江苏康力源健身器材有限公司研发二部部长；2020 年 11 月至今，任江苏康力源体育科技股份有限公司研发二部部长。

邹钱文，男，出生于 1988 年 12 月，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2013 年 3 月至 2017 年 1 月，任徐州豪迈体育用品有限公司研发员；2017 年 1 月至 2019 年 3 月，任江苏康力源健身器材有限公司研发员；2019 年 3 月至 2020 年 11 月，任江苏康力源健身器材有限公司研发三部部长；2020 年 11 月至今，任江苏康力源体育科技股份有限公司研发三部部长。

（五）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员对外兼职情况如下：

序号	姓名	在本公司担任的职务	兼职单位名称	兼职单位职务	兼职单位与本公司其他关系
1	衡墩建	董事长	邳州市慈善基金会	理事	无
2	姚培源	董事	江苏新沂汉源村镇银行股份有限公司	董事	发行人参股公司
3	许瑞景	董事	徐州健身器材总厂	负责人	无
			邳州市据英商贸有限公司	监事	无
4	罗杰	独立董事	中国体育用品业联合会	副主席兼秘书长	无
			中体联（北京）体育产业发展有限公司	执行董事，经理	无
			中体联（北京）认证服务有限公司	执行董事，经理	无
			中体联（北京）户外体育发展有限公司	执行董事，经理	无
			中体联（北京）风筝文化传播有限公司	执行董事，经理	无
			中体联（北京）体育场馆管理有限公司	执行董事，经理	无
			中体联(海南)体育科技产业发展有限公司	执行董事，经理	无
5	侯晓红	独立董事	中国矿业大学管理学院	教授，博士生导师	无
			江苏徐矿能源股份有限公司	独立董事	无
6	张怀岭	独立董事	西南财经大学法学院	副教授，硕士生导师	无
			中国法学会证券法学研究会	理事	无
			四川省法学会商法学研究会	常务理事	无
			四川省法学会经济法研究会	理事	无
			西南财经大学法律事务室	顾问	无

除上述人员外，公司其他董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在兼职情况。

（六）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的亲属关系

截至本招股说明书签署日，公司董事长衡墩建与董事、副总经理衡思名为父子关系，董事长衡墩建的配偶与副总经理魏威为姐弟关系，副总经理许佳为董事长衡墩建的外甥。

除上述关系外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在其他亲属关系。

（七）董事、监事、高级管理人员了解股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任的情况

公司的董事、监事、高级管理人员通过参加保荐人、发行人律师和发行人会计师组织的上市辅导培训，自行学习与发行上市相关的法律法规。公司董事、监事和高级管理人员已充分了解股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任的情况，并在工作经营过程中能够认真履行职责。

十、发行人与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员所签订的协议以及有关协议的履行情况

截至本招股说明书签署日，本公司与在公司内部任职的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签订了《劳动合同》及《保密协议》，相关协议均履行正常，不存在违约的情形。

十一、发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在最近两年变动情况

最近两年内，董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均未发生重大不利变化，具体情况如下：

（一）董事近两年变动情况

最近两年内，公司董事变动情况如下：

阶段	时间	董事	变动情况及原因
有限公司	2019 年 1 月 -2020 年 11 月	衡墩建、许瑞景、彭保章、郭景报、曹康凯。	未发生变动。
股份公司	2020 年 11 月 -2021 年 1 月	衡墩建、衡思名、姚培源、许瑞景、彭保章、王忠、罗杰，其中罗杰为独立董事。	股份公司设立，选举公司第一届董事会董事。
	2021 年 1 月至今	衡墩建、衡思名、姚培源、许瑞景、彭保章、王忠、罗杰、侯晓红、张怀岭，其中罗杰、侯晓红、张怀岭为独立董事。	为满足上市公司董事会治理结构的要求，公司 2021 年第一次临时股东大会增选了 2 名独立董事。

（二）监事近两年变动情况

最近两年内，公司监事变动情况如下：

阶段	时间	监事	变动原因
有限公司	2019 年 1 月-2020 年 11 月	周忠凯	未发生变动。
股份公司	2020 年 11 月至今	郭景报、衡万里、刘建，其中刘建为职工监事。	股份公司设立，选举公司第一届监事会监事，同时职工代表大会选举产生职工监事。

（三）高级管理人员近两年变动情况

最近两年内，公司高级管理人员情况如下：

阶段	时间	高级管理人员	变动原因
有限公司	2019 年 1 月-2019 年 4 月	王忠（总经理），汪明祥（财务总监），魏威、于海、吴振民、张若浩（副总经理）。	未发生变动。
	2019 年 4 月-2020 年 11 月	王忠（总经理），汪明祥（财务总监），魏威、李辉亮、于海、吴振民、张若浩、许佳（副总经理）。	公司架构调整，董事会聘任李辉亮、许佳为副总经理。
股份公司	2020 年 11 月至今	王忠（总经理）、吕国飞（财务总监兼董秘）、衡思名、魏威、李辉亮、师晨亮、于海、许佳、朱本森、吴振民、张若浩（副总经理）	股份公司设立，公司召开第一届董事会第一次会议聘任高级管理人员。

（四）其他核心人员最近两年变动情况

最近两年，公司其他核心人员未发生变动。

2019 年 1 月至今，发行人董事曹康凯、监事周忠凯、高级管理人员汪明祥因年龄原因不再担任发行人董事、监事、高级管理人员，本公司新增董事、监事、高级管理人员主要是为适应公司经营发展的需要以及完善公司治理结构而进行的内部人员任命或外部人员选聘。除上述变动外，本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员近两年未发生其他变化。

经核查公司 2019 年 1 月以来所有董事、高级管理人员的任命文件及审议程序，保荐人及发行人律师认为，最近两年，发行人董事、高级管理人员发生的变动，系为适应经营发展及完善公司治理结构所致，发行人董事、高级管理人员未发生重大不利变化。

十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与发行人及其业务相关的对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外投资情况如下：

序号	姓名	对外投资单位名称	在投资单位任职	持股比例
1	衡墩建	邳州市据德商贸有限公司	无	87.76%
		江苏慧光智能系统有限公司	无	5.00%
		南通金玖惠通一期创业投资基金合伙企业（有限合伙）	无	4.99%
2	许瑞景	江苏同力机械科技有限公司	无	40.00%
3	衡万里	邳州市阳光职业培训学校	经营者	100.00%
4	魏威	邳州市润生五金加工厂	经营者	100.00%

上述对外投资与本公司不存在利益冲突情形。

除此之外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员无其他对外投资。

十三、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持有发行人股份的情况

（一）直接持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接持有公司股份的情况如下：

序号	姓名	职务	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	衡墩建	董事长	4,903.64	98.07
2	许瑞景	董事	48.18	0.96
3	彭保章	董事	16.06	0.32
4	郭景报	监事会主席	16.06	0.32

截至本招股说明书签署日，上述人员所持股份不存在质押或冻结情况。

（二）间接持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属未间接持有本公司股份。

十四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况

（一）薪酬组成

公司董事（除独立董事）、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬主要由基本工资、奖金、社会保险以及住房公积金组成。独立董事薪酬为独立董事津贴。

（二）确定依据与履行程序

根据《董事会薪酬与考核委员会议事规则》规定，薪酬与考核委员会是经公司股东大会批准设立的董事会专门工作机构，主要负责制定公司董事及高管人员的考核标准并进行考核；负责制定、审查公司董事及高管人员的薪酬政策与方案，对董事会负责。

薪酬与考核委员会提出的公司董事薪酬计划，须报经董事会同意后，且提交股东大会审议通过后方可实施。薪酬与考核委员会应配合监事会的薪酬与考核活动。公司高管人员的薪酬分配方案须报董事会批准。

（三）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬总额占各期利润总额的比重

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬总额占利润总额的比例情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
薪酬总额	339.04	575.62	456.58	252.43
利润总额	5,542.31	11,568.44	4,371.64	1,919.04
薪酬总额/利润总额	6.12%	4.98%	10.44%	13.15%

（四）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近一年薪酬情况

2020 年，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在公司领取薪酬的情况如下：

单位：万元

姓名	职务	是否在公司领取薪酬/津贴	薪酬/津贴金额
衡墩建	董事长	是	36.67
许瑞景	董事	是	28.85
彭保章	董事	是	29.79
姚培源	董事	是	2.00
衡思名	董事兼副总经理	是	14.81
王忠	董事兼总经理	是	51.65
衡万里	监事	是	2.91
郭景报	监事	是	29.44

姓名	职务	是否在公司领取薪酬/津贴	薪酬/津贴金额
刘建	监事	是	3.72
李辉亮	副总经理	是	35.14
师晨亮	副总经理	是	22.41
魏威	副总经理	是	41.05
吴振民	副总经理	是	38.18
许佳	副总经理	是	31.39
张若浩	副总经理	是	40.33
于海	副总经理	是	49.24
朱本森	副总经理	是	12.91
吕国飞	董秘兼财务总监	是	13.19
罗杰	独立董事	否	-
张怀岭	独立董事	否	-
侯晓红	独立董事	否	-
刘焕伟	其他核心人员	是	12.06
孟晓华	其他核心人员	是	12.03
邹钱文	其他核心人员	是	11.83
曹康凯	曾任监事	是	23.92
汪明祥	曾任财务总监	是	29.69
周忠凯	曾任监事	是	2.42
合计			**575.62**

注：（1）独立董事中罗杰为 2020 年 11 月中旬聘任，张怀玲和侯晓红为 2021 年 1 月上旬聘任，因此独立董事津贴从 2021 年开始起算；（2）部分人员 2020 年 11 月起任公司董事、监事、高级管理人员，薪酬从任职当月开始统计，部分人员 2020 年 11 月后不再担任公司董事、监事、高级管理人员，薪酬仅统计任职期间。

截至本招股说明书签署日，除依法为公司员工缴纳各项社会保险和住房公积金外，公司未设置其他股权激励计划，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在享受其他待遇和退休金计划的情况，也不存在在控股股东、实际控制人控制的其他企业或关联企业领薪的情况。

十五、发行人执行的员工持股计划及股权激励计划情况

截至本招股说明书签署日，发行人无正在执行的员工持股计划或股权激励计划。

十六、发行人员工情况

（一）员工人数及变化

报告期内，发行人员工人数变化情况如下：

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
员工人数	1,216	1,056	892	898

报告期各期末，发行人员工人数分别为 898 人、892 人、1,056 人和 1,216 人，2018 年末和 2019 年末公司员工人数基本持平，2020 年末及 2021 年 6 月末由于公司业务的进一步发展，用工人数有所增加。

（二）员工结构

截至 2021 年 6 月 30 日，公司及子公司员工的专业结构，受教育程度、年龄分布如下：

单位：人、%

项目	构成	人数	比例
专业结构	管理及行政人员	112	9.21
	营销人员	65	5.35
	生产人员	932	76.64
	研发人员	107	8.80
	合计	**1,216**	**100.00**
教育程度	初中及以下	676	55.59
	高中	303	24.92
	大学（含大专）	236	19.41
	硕士研究生及以上	1	0.08
	合计	**1,216**	**100.00**
年龄分布	30 岁以下	149	12.25
	30-40 岁	419	34.46
	40-50 岁	436	35.86
	50 岁以上	212	17.43
	合计	**1,216**	**100.00**

（三）劳务派遣情况

单位：人、%

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
劳务派遣人数	74	99	10	-
占用工总量比例	6.11	9.38	1.12	-

康力源及加一健康存在劳务派遣用工的情况，被派遣劳动者以生产性或辅助性的工作岗位为主。报告期内，康力源及加一健康逐步规范劳务派遣用工，一方面降低了劳务派遣用工的数量，截至报告期末，康力源、加一健康劳务派遣用工的数量均不超过其用工总量的 10%；另一方面严格规范被派遣劳动者的岗位，截至 2021 年 1 月 31 日，康力源及加一健康劳务派遣用工的岗位已严格遵循临时性、辅助性和替代性原则。

2021 年 7 月至 8 月，发行人及其子公司分别取得了其住所地人力资源与社会保障管理机构出具的劳动用工合规证明，详见本节之“（四）发行人员工社会保障和公积金情况”之“5、相关部门出具的证明情况”。

（四）发行人员工社会保障和公积金情况

公司实行劳动合同制，按照《中华人民共和国劳动法》等有关法律规定与员工签订了《劳动合同》，员工根据《劳动合同》享有权利并承担相应的义务。

报告期内，公司为员工缴纳社会保险和住房公积金情况如下：

1、社会保险缴纳情况

单位：人、%

时间	缴纳种类	员工人数	缴纳人数	缴纳比例
2021-06-30	养老保险	1,216	1,137	93.50
	失业保险		1,137	93.50
	医疗保险		1,151	94.65
	工伤保险		1,136	93.42
	生育保险		1,136	93.42
2020-12-31	养老保险	1,056	977	92.52
	失业保险		977	92.52
	医疗保险		985	93.28
	工伤保险		977	92.52

时间	缴纳种类	员工人数	缴纳人数	缴纳比例
	生育保险		976	92.42
2019-12-31	养老保险	892	546	61.21
	失业保险		546	61.21
	医疗保险		561	62.89
	工伤保险		545	61.10
	生育保险		545	61.10
2018-12-31	养老保险	898	475	52.90
	失业保险		476	53.01
	医疗保险		483	53.79
	工伤保险		484	53.90
	生育保险		462	51.45

2、住房公积金缴纳情况

单位：人、%

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
缴纳人数	724	557	-	-
员工总数	1,216	1,056	892	898
缴纳比例	59.54	52.75	-	-

截至 2021 年 6 月 30 日，公司为 724 名员工缴纳住房公积金，缴纳人数占员工总人数的 59.54%。公司积极宣传国家关于住房公积金的法规及政策，鼓励员工参与缴纳住房公积金，但公司员工大部分为周边村镇居民，在当地拥有住房，部分员工考虑到公积金缴纳、使用、提取等方面的限制后，没有参与缴纳住房公积金。

3、发行人未缴纳社会保险的各类原因涉及人数

报告期内，发行人未缴纳社会保险和住房公积金的各类原因涉及人数如下表所示：

单位：人

时间	主要原因	养老	失业	医疗	工伤	生育	公积金
2021-06-30	退休返聘	24	24	10	24	24	24
	在其他单位缴纳	11	11	11	11	11	-
	新入职员工	16	16	16	16	16	16
	其他	28	28	28	29	29	452

时间	主要原因	养老	失业	医疗	工伤	生育	公积金
	合计	**79**	**79**	**65**	**80**	**80**	**492**
2020-12-31	退休返聘	21	21	12	21	21	21
	在其他单位缴纳	12	12	12	12	12	-
	新入职员工	17	17	17	17	17	17
	其他	29	29	30	29	30	461
	合计	**79**	**79**	**71**	**79**	**80**	**499**
2019-12-31	退休返聘	43	43	27	43	43	43
	在其他单位缴纳	8	8	8	8	8	-
	新入职员工	1	1	1	1	1	1
	其他	294	294	295	295	295	848
	合计	**346**	**346**	**331**	**347**	**347**	**892**
2018-12-31	退休返聘	35	34	26	34	37	37
	在其他单位缴纳	8	8	8	8	8	-
	新入职员工	8	8	8	8	8	8
	其他	372	372	373	364	383	853
	合计	**423**	**422**	**415**	**414**	**436**	**898**

报告期内，发行人未缴纳社会保险的主要原因包括：1）个别退休返聘人员无需缴纳社会保险；2）员工已在其他单位缴纳社会保险，导致公司无法为其缴纳；3）新入职员工尚未缴纳。其他导致发行人未缴纳社会保险的原因包括：1）个人已缴纳城乡居民基本养老保险或城乡居民基本医疗保险，不愿再缴纳社会保险；2）公司多次动员之后仍然放弃缴纳的。

报告期内，发行人未缴纳住房公积金的原因主要是公司员工多为周边村镇居民，在当地拥有住房，部分员工考虑到公积金缴纳、使用、提取等方面的限制后，没有参与缴纳住房公积金。另外，部分新入职员工尚未缴纳公积金。

4、发行人未缴纳社会保险和住房公积金的具体金额及足额缴纳对经营业绩的影响

报告期内，发行人未缴纳社会保险、住房公积金的具体金额及足额缴纳对利润总额的影响如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
社会保险	58.08	79.61	388.86	478.67
住房公积金	110.12	257.38	291.25	287.78
合计	**168.20**	**336.99**	**680.11**	**766.45**

报告期内，发行人未缴纳社会保险及住房公积金的金额分别为 766.45 万元、680.11 万元、336.99 万元和 168.20 万元，占发行人利润总额的比例分别为 39.94%、15.56%、2.91%、3.03%。

5、相关部门出具的证明情况

2021 年 7 月 8 日，邳州市人力资源和社会保障局出具《证明》，确认发行人及加一健康、检测公司自 2018 年 1 月 1 日以来，认真遵守和执行《中华人民共和国劳动法》及相关劳动用工领域内的法律、法规和规范性法律文件规定；依法足额及时缴纳社会保险，不存在拖欠职工薪酬和拖延缴纳相关保险金的情形，不存在因违反劳动用工及其他劳动保护管理方面的法律、法规和规范性法律文件而受到行政处罚的情形。

2021 年 7 月 6 日，徐州市人力资源和社会保障局出具《证明》：“徐州诚诚亿国际贸易有限公司自 2018 年 4 月 4 日至本证明出具之日，严格遵守国家关于缴纳社会保险及劳动用工相关法律法规的规定，按时、足额缴纳社会保险费，未发现该单位有违反劳动保障法律、法规的行为，未收到职工对该单位违反劳动保障法律、法规行为的举报投诉，也未受到我局相关的行政处理或行政处罚。”

2021 年 8 月 23 日，南京市人力资源和社会保障局出具《证明》：“自 2020 年 6 月 10 日至 2021 年 7 月 6 日，南京诚诚亿国际贸易有限公司未发现有违反劳动保障法律法规行为发生；2019 年 11 月至 2021 年 7 月，在我市参加养老、医保、失业、工伤和生育五项社会保险，无社会保险费欠缴记录。”

2021 年 7 月 13 日，徐州市住房公积金管理中心分别出具《证明》，确认截至证明出具之日，发行人、加一健康、检测公司和徐州诚诚亿，没有因违反有关住房公积金法律、法规而受到行政处罚的情形。

2021 年 7 月 6 日，南京住房公积金管理中心出具《住房公积金缴存证明》，证明截至目前，南京诚诚亿没有因违反公积金法律法规而受到行政处罚。

6、控股股东及实际控制人出具的承诺

发行人控股股东、实际控制人衡墩建出具承诺：“如应社会保障主管部门或住房公积金主管部门的要求或决定，康力源及其子公司因社会保险费、住房公积金而产生补缴义务以及因此而遭受的任何罚款或损失，将由本人全额承担，保证康力源及其子公司不会因此遭受损失。在该等情形出现时，本人将在政府有关部门通知或要求的时间内将相关款项付清。如未及时付清，则本人愿意承担因不能及时付清而增加的相关费用”。

第六节　业务与技术

一、发行人主营业务、主要产品及变化情况

（一）主营业务基本情况

公司是一家专注于多系列、差异化、定制化健身器材研发、制造与销售的高新技术企业，经过多年的发展形成了以综合训练器和自由力量训练器为主导、无氧与有氧结合、室内与室外结合、家用与商用结合的综合性健身器材业务体系，具体产品覆盖无氧健身器材（如综合训练器、自由力量训练器等）、有氧健身器材（如跑步机、椭圆机等）、室外全民健身器材（如太空漫步机、三联单杠、笼式足球场等）和其他小类器材等多系列产品，种类多达千余种。此外，公司加大研发投入、聚焦健身器材智能化的研发与生产，成功量产多款带有自适应感应、人脸识别、数据共享、娱乐交互功能的智能产品。

公司专业从事健身器材研发和生产 20 余年，形成了差异化的产品研发设计能力、多元化的销售体系、稳定健全的供应商体系、高效的生产组织能力、有效的产供销衔接机制等竞争优势，具备较强的市场竞争能力。

ODM 模式下，公司通过了多家知名健身器材企业或大型零售商严格的验厂程序，产品进入 Walmart/Sam’s、Adidas、Nautilus、Argos、Coscto 和 Dicks Sporting Goods 等客户的供应体系、并建立了稳定的合作关系，远销美国、欧洲、澳大利亚等 20 多个国家和地区，在产品研发设计、产供销协调管理、产品质量管控等方面积累了丰富的经验，为可持续发展奠定了坚实的基础。

该模式下的主要合作方如下：

客户		简介	交易所	股票代码	客户收入规模
ARGOS	Argos	Argos 成立于 1973 年，是英国领先的综合零售商，是上市公司 Sainsbury 子公司	LSE	SBRY	29.05 亿英镑
Nautilus	NAUTILUS	Nautilus 成立于 1986 年，是现代商业健身房的创始者，致力于提供家居有氧和力量健身解决方案	NYSE	NLS	5.53 亿美元
Walmart Inc/Sam’s	Walmart 沃尔玛 Sam’s CLUB	Walmart 是全球最大的零售商，每周有约 2,200 万消费者及会员到访大约 10,500 家门店及网站	NYSE	WMT	555.23 亿美元
Costco	COSTCO WHOLESALE	成立于 1976 年，是美国最大的连锁会员制仓储量贩店	NASDAQ	COST	163.22 亿美元
Dicks	EVERY SEASON STARTS AT DICK’S SPORTING GOODS	成立于 1948 年，是领先的全渠道运动商品零售商，提供各品类的高质量运动商品	NYSE	DKS	95.84 亿美元

客户		简介	交易所	股票代码	客户收入规模
Adidas		Adidas 成立于 1949 年，是全球体育用品行业的领军企业; Reebok 公司成立于 1985 年。2006 年，阿迪达斯公司以 38 亿美元收购锐步公司的全部股份	LSE	0OLD	19.84 亿欧元
Reebok					
Academy Sports and Outdoors		成立于 1938 年，是美国最大的运动用品、户外用品商店之一	NASDAQ	ASO	56.89 亿美元
Canadian Tire		成立于 1922 年，是加拿大最具声誉最受信任的企业之一	XTSE	CTC.A	487,450 万美元
Big 5 Sporting Goods Corp		成立于 1955 年，是美国头部的运动产品及配件零售公司	NASDAQ	BGFV	10.41 亿美元
Amazon.com, Inc		成立于 1994 年，是美国一家网络电子商务公司，是网上最早开始经营电子商务的公司之一	NASDAQ	AMZN	3,860.64 亿美元

注：1、上表中 ARGOS、Nautilus 为公司直接合作客户；2、其他客户系公司通过贸易商间接合作，具体模式和原因详见本节“四、发行人销售情况和主要客户”之“（四）报告期内主要客户销售情况”之“5、客户集中度情况”部分。

同时，公司致力于打造“JX”、“军霞”、“康力源”等自主品牌。通过境内和境外、线上和线下等各类模式，建立了丰富的自主品牌销售渠道。自主品牌“军霞”2014 年被评为中国驰名商标，公司 2021 年 7 月被中国轻工业联合会评选为“2020 年度中国轻工业行业十强企业”，2018 年至 2020 年连续三年被中国轻工业联合会评选为“中国轻工业体育用品行业十强企业”。公司还获得了“2020 年中国轻工业科技百强企业”、“2020 年中国轻工业健身器材行业十强企业”、“2020 年江苏省体育产业示范单位”等荣誉奖项，是国内健身器材行业的领军企业之一。

随着品牌建设的不断深化，自主品牌将成为公司未来发展的重要方向和业绩增长点，公司形成了“以柔性化的生产能力为基石、以 ODM 模式为产业基础和业绩保障、以自主品牌和产品智能化为战略方向、线上与线下相结合”的业务发展思路。

（二）主营产品及用途介绍

公司的主营产品包括无氧健身器材、有氧健身器材、室外全民健身器材等多系列千余个产品。

其中，无氧健身器材聚焦于肌肉力量训练和塑形，其按照运动轨迹固定与否分为固定力量训练器械和自由力量训练器械，按照功能单一与否分为综合训练器和单机训练器；有氧健身器材聚焦于心肺功能训练，包括跑步机、椭圆机、健身车、划船机等；室外全民健身器材聚焦于全民户外健身，主要用于公园、居民小

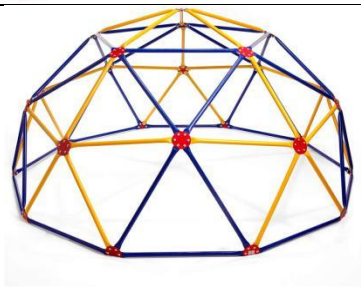
区等设施建设。此外，公司结合客户需求销售美腰机、体脂秤等其他配套产品。

公司自主研发的各类综合训练器可在较为有限的训练空间内满足多人同时训练，且覆盖人体各大肌肉群及部分小肌肉群的训练需求，例如“十人站”综合训练器可供 10 人同时使用，具备前推、高拉、低拉、双杠、蹬腿、前踢腿、坐推、勾腿、扭腰、俯卧撑、平举、扩胸运动等近 30 种功能，深受消费者认可。公司综合训练器产品在京东“行业热销品牌”中常年保持排名领先，如 2021 年 1-6 月中，共 5 个月进入前三名。

公司主要产品示例如下：

序号	产品系列	产品简介	产品图例
室内无氧健身器材			
1	综合训练器	产品功能：坐姿推胸、蝴蝶夹胸、坐式下压、斜托弯举、高位颈前下拉、坐姿腿屈伸、坐姿拉力器划船、中位夹胸、单臂划船、腹肌带卷腹、拉力器侧卷腹、单臂划船、拉力器肩内旋、腿外展、站姿腿屈伸、臂屈伸、拉力器高位弯举、站姿开肘划船、站姿直臂下拉、拉力器髋伸、直臂下压等。	
2	综合训练器（十人站）	产品功能：前推、高拉、低拉、双杠、蹬腿、前踢腿、坐推、勾腿、扭腰、俯卧撑、平举、扩胸运动。	
3	综合训练器（八人站）	功能多样，可满足 8 人同时使用，功能齐全。	

序号	产品系列	产品简介	产品图例
4	自由力量训练器(举重床)	产品功能：举重，可锻炼胸部肌群；蝴蝶夹胸，可锻炼手臂肌群和胸肌；勾腿运动，可锻炼腿部肌群；手臂屈伸运动，可有效锻炼二头肌；后屈腿运动，锻炼腿部肌群。	
5	综合训练器（龙门架）	产品功能：举重功能，可锻炼胸部肌群和肩部肌群；站立深蹲，可锻炼腿部肌群；双杠，可锻炼手臂肌群；飞鸟夹胸，可锻炼手臂肌群和胸部肌群；手臂划船运动；引体向上。	
室内有氧健身器材			
6	跑步机	具有跑步功能、走步功能、18.5 寸电脑触摸屏、无线上网功能、内置 APP 跑步同时享受大片、立体音响。置于跑板下方的橡胶减震垫有效吸收运动冲击，保护用户脚踝及膝盖。多种锻炼模式、自定义模式、康复模式运动。	
7	健身车	产品是模拟户外运动的有氧健身器材，也是心肺适能运动训练工具。多重把位设置让运动更加舒适，安全刹车、畅意运动，前脚管滑轮设计、移动方便。	

序号	产品系列	产品简介	产品图例
8	椭圆机	32 段调整阻力模式，10.1 寸 LCD 高清触摸屏，独立操作系统、快速启动、间接式训练、地图模式、恒定瓦特训练。	
室外全民健身器材			
9	推举训练器（二代室外全民健身产品）	二代室外全民健身产品，较一代产品增加数据采集（运动时间、次数、卡路里）、数据呈现（语音播报、固定显示屏、智能终端系统）、太阳能板供电；通过扫描二维码可实现手机 APP 实时数据显示。	
10	太空漫步机	一代室外全民健身产品，锻炼下肢肌肉力量灵活性，促进心脑血管及心肺呼吸系统健康。	
11	太空球	产品适用于 3 至 9 岁儿童使用，适合有栅栏的房子，可以促进儿童肢体强度、平衡和敏捷性。	
12	跷跷板	产品是一种摆放在家庭花园中供 13 岁以下儿童使用的休闲娱乐器械，可以锻炼儿童的平衡能力和协作能力。	

（三）主营业务收入的主要构成

单位：万元、%

项目			2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
室内健身器材	无氧器械	综合训练器	12,072.52	32.37	21,100.17	31.34	13,652.08	35.98	13,426.87	36.57
		自由力量训练器	16,209.45	43.46	28,406.54	42.20	12,080.29	31.84	12,063.48	32.85
		其他	634.95	1.70	1,235.35	1.84	873.34	2.30	658.28	1.79
		小计	**28,916.91**	**77.53**	**50,742.05**	**75.37**	**26,605.71**	**70.12**	**26,148.62**	**71.21**
	有氧器械	跑步机	3,233.57	8.67	7,024.74	10.43	5,313.04	14.00	5,032.00	13.70
		健身车	1,908.56	5.12	3,558.38	5.29	2,462.26	6.49	2,520.17	6.86
		其他	1,125.61	3.02	2,206.69	3.28	1,394.30	3.67	973.18	2.65
		小计	**6,267.74**	**16.80**	**12,789.82**	**19.00**	**9,169.60**	**24.17**	**8,525.35**	**23.22**
	小计		**35,184.65**	**94.33**	**63,531.87**	**94.37**	**35,775.32**	**94.29**	**34,673.97**	**94.43**
室外全民健身器材			1,928.00	5.17	3,392.76	5.04	1,913.67	5.04	1,743.69	4.75
其他			185.31	0.50	396.23	0.59	254.67	0.67	300.68	0.82
合计			**37,297.96**	**100.00**	**67,320.85**	**100.00**	**37,943.65**	**100.00**	**36,718.34**	**100.00**

（四）发行人的经营模式

公司建立了健全的研发、采购、生产和销售体系。境外业务主要根据客户的定制化需求，采取以销定产的业务模式，对于少量通用产品型号采用备货模式；境内业务主要结合业务类型、生产排程和订单等综合因素采用备货和以销定产相结合的业务模式，电商业务主要依据对市场需求和热点的判断采取提前备货的业务模式，公司各经营环节的业务模式具体如下：

1、销售模式

公司采取外销与内销、线下与线上、ODM 与自主品牌方式相结合的销售模式。公司设有国际贸易中心和国内贸易中心负责公司的销售事宜，包括产品营销、市场推广、洽谈合作、签订合同、制定销售任务等。具体销售模式如下：

（1）境外销售模式

针对境外线下市场，公司主要以贸易商模式采取 ODM/OEM 和自主品牌方式向客户销售产品。具体来说，对于 Impex、Nautilus、Argos 等品牌效应较强的

国际知名健身器材商或大型百货零售连锁商主要以ODM或少量OEM方式合作，对于其他客户以自主品牌向其销售。

针对境外线上市场，公司通过跨境电商平台以自主品牌直接面向终端消费者销售产品。

①线下贸易商模式

贸易商模式是指贸易型客户在未与公司建立经销合作关系的情况下，向公司采购产品并销售给第三方的业务，该模式为卖断式销售，公司不对客户销售区域、渠道、对外销售价格、库存、售后服务等进行约定和管理，价格、结算方式等由交易双方采用市场化协商的方式确定，不涉及返利、退换货机制（质量问题导致的退换货除外）。

该模式分为 ODM/OEM 模式和自主品牌模式，下游客户主要为健身器材贸易商或百货零售连锁商。在 ODM 模式下，公司依据国外客户的产品要求出具设计图纸，并进行打样、试制、检测等环节，经客户确认后进行规模化生产；在 OEM 模式下，公司依据国外客户提供的设计图纸完成样品试制，并进行打样、试制、检测等环节，经客户确认后进行规模化生产；自主品牌模式下，公司结合市场需求和自身战略规划开展自主研发，并向客户推荐或通过线上渠道销售。

该模式下，公司主要采取以销定产的经营方式，对于部分通用产品亦结合生产计划合理备货。具体来说，公司销售部门接到客户订单后，由器材制造中心根据订单和生产计划制定生产排程表并实施生产，采购管理中心根据科技研发中心生成的 BOM 单结合现有库存安排采购计划，产品完工并经报关等程序后交付客户。该模式下，公司对部分合作时间长、规模大的公司给予一定信用期，对其他客户采用预收和现付相结合的结算方式。公司以完成报关手续、合同产品装船并取得提单后作为控制权转移时点，根据报关单、提单确认销售收入。

②跨境电商直销业务

公司主要通过亚马逊跨境电商平台以自有品牌面向国外消费者开展直销业务。该模式下，公司将货物存放于亚马逊（FBA 模式，亚马逊派送）或其他海外物流公司仓库（FBM 模式，第三方发货），在接到消费者通过跨境电商平台所下订单后安排发货，发货同时货款进入公司在平台开立的账户。公司结合历史销

售数据、平台数据和预计订单情况对库存量进行精细化管理，在不影响发货的前提下合理控制库存量、减少仓储成本。该模式下，公司在将商品交付给物流公司时确认收入，并根据历史退货情况计提预计负债。

报告期内，跨境电商业务稳步增长，客户广泛分布在欧洲、日本等国家和地区，逐步成为公司重要的利润增长点。

（2）境内销售模式

针对国内市场，公司采取直销模式、经销商模式和贸易商模式相结合的方式以自有品牌开展销售业务，具体如下：

①直销模式

A、集中采购业务

集中采购是指政府、事业单位或企业等组织通过统一采购的方式购置健身器材的业务，该类业务以室外全民健身器材为主，辅以部分室内健身器材，客户以各地体育局等部门为主，亦有部分房地产开发企业采购室外全民健身器材用于小区公共设施建设。

其中，政府采购业务主要由相关采购单位根据《中华人民共和国采购法》确定是否需要履行招投标程序。部分政府采购项目具有安装地点远且分散、安装过程协调难度大、售后期限长及售后响应及时性要求高等特点，公司综合考虑收入、成本等因素后选聘综合服务商向客户提供配套服务。

该模式下，附带安装义务的销售，于商品发出、安装、调试后，取得客户签字确认的验收证明时，确认收入；对于无需安装的产品，于商品发出且经客户签收验收后确认收入。

B、电商平台零售业务

公司在境内线上业务主要通过天猫商城和京东商城平台实现，同时在淘宝、苏宁、国美等电商平台开设店铺用于拓展线上渠道。在该模式下，公司按照各平台规则开店，自主管理、自负盈亏。该模式下，以公司发出商品，客户确认收货，公司账户收到相应货款时确认收入。

C、其他零售业务

除前述销售模式外，报告期内存在向健身房、酒店、个人线下零星销售的情形，该业务模式金额较小。

②经销商模式

经销商是指与公司建立了稳定合作关系的、专业从事文体健身器材销售的客户。该模式下，公司与各地经销商签订经销合作协议，通过卖断的方式向其销售产品，对产品销售区域、渠道、结算方式、售后服务等进行约定，不对经销商对外销售价格、存货进行管理，经销商盈亏自负，不涉及返利和退换货机制（质量问题导致的退换货除外）。在该模式下，公司在商品发出且经客户签收验收后确认收入。

③贸易商模式

贸易商模式是指部分贸易型客户在未与公司建立稳定经销合作关系的情况下，向公司采购产品并销售给第三方的业务，该模式为卖断式销售，公司不对客户销售区域、渠道、库存、售后服务等进行约定和管理，价格、结算方式等由交易双方采用市场化协商的方式确定，不涉及返利、退换货机制（质量问题导致的退换货除外），具有非连续的偶发性特征。在该模式下，公司在商品发出且经客户签收验收后确认收入。

④京东自营

在京东自营模式下，公司以双方约定的供货价格向北京京东世纪贸易有限公司（以下简称“京东世纪”）销售产品，京东世纪以双方一致同意的价格开展线上销售，实现销售后，京东世纪按照约定的供货价并扣除商业折扣等费用后将货款转入公司账户。该模式下，公司获取销售结算清单时确认收入。

2、采购模式

公司设有采购管理中心，具体负责供应商管理和各类物资采购的工作。公司从供应商开发、供应商管理、采购价格维护、采购的实施与付款等多方面制定了一系列的采购管理制度，以保障采购物资质量、供货及时性，并有效管控采购成本。

公司采购包括原材料采购和成品采购两类，具体如下：

（1）原材料采购

公司主要原材料包括钢材、五金等配件和其他辅料等，按重要程度分为重要物资（如钢材）、一般物资（如螺丝、塑料件等标准件）和辅料（如标贴），原材料市场供应充足。

原材料采购分为订单类采购和非订单类采购。订单类采购是以产品 BOM 单为基础、以生产计划为导向的采购行为，采购管理中心根据生产部门下达的生产任务及生产计划排程表制定采购排程表，提前向供应商下达采购订单、明确供货日期和内容，并跟踪落实材料采购计划执行情况，以保障生产计划如期开展。

非订单类采购主要针对辅料、劳保用品等非核心物料，该类物料由使用者提出采购申请以备货方式采购，不与生产计划对应。

（2）成品采购

报告期内，公司存在外购成品并对外销售的情形，原因如下：

第一，公司现阶段战略导致。由于部分产品在生产工序上与公司其他产品有所差异，公司综合考虑自身产能情况、规模效应和产品附加值等因素，主要通过外购的方式满足客户需求。如室外全民健身器材虽然生产工艺相对简单，但对生产场地面积要求较高，现阶段自产规模效应不足，因此主要采取贴牌方式采购；杠铃片销售量大，但附加值较低，通过外购方式释放自有产能，以布局附加值更高的产品。

第二，产品差异化和客户需求多样性导致。为满足客户对产品多样性的需求、提供集中化的服务，公司对外采购在参数或功能上与自产产品不同的健身器材向客户销售，此外公司亦采购如电子秤、按摩棒等周边产品以便为客户（尤其是线上消费者和集中采购客户）提供一站式消费服务。

成品采购模式下，采购与销售独立进行，分别全额结算。

（3）供应商开发和管理

公司依据《物资采购业务管理制度》以规范供应商的甄选和日常管理工作。

供应商开发方面，采购管理中心依据成本降低计划、质量改善计划、新产品开发计划和业务发展需要，收集市场资料，寻找潜在供应商。在初步评估后，采

购管理中心向潜在供应商发出《供应商评估报告》，以进一步获得供应商的详细资料，由采购管理中心对《供应商评估报告》资料进行核实和评价，要求供应商根据产品需求进行送样。

供应商日常管理方面，公司将供应商进行等级分类，并根据对供应商的考评进行供应商遴选与淘汰。供应商评审主要由质量管理中心、器材制造中心和采购管理中心参与完成，其中质量管理中心负责对供应商所供材料质量进行检测与监控，并提供相关考评数据。器材制造中心负责对供应商所供原材料是否按期交货进行跟踪和反馈。采购管理中心负责对供应商配合度和售后服务等方面进行跟踪、评估，并根据供应商的增减变化及时更新《合格供应商名录》。

（4）采购价格维护管理

公司采购管理中心依据《物资采购业务管理制度》规范采购价格确定程序，包括洽谈、核算、审批等环节，以实现公司最低成本采购的目标。针对 A 类主要物资、B 类一般物资和 C 类辅助材料，公司分别设置了相应的价格制定与维护流程。公司成本核算中心负责价格管理维护，采购管理中心负责采购价格的谈判、制定和审批，并对最终成交价格负责。

3、生产模式

（1）自主生产

针对境外线下客户的定制化需求，公司主要采取以销定产的生产模式，同时对部分通用产品会结合生产计划进行备货；线下内销业务结合订单和库存情况实行以销定产和备货相结合的模式；电商业务主要基于对市场的预测采取提前备货模式。

器材制造中心根据订单情况和备货计划制定生产计划排程表，依据各类产品 BOM 单领用原材料，并按照下达的生产计划单、生产工艺过程派工单开展生产，产成品按订单归集办理验收入库。

（2）外协生产

外协生产包括工序外协和成品外协。工序外协是指公司综合考虑特定工序资质许可、规模效应等因素，将电镀等非核心工序通过委托的方式交由第三方进行，

在产能不足、交货期紧张时将部分简单的机加工临时交由第三方进行，对于因客户特殊要求导致的临时性工序亦通过外协方式完成；成品外协是在产能不足时，将部分技术含量和附加值较低产品（如哑铃架、平凳等）委托第三方生产为成品。

外协加工的组织方式：公司提供主要原材料，第三方外协厂商按照公司要求加工后交付予公司，并结算相关加工费。工序外协在收到货物时由公司质量管理中心验收后入库，成品外协加工由质量管理中心到生产现场验收合格后直接发往客户。

（3）生产管理

公司制定了《生产管理制度》，对生产计划编排、作业计划标准、在制品管理、外协管理和生产调度等日常生产管理工作进行规定，以实现生产管理的规范化和科学化。具体来说，器材制造中心根据订单数量、交货期限、备货计划等制定作业计划标准，在考虑在制品、产成品等储存情况的同时，为实现产能利用率最大化，根据各工序产能情况，编制分车间的月、旬生产作业计划并组织生产，以保证各车间之间、各个生产环节之间的生产任务在时间和程序上相互协调、平衡和衔接，实现均衡生产。

4、研发模式

公司的研发模式主要有自主研发、定制化研发、来图转换和原产品升级研发四类。具体来说，自主研发是指公司基于自身战略规划和品牌打造等需要，结合市场需求和未来趋势对产品开展的探索性研发和设计；定制化研发是指公司基于客户提出的相对模糊的定制化需求进行研发、设计、打样，最终达到客户对功能性、外观等要求；来图转换是指客户提供设计图纸，公司根据设计图纸进行打样、试产、优化、向客户反馈、最终达到量产的研发模式，该情况主要适用于 OEM 模式下的研发，报告期内数量较少；原产品升级研发主要系结合市场需求对原产品外观、功能等升级优化的研发。

5、采用目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素以及经营模式和影响因素在报告期内的变化情况及未来变化趋势

公司目前的经营模式，是依据公司生产的产品和所处的行业特征决定的。影响公司经营模式的关键因素包括主要原材料价格和供应、终端市场需求、技术进

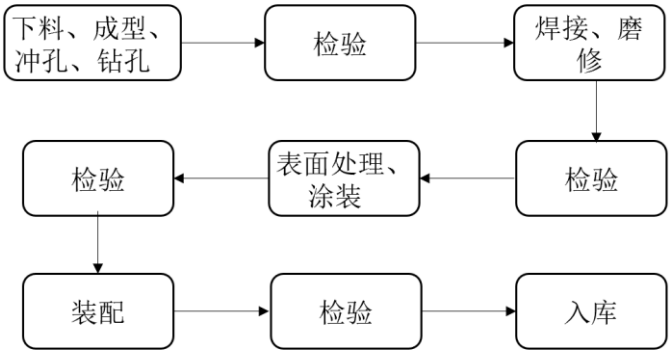
步、新产品开发以及国际贸易环境等。报告期内，公司经营模式和关键因素未发生重大不利变化，且预计未来一定时间内不会发生重大不利变化。

（五）发行人设立以来主营业务、主要产品或服务、主要经营模式的变化情况

公司自设立以来，始终围绕体育健身器材的研发、制造和销售打造自主品牌、提升产品功能性、优化产品质量、探索产品智能化方向等，主营业务、主要产品和主要经营模式均未发生重大变化。

（六）主要产品的生产工艺流程图

公司的主要产品流程基本相同，具体流程如下：



主要工序与相应生产设备情况如下：

工序	工序描述	使用设备
下料	冲压车间按照生产排程领取符合下料的定尺管材，使用锯床截料，特殊情况下会使用激光截料或割孔。	锯床、激光切割机
成型	根据设计方案，对原材料进行折弯、弯曲或压型处理。	折弯机、弯管机
冲孔	根据产品设计出的装配孔、功能孔等，由冲床预先冲孔。	冲床
钻孔	经过部分工序加工后无法使用冲床冲孔的原材料，需要进行钻孔或钻孔拉丝。	钻床、攻丝机
焊接	通过电流加热使金属工件相连接部分高温熔化后，将工件结合在一起。	机器人焊机、手工焊机
磨修	对焊接过程中在焊缝处产生的焊瘤，进行打磨修复，以保证产品美观。	角磨机、砂轮机
表面处理	工件喷涂前的表面处理，包括除油、除锈、表面磷化处理等。	行车、磷化设备
涂装	将磷化后的工件按照客户要求的颜色通过喷枪的静电，分散成均匀而细小的塑粉颗粒附着于产品表面。	静电喷涂流水线、静电发生器、喷枪、废粉回收装置
装配	根据发货包装要求进行合理组装，保证便于运输且易	组装流水线、钉箱机、

工序	工序描述	使用设备
	于安装。	称重设备、打包机

（七）生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

发行人秉持绿色发展的理念，高度重视环保工作，将企业的核心竞争力构筑于循环经济、保护环境的基础之上，坚决贯彻执行国家和地方有关环境保护的法律法规，严格履行环保“三同时”制度，注重环保设施的投入和维护。

1、环境保护相关程序和资质

（1）康力源

项目建设阶段，2011 年 7 月 18 日康力源取得了邳州市环境保护局《关于对徐州军霞健身器材有限公司年产 100 万套健身器材生产线技改项目环境影响报告书的批复》（邳环发〔2011〕28 号），其中康力源一期生产线（50 万套）于 2014 年 12 月取得了邳州市环境保护局邳环高验〔2014〕第 01 号《验收意见》，并于 2020 年根据《建设项目竣工环境保护验收暂行办法》完成了项目整体验收。

生产经营阶段，康力源取得了徐州市生态环境局签发的《排污许可证》（编号：91320382703595741000 1R），有效期至 2022 年 12 月 3 日。

（2）康力源邳州分公司

项目建设阶段，2021 年 10 月 29 日康力源邳州分公司取得了徐州市生态环境局《关于江苏康力源体育科技股份有限公司邳州分公司健身器材生产项目环境影响报告表的批复》（徐邳环项表〔2021〕064 号），建设项目竣工验收手续正在办理中。

（3）加一健康

项目建设阶段，2018 年 4 月 12 日加一健康取得了邳州市环境保护局《关于对江苏加一健康科技有限公司高档健身器材项目批复》（邳环项表〔2018〕57 号）的批复（设计产能 50 万套）。2019 年 9 月 28 日，加一健康根据《建设项目竣工环境保护验收暂行办法》对项目进行了自主验收。

生产经营阶段，加一健康不涉及污水排放，已按照《国务院办公厅关于印发控制污染物排放许可制实施方案的通知》（国办发〔2016〕81 号）、《固定污染源

排污许可分类管理名录》（2019 年版）等法律法规要求进行了固定污染源排污登记，登记编号：91320382MA1MX4MXX4001X，有效期至 2025 年 4 月 20 日。

发行人其他子公司不涉及生产环节，发行人本次募投环保相关程序履行情况详见本招股说明书“第九节　募集资金运用和未来发展规划”部分。

2、主要污染物及排放情况

根据环境保护部、国家发展改革委等部门印发的《企业环境信用评价办法（试行）》（环发〔2013〕150 号），发行人主要从事健身器材的研发、生产和销售，不属于重污染行业。

（1）主要污染物、处理措施、处理能力

发行人生产环节产生的主要污染物为废水（包含 COD、氨氮等）、废气（烟尘、二氧化硫等）、噪声和固体废物，其中固体废物包括废钢和危险废物（废乳化液和废机油等）。公司已取得生产所需的排污许可或对排污情况进行登记备案，已根据产生的主要污染物，按照要求安装相关环保设备，并委托拥有资质的公司对危废进行处理。发行人厂区污水处理设施设计处理能力为 240 吨/天。生产经营中涉及环境污染的具体环节、主要污染物名称、主要处理设施及处理方式如下：

①康力源

主要污染物	具体环节	处理设施/措施
生产废水	金属表面清洗	经污水处理设施处理后排放
生产废气	喷粉、焊接、燃烧、喷涂	经除尘器处理后排放
生产噪声	冲压等生产设备运行	设备减震、车间隔音
普通固废	机加工	外售
危废	机加工、磷化	外运

②加一健康

主要污染物	具体环节	处理设施/措施
废气	喷粉、焊接、燃烧、喷涂	经集气罩收集通过 15 米高的排气筒排放
普通固废	机加工	外售
危废	机加工	外运
噪声	生产设备运行过程	厂房隔声、基础减振

报告期内发行人危废处理单位情况如下：

单位名称	资质文件
江苏森茂能源发展有限公司	危废经营许可证（JSHA0830OOD007-4）
连云港市赣榆金成镍业有限公司	危废经营许可证（JSLYG072100D023-2）
徐州鸿誉环境科技有限公司	危废经营许可证（JS0305OOI565-1）
高邮市环创资源再生科技有限公司	危废经营许可证（JSYZ108400D033-1）
淮安华昌固废处置有限公司	危废经营许可证（JS0826OOI560-3）

3、环保投资和相关费用成本支出情况

报告期内，发行人环保设施正常运行，其设备维护、污水处理、材料费等环保投入合计 25.44 万元、40.53 万元、68.00 万元和 12.86 万元，与发行人排污情况相符，2021 年 1-6 月环保投入金额相对较少，主要由于当期发行人未进行环保设备升级改造，并且根据《国家危废名录（2021 年版）》发行人部分危废被调整出名录，使得发行人当期危废处理费用有所减少。

4、环保合规情况

报告期内，发行人及其子公司环保设施运转正常，污染物排放达标，未发生重大环境污染事故。报告期内发行人及子公司在环境保护方面合法合规，除已披露事项外（详见本招股说明书“第七节　公司治理与独立性”之“四、发行人报告期内的违法违规行为”部分），不存在其他因违反环境保护相关法律法规受到行政处罚或被立案调查的情形。

二、发行人所处行业基本情况和发展趋势

（一）发行人所属行业分类

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所属行业为文教、工美、体育和娱乐用品制造业（分类代码：C24）。根据国家统计局 2017 年修订实施的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司属于“C24 文教、工美、体育和娱乐用品制造业”中的“C2443 健身器材制造”。根据《体育产业统计分类（2019）》（国家统计局令第 26 号），公司属于“09 体育用品及相关产品制造”中的“0914 健身器材制造”。

（二）行业管理体系

1、行业主管部门和监督管理体制

（1）国内行业主管部门和监管体制

中国体育用品行业由国家有关部门进行政策指导、支持及监督管理，由行业协会负责行业内的自律规范，基本遵循市场化发展模式。

国家发展改革委员会、国家体育总局为体育用品行业的主管部门，商务部、中国海关总署等部门主要负责管理我国体育用品的进出口业务，其主要职能如下：

行业主管部门	主要管理职责和内容
国家发展改革委员会	承担投资综合管理职责，负责拟订全社会固定资产投资总规模和投资结构的调控目标、政策及措施，会同相关部门拟订政府投资项目审批目录和政府核准的投资项目目录，明确投资审批、标准、审核的范围、标准和程序。
工业和信息化部	拟订实施行业规划、产业政策和标准；监测工业行业日常运行；推动重大技术装备发展和自主创新；管理通信业；指导推进信息化建设；协调维护国家信息安全等。
国家体育总局	负责制定与组织实施行业发展规划、监测分析行业运行动态、统计发布行业相关信息，并负责系统内全民健身器材的采购工作等。
商务部	拟订国内外贸易和国际经济合作的发展战略、政策，负责推进流通产业结构调整，指导流通企业改革、商贸服务业和社区商业发展，承担牵头协调整顿和规范市场经济秩序工作的责任，拟订规范市场运行、流通秩序的政策，拟订并执行对外技术贸易、进出口管制以及鼓励技术和成套设备进出口的贸易政策等。
海关总署	负责全国海关工作、组织推动口岸“大通关”建设、海关监管工作、进出口关税及其他税费征收管理、出入境卫生检疫和出入境动植物及其产品检验检疫、进出口商品法定检验、海关风险管理、国家进出口货物贸易等海关统计、全国打击走私综合治理工作、制定并组织实施海关科技发展规划以及实验室建设和技术保障规划、海关领域国际合作与交流、垂直管理全国海关、完成党中央国务院交办的其他任务。

中国文教体育用品协会、中国体育用品业联合会和中国轻工业联合会等为公司所处健身器材行业的自律性组织，其主要职能如下：

行业自律性组织	主要管理职责和内容
中国体育用品业联合会	贯彻国家产业政策，履行政府授权委托的职能，协助政府部门加强行业管理；按照市场化原则，建立和完善行业自律机制，维护会员的合法权益；广泛联系国内外体育用品及相关行业的企业、行业组织，在政府与企业间起桥梁和纽带作用，扩大体育用品行业的国际合作和信息交流，努力为企业、为行业、为政府服务，促进我国体育用品行业健康发展，为体育事业的发展服务。
中国文教体育用品协	协会致力于维护行业共同利益，维护会员合法权益，维护公平竞争

行业自律性组织	主要管理职责和内容
会	与市场秩序，为会员、行业和政府服务，促进文教用品和体育用品产业的健康和持续发展。
中国轻工业联合会	作为工业行业的自律组织，组织开展行业统计，收集、分析、研究和发布行业信息等，参与制订、修订行业规划，对行业投资开发、重大技术改造、技术引进等项目进行前期论证与初审以及参与制定、修订国家标准和行业标准。

（2）国外行业主管部门和监督管理体制

美国和欧洲是全球健身器材消费的主要境外市场。其中，美国联邦政府无与体育产业相关的部门，联邦体制下各州自治，部分州和地方政府设有相关机构为促进大众体育活动提供场所、组织、行政、后勤等方面的保障；欧盟国家实行体育领域善治原则，其成员国体育产业治理结构包括官僚配置型、企业配置型、传教士配置型和社会配置型四种，其中，官僚配置型体育产业结构由公共机构进行体育领域的立法，使用者、消费者和企业对体育政策的影响很低；企业配置型体育产业结构中，社会和经济总需求为主要动力，市场规则为主要规章，体育志愿活动、公共机构和部门均需遵循市场规则；传教士配置型结构中，国家或地方当局授权体育志愿部门管理体育产业，体育志愿部门决策具有高度自治性；社会配置型结构下，整个市民社会各方合作参与治理。综上，欧美各国并无统一管理体育产业体育相关的政府部门。

美国、欧洲等国家和地区多为成熟的市场经济国家，主要通过颁布产品标准与产品认证的方式对体育用品行业进行管理，保证进口产品符合本地区质量、安全、环保等的要求，具体市场准入要求如下：

国家和地区	市场准入要求
美国	出口至美国的健身器材需执行美国国家标准协会与美国材料与试验协会制订的与健身器材有关的 ASTM 系列标准规范。
欧洲	欧盟 CE 认证是一种产品安全标志认证，是制造商进入欧洲市场的准入证，其他国家生产的产品在欧盟市场上自由流通，必须加贴 CE 标志，以表明产品符合欧盟《技术协调与标准化新方法》指令的基本要求，室内健身器材是欧盟 CE 检测认证范围。

2、行业主要法律法规和政策

随着国民经济水平的提升和城市化进程的不断推进，体育产业逐渐成为国民经济的重要产业，为规范体育产业、促进体育用品行业高质量发展，政府陆续出台了行业相关法律法规和政策文件。

具体法律法规如下：

法律			
名称	**颁布时间**	**颁布部门**	**有关内容**
《中华人民共和国体育法》	2016.11	全国人民代表大会常务委员会	国家发展体育事业、增强人民体质、提高运动水平、促进社会主义物质文明和精神文明建设，推进体育管理体制改革，鼓励开展对外体育交往。
《中华人民共和国政府采购法》（2014年修订）	2014.08	全国人民代表大会常务委员会	规范政府采购行为，提高政府采购资金的使用效益，维护国家利益和社会公共利益，保护政府采购当事人的合法权益，促进廉政建设。
《中华人民共和国招标投标法》（2017）	2017.12	全国人民代表大会常务委员会	规范招标投标活动，保护国家利益、社会公共利益和招标投标活动当事人的合法权益，提高经济效益，保证项目质量。
行政法规和政策			
名称	**颁布时间**	**颁布部门**	**有关内容**
《全民健身计划（2021—2025年）》	2021.08	国务院	到2025年，全民健身公共服务体系更加完善，人民群众体育健身更加便利，健身热情进一步提高，各运动项目参与人数持续提升，经常参加体育锻炼人数比例达到38.5%，县（市、区）、乡镇（街道）、行政村（社区）三级公共健身设施和社区15分钟健身圈实现全覆盖，每千人拥有社会体育指导员2.16名，带动全国体育产业总规模达到5万亿元。
《关于加快培育发展制造业优质企业的指导意见》	2021.06	工信部、科技部、财政部、商务部、国资委、证监会	制造业优质企业聚焦实业、做精主业，创新能力强、质量效益高、产业带动作用大，在制造强国建设中发挥领头雁、排头兵作用。
《“十四五”时期全民健身设施补短板工程实施方案》	2021.04	发改委、国家体育总局	人民日益增长的体育健身需要和健身设施发展不平衡不充分的矛盾较为突出，群众“健身去哪儿”的问题还没有得到有效解决。深入实施全民健身国家战略，构建更高水平的全民健身公共服务体系，增强人民体质，改善人民生活品质，推动健身设施补短板、强弱项、提质量，加快建设体育强国。
《关于全面加强和改进新时代学校体育工作的意见》和《关于全面加强和改进新时代学校美育工作的意见》	2020.10	中共中央、国务院办公厅	改善场地器材建设配备。研究制定国家学校体育卫生条件基本标准。建好满足课程教学和实践活动需求的场地设施、专用教室。加强高校体育场馆建设，鼓励有条件的高校与地方共建共享。配好体育教学所需器材设备，建立体育器材补充机制。
《关于加强全民健身场地设施建设发	2020.09	国务院办公厅	贯彻全民健身国家战略、实施健康中国行动、推进健身设施建设，推动群众体

展群众体育的意见》			育蓬勃开展，提升全民健身公共服务水平。
《国务院办公厅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》	2019.09	国务院办公厅	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。
《体育强国建设纲要》	2019.08	国务院办公厅	完善全民健身公共服务体系、推进全民健身智慧化发展等方面，落实全民健身国家战略，助力健康中国建设。
《国务院关于深化“互联网+先进制造业”发展工业互联网的指导意见》	2017.11	国务院	2018-2020 年三年起步阶段，初步建成低时延、高可靠、广覆盖的工业互联网网络基础设施；到 2025 年基本形成具备国际竞争力的基础设施和产业体系；到 2035 年建成国际领先的工业互联网网络基础设施和平台；到本世纪中叶，工业互联网网络基础设施全面支撑经济社会发展，工业互联网创新发展能力、技术产业体系以及融合应用等全面到达国际先进水平，综合实力进入世界前列。
《室外健身器材配建管理办法》	2017.04	国家体育总局	从采购、安装、维护、拆出等多方面对室外健身器材建设和管理提出了明确要求。
《工业和信息化部关于促进文教体育用品行业升级发展的指导意见》	2016.12	工业和信息化部	重点任务包括了加快开发绿色、智能、健康的多功能中高端产品，支持骨干企业加快高档圆珠笔、智能室内健身器材、休闲运动器材、钓具等产品的开发和市场推广，推进个性化定制等新型制造模式的发展。
《“健康中国 2030”规划纲要》	2016.10	中共中央、国务院	该纲要提出提高全民身体素质，统筹建设全民健身公共设施，到 2030 年人均体育场地面积不低于 2.3 平方米。
《轻工业发展规划（2016-2020 年）》	2016.08	工业和信息化部	推动文教体育用品工业向绿色、健康、新颖、实用方向发展。促进文教体育用品设计创新，重点发展绿色健康文具用品、多功能智能化运动休闲健身器材，引导和创造消费需求。
《体育产业发展“十三五”规划》	2016.07	国家体育总局	《规划》对“十三五”期间体育产业的发展基础与面临形势、总体要求、主要任务重点行业和主要措施等五大方面做了科学系统的描述和部署。
《全民健身计划（2016-2020 年）》	2016.06	国务院	该计划旨在实施全民健身国家战略，明确提出到 2020 年，经常参加体育锻炼的人数达到 4.35 亿，体育消费总规模达到 1.5 万亿元，以全民健身促进体育产业发展、拉动内需、形成新的经济增长点的动力源。

《国务院关于深化制造业与互联网融合发展的指导意见》	2016.05	国务院	深化制造业与互联网融合发展，充分释放“互联网+”的力量，培育新的经济增长点，加快推动“中国制造”提质增效升级，实现从工业大国向工业强国迈进。
《全民健身条例》（2016 年修订）	2016.02	国务院	促进全民健身活动的开展，保障公民在全民健身活动中的合法权益，提高公民身体素质。
《国务院办公厅关于加快发展健身休闲产业的指导意见》	2016.01	国务院办公厅	中国健身休闲产业是体育产业的重要子行业，到 2025 年，其市场规模有望超过人民币 3.0 万亿元。
《中华人民共和国政府采购法实施条例》	2015.03	国务院	进一步促进政府采购的规范化、法制化，构建规范透明、公平竞争、监督到位、严格问责的政府采购工作机制。
《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》	2014.01	国务院	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，体育产品和服务更加丰富，消费需求愈加旺盛，体育产业总规模超过 5 万亿元，成为推动经济社会持续发展的重要力量。
《关于进一步加强室外健身器材招标采购及配建管理工作的意见》	2012.09	国家体育总局	为进一步规范室外健身器材招标采购及配建管理工作，切实保障器材质量和人民群众的健身权益，营造室外健身器材生产行业的公平竞争环境，根据国家有关法律法规提出以下意见。
《国务院办公厅关于加快体育产业发展的指导意见》	2010.03	国务院办公厅	大力发展体育健身市场，做大做强体育用品业，大力促进体育服务贸易等重点任务，实现到 2020 年，形成一批具有中国特色和国际影响力的体育产品品牌，居民人均体育消费显著增加，体育产业增加值在国内生产总值中所占比重明显提高等目标。
《公共文化体育设施条例》	2003.06	国务院	对公共文化体育设施的规划和建设、使用和服务、管理和保护等进行了规定，鼓励企业、事业单位、社会团体和个人等社会力量举办公共文化体育设施。
《中共中央国务院关于进一步加强和改进新时期体育工作的意见》	2002.07	中共中央、国务院	以筹措和举办 2008 年奥运会为契机，进一步加强和改进新时期体育工作。
江苏省相关文件			
名称	**颁布时间**	**颁布部门**	**有关内容**
《江苏省政府办公厅关于推进公共体育服务体系示范区建设的实施意见》	2014.11	江苏省人民政府办公厅	到 2015 年，苏南 80%、苏中和苏北 60%左右的市、县（市、区）完成省级公共体育服务体系示范区创建任务。经过 2-3 年努力，全省各市、县（市、区）全面完成省级示范区创建任务。
《省政府关于加快发展体育产业促进	2015.06	江苏省人民政府	到 2025 年，实现体育产业总规模超过 7,200 亿元，增加值约占全省地区生产

体育消费的实施意见》			总值的 1.6%，体育产业从业人员达到 180 万人，人均体育场地面积达到 2.6 平方米等目标。

3、行业标准

公司在具体经营过程中，除了要遵循国家有关法律法规及产业政策以外，还应遵循一系列相关的国家及行业标准，具体行业标准如下：

名称	颁布时间	颁布部门	主要内容
《家用和类似用途电器的安全通用要求》（GB4706.1-2005）	2005 年	国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会	侧重于使用电源的室内健身器材的产品安全标准。
《固定式健身器材》（GB17498-2008）	2008 年	国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会	本标准分“通用安全要求”、“力量型训练器材”、“跑步机”、“划船器”等十个部分。
《室外健身器材的安全通用要求》（GB19272-2011）	2011 年	国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会	主要针对使用者的人身安全、静负荷能力、稳定性、安全警示、器材安装和场地要求、安全使用寿命、环保、表面质量等方面进行了重点要求，器材的安全使用寿命应不小于 8 年。
《二代室外健身器材通用要求》（T/CSGF 001-2018）	2018	中国体育用品业联合会	规定了二代室外健身器材的术语和定义、设计原则、要求、试验方法、安全警示、标志、标签、说明书、包装、运输、贮存、管理与维护。
《走步机》（T/CSSGA 1023-2019）	2019	中国文教体育用品协会	规定了走步机的术语和定义、要求、试验方法、检验规则及标志、包装、运输和贮存。

4、行业主要法律法规政策对发行人的影响

报告期初以来，国务院、国家体育总局等部门陆续推出《体育强国建设纲要》《国务院办公厅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》（国办发〔2019〕43 号）《关于加强全民健身场地设施建设发展群众体育的意见》《国务院关于深化制造业与互联网融合发展的指导意见》（国发〔2016〕28 号）《国务院关于深化“互联网+先进制造业”发展工业互联网的指导意见》《六部门关于加快培育发展制造业优质企业的指导意见》等各类政策（具体详见前文“2、行业主要法律法规和政策”部分），强化全民健身意识，加快健身场地建设，推动健身器材制造业快速发展，进一步优化体育产业结构，引导体育健康产业市场

化发展，推动制造业与互联网融合发展，培育新的经济增长点，建设工业强国。

2021 年 8 月，国务院《关于印发全民健身计划（2021—2025 年）的通知》（国发〔2021〕11 号）提出到 2025 年，全民健身公共服务体系更加完善，人民群众体育健身更加便利，健身热情进一步提高，各运动项目参与人数持续提升，经常参加体育锻炼人数比例达到 38.5%，县（市、区）、乡镇（街道）、行政村（社区）三级公共健身设施和社区 15 分钟健身圈实现全覆盖，每千人拥有社会体育指导员 2.16 名，带动全国体育产业总规模达到 5 万亿元。促进体育资源向优质企业集中，在健身设施供给、赛事活动组织、健身器材研发制造等领域培育一批“专精特新”中小企业、“瞪羚”企业和“隐形冠军”企业，鼓励有条件企业以单项冠军企业为目标做强做优做大。

在各项政策的指导下，中国体育产业规模将进一步扩张，产业结构和发展完成从体育用品制造产业为主的体育产业结构向体育服务业、体育用品制造产业共同发展的体育产业结构升级。公司作为国内健身器材行业较具竞争力的企业，前述法规政策将为公司带来良好的业务机遇和市场空间。

（三）发行人所处行业特点和发展趋势

1、所处行业特点

（1）差异化特点

发行人所处行业具有差异化特点，具体表现为以下三方面：

①客户需求差异化特点。我国是全球最大的健身器材生产基地，产品远销全球各地，不同地区、不同人群对健身器材的需求和习惯亦有不同（如在疫情影响下，欧美家用健身器材销量快速增长，而日本则在短期上涨后迅速下滑），因此对于出口产品多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，国内厂商依据客户需求或图纸进行研发、生产。

②产品差异化特点。客户需求的差异化特点导致健身器材产品类型同样具有差异化特点，同一类型产品规格、参数和功能差异较大，产品价格和适用的目标群体差异均较大。例如发行人史密斯机销售单价从 800 元到 11,000 元不等，椭圆机销售单价从 500 元到 11,000 元不等，价格、用途等差异较大。

③行业参与者差异化特点。由于客户需求、产品参数均具有差异化特征，单一的健身器材生产企业无法通过单纯的扩大规模满足市场需求，导致发行人所处行业参与者众多，市场份额相对分散，不同参与者在规模、经营模式、目标市场、产品结构、产品定位等方面均存在较大差异。例如，舒华体育、英派斯两家已上市企业 2020 年度健身器材销售额分别为 12.29 亿元人民币和 8.65 亿元人民币。按照 Allied Market Research 全球健身器材规模 116 亿美元测算，舒华体育和英派斯全球市场占有率分别为 1.64%和 1.16%。按照我国健身器材同期出口规模 455.81 亿人民币测算，舒华体育和英派斯健身器材销售收入占 2020 年出口总额的比例分别为 2.70%和 1.94%，分散特点较为显著。其中舒华体育以家用有氧健身器材的内销为主，英派斯以商用健身器材的外销为主，公司则以家用健身器材的外销为主，产品结构差异化特征显著。

（2）国内外供需结构性错位

全球健身器材市场呈现供需结构性错位，供给集中在我国，需求集中在欧美地区。Allied Market Research 数据显示，一方面，美国和欧洲是健身器材主要消费市场，2020 年规模将达到 75.11 亿美元，占预计的全球健身器材消费市场 116 亿美元的 65%，其健身器材主要依赖于进口；另一方面，我国是全球健身器材最大供给国，海关数据显示，2020 年度我国以各类贸易方式出口的健身器材约 455.81 亿元人民币，供给量占全球供给总量一半以上，但人均健身器材消费情况远低于欧美国家。

形成供需结构性错位的主要原因包括：第一，供给方面，健身器材呈现产业聚集特征，具体详见下文“（4）产业集群特点”部分；第二，需求方面，健身器材的市场需求与居民生活水平之间存在较为显著的关系，因此经济发展水平较高的欧美地区健身器材需求量和消费量较高。

供需结构性错位导致全球健身器材销售市场由欧美企业主导，我国健身器材生产企业虽然在生产制造环节积累了丰富的经验、技术等优势，但在国际市场竞争中因品牌效应、销售渠道、售后服务等方面的欠缺，主要以 ODM 或 OEM 方式向欧美市场出口为主，且企业数量众多、规模化企业较少，导致自主品牌在国外市场的占有率不高且以线上销售为主，终端市场定价权主要由国外企业掌握。提升自主品牌效应、建设自有销售和售后服务渠道、增强产品研发能力等已成为

国内健身器材制造商“走出去”的必然选择。

（3）周期性特点

健身器材的周期性主要体现在原材料驱动的周期性和健身器材供需关系驱动的周期性两方面。具体来说，一方面，钢材是健身器材成本的主要构成，钢材价格的波动直接导致健身器材成本的相应波动，因健身器材行业多为以销定产模式，原材料价格的波动能够迅速传导并体现在产品销售价格中。因此，健身器材销售价格具有随钢铁行业周期波动的周期性特征。另一方面，健身器材市场需求与居民人均可支配收入、经济发展等宏观经济周期具有一定关联度，但随着居民健康意识的提升，对运动健身重视程度提高，在一定程度上削弱了经济波动对健身器材行业的周期性影响。此外，新冠肺炎疫情等偶发性事件会刺激居民对健身器材的消费、改变居民健身习惯，提升市场需求量，因此健身器材供需关系导致的周期性特征随着居民生活水平和健康意识的提升在逐渐弱化。

（4）产业集群特点

健身器材生产所需原材料种类众多，且多采用以销定产模式，原材料供应链的完整性、供应的及时性和规格的适用性对生产企业较为重要，需要各零件上游厂商的密切配合，且销售环节的产品运输需靠近港口等交通枢纽以降低成本，故全球健身器材产业主要集中在以我国为代表的资源丰富、产业链完整、运输条件较好的地区，而我国健身器材行业亦逐渐呈现地区产业聚集特征。从政策上来看，我国致力打造一批符合市场规律、具有市场竞争力的体育产业基地。

综上，在产业链环节配合需求和政策指引的双重作用下，全球健身器材一半以上产能集中在我国，我国的健身器材行业呈现产业集群特征，形成了广东、福建、江苏、浙江、山东、北京、上海七个沿海经济发达地区体育用品行业集中区域[2]。

2、所处行业发展趋势

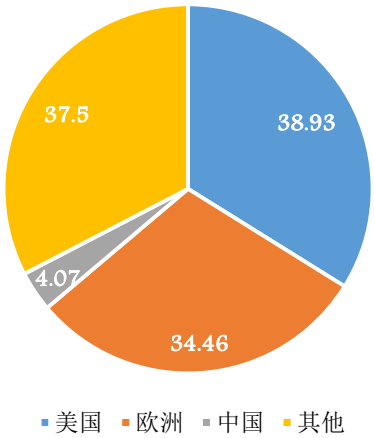
（1）健身器材行业概况

根据产品类型划分，全球健身器材市场分为有氧健身器材、无氧健身器材及其他健身器材。2016 年至 2019 年，全球健身器材行业市场规模从 102.96 亿美元

[2]《2018 年中国体育用品产业发展报告》，中国体育用品业联合会

增长至 114.96 亿美元，年复合增长率为 3.74%，其中，有氧健身器材年复合增长率为 3.95%，无氧健身器材年复合增长率为 3.62%。跑步机、椭圆机等有氧健身器材 2019 年较 2018 年增幅达到 3.92%，占全球健身器材市场规模的 56.56%。得益于各国人群健康意识的提升，全球健身器材市场规模将持续增长，2020 年行业市场规模达到 116 亿美元，预计 2028 年将达到 148 亿美元。

全球健身器材市场消费规模（亿美元）



数据来源：Allied Market Research,《Global Fitness Equipment Market,2020-2027》

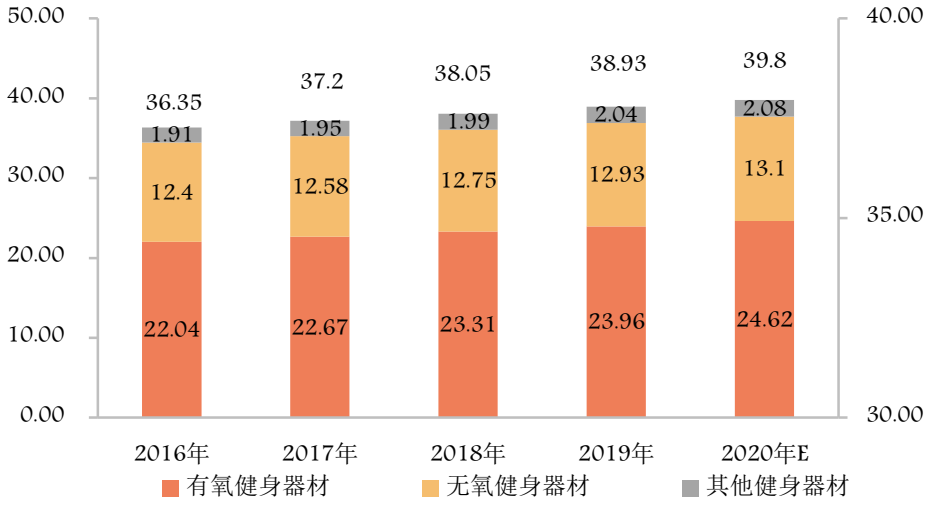
①欧美地区是全球最大的健身器材消费市场

从健身器材消费市场来看，美国、欧洲健身产业起步较早，健身器材消费市场规模处于全球领先地位，中国健身意识普及较晚，健身器材消费市场规模较小，未来成长空间较大。

2016 年至 2019 年，美国健身器材消费市场规模从 36.35 亿美元增长至 38.93 亿美元，年复合增长率为 2.31%。据 Allied Market Research 预计，2020 年美国健身器材消费市场规模将达到 39.80 亿美元。

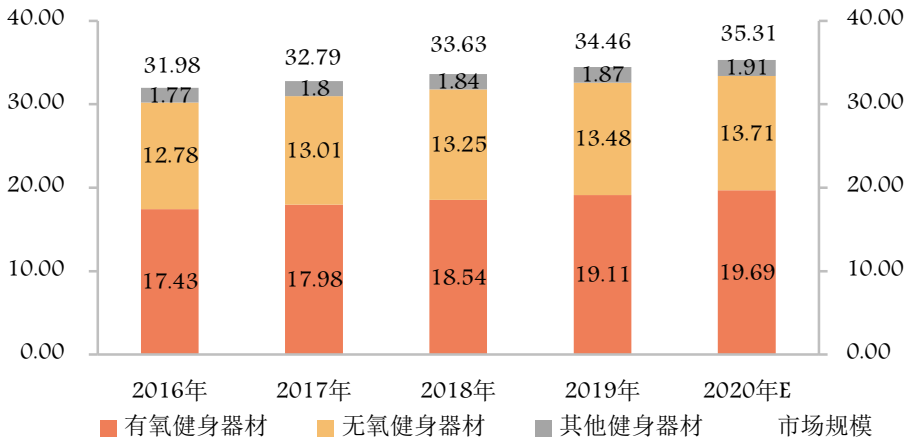
2016 年至 2019 年，欧洲健身器材市场规模自 31.98 亿美元增加至 34.46 亿美元。据 Allied Market Research 预计，2020 年欧洲健身器材市场规模将达到 35.31 亿美元。

2016-2020 年美国健身器材行业市场规模及预测（单位：亿美元）



数据来源：Allied Market Research,《Global Fitness Equipment Market,2020-2027》

2015-2020 年欧洲健身器材市场规模及预测（单位：亿美元）



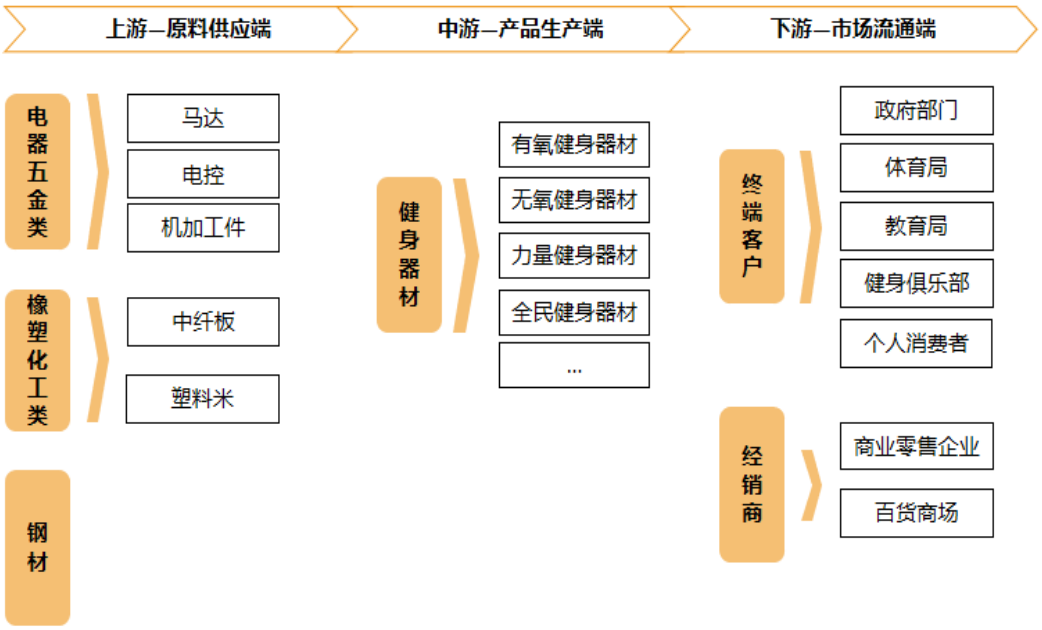
数据来源：Allied Market Research ,《Global Fitness Equipment Market,2020-2027》

②我国是全球重要的健身器材制造国家

我国是世界上的重要健身器材制造国家，据艾媒网、华金证券研究所数据显示，2017 年我国制造的健身器材占据全球健身器材市场 53%的市场份额。海关数据显示我国 2020 年以各类贸易方式出口的健身器材合计 455.81 亿元人民币，按照 Allied Market Research 数据，2020 年全球健身器材消费规模 116 亿美元计算，我国仅出口的健身器材已占全球总量的 60%左右。

③我国拥有较为健全的健身器材产业链体系

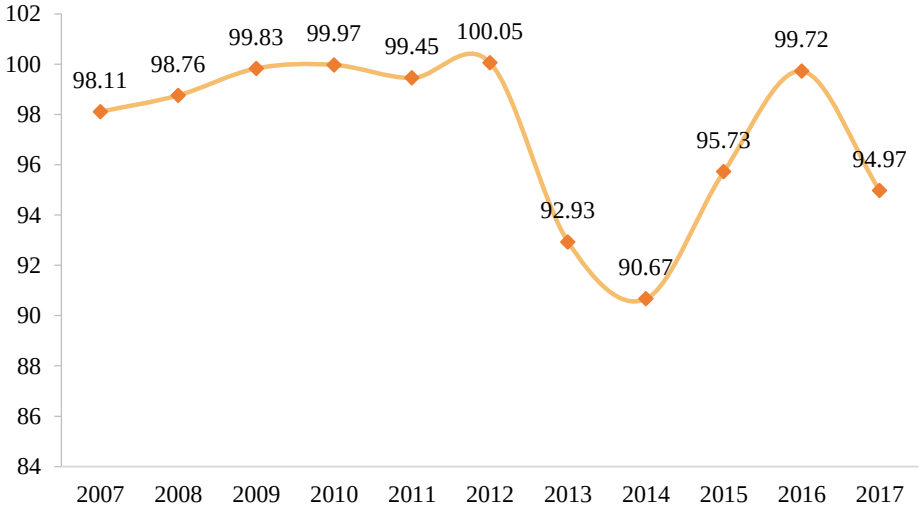
我国健身器材行业经历多年的发展形成了较为完善的上下游产业链，包括上游原材料供应端、中游产品生产端、下游分销商和终端客户。



原材料供应方面，健身器材生产所需的主要原材料及配件为钢材、橡塑化工材料和电器五金件等，上述材料价格变动会直接影响产品的生产成本。我国钢材、橡塑化工材料等原材料供应充足。根据国家统计局数据显示，2021 年 1-9 月中国粗钢累计产量为 8.06 亿吨，同比增长 2%，健身器材行业的主要原材料钢材供应充足；橡塑为石油附属产品，是常规化工产品，我国石油业的发展可满足健身器材行业的橡塑需求。综上，健身器材行业上游原材料供应充足，有利于健身器材行业进一步发展。

下游需求方面，按照健身器材销售对象的不同，健身器材行业的下游主要分为两大部分：第一，参与产品分销的经销商或贸易商，包括商业零售企业、百货商场等；第二，终端客户，包括政府部门、体育局、教育局、健身俱乐部和个人消费者等。中国体育用品联合会在《2018 年中国体育用品产业发展报告》中披露，2007 年至 2017 年健身器材制造行业产销率维持在 90.67%-100.05%之间，2012 年产销率为 100.05%，市场需求旺盛。

2007-2017 年健身器材制造行业产销率（单位：百分比）



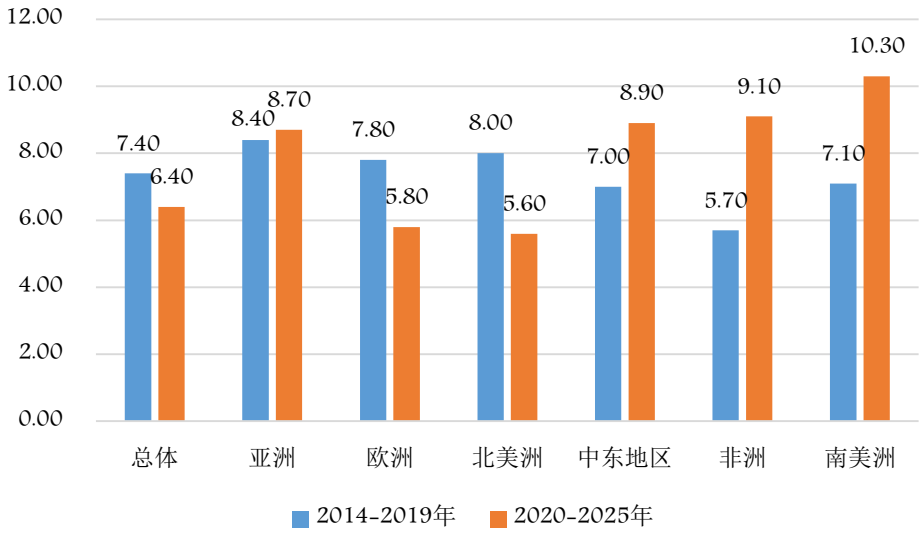
数据来源：国家统计局、前瞻产业研究院

（2）行业发展趋势

①全球体育产业稳定增长，亚洲市场潜力较大

随着全球经济发展，居民生活品质逐步提高，健康意识不断提升，体育产业快速扩张，逐渐成为全球经济的重要支柱。2013 年全球体育产值为 7.5 万亿元，据普华永道统计，全球体育产业在 2014-2019 年的平均增长率为 7.4%，产业增长趋于稳定，预计 2020-2025 年全球体育行业增长率为 6.4%。

全球体育产业规模增长率（%）

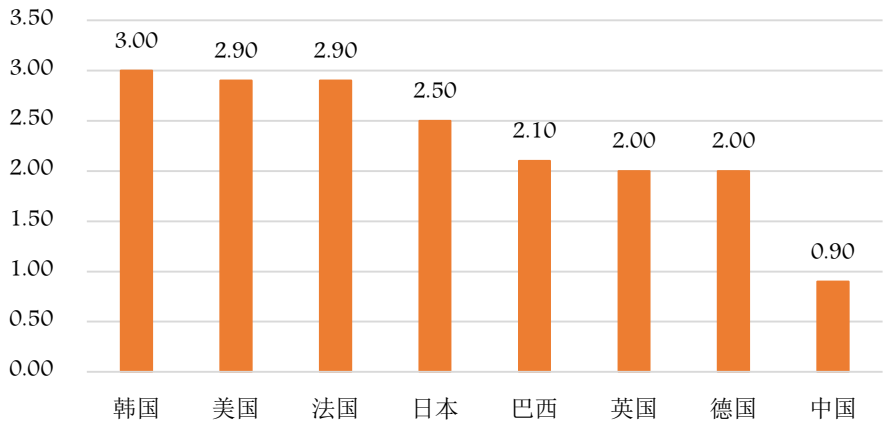


数据来源：普华永道、前瞻产业研究院

从全球各洲体育产业增长率情况看，北美洲和欧洲体育产业起步较早，目前发展较为完善，2014-2019 年平均增长率分别为 8.0%和 7.8%，未来增长趋于稳定；亚洲地区 2014-2019 年平均增长率为 8.4%，未来发展潜力较大，2020-2025 年亚洲体育产业将加速扩张，增长率达 8.70%。

从全球各国体育产业增加值占 GDP 比重来看，2016 年韩国、美国、法国体育产业增加值占 GDP 比例分别为 3.00%、2.90%、2.90%，体育产业在国民经济中占据重要地位。相比之下，我国体育产业增加值占 GDP 比重仅为 0.90%，与发达国家水平差距甚远，发展空间较大。

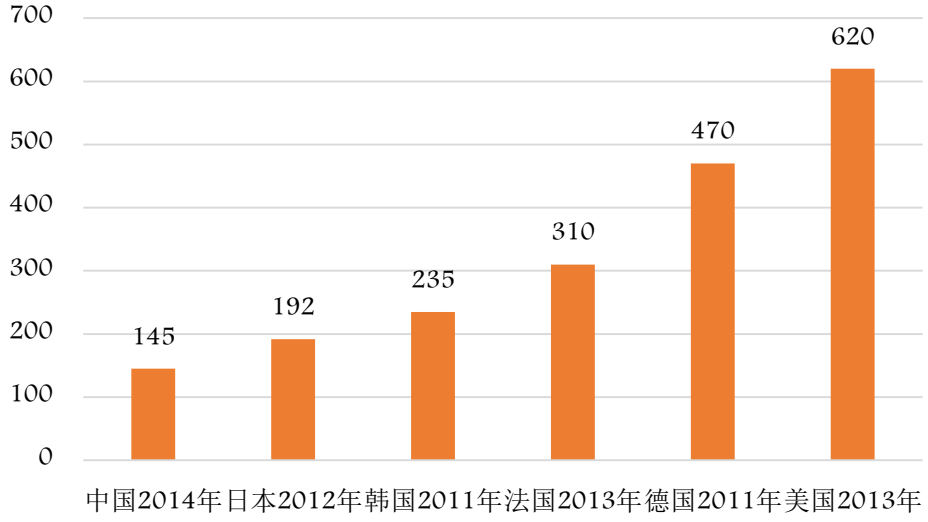
2016 年各国体育产业增加值/GDP



数据来源：艾瑞咨询、中银国际证券

从人均体育消费水平来看，2011 年德国人均体育消费水平已达 470 美元，2013 年法国人均体育消费水平约 310 美元，美国约 620 美元，而我国 2014 年人均体育消费水平仅为 145 美元，远低于发达国家，我国体育产业增长空间较大。

各国人均体育消费水平（美元）

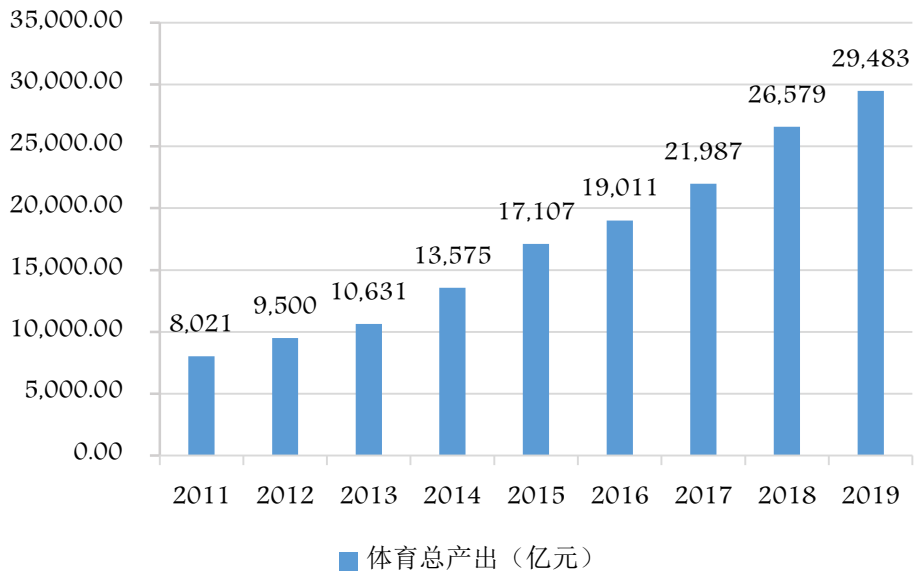


数据来源：艾瑞咨询、中银国际证券

②我国体育产业迎来高质量发展的新时期

近年来，我国陆续出台相关政策引导体育产业快速发展，将体育产业打造成国民经济重要产业。2020 年疫情冲击后，人们健康意识逐渐增强，体育消费需求提升，进一步推动体育产业成为国民经济发展的支柱型产业。国家统计局数据显示，2011-2019 年，全国体育产业总产出从 8,021 亿元增长至 2.95 万亿元，增长速度维持在 10%以上。

中国体育产业总产出

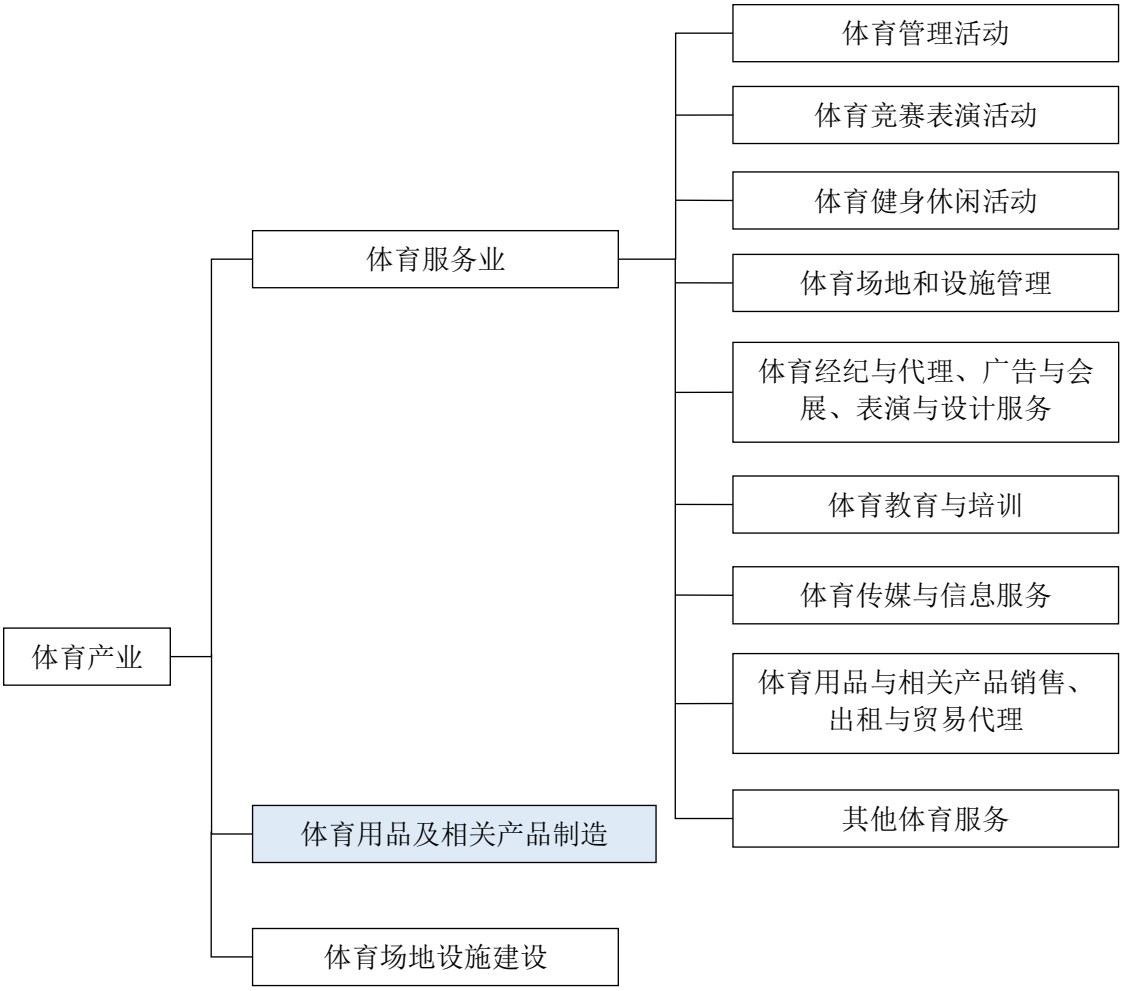


数据来源：国家统计局、国家体育总局

根据国务院办公厅 2014 年出台的《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》（以下简称“46 号文”），2025 年我国体育产业总规模将超过 5 万亿元，成为推动经济社会持续发展的重要力量。国家体育总局时任副局长李建明在国务院政策例行吹风会上提出，预计到 2035 年我国体育产业总量占 GDP 比重将达到 4%左右。在全球体育产业稳定增长的大环境下，国家产业政策将引导我国体育产业进入高质量发展的新时期。

③体育用品行业为我国体育产业重要组成部分

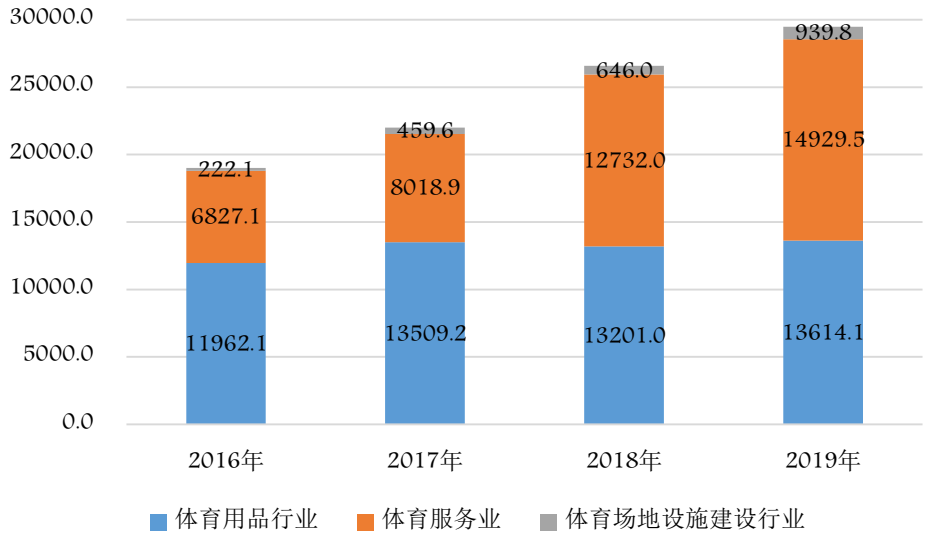
根据 46 号文、《体育产业统计分类（2019）》，体育产业主要包括体育服务业、体育用品及相关产品制造（以下简称“体育用品行业”）和体育场地设施建设。其中，体育用品行业是我国体育产业中发展最早，也是目前发展较为成熟的细分行业之一。



根据国家统计局、国家体育总局发布的数据，2019 年我国体育产业总规模

（总产出）为 29,483 亿元，其中，体育用品行业总产出为 13,614.1 亿元，占体育产业总产出的 46.2%，是体育产业的重要组成部分。

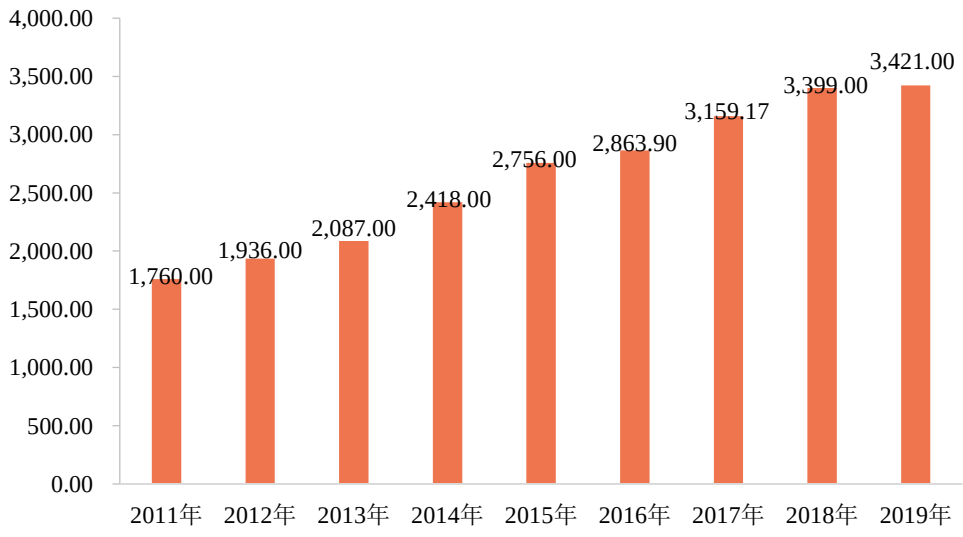
中国体育产业细分行业规模（亿元）



数据来源：国家统计局、国家体育总局

根据国家体育总局发布的数据，2011 年至 2019 年，我国体育用品行业增加值从 1,760.00 亿元增长至 3,421.00 亿元，年复合增长率为 8.66%，我国体育用品行业持续增长。

2011-2019 年中国体育用品行业增加值（单位：亿元）

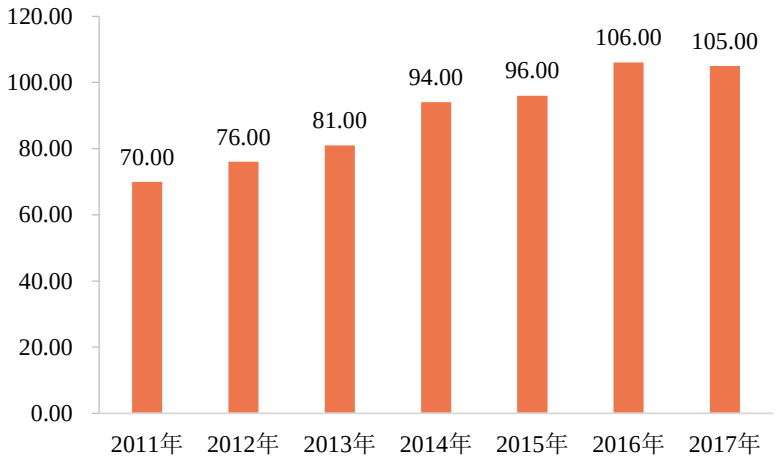


数据来源：《2018 年中国体育用品产业发展报告》、国家统计局、国家体育总局

从人均体育用品消费的角度看，2011 年至 2017 年我国体育用品行业人均消费规模基本呈现逐年上升的趋势，从 2011 年的 70 元增长至 2017 年的 105 元，

年复合增长率为 6.99%。

2011-2017 年中国体育用品行业人均消费规模（单位：元）



数据来源：前瞻产业研究院

根据 IHRSA（国际健康、球拍和运动俱乐部协会）2019 年的数据，截至 2019 年美国健身俱乐部数量是 39,570 家，健身持卡会员数 6,250 万人，健身人口渗透率为 20.3%。整个欧洲共有 61,984 家健身俱乐部，从 2017 年起每年的增长率约为 4.6%，健身人口达到 6,220 万人，渗透率为 10.1%。2019 年中国整个健身行业的健身会员数约为 6,812 万人，在会员的绝对数量上中国要高于美国，但在 13.95 亿人的总人口基数下，中国 4.9%的健身人口渗透率相比美国的 20.3%有着较大差距。疫情间接地促进健身人群的增长，尤其是家庭健身人群大幅度提高，这也意味着我国的健身人口渗透率在持续增长。

就健身人数渗透率和体育用品行业人均消费而言，我国与欧美发达国家差距较大[3]，我国体育用品行业人均消费规模仍有增长空间，体育用品行业发展前景较好。

④健身器材市场持续扩大

根据国家统计局发布的《体育产业统计分类（2019）》，体育用品行业包括体育用品及器材制造、运动车船及航空运动器材制造、体育用相关材料制造、体育相关用品和设备制造 4 小类，其中体育用品及器材制造类分为健身器材制造、球类制造、冰雪器材装备及配件制造等 7 个分支。体育用品行业的发展推动了各小

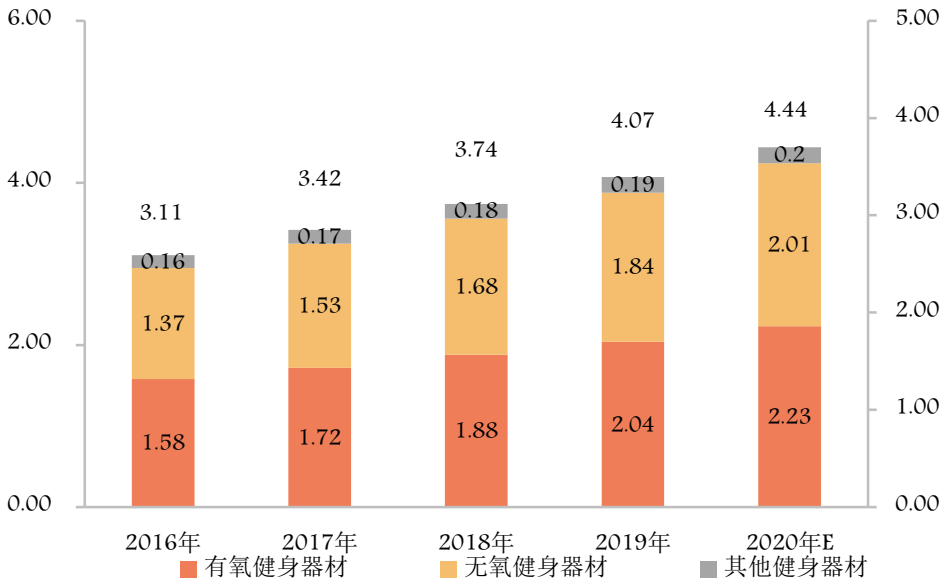
[3]《安信证券-健身行业主题报告：健身战“疫”~疫情下的健身产业，新需求开启新机遇？》

类和分支市场的增长，健身器材作为体育用品及相关产品制造行业的一部分，其消费市场随着体育用品产业市场的增长逐步扩大。

体育用品及相关产品制造	体育用品及器材制造	球类制造
		冰雪器材装备及配件制造
		其他体育专项运动器材及配件制造
		健身器材制造
		运动防护用具制造
		特殊体育器械及配件制造
		其他体育用品制造
	运动车船及航空运动器材制造	运动汽车、摩托车制造
		运动船艇制造
		航空运动器材制造
	体育用相关材料制造	运动地面用材料制造
		体育用新材料制造
	体育相关用品和设备制造	运动服装制造
		运动鞋帽制造
		体育场馆用设备制造
		体育智能与可穿戴装备制造
		运动饮料与运动营养品生产
		体育游艺娱乐用品设备制造
		运动休闲车制造
		运动康复训练和恢复按摩器材制造
		户外运动器材及其他体育相关用品制造

2016 年至 2019 年中国健身器材消费规模从 3.11 亿美元增长至 4.07 亿美元，年复合增长率为 9.38%。据 Allied Market Research 预计，2020 年中国健身器材行业的市场规模将达到 4.44 亿美元，从海关总署数据来看，2018 年、2019 年和 2020 年，我国健身器材出口金额分别为 212.87 亿元、236.93 亿元和 455.81 亿元，复合增长率高达 46.33%。

2016-2020 年中国健身器材行业市场规模及预测（单位：亿美元）



数据来源：Allied Market Research ,《Global Fitness Equipment Market,2020-2027》

目前中国城镇家庭平均每百户仅拥有 4 套健身器材，普及率尚不足 5%，健身器材普及率较低[4]，中国健身器材消费规模远小于欧美发达国家。2016 年之后，国务院将全民健身上升为国家战略，国内健身热潮日益高涨，消费群体成熟度及健身意识逐步提升，健身器材市场持续升温，我国健身器材消费市场规模将逐步扩大。

⑤健身全民化趋势显著

居民生活水平的不断提高推动其健康意识逐步增强，健身人群范围不断扩大，呈现出由中间年龄段逐步向“一老一小”两头扩张的趋势，健身全民化趋势显著。

《“十四五”时期全民健身设施补短板工程实施方案》显示，到 2020 年底，人均体育场地面积达到 2.2 平方米，新增社会足球场地超过 2 万块，经常参加体育锻炼人数比例达 37.2%，城乡居民达到《国民体质测定标准》合格以上的人数比例达 90%以上，人民群众健康生活方式正在逐步形成，统筹城乡的全民健身公共服务体系逐步健全。但是，人民日益增长的体育健身需要和健身设施发展不平衡不充分的矛盾较为突出，群众“健身去哪儿”的问题还没有得到有效解决。

A、室内健身普及率逐步提高

[4]《2018 年中国健身行业数据报告》，三体云动数据研究中心

室内健身是指以专业的室内健身器材为器具进行的以减肥塑形等为主要目的的有氧和无氧运动，我国室内健身普及率较低，但呈现逐步提高趋势。一方面，国家体育总局《2014 年全民健身活动状况调查公报》显示我国居民仅 1.2%以“减肥塑形”为目的，仅 3.2%在“室内健身房”锻炼，大部分居民以在室外健身广场跑步、散步为主要锻炼方式，而欧美国家健身房普及率远高于我国。以北美为例，IHRSA 数据显示，截至 2016 年，北美共有 36,742 家健身俱乐部，数量是我国的 9 倍左右，如果以总人口计算会员渗透率，北美健身俱乐部会员率为 15.8%，而我国仅为 0.5%左右，渗透率较低；另一方面，随着健身理念和习惯的不断变化，室内健身年轻人普及率逐步提高，“85 后”室内健身普及率显著高于“85 前”，《2014 年全民健身活动状况调查公报》显示，20-29 岁健身房渗透率为 7.8%，30-39 岁渗透率为 4.8%，从我国健身总体渗透率来看，2016 年仅为 0.5%，2019 年快速增长至 4.9%，普及程度不断提升。

B、老年康复健身器材市场前景广阔

全球老龄化趋势不可逆转，1960 年全球 65 岁及以上人口占总人口比重为 4.97%，2019 年全球人口老年占比已达到 9%，联合国相关数据显示，到 2050 年全球 65 岁以上的老年人口将超过 15 亿人，占总人口的 16%；我国 2019 年 65 岁以上人口占比约 12%，预计 2050 年占比将增长至 26.10%。

在此背景下，2016 年，国务院发布《关于加快发展康复辅助器具产业的若干意见》，明确提出到 2020 年，康复辅助器具产业自主创新能力明显增强，产业规模突破 7,000 亿元，布局合理、门类齐备、产品丰富的产业格局基本形成，涌现一批知名自主品牌和优势产业集群。2019 年，工业和信息化部、民政部、国家卫生健康委员会、国家市场监督管理总局、全国老龄工作委员会办公室联合发布《关于促进老年用品产业发展的指导意见》，明确指出，到 2025 年，老年用品产业总体规模超过 5 万亿元。

根据民政部制定的《中国康复辅助器具目录》代码“064815 上肢训练器械、躯干训练器械和下肢训练器械”的康复辅助器具对应发行人所在健身器材市场下的细分老年康复健身器材市场。

C、青少年体育训练重视程度不断提升

2020 年 10 月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于全面加强和改进新时代学校体育工作的意见》和《关于全面加强和改进新时代学校美育工作的意见》，明确提出以服务学生全面发展、增强综合素质为目标，坚持健康第一的教育理念，推动青少年文化学习和体育锻炼协调发展，帮助学生在体育锻炼中享受乐趣、增强体质、健全人格、锤炼意志。当前学校仍以传统球场、单杠、双杠等体育设施为主，具有辅助锻炼功能的无氧健身器材、笼式足球场等更具针对性和功能性的设施普及率较低，未来发展空间较大。

D、全民室外健身设施需求旺盛

2020 年 9 月，国务院办公厅发布《关于加强全民健身场地设施建设发展群众体育的意见》，明确提出完善健身设施建设顶层设计，增加健身设施有效供给，补齐群众身边的健身设施短板，大力开展群众体育活动，统筹推进新冠肺炎疫情防控和全民健身促进工作。争取到 2025 年，有效解决制约健身设施规划建设的瓶颈问题，健身设施配置更加合理，健身环境明显改善，形成群众普遍参加体育健身的良好氛围。各地区要结合相关规划，于 1 年内编制健身设施建设补短板五年行动计划，明确各年度目标任务，聚焦群众就近健身需要，优先规划建设贴近社区、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、小型足球场等健身设施。2021 年 4 月，国家发展改革委、体育总局联合印发《“十四五”时期全民健身设施补短板工程实施方案》，明确提出到 2025 年，全国人均体育场地面积达到 2.6 平方米以上，每万人拥有足球场地数量达到 0.9 块以上，全民健身场地设施更加公平可及，户外运动公共服务设施逐步完善，形成供给丰富、布局合理、功能完善的健身设施网络，群众“健身去哪儿”的问题逐步得到解决。全民室外健身市场将在政策驱动下进入快速增长通道。

⑥健身器材智能化趋势加速

随着科技的不断发展，传统健身器材单一的机械健身功能已无法满足使用者需求，对健身过程中的娱乐性、共享性、互动性、科学性、安全性等多方面提出更高要求，智能健身器材的特点体现在科学的健身指导，与大数据联合健身数据共享化、健身过程安全高效、健身过程更具有趣味性、直观明了健身效果等方面，健身器材的智能化趋势不可逆转。

例如，智能化健身器材对比传统的健身器材它具有更高的安全性，其通过感知人体运动过程中的生理特征变化，如血压、肌肉兴奋、呼吸速度、心率、速度、体温、步态等参数，实时掌握健身者在运动时的真实生理安全、运动情况等，能对这些参数进行分析处理，及时调整控制系统，以防止运动健身时出现不适应的状况或伤害；与传统的健身器材只能依靠健身教练得到比较好的健身锻炼方法不同，智能健身器材为健身者提供高效的健身指导方法，智能健身器材集成了心率计、电子秤、血压测量器、体能测试器、身体成分检测仪器等多种身体检测仪器，能及时的把控使用者身体情况，例如智能跑步机、智能动感单车、智能力量器械等都可以全面检测你的身体状况，如代谢情况、心肺功能、体能状况、肌肉状况和关节情况等，根据这些数据来定制合理的健身指导方案。

⑦电商模式快速发展，线上+线下深度融合

随着电商平台逐渐成为人们的日常消费习惯，越来越多的企业开始以大数据为依托，深度融合线上、线下销售渠道，建立全渠道销售模式。健身器材具有体积庞大、运输成本高、购买频率较低和售后服务要求较高等特点，线下体验店和线上引流相结合的模式可以促进企业转型升级，实现线上和线下的快速融合，最终完成从客流到现金流的转化。在新零售、后疫情背景下，线上和线下的深度融合是健身器材市场发展的重要方向。

3、发行人的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

发行人的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况详见本招股说明书“第二节　概览”之“五、发行人符合创业板定位”部分。此外，通过本次募投项目的实施，发行人拟继续从产品智能化、生产制造智能化等方面不断推进健身器材传统制造业和新技术的深度融合。

三、发行人所处行业竞争状况

（一）行业竞争格局

我国健身器材制造行业竞争格局表现出市场规模大、产能分散、规模化企业较少等特征。具体来说，一方面，我国是全球最大的健身器材生产地，供应量占全球总量的一半以上；另一方面，我国健身器材消费需求尚未充分开发，人均消

费量与欧美国家存在较大差距，市场空间较大。该结构性错位导致全球健身器材销售市场由欧美企业主导，我国健身器材生产企业主要以 ODM 或 OEM 方式向欧美市场出口为主，企业数量众多、规模化企业较少，自主品牌在国外市场的占有率不高、且以线上销售为主，具体详见本节“二、发行人所处行业基本情况和发展趋势”之“（三）发行人所处行业特点和发展趋势”部分。

（二）行业技术水平和特点

健身器材制造业生产环节中各工序的工艺技术水平均已较为成熟，行业参与者在技术方面的差异主要体现在产品功能设计的合理性和可用性、生产工艺的精细化、成本效益最优化等方面以及与其他技术的深度融合等方面。

第一，公司具备保障功能设计合理性和可用性的能力。健身器材，尤其无氧器材在设计时需依托人体工学理论基础，充分考虑人体生物力学结构和各肌肉群特点，在发力角度、锻炼轨迹等方面需在理论基础上经过大量的实践以积累有效的经验数据，让产品既能达到最佳的锻炼效果（如锻炼的目标肌肉准确），又能充分考虑安全性、美观性等，同时还能最大限度的提高功能的综合性，以“一机多用”的方式满足消费者的各类需求。

第二，生产工艺的精细化、成本最优化以及与其他技术的融合。健身器材生产工序较为复杂，涉及机加工、焊接、喷涂、表面处理、烫压、刺绣、电泳、电镀、浸塑、装配和智能化等众多工艺环节的相互配合，任一环节出现瑕疵或脱节，均会影响产品品质、交货及时性。因此，企业需结合自身的生产能力、资质许可、技术储备等合理规划生产工序和计划，通过自产、外协、外购相结合的方式在保障产品质量的前提下实现收益最大化，例如，对于资质管控较严的电镀环节多采用外协方式完成，对于工序、工艺上略有差异且生产环节技术含量较低的室外全民健身器材主要采用贴牌方式采购，对于产品智能化所需的软件、硬件以及塑料制品等辅料多采用定制化方式外购，对于电机、螺丝等标准件主要通过直接采购的方式完成。

（三）发行人行业地位

公司深耕健身器材行业二十余年，专注于健身器材的研发与生产，打造了丰富的产品体系、优质的产品质量，积累了广泛的客户群体，已参与并完成《二代

室外健身器材通用要求》团体标准（标准编号：T/CSGF 001—2018）、《走步机》团体标准（标准编号：T/CSSGA 1023—2019）等行业标准的制定，截至本招股说明书签署日，正在参与《固定式健身器材》国家标准、《中小学体育器材和场地 第一部分：体育器材的通用要求和试验方法》国家标准、《小蹦床》团体标准等行业标准的起草，综合实力位于行业前列，是国内健身器材行业的领军企业之一。

公司 2020 年度主营业务收入为 6.73 亿元，按 Allied Market Research 全球健身器材规模 116 亿美元测算，公司健身器材全球市场占有率约为 0.90%；公司 2020 年度出口销售收入为 5.40 亿元，占 2020 年我国健身器材出口总金额 455.81 亿元[5]的 1.18%。

（四）优势和劣势

1、竞争优势

（1）差异化的产品研发设计能力

健身器材行业具有差异化特征，该差异化特征源于客户需求的差异化，通过产品的差异化传导，最终体现为市场参与者的差异化，详见本节“二、发行人所处行业基本情况和发展趋势”之“（三）发行人所处行业特点和发展趋势”部分。因此，市场参与者通过差异化的定位实现产品差异化来应对需求差异化的能力是市场竞争力的重要体现。

公司从事健身器材生产二十余年，通过“外销定制化+内销品牌化+线上市场化”之三位一体销售模式，对海量客户需求进行全面的收集、分析、总结，积累了丰富的产品研发设计经验和多样性的生产模具，既能够满足各类客户对产品的差异化需求，亦能根据市场需求走向及时抓住市场热点、研发新品。截至本招股说明书签署日，公司拥有发明专利 8 项、实用新型专利 57 项、外观设计专利 155 项，境外外观专利 13 项，与产品相关的软件著作权 6 项，产品多达千余种，在差异化的产品研发和设计能力方面具备一定优势。

公司自主研发的各类综合训练器可在较为有限的训练空间内满足多人同时训练，且覆盖人体各大肌肉群及部分小肌肉群的训练需求。适用于场地较为有限

[5] 数据来源于海关总署官网

的健身房、私教工作室、家庭健身室、酒店健身室、企业活动室等多种健身、休闲及活动场所。该类产品对公司的研发设计有较高的要求，需考虑产品的占地面积、功能多样化、各功能空间布局合理性、各功能配重协同性、耐用性等多方面因素，公司通过多年的研发技术积累能够不断开发出成熟的、适于量产的该品类产品，在市场上深受消费者、客户的欢迎与认可。

（2）多元化的销售体系

公司基于丰富的行业经验、差异化的产品体系建立了内销与外销相结合、线上与线下相结合、ODM/OEM 与自主品牌相结合的完善的销售体系。具体来说，第一，公司以定制化设计生产能力为基础，以 ODM/OEM 模式与多家国外知名健身器材品牌商建立了稳定的合作关系，产品进入 Argos、Walmart、Dicks Sporting Goods 等多家世界知名零售卖场，远销美国、欧洲、澳大利亚等 20 多个国家和地区；第二，公司“JX”、“军霞”、“康力源”等自主品牌经过了多年的经营与沉淀，在国内形成了较好的品牌知名度，建立了稳定的经销商模式与市场化的贸易商模式相结合的销售体系、以招投标为主的政府采购与市场化的企业采购相结合的直销体系；第三，随着互联网的飞速发展，线上渠道逐步成为了公司重要的销售方式，尤其居家健身习惯普及导致的家用健身器材需求增长与公司产品结构更为契合，线上销售已成为公司自主品牌增长的重要动力。最近三年，公司线上销售额分别为 3,879.73 万元、4,441.25 万元、9,808.92 万元，年复合增长率高达 59.00%。

（3）稳定健全的供应商体系

健身器材行业对生产企业供应商体系的完整性、供货及时性和稳定性有较高要求。具体来说，第一，健身器材生产所需原材料涉及种类较多，包括钢材、电机、电子器件、塑料件、橡胶件、紧固件、配重类、轴承类、油缸气缸、五金件等数十类别，各类别涉及大量不同类型，如钢材根据类型不同可分为钢板、钢丝、圆钢、方钢等，同一类型材料的规格亦有较细区分，如钢管根据长度、壁厚、外径等参数的不同可细分为上百类，因此，生产企业对供应商和原材料品类的完整性有较高要求；第二，由于健身器材行业普遍采取以销定产的经营模式，原材料采购的品类、规格和数量等均需在取得销售订单后确定，而销售订单约定的交货期均较为紧凑，因此，生产企业对供应商供货的及时性有较高要求；第三，鉴于

生产企业对原材料的完整性和及时性均有较高要求，其与供应商建立合作后均需就前述要求进行一定时间的磨合以确保能够保障公司正常运行，供应商的频繁变动对生产企业的日常运营会产生较大不利影响。因此，生产企业对供应商的稳定性有较高要求。

康力源经过多年的经营，建立了稳定健全的供应商体系，能够充分保障原材料供应的完整性、及时性和稳定性。

（4）高效的生产组织能力

①各工序和产品之间的高效协调

健身器材生产工序包括机加工、焊接、喷涂、表面处理、烫压、刺绣、电泳、电镀、浸塑等众多工艺环节，产品差异化特征导致不同产品型号涉及的工序亦有较大差异，同时，瓶颈工序制约着总体产出能力，而非瓶颈工序无助于产能的提升，还会因富余产量导致部分零部件库存增加导致流动资金压力。健身器材制造商需综合考虑原材料供应、订单交期、各工序瓶颈产能、各产品之间的切换等因素后统筹安排生产计划，并结合自身各环节产能、规模效应等因素将某些工序部分或全部通过外协方式实现，既保障产品按期交付又充分发挥各工序最大产能。

公司在生产组织管理方面积累的丰富的经验，建立了完善的生产管理流程。具体来说，公司以 BOM 单为出发点，通过生产排程表、生产计划令、领料单、派工单等机制，不断提高生产排程的科学性、严肃性与合理性，改进计划编制和排产方法，通过分析生产现场出现的“瓶颈”现象，改善生产管理和现场管理，优化物流等配套管理，使瓶颈工序上的资源得到充分利用，并在此基础上追求配套生产，尽可能地缩短产品的生产周期，减少生产过程中的在制品，保证排程的科学性、严肃性与合理性，增加成品产能、减少零部件库存，在有效平衡并充分发挥各工序产能的同时，实现了成本效益最大化。

②柔性化的产品生产切换管理能力

健身器材具有显著的差异化特征，不同客户对产品的需求不同，不同产品的规格和参数不同，不同规格和参数导致生产过程中的用料、工艺、流程等不同，因此健身器材制造商需根据客户订单、市场需求不断切换生产作业内容、调整工艺流程以满足不同产品的生产需求，该切换涉及原材料、工装（如模具/夹具）、

设备、软件程序等多方面的重新选取和调整，且对生产作业排程的合理性提出了较高的要求，在不增加设备和人员等投入的情况下，任一环节切换效率或总体安排合理性的欠缺均会严重降低生产效率、影响产品质量，影响市场竞争能力和品牌形象。

公司经过 20 余年的不断探索、研发和创新，通过优化生产排程科学性、提高相对标准化程度，实现了多品种、小批量的柔性化切换的生产能力，在定制化生产能力、生产效率、成本控制和质量一致性等方面形成了显著的竞争优势，具体情况如下：

第一，通过提高生产排程的科学性，保障各产品生产排期的合理性与可行性，从整体管理上提升生产体系在不同产品之间切换的效率；

第二，在差异化框架下提取通用要素，化零为整，提高标准化程度。生产线在不同产品间的切换需更换模具/夹具等各类工装，通常情况下仅更换夹具的时间就高达 30 分钟，为满足产品差异化的需求，生产线需不断在不同产品之间切换，对生产效率的影响极大。公司通过在满足差异化的前提下，在众多差异化产品、差异化工序、差异化工装中提取通用要素，形成局部通用的标准化体系，从而将零散订单、差异化产品化零为整，大幅提高了生产和产品切换的效率。

（5）有效的产供销衔接机制

产供销衔接机制的有效性对健身器材制造企业的经营至关重要，公司自成立以来，充分结合行业特点、客户需求等不断探索、优化产供销管理机制，形成了一套符合行业特点的有效管理体系。具体来说，由于钢材为大宗商品，其受供求影响，价格波动幅度较大，不同产品所用钢材规格型号差异也较大，若大量提前采购原材料备货，不但会增加现金流压力，也会在钢材价格下浮时承担亏损，还可能出现库存原材料规格与订单无法匹配的情况。因此，在以销定产模式下，公司在获取客户采购意向后，根据钢材市场价格结合具体产品 BOM 单确定成本区间并向客户报价，达成一致后客户下达订单，取得客户订单后向供应商下单采购，并按照制定的生产排程安排供应商发货，原材料入库后由生产部门按照生产排程领用。

2、竞争劣势

（1）产能面临瓶颈

2018 年和 2019 年公司产能利用率分别为 61.80%、70.85%，2020 年市场需求增长，公司对康力源二期进行了验收投产以应对产能不足，当年产能利用率 116.19%，2021 年上半年产能利用率仍高达 116.01%，处于超负荷状态，亟需扩充产能。随着公司产销规模在行业需求、新领域扩展等因素的驱动下持续增长，公司可能面临因产能瓶颈导致的交货不及时，进而影响与客户间的商业合作及经营。

（2）自主品牌建设有待加强

虽然公司致力于自主品牌的打造，在内销和跨境电商方面取得了一定成果，但因供需结构性错位等行业原因，公司线下外销仍以 ODM 模式为主。随着国内人工成本的提高、消费者品牌意识的提升，单纯通过该模式参与国际市场的难度将逐步加大，以研发创新为起点，提升品牌运营能力，构建核心竞争力，打造自主品牌是公司乃至国内健身器材行业未来发展的必然选择。

（3）智能化程度有待提升

产品方面，随着科技的不断发展，传统健身器材单一的机械健身功能已无法满足使用者需求，对健身过程中的娱乐性、共享性、互动性、科学性、安全性等多方面提出更高要求。公司近年来致力于智能产品的研发与推广，成功量产多款带有自适应感应、人脸识别、数据共享、娱乐交互功能的产品，报告期内智能产品收入虽然呈现上升趋势但总体比例仍较低。此外，生产方面，虽然公司已引入部分智能化生产设备，但新旧生产设备的衔接、旧设备的进一步升级改造仍有待优化。

（五）面临的机遇和挑战

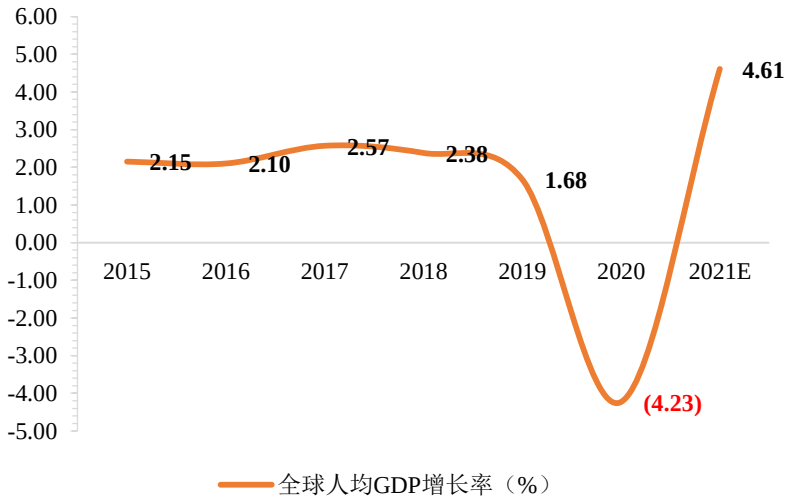
1、面临的机遇

（1）全球居民生活水平的提升为健身器材行业的持续发展奠定基础

随着国民经济快速发展和居民健康意识的不断提高，居民消费水平和消费能力逐步提高，促进了健身器材行业的发展。根据美国市场历史经验，在经济保持

较快增长阶段，体育用品市场将保持较快增长。目前全球正处于经济较快发展阶段，2015 年至 2019 年全球人均 GDP 持续增长，增长率维持在 1.68%至 2.57%，2020 年由于新冠疫情影响，全球人均 GDP 下降 4.23%，IMF 在 2020 年 4 月发布的《GLOBAL PROSPECTS AND POLICIES》中预测 2021 年全球经济将恢复，2021 年人均 GDP 有望增长 4.61%，经济水平将有所恢复，人民生活水平和消费能力的总体提升将促进体育用品需求扩大，推动全球体育用品行业的发展。

2015-2021 年全球人均 GDP 增长率（单位：%）



数据来源：GLOBAL PROSPECTS AND POLICIES，2020.4，IMF

（2）科技进步为健身器材提供新的发展空间

随着新一轮科技变革不断深化，云计算、大数据、物联网、互联网等新兴技术的应用推广将深刻改变健身器材的研发与生产，促进健身器材产品设计、生产制造方式、供销体系以及品牌运作模式升级，该升级会相应的刺激居民对健身器材的消费需求和黏性，健身器材行业有望在科技进步的驱动下继续增长。与此同时，零售模式发生变革，实体零售积极向线上发展，“互联网+”带来的线上零售模式变革为健身器材企业销售渠道的建立创造了有利的条件。上述新技术的发展和应用，将在终端消费者消费需求的采集、智能化生产设备的运用、销售渠道的拓展等多个方面，提高产品的市场竞争力，进而为健身器材行业带来新的发展空间。

（3）健身场所数量增加扩大健身器材市场规模

健身俱乐部和健身房数量不断增加，推动健身器材行业规模扩大。根据国际

健康、球拍和体育俱乐部协会（IHRSA）进行的年度调查，健康俱乐部、健身房和其他健身中心的数量显著增加。以美国为例，2005 年，其健身中心数量为 26,830 家，2017 年增至 38,477 家，健身俱乐部和健身房的会员人数也从 2005 年的 4,130 万人增至 2017 年的 6,080 万人。在全球范围内，2016 年的健身俱乐部数量比 2013 年增长了 4.5%[6]。此外，健身全民化的进一步深入也有利于健身器材市场的进一步增长。

2、面临的挑战

（1）国内企业面临国际角色转换的挑战

健身器材行业供给与需求的结构性错位导致全球健身器材销售市场由欧美企业主导，我国健身器材生产企业主要以 ODM 或 OEM 方式向欧美市场出口为主，企业数量众多、规模化企业较少，自主品牌在国外市场的占有率不高且以线上销售为主，终端市场定价权主要由国外企业掌握。未来，随着智能制造的不断升级，国内人工成本等优势存在逐步弱化并影响企业盈利能力的风险，国内健身器材制造企业面临由“制造”为主向“设计、制造、销售、品牌一体化”的综合性健身器材企业转换的挑战。

（2）行业整合将对市场参与者提出新的挑战

健身器材制造业的差异化特征导致该行业具有企业数量众多、市场规模分散、产品非标准化等特点，在该背景下，行业内的企业存在通过无序竞争的方式获取订单的情况，市场竞争的规范性有待提升。随着技术进步带来的规模效应、互联网带来的信息对称、环保趋严带来的成本上升等，在管理水平、设计水平、品牌效应、市场推广等方面具备优势的企业市场占有率将相对提高，规模小、规范程度低、管理水平欠缺、缺乏自主品牌的企业将面临被淘汰的风险。

（六）同行业可比公司

根据同行业公司主营业务与发行人的重合度，在上市公司和非上市公司中选取舒华体育股份有限公司（证券代码：605299）、青岛英派斯健康科技股份有限公司（证券代码：002899）、江苏金陵体育器材股份有限公司（证券代码：300651）、青岛鹰伯尔运动器材有限公司、南通铁人运动用品有限公司、澳瑞特体育产业股

[6]《Global Fitness Equipment Market,2020-2027》

份有限公司、深圳市好家庭实业有限公司为对比公司。

1、上市公司

序号	公司名称	公司业务简介
1	英派斯	英派斯采用纵向一体化业务模式，专业生产各种室内、外健身器材，率先构筑了从健身器材开发、制造、经营，到健身服务的完整健康产业链，英派斯主要客户为境外客户。
2	舒华体育	舒华体育拥有舒华（SHUA）和伯康（BANCON）两大品牌，提供多元化健身器材产品，是行业内产业链最完整的企业之一。舒华体育产品涵盖室内健身器材、室外健身器材和展示架，营业收入主要来自于境内客户。
3	金陵体育	专注于体育文化设施系统集成以及体育资源的整合服务，以体育装备、场馆建设、全民健身、赛事保障为核心业务，致力于向客户提供更高品质的体育装备和运动休闲环境。

注：前述信息来源于各公司招股说明书、年度报告等。

2、非上市公司

序号	公司名称	公司业务简介
1	鹰伯尔	鹰伯尔已形成 10 大系列 120 余个品种的健身器材专业综合生产能力，共开发新产品 50 多个品种，全年生产健身器材 40 万余台（套），是目前国内健身器材主要的生产经营企业，产品 95%以上销往美国、欧洲及亚洲等国家和地区。
2	南通铁人	南通铁人主营业务涵盖健身康复器材研发生产、健身康复服务、体育场馆运营管理、体育公园设计施工、体育赛事策划运营和奥运会赛事相关业务等。南通铁人产品远销美洲、欧洲等世界 60 多个国家和地区，现有员工 1,000 多人，其中各类专业技术人员 160 人，具有高级职称 15 人，获得国家专利 200 余项，多次参与体育器材国家标准的制定，并率先通过 NSCC 新国体认证。
3	澳瑞特	澳瑞特成立于 1999 年，是国内最早的健身器材专业制造商之一。目前生产的产品有氧健身器、专业力量训练器、运动康复及医疗器材、室外健身路径等十几大类 600 多个品种的系列健身器材，产品出口至美国、澳洲、欧洲等 60 多个国家和地区。
4	好家庭	好家庭是专业从事健身器材、体质监测、体育用品经营与生产的大规模连锁型企业，业务涵盖竞技体育、全民健身、商业健身、家庭健身等多个领域，业务由好家庭公共体育、好家庭健身科技、好家庭 Top Support 国际运动表现与康复中心组成。好家庭是国家高新技术企业，重视产品研发，拥有多项自主知识产权、100 多项专利，是数十项国家强制标准的参与起草单位，并先后获得“中国健身器材行业标志性品牌”、“中国名牌产品”、“中国驰名商标”等多项殊荣。好家庭目前设有 1 个研发中心、2 个生产基地，连续 13 年全国销售第一，2016 年好家庭以品牌价值 80.15 亿元成为中国品牌 500 强企业。

注：前述信息来源于各公司官网。

3、发行人与同行业可比公司在关键业务数据、核心竞争力指标等方面的比较情况

公司与同行业可比公司在关键业务数据、核心竞争力指标等方面的比较详见本节同行业对比和“第八节　财务会计信息”同行业对比相关内容。

四、发行人销售情况和主要客户

（一）主要产品的产能、产量、产能利用率和产销率情况

1、产能利用率

公司从事健身器材的研发、制造和销售，康力源设计产能为各类健身器材100万台/套，加一健康设计产能为各类健身器材50万台/套。

因健身器材为非标产品，品类、型号繁多，不同品类、型号产品生产时的用料、工序、工时点值等差异化显著，在总产能不变的情况下，产品结构不同，产量亦有较大差异。因此，仅用“台/套”无法合理、有效计量并反映产能、产量及产能利用率情况。

根据行业惯例（如同行业可比公司舒华体育）及公司生产工艺特点，公司生产工序中焊接环节具有可量化、可测量且属于核心瓶颈工序，不同产品亦能基于设计图纸测算出其生产所需焊缝长度。因此，用焊缝来反映的产能及产能利用率具有可行性。

（1）产能、产量测算过程和原理

①产能/理论焊缝长度

产能/理论焊缝长度=每年度焊机总数量*工作天数*每天的设计工作小时数*每小时焊接长度*0.8

其中，工作天数为每年320天，每天工作9小时，每小时焊接长度系选取了复杂程度不一的各类产品现场测算并取均值所得（以家用产品为主的康力源自动焊机和手工焊机分别为19.64米和12.88米，以商用产品为主的加一健康自动焊机和手工焊机分别为11.26米和6.73米），系数0.8系考虑产品或工装切换、焊接工人工作中适当休息的时长。

②产量/实际焊缝长度

产量/实际焊缝长度=焊丝耗用重量/60g

焊丝结算和入账单位系按重量计算，完成焊缝长度一米所耗用的焊丝约60g，因此实际焊缝长度按照焊丝耗用重量除以60g计算。

③测算结果

公司报告期内的产能、产量和产能利用率数据具体如下：

年度	理论焊缝长度（米）	焊条耗用量（kg）	实际焊缝长度（米）	产能利用率
2018年度	3,678,277.24	136,385.00	2,273,083.33	61.80%
2019年度	3,678,277.24	156,371.00	2,606,183.33	70.85%
2020年度	3,678,277.24	256,430.00	4,273,833.33	116.19%
2021年1-6月	1,968,890.75	137,046.00	2,284,100.00	116.01%

报告期内，按照焊接能力测算的产能利用率分别为61.80%、70.85%、116.19%、116.01%。2018年和2019年产能利用率较低，主要原因是：加一健康系发行人首次开展商用健身器材业务，2018年投产后，市场开拓、生产磨合等过渡期导致产能利用率偏低。2020年以来，境外新冠疫情推动下的居家健身习惯普及导致市场需求快速增长，发行人“家用+外销”的产品定位推动业绩快速增长，产能利用率保持较高水平。

发行人按照环保相关要求安装了流量计和COD在线检测仪，并聘请第三方环境监测机构对污染物排放情况进行定期监测。2021年7月，康力源及加一健康取得了环保部门出具的报告期内不存在环境污染事故、不存在因违反相关法规受到处罚的情形的证明，报告期内发行人不存在污染物超标排放的情形。

2、产销率

报告期内，发行人产销率如下：

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
产量（万台）	77.66	141.45	72.18	75.30
销量（万台）	72.88	137.37	72.11	79.22
产销率	93.84%	97.12%	99.91%	105.22%

注：上表不包括外购产品的销售。

报告期内，发行人产销率保持较高水平。发行人线下外销业务主要采取以销

定产模式，线下内销和境内外线上销售主要采取备货模式。2020 年以来，亚马逊业务快速发展，发行人增加备货数量，产销率较 2019 年略有下降；2021 年因海运船舱紧张，境外线下模式出货存在一定延迟，综合导致产销率略有下降。

（二）主要产品的销售收入情况

1、收入基本情况

报告期内，公司营业收入整体构成情况如下表：

单位：万元、%

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	37,297.96	99.37	67,320.85	99.77	37,943.65	99.37	36,718.34	98.92
其他业务收入	237.99	0.63	152.29	0.23	241.55	0.63	402.01	1.08
合计	**37,535.95**	**100.00**	**67,473.14**	**100.00**	**38,185.20**	**100.00**	**37,120.35**	**100.00**

报告期内，公司主营业务收入逐年保持增长，2019 年较 2018 年增长 3.34%，2020 年较 2019 年增长 77.42%，2021 年 1-6 月年化增长 10.81%，主要原因包括长期和短期两方面，具体如下：

（1）长期因素

第一，健身器材行业在智能化趋势下的全球产业结构调整为公司业绩增长提供了坚实的产业基础。传统健身器材制造对机械加工产业基础、原材料供应链的完整性、人力资源禀赋的充足性等方面有较高要求，导致健身器材制造业向以我国为代表的具备前述条件的区域转移并形成了一定产业集群。在此基础上，随着近年来互联网、物联网等新兴技术的不断成熟，健身器材在产品和生产工艺方面的智能化趋势不可逆转，相较其他传统健身器材制造产业集群而言，我国不但在机械加工、原材料供应链、人力资源等传统要素方面具有优势，同时在互联网、物联网、智能制造等新兴方向上亦具备显著优势，在新老产业基础优势的共同影响下，全球健身器材集群出现进一步向我国集中的趋势。

第二，全球居民生活水平不断提高为公司业绩增长提供了市场基础。健身器材的市场需求与居民生活水平之间存在较为显著的同向变化关系，近年来全球居民生活水平的不断提升导致居民健康意识增强、健身习惯普及，为公司业绩增长

提供了市场基础。

第三，互联网的发展为公司业绩增长提供了重要的渠道基础。健身器材行业存在供需结构性错位特征，导致我国企业以制造为主，销售渠道主要掌握在欧美地区企业手中，近年来亚马逊等跨境电商的健康发展为公司以自主品牌直接面向终端销售提供了渠道基础。

第四，居家健身外部条件的逐步成熟和习惯的逐步形成是公司业绩增长的重要因素。室内健身产业发展初期，因健身器械昂贵导致个人购买难度大、健身器械功能单一导致无法满足综合锻炼需求、设备体积大导致不便居家放置、健身知识匮乏导致需前往健身会所借助专业教练或熟练者指导等因素，主要以健身会所等商业用途为主，随着工艺技术的不断成熟，家用健身器材呈现出低价化、综合性、小型化等趋势，随着互联网的不断成熟、居民知识获取渠道的不断完善以及健身器材智能化、科学化程度的不断提高，对专业教练和熟练者指导的依赖性也逐步弱化，为居家健身提供了有利的条件。此外，居家健身相对健身会所等，具有一次购买可长期使用、锻炼时间可控、不受他人影响、无需出门等各种优势。因此，居家健身外部条件的逐步成熟和习惯的逐步形成是公司业绩增长的重要因素。

第五，公司经过 20 余年的不断探索与创新，在产供销各环节积累的竞争优势是业绩增长的核心内部因素，具体优势详见本节“三、发行人所处行业竞争状况”之“（四）优势和劣势”部分。

（2）短期因素

2020年初，全球新冠疫情的爆发在一定程度上加速了前述长期因素的影响，包括居家健身习惯的加速形成、跨境电商等新兴销售渠道快速成长、供给端的产业集群加速向我国集中等。

此外，公司为保持业绩增长的可持续性，从多方面采取了各类措施，包括不限于：第一，持续深化与原有客户的合作基础、加大合作力度，增强客户黏性；第二，不断开发业内知名客户，产品进入如阿迪达斯、锐步等大型企业供应体系，为未来业绩增长储备订单；第三，完善跨境电商布局，在美国、日本等地开设店铺，建立更丰富的线上销售渠道；第四，在产销规模增长的情况下，大力加强管

理水平、优化产销组织效率、提升自主品牌效应，进而增强市场竞争能力，提升获客能力。

2、按产品类别分类的销售情况

报告期内，公司按产品类别分类的销售情况如下：

单位：万元、%

项目			2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
室内健身器材	无氧器械	综合训练器	12,072.52	32.37	21,100.17	31.34	13,652.08	35.98	13,426.87	36.57
		自由力量训练器	16,209.45	43.46	28,406.54	42.20	12,080.29	31.84	12,063.48	32.85
		其他	634.95	1.70	1,235.35	1.84	873.34	2.30	658.28	1.79
		小计	**28,916.91**	**77.53**	**50,742.05**	**75.37**	**26,605.71**	**70.12**	**26,148.62**	**71.21**
	有氧器械	跑步机	3,233.57	8.67	7,024.74	10.43	5,313.04	14.00	5,032.00	13.70
		健身车	1,908.56	5.12	3,558.38	5.29	2,462.26	6.49	2,520.17	6.86
		其他	1,125.61	3.02	2,206.69	3.28	1,394.30	3.67	973.18	2.65
		小计	**6,267.74**	**16.80**	**12,789.82**	**19.00**	**9,169.60**	**24.17**	**8,525.35**	**23.22**
	小计		**35,184.65**	**94.33**	**63,531.87**	**94.37**	**35,775.32**	**94.29**	**34,673.97**	**94.43**
室外全民健身器材			1,928.00	5.17	3,392.76	5.04	1,913.67	5.04	1,743.69	4.75
其他			185.31	0.50	396.23	0.59	254.67	0.67	300.68	0.82
合计			**37,297.96**	**100.00**	**67,320.85**	**100.00**	**37,943.65**	**100.00**	**36,718.34**	**100.00**

以综合训练器和自由力量训练器为主的无氧健身器材业务是发行人核心业务，报告期内销售占比均保持在 70%以上，销售收入及占比均呈现逐年增长态势；有氧健身器材是发行人重要业务，报告期内销售收入呈现逐年增长趋势，收入占比略有下降；室外全民健身器材是发行人报告期内结合市场需求和国家政策着力开发的业务领域，占比相对保持稳定，随着国家全民健身计划的不断深化，该类业务有望保持增长趋势。各产品毛利率变动情况详见本招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（三）毛利水平分析”部分。

3、按销售模式分类的销售情况

发行人境内线下销售分为直销模式、经销商模式和贸易商模式三类，境内线

上销售分为直销模式和代销（京东自营）模式两类，境外销售分为线下贸易商模式和线上直销模式两类。模式的具体分类详见本节“一、发行人主营业务、主要产品及变化情况”之“（四）发行人的经营模式”部分。

（1）各模式收入及占比

①发行人情况

报告期内，发行人各模式实现销售收入及占比如下：

单位：万元、%

项目				2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
境内	线下	直销模式	金额	1,718.25	3,368.13	2,609.98	2,308.91
			占比	4.61	5.00	6.88	6.29
		经销商模式	金额	1,759.07	4,696.08	3,476.14	2,406.00
			占比	4.72	6.98	9.16	6.55
		贸易商模式	金额	1,021.47	2,569.07	1,929.41	1,217.50
			占比	2.74	3.82	5.08	3.32
	线上	京东自营	金额	354.44	674.11	419.92	293.53
			占比	0.95	1.00	1.11	0.80
		直销模式	金额	673.01	2,048.30	2,521.07	3,823.57
			占比	1.80	3.04	6.64	10.41
	合计		**金额**	**5,526.25**	**13,355.69**	**10,956.53**	**10,049.51**
			占比	**14.82**	**19.84**	**28.88**	**27.37**
境外	线下贸易商模式		金额	27,210.72	46,878.66	25,374.09	26,300.52
			占比	72.96	69.63	66.87	71.63
	线上直销模式		金额	4,560.98	7,086.50	1,613.04	368.32
			占比	12.23	10.53	4.25	1.00
	合计		**金额**	**31,771.71**	**53,965.16**	**26,987.12**	**26,668.83**
			占比	**85.18**	**80.16**	**71.12**	**72.63**
合计			**金额**	**37,297.96**	**67,320.85**	**37,943.65**	**36,718.34**
			占比	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**

为保持可比性，上表将对弘亚经贸的销售计入“境外”，将对军豪健身的销售根据军豪健身对外销售的性质穿透后披露，军豪健身不同模式销售占比如下：

单位：万元

项目				2019 年度	2018 年度
境内	线下	直销模式	金额	221.16	208.08
			占比	23.12%	5.68%
		经销商模式	金额	422.22	1,765.21
			占比	44.15%	48.16%
		贸易商模式	金额	200.21	1,086.32
			占比	20.93%	29.64%
	线上	线上直销	金额	112.78	605.69
			占比	11.79%	16.52%
合计金额				**956.38**	**3,665.29**

注：上表金额为康力源对军豪的销售金额。

从上表可见：

A、发行人线上销售金额和占比逐年提升。线上业务是发行人 2016 年来基于互联网、物流等配套服务的逐步完善开发的新型销售渠道，是未来业务发展的重要方向，境内线上业务起步于 2016 年，境外线上业务起步于 2017 年末。报告期内，线上销售额和占比逐年提升，具体如下：

a、总体来看，在物流、互联网、售后保障等配套服务逐步完善的背景下，居民线上消费习惯逐步普遍化，发行人线上业务规模总体保持增长趋势；

b、跨境电商方面，发行人自 2017 年末通过亚马逊平台启动跨境电商业务后，销售规模快速增长，加之 2020 年初全球新冠肺炎疫情背景下的居家健身习惯全面普及，导致报告期内境外线上销售增长幅度较大；

c、境内电商方面，第一，虽然近年来我国无氧运动健身人群有所增加，但相对欧美国家而言，我国居民健身仍以有氧运动为主，健身房渗透率较低，家庭购买健身器材亦以跑步机、椭圆机等为主，导致以无氧器械为主的发行人境内线上销售略有下降；第二，因我国健身器材制造企业较多且呈现分散化的竞争状况，在非自营模式下的电商平台竞争秩序有待提高，公司主要资源向更为规范的自营平台转移，导致非自营平台业绩下滑；第三，因发行人经营所在地的电商运营人才相对欠缺，加之消费者对购物体验的要求逐步提高，导致境内电商直销平台业绩出现疲软，京东自营销售规模呈现逐年增长趋势。

B、境外线下业务 2020 年以来保持快速增长。2020 年以来境外新冠疫情的持续蔓延既加速了需求端居家健身习惯的普及，亦加速了健身器材供给产能向我国转移，发行人专注家用健身器材制造 20 余年，在产品差异化、质量可靠性、客户基础以及交付能力等方面积累了显著优势，综合导致发行人境外线下业务快速增长。

C、境内经销商和贸易商模式收入出现一定波动。2018 年公司商用产品实现量产、但销量较小，2019 年商用产品境内经销商和贸易商模式下的销量较上年增长约 1,199.02 万元，导致总体收入提升；2020 年新冠肺炎疫情加速了居家健身的普及速度，导致境内经销商和贸易商模式下的各类产品销量均出现增长；上半年为健身器材行业淡季，导致 2021 年上半年销售收入年化金额较上年有所下降。

②同行业上市公司情况

因同行业上市公司定期报告未按照销售模式披露相关数据，相关数据均来源于其首次公开发行招股说明书相关内容，各公司销售模式分类口径略有区别，具体如下：

A、舒华体育

单位：万元、%

项目		2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
室内健身器材	经销	13,647.33	22.61	30,336.80	23.19	32,196.81	27.58	32,807.64	29.24
	直销	27,677.95	45.86	32,008.09	24.46	25,076.64	21.48	18,115.85	16.15
	小计	41,325.28	68.47	62,344.90	47.65	57,273.45	49.07	50,923.49	45.39
室外健身器材	经销	2,677.97	4.44	8,133.44	6.22	6,887.91	5.90	9,316.94	8.30
	直销	8,055.40	13.35	16,517.57	12.62	13,628.84	11.68	19,803.72	17.65
	小计	10,733.37	17.78	24,651.01	18.84	20,516.76	17.58	29,120.66	25.95
展示架	直销	8,293.56	13.74	43,839.98	33.51	38,929.32	33.35	32,157.44	28.66
合计		**60,352.21**	**100.00**	**130,835.89**	**100.00**	**116,719.52**	**100.00**	**112,201.59**	**100.00**

注：舒华体育将境外 ODM/OEM 模式销售收入计入直销。

B、英派斯

单位：万元、%

项目	2017 年 1-3 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
国外自主品牌客户	6,311.62	40.55	24,587.70	31.70	24,029.59	32.95	25,652.18	37.26
国内经销商客户	1,189.55	7.64	7,932.36	10.23	8,332.07	11.43	6,671.26	9.69
经销收入合计	**7,501.17**	**48.19**	**32,520.06**	**41.92**	**32,361.66**	**44.38**	**32,323.44**	**46.95**
国外 ODM/OEM 客户	5,833.88	37.48	27,204.29	35.07	17,861.16	24.49	20,585.15	29.90
国内全民健身采购类客户	1,255.20	8.06	14,373.61	18.53	19,796.05	27.15	14,387.90	20.90
国内其他直营客户	975.48	6.27	3,473.82	4.48	2,904.55	3.98	1,542.70	2.24
直销收入合计	**8,064.56**	**51.81**	**45,051.72**	**58.08**	**40,561.76**	**55.62**	**36,515.75**	**53.04**
合计	**15,565.73**	**100.00**	**77,571.78**	**100.00**	**72,923.42**	**100.00**	**68,839.19**	**100.00**

C、金陵体育

单位：万元、%

销售模式	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直销	19,459.69	59.81	21,634.78	67.95	24,739.14	72.56
经销商和贸易商	13,077.63	40.19	10,202.83	32.05	9,356.38	27.44
合计	**32,537.32**	**100.00**	**31,837.61**	**100.00**	**34,095.52**	**100.00**

注：金陵体育将经销商和贸易商模式合并披露。

总体来说，发行人销售模式与同行业上市公司不存在显著差异，因各公司销售区域、产品结构的不同，各销售模式占比略有差异。

（2）各模式的毛利率

①发行人各模式下的毛利率

报告期内，发行人各模式下的毛利率如下：

模式			2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
境内	线下	直销模式	51.29%	45.55%	39.06%	42.21%
		经销商模式	37.17%	34.35%	28.11%	24.15%
		贸易商模式	33.81%	37.66%	33.35%	20.87%
	线上	京东自营	52.17%	58.18%	55.26%	52.34%
		直销模式	50.83%	49.69%	48.80%	48.77%
境外	线下贸易商模式		31.03%	33.74%	27.78%	24.73%

模式		2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	线上直销模式	77.24%	75.16%	68.64%	72.39%
主营业务综合毛利率		38.54%	39.61%	32.26%	28.93%

注：1、为保持可比性，上表不包括发行人与军豪健身之间的交易；
2、为保持可比性，上表将按照旧收入准则计算毛利率。

为保持可比性，上表不包括发行人与军豪健身之间的交易，发行人与军豪健身的交易毛利率情况详见本招股说明书“第七节　公司治理与独立性”之“九、发行人关联交易情况”之“（二）经常性关联交易”部分。

报告期内，发行人主营业务综合毛利率、各模式毛利率均有一定波动，具体分析如下：

A、各模式毛利率变动分析

a、境内线下直销模式

报告期内，发行人境内线下直销模式的毛利率有一定波动，主要系因直销模式下的客户结构变化导致，具体如下：

项目		2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
政府采购	毛利率	54.29%	50.43%	45.03%	46.14%
	占比	72.67%	70.35%	48.31%	64.29%
企业集采	毛利率	42.64%	33.79%	32.83%	38.55%
	占比	24.93%	28.86%	44.62%	7.57%
其他零售	毛利率	50.46%	39.86%	37.54%	34.22%
	占比	2.40%	0.79%	7.07%	28.14%

注：1、为保持可比性，上表不包括发行人与军豪健身之间的交易；
2、为保持可比性，上表将按照旧收入准则计算毛利率。

从上表可见，从各模式占比来看，报告期内，室外全民健身器材销售收入因国家政策鼓励持续增长，导致政府采购占比总体呈现上升趋势（2019 年企业集采业务较上年大幅增长，导致政府采购占比略有下降）。同时，发行人与恒大系公司建立合作关系，企业集采金额提升，其他零售业务因消费习惯改变（线下向线上转变）逐步萎缩；从各模式毛利率来看，政府采购业务毛利率较高，其他零售业务具有偶发性特征，金额较小、毛利率呈现上涨趋势，企业集采毛利率相对稳定，不同模式的占比变化导致发行人直销模式毛利率出现波动。

b、境外线下贸易商模式

发行人自 2018 年起开始量产商用产品，因处于市场开拓初期，且产量较低、规模效应欠缺、生产成本较高，报告期内发行人商用产品毛利率分别为 2.64%、16.04%、33.35%和 29.53%（2020 年和 2021 年 1-6 月毛利率系将根据新收入准则转列成本的费用剔除后计算）。由于商用产品主要通过境外线下贸易商模式销售，导致 2018 年和 2019 年毛利率较低。

c、境内线下经销商模式和境内线下贸易商模式

2018 年，境内经销商和贸易商模式主要通过军豪健身销售，直接销售金额较小，具有一定偶发性特征，各年度销售的产品结构变化较大，导致毛利率出现波动。例如，贸易商模式下，2018 年毛利率较低，主要系因 2018 年销售主要产品为 TG65 综合训练器，该产品综合毛利率较低，2019 年起发行人该模式下的产品种类增加且新品毛利率较高。

d、境内线上业务

报告期内，境内线上直销模式毛利率保持相对稳定，京东自营毛利率略有波动，主要系因产品结构变化导致，具体如下：

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	占比	毛利率	占比	毛利率	占比	毛利率	占比	毛利率
家用	86.37%	50.10%	83.51%	56.42%	87.62%	53.31%	97.74%	52.12%
商用	12.29%	64.83%	16.08%	66.97%	10.51%	68.44%	2.26%	61.76%

注：1、为保持可比性，上表不包括发行人与军豪健身之间的交易；
2、为保持可比性，上表将按照旧收入准则计算毛利率。

由上表可见，线上销售的商用产品毛利率高于家用产品，2019 年和 2020 年，京东自营商用产品占比提高，导致总体毛利率上升，2021 年因钢材涨价且商用产品占比下降，毛利率略有下滑。

e、境外线上直销模式

境外线上直销模式下，2018 年处于业务起步初期。销量较小、产品单一，毛利率不具备可比性，2020 年和 2021 年 1-6 月因运费上涨，发行人提高部分产品售价，导致毛利率提升。

B、综合毛利率变动分析

单位：百分点

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	毛利率贡献	毛利率贡献变动	毛利率贡献	毛利率贡献变动	毛利率贡献	毛利率贡献变动	毛利率贡献
境内线下直销	2.36%	0.08	2.28%	-0.24	2.52%	-0.16	2.68%
境内经销商	1.75%	-0.64	2.40%	0.08	2.32%	1.85	0.47%
境内贸易商	0.93%	-0.51	1.44%	-0.12	1.56%	1.48	0.08%
京东自营	0.50%	-0.09	0.58%	-0.04	0.63%	0.16	0.46%
境内线上直销	0.92%	-0.59	1.51%	-1.67	3.18%	-1.57	4.75%
境外贸易商	22.64%	-0.86	23.50%	4.43	19.06%	-0.62	19.68%
境外线上	9.44%	1.53	7.91%	4.92	2.99%	2.19	0.81%
合计	**38.54%**	**-1.08**	**39.61%**	**7.35**	**32.26%**	**3.33**	**28.93%**

注：1、上表不包括军豪健身相关交易，与军豪健身相关交易详见招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、发行人关联交易情况”之“（二）经常性关联交易”部分；

2、为保持可比性，上表将按照旧收入准则计算毛利率。

从上表可见：

2019 年，综合毛利率较 2018 年提升 3.33 个百分点，主要因素包括：境内经销商和贸易商模式下，承接军豪健身业务导致综合毛利率提升 3.33 个百分点；境内电商直销业务下滑导致综合毛利率下降 1.57 个百分点；境外亚马逊业务增长导致综合毛利率提升 2.19 个百分点。

2020 年，综合毛利率较 2019 年提升 7.35 个百分点，主要因素包括：家用健身器材需求提升和境外供给产能受限刺激境外业务增长，导致境外贸易商和境外线上业务综合毛利率分别提升 4.43 和 4.92 个百分点，境内电商直销业务下滑导致综合毛利率下降 1.67 个百分点。

2021 年 1-6 月，各业务模式未发生重大变化，境外线上业务为应对海运费涨价对产品进行了提价，导致综合毛利率提升 1.53 个百分点；因原材料上涨导致境内经销商、境内贸易商、境内线上直销和境外贸易商模式下的综合毛利率略有下降，综合导致公司整体毛利率下降 1.08 个百分点。

②同行业各模式下的毛利率

A、舒华体育

模式		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
电商销售		34.77%	51.90%	51.29%	54.53%
线下	OEM/ODM	19.66%	26.90%	30.84%	35.80%
	商业客户	20.80%	50.73%	50.32%	57.15%
	经销	37.99%	37.44%	37,19%	39.65%
	线下小计	**29.55%**	**37.26%**	**37.85%**	**40.31%**

B、英派斯

客户类型	2017 年 1-3 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
外销 OEM/ODM 客户	30.92%	34.80%	27.19%	26.73%
外销自主品牌客户	38.08%	36.19%	31.28%	33.26%
内销经销商	41.66%	44.02%	44.80%	46.77%
内销全民健身采购客户	55.05%	54.59%	52.81%	54.26%
内销其他客户	55.79%	57.06%	54.22%	54.38%
主营业务毛利率	**38.15%**	**40.85%**	**38.58%**	**37.48%**

C、金陵体育

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
直销	37.85%	37.04%	35.24%
经销	48.05%	48.99%	42.07%

发行人与同行业上市公司在不同模式下的毛利率均有所差异，同一模式下的不同年度毛利率均有所波动。

4、发行人品牌情况

（1）占比情况

发行人自主品牌和 ODM/OEM 销售收入占比如下：

单位：万元

年度	项目	自主品牌	ODM/OEM	外购其他品牌
2021 年 1-6 月	销售额	9,493.18	27,139.96	664.81
	占比	25.45%	72.77%	1.78%
2020 年度	销售额	19,583.52	46,455.93	1,281.40
	占比	29.09%	69.01%	1.90%
2019 年度	销售额	12,314.77	24,968.37	660.51
	占比	32.46%	65.80%	1.74%

年度	项目	自主品牌	ODM/OEM	外购其他品牌
2018 年度	销售额	10,412.29	25,684.27	621.79
	占比	28.36%	69.95%	1.69%

报告期内，发行人自主品牌、ODM/OEM 和外购其他品牌销售占比保持相对稳定。

（2）毛利率情况

发行人自主品牌和 ODM/OEM 业务毛利率如下：

年度	自主品牌	ODM/OEM
2021 年 1-6 月	59.03%	31.09%
2020 年度	53.37%	33.75%
2019 年度	39.35%	28.08%
2018 年度	32.04%	25.16%

报告期内，发行人自主品牌业务毛利率显著高于 ODM/OEM 业务，主要系因自主品牌使用自有渠道销售，产品定价高于 ODM/OEM 产品，同时自主品牌存在较多线上销售，毛利率较高。

（三）主要产品的销售价格变动情况

发行人产品销售价格主要取决于原材料、人工等成本的变动。具体来说，第一，健身器材的差异化特征导致不同产品之间功能、外观、参数等存在显著区别，进一步导致不同产品在价格上不具备充分的可比性，发行人一般情况下主要通过产品设计的差异化和质量的稳定性参与市场竞争，不会通过单纯的价格调整获取订单；第二，由于发行人主要采取以成本为基础协商定价的方式，发行人产品价格随原材料、人工等成本的变化而波动。

1、平均销售价格变动情况

报告期内，综合训练器、自由力量训练器、跑步机、健身车和室外全民健身器材合计销售收入占主营业务收入的比例分别为 94.74%、93.35%、94.30%和 94.78%，系公司主要产品，其销售均价变动情况如下：

单位：元/台或套、%

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	单价	变动	单价	变动	单价	变动	单价
综合训练器	1,324.12	-3.51	1,372.23	8.74	1,261.96	0.02	1,261.72
自由力量训练器	276.92	11.37	248.65	23.30	201.66	6.10	190.08
跑步机	1,924.97	-2.93	1,983.16	5.01	1,888.54	24.92	1,511.75
健身车	878.23	7.45	817.31	3.50	789.64	10.67	713.52
室外全民健身产品	246.56	-65.39	712.39	46.82	485.20	202.97	160.15

报告期内，公司主要产品价格总体保持稳定，部分产品出现波动，主要因产品结构变化导致。公司产品具有差异化特点，同一类型产品规格、参数和功能差异较大，产品价格和适用的目标群体差异均较大，例如，史密斯机销售单价从 800 元到 11,000 元不等，椭圆机销售单价从 500 元到 11,000 元不等，室外全民健身器材产品中，人造草坪、地胶等单价不足 100 元，而笼式足球场围网单价超过 10,000 元。

2、具体产品单价变动情况

公司产品平均价格出现一定波动，主要系因产品结构变化导致。因此，各类产品的均价无法充分、直观反应发行人产品价格变动情况。相对均价而言，单一产品更能够充分反应价格的变化情况，公司报告期内合计毛利贡献率前 20 名的产品（合计毛利贡献率 31.60%）价格变化如下表所示：

单位：元/台或套、%

型号	类型	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	占比
		单价	变化	单价	变化	单价	变化	单价	
JX-503BA	自由力量训练器	743.43	19.90	620.05	14.54	541.34	-6.00	575.88	2.94
MWM990	综合训练器	963.45	4.89	918.55	1.12	908.38	3.59	876.93	2.67
JX-519	自由力量训练器	415.32	4.20	398.58	35.55	294.05	-2.32	301.02	2.62
WN-878	自由力量训练器	749.57	15.80	647.28	30.53	495.89	-	-	2.45
MWM988/ACADEMY	综合训练器	961.70	6.04	906.95	-1.74	922.97	6.75	864.57	2.26
DBR86	自由力量训练器	261.63	11.58	234.48	4.28	224.86	1.81	220.86	1.86
17568759	综合训练器	-	-	1,572.24	2.34	1,536.35	-0.02	1,536.60	1.82

型号	类型	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	占比
		单价	变化	单价	变化	单价	变化	单价	
JX-501	自由力量训练器	825.56	7.14	770.57	20.09	641.67	-	-	1.66
WN-897	自由力量训练器	737.70	9.84	671.64	32.18	508.11	-	-	1.48
SM-4033	综合训练器	3,987.13	6.08	3,758.70	-	-	-	-	1.44
JX-301	自由力量训练器	988.35	7.03	923.42	11.70	826.73	-	-	1.22
JX-DS930	综合训练器	2,191.82	-6.79	2,351.46	5.47	2,229.44	5.42	2,114.88	1.21
MWM988/IMPEX	综合训练器	959.83	3.86	924.12	1.86	907.27	6.37	852.97	1.17
JX-DS926	综合训练器	4,026.06	-1.52	4,088.14	-4.46	4,278.95	6.49	4,018.16	1.08
SB315	自由力量训练器	152.65	14.30	133.55	1.44	131.65	12.25	117.28	1.04
SB315/AMAZON	自由力量训练器	150.87	10.71	136.28	3.25	131.99	11.92	117.93	1.04
DBR-86/AMAZON	自由力量训练器	255.22	10.09	231.83	-	-	-	209.03	1.00
BOWFLEX5.1Bench	自由力量训练器	489.91	0.14	489.21	-3.36	506.23	6.61	474.86	0.96
SB-10115/IMPEX	自由力量训练器	251.08	13.16	221.87	4.04	213.26	2.31	208.44	0.94
JX-855/英国	自由力量训练器	2,186.45	-5.87	2,322.88	2.04	2,276.49	-3.40	2,356.71	0.75

注：“占比”为该产品报告期毛利总和占报告期主营业务毛利的比例。

从上表可见，第一，报告期内发行人产品价格总体相对稳定；第二，受原材料、海运费等成本上涨影响，发行人对部分产品价格进行了一定调整，总体呈现上涨趋势。

（四）报告期内主要客户销售情况

1、公司主要客户销售情况

报告期内，公司向主要客户销售的产品均为各类健身器材，具体如下：

单位：万元

年度	客户名称	金额	占比
2021 年 1-6 月	Impex（美国）	15,269.36	40.94%
	Argos（英国）	3,102.41	8.32%
	Nautilus（美国）	1,851.50	4.96%
	Sportstech（德国）	1,491.73	4.00%

年度	客户名称	金额	占比
	KIKOS（巴西）	680.98	1.83%
	合计	**22,395.98**	**60.05%**
2020 年度	Impex（美国）	27,049.79	40.18%
	Argos（英国）	6,258.39	9.30%
	Nautilus（美国）	3,051.70	4.53%
	Sportstech（德国）	1,761.86	2.62%
	Egojin（韩国）	1,213.92	1.80%
	合计	**39,335.66**	**58.43%**
2019 年度	Impex（美国）	13,514.66	35.62%
	Argos（英国）	4,415.27	11.64%
	Nautilus（美国）	1,080.46	2.85%
	徐州军豪健身器材有限公司	956.38	2.52%
	Sportstech（德国）	883.15	2.33%
	合计	**20,849.91**	**54.95%**
2018 年度	江苏弘亚经贸有限公司	10,166.07	27.69%
	Impex（美国）	4,045.73	11.02%
	Argos（英国）	3,747.23	10.21%
	徐州军豪健身器材有限公司	3,665.29	9.98%
	E-balance（伯利兹）	1,161.36	3.16%
	合计	**22,785.68**	**62.06%**

注：公司对主要客户销售情况的数据系按受同一实际控制人控制的原则合并计算，其中 Impex 包括 Impex、TOOL COMPANY LTD.和 Diversified Product Co., Ltd.。

2、主要客户波动情况及原因

2018 年和 2019 年，发行人主要客户有一定波动，主要系因江苏弘亚经贸有限公司和徐州军豪健身器材有限公司停止业务相关事宜导致，具体情况如下：

（1）关于与 Impex 及弘亚经贸的合作情况

①基本情况

CHI HSIN IMPEX, INC 成立于 1982 年 8 月，注册地在美国，实际控制人 Chung Richard Jui-Chi，专业从事健身器材的销售，拥有 Marcy、Apex、Hers、Competitor 等知名健身器材品牌，与沃尔玛、Costco 等大型零售商建立了稳定的合作关系，在北美地区健身器材市场占有率较高，其产品主要向中国境内的生产

商以 ODM 或 OEM 的方式采购。经访谈确认，其主要供应商合计约 30 余家，包括南通锐思健身器材有限公司、青岛鹰伯尔运动器材有限公司等，向康力源采购额占其采购总额的比例约 36%。

弘亚经贸成立于 2003 年，实际控制人为金红，主营业务为货物进出口的自营与代理，主要业务领域包括健身器材、服装和板材等。

弘亚经贸及 Impex 与发行人之间不存在关联关系。

②合作历史

2001 年 12 月，中国正式加入世界贸易组织，国内制造企业开启了国际贸易相关业务，包括康力源在内的各类生产企业虽然看到了巨大的国际市场空间，但并无与国外企业直接进行商务谈判、报关出口、申报退税等经验、人才和能力，因此对外出口涉及的跟单、报关及退税等事宜主要通过专业的外贸公司实现。在此背景下，发行人与江苏弘亚经贸有限公司共同与 Impex 建立了三方合作关系，并延续至 2018 年末。

三方建立合作后，康力源作为健身器材的生产商将产品销售给弘亚经贸，弘亚经贸作为贸易商与 Impex 对接订单并办理出口、结算等事宜，Impex 主要在美国以其自有品牌从事健身器材的销售业务。因 Impex 下游客户包括沃尔玛、Costco 等大型零售商，对供应商准入具有严格的、持续性的验厂程序，因此在三方合作过程中，康力源与 Impex 已建立了良好的信任基础和沟通机制。

2018 年末，弘亚经贸实际控制人金红因其家庭原因未继续经营弘亚经贸，

且发行人经过多年的经营建立了完善的外贸团队、积累了丰富的外贸经验，同时基于前期与 Impex 良好的合作基础，直接与 Impex 建立了购销关系。

③弘亚经贸经营情况

2018 年 11 月前，发行人仍通过弘亚经贸向 Impex 出口，11 月起陆续停止，改为直接向 Impex 出口，弘亚经贸具体销售情况如下表所示：

A、弘亚经贸主要销售情况

除 Impex 外，2018 年 1-11 月有少量零星客户系通过弘亚经贸销售，具体如下：

客户名称	金额（万元）	占比
Impex	10,601.44	99.29%
其他零星客户	75.43	0.71%
合计	**10,676.87**	**100.00%**

注：以上数据未经审计。

B、弘亚经贸利润测算

项目	金额（万元/%）
康力源对弘亚经贸销售金额（A）	11,824.00
弘亚经贸对外销售金额（B）	11,998.46
弘亚经贸利润（C=B-A）	174.46
弘亚经贸利润率（D=C/A）	1.48

注：1、“康力源对弘亚经贸销售金额（A）”为康力源对其销售的含税金额；“弘亚经贸对外销售金额（B）”为根据弘亚经贸报关单及合同含税金额按照当月月初汇率换算后的“交易金额”与“出口退税金额”之和；

2、上表中数据 B 和 C 未经审计。

上表弘亚经贸与康力源出口相关业务的毛利率约 1.48%，与其提供的服务内容相符，不存在利益输送或侵占的情形。

（2）关于军豪健身

①合作历史

2013 年以前，发行人以外销业务为主，内销业务主要作为产能富余情况下的补充，产品供应不稳定，导致销售团队不稳定，激励、管理等方面市场化程度差。2013 年发行人新厂区投产在即、产能充足，为有效开拓国内市场、打造自主品牌，故通过新设销售公司的方式以实施销售团队的新老划断、提升销售团队管理的市场化水平、优化激励机制。在此背景下，军豪健身于 2013 年 6 月成立，主要从事健身器材销售业务，自成立至 2019 年末，承担发行人境内销售开拓的职责，其股东构成如下：

历史股东	关系
魏哲玲	实际控制人衡墩建配偶
李辉亮	2019 年 4 月至今任公司高级管理人员
王忠	公司高级管理人员
吴振民	公司高级管理人员
鹿迎春	公司董事、股东许瑞景配偶

历史股东	关系
张庆芬	公司董事彭保章配偶
曹翔宇	公司曾任董事曹康凯之子

为减少关联交易，规范公司治理，该公司于 2019 年末全面停止业务，并于 2020 年 6 月注销，其人员、业务、客户均由发行人承接。

②军豪健身经营情况

A、总体情况

军豪健身主要承担发行人境内业务的销售职责，销售模式包括线下和线上两类。其中，线下销售包括经销商模式、贸易商模式和直销模式，线上主要通过天猫商城和京东商城开展，主要采取“以销定购”模式，存货较少。

将发行人对其销售穿透至军豪健身销售后的收入、成本和毛利率如下：

单位：万元

年度	项目	康力源对军豪销售金额	对应产品最终销售金额	对应产品销售毛利率
2019 年度	线下	843.60	1,051.56	19.78%
	线上	112.78	170.47	33.84%
	合计	**956.38**	**1,222.03**	**21.74%**
2018 年度	线下	3,060.50	4,027.22	24.00%
	线上	604.79	880.23	31.29%
	合计	**3,665.29**	**4,907.46**	**25.31%**

注：上表数据未经审计。

军豪健身销售收入及毛利占比如下：

单位：万元

年度	项目	线下	线上	合计
2019 年度	销售收入	1,051.56	170.47	**1,222.03**
	占比	86.05%	13.95%	**100.00%**
	毛利	207.96	57.69	**265.65**
	占比	78.28%	21.72%	**100.00%**
2018 年度	销售收入	4,027.22	880.23	**4,907.46**
	占比	82.06%	17.94%	**100.00%**
	毛利	966.73	275.44	**1,242.17**
	占比	77.83%	22.17%	**100.00%**

注：上表数据未经审计。

B、主要客户

a、线下销售主要客户

单位：万元

年度	客户名称	销售金额	占比
2019 年度	上海予力休闲用品有限公司	104.92	8.59%
	云南顶立体育用品有限公司	51.43	4.21%
	江苏高美体育发展有限公司	41.96	3.43%
	徐州健克丝商贸有限公司	41.74	3.42%
	四川鑫瑞濠晨贸易有限公司	30.28	2.48%
	合计	**270.33**	**22.12%**
2018 年度	上海予力休闲用品有限公司	367.69	7.49%
	郑州威诺健身器材有限公司	199.28	4.06%
	徐州英利体育科技有限公司	180.64	3.68%
	长沙力勤体育用品有限公司	164.56	3.35%
	云南顶立体育用品有限公司	140.97	2.87%
	合计	**1,053.14**	**21.46%**

注：上表数据未经审计。

2019 年军豪健身逐步停止业务，其人员、客户、业务均由发行人承接。

b、线上销售主要情况

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比
天猫商城	105.61	61.95%	798.36	90.70%
京东商城	58.63	34.39%	76.90	8.74%
其他平台	6.24	3.66%	4.98	0.57%
合计	**170.47**	**100.00%**	**880.23**	**100.00%**

注：上表数据未经审计。

军豪健身线上店铺于 2019 年逐步停止经营并关闭，人员由发行人承接。

3、穿透弘亚经贸和军豪健身后的主要客户

基于前述客户变动情况，为数据保持可比性，本招股说明书将 2018 年对弘亚经贸的销售穿透至其下游客户披露，将 2018 年和 2019 年对军豪健身的销售穿透至其下游客户披露，具体情况如下：

（1）前五名客户

报告期内，发行人穿透弘亚经贸和军豪健身后的前五名客户如下：

单位：万元

年度	客户名称	金额	占比
2021 年 1-6 月	Impex（美国）	15,269.36	40.94%
	Argos（英国）	3,102.41	8.32%
	Nautilus 美国）	1,851.50	4.96%
	Sportstech（德国）	1,491.73	4.00%
	KIKOS（巴西）	680.98	1.83%
	合计	**22,395.98**	**60.05%**
2020 年度	Impex（美国）	27,049.79	40.18%
	Argos（英国）	6,258.39	9.30%
	Nautilus（美国）	3,051.70	4.53%
	Sportstech（德国）	1,761.86	2.62%
	Egojin（韩国）	1,213.92	1.80%
	合计	**39,335.66**	**58.43%**
2019 年度	Impex（美国）	13,514.66	35.62%
	Argos（英国）	4,415.27	11.64%
	Nautilus（美国）	1,080.46	2.85%
	Sportstech（德国）	883.15	2.33%
	Egojin（韩国）	611.20	1.61%
	合计	**20,504.74**	**54.04%**
2018 年度	Impex（美国）	14,211.81	38.70%
	Argos（英国）	3,747.23	10.21%
	E-balance（伯利兹）	1,161.36	3.16%
	Australian Fitness（澳大利亚）	962.96	2.62%
	Nautilus（美国）	724.43	1.97%
	合计	**20,807.78**	**56.67%**

注：公司对主要客户销售情况的数据系按受同一实际控制人控制的原则合并计算，其中 Impex 包括 CHI HSIN IMPEX, INC、TOOL COMPANY LTD. 和 Diversified Product Co., Ltd.。

（2）内销前五名客户

报告期内，发行人穿透弘亚经贸和军豪健身后的前五名内销客户如下：

单位：万元

年度	客户	金额	占主营业务收入比例
2021 年 1-6 月	北京京东世纪贸易有限公司	354.44	0.95%
	徐州健克丝商贸有限公司	346.07	0.93%
	恒大系公司	220.14	0.59%
	南京市江北新区文化体育发展中心	207.96	0.56%
	盐城市体育局	180.97	0.49%
	合计	**1,309.58**	**3.51%**
2020 年度	江苏省体育局	836.95	1.24%
	徐州健克丝商贸有限公司	702.44	1.04%
	北京京东世纪贸易有限公司	674.11	1.00%
	恒大系公司	661.01	0.98%
	上海予力休闲用品有限公司	402.58	0.60%
	合计	**3,277.09**	**4.87%**
2019 年度	恒大系公司	611.93	1.61%
	上海予力休闲用品有限公司	539.54	1.42%
	江苏省体育局	500.80	1.32%
	北京京东世纪贸易有限公司	419.92	1.11%
	徐州健克丝商贸有限公司	390.03	1.03%
	合计	**2,462.22**	**6.49%**
2018 年度	江苏省体育局	479.31	1.31%
	云南省教育厅教学仪器装备中心	393.51	1.07%
	上海予力休闲用品有限公司	363.61	0.99%
	北京京东世纪贸易有限公司	293.53	0.80%
	郑州威诺健身器材有限公司	152.18	0.41%
	合计	**1,682.15**	**4.58%**

注：公司对主要客户销售情况的数据系按受同一实际控制人控制的原则合并计算，其中恒大系公司包括深圳恒大材料设备有限公司、广州恒大材料设备有限公司、海南恒乾材料设备有限公司、广州恒隆设备材料有限公司、广州恒乾材料设备有限公司。

4、主要客户与发行人的关联关系

（1）徐州军豪健身器材有限公司

军豪健身系发行人关联方，具体详见本节“2、主要客户波动情况及原因”部分。报告期内，公司与军豪健身的交易情况详见本招股说明书“第七节　公司治理与独立性”之“九、发行人关联交易情况”部分。

（2）上海予力休闲用品有限公司

报告期内，公司主要客户上海予力休闲用品有限公司与公司存在关联关系。该公司成立于 2011 年 8 月，成立目的系依托上海予力股东、法定代表人和执行董事张品峰的商超资源，打通商超渠道的销售业务，注册资本 600 万元，公司实际控制人衡墩建认缴 300 万元（后转让给许佳），并于 2013 年 7 月足额缴纳，为第一大股东。该公司经营管理均由张品峰负责，衡墩建和许佳均未实际参与。

后因商超渠道开发未达预期，且衡墩建和许佳均未参与管理、对该公司控制力较弱，为减少关联交易、避免同业竞争、规范公司治理，2021 年 3 月，经与张品峰多次协商，结合上海予力经营状况，许佳将其持有的全部股权作价 130 万元转让给张品峰，约定分别于协议签署日、2022 年 12 月 31 日前、2023 年 12 月 31 日前分别支付 45 万元、45 万元和 40 万元，2021 年 4 月 8 日，上海予力已完成工商变更。截至本招股说明书签署日，张品峰已支付第一期 45 万元款项。报告期内，公司与上海予力的交易情况详见本招股说明书“第七节　公司治理与独立性”之“九、发行人关联交易情况”部分。

除前述情况外，公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其关系密切的家庭成员与上述其他主要客户不存在关联关系，未占有任何权益。

5、客户集中度情况

报告期内，公司对前五名客户销售收入占主营业务收入的比例分别为 56.67%、54.04%、58.43%和 60.05%，对核心客户 Impex 直接或间接销售收入占主营业务收入的比例分别为 38.70%、35.62%、40.18%和 40.94%，集中度较高且呈现上升趋势，该情形系因公司所处行业业务模式特点及公司核心客户战略导致，具体情况如下：

（1）业务模式特点导致客户集中度较高，符合行业惯例

品牌模式方面，公司采用“ODM/OEM+自主品牌”方式开展业务，从产品用途来看，公司采用“家用+商用+户外”方式开展业务。报告期内，公司 ODM/OEM 销售收入占比分别为 69.95%、65.80%、69.01%和 72.77%，家用器械销售收入占比分别为 88.41%、85.29%、86.97%和 87.38%。公司“ODM/OEM+

家用”的模式特点导致客户集中度较高，具体分析如下：

公司与同行业可比公司前五大客户销售占比的比较情况如下：

可比公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
英派斯	43.99%	34.75%	34.90%
舒华体育	22.55%	32.04%	33.32%
平均值	**33.27%**	**33.40%**	**34.11%**
康力源	**58.43%**	**54.04%**	**56.67%**

注：1、金陵体育在产品结构上与公司存在较大差异，客户集中度不具备可比性；2、舒华体育前五大客户中包含展示架业务。

公司客户集中度高于同行业可比公司，主要系因行业差异化特征所致，符合行业特点，具体如下：

①ODM/OEM 模式占比不同导致客户集中度不同

自主品牌模式和 ODM/OEM 模式占比不同导致客户集中度不同。在自主品牌模式下，制造商的下游客户主要为区域性经销商、健身房、线上和线下终端消费者等，客户相对分散，黏性不强；在 ODM/OEM 模式下，制造商的下游客户主要为大型健身器材品牌商和大型连锁零售卖场，该类客户具有销售渠道广、销量大等特点，且定制化属性强、验厂等程序繁多，一旦建立深度合作，便呈现交易量较大、合作黏性较强的特点。舒华体育 2020 年以自主品牌为主的内销业务占销售收入总额的比例高达 81.41%，而公司自主品牌占主营业务收入的比例仅为 29.09%，业务模式的差异导致公司客户集中度高于舒华体育。

②家用与商用的产品结构不同导致客户集中度不同

家用健身器材和商用健身器材在销售渠道方面的差异导致下游客户集中度不同。具体来说，一方面，家用健身器材的终端客户以个人消费者为主，较为分散，其采购渠道主要为电商、大型连锁零售卖场和线下门店，随着电商和大型连锁零售卖场的不断发展以及消费者购物习惯的改变，线下门店的占有率逐步降低，终端销售渠道主要集中于大型连锁零售商和电商平台，而大型连锁零售商行业呈现出较为显著的集中化态势，沃尔玛、迪卡侬等覆盖区域广、品牌知名度高的零售商逐步成为消费者的首选；另一方面，商用健身器材的终端客户以健身会所、酒店和企事业单位为主，其采购渠道主要为经销商、与厂商建立合作的专业从事健身房运营管理的企业以及生产厂商，通过电商、零售商采购的情况较少，而经

销商、专业从事健身房运营管理的企业均具有一定区域性特征，市场占有率较为分散。

因此，家用产品与商用产品终端客户的差异导致其采购渠道的差异，进而导致销售渠道出现分化，最终导致家用健身器材的客户集中度高于商用健身器材。英派斯 2020 年商用产品占比为 88.38%，而公司商用产品占比约 7.31%，产品结构的差异导致公司客户集中度高于英派斯。

③与同行业上市公司的比较

A、舒华体育

舒华体育健身器材业务前五名客户如下：

年度	客户名称	占营业收入比例
2020 年 1-6 月	Paradigm Health&Wellness, Inc.	2.94%
	北京京东世纪贸易有限公司	2.26%
	青岛市体育局	1.83%
	Sunny Health&Fitness	1.58%
	合肥市体育局	1.44%
	合计	**10.05%**
2019 年度	Paradigm Health&Wellness, Inc.	1.46%
	福建省体育局	1.42%
	济南锐强体育用品有限公司	1.12%
	云南云健体育用品有限公司	1.11%
	北京京东世纪贸易有限公司	1.11%
	合计	**6.22%**
2018 年度	云南云健体育用品有限公司	2.43%
	福建省体育局	2.28%
	青岛市体育局	1.56%
	Paradigm Health&Wellness, Inc.	1.5%
	河北云雀体育用品销售有限公司	1.25%
	合计	**9.02%**
2017 年度	福建省体育局	3.95%
	云南云健体育用品有限公司	3.52%
	黑龙江省体育局	2.64%

年度	客户名称	占营业收入比例
	广州市舒华体育用品有限公司	1.56%
	Paradigm Health&Wellness, Inc.	1.32%
	合计	**12.99%**

注：1、舒华体育年度报告未披露前五名客户具体信息，上表数据来源于其《招股说明书》；
2、上表仅包括其健身器材业务，不含展示架业务。

从上表可见，舒华体育因以自主品牌为主，客户较为分散，且以经销商或政采客户（室外全民健身器材业务）为主，与发行人内销客户（自主品牌）结构一致。

B、英派斯

英派斯健身器材业务前五名客户如下：

年度	客户名称	占营业收入比例
2020 年	客户 1	14.89%
	客户 2	9.08%
	客户 3	7.45%
	客户 4	6.96%
	客户 5	5.62%
	合计	**44.00%**
2019 年度	客户 1	11.28%
	客户 2	11.05%
	客户 3	5.72%
	客户 4	3.38%
	客户 5	3.32%
	合计	**34.75%**
2018 年度	客户 1	11.58%
	客户 2	9.97%
	客户 3	6.42%
	客户 4	4.16%
	客户 5	2.77%
	合计	**34.90%**

上表可见，第一，英派斯因 ODM/OEM 占比高于舒华体育、低于发行人，导致其前五大客户占比高于舒华体育、低于发行人，符合行业特征；第二，英派

斯因以商用产品为主，其销售渠道较家用而言相对分散，单一客户销售占比均未超过 20%。

（2）公司核心客户战略导致集中度较高

报告期内，公司对 Impex 直接或间接销售收入占主营业务收入的比例分别为 38.70%、35.62%、40.18%和 40.94%，保持较高水平，该情形主要系公司“核心客户战略”所致。

具体来说，经过多年合作，公司与 Impex 已在研发、生产、交付、结算等环节形成了高度的默契与信任。第一，研发环节，发行人已与 Impex 建立了畅通的沟通机制，能够快速理解并实现其新想法、新要求，提高研发效率和量产转换率；第二，生产环节，报告期内公司家用器械产能利用率均处于较高水平，生产工序需要不断在各个下游客户的不同规格产品间切换，优先安排核心客户订单生产，可以显著减少公司切换成本，提高生产效率；第三，经过多年合作，公司和 Impex 在交付和结算环节建立了顺畅的工作流程和信任，质量纠纷、回款纠纷等风险可控度较高；第四，公司已通过 Impex 下游客户沃尔玛等严格的验厂程序，Impex 作为北美地区家用健身器材知名企业，业绩规模稳定，导致其对发行人采购需求较为稳定。

因此，公司优先满足核心客户订单的战略符合发行人产能状况和切身利益，具有合理性。

（3）与 Impex 的合作符合商业逻辑、具有稳定性

①合作历史

公司与 Impex 的合作历史详见本节“（四）报告期内主要客户销售情况”之“2、主要客户波动情况及原因”之“（1）关于与 Impex 及弘亚经贸的合作情况”。

②与 Impex 之间的商业模式

全球健身器材产业结构呈现供需结构性错位格局，主要产能供给集中在我国，主要需求集中在欧美等地区。公司从事健身器材生产 20 余年，在产品设计、生产工艺、量产能力、交付能力和产品质量方面建立了一定优势，在境内和境外线上建立了完善的销售渠道，但境外线下市场对售后服务等配套体系有较高的要求，

公司现阶段未建立海外团队和仓库，无法直接满足商业客户在配套服务方面的相关要求；Impex 在美国拥有专业的售后服务团队和仓库物流体系，且从事健身器材销售业务多年，打造了 Marcy、Apex、Hers、Competitor 等知名品牌，能够为商业客户提供产品售后服务，但其不从事健身器材生产业务，无法直接满足商业客户对生产环节验厂等要求，主要通过 OEM 方式向国内企业采购；Impex 下游客户主要为 Dick’s Sporting Goods、Academy Sports & Outdoors, Inc.、Costco、沃尔玛、Sam’s Club、Big 5 Sporting Goods Corp、Canadian Tire Corporation, Limited 等知名零售企业，该等企业拥有健全的销售体系和市场认可度，但并无产品生产能力和专业的售后团队。

Impex 的下游客户主要为国际知名的零售企业或者运动品牌经营商，具体情况如下：

公司	基本情况	上市场所	股票代码	销售收入
Amazon.com, Inc	成立于 1994 年，是美国一家网络电子商务公司，是网上最早开始经营电子商务的公司之一。	NASDAQ	AMZN	3,860.64 亿美元（2020 年）
Dick's Sporting Goods	成立于 1948 年，是领先的全渠道运动商品零售商，提供各品类的高质量运动商品。	NYSE	DKS	95.84 亿美元（2020 年 2 月 1 日至 2021 年 1 月 31 日）
Academy Sports & Outdoors, Inc.	成立于 1938 年，是美国最大的运动用品、户外用品商店之一。	NASDAQ	ASO	56.89 亿美元（2020 年 2 月 1 日至 2021 年 1 月 31 日）
Canadian Tire Corporation, Limited	成立于 1922 年，是加拿大最具声誉最受信任的企业之一。	TSE	CTC.TO	148.71 亿加元（2020 年）
Big 5 Sporting Goods Corp	成立于 1955 年，是美国头部的运动产品及配件零售公司。	NASDAQ	BGFV	10.41 亿美元(2020 年）
Costco Wholesale Corporation	成立于 1976 年，是美国最大的连锁会员制仓储量贩店。	NASDAQ	COST	1,959.29 亿美元（2020 年 9 月 1 日至 2021 年 8 月 31 日）

数据来源：各公司官网。

基于前述背景，发行人、Impex 和零售企业的合作符合商业逻辑，三方建立了各有所长、相互配合、互相依存的稳定合作关系。

综上，公司的客户集中度是因公司和行业业务模式特点及现阶段战略导致的，符合行业惯例，与核心客户的合作具有稳定性和可持续性，不存在对单一客户销

售额占比超过 50%的情形，不存在对单一客户的重大依赖。

6、报告期内，新增的前五大客户情况

报告期，公司前五大客户变化情况如下：

年度	情况	客户名称	基本情况	主要股东情况	首次合作	与该客户的交易新增/减少的原因	关联关系
2021 年 1-6 月	新增	KIKOS	巴西健身器材销售企业，主要品牌为 KIKOS。	-	2010 年	与发行人合作十余年，2018 年至 2020 年对其销售收入分别为 240.97 万元、422.82 万元和 715.57 万元，因市场需求原因，销售额逐年增长。	否
	减少	Egojin	2007 年成立于韩国，主要从事健身器材的生产和销售。	KO,.DONG-HYUN，LEE,JONG-AE，KO,DONG-WON，KO,DONG-HEE	2016 年	占发行人主营业务收入比例相对稳定，未发生重大变化。	否
2019 年度	新增	Egojin					否
		Sportstech	2012 年成立于德国，主要从事健身器材销售。	Ahmad Ali	2016 年	市场需求增长、深化合作。	否
	减少	Australian Fitness	2012 年成立于澳大利亚，主要从事健身器材的设计、销售。	Adam、CENTREFIRE GROUP PTY LTD、SABA NABIL GROUP PTY LTD	2016 年	发行人无法满足对方账期要求，合作减少。	否
		E-balance	2009 年成立于伯利兹，主要从事健身器材贸易。	-	2013 年	主要销售渠道为电视购物节目，消费习惯的改变导致业务量下滑，报告期内分别为 1,161.36 万元、428.30 万元和 110.13 万元。	否

（五）线上销售情况

1、线上销售总体情况

报告期内，发行人以下五家境内店铺和境外亚马逊收入占各年线上收入的比例均在 95%以上，系发行人主要店铺，其销售收入、成本、占比和毛利率如下：

单位：万元

年度	项目	京东自营	天猫豪迈	天猫腾星	天猫军霞	亚马逊
2021 年 1-6 月	收入	354.44	29.82	106.42	230.45	4,559.21
	成本	219.59	19.62	68.64	142.4	2,341.50

年度	项目	京东自营	天猫豪迈	天猫腾星	天猫军霞	亚马逊
	毛利率	38.05%	34.21%	35.50%	38.21%	48.64%
	占比	6.34%	0.53%	1.90%	4.12%	81.58%
2020 年度	收入	674.11	153.79	488.44	804	7,062.45
	成本	362.33	103.61	324.73	568.65	2,577.90
	毛利率	46.25%	32.63%	33.52%	29.27%	63.50%
	占比	6.87%	1.57%	4.98%	8.20%	72.00%
2019 年度	收入	419.92	98.43	144.39	1,487.11	1,613.04
	成本	187.88	54.27	79.92	754.34	505.92
	毛利率	55.26%	44.86%	44.65%	49.27%	68.64%
	占比	9.46%	2.22%	3.25%	33.48%	36.32%
2018 年度	收入	293.53	51.04	8.86	2,083.97	368.32
	成本	139.91	31.53	2.91	1,072.07	101.7
	毛利率	52.34%	38.22%	67.16%	48.56%	72.39%
	占比	7.57%	1.32%	0.23%	53.71%	9.49%

2、不同平台结算模式

根据交易对象、定价、结算等方式的不同，公司线上电商业务可分为平台直销和京东自营两类模式。

平台直销模式指公司通过在天猫、京东、淘宝、亚马逊等平台开设直营店的方式直接向终端零售客户进行销售。在该模式中，公司通过在电商平台建立自主品牌线上官方旗舰店，直接面向零售消费者自主进行网店运营、订单管理、价格管理等，同时向平台支付平台使用费、广告宣传费等，公司与平台定期对账并按照各平台规则结算。

京东自营模式是指由京东代销并定期对账结算，并不直接销售商品给个人消费者。在该模式下，公司仅与京东世纪约定销售价格和商业折扣等，京东世纪结合公司产品对外销售的价格体系自主决定售价，自负盈亏。

公司各电商平台运营相关情况详见本招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”部分。

3、电商终端客户分布情况

报告期内，公司在亚马逊、天猫、淘宝和京东平台上的专卖店铺（不包括京

东自营店，下同）是线上直营零售销售模式收入的主要来源，占公司线上直营零售销售模式收入的 90%以上，公司电商销售终端客户情况如下：

（1）次均消费、人均消费情况

①亚马逊

A、次均消费情况

公司亚马逊店铺次均消费情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
消费总金额（万元）A	5,534.86	8,726.23	1,966.00	436.30
购买总次数（次）B	64,868	126,274	37,233	9,158
购买总数量（个）C	65,477	127,218	37,383	9,231
次均消费金额（元/次）D=A/B	853.25	691.06	528.03	476.41
次均购买件数（个/次）E=C/B	1.01	1.01	1.00	1.01

注：上表均为含税金额。

B、人均消费情况

在亚马逊 FBA 模式下，系统订单中会自动保存客户信息，但保存期限仅为 18 个月；亚马逊 FBM 模式下，亚马逊系统不对发行人开放客户信息。因此，部分订单无法获取客户信息以匹配人均消费情况，客户信息缺失情况如下：

期间	客户信息缺失订单金额（万元）	订单总金额（万元）	缺失金额占比
2021 年 1-6 月	654.26	5,534.86	11.82%
2020 年度	2,790.06	8,726.23	31.97%
2019 年度	1,144.85	1,966.00	58.23%
2018 年度	436.30	436.30	100.00%

注：上表均为含税金额。

剔除客户信息缺失的订单后，公司亚马逊店铺的人均消费情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度
消费总金额（万元）A	4,880.60	5,936.18	821.15
客户总数量（个）B	57,990	92,519	14,883
购买总次数（次）C	59,232	93,854	15,045
购买总数量（个）D	59,833	94,436	15,123
人均消费金额（元/人）E=A/B	841.63	641.62	551.74
人均购买次数（次/人）F=C/B	1.02	1.01	1.01

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度
人均购买件数（件/人）G=D/B	1.03	1.02	1.02

注：上表均为含税金额。

报告期内，发行人亚马逊店铺人均购买数量、次均购买数量均保持正常水平，未出现异常波动，人均消费金额和次均消费金额呈现增长趋势，主要系因有氧健身器材销售占比增加且单价高于无氧健身器材导致。

②境内电商次均消费、人均消费情况

公司境内店铺次均消费和人均消费情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
消费总金额（万元）A	746.77	2,331.83	2,741.53	3,753.85
客户总数量（次）B	2,991	12,121	13,249	18,272
购买总次数（次）C	3,224	13,179	14,322	19,880
购买总数量（件）D	7,239	23,015	27,052	38,115
人均消费金额（元/人）E=A/B	2,496.71	1,923.79	2,069.23	2,054.43
人均购买次数（次/人）F=C/B	1.08	1.09	1.08	1.09
人均购买件数（件/人）G=D/B	2.42	1.90	2.04	2.09
次均消费金额（元/次）H=A/C	2,316.27	1,769.35	1,914.21	1,888.25
次均购买件数（件/次）I=D/C	2.25	1.75	1.89	1.92

注：上表均为含税金额。

报告期内，发行人境内电商消费情况相对稳定。2021 年 1-6 月，发行人采取了套餐销售策略（提高单一产品价格，同时赠送其他产品），导致人均购买件数、消费金额和次均购买件数、消费金额有所上升。

（2）地域分布

公司电商销售最终客户地域分布情况如下：

亚马逊				
地区	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
英国	73.95%	54.73%	47.02%	42.20%
德国	10.62%	11.64%	10.69%	17.34%
意大利	3.29%	9.90%	6.06%	10.90%
西班牙	1.99%	6.19%	7.35%	14.67%
奥地利	1.45%	1.57%	1.95%	4.20%

日本	1.36%	8.49%	18.97%	1.56%
法国	1.08%	2.90%	5.24%	6.30%
其他	6.26%	4.57%	2.72%	2.84%
合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**
境内电商				
地区	**2021 年 1-6 月**	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
广东	11.51%	11.90%	10.99%	11.64%
江苏	11.46%	11.66%	11.39%	11.53%
山东	7.48%	7.03%	6.64%	6.16%
浙江	7.42%	6.15%	8.07%	8.23%
福建	4.74%	5.06%	4.90%	5.24%
河北	4.11%	5.04%	4.73%	4.42%
河南	3.96%	3.97%	4.28%	3.94%
四川	3.72%	3.99%	3.66%	3.67%
安徽	3.53%	3.99%	3.73%	3.66%
北京	3.49%	2.83%	3.27%	3.47%
上海	3.35%	3.30%	2.87%	3.35%
湖北	3.15%	2.33%	2.77%	2.63%
辽宁	3.13%	2.61%	2.71%	2.36%
云南	2.99%	3.27%	3.47%	3.70%
新疆	2.71%	1.85%	1.35%	1.39%
湖南	2.69%	2.66%	2.38%	2.62%
广西	2.61%	2.87%	2.60%	2.56%
陕西	2.41%	2.21%	1.99%	2.15%
江西	2.28%	2.26%	2.95%	2.52%
其他	13.28%	15.05%	15.25%	14.76%
合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

国内电商客户分布相对稳定，亚马逊电商出现一定波动，具体如下：第一，英国各年占比均较高，系因发行人欧洲的存货集中在英国，导致英国消费者采购的运费较低、送货及时性较好，销量较大；英国 2021 年占比较以往年度提高，系因 2021 年英国正式脱欧，其他地区因存货短缺销售量下降导致，该因素亦导致除英国以外的欧洲地区销售占比下滑，为应对该事件，2021 年公司设立德国仓库，德国地区销售占比相对稳定。第二，日本 2019 年销售占比较高，系因店

铺开设当年（2018 年）销售额较小，2019 年进入正轨、销量增长，2020 年和 2021 年 1-6 月因新冠疫情导致销量下滑。

（3）消费价格分析

单位：元/台

亚马逊	**2021 年 1-6 月**			
	订单金额	**订单平均金额**	**订单占比**	**金额占比**
	500 以内（含）	393.66	16.54%	7.63%
	500-1,000（含）	809.32	57.57%	54.60%
	1,000 以上	1,244.53	25.89%	37.77%
	合计/平均	**853.25**	**100.00%**	**100.00%**
	2020 年度			
	订单金额	**订单平均金额**	**订单占比**	**金额占比**
	500 以内（含）	408.59	26.23%	15.51%
	500-1,000（含）	729.23	62.55%	66.01%
	1,000 以上	1,138.91	11.21%	18.48%
	合计/平均	**691.06**	**100.00%**	**100.00%**
	2019 年度			
	订单金额	**订单平均金额**	**订单占比**	**金额占比**
	500 以内（含）	365.82	40.96%	28.38%
	500-1,000（含）	631.06	57.86%	69.15%
	1,000 以上	1,109.88	1.17%	2.47%
	合计/平均	**528.03**	**100.00%**	**100.00%**
	2018 年度			
	订单金额	**订单平均金额**	**订单占比**	**金额占比**
	500 以内（含）	340.24	57.57%	41.11%
	500-1,000（含）	658.86	42.31%	58.52%
	1,000 以上	1,468.74	0.12%	0.37%
	合计/平均	**476.41**	**100.00%**	**100.00%**
境内电商	**2021 年 1-6 月**			
	订单金额	**订单平均金额**	**订单占比**	**金额占比**
	2,000 以内（含）	1,127.70	48.73%	23.72%
	2,000-3,000（含）	2,691.98	16.56%	19.25%
	3,000-5,000（含）	3,383.91	24.78%	36.21%

	5,000-8,000（含）	4,730.25	6.82%	13.94%
	8,000 以上	5,141.18	3.10%	6.88%
	合计/平均	**2,316.27**	**100.00%**	**100.00%**
	2020 年度			
	订单金额	**订单平均金额**	**订单占比**	**金额占比**
	2,000 以内（含）	765.81	60.45%	26.17%
	2,000-3,000（含）	2,716.17	15.28%	23.46%
	3,000-5,000（含）	3,016.97	16.37%	27.91%
	5,000-8,000（含）	4,207.44	5.77%	13.73%
	8,000 以上	7,275.74	2.12%	8.74%
	合计/平均	**1,769.35**	**100.00%**	**100.00%**
	2019 年度			
	订单金额	**订单平均金额**	**订单占比**	**金额占比**
	2,000 以内（含）	456.47	52.37%	12.49%
	2,000-3,000（含）	2,632.40	13.55%	18.64%
	3,000-5,000（含）	3,274.66	22.94%	39.24%
	5,000-8,000（含）	4,576.81	8.53%	20.40%
	8,000 以上	6,770.43	2.61%	9.24%
	合计/平均	**1,914.21**	**100.00%**	**100.00%**
	2018 年度			
	订单金额	**订单平均金额**	**订单占比**	**金额占比**
	2,000 以内（含）	482.98	50.82%	13.00%
	2,000-3,000（含）	2,660.54	18.38%	25.89%
	3,000-5,000（含）	3,266.01	20.09%	34.74%
	5,000-8,000（含）	4,280.34	8.43%	19.10%
	8,000 以上	5,997.23	2.29%	7.27%
	合计/平均	**1,888.25**	**100.00%**	**100.00%**

注：上表均为含税金额。

亚马逊 FBA 模式下，欧洲和美国区域规定单件商品重量不得超过 30 千克，日本区域规定单件商品重量不得超过 50 千克，导致公司境外销售以小体积、低单价的商品为主；境内电商均为公司自主发货，对单件商品的重量无限制，销售为完全市场化行为，综合导致境内外线上销售年交易金额和集中区间存在显著差异。

4、刷单情况

报告期内，公司天猫和京东商城等平台存在刷单行为，境外电商及境内京东自营不存在刷单情形。刷单主要由境内电商部门操作，电商部门员工通过朋友或从事刷单的团队在平台下单购买产品后，向购买人寄送空包或赠品，发行人将资金及刷单佣金通过电商部门员工支付给刷单人员。报告期内刷单情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
主营业务收入（A）	67,320.85	37,943.65	36,718.34
境内电商收入（B）	2,722.42	2,828.21	3,511.41
占比（C=B/A）	4.04%	7.46%	9.55%
刷单金额（D）	659.09	2,095.77	814.41
占比（E=D/A）	0.98%	5.52%	2.22%

注：1、主营业务收入和境内电商收入为不含税收入，刷单金额为含税金额；
2、主营业务收入和境内电商收入均为扣除刷单后的收入。

发行人刷单相关业务未确认收入，刷单支付的佣金和平台费用均作为销售费用入账，不存在通过刷单虚增收入和利润的情形。

2018年至2020年，发行人境内电商收入金额占主营业务收入的比例为9.55%、7.46%和 4.04%，刷单金额占各期主营业务收入的比例分别为 2.22%、5.52%和0.98%，占比均较低，发行人业绩不存在依赖刷单的情形。公司已于 2020 年 6 月停止刷单行为，积极整改，制定了禁止刷单相关制度、明确了相关责任人，有效杜绝了刷单情形，2020 年 6 月之后，公司已不存在刷单行为。

涉及刷单的公司所在的市场监督管理局出具了书面文件，证明公司及子公司已就刷单行为进行了全面整改，2020 年 6 月以来不存在刷单行为，过往刷单行为不属于重大违法违规行为，作为主管部门不予行政处罚。

五、发行人采购情况和主要供应商

（一）主要原材料及能源供应情况

1、主要原材料采购情况

（1）采购金额及占比

报告期内，公司主要原材料采购金额及比重如下：

单位：万元、%

类别	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
钢材	7,152.08	35.59	11,203.48	32.89	5,268.00	28.79	5,680.95	30.84
外购件	5,500.54	27.37	9,286.67	27.26	5,001.21	27.34	4,816.40	26.15
包装及印刷物	2,392.22	11.90	4,359.45	12.80	2,356.63	12.88	2,471.60	13.42
坐垫	1,639.90	8.16	3,058.36	8.98	1,402.04	7.66	1,389.50	7.54
其他配件	1,376.69	6.85	2,526.22	7.42	1,788.07	9.77	1,487.92	8.08
配重材料	649.17	3.23	1,224.36	3.59	655.77	3.58	772.16	4.19
塑粉	625.91	3.11	942.44	2.77	865.00	4.73	896.31	4.87
电机	499.14	2.48	897.12	2.63	509.45	2.78	504.35	2.74
其他	259.11	1.29	563.41	1.65	449.30	2.46	400.31	2.17
合计	**20,094.77**	**100.00**	**34,061.51**	**100.00**	**18,295.46**	**100.00**	**18,419.51**	**100.00**

健身器材制造涉及原材料种类较多且相对分散。报告期内，公司对外采购原材料主要为钢材、外购件、包装及印刷物、配件和其他辅材等，其中外购件包括紧固件、塑料件、五金件和橡胶件等。报告期各期，公司原材料占比相对稳定。

（2）采购数量和价格

单位：元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量（万）	单价	数量（万）	单价	数量（万）	单价	数量（万）	单价
钢材（KG）	1,348.93	5.30	2,565.67	4.37	1,192.99	4.42	1,233.12	4.61
外购件（件）	9,644.14	0.57	18,235.75	0.51	9,334.80	0.54	9,274.82	0.52
包装/印刷品（件/KG）	1,443.02	1.66	3,177.60	1.37	1,278.81	1.84	1,384.04	1.79
坐垫（件）	771.81	2.12	1,363.86	2.24	687.54	2.04	654.14	2.12
其他配件（件）	315.55	4.36	576.29	4.38	345.67	5.17	352.90	4.22
配重材料（件）	182.03	3.57	300.27	4.08	169.94	3.86	202.03	3.82
塑粉（KG）	320.99	1.95	483.12	1.95	354.32	2.44	519.46	1.73
电机（件）	37.87	13.18	68.07	13.18	40.15	12.69	39.38	12.81
其他	1.44	179.49	3.72	151.38	2.72	165.47	2.88	139.00

报告期内，公司原材料采购价格相对稳定，未出现异常波动，其中 2021 年上半年钢材价格受市场行情影响出现一定上涨。

（3）成品采购情况

单位：万元

类别	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
无氧器材	921.52	882.39	1,046.43	820.75
有氧器材	539.01	1,165.44	635.84	366.91
室外全民健身器材	442.68	1,990.93	1,322.01	562.62
其他	75.96	112.81	9.45	24.02
合计	**1,979.17**	**4,151.57**	**3,013.73**	**1,774.30**

报告期内，公司存在外购成品并对外销售的情形，原因如下：

第一，公司现阶段战略导致。由于部分产品在生产工序上与公司其他产品有所差异，公司结合自身产能情况、规模效应和产品附加值等因素综合考虑，主要通过外购的方式满足客户需求。如室外全民健身器材虽然生产工艺相对简单，但对生产场地面积要求较高，现阶段自产规模效应不足，接到订单时主要采用贴牌方式外购；杠铃片销售量大，但附加值较低，通过外购方式将产能布局在附加值更高的产品上，接到订单时采用贴牌或直接采购的方式外购。

第二，产品差异化和客户需求多样性导致。为满足客户对产品多样性的需求、提供集中化的服务，公司对外采购在参数或功能上与自产产品不同的健身器材向客户销售，此外公司亦采购如电子秤、按摩棒等周边产品以便为客户（尤其是线上消费者）提供一站式消费服务。

2、外协采购情况

（1）外协总体情况

报告期内，基于成本、产能和环保要求等考虑，公司将部分非核心产品或非核心生产工序通过外协方式完成。报告期内，公司外协采购金额占营业成本的比例较小，具体如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
外协金额（万元）	1,222.00	1,528.49	222.36	243.14
营业成本（万元）	25,852.49	44,500.69	26,002.44	26,874.27
占比	4.73%	3.43%	0.86%	0.90%

报告期内，发行人外协加工分为成品外协和工序外协，均由发行人提供主要原材料，由受托方进行加工。2018 年和 2019 年，公司外协金额和工序相对稳定，

2020 年和 2021 年 1-6 月公司外协加工费用显著提升，主要系：第一，公司整体产销量提升，对应工序外协规模相应增加；第二，公司订单大幅增长，产能达到饱和，为保证按时交货，公司将部分附加值较低的产品通过外协的方式生产。

成品外协与工序外协的具体情况如下：

项目		2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
成品	金额（万元）	628.24	997.89	-	-
	占比	51.41%	65.29%	-	-
工序	金额（万元）	593.76	530.60	222.36	243.14
	占比	48.59%	34.71%	100.00%	100.00%
合计		**1,222.00**	**1,528.49**	**222.36**	**243.14**

（2）工序外协

①工序外协总体情况

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
刺绣	27.78	4.68%	107.91	20.34%	30.86	13.88%	34.78	14.30%
打磨	-	-	2.25	0.42%	-	-	0.04	0.02%
电镀	217.25	36.59%	306.81	57.82%	136.53	61.40%	123.33	50.72%
电泳	0.10	0.02%	0.22	0.04%	0.66	0.29%	0.88	0.36%
缝纫	-	-	0.14	0.03%	-	-	-	-
机加工	103.63	17.45%	53.29	10.04%	7.60	3.42%	11.54	4.75%
浸塑	0.56	0.09%	1.76	0.33%	4.24	1.91%	4.46	1.83%
喷漆	3.58	0.60%	10.32	1.95%	3.57	1.60%	7.23	2.97%
烫压	-	-	0.07	0.01%	38.28	17.22%	59.25	24.37%
装配	80.53	13.56%	32.76	6.17%	0.62	0.28%	1.63	0.67%
坐垫加工	160.32	27.00%	15.07	2.84%	-	-	-	-
合计	**593.76**	**100.00%**	**530.60**	**100.00%**	**222.36**	**100.00%**	**243.14**	**100.00%**

②主要工序的说明及计价方式

发行人主要工序的说明及计价方式如下：

工序名称	主要原材料	内容	加工费定价方式
电镀	金属件	通过电化学工艺提高金属件的耐磨度和美观程度	按电镀面积协商定价

工序名称	主要原材料	内容	加工费定价方式
刺绣	坐垫皮革	以刺绣方式制作 LOGO 或图案	按刺绣针数协商定价
机加工	金属件	金属机械加工	不同内容定价方式不同，如切割按工作时间协商定价，冲床按次数协商定价
烫压	坐垫皮革	通过高温印制 LOGO 或图案	按烫压面积和压合次数协商定价
坐垫加工	木材、皮革	通过缝纫、包制制作坐垫	结合自加工点值及市场价格协商，不同产品差异较大。
装配	未组装的组件	将组建装配为整机	结合自加工点值及市场价格协商，不同产品差异较大。

③外协金额变化情况分析

发行人工序外协主要分为两类情况：第一类是公司不具备该项工序的自产能力，包括电镀、刺绣、喷漆、电泳、浸塑，其中电镀系因资质问题无法自产，刺绣系无规模效应暂不自产，喷漆、电泳、浸塑、缝纫系因客户或产品的特殊需求导致的偶发性工序；第二类是公司具备该工序自产能力，但在产能不足的情况下使用外协方式生产，包括机加工、坐垫加工、装配、打磨。

由于健身器材产品差异化较大，不同产品原材料耗用、工序、各工序加工量均存在差异，部分工序系对自有产能的补充或具备偶发性特征，因此外协加工金额与发行人产量之间不存在显著的匹配关系，各工序变化情况分析如下：

分类	工序	变化情况及原因
无自有产能工序	电镀	电镀主要用于提升特定部件的耐磨性或美观性。由于产品具有差异化特点，电镀量与产品产量无一一对应关系，报告期内电镀金额变动趋势与产量变动趋势基本一致，占比变动主要系因其他工序金额变动导致。
	刺绣	刺绣是垫子（包括坐垫、臂垫、肘垫等）LOGO 制作工艺之一，由于产品具有差异化特点，不同产品垫子数量不同，不同垫子刺绣量不同，且刺绣工艺与烫压工艺存在一定替代关系，因此刺绣量与产品产量无一一对应关系。 2020 年刺绣金额增长较多，主要系因 2020 年亚马逊销量较大且以平凳、哑铃凳等刺绣工艺使用较多的自由力量训练器为主，公司大规模备货导致该工序外协加工量较大，2021 年公司结合亚马逊商品库存量适当调整了备货数量和产品结构。
	烫压	烫压是垫子（包括坐垫、臂垫、肘垫等）LOGO 制作工艺之一，2018 年至 2019 年公司烫压主要由润生五金完成，2019 年末润生五金将其烫压业务转让给发行人，烫压外协大幅减少。
	喷漆、电泳、浸塑、缝纫	偶发性外协，金额较小，与产品产量无勾稽关系。
有自有产能工序	机加工/装配	机加工和装配仅在自有产能不足的情况下通过外协补充。2020 年订单饱和导致机加工和装配外协金额增长；2021 年，公司结合外协供应商实际情况，将成品外协分拆为机加工和装配两大环节委托不同厂商完成

分类	工序	变化情况及原因
		（2021 年，徐州汤氏兄弟机械科技有限公司和徐州拓迈五金工具制造有限公司共同完成成品委外），导致机加工和装配工序增长。
	坐垫加工	坐垫加工仅在自有产能不足的情况下通过外协补充。2021 年以前，发行人坐垫采用提前备货模式自产，即基于对客户订单的预计提前生产坐垫，在该模式下，发行人坐垫产能与订单量基本匹配。后因出口运力不足，客户下达订单后可能因无法及时订舱而取消或更改订单，导致发行人无法继续采用提前备货的模式自产，2021 年起结合客户订舱、预付款等情况对具有确定交货时间的订单提前备货，对于交货时间不确定的订单，在船期较为明确后集中生产，导致客户成功订舱后交期较紧、自有产能不足、外协金额增加。
	打磨	自有产能不足时外协，金额较小，与产品产量无勾稽关系。

④工序外协主要供应商

报告期内，发行人工序外协的主要供应商如下：

单位：万元

年度	外协供应商名称	外协内容	金额	占比
2021 年 1-6 月	淮北市宏跃液压维修有限公司	电镀	172.89	29.12%
	邳州市捷威皮革加工厂	坐垫加工	160.32	27.00%
	徐州汤氏兄弟机械科技有限公司	机加工	102.30	17.23%
	徐州拓迈五金工具制造有限公司	装配	80.43	13.55%
	徐州晨宇金属制品厂	电镀	44.36	7.47%
	合计		**560.31**	**94.37%**
2020 年度	徐州晨宇金属制品厂	电镀	306.81	57.82%
	新沂市嘉源刺绣厂	刺绣	107.91	20.34%
	徐州汤氏兄弟机械科技有限公司	机加工	44.02	8.30%
	徐州拓迈五金工具制造有限公司	装配/机加工	35.79	6.75%
	徐州市贾汪区美雅座垫加工厂	坐垫加工	15.07	2.84%
	合计		**509.60**	**96.04%**
2019 年度	徐州晨宇金属制品厂	电镀	116.22	52.27%
	邳州市润生五金加工厂	烫压	38.28	17.22%
	新沂市嘉源刺绣厂	刺绣	30.86	13.88%
	宿迁市德丰工贸有限公司	电镀	20.17	9.07%
	徐州元财五金制品有限公司	机加工	4.59	2.07%
	合计		**210.13**	**94.50%**
2018 年度	宿迁市德丰工贸有限公司	电镀	91.46	37.62%
	邳州市润生五金加工厂	烫压	59.25	24.37%

年度	外协供应商名称	外协内容	金额	占比
	新沂市嘉源刺绣厂	刺绣	34.78	14.30%
	徐州晨宇金属制品厂	电镀、打磨	31.33	12.88%
	徐州元财五金制品有限公司	机加工	9.14	3.76%
	合计		**225.96**	**92.93%**

主要外协加工商中，宿迁市德丰工贸有限公司和徐州晨宇金属制品厂主要从事电镀业务，因其电镀资质不健全，陆续停止合作。截至本招股说明书签署日，发行人电镀工序外协加工商为淮北市宏跃液压维修有限公司，其相关业务资质健全，除此情形外，其他主要外协加工商不存在经营资质不全的情形。

主要工序外协加工商中，除邳州市润生五金加工厂系公司副总经理魏威控制的企业外，其他外协加工商与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间不存在关联关系，2019 年末润生五金将其烫压相关资产转让给发行人。

⑤主要外协商单价变化情况

单位：元/件

外协供应商名称	工序	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
淮北市宏跃液压维修有限公司	电镀	3.95	-	-	-
邳州市捷威皮革加工厂	坐垫加工	5.66	-	-	-
邳州市润生五金加工厂	烫压	-	-	1.45	1.51
宿迁市德丰工贸有限公司	电镀	-	-	3.05	2.93
新沂市嘉源刺绣厂	刺绣	1.03	1.11	1.09	1.18
徐州晨宇金属制品厂	打磨	-	0.88	-	0.86
	电镀	4.04	3.81	3.52	6.80
徐州市贾汪区美雅座垫加工厂	坐垫加工	-	9.29	-	-
徐州拓迈五金工具制造有限公司	装配	13.83	12.74	-	-
	机加工	-	0.58	-	-
徐州汤氏兄弟机械科技有限公司	机加工	3.33	0.92	5.34	5.83
徐州元财五金制品有限公司	机加工	0.52	0.50	0.45	1.13

报告期内，发行人外协加工单价总体保持稳定，部分单价存在波动，相同工序不同受托方之间亦存在差异，主要系因结算口径的计价单位包括面积、重量、

次数、针数等，但内部核算口径为对应工件或产品的数量，单个工件或产品面积、体积、重量差异较大，导致单个工序的加工量不同，进而导致单个工件或产品的外协单价存在差异。

具体来说：徐州晨宇金属制品厂 2018 年电镀单价较高系因电镀面积较大的导杆类工件加工较多；徐州汤氏兄弟机械科技有限公司 2020 年加工量较小的把手、短管、连杆等工件较多导致单价较低；徐州元财五金制品有限公司系加一健康外协供应商，2018 年加一健康成立，初步合作、价格总体偏高，后随着合作深入价格下降。

（3）成品外协

报告期内，发行人成品外协的主要供应商如下：

单位：万元

2021 年 1-6 月	
徐州市金利泰电动车配件有限公司	311.80
扬州市森木机械有限公司	203.48
山东瑞健特体育器材有限公司	103.76
南通精华动力科技有限公司	9.19
合计	**628.24**
2020 年度	
徐州市金利泰电动车配件有限公司	540.07
扬州市森木机械有限公司	357.82
南通精华动力科技有限公司	100.00
合计	**997.89**

成品外协加工商与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间不存在关联关系。

3、主要能源耗用情况

报告期内，公司主要耗用的能源为电力，具体情况如下：

类别	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
电力	金额（万元）	223.10	388.09	320.87	347.41
	数量（万千瓦时）	320.71	553.04	396.35	403.43
	单价（元/千瓦时）	0.70	0.70	0.81	0.86

报告期内，公司能源耗用与产量变化趋势保持一致。能源价格呈现逐年下降趋势，其中 2018 年单价较高系因关联方据英商贸并表所致（据英商贸生产所在地电费高于康力源），2020 年及 2021 年上半年单价较以往年度有所下降，主要系因 2020 年公司订单饱和，增加生产班次、提高产能利用率后，生产工时增加，夜间电价较低所致。

（二）报告期内向前五名供应商采购情况

1、前五大供应商采购情况

单位：万元

年度	序号	供应商名称	主要采购产品	采购金额	占比
2021 年 1-6 月	1	常熟市特种焊管总厂	钢材	2,230.13	10.10%
	2	徐州金保凯金属材料有限公司	钢材	1,535.67	6.96%
	3	青岛祥兴钢管有限公司	钢材	1,514.19	6.86%
	4	天长市伊特纳金属表面处理科技有限公司	外购件	1,195.04	5.41%
	5	泰州永盛包装股份有限公司	包装材料	863.56	3.91%
	合计			**7,338.59**	**33.25%**
2020 年度	1	常熟市特种焊管总厂	钢材	7,066.70	18.49%
	2	青岛祥兴钢管有限公司	钢材	1,489.24	3.90%
	3	泰州永盛包装股份有限公司	包装材料	1,480.99	3.88%
	4	天长市伊特纳金属表面处理科技有限公司	外购件	1,322.15	3.46%
	5	徐州市宝盛新田农业机械有限公司	外购件	1,303.28	3.41%
	合计			**12,662.35**	**33.14%**
2019 年度	1	常熟市特种焊管总厂	钢材	3,562.86	16.72%
	2	泰州永盛包装股份有限公司	包装材料	940.84	4.42%
	3	扬州市森木机械有限公司	外购件	843.42	3.96%
	4	徐州市宝盛新田农业机械有限公司	外购件	840.88	3.95%
	5	河北康奥达体育用品有限公司	全民健身	788.87	3.70%
	合计			**6,976.86**	**32.74%**
2018 年度	1	常熟市特种焊管总厂	钢材	3,823.91	18.94%
	2	泰州永盛包装股份有限公司	包装材料	1,080.92	5.35%
	3	扬州市森木机械有限公司	外购件	963.91	4.77%

年度	序号	供应商名称	主要采购产品	采购金额	占比
	4	徐州市宝盛新田农业机械有限公司	外购件	793.95	3.93%
	5	徐州市广信木业有限公司	外购件	555.50	2.75%
	合计			**7,218.19**	**35.74%**

报告期内，公司向前五名供应商采购金额合计占公司采购总额的比例分别为35.74%、32.74%、33.14%和33.25%，不存在采购金额占比超过50%的单个供应商。公司所需的主要原材料钢材行业竞争充分，市场供应充足，能够充分保障公司对原材料的需求，公司不存在供应商依赖的情形。

2、与前五名供应商的关联关系

本公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其关系密切的家庭成员与上述前五大供应商不存在关联关系，未在上述前五大供应商中占有任何权益。上述前五大供应商及其控股股东、实际控制人不存在是公司前员工、前关联方、前股东或其关系密切的家庭成员，进而导致利益倾斜的情形。

3、报告期内，新增的前五大供应商情况

公司2019年前五大供应商中新增河北康奥达体育用品有限公司，减少徐州市广信木业有限公司；公司2020年前五大供应商中新增青岛祥兴钢管有限公司和天长市伊特纳金属表面处理科技有限公司，减少扬州市森木机械有限公司和河北康奥达体育用品有限公司，相关情况如下：

年度	增减情况	供应商名称	公司基本情况	主要股东情况	首次合作时间	与该供应商的交易新增/减少的原因	关联关系
2021年1-6月	新增	金保凯	成立于2018年1月，注册资本500万元，主要从事钢料、建材、钢材来料加工、销售。	李伟持股100%	2020年	公司为应对钢材涨价、保证原材料稳定开发的新供应商	否
2020年度	新增	祥兴钢管	成立于1993年2月13日，注册资本2,686.00万元，主要从事钢管生产、销售。	青岛三恩集团有限公司持股100%	1998年	该公司产品为带钢，2020年带钢价格低于卷板价格，采购量增加	否
		伊特纳	成立于2018年7月4日，注册资本7,142.86万元，主要从事金属表面防腐处理服务、金属材料、健身器材及配	张小平持股35%、叶爱国持股30%、王秀雨持股21%、杨滨持	2020年	伊特纳大股东张小平系扬州森木股东之一，与公司合作关系良好，故经双方协商，公司	否

年度	增减情况	供应商名称	公司基本情况	主要股东情况	首次合作时间	与该供应商的交易新增/减少的原因	关联关系
			件、五金配件销售。	股 14%		与扬州森木的部分采购业务转移至伊特纳	
	减少	扬州森木	成立于 2006 年 4 月 27 日，注册资本 200.00 万元，主要从事矿山液压机械配件、健身器材、五金机械生产，LED 灯具生产、销售。	林久广持股 50%、左军持股 30%、张小平持股 20%	2017 年		否
		康奥达	成立于 2003 年 2 月 25 日，注册资本 3,100 万元，主要从事专项运动器材及配件制造。	杜俊起持股 100%	2017 年	与该供应商交易金额未发生重大变化，因其他供应商交易金额增长，未进入前五。	否
2019 年度	新增	康奥达				2019 年，公司室外全民健身产品销售业务增加，主要从康奥达采购，导致向康奥达采购的金额超过广信木业。	否
	减少	广信木业	成立于 2002 年 10 月 29 日，注册资本 200.00 万元，主要从事人造板生产、销售。	庄荣军持股 51%，庄国持股 49%	2004 年		否

六、客户、供应商及竞争对手重叠情况

（一）重叠原因

报告期内，发行人存在部分客户和供应商重叠的情况，竞争对手与客户或供应商重叠的情况，主要系因行业参与者基于该行业的差异化特征“互通有无”导致，包括客户需求差异化、产品差异化和行业参与者差异化等，具体详见本节“二、发行人所处行业基本情况和发展趋势”之“（三）发行人所处行业特点和发展趋势”部分。

具体来说，一方面，由于健身器材品类繁多，不同生产企业在产品类型方面各有侧重，例如发行人以室内健身器材的生产为主，济南力生体育用品有限公司、山东瑞健特体育器材有限公司以室外全民健身器材的生产为主，山西新和健身器材有限公司以哑铃的生产为主；另一方面，客户在采购时对产品多样性有较高要求，例如集采业务单笔订单可能同时涉及室外全民健身器材、室内健身器材等各类产品，其中，室外全民健身器材涉及健身器材以及地胶、球桌、球类、桌椅等辅助产品，同时客户可能对产品参数提出较为明确的要求。因此，健身器材生产企业存在无法仅凭自产产品满足客户多样性要求的情形，需对外采购产品以满足

客户需求。

对于相对稳定、规模尚可的客户需求，生产企业之间会结合自己的产品结构、业务特点及客户需求与其他企业通过贴牌、直接采购等方式建立相对稳定的合作关系，相互采购、互通有无，以满足客户持续需求，例如发行人持续向山西新和健身器材有限公司采购哑铃销售给客户 Impex。在该情形下，发行人存在供应商与客户重叠的情况，亦存在客户与竞争对手重叠的情形。

对于部分临时性、非持续性、小规模的订单，发行人结合客户所在地、运输成本、对供货及时性的要求以及当地货源情况等，优先向当地有合作的经销商采购成品，以满足客户一站式购物的需求。在该情形下，发行人经销商与供应商存在重叠的情形。

（二）重叠的具体情况

1、客户与供应商重叠的情形

发行人客户与供应商重叠的具体情况如下：

单位：万元

2021 年 1-6 月							
名称	**采购金额**	**占采购额比例**	**采购内容**	**销售金额**	**占销售额比例**	**销售内容**	**备注**
北京天润伟业体育用品有限公司	0.74	0.00%	杠铃片、拉力绳等	67.39	0.18%	健身器材	贸易企业
济南力生体育用品有限公司	28.12	0.13%	室外全民健身器材	12.42	0.03%	健身器材	生产企业
山东瑞健特体育器材有限公司	8.34	0.04%	室外全民健身器材	5.51	0.01%	健身器材	生产企业
天津益动未来体育用品有限公司	2.90	0.01%	乒乓球桌、篮球架	77.68	0.21%	健身器材	贸易企业
徐州兰士健身器材有限公司	327.98	1.48%	室内健身器材	0.03	0.00%	配件	生产企业
徐州力朗商贸有限公司	2.70	0.01%	地垫、桌椅等	13.81	0.04%	健身器材	贸易企业
云南顶立体育用品有限公司	2.32	0.01%	杠铃片、拳击产品等	44.09	0.12%	健身器材	贸易企业
合计	**373.10**	**1.69%**	**-**	**220.94**	**0.59%**	**-**	**-**
2020 年度							
名称	**采购金额**	**占采购额比例**	**采购内容**	**销售金额**	**占销售额比例**	**销售内容**	**备注**
安徽博奇康健身科技有限公司	3.72	0.01%	按摩椅	0.59	0.00%	健身器材	贸易企业

济南力生体育用品有限公司	171.60	0.45%	室外全民健身器材、紧固件、塑料件	1.48	0.00%	健身器材	生产企业
山东瑞健特体育器材有限公司	100.82	0.26%	室外全民健身器材	1.27	0.00%	健身器材	生产企业
山西新和健身器材有限公司	14.09	0.04%	哑铃片	160.07	0.24%	健身器材	生产企业
天津益动未来体育用品有限公司	3.19	0.01%	台球桌、篮球架	119.93	0.18%	健身器材	贸易企业
徐州汉诺体育用品有限公司	4.60	0.01%	地胶、地垫	23.88	0.04%	健身器材	贸易企业
徐州力朗商贸有限公司	4.01	0.01%	地垫、室外排椅、球桌、衣柜	20.17	0.03%	健身器材	贸易企业
徐州力诺健康科技有限公司	5.35	0.01%	多功能无动力跑步机	7.33	0.01%	健身器材	贸易企业
徐州英利体育科技有限公司	7.63	0.02%	杠铃片、地板及其他健身器材	350.21	0.52%	健身器材	贸易企业
云南顶立体育用品有限公司	21.74	0.06%	杠铃片、拳击产品等	124.46	0.18%	健身器材	贸易企业
中山盈亮健康科技有限公司	0.53	0.00%	跑步机	0.21	0.00%	健身器材	生产企业
合计	**337.28**	**0.88%**	**-**	**809.60**	**1.20%**	**-**	**-**
2019 年度							
名称	**采购金额**	**占采购额比例**	**采购内容**	**销售金额**	**占销售额比例**	**销售内容**	**备注**
安徽博奇康健身科技有限公司	2.65	0.01%	按摩椅	0.09	0.00%	健身器材	贸易企业
广东朗硕健身器材有限公司	0.56	0.00%	动感单车	0.69	0.00%	健身器材	生产企业
杭州新星文化体育用品有限公司	0.76	0.00%	乒乓球桌	7.94	0.02%	健身器材	贸易企业
济南力生体育用品有限公司	38.86	0.18%	室外全民健身器材	0.81	0.00%	健身器材	生产企业
石家庄卓力健身器材商贸有限公司	2.74	0.01%	跑步机	0.61	0.00%	健身器材	贸易企业
天津益动未来体育用品有限公司	3.25	0.02%	地胶、台球桌	86.58	0.23%	健身器材	贸易企业
潍坊康瑞体育产业股份有限公司	3.17	0.01%	摔跤垫、摔跤假人	0.70	0.00%	健身器材	生产企业
徐州力朗商贸有限公司	1.77	0.01%	地垫、室外排椅、球桌	12.32	0.03%	健身器材	贸易企业
徐州英利体育科技有限公司	49.90	0.23%	杠铃片、球类及其他健身器材	145.86	0.38%	健身器材	贸易企业
云南顶立体育用品有限公司	24.92	0.12%	杠铃片、医疗箱等	111.39	0.29%	健身器材	贸易企业

郑州威诺健身器材有限公司	0.42	0.00%	智能无动力跑步机	114.96	0.30%	健身器材	贸易企业
合计	**129.00**	**0.61%**	**-**	**481.95**	**1.27%**	**-**	**-**
2018 年度							
名称	**采购金额**	**占采购额比例**	**采购内容**	**销售金额**	**占销售额比例**	**销售内容**	**备注**
广东奥玛健身器材有限公司	1.36	0.01%	各类健身器械	0.68	0.00%	健身器材	生产企业
合计	**1.36**	**0.01%**	**-**	**0.68**	**0.00%**	**-**	**-**

注：上表中 0.01%为四舍五入的结果，0.00%为四舍五入后小于 0.01%所致。

2、客户与竞争对手重叠的情形

如前所述，健身器材生产企业之间相互采购属于行业惯例，报告期内，发行人存在向主要知名同行业竞争对手销售产品的情形，具体如下：

单位：万元

年度	名称	基本情况	金额	性质	交易内容
2021 年 1-6 月	深圳市好家庭实业有限公司	基本情况详见本节“三、发行人所处行业竞争状况”之“（六）同行业可比公司”部分	28.56	销售	跑步机
2020 年度	青岛鹰伯尔运动器材有限公司		6.91	销售	单机训练器
	深圳市好家庭实业有限公司		35.82	销售	跑步机
2019 年度	澳瑞特体育产业股份有限公司		4.53	销售	跑步机
	青岛鹰伯尔运动器材有限公司		6.96	销售	单机训练器
	南通铁人运动用品有限公司		9.29	销售	综合训练机
2018 年度	青岛鹰伯尔运动器材有限公司		5.90	销售	单机训练器

上述业务往来过程中，发行人销售和采购内容均与客户、供应商的主营业务相符，相关销售与采购系发行人基于业务需求独立决策的结果，对同一家企业的销售和采购具体内容也不同，采购的物料与销售的产品之间不存在对应关系，且销售和采购业务分别按照市场价格协商定价、独立核算，且此种业务往来符合行业惯例。

因此，报告期内，发行人与同一供应商或客户发生的交易均为根据当时的实际需求而产生，均具有真实贸易背景和商业合理性，财务核算准确。发行人与同行业竞争对手的交易符合行业惯例和商业逻辑，不存在大额异常情形。

七、发行人综合服务商情况

（一）综合服务商总体情况

报告期内，公司涉及综合服务费的项目合计 51 项，涉及综合服务商合计 13 家，报告期内综合服务费情况如下：

单位：万元、%

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
综合服务费总额（A）	447.46	683.42	205.62	248.37
涉及综合服务费项目收入（B）	1,191.70	2,209.41	770.00	798.48
综合服务费率（A/B）	37.55	30.93	26.70	31.11
销售费用（C）	2,541.12	4,714.51	4,588.31	3,848.14
占销售费用的比例（A/C）	17.61	14.50	4.48	6.45

报告期内，综合服务费占相关收入的比例变动情况及原因分析详见本招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”部分。2020 年和 2021 年 1-6 月，因执行新会计准则，综合服务费计入成本核算，综合服务费占销售费用的比例提高，剔除该影响后分别为 6.45%、4.48%、7.98%和 8.18%，各年度略有波动，主要系因各项目综合服务内容的差异导致。

报告期内综合服务商具体情况如下：

单位：万元

序号	名称	注册资本	实际控制人	经营范围
1	江苏高美体育发展有限公司	1,000	陈其东	体育赛事活动的组织、策划；体育项目开发；人造草坪铺设；塑胶跑道设计、制作、安装；体育场馆租赁、管理；弱电工程、室内外装饰工程、体育场地设施工程、建筑工程、园林绿化工程、亮化工程设计、施工；体育器材、教学仪器、健身器材、机械设备销售、租赁；组织文化交流；企业形象策划；企业营销策划；商务信息、体育信息咨询；服装、服饰、鞋帽、日用百货、文化用品、户外用品、计算机软硬件、仪器仪表、汽车零配件、五金交电、工艺品、礼品销售；设计、制作、代理、发布国内各类广告；提供展览、展示、公关礼仪、会务、劳务服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
2	江苏东迪体育文化发展有限公司	1,000	陈其东	体育赛事的组织、策划及咨询服务；组织文化艺术交流活动；公关礼仪服务；体育信息咨询；健身服务；商务信息咨询；会务服务；展览展示服务；设计、制作代理、发布国内各类广告；企业形象策划；

序号	名称	注册资本	实际控制人	经营范围
				体育场馆租赁、管理；文化艺术培训；体育器材、机械设备租赁；建筑装饰工程、室内外装饰装修工程、园林绿化工程设计、施工；服装鞋帽、体育用品、体育器材、日用百货、文体用品、户外用品、运动器械、仪器仪表、汽车配件、五金工具、工艺品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
3	江苏加优体育发展有限公司	1,000	周洁	一般项目：体育用品及器材批发；体育保障组织；体育用品及器材零售；体育赛事策划；体育用品设备出租；鞋帽批发；户外用品销售；体育竞赛组织；服装服饰零售；服装服饰批发；劳动保护用品销售；体育场地设施工程施工；组织文化艺术交流活动；会议及展览服务（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
4	温州皓羽体育文化发展有限公司	200	陈建锋、潘芃羽	一般项目：体育赛事策划；健身休闲活动；体育保障组织；体验式拓展活动及策划；体育健康服务；广告制作；广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；广告设计、代理；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；体育用品及器材批发；体育用品及器材零售；体育用品设备出租；户外用品销售；服装服饰批发；服装服饰零售；办公用品销售；普通机械设备安装服务（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
5	河北顺久承体育器材科技有限公司	3,010	杨微	体育器材研发；体育器材、健身器材、军警体能训练器材、教学仪器、看台座椅、拆装式游泳池、运动场地、幼教设备、教具、玩具、非电动游乐设备、劳动技能器材、音乐器材、美术器材、体质检测器材、课桌椅、学生床、书架、办公家具、场地围网、塑胶场地、人工草坪、实验室设备、仪器柜制造、销售、安装、维修及售后服务；一类、二类医疗器械、计算机、软件及辅助设备、电子产品、厨房设备销售、安装、维修；图书零售；房屋建筑工程；体育场地、体育场馆设施工程设计、施工；货物进出口、技术进出口（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
6	定州市利泰体育用品有限公司	100	马泰	健身器材制造。武术器材、音乐器材、美术器材、教学专用仪器、教学实验室设备、运动防护用具、音响设备、非电动游乐设备、学生课桌、椅、床、运动地板、多媒体教学设备、人造草坪、计算机、软件及辅助设备、Ⅰ类医疗器械、Ⅱ类医疗器械、电子产品、厨房设备、不锈钢制品、通讯器材、球类、儿童玩具（国家禁止经营的除外）、办公用品、办公家具、鞋帽、箱包、帐篷、日用百货、卫生洁具批发、零售；图书、报刊、音像制品零售；体育器材、场地围网、看台座椅、塑胶场地销售、安装；房屋建筑工程；园林绿化工程；体育场地设施工程施工；货物进出口；技术进出口（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

序号	名称	注册资本	实际控制人	经营范围
7	郑州市金水区威诺体育用品商行	-	杨阳	零售：体育用品
8	徐州汉诺体育用品有限公司	200	杨小娟	体育用品、体育器材及配件、健身器材、乐器、美术用品、教学专用仪器、玻璃仪器、玩具、游艺用品、电子产品、服装、鞋帽、办公用品、家具、金属护栏、安全网、建材、塑料制品、橡胶制品、照明设备销售；室外体育设施工程、体育场工程、房屋建筑工程、园林绿化工程、室内外装饰工程施工、设计；体育项目组织服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
9	绵阳利康健身器材有限公司	30	易建华	销售体育器材；销售体育用品；保健按摩服务；销售文化用品；体育赛事、活动经纪服务；国内和国际体育赛事策划、组织服务；体育专业组织活动；销售计算机、软件及辅助设备；Ⅰ类医疗器械销售；Ⅱ类医疗器械销售；销售服装；户外运动的组织、策划；体育场地设施安装；销售办公、绘图、教学用品；销售人工草坪；销售泡沫塑料制品；体育会展服务；体育健康服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
10	北京市天润伟业体育用品有限公司	1,100	任建卫	销售体育用品、乐器、体育器材、文化用品（音像制品除外）、安全技术防范产品、消防器材、针纺织品、服装、鞋帽、工艺品、家用电器、五金交电（不含电动自行车）、厨房用具、实验室设备、日用杂品、第一类医疗器械、第二类医疗器械；体育运动项目经营（高危险性体育项目除外）；器械健身；经济信息咨询；专业承包；技术服务；技术推广；租赁机械设备、健身器材；外协健身器材。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
11	四川省嘉乐康体育用品有限公司	100	唐志强	批发兼零售：文化体育用品、健身器材、办公用品、场地设施、眼镜、床上用品、皮具、医疗器材（I类II类不含许可经营项目）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
12	呼和浩特市健力美商贸有限公司	800	吴朝忠	健身器材、保健器材、体育器材、体育用品、训练器材、拓展器械、攀岩设备、心理行为训练器械、游乐设备、儿童活动器材、教学设备、消防器材、安防器材、交通器材、文化用品、日用百货、电子产品、服装、鞋帽、通讯产品、办公用品、办公家具、办公设备、文艺设备、礼品、洗化用品、建材、五金机电的销售及售后服务；体育场地、场馆基建工程施工；塑胶跑道、人造草坪、运动地板的铺设与安装；停车场服务、停车场管理、健身服务、市场营销策划、健身器材技术服务、健身器材推广服务、按摩椅管理服务、按摩椅维护服务、物业管理、

序号	名称	注册资本	实际控制人	经营范围
				物业服务、场地租赁、市场管理、家政服务、保洁服务、园林绿化服务；广告业。
13	湖北吉优体育用品有限公司	2,000	陈利红	健身器材、文体用品、保健器材、家用电器、五金产品、服装、电子产品、安防产品的销售及相关技术服务；室内外装饰设计及安装。（涉及许可经营项目，应取得相关部门许可后方可经营）

（二）综合服务商符合行业惯例

1、选聘综合服务商的必要性与合理性

选聘综合服务商为室外全民健身器材项目提供服务具有必要性和合理性。具体来说，第一，室外全民健身项目分布地区广、项目数量及实施地点较多，安装类型差异大，面临的具体情况复杂，需现场协调的事宜众多；第二，根据《室外健身器材的安全通用要求》（GB19272-2011）要求，产品使用寿命不得少于 8 年，且甲方对于售后服务响应的及时性有较高的要求，因此后期巡检、维护等服务需在各地长期聘用人员从事相关工作；第三，政府采购项目一般通过招投标进行，项目获取具有较大不确定性，公司难以预计未来业务体量，难以根据业务需求组建自有团队。

综上，公司通过选聘综合服务商提供相关服务在合理性、经济效益、服务的及时性等方面优于自身组建团队。

2、聘请有合作历史的经销商作为综合服务商的必要性与合理性

报告期内，公司存在综合服务商与经销商重合的情形，具体如下：

单位：万元

公司名称	综合服务费金额	销售金额
2021 年 1-6 月		
江苏东迪体育文化发展有限公司	178.37	1.91
江苏高美体育发展有限公司	224.21	7.43
江苏加优体育发展有限公司	24.03	85.15
2020 年度		
江苏高美体育发展有限公司	240.54	40.23
江苏加优体育发展有限公司	41.60	22.83
绵阳利康健身器材有限公司	14.60	31.07
徐州汉诺体育用品有限公司	4.80	23.88

公司名称	综合服务费金额	销售金额
郑州威诺健身器材有限公司	20.50	140.69
2019 年度		
江苏高美体育发展有限公司	96.79	15.02
绵阳利康健身器材有限公司	3.53	42.76
湖北吉优体育用品有限公司	45.81	164.35

由于公司需在政采项目中标地点选聘综合服务商提供运输、安装、售后等服务，而经销商作为与公司有合作基础的专业从事健身器材销售的主体，对公司产品较为了解、有专业的综合服务人员与相应的服务能力，与公司建立了畅通的沟通机制、能及时就服务过程中的问题进行双向反馈，有利于提升服务质量，减少沟通成本。

选聘有合作历史的经销商作为综合服务商符合行业惯例。同行业上市公司中，英派斯也主要选聘有合作历史的经销商而非独立第三方作为综合服务商。英派斯在招股说明书中披露：长春英派斯健康发展有限公司、呼和浩特市英派斯健身有限公司等既是经销商也是综合服务商，其在经销公司室内健身器材的同时，为公司全民健身器材业务提供运输、安装、巡检等综合服务；舒华体育在招股书中披露：济南锐强体育用品有限公司、福州舒华体育用品有限公司、河南舒华体育设施有限公司等既是经销商也是综合服务商。

（三）综合服务商管理

1、选聘和管理

为确保综合服务商的服务能力与服务质量，公司从综合服务商经营的合法合规性、信用情况、团队专业性、售后服务能力等多个方面进行考察，保证综合服务商具备相应的服务能力。

2、综合服务商的服务内容与定价依据

（1）综合服务商的服务内容

综合服务商负责协助公司进行市场调查、广告宣传等工作，并向公司提供市场趋势和潜在客户的信息；在取得明确的招标信息后，向公司提供包括项目规模、中标成功率估计、中标因素、地方法规政策、地方税费政策及其他相关同行业等

综合信息；在项目中标后，综合服务商负责产品的运输、安装及售后服务。

（2）综合服务费的定价依据

综合服务费根据项目规模、运输成本、安装难度、售后服务内容等基本因素，由公司与综合服务商协商确认。

综上，在以室外全民健身器材为主的政府采购业务中，公司选聘综合服务商提供后期包括运输、安装及检修维护等工作并支付其相应的服务费，是符合公司业务发展并存在经济效益的选择，有利于政府采购业务在全国范围内的开展，公司聘请第三方综合服务商进行政府采购业务相关的综合服务，具有必要性与合理性，选聘具有合作历史的经销商作为综合服务商符合行业惯例，并有助于相关服务工作的开展。

八、发行人主要资源要素情况

（一）主要固定资产

公司主要固定资产包括房屋及建筑物、通用设备、专用设备及运输工具等。截至 2021 年 6 月 30 日，公司固定资产具体情况如下：

单位：万元

项目	原值	累计折旧	账面价值
房屋及建筑物	8,070.31	2,649.72	5,420.58
通用设备	342.26	221.71	120.55
专用设备	4,712.39	2,586.21	2,126.18
运输工具	595.00	295.85	299.15
合计	**13,719.95**	**5,753.49**	**7,966.46**

报告期内，公司固定资产使用情况良好，不存在因固定资产减值等原因导致生产经营不能正常进行的情况。

1、房屋建筑物

截至 2021 年 6 月 30 日，公司拥有的房屋建筑物情况如下：

序号	权利人	住落地	不动产权证编号	建筑面积（㎡）	取得方式	用途	他项权利
1	康力源	邳州市滨湖大道北侧、争先路西侧 1-10 幢	苏（2021）邳州市不动产权第 0002189 号	71,447.46	自建	厂房/办公/其他	抵押

序号	权利人	住落地	不动产权证编号	建筑面积（㎡）	取得方式	用途	他项权利
2	加一健康	邳州市滨湖大道北侧、争先路西侧 1-3 幢	苏（2021）邳州市不动产权第 0026659 号	15,068.79	自建	工业	抵押

截至本招股说明书签署日，除上述已取得权属证书的房产外，发行人尚有部分房屋、搭建未取得权属证书，具体情况如下：

序号	坐落	建筑面积（㎡）	占用土地对应的使用权证编号	用途	未取得产证原因
1	康力源厂区	约 150	苏（2021）邳州市不动产权第 0002189 号	门市部	后期扩建建筑
2	康力源厂区	约 120		临时仓库	后期扩建建筑
3	康力源厂区	约 110		卫生间	后期扩建建筑
4	康力源厂区	约 190		危险废物储存车间	后期扩建建筑
5	康力源厂区	约 420		临时仓库	后期扩建建筑
6	康力源厂区	约 110		卫生间	后期扩建建筑
7	康力源厂区	约 290		废品仓库	后期扩建建筑
8	康力源厂区	约 160		废弃锅炉房	后期扩建建筑
9	康力源厂区	约 450		塑粉仓库和机修车间	后期扩建建筑
10	康力源厂区	约 1500		自行车、电瓶车车库	临时搭建
11	加一健康厂区	约 24	苏（2020）邳州市不动产权第 0038007 号	临时仓库	后期扩建建筑

上述未取得产证的房屋建筑物主要为生产经营辅助性设施，其面积占发行人全部自有房屋建筑物面积的比例较小。

2021 年 4 月 2 日，邳州市炮车街道综合行政执法局出具了《关于江苏康力源体育科技股份有限公司相关事宜的说明》：“康力源自门卫室往西至西围墙、西围墙及北围墙存在违章搭建，面积约为 3,500 平方米，目前作为临时车库、仓库使用。经核查公司已启动新厂房及仓库的建设，上述违章搭建系公司临时、过渡使用所致，面积及价值占比相对较小。因此上述违章搭建不属于重大违法违规行为，我局作为主管机关，不会因此给予公司行政处罚”。

2021 年 7 月 26 日，发行人控股股东、实际控制人衡墩建已出具《承诺函》，承诺：“如公司及分公司、子公司所使用、拥有、租赁的房产，因需按有关法律法规完善有关权属、行政许可或备案等手续，而被主管政府部门处以行政处罚或要求承担其他法律责任，或被主管政府部门要求对该瑕疵进行整改而发生损失或

支出，或因此导致公司及分公司、子公司无法继续占有使用有关房产的，本人将为其提前寻找其他合适的房产，以保证其生产经营的持续稳定，并愿意承担公司及分公司、子公司因此所遭受的一切经济损失”。

上述未取得产权证书的房产不属于发行人及其子公司主要生产经营性用房且面积占比相对较小，发行人的控股股东、实际控制人已作出补偿承诺，上述问题不会对发行人正常生产经营造成重大不利影响。

另外，公司职工食堂正在建设中，已取得《建设工程规划许可证》以及《建筑工程施工许可证》。

2、房屋租赁

截至招股说明书签署日，发行人及其子公司承租的正在履行租赁合同的房屋合计 12 项，具体如下：

序号	承租方	出租方	地址	用途	租赁期限	面积（㎡）	房产证	是否备案
1	康力源	临沂智派物流园有限公司	临沂市兰山区十三路运派智慧物流园 E 栋一层南区 106-108 仓储	仓储	2021.06.15-2024.12.31	600	-	否
2	康力源	徐州奥体中心经营管理有限公司	徐州奥体全民健身中心主体育场南一层	门店	2015.08.04-2025.08.03	295	-	否
3	康力源	徐州市体育中心	徐州市泉山区湖北路体育中心大门外自东向西第一间	门店	2019.10.01-2022.09.30	105.6	-	否
4	康力源	江苏金猫机器人科技有限公司	邳州市争先路东侧、滨化大道南侧、富家路以北 1-4 幢	仓储	2021.06.01-2022.05.31	5,000	苏（2021）邳州市不动产权第 0024833 号	否
5	康力源	邳州高新技术产业开发区管委会	邳州市高新技术产业开发区富民路以北、争先路西、智能制造产业园二期三栋厂房	生产、仓储	2021.07.19-2025.12.31	约 18,000	-	否
6	徐州诚诚亿	武斌	徐州市鼓楼区风尚米兰小区商业办公楼 4 号楼 1-404 室	办公	2021.03.22-2022.03.22	48.54	苏（2018）徐州市不动产权第 0104618 号	否
7	徐州诚诚亿	徐金梅	徐州市鼓楼区风尚米兰小区	办公	2021.04.05-2022.04.05	48.54	苏（2016）徐州市不动	否

序号	承租方	出租方	地址	用途	租赁期限	面积（㎡）	房产证	是否备案
			商业办公楼 4 号楼 1-917 室				产权第 0033046 号	
8	徐州诚诚亿	孟昂	徐州市鼓楼区风尚米兰小区商业办公楼 4 号楼 1-1304 室	办公	2021.01.25-2022.01.25	47.84	苏（2016）徐州市不动产权第 0052302 号	否
9	徐州诚诚亿	徐州物资市场有限公司	徐州市鼓楼区下淀路 170 号物资市场 13 号楼 318 室	办公	2021.10.30-2022.10.29	90	-	否
10	南京诚诚亿	孙怀凤	南京市建邺区江东中路 311 号 1501 室	办公	2021.03.10-2022.03.09	55.02	宁房权证建转字第 390600 号	是
11	澳特捷贸易	徐玉欣	徐州市鼓楼区风尚米兰小区商业办公楼 4 号楼 1-518	办公	2021.01.15-2022.01.15	48.54	苏（2016）徐州市不动产权第 0007018 号	否
12	杭州诚诚亿	叶钊滢	杭州市江干区尊宝大厦银尊 1508 室	办公	2021.01.22-2023.01.31	51.89	杭房权证江移字第 13481545 号	否

上述第 1、2、3、5、9 项租赁房产的出租方未能提供房产权属证书，该等房产系由出租方自建而成，但因建设手续不齐全等原因未取得相关权属证书。

针对公司租赁的未取得房产证的房产，发行人控股股东、实际控制人衡墩建已出具承诺，“公司及其分公司、子公司所承租房屋，因拆迁、搬迁、无法取得房屋所有权证、未办理房屋租赁登记备案手续等原因而导致公司及其分公司、子公司无法继续使用承租房屋，进而影响公司正常生产、经营的，本人承诺将积极协助其提前寻找其他适租的房屋，以保证其生产经营的持续稳定，并愿意承担公司及其分公司、子公司因此所遭受的一切经济损失”。

上述房屋租赁除第 10 项外均未办理备案手续。根据《中华人民共和国民法典》第七百零六条“当事人未依照法律、行政法规规定办理租赁合同登记备案手续的，不影响合同的效力”的规定，上述境内承租房产未办理租赁备案，不影响该等租赁房产的使用，也不影响租赁合同的效力。截至本招股说明书签署日，公司未因上述房产未办理租赁登记备案手续而受到房地产管理部门的行政处罚。

3、机器设备

截至 2021 年 6 月 30 日，公司主要机器设备情况如下：

单位：元、台、%

所属公司	设备名称	数量	设备原值	设备净值	成新率
康力源	激光切割机	2	233.93	129.00	55.14
	焊接机器人	47	556.74	131.07	23.54
	喷涂设备	8	563.69	316.77	56.20
	合计	**57**	**1354.36**	**576.84**	**42.59**
加一健康	激光切割机	3	361.97	233.02	64.38
	焊接机器人	22	222.79	163.12	73.22
	喷涂设备	7	159.74	104.41	65.36
	合计	**32**	**744.50**	**500.55**	**67.23**

（二）主要无形资产

公司无形资产主要包括土地使用权、软件等。截至 2021 年 6 月 30 日，公司无形资产账面价值为 2,800.13 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	原值	累计摊销	账面价值
土地使用权	3,205.20	415.82	2,789.37
软件	82.89	72.14	10.75
合计	**3,288.09**	**487.96**	**2,800.13**

1、土地使用权

截至 2021 年 6 月 30 日，公司拥有的土地使用权情况如下：

序号	权利人	住落地	不动产权证编号	面积（㎡）	取得方式	用途	他项权利
1	康力源	邳州市滨湖大道北侧、争先路西侧 1-10 幢	苏（2021）邳州市不动产权第 0002189 号	104,787.15	出让	工业用地	抵押
2	加一健康	邳州市滨湖大道北侧、争先路西侧 1-3 幢	苏（2021）邳州市不动产权第 0026659 号	33,479.10	出让	工业用地	抵押
3	加一健康	邳州市滨湖大道北侧、争先路西侧	苏（2020）邳州市不动产权第 0038007 号	24,126.20	出让	工业用地	-

报告期内，发行人及其子公司不存在受到土地管理部门的处罚的情形，具体情况如下：

2021 年 7 月 12 日，邳州市自然资源和规划局出具《证明》，确认康力源自 2018 年 1 月 1 日以来依法使用土地，无违规用地的行为，不存在因违反土地管理、规划有关法律、法规和规范性文件而受到处罚的情形。

2021 年 7 月 12 日，邳州市自然资源和规划局出具《证明》，确认加一健康自 2018 年 1 月 1 日以来依法使用土地，无违规用地的行为，不存在因违反土地管理、规划有关法律、法规和规范性文件而受到处罚的情形。

2、商标

（1）境内注册商标

截至 2021 年 6 月 30 日，发行人及其子公司在中国境内拥有 22 项注册商标证书，情况如下：

序号	商标	权利人	注册号	注册类别	权利期限	目前状态	取得方式
1		康力源	1093720	第 28 类	1997.09.07-2027.09.06	有效	继受取得
2	军霞 JUXIA	康力源	1093723	第 28 类	1997.09.07-2027.09.06	有效	继受取得
3	军霞 JUXIA	康力源	1333494	第 25 类	1999.11.14-2029.11.13	有效	原始取得
4		康力源	1353517	第 25 类	2000.01.14-2030.01.13	有效	原始取得
5	军霞 JUXIA	康力源	1353518	第 25 类	2000.01.14-2030.01.13	有效	原始取得
6	军霞 JUXIA	康力源	1364382	第 11 类	2000.02.14-2030.02.13	有效	原始取得
7	军霞 JUXIA	康力源	1385375	第 12 类	2000.04.14-2030.04.13	有效	原始取得
8		康力源	1385376	第 12 类	2000.04.14-2030.04.13	有效	原始取得
9	军霞 JUXIA	康力源	1388199	第 6 类	2000.04.21-2030.04.20	有效	原始取得
10		康力源	1388200	第 6 类	2000.04.21-2030.04.20	有效	原始取得
11	康力源	康力源	16057841	第 28 类	2016.03.07-2026.03.06	有效	继受取得
12		康力源	17317174	第 28 类	2016.09.07-2026.09.06	有效	原始取得
13	JX FITNESS	康力源	17317175	第 28 类	2016.09.07-2026.09.06	有效	原始取得
14	JX FITNESS	康力源	17317176	第 41 类	2016.09.07-2026.09.06	有效	原始取得
15	JX FITNESS	康力源	17317177	第 41 类	2016.09.07-2026.09.06	有效	原始取得

序号	商标	权利人	注册号	注册类别	权利期限	目前状态	取得方式
16		康力源	17317178	第 28 类	2016.09.07-2026.09.06	有效	原始取得
17		康力源	18959512	第 10 类	2017.06.07-2027.06.06	有效	原始取得
18		康力源	3420304	第 28 类	2004.09.07-2024.09.06	有效	继受取得
19		康力源	3420305	第 28 类	2004.09.07-2024.09.06	有效	继受取得
20		康力源	46736761	第 27 类	2021.02.07-2031.02.06	有效	原始取得
21		康力源	5519926	第 28 类	2009.09.28-2029.09.27	有效	继受取得
22		加一健康	26573806	第 10 类	2018.10.14-2028.10.13	有效	原始取得

注：序号 1、2 的商标系发行人从徐州健身器材总厂处受让取得，序号 11 的商标系发行人从据德商贸处受让取得，序号 18、19、21 的商标系发行人从衡墩建处受让取得。
序号 11、21 的商标发行人以普通许可的方式授权给全资子公司徐州诚诚亿使用。

（2）境外商标

截至 2021 年 6 月 30 日，发行人及其子公司在境外拥有 7 项注册商标，情况如下：

序号	商标	国家/地区	权利人	注册号	注册类别	权利期限	目前状态
1	Royal Fitness	美国	康力源	6279144	第 28 类	2021.02.23-2031.02.23	原始取得
2		美国	康力源	5331360	第 28 类	2017.11.07-2027.11.07	原始取得
3		日本	康力源	6319493	第 28 类	2020.11.20-2030.11.20	原始取得
4		日本	康力源	6255359	第 28 类	2020.05.29-2030.05.29	原始取得
5		英国	康力源	Uk00003397900	第 28 类	2019.05.09-2029.05.09	原始取得
6		澳大利亚	康力源	2010756	第 28 类	2019.05.21-2029.05.21	原始取得
7		欧盟	徐州诚诚亿	017412453	第 28 类	2017.10.31-2027.10.31	继受取得

注：序号 7 的商标系徐州诚诚亿从发行人处以无偿转让的方式继受取得。

3、专利

（1）境内专利

截至 2021 年 6 月 30 日，发行人及其子公司在境内共拥有 8 项发明专利，57

项实用新型专利、155 项外观设计专利，具体情况如下：

①发明

序号	专利权人	专利名称	专利号	专利类型	申请日	有效期（年）	取得方式
1	康力源	一种挡圈挤压成型的杠铃杠	ZL201410193774.0	发明	2014.05.09	20	原始取得
2	康力源	一种杠铃杆挡圈挤压成型方法	ZL201410194145.X	发明	2014.05.09	20	原始取得
3	康力源	杠铃杆挡圈挤压成型模具	ZL201410194157.2	发明	2014.05.09	20	原始取得
4	康力源	一种多功能健身器	ZL201510512234.9	发明	2015.08.20	20	原始取得
5	康力源	一种自动适应跑步者速度的跑步机	ZL201510554212.9	发明	2015.09.02	20	原始取得
6	康力源	健身车及健身车阻尼制动装置	ZL201510086841.3	发明	2015.02.17	20	原始取得
7	康力源	链式磁铁固定装置	ZL201510083945.9	发明	2015.02.17	20	原始取得
8	康力源	一种阻尼配重装置	ZL201910018148.0	发明	2019.01.09	20	原始取得

②实用新型

序号	专利权人	专利名称	专利号	专利类型	申请日	有效期（年）	取得方式
1	康力源	杠铃杆挡圈挤压成型模具	ZL201420235987.0	实用新型	2014.05.09	10	原始取得
2	康力源	一种用于杠铃杆挡圈挤压成型的模具	ZL201420235386.X	实用新型	2014.05.09	10	原始取得
3	康力源	多功能仰卧板健身器	ZL201420263309.5	实用新型	2014.05.21	10	原始取得
4	康力源	一种挡圈挤压成型的杠铃杆	ZL201420236002.6	实用新型	2014.05.09	10	原始取得
5	康力源	一种跑步机跑板减震元件	ZL201420656407.5	实用新型	2014.11.06	10	原始取得
6	康力源	健身器材通用电机底罩	ZL201520093404.X	实用新型	2015.02.10	10	原始取得
7	康力源	链式磁铁固定装置	ZL201520115117.4	实用新型	2015.02.17	10	原始取得
8	康力源	健身骑马机阻尼装置	ZL201520113937.X	实用新型	2015.02.16	10	原始取得
9	康力源	健身车及健身车阻尼制动装置	ZL201520115003.X	实用新型	2015.02.17	10	原始取得
10	康力源	跑板减震装置和跑步机	ZL201520124621.0	实用新型	2015.03.03	10	原始取得
11	康力源	一种健身器材后调坡	ZL201520199711.6	实用新型	2015.04.06	10	原始取得
12	康力源	跑步机及其跑板支撑管	ZL201520093383.1	实用新型	2015.02.10	10	原始取得

序号	专利权人	专利名称	专利号	专利类型	申请日	有效期（年）	取得方式
13	康力源	跑步机减震垫	ZL201520115160.0	实用新型	2015.02.17	10	原始取得
14	康力源	一种多功能健身器	ZL201520628825.8	实用新型	2015.08.20	10	原始取得
15	康力源	一种椭圆机摇管固定装置	ZL201520630066.9	实用新型	2015.08.20	10	原始取得
16	康力源	一种基于蓝牙接打电话的跑步机	ZL201520756638.8	实用新型	2015.09.28	10	原始取得
17	康力源	一种便于安装拆卸的杠铃搁架	ZL201520756898.5	实用新型	2015.09-28	10	原始取得
18	康力源	一种跑步机空气净化器装置	ZL201520756085.6	实用新型	2015.09.28	10	原始取得
19	康力源	一种自适应调速的跑步机	ZL201520756343.0	实用新型	2015.09.28	10	原始取得
20	康力源	一种椭圆机连接机构	ZL201520756234.9	实用新型	2015.09.28	10	原始取得
21	康力源	一种便于安装拆卸的配重块	ZL201520756659.X	实用新型	2015.09.28	10	原始取得
22	康力源	一种跑步机固定装置	ZL201520199713.5	实用新型	2015.04.06	10	原始取得
23	康力源	一种多功能仰卧板健身器结构	ZL201520093384.6	实用新型	2015.02.10	10	原始取得
24	康力源	一种带有新型防滑边条固定结构的电动跑步机	ZL201521091468.2	实用新型	2015.12.25	10	原始取得
25	康力源	一种跑步机的马达罩	ZL201620092386.8	实用新型	2016.01.31	10	原始取得
26	康力源	一种基于心率控制速度的电动跑步机	ZL201620778364.7	实用新型	2016.07.23	10	原始取得
27	康力源	一种倾斜自动停机的跑步机	ZL201620785032.1	实用新型	2016.07.25	10	原始取得
28	康力源	一种亲子健身车	ZL201620938957.5	实用新型	2016.08.25	10	原始取得
29	康力源	一种电动跑步机坡度手动调节装置	ZL201620778365.1	实用新型	2016.07.23	10	原始取得
30	康力源	一种多功能健身车	ZL201620849949.3	实用新型	2016.08.08	10	原始取得
31	康力源	一种跑步机折叠扶手及带有跑步机折叠扶手的折叠跑步机	ZL201620966348.0	实用新型	2016.08.29	10	原始取得
32	康力源	一种液压式椭圆机	ZL201621018971.X	实用新型	2016.08.31	10	原始取得
33	康力源	折叠综合训练器	ZL201621483248.9	实用新型	2016.12.30	10	原始取得
34	康力源	一种综合训练器	ZL201721302732.1	实用新型	2017.09.26	10	原始取得
35	康力源	一种单双杠训练器	ZL201721421259.9	实用新型	2017.10.30	10	原始取得

序号	专利权人	专利名称	专利号	专利类型	申请日	有效期（年）	取得方式
36	康力源	一种伸缩式椭圆机	ZL201721279589.9	实用新型	2017.09.30	10	原始取得
37	康力源	一种自适应跑步机或走步机	ZL201721876050.1	实用新型	2017.12.28	10	原始取得
38	康力源	一种折叠式健身器材把手	ZL201820049208.6	实用新型	2018.01.12	10	原始取得
39	康力源	一种健身器材多媒体设备放置架折叠系统	ZL201820084032.8	实用新型	2018.01.18	10	原始取得
40	康力源	跑步机二级传动减速系统及跑步机	ZL201820193807.5	实用新型	2018.02.05	10	原始取得
41	康力源	一种电机散热装置	ZL201820196826.3	实用新型	2018.02.05	10	原始取得
42	康力源	一种健身器材多媒体设备放置架折叠系统	ZL201820754727.2	实用新型	2018.05.21	10	原始取得
43	康力源	一种综合训练器用防护装置	ZL201820651023.2	实用新型	2018.05.03	10	原始取得
44	康力源	扭转弹簧减震机构及跑步机	ZL201821003775.4	实用新型	2018.06.27	10	原始取得
45	康力源	一种跑带自动调紧装置	ZL201821032909.5	实用新型	2018.07.02	10	原始取得
46	康力源	一种划船器用滑动座椅装置	ZL201821035156.3	实用新型	2018.07.02	10	原始取得
47	康力源	一种健身摇架	ZL201920208862.1	实用新型	2019.02.16	10	原始取得
48	康力源	一种称重、计数式扭腰器主体结构	ZL201920422286.0	实用新型	2019.03.31	10	原始取得
49	康力源	一种秋千	ZL201920245127.8	实用新型	2019.02.27	10	原始取得
50	康力源	一种健身器材用高度可调座垫装置	ZL201920422278.6	实用新型	2019.03.31	10	原始取得
51	康力源	一种坐式下拉训练器	ZL201920422279.0	实用新型	2019.03.31	10	原始取得
52	康力源	一种智能语音播报式路径告示牌结构	ZL201920422288.X	实用新型	2019.03.31	10	原始取得
53	康力源	一种三头肌训练器	ZL201921482108.3	实用新型	2019.09.06	10	原始取得
54	康力源	一种臀部训练器	ZL201921524275.X	实用新型	2019.09.14	10	原始取得
55	康力源	可调配重机构	ZL202020264010.7	实用新型	2020.03.06	10	原始取得
56	康力源	一种具有限位功能的折叠机构及其跑步机	ZL202020103813.4	实用新型	2020.01.17	10	原始取得
57	康力源	一种二头肌训练器	ZL201921483438.4	实用新型	2019.09.08	10	原始取得

③外观设计

序号	专利权人	名称	专利号	专利类型	申请日	有效期（年）	取得方式
1	康力源	跷跷板	ZL201530048279.6	外观设计	2015.02.16	10	原始取得
2	康力源	跑步机（1）	ZL201530039512.4	外观设计	2015.02.10	10	原始取得
3	康力源	健身车	ZL201530048600.0	外观设计	2015.02.17	10	原始取得
4	康力源	仰卧板	ZL201530048933.3	外观设计	2015.02.25	10	原始取得
5	康力源	跑步机（2）	ZL201530039600.4	外观设计	2015.02.10	10	原始取得
6	康力源	跑步机	ZL201530048599.1	外观设计	2015.02.17	10	原始取得
7	康力源	哑铃凳（2）	ZL201530308074.7	外观设计	2015.08.17	10	原始取得
8	康力源	仰卧板	ZL201530308336.X	外观设计	2015.08.17	10	原始取得
9	康力源	跷跷板	ZL201530308209.X	外观设计	2015.08.17	10	原始取得
10	康力源	哑铃凳（1）	ZL201530308066.2	外观设计	2015.08.17	10	原始取得
11	康力源	健身车（1）	ZL201530308261.5	外观设计	2015.08.17	10	原始取得
12	康力源	迷你椭圆机	ZL201530379257.8	外观设计	2015.09.28	10	原始取得
13	康力源	亲子健身车	ZL201530313840.9	外观设计	2015.08.20	10	原始取得
14	康力源	电动跑步机	ZL201530350397.2	外观设计	2015.09.11	10	原始取得
15	康力源	拉伸器	ZL201530308223.X	外观设计	2018.08.17	10	原始取得
16	康力源	急速健身车	ZL201530313834.3	外观设计	2015.08.20	10	原始取得
17	康力源	液压式椭圆机	ZL201530379256.3	外观设计	2015.09.28	10	原始取得
18	康力源	电动跑步机	ZL201530350715.5	外观设计	2015.09.11	10	原始取得
19	康力源	举重床（2）	ZL201530308084.0	外观设计	2015.08.17	10	原始取得
20	康力源	脚踏板	ZL201530276179.9	外观设计	2015.07.28	10	原始取得
21	康力源	举重床（1）	ZL201530308312.4	外观设计	2015.08.17	10	原始取得
22	康力源	健身车（2）	ZL201530308083.6	外观设计	2015.08.17	10	原始取得
23	康力源	举重床（3）	ZL201530308258.3	外观设计	2015.08.17	10	原始取得

序号	专利权人	名称	专利号	专利类型	申请日	有效期（年）	取得方式
24	康力源	两站位综合机	ZL201630127050.6	外观设计	2016.04.15	10	原始取得
25	康力源	多功能健身椅	ZL201630165653.5	外观设计	2016.05.06	10	原始取得
26	康力源	推举单机	ZL201630127058.2	外观设计	2016.04.15	10	原始取得
27	康力源	综合机	ZL201630127053.X	外观设计	2016.04.15	10	原始取得
28	康力源	综合机	ZL201630127049.3	外观设计	2016.04.15	10	原始取得
29	康力源	仰卧板	ZL201630353270.0	外观设计	2016.07.28	10	原始取得
30	康力源	多功能仰卧板	ZL201630352901.7	外观设计	2016.07.28	10	原始取得
31	康力源	多功能举重床	ZL201630340562.0	外观设计	2016.07.23	10	原始取得
32	康力源	综合架	ZL201630352902.1	外观设计	2016.07.28	10	原始取得
33	康力源	电动跑步机	ZL201530303901.3	外观设计	2015.08.13	10	原始取得
34	康力源	多功能综合机	ZL201630353272.X	外观设计	2016.07.28	10	原始取得
35	康力源	多功能举重床	ZL201630340556.5	外观设计	2016.07.23	10	原始取得
36	康力源	多功能仰卧板	ZL201630352903.6	外观设计	2016.07.28	10	原始取得
37	康力源	电动跑步机	ZL201630340563.5	外观设计	2016.07.23	10	原始取得
38	康力源	铃片架（奥林匹克）	ZL201630340558.4	外观设计	2016.07.23	10	原始取得
39	康力源	多功能健身车	ZL201630386361.4	外观设计	2016.08.12	10	原始取得
40	康力源	多功能深蹲架	ZL201630340561.6	外观设计	2016.07.23	10	原始取得
41	康力源	跑步机面板	ZL201630340566.9	外观设计	2016.07.23	10	原始取得
42	康力源	多功能单双杠训练器	ZL201630340557.X	外观设计	2016.07.23	10	原始取得
43	康力源	举重床	ZL201630340550.8	外观设计	2016.07.23	10	原始取得
44	康力源	举重床	ZL201630340559.9	外观设计	2016.07.23	10	原始取得
45	康力源	举重床	ZL201630340571.X	外观设计	2016.07.23	10	原始取得
46	康力源	举重床	ZL201630340572.4	外观设计	2016.07.23	10	原始取得
47	康力源	举重床	ZL201630340549.5	外观设计	2016.07.23	10	原始取得

序号	专利权人	名称	专利号	专利类型	申请日	有效期（年）	取得方式
48	康力源	举重床	ZL201630340565.4	外观设计	2016.07.23	10	原始取得
49	康力源	综合训练器(三站位)	ZL201630661126.3	外观设计	2016.12.30	10	原始取得
50	康力源	竞赛车	ZL201630659534.5	外观设计	2016.12.30	10	原始取得
51	康力源	竞赛车	ZL201630127056.3	外观设计	2016.04.15	10	原始取得
52	康力源	哑铃架	ZL201630352925.2	外观设计	2016.07.28	10	原始取得
53	康力源	多功能哑铃凳	ZL201630340555.0	外观设计	2016.07.23	10	原始取得
54	康力源	电动跑步机	ZL201630458320.1	外观设计	2016.08.31	10	原始取得
55	康力源	竞赛车	ZL201630458402.6	外观设计	2016.08.31	10	原始取得
56	康力源	墙壁式单杠	ZL201630127055.9	外观设计	2016.04.15	10	原始取得
57	康力源	健身车	ZL201630127048.9	外观设计	2016.04.15	10	原始取得
58	康力源	摇摇车	ZL201730436503.8	外观设计	2017.09.14	10	原始取得
59	康力源	跑步机	ZL201730641594.9	外观设计	2017.12.15	10	原始取得
60	康力源	电动跑步机	ZL201830010413.7	外观设计	2018.01.10	10	原始取得
61	康力源	儿童摇椅	ZL201730677470.6	外观设计	2017.12.28	10	原始取得
62	康力源	儿童秋千（2）	ZL201730678255.8	外观设计	2017.12.28	10	原始取得
63	康力源	儿童秋千（1）	ZL201730677468.9	外观设计	2017.12.28	10	原始取得
64	康力源	哑铃凳	ZL201830065762.9	外观设计	2018.02.10	10	原始取得
65	康力源	哑铃凳	ZL201830065763.3	外观设计	2018.02.10	10	原始取得
66	康力源	多功能举重床	ZL201730642042.X	外观设计	2017.12.15	10	原始取得
67	康力源	多功能哑铃架	ZL201730641154.3	外观设计	2017.12.15	10	原始取得
68	康力源	电动跑步机	ZL201830118741.9	外观设计	2018.03.28	10	原始取得
69	康力源	跷跷板	ZL201830065749.3	外观设计	2018.02.10	10	原始取得
70	康力源	倒立机	ZL201830065761.4	外观设计	2018.02.10	10	原始取得
71	康力源	竞赛车	ZL201830065777.5	外观设计	2018.02.10	10	原始取得

序号	专利权人	名称	专利号	专利类型	申请日	有效期（年）	取得方式
72	康力源	椭圆机	ZL201830065771.8	外观设计	2018.02.10	10	原始取得
73	康力源	铃片	ZL201730517691.7	外观设计	2017.10.27	10	原始取得
74	康力源	椭圆踏步机	ZL201830010489.X	外观设计	2018.01.10	10	原始取得
75	康力源	多功能平凳	ZL201830065757.8	外观设计	2018.02.10	10	原始取得
76	康力源	单双杠	ZL201830065758.2	外观设计	2018.02.10	10	原始取得
77	康力源	哑铃凳	ZL201830065759.7	外观设计	2018.02.10	10	原始取得
78	康力源	单站综合机	ZL201830065764.8	外观设计	2018.02.10	10	原始取得
79	康力源	多功能龙门架	ZL201830065766.7	外观设计	2018.02.10	10	原始取得
80	康力源	罗马凳	ZL201830065767.1	外观设计	2018.02.10	10	原始取得
81	康力源	可调节单双杠（1）	ZL201830065773.7	外观设计	2018.02.10	10	原始取得
82	康力源	三站综合机	ZL201830065774.1	外观设计	2018.02.10	10	原始取得
83	康力源	多功能综合机	ZL201830065750.6	外观设计	2018.02.10	10	原始取得
84	康力源	三站综合机	ZL201830065760.X	外观设计	2018.02.10	10	原始取得
85	康力源	多功能哑铃凳	ZL201830065769.0	外观设计	2018.02.10	10	原始取得
86	康力源	多功能健身凳	ZL201830065775.6	外观设计	2018.02.10	10	原始取得
87	康力源	举重床	ZL201830065768.6	外观设计	2018.02.10	10	原始取得
88	康力源	可调节单双杠（3）	ZL201830065772.2	外观设计	2018.02.10	10	原始取得
89	康力源	多功能单双杠	ZL201830065776.0	外观设计	2018.02.10	10	原始取得
90	康力源	可调节单双杠（2）	ZL201830065770.3	外观设计	2018.02.10	10	原始取得
91	康力源	跳舞椭圆机	ZL201830010640.X	外观设计	2018.01.10	10	原始取得
92	康力源	划船器	ZL201830238944.1	外观设计	2018.05.22	10	原始取得
93	康力源	前高拉训练器	ZL201830656895.3	外观设计	2018.11.19	10	原始取得
94	康力源	坐式上斜推胸训练器	ZL201830656912.3	外观设计	2018.11.19	10	原始取得
95	康力源	坐式上斜推胸训练器	ZL201830657430.X	外观设计	2018.11.19	10	原始取得

序号	专利权人	名称	专利号	专利类型	申请日	有效期（年）	取得方式
96	康力源	多功能举重床（二）	ZL201830656885.X	外观设计	2018.11.19	10	原始取得
97	康力源	坐式高拉力训练器	ZL201830656891.5	外观设计	2018.11.19	10	原始取得
98	康力源	折叠平凳（BRT100）	ZL201830656919.5	外观设计	2018.11.19	10	原始取得
99	康力源	坐式推胸训练器	ZL201830657456.4	外观设计	2018.11.19	10	原始取得
100	康力源	多功能举重床（一）	ZL201830656915.7	外观设计	2018.11.19	10	原始取得
101	康力源	坐式高拉训练器	ZL201830657427.8	外观设计	2018.11.19	10	原始取得
102	康力源	坐姿单屈腿训练器	ZL201830657444.1	外观设计	2018.11.19	10	原始取得
103	康力源	坐式腿部训练器	ZL201830657405.1	外观设计	2018.11.19	10	原始取得
104	康力源	坐式伸腿训练器	ZL201830656894.9	外观设计	2018.11.19	10	原始取得
105	康力源	深蹲机	ZL201830656890.0	外观设计	2018.11.19	10	原始取得
106	康力源	电动跑步机（T300）	ZL201830657458.3	外观设计	2018.11.19	10	原始取得
107	康力源	小提腿训练器	ZL201930035997.8	外观设计	2019.01.23	10	原始取得
108	康力源	多功能训练器	ZL201930035999.7	外观设计	2019.01.23	10	原始取得
109	康力源	动感单车（3）	ZL201930045217.8	外观设计	2019.01.26	10	原始取得
110	康力源	举重床	ZL201930045218.2	外观设计	2019.01.26	10	原始取得
111	康力源	摇架（空中 360°旋转式）	ZL201930045222.9	外观设计	2019.01.26	10	原始取得
112	康力源	腹肌训练器（家用）	ZL201930045231.8	外观设计	2019.01.26	10	原始取得
113	康力源	动感单车（2）	ZL201930045227.1	外观设计	2019.01.26	10	原始取得
114	康力源	多功能引体向上训练器	ZL201930045229.0	外观设计	2019.01.26	10	原始取得
115	康力源	小提腿训练器（家用）	ZL201930035969.6	外观设计	2019.01.23	10	原始取得
116	康力源	动感单车（1）	ZL201930045228.6	外观设计	2019.01.26	10	原始取得
117	康力源	综合训练器	ZL201930035977.0	外观设计	2019.01.23	10	原始取得
118	康力源	多功能哑铃凳	ZL201930035965.8	外观设计	2019.01.23	10	原始取得
119	康力源	龙门架综合训练器	ZL201930035973.2	外观设计	2019.01.23	10	原始取得

序号	专利权人	名称	专利号	专利类型	申请日	有效期（年）	取得方式
120	康力源	家用哑铃凳	ZL201930035974.7	外观设计	2019.01.23	10	原始取得
121	康力源	深蹲训练器	ZL201930035964.3	外观设计	2019.01.23	10	原始取得
122	康力源	举重床（2BSVW）	ZL201930035996.3	外观设计	2019.01.23	10	原始取得
123	康力源	多功能龙门架训练器	ZL201930036002.X	外观设计	2019.01.23	10	原始取得
124	康力源	多功能举重床	ZL201930045213.X	外观设计	2019.01.26	10	原始取得
125	康力源	综合训练器	ZL201930045189.X	外观设计	2019.01.26	10	原始取得
126	康力源	举重床(商用)	ZL201930045209.3	外观设计	2019.01.26	10	原始取得
127	康力源	动感单车（4）	ZL201930045216.3	外观设计	2019.01.26	10	原始取得
128	康力源	靠背垫	ZL201930045220.X	外观设计	2019.01.26	10	原始取得
129	康力源	多功能哑铃凳	ZL201930045230.3	外观设计	2019.01.26	10	原始取得
130	康力源	配重门	ZL201830656914.2	外观设计	2018.11.19	10	原始取得
131	康力源	秋千	ZL201930045210.6	外观设计	2019.01.26	10	原始取得
132	康力源	健身器材遮阳蓬（二代）	ZL201930161270.4	外观设计	2019.04.10	10	原始取得
133	康力源	站立架	ZL201930045190.2	外观设计	2019.01.26	10	原始取得
134	康力源	悬臂组合	ZL201930035963.9	外观设计	2019.01.23	10	原始取得
135	康力源	座垫	ZL201930045219.7	外观设计	2019.01.26	10	原始取得
136	康力源	龙门架	ZL201930045197.4	外观设计	2019.01.26	10	原始取得
137	康力源	哑铃凳	ZL201930045221.4	外观设计	2019.01.26	10	原始取得
138	康力源	三头肌训练器	ZL201930274990.1	外观设计	2019.05.30	10	原始取得
139	康力源	二头肌训练器	ZL201930275737.8	外观设计	2019.05.30	10	原始取得
140	康力源	磁控车（JX7106）	ZL201930419850.9	外观设计	2019.08.03	10	原始取得
141	康力源	椭圆机（JX7206)	ZL201930419855.1	外观设计	2019.08.03	10	原始取得
142	康力源	腹肌训练器	ZL201930694116.3	外观设计	2019.12.12	10	原始取得
143	康力源	深蹲架（JX-855）	ZL202030716878.1	外观设计	2020.11.25	10	原始取得

序号	专利权人	名称	专利号	专利类型	申请日	有效期（年）	取得方式
144	康力源	斜蹬训练器	ZL201930538212.9	外观设计	2019.09.29	10	原始取得
145	康力源	综合训练器（多功能）	ZL202030008688.4	外观设计	2020.01.07	10	原始取得
146	康力源	多功能凳	ZL201930045226.7	外观设计	2019.01.26	10	原始取得
147	康力源	臀腹训练器	ZL202030277001.7	外观设计	2020.06.04	10	原始取得
148	康力源	哑铃架（01）	ZL202030372379.5	外观设计	2020.07.10	10	原始取得
149	康力源	倒蹬训练器	ZL201930538214.8	外观设计	2019.09.29	10	原始取得
150	康力源	八站位训练器	ZL201930521684.3	外观设计	2019.09.23	10	原始取得
151	康力源	臀部训练器	ZL201930537683.8	外观设计	2019.09.29	10	原始取得
152	康力源	哑铃架(DBR0117)	ZL202030432694.2	外观设计	2020.08.03	10	原始取得
153	康力源	卧式健身车（JX7303)	ZL202130011682.7	外观设计	2021.01.08	10	原始取得
154	康力源	折叠哑铃凳	ZL202130043896.2	外观设计	2021.01.21	10	原始取得
155	加一健康	电动跑步机（2）	ZL201730245933.1	外观设计	2017.06.15	10	原始取得

（2）境外专利

截至 2021 年 6 月 30 日，发行人及其子公司拥有 13 项境外专利，具体情况如下：

序号	专利权人	专利名称	专利号	专利类型	申请日	有效期（年）	取得方式	注册地
1	康力源	Multifunctional wall single parallel bars（多功能墙壁式单双杠）	6123431	外观设计	2021.03.10	5	原始取得	英国
2	康力源	Flat Stool（平凳）	6114648	外观设计	2021.01.21	5	原始取得	英国
3	康力源	Squat Rack（深蹲架）	6107681	外观设计	2020.11.25	5	原始取得	英国
4	康力源	ADJUSTABLE WEIGHT BENCH（哑铃凳）	6093183	外观设计	2020.06.24	5	原始取得	英国
5	康力源	Folding flat stool（折叠平凳）	6114647	外观设计	2021.01.21	5	原始取得	英国
6	康力源	Folding dumbbell stool（折叠哑铃凳）	6114649	外观设计	2021.01.21	5	原始取得	英国
7	康力源	Gymnastics apparatus and equipment（体操器材与设备）	007535372-0001	外观设计	2020.01.20	5	原始取得	欧盟
8	康力源	Apparatus for developing muscles	0080200	外观	2020.06.24	5	原始	欧盟

序号	专利权人	专利名称	专利号	专利类型	申请日	有效期（年）	取得方式	注册地
		（锻炼肌肉的器材）	36-0001	设计			取得	
9	康力源	Gymnastics and sports apparatus and equipment（体操与运动用的器材与设备）	008284772-0001	外观设计	2020.11.25	5	原始取得	欧盟
10	康力源	Gymnastics and sports apparatus and equipment（体操与运动用的器材与设备）	008409882-0001	外观设计	2021.01.21	5	原始取得	欧盟
11	康力源	Gymnastics apparatus and equipment（体操器材与设备）	008409528-0001	外观设计	2021.01.21	5	原始取得	欧盟
12	康力源	Gymnastics apparatus and equipment（体操器材与设备）	008409833-0001	外观设计	2021.01.21	5	原始取得	欧盟
13	康力源	Gymnastics apparatus and equipment（体操器材与设备）	008456594-0001	外观设计	2021.03.10	5	原始取得	欧盟

4、计算机软件著作权

截至 2021 年 6 月 30 日，公司拥有的软件著作权情况如下：

序号	证书号	软件名称	著作权人	首次发表日期	权力范围	登记号	取得方式
1	软著登字第 4138671 号	跑步机运动能量消耗检测系统 V1.0	康力源	2018.11.27	全部权利	2019SR0717914	原始取得
2	软著登字第 4138095 号	跑步机自适应速度控制系统 V1.0	康力源	2018.11.27	全部权利	2019SR0717338	原始取得
3	软著登字第 4137956 号	综合训练器人体动作识别纠正系统 V1.0	康力源	2018.12.18	全部权利	2019SR0717199	原始取得
4	软著登字第 4142924 号	云健身 SAAS 平台 V1.0	康力源	2018.03.20	全部权利	2019SR0722167	原始取得
5	软著登字第 4142886 号	基于健身器材的体质检测系统 V1.0	康力源	2018.03.20	全部权利	2019SR0722129	原始取得
6	软著登字第 3702079 号	康力源智能健身系统 V1.0	康力源	2019.01.05	全部权利	2019SR0281322	原始取得
7	软著登字第 5148589 号	和佳软件 V1.0	康力源	未发表	全部权利	2020SR0269893	原始取得

5、域名

截至 2021 年 6 月 30 日，公司拥有的域名情况如下：

序号	域名级别	权利主体	域名	到期日期
1	二级域名	康力源	junxia.net	2022.05.11

公司合法拥有商标、发明专利、软件著作权等相关无形资产的所有权，资产在有效的权利期限内，不存在抵押、质押或优先权等权利瑕疵或限制等情况，不存在许可第三方使用等情况。

（三）其他对公司经营产生重要作用的资源要素

1、技术许可

报告期内，公司不存在许可他人使用自身技术，或作为被许可方使用他人技术的情况。

2、其他经营业务资质

（1）管理体系认证

截至 2021 年 6 月 30 日，公司拥有的管理体系认证情况如下：

序号	标准号	认证名称	认证机构	认证有效期
1	GB/T 19001-2016/ISO 9001：2015	质量管理体系认证证书	中国质量认证中心	2022.07.29
2	GB/T 24001-2016/ISO 14001：2015	环境管理体系认证证书	中国质量认证中心	2022.08.01
3	GB/T 28001-2011/OHSAS18001：2007	职业健康安全管理体系认证证书	中国质量认证中心	2022.08.01
4	GB/T 19025-2001/ISO 10015：1999	培训管理体系评价证书	中国质量认证中心	2022.07.07

（2）高新技术企业

公司于 2020 年 12 月取得了江苏省科学技术厅、江苏省财政厅、国家税务总局江苏省税务局颁发的编号为 GR202032010667《高新技术企业证书》，有效期为三年。

九、发行人的特许经营权情况

截至本招股说明书签署日，公司无特许经营权。

十、发行人核心技术及研发情况

（一）主要产品的核心技术情况

健身器材制造业生产环节中各工序的工艺技术水平均已较为成熟，行业参与者在核心技术方面的差异主要体现在产品功能设计的合理性和可用性、生产工艺的精细化、成本效益最优化等方面以及与其他技术的深度融合等方面。公司从事健身器材研发和生产 20 余年，通过“外销定制化+内销品牌化+线上市场化”之三位一体销售模式，对海量客户需求进行全面的收集、分析、总结，积累了丰富

的产品研发设计经验、产品生产技术工艺和多样性的生产模具，既能够满足各类客户对产品的差异化需求，亦能根据市场需求走向及时抓住市场热点、研发新品，具体如下：

第一，公司具备保障功能设计合理性和可用性的能力。健身器材、尤其无氧器材在设计时需充分考虑人体力学和各肌肉群特点，在发力角度、锻炼轨迹等方面需在理论基础上经过大量的实践以积累有效的经验数据，让产品既能达到最佳的锻炼效果（如锻炼的目标肌肉准确），又能充分考虑安全性、美观性等，同时还能最大限度的提高功能的综合性，以“一机多用”的方式满足消费者的各类需求。

第二，公司具备精细化的生产工艺、规模效应以及与其他技术有效融合的能力。健身器材生产工序较为复杂，涉及机加工、焊接、喷涂、表面处理、烫压、刺绣、电泳、电镀、浸塑、装配和智能化等众多工艺环节的相互配合，任一环节出现瑕疵或脱节，均会影响产品品质、影响交货及时性。因此，企业需结合自身的生产能力、资质许可、技术储备等合理规划生产工序和计划，通过自产、外协、外购相结合的方式在保障产品质量的前提下实现收益最大化。例如，对于资质管控较严的电镀环节多采用外协方式完成，对于工序、工艺上略有差异且生产环节技术含量较低的室外全民健身器材主要采用贴牌方式完成，对于产品智能化所需的软件、硬件以及塑料制品等辅料多采用定制化方式外购，对于电机、螺丝等标准件主要通过直接采购的方式完成。

截至本招股说明书签署日，公司拥有发明专利 8 项、实用新型专利 57 项、外观设计专利 155 项，境外外观专利 13 项，与智能产品相关的软件著作权 6 项，掌握了多项产业内关键技术，产品多达千余种，在差异化的产品研发和设计能力方面形成了具有竞争优势的技术基础。

目前公司核心技术涵盖了杠铃挡圈成型技术、链式磁铁固定技术、健身车阻尼制动技术、跑步机自适应技术、跑步机或走步机及其控制相关技术、跑步带自动调紧技术等，全部为自主研发，具体情况如下：

序号	技术名称	技术特点	代表专利	技术来源
1	杠铃挡圈成型技术	包括金属管材和挡圈，所述挡圈垂直于所述金属管材并分布在所述金属管	一种挡圈挤压成型的杠铃杆，发明专利（专利号：	自主研发

序号	技术名称	技术特点	代表专利	技术来源
		材的两侧，用于安装杠铃，所述挡圈由所述金属管材的管壁向外侧弯曲形成。本发明的挡圈挤压成型的杠铃杠能使杠铃杠成型加工具有工序简单，能耗低，不需要焊接，材料无浪费等优点。	ZL201410193774.0）	
2	链式磁铁固定技术	由若干个由工程塑料做成的、呈工字形结构的嵌合节连接而成，所述的嵌合节由两只相同的等腰梯形边板，对称、垂直地连接在一只撑板的两端构成；撑板平面垂直于梯形的上、下底，撑板的上边沿与边板的梯形上底平齐；每一个嵌合节边板梯形的左腰与相邻嵌合节边板梯形的右腰在下部相连，形成链式结构；链式结构的链孔位置为磁铁安装位；在磁铁安装位的上边沿设有向内凸出的凸块和/或凸边。	链式磁铁固定装置，发明专利（专利号：ZL201510083945.9）	自主研发
3	健身车阻尼制动技术	该阻尼制动装置包括操作帽、阻尼螺杆、固定导向套管、阻尼螺帽；阻尼螺杆穿过固定导向套管后与阻尼螺帽螺纹连接，将固定导向套管套装在操作帽和阻尼螺帽之间；连接后的阻尼螺杆、固定导向套管和阻尼螺帽均置于车架管套中。其中，固定导向套管固定在车架管套的上部，并使操作帽突出于车架管套的上端；阻尼螺帽以只可纵向移动的方式卡置在车架管套中。本发明仅使用一只设有操作帽的阻尼螺杆和一只阻尼螺帽，以及匹配的车架管套和固定导向套管，就可以可靠地实现健身车的阻尼和制动，操作和使用方便。	健身车及健身车阻尼制动装置，发明专利（专利号：ZL201510086841.3）	自主研发
4	跑步机自适应技术	跑步机的控制系统通过同时采集设置在跑步机特定位置的加速度传感器数据和跑步者步幅数据，将两者结合起来进行模型公式计算，从而使适应跑步者速度的调节过程更为准确和快速。	一种自动适应跑步者速度的跑步机，发明专利（专利号：ZL201510554212.9）	自主研发
5	跑步机或走步机及其控制相关技术	将速度调节开关置于跑板上，改变传统的手动调速方式，更加方便快捷。	跑步机或走步机及其控制方法，发明专利申请中（专利申请号：201711460173.1）	自主研发
6	跑步带自动调紧技术	创新使用弹性储能单元的储能垫片储存一定拉力，当跑带老化或者天气原因热胀冷缩发生松弛时，储能垫片组会实时释放拉力将跑带拉紧，实现使跑带保持紧绷状态的目的。	一种跑带自动调紧装置，发明专利申请中（专利申请号：201810706336.8）	自主研发

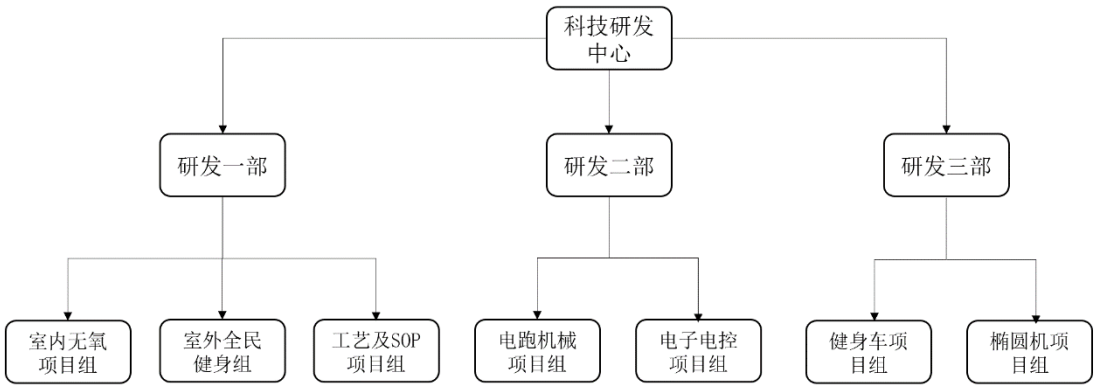
（二）公司研究开发情况

1、研发模式

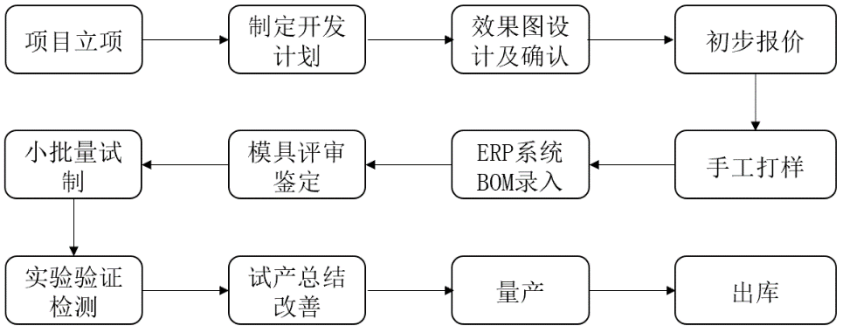
公司的研发模式主要有自主研发、定制化研发、来图转换和原产品升级研发四类。具体来说，自主研发是指公司基于自身战略规划和品牌打造等需要，结合市场需求和未来趋势对产品开展的探索性研发和设计；定制化研发是指公司基于客户提出的相对模糊的定制化需求进行研发、设计、打样，最终达到客户对功能性、外观等要求；来图转换是指客户提供设计图纸，公司根据设计图纸进行打样、试产、优化、向客户反馈、最终达到量产的研发模式。该情况主要适用于 OEM 模式下的研发，报告期内数量较少；原产品升级研发主要系结合市场需求对原产品外观、功能等升级优化的研发。

2、研发机构的构成及职能

科技研发中心作为公司的核心部门，是公司保持竞争优势与长期发展的基石。公司自成立至今一直把产品研发工作放在主要位置。公司根据产品类别，将科技研发中心分为三个部门，分别为研发一部、研发二部和研发三部，研发一部主要负责室研发内无氧器械和室外全民健身器材，研发二部主要负责研发电动跑步机系列产品，研发三部主要负责研发健身车和椭圆机系列产品。其组织架构如下：



3、新产品研发工作流程



（三）公司研发情况

1、研发投入情况

报告期内，公司研发费用情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度	合计
营业收入	37,535.95	67,473.14	38,185.20	37,120.35	180,314.64
研发费用	1,208.36	1,954.63	1,299.86	1,018.41	5,481.26
研发费用占营业收入比例	3.22%	2.90%	3.40%	2.74%	3.04%

报告期内，发行人母公司研发费用及收入情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度	合计
营业收入	33,535.80	60,590.36	36,933.86	32,812.41	163,872.43
研发费用	1,138.76	1,839.95	1,299.95	1,018.45	5,297.11
研发费用占营业收入比例	3.40%	3.04%	3.52%	3.10%	3.23%

公司研发费用主要包括研发人员工资、材料消耗、设备折旧和水电燃料等详见本招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”部分。

2、研发项目情况

发行人研发项目分为自主研发、定制化研发、来图转换研发以及原产品升级研发四类，均系针对具体产品的研发，研发预算结合产品 BOM 单、打样、试制数量确定。报告期内各类产品研发数量如下：

单位：项

项目		2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
无氧器械	自主研发	24	50	41	27
	定制化研发	69	110	79	69
	来图转换	6	2	-	-
	产品升级研发	2	8	10	45
有氧器械	自主研发	15	22	16	15
	定制化研发	18	29	17	11
	来图转换	-	1	3	-
室外全民健身器材	自主研发	7	27	29	23
合计		**141**	**249**	**195**	**190**

报告期内，发行人开展 775 项新产品研发，完成 631 项。截至 2021 年 6 月 30 日，发行人正在研发、尚未量产的项目 32 项，具体如下：

类型	数量	具体情况
无氧器械	21 项	综合训练器 10 项、自由训练器 7 项、单机训练器 4 项
有氧器械	10 项	跑步机 5 项，动感单车 2 项，健身车、椭圆机、懒人车各 1 项
室外全民健身器材	1 项	笼式多功能运动场地

报告期内，发行人与第三方合作研发项目合计 12 项，具体如下：

名称	设计内容	知识产权归属	保密条款内容
北京大学	“体育器材数字化服务系统”设计	乙方服务过程中形成的成果归甲方所有，未经甲方同意，乙方不得给其他第三方使用。	信息接收方对信息承担保密义务，信息接收方不得将信息用于除合同之外的目的，亦不得透露给第三方。
宁波飓风工业设计有限公司	前驱磁控椭圆机新外观设计	付清设计费用后，归属于甲方。	乙方未经甲方许可不得提供给第三方使用；甲方未采用的方案归乙方所有；未经许可甲方不得提供给第三方使用。
	高级家用懒人车新外观设计		
	后驱磁控智能动感单车新外观设计		
	高档椭圆机		
厦门奇品工业设计有限公司	一款大屏商用跑步机	甲方全额付款后，可享有乙方已有的相关专利使用权。	任何一方对对方提供的任何资料、信息进行保密，不得向任何第三方泄露。
	一款 651 表盘升级		
	跑步机		
深圳市如壹工业设计有限公	T300 表盘升级设计	甲方结清款项后获得专利申请权，未采用方案归乙方所有，但甲方有优先购买权，	未经甲方书面同意，甲方相关资料乙方需保密。
	全折叠跑步机设计		
	560 全部新跑步机外观/结构设		

名称	设计内容	知识产权归属	保密条款内容
司	计	乙方可将成果用于展出、参加评比等非营利性活动。	
上海汉途工业产品设计有限公司	磁控车方案效果图及塑料件三维造型及结构	经甲方验收最终使用的设计结果的专利申报、专利所有权等相关的一切知识产权归甲方所有，乙方保留著作署名权；甲方付清设计费用后，可申请专利。	产品正式投产后 6 个月，乙方可将设计结果用于宣传或业内竞赛。

注：上表所属“甲方”为发行人，“乙方”为合作方。

（四）其他核心人员以及研发人员情况

报告期各期末，发行人研发人员数量分别为 77、77、92 和 107 人，其中，核心人员包括衡墩建、刘焕伟、孟晓华和邹钱文，其详细简历详见“第五节　发行人基本情况”之“九、发行人董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介”部分。

（五）公司保持技术不断创新的机制、技术储备及技术创新安排

经过多年的发展，随着新产品研发数量的不断增加，公司拥有了差异化研发能力、研发转换率高的研发团队。为保持公司研发创新的延续性以及人才队伍的积极性，公司已建立起一套完善的技术创新机制，并形成了相应的技术创新安排，具体如下：

1、丰富的研发技术储备和经验数据为研发创新提供有力保障

公司自成立至今一直重视新产品的研究开发与生产技术的创新，建立了自主研发、定制化研发、来图转换和原产品升级研发四大研发体系，核心技术涵盖了杠铃挡圈成型技术、跑步机悬浮减震结构、跑步带自动调紧装置及跑步机速度自适应调节控制系统等。截至本招股说明书签署日，公司拥有发明专利 8 项、实用新型专利 57 项、外观设计专利 155 项，境外外观专利 13 项，与产品相关的软件著作权 6 项，丰富的研发技术储备和经验数据为研发创新提供有力保障。

2、公司研发管理制度完善

完善的产品研发管理制度为公司保持持续创新的能力提供了制度保障。公司在长期的研发实践中积累了大量的研发经验和技术成果，形成了从技术研发到产

品化的业务流程规范，从研发项目的提出，到产品的设计、打样、产品试制，再到试制产品的检测和方案优化，到最终的产品定型、产品投产，公司都制定了规范的工作流程，这些成熟的管理制度和规范的业务流程为技术创新提供有力的制度保障。

十一、发行人境外经营情况

公司及其控股子公司在境外的销售市场主要位于欧洲、日本、美国等国家和地区。截至本招股说明书签署日，公司主要以在德国、美国和中国香港注册的子公司为主体通过亚马逊等电商平台开展海外线上市场的销售，除用于亚马逊销售的存货及日常经营产生的货币资金外，无其他海外资产、人员。控股子公司的具体经营情况请参见本招股说明书“第五节　发行人基本情况”之“六、发行人控股子公司及参股公司情况”。

十二、发行人名称冠有“科技”字样的依据

公司主要从事健身器材的研发、制造与销售，拥有生产各式健身器材的技术、专利、工艺储备及机器设备。截至本招股说明书签署日，公司拥有发明专利 8 项、实用新型专利 57 项、外观设计专利 155 项，境外外观专利 13 项，与产品相关的软件著作权 6 项。公司的产品质量管理体系通过了 ISO9001:2015 中国质量中心认证，2020 年被认定为“高新技术企业”。此外，公司研发团队核心成员均具有资深的专业背景和丰富的产业经验。

第七节　公司治理与独立性

一、公司治理概述

公司整体变更为股份公司以来，根据《公司法》《证券法》《上市公司章程指引（2019 年修订）》等法律法规和规范性文件的要求，公司逐步建立健全了由股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的治理架构。公司制定了符合上市公司治理规范性要求的《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事制度》《董事会秘书工作制度》《总经理工作细则》《董事会战略委员会议事规则》《董事会审计委员会议事规则》《董事会提名委员会议事规则》《董事会薪酬与考核委员会议事规则》《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》《对外投资管理制度》《防范大股东及关联方资金占用专项制度》《内部审计管理制度》等规章制度，并建立了审计委员会、战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会等董事会专门委员会。

公司股东大会、董事会、监事会及相关职能部门按照有关法律法规和公司内部规章制度规范运行，形成了职责明确、相互制衡、规范有效的公司治理机制。截至本招股说明书签署日，发行人没有发生重大违法违规情形，公司治理不存在重大缺陷。

二、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及规范运作情况

2020 年 11 月 15 日、2021 年 1 月 9 日，公司分别召开创立大会和 2021 年第一次临时股东大会，审议通过了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事制度》等文件，建立了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书、包括审计委员会在内的董事会专门委员会制度。上述制度为公司法人治理结构的规范化运行提供了制度保证。股东大会、董事会、监事会以及高级管理人员均按照各自的议事规则和工作细则规范运作，各司其责，切实保障公司股东的利益。

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

1、股东大会的建立

2020 年 11 月 15 日，公司召开创立大会暨 2020 年第一次股东大会，审议通过了《公司章程》和《股东大会议事规则》等议案，规定了股东大会的职责、权限及股东大会会议的基本制度。《股东大会议事规则》是针对股东大会的召开程序制定的详细规则。

股东大会是发行人的最高权力机构，《公司章程》明确规定了股东的权利和义务以及股东大会的职权。股东大会的职权主要有：

（1）决定公司的经营方针和投资计划；

（2）选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；

（3）审议批准董事会的报告；

（4）审议批准监事会的报告；

（5）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；

（6）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；

（7）对公司增加或者减少注册资本作出决议；

（8）对发行公司债券作出决议；

（9）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；

（10）修改《公司章程》；

（11）对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；

（12）审议批准《公司章程》第四十二条规定的担保事项；

（13）审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30%的事项；

（14）审议批准变更募集资金用途事项；

（15）审议股权激励计划；

（16）审议法律、行政法规、部门规章或者《公司章程》规定应当由股东大会决定的其他事项。

2、股东大会运行情况

股份公司设立后，公司共召开了 5 次股东大会，股东大会运行情况良好。具体情况如下：

序号	届次	召开日期	审议结果	出席人数
1	创立大会暨 2020 年第一次临时股东大会	2020 年 11 月 15 日	一致通过	股东 5 人，代表股份 100%。
2	2021 年第一次临时股东大会	2021 年 1 月 9 日	一致通过	股东 5 人，代表股份 100%。
3	2020 年年度股东大会	2021 年 6 月 21 日	一致通过	股东 5 人，代表股份 100%。
4	2021 年第二次临时股东大会	2021 年 9 月 17 日	一致通过	股东 5 人，代表股份 100%。
5	2021 年第三次临时股东大会	2021 年 10 月 27 日	一致通过	股东 5 人，代表股份 100%。

股东大会就《公司章程》的订立、公司重大制度建设、重大经营投资和财务决策、董事、独立董事与监事的聘任、首次公开发行股票并上市的决策和募集资金投向等重大事项进行审议决策，严格依照相关规定行使权力。历次大会的召集、提案、出席、表决、决议及会议记录规范，对会议表决事项均作出有效决议。股东大会依法履行了《公司法》《公司章程》《股东大会议事规则》赋予的权利和义务，不存在违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

1、董事会制度的建立

根据《公司章程》规定，公司设立董事会，对股东大会负责。董事由股东大会选举或更换，每届任期三年，届满后可连选连任。2020 年 11 月 15 日，公司召开创立大会暨 2020 年第一次临时股东大会，选举衡墩建、衡思名、姚培源、许瑞景、彭保章、王忠、罗杰组成第一届董事会，其中罗杰为独立董事。

2021 年 1 月 9 日，公司召开 2021 年第一次临时股东大会，选举张怀岭、侯晓红为第一届董事会独立董事，审议通过了《董事会议事规则》。公司董事会规范运行，公司董事严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使权利。

根据《董事会议事规则》规定，董事会行使下列职权：

（1）召集股东大会，并向股东大会报告工作；

（2）执行股东大会的决议；

（3）执行公司的经营计划和投资方案；

（4）制定公司的年度财务预算方案、决算方案；

（5）制定公司的利润分配方案和弥补亏损方案；

（6）制定公司增加或者减少注册资本、发行债券或者其他证券及上市方案；

（7）拟定公司重大收购、收购本公司股票或者合作、分立和解散及变更公司形式的方案；

（8）决定《公司章程》规定的情形收购本公司股份；

（9）在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；

（10）决定公司内部管理机构的设置；

（11）聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；

（12）制定公司的基本管理制度；

（13）制定《公司章程》的修改方案；

（14）管理公司信息披露事项；

（15）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；

（16）听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；

（17）法律法规、部门规章、《公司章程》规定，以及股东大会授予的其他职权。

2、董事会的运行情况

股份公司设立以来，公司召开了 6 次董事会会议，董事会运行情况良好。具体情况如下：

序号	届次	召开日期	审议结果	出席人数
1	第一届董事会第一次会议	2020 年 11 月 15 日	一致通过	董事 7 人
2	第一届董事会第二次会议	2020 年 12 月 24 日	一致通过	董事 7 人
3	第一届董事会第三次会议	2021 年 1 月 9 日	一致通过	全体董事 9 人
4	第一届董事会第四次会议	2021 年 6 月 1 日	一致通过	全体董事 9 人
5	第一届董事会第五次会议	2021 年 8 月 31 日	一致通过	全体董事 9 人
6	第一届董事会第六次会议	2021 年 10 月 11 日	一致通过	全体董事 9 人

董事会按照《公司法》《公司章程》和《董事会议事规则》的规定规范运作，公司董事会就《公司章程》和公司重大制度建设、重大经营投资和财务决策、管理层的聘任、首次公开发行股票并上市的决策和募集资金投向等重大事项进行审议决策，有效履行了职责。历次会议召集、提案、出席、表决、决议及会议记录规范，对会议表决事项均做出有效决议。董事会依法履行了《公司法》《公司章程》《董事会议事规则》赋予的权利和义务，不存在董事违反《公司法》及其他规定行使职权的情况。

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

1、监事会制度的建立

根据《公司章程》规定，公司设监事会。2020 年 11 月 15 日，公司召开创立大会暨 2020 年第一次股东大会，选举郭景报、衡万里为股东监事与职工代表监事刘建组成第一届监事会，同日，公司召开第一届监事会第一次会议，选举郭景报为第一届监事会主席。职工代表监事不少于监事总数的 1/3，符合有关规定。监事的任期每届为三年，监事任期届满，可以连选连任。

2021 年 1 月 9 日，公司召开 2021 年第一次临时股东大会，审议通过了《监事会议事规则》。公司监事会规范运行，公司监事严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使权利。

根据《监事会议事规则》规定，监事会行使下列职权：

（1）对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；

（2）检查公司财务；

（3）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、

行政法规、公司章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；

（4）当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；

（5）提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；

（6）向股东大会提出议案；

（7）依照《公司法》第一百五十二条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；

（8）发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

2、监事会的运行情况

股份公司设立以来，公司召开了 4 次监事会会议，监事会运行情况良好。具体情况如下：

序号	届次	召开日期	审议结果	出席人数
1	第一届监事会第一次会议	2020 年 11 月 15 日	一致通过	全体监事 3 人
2	第一届监事会第二次会议	2020 年 12 月 24 日	一致通过	全体监事 3 人
3	第一届监事会第三次会议	2021 年 6 月 1 日	一致通过	全体监事 3 人
4	第一届监事会第四次会议	2021 年 8 月 31 日	一致通过	全体监事 3 人

监事会历次会议召集、提案、出席、表决、决议及会议记录规范，对会议表决事项均作出有效决议。监事会依法履行了《公司法》《公司章程》《监事会议事规则》赋予的权利和义务，不存在监事违反《公司法》及其他规定行使职权的情况。

（四）独立董事制度建立健全及运行情况

1、独立董事的构成和比例

为进一步优化公司治理结构，建立科学完善的现代企业管理制度，公司建立了独立董事制度。2020 年 11 月 15 日，公司召开创立大会暨 2020 年第一次临时股东大会，选举罗杰为第一届董事会独立董事。2021 年 1 月 9 日，公司召开 2021 年第一次临时股东大会，选举张怀岭、侯晓红为第一届董事会独立董事，审议通

过了《独立董事制度》。独立董事每届任期三年，与公司其他董事任期相同，任期届满可连选连任，但连任时间不能超过六年。

截至本招股说明书签署日，公司共有独立董事 3 名，占董事会全体成员的比例不低于 1/3，符合有关规定，其中独立董事侯晓红为会计专业人士。

2、独立董事的职权及制度安排

根据《独立董事制度》规定，独立董事除具有《公司法》和其他法律法规赋予董事的职权外，独立董事还具有以下特别职权：

（1）重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元或者高于公司最近经审计净资产值 5%的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。

（2）向董事会提议聘请或者解聘会计师事务所；

（3）提议召开董事会；

（4）向董事会提议召开临时股东大会；

（5）独立聘请外部审计机构和咨询机构；

（6）可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

独立董事行使上述职权应取得全体独立董事的二分之一以上同意。

3、独立董事制度的运行情况

公司自设立独立董事以来，3 名独立董事分别担任了战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会等四个专门委员会的委员。独立董事按照公司有关章程、规则的要求，谨慎、勤勉、尽责、独立地履行职责，未受公司主要股东或其他与公司存在利害关系的单位或个人影响，诚信地维护了公司整体利益，不存在独立董事对公司有关事项曾提出异议的情况。独立董事将继续在公司战略发展规划、法人治理结构完善、内部控制制度完善以及股东权益保护等方面发挥积极作用。

（五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

1、董事会秘书制度的建立

董事会秘书是公司高级管理人员，向董事会负责。

2020 年 11 月 15 日，公司召开第一届董事会第一次会议，聘任吕国飞担任董事会秘书。2020 年 12 月 24 日，公司召开第一届董事会第二次会议，审议通过了《董事会秘书工作制度》，详细规定了董事会秘书的任职资格、职责等。

2、董事会秘书的职权

根据《董事会秘书工作制度》规定，董事会秘书履行以下职责：

（1）负责公司信息披露事务，协调公司信息披露工作，组织制订公司信息披露事务管理制度，督促公司及相关信息披露义务人遵守信息披露相关规定；

（2）负责公司投资者关系管理和股东资料管理工作，协调公司与证券监管机构、股东及实际控制人、保荐人、证券服务机构、媒体等之间的信息沟通；

（3）组织筹备董事会会议和股东大会，参加股东大会、董事会会议、监事会会议及高级管理人员相关会议，负责董事会会议记录工作并签字；

（4）负责公司信息披露的保密工作，在未公开重大信息出现泄露时，及时向深交所报告并公告；

（5）关注媒体报道并主动求证真实情况，督促董事会及时回复深交所所有问询；

（6）组织董事、监事和高级管理人员进行证券法律法规及相关规定的培训，协助前述人员了解各自在信息披露中的权利和义务；

（7）督促董事、监事和高级管理人员遵守法律法规、规章、规范性文件、深交所相关规定及《公司章程》，切实履行其所做出的承诺；在知悉公司做出或者可能做出违反有关规定的决议时，应当予以提醒并立即如实地向深交所报告；

（8）《公司法》《证券法》中国证监会和深交所要求履行的其他职责。

3、董事会秘书制度的运行情况

公司自设立董事会秘书以来，公司董事会秘书严格按照《公司章程》和《董

事会秘书工作制度》的规定开展工作，筹备了相关董事会会议和股东大会，确保了董事会和股东大会的依法召开、依法行使职权，及时向公司股东、董事通报公司信息。董事会秘书在公司法人治理结构的完善和股东大会、董事会正常行使职权发挥了重要作用。

（六）董事会专门委员会的人员构成及运行情况

1、专门委员会概况

2021 年 1 月 9 日，公司召开 2021 年第一次临时股东大会，同意董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会，审议通过了《战略委员会议事规则》《审计委员会议事规则》《提名委员会议事规则》和《薪酬与考核委员会议事规则》。2021 年 1 月 9 日，公司召开第一届董事会第三次会议，选举了各专门委员会的委员，具体情况如下：

委员会名称	委员	主任委员（召集人）
战略委员会	衡墩建、姚培源、罗杰	衡墩建
审计委员会	侯晓红、许瑞景、张怀岭	侯晓红
提名委员会	衡思名、张怀岭、侯晓红	张怀岭
薪酬与考核委员会	王忠、罗杰、侯晓红	罗杰

董事会专门委员会为董事会的专门工作机构，专门委员会对董事会负责，各专门委员会的提案提交董事会审议决定。

2、董事会战略委员会的人员组成与运行情况

（1）董事会战略委员会的组成

战略委员会由 3 名委员组成，分别为衡墩建、姚培源、罗杰，其中衡墩建为主任委员（召集人）。

战略委员会对董事会负责，委员会形成的决议应提交董事会审议决定。

（2）董事会战略委员会的运行情况

截至本招股说明书签署日，公司共召开了 3 次战略委员会会议。

2021 年 1 月 9 日，公司召开了第一届董事会战略委员会第一次会议。会议应出席委员 3 人，实际出席委员 3 人。会议一致选举衡墩建为主任委员。会议的召开、决议的内容和签署均合法、合规、真实、有效。

2021 年 4 月 5 日，公司召开了第一届董事会战略委员会第二次会议。会议应出席委员 3 人，实际出席委员 3 人。会议审议通过了《关于设立邳州分公司扩大公司健身器材生产产能的议案》。会议的召开、决议的内容和签署均合法、合规、真实、有效。

2021 年 8 月 31 日，公司召开了第一届董事会战略委员会第三次会议。会议应出席委员 3 人，实际出席委员 3 人。会议审议通过了《关于公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并在创业板上市方案的议案》《关于首次公开发行人民币普通股（A 股）股票募集资金投向的议案》《关于制定<江苏康力源体育科技股份有限公司未来五年发展规划>的议案》等 3 项议案。会议的召开、决议的内容和签署均合法、合规、真实、有效。

战略委员会自成立以来，严格按照法律法规、《公司章程》和《战略委员会议事规则》开展工作，认真履行职责，强化了董事会的决策功能，进一步完善了公司治理结构。

3、审计委员会的人员组成与运行情况

（1）董事会审计委员会的组成

审计委员会由 3 名委员组成，分别为侯晓红、许瑞景、张怀岭，其中侯晓红任为主任委员（召集人）。

审计委员会对董事会负责，委员会的提案提交董事会审议决定。审计委员会应配合监事会开展审计活动。

（2）董事会审计委员会的运行情况

截至本招股说明书签署日，公司共召开了 3 次审计委员会会议。

2021 年 1 月 9 日，公司召开了第一届董事会审计委员会第一次会议。会议应出席委员 3 人，实际出席委员 3 人。会议一致选举侯晓红为主任委员。会议的召开、决议的内容和签署均合法、合规、真实、有效。

2021 年 2 月 21 日，公司召开了第一届董事会审计委员会第二次会议。会议应出席委员 3 人，实际出席委员 3 人。会议审议通过了《关于成立审计部门并聘任审计部负责人的议案》。会议的召开、决议的内容和签署均合法、合规、真实、

有效。

2021 年 8 月 31 日，公司召开了第一届董事会审计委员会第三次会议。会议应出席委员 3 人，实际出席委员 3 人。会议审议通过了《关于批准公司 2018 年度、2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月财务报表报出的议案》、《关于审议公司 2021 年 6 月 30 日内部控制自我评价报告的议案》、《关于对公司 2018 年度、2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月关联交易予以确认的议案》等 3 项议案。会议的召开、决议的内容和签署均合法、合规、真实、有效。

审计委员会自成立以来，严格按照法律法规、《公司章程》和《审计委员会议事规则》开展工作，认真履行职责，强化了董事会的决策功能，进一步完善了公司治理结构。

4、提名委员会的人员组成与运行情况

（1）董事会提名委员会的组成

提名委员会由 3 名委员组成，分别为衡思名、张怀岭、侯晓红，其中张怀岭为主任委员（召集人）。

提名委员会对董事会负责，委员会的建议提交董事会审议决定；控股股东在无充分理由或可靠证据的情况下，应充分尊重提名委员会的建议，不能提出替代性的董事人选。

（2）董事会提名委员会的运行情况

截至本招股说明书签署日，公司共召开 2 次提名委员会会议。

2021 年 1 月 9 日，公司召开第一届董事会提名委员会第一次会议。会议应出席委员 3 人，实际出席委员 3 人。会议选举张怀岭为第一届董事会提名委员会主任委员（召集人）。会议的召开、决议的内容和签署均合法、合规、真实、有效。

2021 年 2 月 21 日，公司召开第一届董事会提名委员会第二次会议。会议应出席委员 3 人，实际出席委员 3 人。会议审议通过了《关于提名审计部部长的议案》。会议的召开、决议的内容和签署均合法、合规、真实、有效。

提名委员自成立以来，严格按照法律法规、《公司章程》和《提名委员会议

事规则》开展工作，认真履行职责，强化了董事会的决策功能，进一步完善公司的治理结构。

5、薪酬与考核委员会的人员组成与运行情况

（1）董事会薪酬与考核委员会的组成

薪酬与考核委员会由 3 名委员组成，分别为王忠、罗杰、侯晓红，其中罗杰为主任委员（召集人）。薪酬与考核委员会提出的公司董事的薪酬计划和方案，须报经董事会同意后，提交股东大会审议通过后方可实施。高级管理人员的薪酬方案直接报公司董事会批准后即可实施。

（2）薪酬与考核委员会的运行情况

截至本招股说明书签署日，公司共召开了 2 次薪酬与考核委员会议。

2021 年 1 月 9 日，公司召开第一届董事会薪酬与考核委员会第一次会议。会议应出席委员 3 人，实际出席委员 3 人。会议选举罗杰为第一届董事会薪酬与考核委员会主任委员（召集人）。会议的召开、决议的内容和签署均合法、合规、真实、有效。

2021 年 5 月 21 日，公司召开第一届董事会薪酬与考核委员会第二次会议。会议应出席委员 3 人，实际出席委员 3 人。会议审议通过了《关于公司 2020 年度高级管理人员业绩考评结果的议案》。会议的召开、决议的内容和签署均合法、合规、真实、有效。

薪酬与考核委员会自成立以来，严格按照法律法规、《公司章程》和《薪酬与考核委员会议事规则》开展工作，认真履行职责，强化了董事会的决策功能，进一步完善公司的治理结构。

三、发行人内部控制情况

（一）保证内部控制制度完整合理有效，公司治理完善的具体措施

1、内控制度

发行人针对自身特点制定了现有的内部控制制度，已覆盖公司对外经营和内部运营的各个方面，通过运行证明是有效的，在完整性、有效性和合理性方面不

存在重大缺陷，执行情况良好。

为进一步保证公司顺利应对外部与内部环境、经营业务情况的改变，保障内部控制的有效性，公司还将根据实际经营状况及时补充完善内部管理与控制制度，保证公司的持续、稳健发展。

2、内部组织机构

公司根据《公司法》和《公司章程》的规定，设置了股东大会、董事会和监事会以及经营管理机构。

公司根据企业性质、发展战略、经营范围等因素，按照科学、精简、高效、制衡的原则，设置相关职能部门，通过合理划分各部门管理职责、岗位职责和权限，形成各司其职、各负其责、相互配合、相互制约的内部控制体系。

（二）公司管理层对内部控制制度的自我评价

公司已建立了较为合理且符合实际的组织结构，建立了股东大会、董事会和监事会制度及其议事规则等。公司管理层认为，现有内部控制制度基本能够适应公司管理的要求，能够对编制真实、公允的财务报表提供合理的保证，能够对公司各项业务活动的健康运行及国家有关法律法规和内部规章制度的贯彻执行提供保证。根据《企业内部控制基本规范》及相关规定，本公司内部控制于 2021 年 6 月 30 日在所有重大方面是有效的。

（三）注册会计师对内部控制制度的评价

天健会计师事务所出具了天健审〔2021〕9909 号《关于江苏康力源体育科技股份有限公司内部控制的鉴证报告》，其中指出：“我们认为，康力源公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2021 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了有效的内部控制”。

（四）公司内部控制不规范情形及整改情况

1、个人账户代收代付

（1）基本情况

报告期内，公司存在使用财务人员个人银行账户收取公司货款、资金拆借利息收入、支付工资及费用等情况。公司用于代收代付的个人银行账户情况如下：

账户所有人	银行名称	银行账号	使用期间	注销时间
魏某某	农业银行	6228480458416323079	2018.01.01-2019.10.22	2021.06.29
	农业银行	6228480459706437074	2018.01.01-2019.04.29	2021.06.29
	建设银行	6217001250008759577	2018.01.01-2020.03.04	2021.06.29
	建设银行	6227001253610142371	2018.01.01-2019.12.31	2021.06.30
	邳州农商行	6230662131002882099	2018.01.01-2019.01.31	-
	邳州农商行	6224522111005033588	2018.01.01-2019.04.30	2021.07.26
张某某	建设银行	6217001250008759155	2018.01.01-2020.01.20	2021.06.28
许某某	邮储银行	6217993000360019155	2019.03.05-2020.05.26	2021.06.30
衡某某	建设银行	4340621250096017	2018.01.01-2019.11.01	2019.11.01

注：1、魏某某邳州农商行 6230662131002882099 账户曾用于子公司加一健康代发 2017 年和 2018 年部分员工的年终奖，除此之外，无其他代收代付行为，该账户现由魏某某个人使用，因此未注销；

2、许某某邮储银行 6217993000360019155 账户于 2019 年 3 月 5 日开立，承接了魏某某建设银行 6217001250008759577 账号的资金。

报告期内，上述个人银行账户代收资金明细如下：

单位：万元

归属科目	收款项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
主营业务收入	产品销售	-	276.55	1,056.93
其他业务收入	废料销售、运费收入等	8.71	74.13	120.68
投资收益/财务费用	资金拆借利息收入	3.92	76.05	69.60
营业外收入	其他	-	-	0.02
合计		**12.63**	**426.73**	**1,247.22**

报告期内，上述个人银行账户代付资金明细如下：

单位：万元

归属科目	付款项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
固定资产	机器设备	-	7.40	-
主营业务成本	外购产品	-	3.93	45.43
主营业务成本、销售费用、管理费用	职工薪酬	-	4.43	214.10
销售费用、管理费用	费用报销	2.10	61.42	147.39
财务费用	资金拆借利息支出	-	17.79	43.68
财务费用	手续费	-	0.04	0.04
合计		**2.10**	**95.02**	**450.63**

（2）财务核算

以上代收代付个人银行卡除魏某某邳州农商行 6230662131002882099 银行卡，其他银行卡由公司实际控制人衡墩建使用，由实际控制人衡墩建使用的个人卡流水中既包括衡墩建个人日常用途，也包括与公司经营相关的收支。申报期内，以上代收代付银行卡中归属于公司业务收入和费用根据资金流入和流出逐笔还原入账，并根据代收代付净额以及占用的利息与衡墩建进行结算，于 2020 年末前全部收回。

个人账户收取的货款收入计入主营业务收入，收取的处理废料产生的收入计入其他业务收入，收到的资金拆借利息收入计入财务费用和投资收益，支付的工资奖金计入应付职工薪酬，支付的报销按性质计入销售费用、管理费用等科目，支付的资金利息和手续费计入财务费用科目，支付购买的机器设备的款项计入固定资产科目。

（3）整改情况

自 2020 年 6 月起，公司已停止个人账户代收代付行为，相关个人卡除魏某某邳州农商行 6230662131002882099 账户 2019 年 2 月起由其个人使用未注销外，其他都已注销。

①收入、费用全部调整入账

发行人已按照归属期将通过个人账户代收的收入、代付的成本费用全部调整入账。其中，主营业务收入和其他业务收入按照 16%、13%的增值税税率计算了销项税，资金拆借利息收入按照 6%的增值税税率计算了销项税。

报告期内，发行人个人账户涉及的收入、成本、费用的调整情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
主营业务收入	-	276.55	1,056.93
其他业务收入	8.71	74.13	120.68
主营业务成本	-	3.93	57.47
销售费用	-	27.83	75.69
管理费用	2.10	38.02	273.76
财务费用	0.00	17.83	-25.88

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
投资收益	3.92	76.05	-
营业外收入	-	-	0.02
利润总额	10.52	339.11	796.59

②补缴增值税及附加税

公司和加一健康于 2021 年 7 月申报并缴纳了相关的增值税及附加税，据英商贸于 2021 年 8 月申报并缴纳了相关的增值税及附加税。

③补缴企业所得税

2021 年 5 月，公司办理 2020 年度企业所得税汇算清缴时，已将个人账户代收代付涉及的企业所得税统一申报并缴纳了税款。

④补缴个人所得税

2021 年 6 月底，个人账户代付工资涉及的个人所得税已完成代扣代缴。

另外，公司建立并完善了相关内控制度，包括货币资金管理制度、财务管理制度、费用报销管理制度，在制度层面进一步规范资金的收支行为和费用报销。办理货币资金业务的不相容岗位已做分离，相关机构和人员相互制约。

2、银行转贷

报告期内，公司存在银行转贷的情况。具体情况参见本招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十三、偿债能力、流动性及持续经营能力分析”之“（一）负债构成及变动分析”之“（1）短期借款”部分。

3、第三方回款

（1）基本情况

报告期内，公司第三方回款的具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
客户指定的第三方代付	379.59	295.55	492.71	1,040.47
客户指定的关联方代付	809.75	807.22	599.53	513.05
公司关联方代收代付	-	-	7.31	-
公司员工代收代付	-	0.25	9.47	-

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
供应链融资	-	959.81	3,942.65	761.10
其他代收代付	-	-	-	104.21
合计	**1,189.35**	**2,062.84**	**5,051.67**	**2,418.82**
营业收入	37,535.95	67,473.14	38,185.20	37,120.35
销售商品、提供劳务收到的现金总额	38,078.93	67,314.74	41,056.41	38,477.79
第三方回款占营业收入比例	3.17%	3.06%	13.23%	6.52%
第三方回款占销售商品、提供劳务收到的现金的比例	3.12%	3.06%	12.30%	6.29%

报告期内，按照原因分类，公司销售第三方回款主要包括客户指定的第三方代付、客户关联方代付、公司关联方代收代付、公司员工代收代付、供应链融资以及其他代收代付等。

①客户指定的第三方代付

客户指定的第三方代付系客户自身资金周转、调拨安排、收付汇条件受限等原因，委托其合作伙伴、终端客户、客户员工、中间商等向公司直接支付货款。报告期内，该情形下第三方回款金额分别为 1,040.47 万元、492.71 万元、295.55 万元和 379.59 万元，占营业收入的比例分别为 2.80%、1.29%、0.44%和 1.01%。客户委托付款行为均基于真实的交易背活动，第三方回款具有必要性与商业合理性。

②客户指定的关联方代付

客户指定的关联方代付主要系客户与回款方系同一集团下的单位（包括母子公司、兄弟公司等）或受同一控制人控制或者客户的法定代表人及其直系亲属，客户根据资金统筹安排结算的需求，由客户的关联方向公司代为付款。该情形下收到的第三方回款金额分别为 513.05 万元、599.53 万元、807.22 万元、809.75 万元，占营业收入的比例分别为 1.38%、1.57%、1.20%和 2.16%。客户委托付款行为均基于真实的交易活动，第三方回款具有必要性与商业合理性。

③公司关联方代收代付

公司关联方代收代付主要系 2019 年 4 月起军豪健身业务逐步转移至康力源，在业务转移的过渡期，客户按照惯性打款给军豪健身，再由军豪健身转回公司。

2019 年 6 月之后未再出现该种情形。此情形下的第三方回款金额仅出现在 2019 年，金额为 7.31 万元，占营业收入比例为 0.02%。该代收代付行为基于真实的交易活动以及公司的实际经营情况，第三方回款具有商业合理性。

④公司员工代收代付

公司员工代收代付主要系客户根据支付习惯将款项支付给公司员工，员工再支付给公司。2020 年 3 月份以后未再出现由公司业务员代收货款的情形。2018-2020 年，该情形下收到的第三方回款金额分别为 0 万元、9.47 万元、0.25 万元，占营业收入比例较小。

⑤供应链融资

供应链融资系 Argos 的货款由银行提供回款，具体情况如下：Argos 与 Santander UK Plc 达成合作，Argos 将批准的发票提交至 Santander UK Plc，公司可不提供任何担保或抵押且无需手续费，联系 Santander UK Plc 提前付款。该情形下收到的第三方回款金额分别为 761.10 万元、3,942.65 万元、959.81 万元和 0.00 万元，占营业收入比例分别为 2.05%、10.33%、1.42%和 0.00%。该代收代付行为系客户基于正常的商业考虑所安排，具有商业合理性。

⑥其他代收代付

其他代收代付主要系公司曾与弘亚经贸达成合作，弘亚经贸作为贸易商与 Little Wood 等客户对接订单并办理报关、出口、结算等事宜，并于 2018 年 12 月起停止合作。在业务切换的过渡期，终端客户回款给弘亚经贸，弘亚经贸再回款给公司。2018 年 12 月以后未再出现由弘亚经贸代收代付货款的行为。2018 年，该情形下收到的第三方回款金额为 104.21 万元，占营业收入比例为 0.28%。此代收代付行为基于真实的交易活动以及公司的实际经营情况，第三方回款具有商业合理性。

报告期内，第三方回款金额占营业收入的比例分别为 6.52%、13.23%、3.06%和 3.17%，占销售商品、提供劳务收到的现金的比例分别为 6.29%、12.30%、3.06%、3.12%。2019 年因通过供应链融资回款金额的大幅增加而大幅提升，2020 年 4 月停止通过供应链融资回款之后，第三方回款占比大幅下降。

（2）整改措施

①加强公司回款制度的宣导。根据公司相关制度要求，原则上不允许第三方代回款，后续公司将一方面进一步加强对自身销售人员的制度宣导培训；

②加强销售回款的控制和管理。公司已要求在商务谈判阶段即明确规范的结算方式。若出现第三方回款的情形，主要客户均会通过出具委托付款函或确认函、由付款方在转账附言上注明合同签订方名称等方式，表明第三方回款所涉及的委托付款行为系该客户的真实意思表示。报告期内，公司针对第三方回款在事前和事后均建立了较严格的内控程序；

A、事前控制：公司收款时严格核实第三方回款公司或人员身份。

一般情况下，客户回款前会通知发行人的业务人员具体的回款时间、回款金额以及回款方名称。如有第三方回款情形发生，业务人员会及时通知财务人员记录以备查。财务人员在收款时，如发现有未以客户名义开立的银行账号回款，财务人员会与业务人员核实回款对象与客户的关系，并取得客户的确认，在明确第三方回款对象与客户的关系之后进行会计处理。

B、事后控制：发行人与客户建立了定期对账机制，对账时将当期销售及欠款的记录给客户进行确认。

经核查，第三方回款发生在签订合同后的结算环节，第三方回款涉及的资金流、实物流与合同约定及商业实质一致，具有商业合理性。针对客户第三方回款情况，发行人建立了严格的内控制度，第三方回款不影响截至 2021 年 6 月 30 日销售收款循环内部控制有效性。报告期内，除 2019 年存在通过关联方军豪健身代收部分款项外，其他第三方回款相关方均非公司关联方，第三方回款具有真实的交易背景，不存在虚构交易，不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷。

4、电商刷单

报告期内，为提升网店销售关注度，发行人及子公司加一健康、腾星健身在天猫和京东商城等电商平台的销售业务存在刷单行为，境外电商及境内京东自营不存在刷单情形。刷单主要由公司境内电商部门操作，电商部门员工通过朋友或从事刷单的团队在平台下单购买产品后，员工将资金及刷单佣金支付给刷单人员。刷单具体情况参见本招股说明书“第六节　业务与技术”之“四、发行人销售情

况和主要客户”之“（五）线上销售情况”之“4、刷单情况”部分。

经核查，发行人于 2020 年 6 月停止刷单行为并积极整改，制定了禁止刷单相关规定，有效杜绝了刷单情况的发生。2020 年 6 月之后，公司已不存在刷单行为。2021 年 7 月 5 日，邳州市市场监督管理局出具情况说明，认为发行人及子公司加一健康、腾星健身对刷单行为进行了整改，刷单行为不属于重大违法违规行为，对发行人及子公司加一健康、腾星健身不予行政处罚。

5、资金拆借

报告期内，发行人存在资金拆借的情形，具体情况如下：

（1）关联方资金拆借

①关联方资金拆出

报告期内，发行人存在向关联方拆出资金的情形，其具体情况详见本节之“九、发行人关联交易情况”之“（三）偶发性关联交易”之“2、关联方资金拆借”之“（1）关联方资金拆出”部分。

②关联方资金拆入

报告期内，发行人存在向关联方拆入资金的情形，其具体情况详见本节之“九、发行人关联交易情况”之“（三）偶发性关联交易”之“2、关联方资金拆借”之“（2）关联方资金拆入”部分。

（2）非关联方资金拆借

①非关联方资金拆出

报告期内，发行人存在向非关联方拆出资金的情况，具体情况参见本节之“五、发行人报告期内资金被占用和对外担保的情况”之“（一）发行人报告期内资金被占用情况”之“（1）非关联方资金占用情况”部分。

②非关联方资金拆入

报告期内，发行人向非关联方拆入资金，具体情况如下：

单位：万元

年度	借款人名称	期初余额	拆入金额	应付利息	归还金额	期末余额
2020 年	其他第三方	5.50	-	-	5.50	-

年度	借款人名称	期初余额	拆入金额	应付利息	归还金额	期末余额
	个人汇总					
	合计	**5.50**	**-**	**-**	**5.50**	**-**
2019 年	简惠荣	200.00	-	9.60	209.60	-
	姚慧	69.26	-	8.19	77.45	-
	徐州海天石化有限公司	-	2,000.00	2.77	2,002.77	-
	其他第三方个人汇总	31.50	-	-	26.00	5.50
	合计	**300.76**	**2,000.00**	**20.56**	**2,315.82**	**5.50**
2018 年	简惠荣	200.00	-	19.20	19.20	200.00
	姚慧	69.26	-	11.20	11.20	69.26
	其他第三方个人汇总	31.50	-	5.20	5.20	31.50
	合计	**300.76**	**-**	**35.60**	**35.60**	**300.76**

发行人向第三方拆入资金主要用于公司的生产经营资金周转。

A、公司与简惠荣的资金拆借

公司与简惠荣就资金拆借签订了借款协议，对借款利息作了明确约定。

2018 年初余额 200 万元，系以前年度从简慧荣拆入尚未归还的金额。2018 年，公司按照借款协议约定支付利息 19.20 万元，2018 年末余额 200 万元。

2019 年，发行人归还本金 200 万元和利息 9.60 万元，2019 年末余额 0 万元。

2020 年、2021 年 1-6 月，发行人与简惠荣未发生资金拆借事项。

B、公司与姚慧的资金拆借

公司与姚慧就资金拆借签订了借款协议，对借款利息作了明确约定。

2018 年初余额 69.26 万元，系以前年度向姚慧拆入尚未归还的金额。2018 年，发行人支付利息 11.20 万元，2018 年期末余额 69.26 万元。

2019 年，发行人支付本金 69.26 万元和利息 8.19 万元，期末金额 0 万元。

2020 年、2021 年 1-6 月，公司与姚慧未发生资金拆借。

C、发行人与海天石化资金拆借

因临时资金周转需要，发行人向海天石化拆入资金。2019 年 10 月 18 日，

公司向海天石化拆入资金 2,000 万元，2019 年 10 月 22 日归还本金 2,000 万元及利息 2.77 万元，2019 年期末金额 0 万元。

2020 年、2021 年 1-6 月，公司与海天石化未发生资金拆借。

D、发行人与其他第三方的资金拆借

公司与程怀仁等 8 名自然人分别签订借款协议，对借款利息进行了明确约定。

2018 年初余额系公司向包括程怀仁在内的 8 名自然人等其他第三方拆入的尚未归还的资金本息合计 31.50 万元。2018 年支付利息 5.20 万元。2019 年和 2020 年，发行人归还了本金 26 万元和利息 5.50 万元。2020 年期末余额 0 万元。

2021 年 1-6 月，发行人及子公司未再发生资金拆借行为。

经核查，发行人已对报告期内发生的资金拆借事项进行了积极整改，涉及拆借的资金及利息已全部收回和偿还。发行人进一步完善了资金管理、关联交易管理等内部控制制度，在制度层面规范了资金的管理使用；报告期内存在的资金拆借行为不构成内控制度有效性的重大不利影响，未对发行人生产经营造成重大影响。发行人未因资金拆借受到相关监管部门和机构的处罚，资金拆借不构成重大违法违规行为。

四、发行人报告期内的违法违规行为

（一）环境保护违法违规行为

1、邳州市环境保护局对康力源有限的行政处罚

2017 年 3 月 10 日，邳州市环境保护局在对康力源有限现场检查过程中发现，康力源有限存在 1 吨锅炉未按要求使用生物质燃料，直接使用燃煤的情况，日用燃煤量约 0.3 吨。康力源有限未按规定使用生物质等清洁燃料，直接使用燃煤的行为，违反了《江苏省大气污染防治条例》第三十条第二款“高污染燃料禁燃区内禁止新建、扩建燃用高污染燃料的设施；各类在用的高污染燃料燃用设施，应当在所在地人民政府规定的期限内停止使用，或者改用天然气、液化石油气、电等其他清洁能源”的规定。

2017 年 5 月 9 日，邳州市环境保护局依法对康力源有限做出邳环罚字〔2017〕126 号《行政处罚决定书》，责令康力源有限拆除 1 吨燃煤锅炉；罚款 5 万元。

康力源有限拆除了 1 吨燃煤锅炉，并于 2018 年 7 月 11 日缴纳了罚款 5 万元。

经核查，发行人本次违法行为是按照法定罚款幅度内较低标准处罚且发行人已经足额缴纳罚款并完成了整改。2021 年 9 月 16 日，徐州市邳州生态环境局出具《情况说明》，确认上述行为不属于重大环境违法事故，且到该《情况说明》出具日为止未发现公司新的环境处罚记录。因此，保荐人及发行人律师认为，发行人上述违法行为不属于重大违法行为，上述行政处罚不属于重大行政处罚。

2、邳州市环境保护局对加一健康的行政处罚

2017 年 11 月 22 日，邳州市环境保护局对发行人子公司加一健康进行现场检查，发现加一健康健身器材研发制造项目未经环保部门审批，已建成两座生产车间，喷涂流水线一条、焊接机 10 台等部分生产设备已安装，其行为违反了《中华人民共和国环境保护法》第十九条第二款“未依法进行环境影响评价的开发利用规划，不得组织实施；未依法进行环境影响评价的建设项目，不得开工建设。”及《中华人民共和国环境影响评价法》第二十二条第一款“除国家规定需要保密的情形外，对环境可能造成重大影响、应当编制环境影响报告书的建设项目，建设单位应当在报批建设项目影响报告书前，举行论证会、听证会，或者采取其他形式，征求有关单位、专家和公众的意见”的规定。

2018 年 1 月 25 日，邳州市环境保护局出具《邳州市环境保护局行政处罚决定书》（邳环罚字〔2018〕6 号），责令加一健康立即停止建设健身器材研发制造项目，并处贰万伍仟贰佰元罚款。加一健康在 2018 年 5 月 14 日足额缴纳了罚款。邳州市环境保护局出具《邳州市环境保护局环境行政执法后督察报告》，显示加一健康的处罚决定事项已履行，违法行为已改正，已缴纳罚款。

加一健康已做出以下整改措施：（1）停止健身器材研发制造项目的建设并缴纳足额罚款；（2）2017 年 8 月，加一健康就高档健身器材的设计与生产项目聘请了江苏诚智工程设计咨询有限公司编制了《环境影响报告表》；（3）2018 年 4 月 12 日，邳州市环境保护局做出了《关于对江苏加一健康科技有限公司高档健身器材项目批复》（邳环项表[2018]57 号），认定从环保角度该项目具有环境可行性；（4）2019 年 9 月 28 日，加一健康高档健身器材项目（废水、废气、噪声部分）竣工环境保护验收组出具验收意见，该项目通过验收并进行了公示。

经核查，加一健康本次违法行为是按照法定罚款幅度内较低标准处罚。2021 年 9 月 16 日，徐州市邳州生态环境局出具《情况说明》，确认加一健康已对上述行为进行了整改，上述行为不属于重大环境违法行为。除此之外，自 2018 年 1 月 1 日至该说明出具之日未发现加一健康存在新的环境违法行为。因此，保荐人及发行人律师认为，加一健康上述违法行为不属于重大违法行为，上述行政处罚不属于重大行政处罚。

（二）市场监督违法违规行为

康力源于 2017 年 11 月 11 日，在天猫网购平台上开设的军霞运动旗舰店进行有奖销售经营活动，活动方案为 2017 年 11 月 11 日当天实付金额前 20 名客户赠送一台跑步机，活动结束公布的前 20 名客户名单与实际消费的前 20 名客户名单不符。

2018 年 3 月 26 日，邳州市市场监督管理局对康力源作出邳市监案字 PZZJ〔2018〕08 号《行政处罚决定书》，认为康力源在天猫网购平台的“有奖销售”行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第十三条的规定，对康力源处以伍万元罚款。2018 年 4 月 9 日，康力源缴纳了上述罚款。

依据《中华人民共和国反不正当竞争法》第二十六条“违反本法第十三条规定进行有奖销售的，监督检查部门应当责令停止违法行为，可以根据情节处以一万元以上十万元以下的罚款”规定，应依法实施行政处罚。经核查，发行人本次违法行为是按照法定罚款幅度内较低标准处罚且已经足额缴纳罚款并进行了积极整改。2021 年 4 月 28 日，邳州市市场监督管理局出具《情况说明》，认为上述有奖销售行为不属于重大违法违规行为，五万元罚款不属于重大行政处罚。因此，保荐人及发行人律师认为，发行人上述违法行为不属于重大违法行为，上述行政处罚不属于重大行政处罚。

（三）税收违法违规行为

1、发行人子公司加一健康因未按期申报 2017 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日印花税（其他营业账簿）、2017 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日印花税（资金账簿），2018 年 6 月 7 日，邳州地方税务局第一税务分局作出邳地税-简罚〔2018〕732 号处罚决定，对加一健康处以 200 元罚款。2018 年 6 月 7 日，加一健康足额

缴纳了罚款。

2、发行人子公司加一健康因未按期申报 2017 年 10 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日城镇土地使用税（城市三级），2018 年 6 月 7 日邳州地方税务局第一税务分局作出邳地税-简罚〔2018〕733 号处罚决定，对加一健康处以 200 元罚款。2018 年 6 月 7 日，加一健康足额缴纳了罚款。

3、发行人子公司加一健康因未按期申报 2018 年 1 月 1 日至 2018 年 3 月 31 日城镇土地使用税（城市三级），2018 年 6 月 7 日,邳州地方税务局第一税务分局作出邳地税-简罚〔2018〕734 号处罚决定，对加一健康处以 200 元罚款。2018 年 6 月 7 日，加一健康足额缴纳了罚款。

4、发行人子公司加一健康因未按期申报 2017 年 7 月 1 日至 2017 年 9 月 30 日城镇土地使用税，2018 年 6 月 7 日,邳州地方税务局第一税务分局作出邳地税-简罚〔2018〕735 号处罚决定，对加一健康处以 200 元罚款。2018 年 6 月 7 日，加一健康足额缴纳了罚款。

5、发行人子公司腾星健身因未按期申报 2018 年 4 月 1 日至 2018 年 6 月 30 日企业所得税，邳州税务机关作出邳税简罚〔2018〕90 号处罚决定，对腾星健身处以 200 元罚款。2018 年 8 月 8 日，腾星健身足额缴纳了罚款。

6、2021 年 7 月 12 日，发行人子公司腾星健身因未按期申报 2021 年 2 月和 4 月个人所得税，国家税务总局邳州市税务局第一税务分局对腾星健身作出邳税简罚〔2021〕1193 号处罚决定，对腾星健身处以 100 元罚款。2021 年 7 月 14 日，腾星健身足额缴纳了罚款。

经核查，发行人子公司加一健康、腾星健身上述违法行为是按照法律法规给予法定罚款幅度内较低标准处罚且已经足额缴纳罚款并进行了积极整改。2021 年 7 月 6 日，国家税务总局邳州市税务局出具《情况说明》，确认“加一健康未按期申报相关税款行为不属于重大违法违规行为，上述行政处罚不属于重大行政处罚”。2021 年 8 月 5 日，国家税务总局邳州市税务局第一税务分局出具《情况说明》，确认“腾星健身未及时申报并缴纳个人所得税被处罚，且金额较小，该项行为不属于重大违法行为，上述行政处罚不属于重大行政处罚”。因此，保荐人及发行人律师认为，发行人子公司上述违法行为不属于重大违法行为，上述

行政处罚不属于重大行政处罚。

综上所述，发行人及子公司报告期内受到的行政处罚不属于重大行政处罚，且发行人及子公司已经按照要求进行了积极整改，上述行政处罚不会构成发行人本次发行上市的实质性障碍。除上述披露的事项外，报告期内，发行人及其子公司未受到其他行政处罚。

五、发行人报告期内资金被占用和对外担保的情况

（一）发行人报告期内资金被占用情况

1、发行人报告期内资金被占用的情况

（1）非关联方资金占用情况

报告期内，发行人及子公司向张芹、衡思怀、江苏欢乐买商贸股份有限公司、江苏康伯爵生物科技有限公司、徐州海天石化有限公司、邳州市助力轴承有限公司等非关联方拆出资金，其基本情况如下：

单位：万元

年度	借款单位名称	期初余额	拆出本金	应收利息	收回金额	期末余额
2020 年	江苏康伯爵生物科技有限公司	30.00	-	-	30.00	-
2019 年	徐州海天石化有限公司	217.79	2,000.00	42.99	2,260.78	-
2019 年	江苏康伯爵生物科技有限公司	129.79	-	0.21	100.00	30.00
2019 年	江苏欢乐买商贸股份有限公司	400.00	-	-	400.00	-
2018 年	邳州市助力轴承有限公司	96.33	600.00	0.60	696.93	
2018 年	徐州海天石化有限公司	-	3,700.00	74.41	3,556.62	217.79
2018 年	江苏康伯爵生物科技有限公司	600.00	-	29.79	500.00	129.79
2018 年	江苏欢乐买商贸股份有限公司	400.00	-	-	-	400.00
2018 年	衡思怀	-	500.00	-	500.00	-
2018 年	张芹	500.00	-	-	500.00	-

①据英商贸与张芹的资金拆借

据英商贸与张芹的资金拆借系张芹个人临时资金周转需求，向据英商贸短期拆入资金。2018 年期初余额系 2017 年 12 月 25 日张芹向据英商贸借款 500 万元

形成。2018 年 1 月 4 日，张芹向据英商贸归还 500 万元，因借款时间短未支付利息。

2019 年至 2021 年 6 月，发行人及子公司与张芹未发生资金拆借。

②发行人与衡思怀的资金拆借

发行人与衡思怀的资金拆借系衡思怀个人资金周转需求，向发行人短期拆借资金。发行人与衡思怀不存在关联关系。2018 年 9 月 25 日，衡思怀向发行人借款 500 万元，并于 2018 年 9 月 30 日归还。

2019 年至 2021 年 6 月，发行人与衡思怀未发生资金拆借。

③发行人与江苏欢乐买商贸股份有限公司的资金拆借

江苏欢乐买商贸股份有限公司成立于 1995 年 11 月 15 日，注册资本 3,200 万元，法定代表人：周翔。注册地址：邳州市运河镇青年东路延长段。欢乐买是邳州当地一家以百货、购物中心、标准超市、便利店为主营业态，具有自主品牌的商业集团。发行人与欢乐买不存在关联关系。

发行人与欢乐买的资金拆借系企业间资金周转发生的资金往来，2018 年初发行人应收欢乐买资金余额 400 万元，系发行人报告期前向欢乐买拆出金额。2019 年 9 月 30 日，欢乐买归还全部资金。

2020 年和 2021 年 1-6 月，发行人与欢乐买未发生资金拆借。

④发行人与江苏康伯爵生物科技有限公司的资金拆借

江苏康伯爵生物科技有限公司成立于 2015 年 12 月 3 日，注册资本 10,000 万元，法定代表人：刘勇森。注册地址：邳州市议堂镇台韩工业园昆山路 2 号。主营业务为食品、饮料的研发、生产、销售。发行人与康伯爵不存在关联关系。

发行人与康伯爵的资金拆借系企业间资金周转发生的资金往来，2018 年期初余额 600 万元，借款本息于 2020 年 7 月前逐步收回。

2021 年 1-6 月，发行人与康伯爵未发生资金拆借。

⑤发行人与徐州海天石化有限公司的资金拆借

徐州海天石化有限公司成立于 2000 年 5 月 29 日，注册资本 20,000 万元，

法定代表人：谢飞。注册地址：邳州市炮车镇高新技术产业园。主营业务为润滑油、聚丙烯、塑料制品生产销售。发行人与海天石化不存在关联关系。

发行人与海天石化的资金拆借系企业之间资金周转发生的资金往来，2018年发行人向海天石化拆出资金3,700万元，收回本息3,556.62万元，2019年1月发行人向海天石化拆出资金2,000万元，2019年2月收回本息2,260.78万元。

2020年和2021年1-6月，发行人与海天石化未发生资金拆借。

⑥邳州市据英商贸有限公司与邳州市助力轴承有限公司的资金拆借

邳州市助力轴承有限公司成立于1996年12月30日，注册资本3,060万元，法定代表人高立军。注册地址：邳州市运河镇海河路北侧。主营业务为摩托车、电动车专用轴承及配件的研发、生产和销售。发行人与助力轴承不存在关联关系。

据英商贸与助力轴承的资金拆借系企业间资金周转发生的资金往来。2018年期初余额96.33万元，2018年7月10日，助力轴承向据英商贸借款600万元，2018年7月12日，助力轴承归还本息696.93万元。

2019年至2021年6月，发行人及子公司与助力轴承未发生资金拆借。

经核查，上述资金拆借未对发行人生产经营产生重大影响。截至本招股说明书签署日，发行人已收回上述拆出资金以及利息。

（2）关联方资金占用情况

报告期内，发行人与关联方的资金拆借情况参见本节“九、发行人关联交易情况”之“（二）偶发性关联交易”之“2、关联方资金拆借”之“（2）关联方资金拆出”部分。

2、发行人资金占用履行的内部决策程序及整改情况

2021年9月17日，公司召开2021年第二次临时股东大会，审议通过了《关于对公司2018年度、2019年度、2020年度及2021年1-6月关联交易予以确认的议案》，对上述资金占用情况进行了确认。

发行人报告期内发生的关联方及非关联方资金占用，截至2020年末已全部收回。

为进一步完善公司治理机制，保护公司股东利益，2021 年 1 月 9 日，公司召开 2021 年第一次临时股东大会，审议通过了《防范大股东及关联方资金占用专项制度》，建立长效防范机制，杜绝大股东及其关联方资金占用行为的发生，维护公司的独立性。公司控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员均已承诺将尽量避免或减少与公司及其控制的企业之间发生关联交易，对于确有必要且无法避免的关联交易，均按照公平、公允和等价有偿的原则进行，依法签署相关交易协议，交易价格按市场公认的合理价格确定，并按相关法律法规以及规范性文件的规定履行交易审批程序及信息披露义务，切实保护公司及全体股东利益，保证不通过关联交易损害公司及其他股东的合法权益，不影响公司的独立性。详见本节“十二、发行人规范和减少关联交易的措施”。

（二）发行人报告期内对外担保情况

报告期内，公司提供的对外担保情况如下：

单位：万元

序号	担保人	被担保人	债权人	担保金额	合同约定的担保期限	是否关联方	担保是否履行完毕
1	康力源	据英商贸	中国建设银行股份有限公司邳州支行	1,800.00	2016.07.10-2021.07.09	是	是
2	康力源	优力同创	江苏邳州农村商业银行股份有限公司	700.00	2018.06.14-2020.12.20	否	是
合计				**2,500.00**			

注：保证方式为连带责任保证，保证担保的范围包括主合同项下的全部债务本金、利息、逾期利息、罚息、复利、手续费、违约金、损害赔偿金、实现债权的费用（包括但不限于诉讼费、执行费、保全费、鉴定费、律师代理费、差旅费等）和实现债权的其他一切费用。保证期间为主合同约定的债务人履行债务期限届满之日起二年。

1、发行人为据英商贸提供的担保

2016 年 7 月 10 日，发行人、据英商贸、中国建设银行股份有限公司邳州支行签订最高额保证合同，发行人作为保证人为据英商贸向中国建设银行股份有限公司邳州支行借款提供最高额保证担保，担保金额 1,800 万元，保证期限为 2016 年 7 月 10 日至 2021 年 7 月 9 日，保证方式为连带责任保证。

据英商贸的基本情况详见本招股说明书“第五节　发行人基本情况”之“七、控股股东和实际控制人及持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况”

之“（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业的情况”部分。据英商贸为发行人关联方。

康力源提供担保后，据英商贸获得的借款情况如下：

单位：万元

序号	债务人	债权人	金额	期限	本息偿付情况
1	据英商贸	中国建设银行股份有限公司邳州支行	930.00	2017.12.06-2018.12.05	已按期归还

2018 年 12 月 5 日，据英商贸向中国建设银行股份有限公司邳州支行归还了发行人担保范围内的借款 930 万元及利息。其后，据英商贸未再向中国建设银行股份有限公司邳州支行申请借款。截至报告期末，发行人为据英商的担保已履行完毕。

2、发行人为优力同创提供的担保

2018 年 6 月 14 日，发行人、衡墩建、海天石化、谢守富、高立军、孙庆森与优力同创、邳州农商行签订最高额保证合同，发行人、衡墩建、海天石化、谢守富、高立军、孙庆森作为保证人为优力同创向邳州农商行借款提供最高额保证担保，担保金额 700 万元，担保期限为 2018 年 6 月 14 日至 2020 年 12 月 20 日，担保方式为连带责任担保。

优力同创成立于 2006 年 3 月 31 日，注册资本 2,600 万元，法定代表人：高立军，注册地址：邳州市经济技术开发区海河路。主营业务为汽车零部件研发、生产和销售。发行人与优力同创不存在关联关系。保证人高立军、孙庆森为优力同创股东，其中高立军持股 63.16154%、孙庆森持股 21.49615%。谢守富为海天石化的大股东，持股 35.70%。

康力源提供担保后，优力同创获得借款情况如下：

单位：万元

序号	债务人	债权人	金额	期限	本息偿付情况
1	优力同创	江苏邳州农村商业银行股份有限公司	700.00	2018.06.20-2019.06.10	已按期归还
2	优力同创	江苏邳州农村商业银行股份有限公司	700.00	2019.06.11-2020.05.20	已按期归还

2020 年 5 月 20 日，优力同创向邳州农商行归还了发行人担保范围内的全部借款 700 万元及利息。截至报告期末，发行人为优力同创提供的担保已履行完毕。

六、发行人独立持续经营能力

公司成立以来，产权清晰、权责明确、运作规范，在资产、人员、财务、机构、业务方面均遵循了《公司法》《证券法》和《公司章程》的要求规范运作，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业完全分开，具有独立、完整的业务体系及面向市场自主经营的能力。

（一）资产完整

公司系由康力源有限整体变更设立，依法承接其各项权利，资产独立完整、权属清晰。拥有与生产经营相关的生产系统、辅助生产系统和配套系统，合法拥有与生产经营有关的土地、厂房、生产设备以及商标、专利、著作权等资产的所有权或者使用权，拥有独立的原料采购和产品销售系统。

截至本招股说明书签署日，公司资产与股东资产完全独立，界定明确，不存在与股东共用资产的情况，公司拥有所有权的资产均在公司的控制和支配之下，不存在资产、资金被实际控制人或其他关联方控制和占用的情况。

（二）人员独立

公司具有健全的法人治理机制，公司董事、监事、高级管理人员均严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定选举和任职，程序合法有效。公司的总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书等高级管理人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；发行人的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

公司已经按照国家有关法律法规规定，建立了独立的劳动、人事和薪酬管理制度，设立了独立的人力资源管理部门。

（三）财务独立

公司依据现行会计制度和相关法律法规的要求，在公司建立了独立、完整、规范的财务会计制度和对下属分、子公司的财务管理办法，建立健全了相应的内部控制制度。公司设立了独立的财务会计部门，配备了专职的财务会计人员，建立了独立的会计核算体系，能够独立做出财务决策。

公司独立在银行开户，独立支配自有资金和资产，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形。公司作为独立纳税人，依法进行纳税申报和履行纳税义务。

（四）机构独立

公司依照《公司法》和《公司章程》等法律法规和相关制度的规定，建立了包括股东大会、董事会、监事会在内的法人治理结构，并制定了相应的议事规则，建立了符合自身经营特点、独立完整的组织结构。公司建立健全了内部管理机构，设有科技研发中心、采购管理中心、器材制造中心、跨境电商业务中心、国际贸易中心、国内贸易中心、质量管理中心等业务部门及财务管理中心、人力行政中心、物流管理中心、信息技术中心等职能部门。各部门依据《公司法》《公司章程》和各项规章制度的规定，在各自的职权范围内行使职权，分工协作，形成有机的独立运营主体，与实际控制人及其控制的其他企业不存在机构混同的情形。

公司拥有独立的生产经营和办公场所，与实际控制人控制的其他企业间不存在混合经营、合署办公的情形。

（五）业务独立

公司从事健身器材的研发、制造、销售，拥有独立完整的研发、采购、生产、销售业务体系，拥有从事业务所需的“人、财、物”等生产要素，能面向市场自主经营。公司业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争和受制于关联方的情形，亦不存在严重影响独立性或显失公平的关联交易。公司控股股东、实际控制人衡墩建已做出了避免同业竞争、规范和减少关联交易的承诺。

（六）主营业务、控制权、管理团队及其他核心人员稳定情况

发行人主营业务、控制权、管理团队稳定，公司最近两年主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；控股股东、实际控制人所持发行人的股份权属清晰，最近两年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

（七）对持续经营有重大影响的事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，重大偿债风险、重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，也不存在经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

经核查，发行人关于独立性的信息披露真实、准确、完整，发行人在以上独立性方面已达到监管的基本要求。

七、同业竞争

（一）发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业同业竞争情况

发行人专业从事健身器材的研发、制造、销售业务。发行人的控股股东、实际控制人衡墩建持有公司 98.07%股份。截至本招股说明书签署日，除发行人及其子公司外，衡墩建未投资或控制其他与本公司从事相同或者相似业务的企业，不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

（二）控股股东、实际控制人作出的避免同业竞争的承诺

为避免未来可能出现的潜在同业竞争损害本公司及其他股东的利益，发行人控股股东、实际控制人衡墩建出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，具体内容如下：

1、截至本承诺函签署之日，本人及本人控制的其他企业均未研发、生产、销售或提供任何与康力源的产品和服务构成竞争或可能构成竞争的产品或服务，所经营的业务均未与康力源经营的业务构成同业竞争。

2、自本承诺函签署之日起，本人及本人控制的其他企业均不会以任何方式经营或从事与康力源构成直接或间接竞争的业务或活动。凡本人及本人控制的其他企业有任何商业机会可从事、参与任何可能会与康力源构成竞争的业务，本人及本人控制的其他企业会将上述商业机会优先让予康力源。

3、如果本人及本人控制的其他企业违反上述承诺，造成康力源经济损失的，本人同意赔偿相应损失。

4、本承诺函自签署之日起持续有效，直至本人不再作为康力源的控股股东、实际控制人。

八、发行人关联方及关联关系

根据《公司法》《企业会计准则第 36 号-关联方披露》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等相关规定，截至 2021 年 6 月 30 日，公司关联方及关联关系如下所述：

（一）控股股东、实际控制人

公司控股股东、实际控制人为自然人衡墩建，其持有公司 98.07%的股份。基本情况参见本招股说明书“第五节　发行人基本情况”之“七、控股股东、实际控制人及持有发行人 5%以上股份的主要股东基本情况”部分。

（二）持股 5%以上的其他股东

除控股股东、实际控制人衡墩建外，公司无其他持有发行人 5%以上股份的股东。

（三）控股股东、实际控制人直接或间接控制的其他企业

截至 2021 年 6 月 30 日，控股股东、实际控制人衡墩建直接或间接控制的企业有据英商贸和据德商贸，其基本情况参见本招股说明书“第五节　发行人基本情况”之“七、控股股东、实际控制人及持有发行人 5%以上股份的基本情况”之“三、控股股东、实际控制人控制的其他企业情况”部分。

（四）控股股东、实际控制人担任董事、高管的企业

报告期内，除发行人及其子公司，控股股东、实际控制人衡墩建未在其他企业担任董事、高级管理人员。

（五）发行人子公司及参股公司

1、发行人子公司

截至本招股说明书签署日，发行人共有 8 家全资子公司、2 家控股子公司、7 家全资孙公司，其具体情况如下：

单位：万元、%

序号	关联方名称	注册资本	持股比例	与发行人的关联关系
1	江苏加一健康科技有限公司	10,000.00	90.00	发行人控股子公司
2	邳州康力源健身器材检验检测有限公司	3,000.00	100.00	发行人全资子公司

序号	关联方名称	注册资本	持股比例	与发行人的关联关系
3	南京诚诚亿国际贸易有限公司	200.00	100.00	发行人全资子公司
4	徐州诚诚亿国际贸易有限公司	200.00	100.00	发行人全资子公司
5	杭州诚诚亿国际贸易有限公司	200.00	100.00	发行人全资子公司
6	邳州力宝健身器材有限公司	100.00	100.00	发行人全资子公司
7	江苏神力威健身器材有限公司	1,000.00	51.00	发行人控股子公司
8	邳州市腾星健身器材有限公司	100.00	100.00	发行人全资子公司
9	SURPASS Trading GmbH（德国不莱梅超越贸易有限公司）	2.80 万欧元	100.00	发行人全资子公司
10	Krown International Trade Co., Limited（香港皇冠国际贸易有限公司）	20.00 万美元	100.00	发行人全资子公司
11	Ernst International Ltd.	0.10 万美元	100.00	香港皇冠之全资子公司，发行人全资孙公司
12	徐州博峰源商贸有限公司	10.00	100.00	杭州诚诚亿之全资子公司，发行人全资孙公司
13	徐州澳特捷国际贸易有限公司	100.00	100.00	香港皇冠之全资子公司，发行人全资孙公司
14	Aurora International Trade Ltd	0.10 万美元	100.00	香港皇冠之全资子公司，发行人全资孙公司
15	Eminence International Trade Ltd	0.10 万美元	100.00	香港皇冠之全资子公司，发行人全资孙公司
16	Epoch International Trade Inc	0.10 万美元	100.00	香港皇冠之全资子公司，发行人全资孙公司
17	Index International Trade Inc	0.10 万美元	100.00	香港皇冠之全资子公司，发行人全资孙公司

报告期内，发行人注销了两家子公司，其具体情况如下：

单位：万元、%

序号	关联方名称	注册资本	持股比例	注销时间	与发行人的关联关系
1	Krown International Trade Co., Limited（英国皇冠国际贸易有限公司）	-	100.00	2020.09.29	发行人全资子公司
2	Air International Co., Ltd	0.10 万美元	100.00	2021.03.22	香港皇冠之全资子公司，发行人全资孙公司

发行人子公司的基本情况参见本招股说明书“第五节　发行人基本情况”之“六、发行人控股子公司及参股公司情况”部分。

2、发行人参股公司

报告期内，公司对外投资 2 家公司，其基本情况如下：

单位：万元、%

序号	参股公司名称	出资金额	持股比例	投资时间
1	江苏邳州农村商业银行股份有限公司	528.00	1.00	2011 年 9 月
2	江苏新沂汉源村镇银行股份有限公司	700.00	7.00	2012 年 12 月

公司对外投资的公司具体情况参见本招股说明书“第五节　发行人基本情况”之“六、发行人控股子公司及参股公司情况”部分。

（六）发行人关联自然人

1、关键管理人员

关键管理人员，包括公司的董事、监事、高级管理人员和其他核心人员，具体情况参见本招股说明书“第五节　发行人基本情况”之“九、发行人董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介”部分。

2、与发行人关键管理人员关系密切的家庭成员

发行人董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员包括：配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、配偶的兄弟姐妹、子女配偶的父母；中国证监会、深圳证券交易所或者发行人根据实质重于形式原则认定的其他与发行人有特殊关系，可能导致发行人利益对其倾斜的自然人。

（七）发行人关联自然人控制或者担任重要职务的其他企业

报告期内，公司实际控制人、公司董事、监事、高级管理人员及前述人员关系密切的家庭成员控制或担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的其他企业（公司及控股子公司、公司实际控制人控制的关联企业除外）具体情况如下：

序号	关联方名称	与发行人的关联关系
1	邳州市魏哲玲口腔诊所	控股股东、实际控制人衡墩建之配偶魏哲玲控制的单位。
2	邳州市恒丰快递服务有限公司	控股股东、实际控制人衡墩建之子衡思宇控制并担任监事的公司。
3	北京虹蚁健身科技有限公司	控股股东、实际控制人衡墩建之子衡思宇持股 15.75%并担任董事的公司。
4	徐州市圣仕体育发展有限公司	控股股东、实际控制人衡墩建之子衡思宇配偶

序号	关联方名称	与发行人的关联关系
		闫妍持股 100%并担任执行董事、总经理、法定代表人的公司。
5	徐州越萌文化传媒有限公司	控股股东、实际控制人衡墩建之子衡思宇持股 34%并担任监事的公司。
6	杭州基点投资管理有限公司	董事衡思名配偶之父侯为持股 100%并担任法定代表人、执行董事兼总经理的公司。
7	江苏新沂汉源村镇银行股份有限公司	参股公司，董事姚培源任该公司董事。
8	上海燕青园林工程有限公司	董事姚培源配偶之弟马燕青持股 100%并担任法定代表人、执行董事的公司。
9	上海燕青苗木种植专业合作社	董事姚培源配偶之弟马燕青控制并担任法定代表人的单位。
10	中国体育用品业联合会	独立董事罗杰担任负责人、副主席兼秘书长的社会组织。
11	中体联（北京）认证服务有限公司	独立董事罗杰担任法定代表人、经理、执行董事的公司。
12	中体联（北京）体育产业发展有限公司	独立董事罗杰担任法定代表人、经理、执行董事的公司。
13	中体联（北京）体育场馆管理有限公司	独立董事罗杰担任法定代表人、经理、执行董事的公司。
14	中体联（北京）风筝文化传播有限公司	独立董事罗杰担任法定代表人、经理、执行董事的公司。
15	中体联（北京）户外体育发展有限公司	独立董事罗杰担任法定代表人、经理、执行董事的公司。
16	中体联（海南）体育科技产业发展有限公司	独立董事罗杰担任法定代表人、经理、执行董事的公司。
17	邳州市阳光职业培训学校	监事衡万里担任法定代表人的单位。
18	邳州市体育总会	控股股东、实际控制人衡墩建之子衡思宇担任负责人的社会团体。
19	徐州市宇焱健康科技有限公司	原名徐州市康力源健康科技有限公司。控股股东、实际控制人衡墩建之子衡思宇控制的公司，衡思宇配偶闫妍担任该公司监事。
20	徐州聚西廷新型材料科技有限公司[注]	控股股东、实际控制人衡墩建之子衡思宇持股 20%的企业。
21	泉山区蒙妮坦美容店	副总经理张若浩之女经营的个体工商户。
22	句容市盛达建筑装饰工程有限公司	监事衡万里之妹配偶黄玉持股 100%并担任法定代表人、执行董事的公司。
23	邳州市润生五金加工厂	副总经理魏威经营的个体工商户。
24	邳州市恒捷体育科技有限公司	副总经理魏威配偶周涛持股 100%的公司。
25	徐州市宇晟体育发展有限公司	副总经理魏威配偶周涛持股 99.8004%并担任法定代表人的公司。
26	邳州市优瑞佳日用品经营部	副总经理魏威之配偶周涛经营的个体工商户。
27	徐州一策广告有限公司	副总经理师晨亮配偶罗兴兰持股 100%并担任法定代表人的公司。
28	江苏同力机械科技有限公司	董事许瑞景持股 40%的公司。

序号	关联方名称	与发行人的关联关系
29	徐州晨信迪网络科技有限公司	副总经理许佳之妹许晴晴持股 100%并担任法定代表人的公司。
30	深圳诚亿通电子商务有限公司	副总经理许佳之妹许晴晴通过徐州晨信迪网络科技有限公司持股 99%并担任法定代表人的公司。
31	邳州昱鑫龙商贸有限公司	控股股东、实际控制人衡墩建配偶魏哲玲之弟魏磊曾持股 100%并担任法定代表人的公司，2018 年 6 月被吊销，2021 年 10 月注销。
32	邳州市筝舞文化传媒有限公司	董事、总经理王忠之女王瑜曾持股 100%并担任法定代表人、执行董事的企业，王忠担任该公司监事。2020 年 6 月被吊销，2021 年 7 月注销。

注：2021 年 10 月 8 日，衡思宇将其持有的徐州聚西廷新型材料科技有限公司 20%股权作价 530 万元转让给魏哲玲，并办理了工商变更登记。

截至本招股说明书签署日，5 家关联企业办理完成了工商注销，分别是：2021 年 7 月 15 日，徐州晨信迪网络科技有限公司完成工商注销；2021 年 7 月 30 日，深圳诚亿通电子商务有限公司完成工商注销；2021 年 8 月 24 日，徐州越萌文化传媒有限公司完成工商注销；2021 年 10 月 8 日，邳州昱鑫龙商贸有限公司完成工商注销；2021 年 7 月 5 日，邳州市筝舞文化传媒有限公司完成工商注销。

（八）发行人曾经存在的关联方

报告期内，发行人曾经存在的关联方主要为控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员报告期内已注销或对外转让的控股公司或根据实质重于形式的其他主要关联方，其具体情况如下：

序号	关联方名称/姓名	曾与发行人的关联关系
1	徐州军豪健身器材有限公司	控股股东、实际控制人衡墩建配偶魏哲玲曾控制的公司，已于 2020 年 6 月注销。
2	徐州很容易商贸有限公司	董事、副总经理衡思名曾持股 100%并担任法定代表人的公司，已于 2021 年 1 月注销。
3	邳州市石开开干货店	董事彭保章之女之配偶石富荣曾经营的个体工商户，已于 2020 年 10 月注销。
4	邳州市佳浩建材经营部	监事郭景报配偶之弟马庆烨曾经营的个体工商户，已于 2019 年 8 月注销。
5	邳州市润升五金加工厂	副总经理魏威曾经营的个体工商户，已于 2018 年 1 月注销。
6	邳州市盛威工艺品加工厂	副总经理魏威曾经营的个体工商户，已于 2021 年 3 月注销。
7	邳州市魏威口腔诊所	副总经理魏威曾经营的个体工商户，已于 2021 年 3 月注销。
8	徐州奥峰信息科技有限公司	副总经理师晨亮曾持股 100%并担任法定代表人的公司，已于 2019 年 8 月注销。
9	邳州市利康健身器材经营部	副总经理李辉亮曾经营的个体工商户，已于 2019

序号	关联方名称/姓名	曾与发行人的关联关系
		年 6 月注销。
10	绵阳城区军霞健身器材商行	副总经理李辉亮曾经营的个体工商户，已于 2018 年 5 月注销。
11	泉山区李辉亮健身器材商行	副总经理李辉亮曾经营的个体工商户，已于 2020 年 5 月注销。
12	云龙区周迪健身器材商行	副总经理李辉亮曾经营的个体工商户，已于 2020 年 5 月注销。
13	徐州智汇智能科技有限公司	副总经理张若浩曾控制的企业，已于 2021 年 3 月转让其持有的全部股权。
14	上海予力休闲用品有限公司	副总经理许佳曾持股 50%的企业，2021 年 4 月已转让其持有的全部股权。
15	邳州东弘商贸有限公司	副总经理许佳曾持股 100%并担任法定代人的公司，2020 年 6 月被吊销，2021 年 7 月注销。
16	邳州市艳刚健身器材经营部	副总经理许佳曾经营的个体工商户，于 2020 年 5 月注销。
17	徐州盈发体育用品有限公司	副总经理李辉亮之弟李飞曾控制的公司，2020 年 4 月已转让其持有的全部股权。
18	江苏徐工信息技术股份有限公司	财务总监、董秘吕国飞曾担任财务总监的公司。
19	曹康凯	报告期内曾担任公司董事。
20	周忠凯	报告期内曾担任公司监事。
21	汪明祥	报告期内曾担任公司财务负责人。

九、发行人关联交易情况

（一）报告期内关联交易情况汇总简表

报告期内，公司发生的关联交易简要汇总如下：

单位：万元

交易内容		2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经常性交易	销售商品或提供劳务	101.05	415.72	1,504.73	3,781.49
	购买商品或接受劳务	80.99	120.58	94.84	139.99
	关键管理人员薪酬	339.04	575.62	456.58	252.43
偶发性交易	关联方担保	详见本节“九、发行人关联交易情况”之“（三）偶发性关联交易”相关内容。			
	关联方资金拆借				
	其他关联交易				

（二）经常性关联交易

1、关联方销售情况

报告期内，公司发生的关联方销售情况如下：

单位：万元

关联方名称	交易内容	定价方法	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
徐州军豪健身器材有限公司	健身器材	协议价	交易金额	-	-	956.38	3,665.29
			占营业收入的比例	-	-	2.50%	9.87%
上海予力休闲用品有限公司	健身器材	协议价	交易金额	100.85	402.58	455.01	81.58
			占营业收入的比例	0.27%	0.60%	1.19%	0.22%
徐州市圣仕体育发展有限公司	健身器材	协议价	交易金额	-	12.80	88.14	34.08
			占营业收入的比例	-	0.02%	0.23%	0.09%
江苏新沂汉源村镇银行股份有限公司	健身器材	市场价	交易金额	0.19	0.34	2.28	-
			占营业收入的比例	0.00%	0.00%	0.01%	-
徐州市宇焱健康科技有限公司	健身器材	协议价	交易金额	-	-	2.92	-
			占营业收入的比例	-	-	0.01%	-
北京虹蚁健身科技有限公司	健身器材		交易金额	-	-	-	0.54
			占营业收入的比例	-	-	-	0.00%

注：上表中 0.01%为四舍五入的结果，0.00%为四舍五入后小于 0.01%所致。

（1）发行人与徐州军豪健身器材有限公司的交易情况

①交易背景

发行人与军豪健身的交易背景详见本招股说明书“第六节　业务与技术”之“四、发行人销售情况和主要客户”之“2、主要客户波动情况及原因”之“（2）关于军豪健身”部分。

②交易情况及合理性、公允性

2018-2019 年，发行人向军豪健身销售的健身器材金额分别为 3,665.29 万元、956.38 万元，占公司营业收入的比例分别为 9.87%、2.50%，销售金额和占营业收入的比例均大幅下降。其交易情况如下：

单位：万元、%

年度	销售内容	销售额	销售占比	毛利率
2019 年	健身器材	956.38	2.50	13.65
2018 年	健身器材	3,665.29	9.87	13.93

军豪健身承担了公司境内销售职责，向康力源采购产品销售给第三方，需承担与市场开拓和产品销售相关费用，双方结合军豪健身业务开展过程中合理的费用协商定价，导致销售毛利率低于其他业务。结合军豪健身 2018 年和 2019 年开展业务产生的销售费用和管理费用及相关模拟测算如下：

项目	金额/毛利率
康力源对军豪健身销售的成本（A/万元）	3,980.49
康力源对军豪健身销售的收入（B/万元）	4,621.67
军豪健身销售费用及管理费用合计（C/万元）	1,311.43
模拟计算销售毛利率 D=（B+C-A）/（B+C）	32.91%

注：1、军豪健身销售费用及管理费用为未审数据；
2、将军豪健身承担的费用视同由发行人承担，并计入发行人对军豪健身的销售收入，模拟计算毛利率。

从上表可见，综合考虑军豪健身设立的背景、目的以及其在业务开展过程中产生的必要费用后，公司与军豪健身之间的交易在历史上具有合理性和必要性，交易价格公允。

③关联交易的处理

为规范公司治理，从 2019 年起，发行人逐步减少了与军豪健身的交易。2020 年 6 月 11 日，军豪健身办理了工商注销手续，发行人接收了军豪健身的人员、业务和相关资产。2020 年发行人与军豪健身未发生交易，上述关联交易未来不再发生。

发行人与军豪健身之间的交易具有商业合理性，交易价格相对公允，与其他经销商交易相比不存在明显重大差异，未对发行人的收入和利润产生重大不利影响。军豪健身存续期间，与发行人的机构、业务、人员保持独立，不存在为发行人承担成本、费用的情况。

（2）发行人与上海予力休闲用品有限公司的交易情况

①交易背景

发行人与上海予力的合作背景详见本招股说明书“第六节　业务与技术”之“四、发行人销售情况和主要客户”之“4、主要客户与发行人的关联关系”之“（2）上海予力休闲用品有限公司”部分。

②交易情况及合理性、公允性

报告期内，发行人与上海予力签订经销协议，授权上海予力在上海地区经销发行人生产的健身器材。销售的产品主要系综合机、跑步机以及其他健身器材。

报告期内，发行人与上海予力的交易情况如下：

单位：万元、%

年度	公司对上海予力销售业务					相同业务模式下非关联销售毛利率
	销售内容	业务模式	销售额	销售占比	毛利率	
2021 年 1-6 月	健身器材	内销、经销	100.85	0.27	30.95	33.80
2020 年度	健身器材	内销、经销	402.58	0.60	29.51	30.27
2019 年度	健身器材	内销、经销	455.01	1.19	28.28	28.23
2018 年度	健身器材	内销、经销	81.58	0.22	23.78	-

报告期内，发行人向上海予力销售的健身器材的毛利率分别为 23.78%、28.28%、29.51%、30.95%，与发行人销售给其他非关联方经销商的毛利率相比，不存在明显重大差异。

③股权转让后的交易情况

2021 年 3 月 4 日，许佳与张品峰签订股权转让协议，将其持有的上海予力 50%股权作价 130 万元转让给张品峰。上海予力在 2021 年 4 月 8 日办理工商变更登记，许佳不再持有上海予力股权。

许佳转让其持有的上海予力股权后，发行人与上海予力存在正常的商业交易。2021 年 1-6 月，发行人与上海予力的交易情况如下：

单位：万元、%

期间	销售商品	业务模式	销售额	毛利率	相同业务模式非关联销售毛利率
2021 年 1-6 月	健身器材	内销、经销	100.85	30.95	33.80
其中：2021 年 3-6 月	健身器材	内销、经销	66.99	28.55	34.11
2021 年 1-2 月	健身器材	内销、经销	33.86	35.70	33.27

2021 年 1-6 月，发行人销售给上海予力的产品毛利率为 30.95%，其中 2021 年 1-2 月毛利率为 35.70%，3-6 月的毛利率为 28.55%，与同期发行人销售给非关联经销商的总体毛利率相比，不存在重大差异。

经核查，发行人与上海予力的交易具有商业合理性，交易价格公允，未对发行人的收入和利润产生重大影响。

（3）发行人与徐州市圣仕体育发展有限公司的交易情况

①交易背景

徐州市圣仕体育发展有限公司成立于2015年6月3日，注册资本200万元，主要从事健身房运营业务。圣仕体育系发行人控股股东、实际控制人衡墩建之子衡思宇之配偶闫妍控制的企业，基于采购便捷性考虑，圣仕体育从发行人采购了健身房运营所需的健身器材。

②交易情况及合理性、公允性

报告期内，圣仕体育向发行人采购综合机、跑步机、健身车、哑铃等健身器材。其交易情况如下：

单位：万元、%

年度	销售内容	主要产品类别	业务模式	销售额	销售占比	毛利率
2020年度	健身器材	以商用健身器材为主	内销、直销	12.80	0.02	21.53
2019年度	健身器材		内销、直销	88.14	0.23	11.45
2018年度	健身器材		内销、直销	34.08	0.09	5.83

报告期内，发行人向圣仕体育销售的产品以商用类的健身器材为主。商用类健身器材由发行人子公司加一健康生产、销售，2018年开始加一健康开始投产，产能未得到释放，因此2018年商用类健身器材的毛利率仅有2.64%。随着销售渠道逐步扩宽，发行人商用健身器材的销售收入大幅提升，2018-2021年1-6月，商用健身器材的毛利率由2.64%增长至24.89%。

2018-2020年，发行人销售给圣仕体育产品毛利率分别为5.83%、11.45%、21.53%，主要产品为商用健身器材。发行人销售给圣仕健身的总体毛利率变化趋势与发行人报告期内商用健身器材毛利率变化趋势基本一致。

经核查，2018-2020年发行人与圣仕体育的交易额分别为34.08万元、88.14万元和12.80万元，占营业收入的比例分别为0.09%、0.23%、0.02%，双方交易和定价具有商业合理性，交易价格相对公允，关联交易对发行人收入和利润的影响较小。2021年1-6月，发行人与圣仕体育未发生交易。

（4）发行人与江苏新沂汉源村镇银行股份有限公司的交易情况

江苏新沂汉源村镇银行股份有限公司系发行人参股企业，公司董事姚培源在

新沂汉源银行担任董事。2019 年-2021 年 6 月，新沂汉源银行向发行人门店采购龙门架、跑步机、哑铃凳等健身器材，销售额分别为 2.28 万元、0.34 万元、0.19 万元。产品按照同期市场价格销售，价格公允。

（5）发行人与徐州市宇焱健康科技有限公司、据英商贸与北京虹蚁健身科技有限公司的交易情况

徐州市宇焱健康科技有限公司原名徐州市康力源健康科技有限公司，成立于 2016 年 4 月 27 日，系发行人控股股东、实际控制人衡墩建之子衡思宇控制的企业。发行人与宇焱健康的交易发生在 2019 年，交易额 2.92 万元，主要系宇焱健康经营健身房采购健身器材，占营业收入的比例不到 0.01%，对发行人收入和利润的影响较小。2020 年、2021 年 1-6 月，发行人与宇焱健康未发生交易。

北京虹蚁健身科技有限公司成立于 2017 年 10 月 30 日，注册资本 368.6635 万元，控股股东、实际控制人衡墩建之子衡思宇在虹蚁健身担任董事。2018 年 12 月，据英商贸按照市场价向虹蚁健身销售健身器材，销售额 0.54 万元，占营业收入的比例为 0.0014%，对发行人收入和利润的影响较小。2019-2021 年 6 月，发行人及子公司与虹蚁健身未发生交易。

（6）对发行人独立性的影响

经核查，报告期内，发行人与关联方发生的关联销售金额分别为 3,781.49 万元、1,504.73 万元、415.72 万元、101.05 万元，占营业收入比例分别为 10.19%、3.94%、0.62%、0.27%，销售额和销售占比均逐年下降。同时，发行人上述关联交易具有商业合理性，销售价格相对公允，不存在损害公司利益或者向公司进行利益输送的情形。

综上所述，上述关联销售对发行人独立性不存在重大不利影响。

2、关联方采购情况

单位：万元

关联方名称	交易内容	定价方法	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
邳州市润生五金加工厂	五金件	市场价	交易金额	-	0.74	39.57	53.94
			占营业成本的比例	-	0.00%	0.15%	0.20%
	外协	协	交易金额	-	-	38.28	59.25

关联方名称	交易内容	定价方法	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	服务	议价	占营业成本的比例	-	-	0.15%	0.22%
	安装服务	协议价	交易金额	-	-	-	26.66
			占营业成本的比例	-	-	-	0.10%
徐州盈发体育用品有限公司	安装服务	协议价	交易金额	38.95	73.48	16.41	
			占营业成本的比例	0.15%	0.17%	0.06%	
中国体育用品业联合会	会员费	市场价	交易金额	0.60	0.60	-	-
			占管理费用的比例	0.05%	0.03%	-	-
中国体育用品业联合会	标准制修订经费	协议价	交易金额	1.89	-	-	-
			占管理费用的比例	0.14%	-	-	-
中体联（北京）体育产业发展有限公司	展位租赁	市场价	交易金额	39.55	45.76	-	-
			占销售费用的比例	1.56%	0.97%	-	-

注：0.00%为四舍五入后小于 0.01%所致。

（1）发行人与邳州市润生五金加工厂的交易情况

邳州市润生五金加工厂成立于 2018 年 1 月 29 日，主要从事五金配件销售和加工业务，系公司副总经理魏威经营的个体工商户。发行人所在地无从事烫压的企业，烫压工序主要委托青岛等地公司完成。后因运输距离远、成本高、定制化需求满足效果不佳，发行人逐步停止了与外地公司的合作。发行人副总经理魏威分管采购业务，对烫压工艺相对熟悉，自行购买设备摸索烫压工艺，并成功投产，在 2018 年初成立润生五金，为发行人提供烫印外协加工服务以及五金材料，交易价格由双方协商确定。

报告期内，发行人从润生五金购买商品和外协服务的金额分别为 139.85 万元、77.86 万元、0.74 万元、0 万元，占营业成本的比例分别为 0.52%、0.30%、0.0017%、0%。2020 年发行人向润生五金采购额 0.74 万元，占营业成本的比例不到 0.01%。2018 年润生五金向发行人提供的安装服务系偶发性业务，不具有持续性。2021 年 1-6 月，发行人与润生五金未发生交易。

为加强公司治理水平，减少关联交易，2019 年润生五金逐步停止业务经营。2019 年 11 月，润生五金将烫印工艺的机器设备无偿转让给发行人（经徐州迅达

资产评估有限公司评估，机器设备价值约 1.62 万元）。

经核查，发行人向润生五金的关联采购价格公允，不存在损害公司利益或者向公司进行利益输送的情形。同时，关联采购占发行人营业成本较低，对发行人的利润影响较小。因此，上述关联采购对发行人独立性不存在重大不利影响。

（2）发行人与徐州盈发体育用品有限公司的交易情况

徐州盈发体育用品有限公司成立于 2019 年 12 月 11 日，注册资本 50 万元，系公司副总经理李辉亮之弟李飞曾控制的企业，李飞认缴 30 万元，占注册资本的 60%。主营业务为体育器材、健身器材、按摩器材、游乐设备、教学设备安装、销售及售后服务。盈发体育主要为公司提供健身器材的安装服务，盈发体育成立前，李飞以个人名义向发行人提供安装服务，上表交易金额包含发行人与盈发体育及李飞的交易。

2020 年 4 月 7 日，李飞与郑玉超签署股权转让协议，李飞将持有的盈发体育 60%股份以 0 元转让给郑玉超。2020 年 4 月 13 日，盈发体育办理了工商变更登记。鉴于该股权转让为无偿转让，股权转让后的交易比照关联交易核查。

发行人向终端客户直接销售附带安装服务的健身器材，一般聘请第三方服务商进行安装。发行人将健身器材运送至客户指定地点，第三方服务商负责为客户安装、调试健身器材并交付客户使用，双方根据客户签收的验收单结算安装费。政府招标采购项目，在项目验收合格时与第三方服务商结算安装费。

发行人与盈发体育自 2019 年开始合作，盈发体育为发行人提供安装服务，服务内容包括健身器材的安装、调试，室外健身器材安装施工（地基处理、器材安装、场地恢复）、健身器材后期维保。安装费用（室外健身器材安装费用包含地基处理所需的水泥、沙子、黄沙等）参考市场价格，根据安装健身器材数量、安装项目地点距离、复杂程度等协商确定。该类交易符合行业惯例，具有一定的商业合理性，交易价格公允，不存在显失公平的情形。

经核查，2019 年-2021 年 6 月，发行人向盈发体育采购的安装服务金额分别为 16.41 万元、73.48 万元、38.95 万元，占营业成本的比例分别为 0.06%、0.17%、0.15%，对发行人的利润影响较小。

（3）发行人与中国体育用品业联合会、中体联（北京）体育产业发展有限公司的交易情况

①交易背景

中国国际体育用品博览会（以下简称“体博会”）是我国国家级、国际化、专业化的体育用品展会，是全球体育品牌进入中国市场的捷径，是中国体育品牌向世界展示实力的重要窗口。体博会从 1993 年开始举办，每年举办一届。

中国体育用品业联合会系在中华人民共和国民政部登记的社会团体组织，发行人独立董事罗杰担任其负责人。中体联（北京）体育产业发展有限公司（以下简称“中体联公司”）系中国体育用品业联合会全资子公司，成立于 2017 年 7 月 31 日，注册资本 300 万元，发行人独立董事罗杰担任其法定代表人、经理、执行董事。报告期内，发行人参加了由中国体育用品业联合会和中体联公司主办的第 36-39 届体博会。2020 年 11 月 15 日，罗杰成为发行人独立董事。为便于比较分析，后续的分析中列示了 2018 年和 2019 年发行人与罗杰任职单位的交易情况，但不作为关联交易披露。

②交易情况及合理性、公允性

A、报告期内，发行人参加的体博会情况如下：

单位：平方米、元

项目	展位面积	单价	折扣	合同金额	其他服务	合计	备注
2021 年第 39 届体博会	484.00	1,750.00	49.50%	419,265.00	-	419,265.00	
2020 年第 38 届体博会	504.00	1,750.00	55.00%	485,100.00	-	485,100.00	
2019 年第 37 届体博会	504.00	1,650.00	55.00%	457,380.00	120,000.00	577,380.00	
2018 年第 36 届体博会	504.00	1,650.00	55.00%	457,380.00	110,000.00	567,380.00	

注：上述金额均为含税金额。

2018、2019 年体博会由中国体育用品业联合会主办，2020、2021 年体博会由中体联公司主办。

报告期内，发行人与中国体育用品业联合会、中体联公司签署了体博会参展协议，并约定了展位的面积和定价标准。发行人系中国体育用品业联合会会员，并且连续多年参展，获得了相应的优惠。2021 年享受的优惠较其他年度大，主

要系除了会员折扣、连续参展折扣，还有新冠疫情补贴。

2017 年 3 月 10 日，发行人与中国体育用品业联合会签订手提袋合作项目合同，约定发行人成为体博会战略合作伙伴，中国体育用品业联合会制作有发行人信息的手提袋。协议还约定在中国体育用品业联合会网站展示发行人品牌及相关信息，允许发行人在体博会特定区域粘贴或摆放宣传资料。双方约定合作期限为 2017 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日，发行人向中国体育用品业联合会分别支付 10 万元、11 万元和 12 万元。

B、报告期内，发行人向中国体育用品业联合会缴纳的会费及采购的其他服务情况如下：

单位：元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
会费	6,000.00	6,000.00	8,000.00	3,000.00
标准制修订经费	18,867.92	-	5,660.38	1,415.09
合计	**24,867.92**	**6,000.00**	**13,660.38**	**4,415.09**

报告期内，发行人作为中国体育用品业联合会会员，按照协会要求缴纳会费，分别为 0.30 万元、0.80 万元、0.60 万元和 0.60 万元。标准制修订经费主要是参与体育用品标准制修订向中国体育用品业联合会支付的经费。

经核查，2020 年、2021 年 1-6 月，发行人向中体联公司支付的展位租赁费分别为 45.76 万元和 39.55 万元，占销售费用的比例分别为 0.97%和 1.56%。发行人向中国体育用品业联合会支付的会费和标准制修订经费分别为 0.60 万元、2.49 万元，占管理费用的比例分别为 0.03%、0.19%，对发行人的利润影响较小。

综上所述，发行人与中国体育用品业联合会、中体联公司的关联交易价格公允，不存在损害公司利益或者向公司进行利益输送的情形，不影响发行人的独立性。

3、关键管理人员薪酬

报告期内，公司向担任董事、监事及高级管理人员（含其他核心人员）的关键管理人员支付薪酬的情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
关键管理人员薪酬	339.04	575.62	456.58	252.43

最近一年度薪酬支付具体情况参见本招股说明书“第五节　发行人基本情况”之“十四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况”部分。

4、经常性关联交易的决策程序

2021 年 9 月 17 日，发行人召开 2021 年第二次临时股东大会对前述事项进行了确认。

（三）偶发性关联交易

1、关联方担保

（1）发行人作为担保方的关联担保情况

报告期内，发行人作为担保方的关联担保情况如下：

单位：万元

担保项目	担保方	被担保方	担保金额	合同约定的担保期限	担保是否已经履行完毕
中国建设银行股份有限公司邳州支行最高额担保	康力源	据英商贸	1,800.00	2016.07.10-2021.07.09	是

具体情况详见本节之“五、发行人报告期内资金被占用和对外担保情况”之“（二）发行人报告期内对外担保情况”部分。

（2）发行人作为被担保方的关联担保情况

报告期内，发行人及其子公司作为被担保方的关联担保情况如下：

单位：万元

担保项目	担保方	被担保方	借款金额	借款起始日	借款到期日	担保是否已经履行完毕
中国建设银行股份有限公司邳州支行借款	据德商贸	据英商贸	930.00	2017.12.08	2018.12.05	是
中国光大银行股份有限公司徐州分行借款	衡墩建、魏哲玲、魏浩	康力源	1,200.00	2017.12.26	2018.12.03	是
江苏邳州农村商业银行股份有限公司金桥支行借款	据英商贸、衡墩建、衡思宇	康力源	2,400.00	2017.12.25	2018.12.06	是

担保项目	担保方	被担保方	借款金额	借款起始日	借款到期日	担保是否已经履行完毕
江苏邳州农村商业银行股份有限公司金桥支行借款	据英商贸、衡墩建、衡思宇	康力源	4,600.00	2017.12.25	2018.12.06	是
江苏邳州农村商业银行股份有限公司金桥支行借款	据英商贸、衡墩建、衡思宇	康力源	2,100.00	2018.12.06	2019.12.31	是
江苏邳州农村商业银行股份有限公司金桥支行借款	据英商贸、衡墩建、衡思宇	康力源	2,500.00	2018.12.06	2020.01.06	是
江苏邳州农村商业银行股份有限公司金桥支行借款	据英商贸、衡墩建、衡思宇	康力源	2,400.00	2018.12.06	2020.01.06	是
江苏银行股份有限公司邳州支行借款	据英商贸	康力源	700.00	2019.10.23	2020.10.13	是
江苏银行股份有限公司邳州支行借款	据英商贸	康力源	700.00	2019.10.23	2020.10.13	是
江苏银行股份有限公司邳州支行借款	据英商贸	康力源	600.00	2019.10.23	2020.10.13	是
中国银行股份有限公司邳州支行借款	衡墩建、衡思宇	加一健康	490.00	2019.11.06	2020.10.28	是
中国银行股份有限公司邳州支行借款	衡墩建、衡思宇	加一健康	490.00	2020.10.28	2021.10.19	是
江苏邳州农村商业银行股份有限公司金桥支行借款	衡墩建、衡思宇	康力源	2,600.00	2020.06.30	2021.06.23	是
江苏邳州农村商业银行股份有限公司金桥支行借款	衡墩建、衡思宇	加一健康	900.00	2020.06.30	2023.06.10	否
中国工商银行股份有限公司邳州支行借款	衡思宇、闫妍	加一健康	500.00	2020.04.23	2021.02.09	是
中国工商银行股份有限公司邳州支行借款	衡思宇、闫妍	加一健康	400.00	2021.02.10	2022.02.08	否

注：上述关联方担保方式均为连带保证担保。担保期限为主债务履行届满之日起两年。

2021 年 10 月 12 日，发行人子公司加一健康向中国银行股份有限公司邳州

支行归还借款 490 万元及利息。衡墩建、衡思宇为加一健康该笔借款的担保已履行完毕。

2、关联方资金拆借

（1）关联方资金拆出

报告期内，发行人向关联方拆出资金情况如下：

单位：万元

年度	拆出关联方	期初余额	拆出金额	应收利息	收回金额	其他收回	期末余额
2020年度	衡墩建	554.32	7.73	3.79	565.85	-	-
	许瑞景	228.14	6.10	6.03	240.27	-	-
	合计	**782.47**	**13.83**	**9.82**	**806.12**	**-**	**-**
2019年度	衡墩建	7,901.75	1,546.88	390.98	8,276.37	1,008.91	554.32
	许瑞景	58.19	207.02	9.47	46.54	-	228.14
	魏浩	190.17	-	5.31	195.48	-	-
	魏哲玲	-	100.00	4.42	104.42	-	-
	邳州市据德商贸有限公司	-	1,200.00	10.65	600.00	610.65	-
	合计	**8,150.11**	**3,053.90**	**420.83**	**9,222.80**	**1,619.56**	**782.47**
2018年度	衡墩建	134.62	7,982.29	264.83	480.00	-	7,901.75
	许瑞景	-	80.15	1.64	23.60	-	58.19
	魏浩	180.00	-	10.17	-	-	190.17
	合计	**314.62**	**8,062.44**	**276.64**	**503.60**	**-**	**8,150.11**

注：总数与各分项数值之和不符的情形，系四舍五入原因造成。

①发行人向衡墩建拆出资金情况

发行人向衡墩建拆出的资金包括衡墩建向公司的借款、由衡墩建代收货款代付费用、三方抵账等应收的净额、以张芹、周涛和衡艳梅的名义向发行人借款但由衡墩建实际使用的资金。除代收货款代付费用外，衡墩建向发行人的借款主要用于个人投资及少量个人资金周转。

2018 年，发行人向实际控制人衡墩建拆出资金 7,982.29 万元，其中由衡墩建代收货款代付费用、三方抵账等应收的净额 1,004.29 万元，应收取利息 264.83 万元，收回资金 480 万元，2018 年末资金拆借余额 7,901.75 万元。

2019 年，发行人向实际控制人衡墩建拆出资金 1,546.88 万元，其中由衡墩建代收货款代付费用、三方抵账等应收的净额 183.38 万元，应收取利息 390.98 万元，收回资金 8,276.37 万元，其他收回 1,008.91 万元系同一控制下业务合并据英商贸健身器材业务相应的资产剥离并转出。2019 年末资金拆借余额 554.32 万元。

2020 年，发行人向实际控制人衡墩建拆出资金 7.73 万元，系由衡墩建代收货款代付费用、三方抵账等应收的净额 7.73 万元，应收取利息 3.79 万元，收回资金 565.85 万元。2020 年 7 月 28 日，衡墩建向发行人归还最后一笔拆借资金及利息。之后，发行人与衡墩建未发生资金拆借。

②发行人与许瑞景的资金拆借

许瑞景系发行人股东，担任发行人董事、副总经理。许瑞景向发行人借款主要系个人消费和资金周转需要。

2018 年，发行人向许瑞景拆出资金 80.15 万元，应收取利息 1.64 万元，收回资金 23.60 万元，主要系通过抵扣费用报销款和工资款收回。2018 年期末余额 58.19 万元。

2019 年，发行人向许瑞景拆出资金 207.02 万元，应收取利息 9.47 万元，收回资金 46.54 万元，其中通过抵扣费用报销款和工资款收回 11.34 万元。2019 年末余额 228.14 万元。

2020 年，发行人向许瑞景拆出资金 6.10 万元，应收取利息 6.03 万元，收回资金 240.27 万元。2020 年 7 月 28 日，许瑞景向发行人归还最后一笔拆借资金及利息。之后，发行人与许瑞景未发生资金拆借。

③发行人与魏哲玲的资金拆借

衡墩建配偶魏哲玲向发行人借款主要用于个人资金周转。

2019 年，魏哲玲向发行人借款 100 万元，并在当年归还本金 100 万元及利息 4.42 万元。

2020 年、2021 年 1-6 月，发行人与魏哲玲未发生资金拆借。

④发行人与魏浩的资金拆借

魏浩系发行人实际控制人衡墩建配偶魏哲玲之弟。2018 年初拆借资金余额 180 万元，系以前年度魏浩向发行人借款未归还的余额。2019 年，魏浩归还借款 180 万元及利息 15.48 万元。

2020 年、2021 年 1-6 月，发行人与魏浩未发生资金拆借。

⑤发行人与邳州市据德商贸有限公司的资金拆借

2019 年，发行人同一控制下企业据英商贸向据德商贸拆出资金 1,200 万元，应收取利息 10.65 万元，收回 600 万元，其他收回 610.65 万元，主要是 2019 年 9 月 30 日同一控制下业务合并据英商贸健身器材业务相应的资产剥离并转出，2019 年期末余额为 0 万元。

报告期内，发行人向衡墩建、许瑞景、魏哲玲、魏浩拆出资金并按照约定利率收取了利息。截至报告期末，上述借款人已归还全部资金并支付利息，未对发行人生产经营造成重大影响。

2021 年 9 月 17 日，发行人召开 2021 年第二次临时股东大会对前述事项进行了确认。

（2）关联方资金拆入

报告期内，发行人向关联方拆入资金情况如下：

单位：万元

年度	关联方名称	期初余额	拆入金额	应付利息	归还金额	期末余额
2021 年 1-6 月	邳州市据英商贸有限公司	18.12	-	-	18.12	-
2020 年度	曹康凯	15.86	-	-	15.86	-
	汪明祥	3.02	-	-	3.02	-
	邳州市据英商贸有限公司	810.87	12.00	5.25	810.00	18.12
	合计	**829.75**	**12.00**	**5.25**	**828.88**	**18.12**
2019 年度	曹康凯	17.45	-	-	1.59	15.86
	汪明祥	3.02	-	-	-	3.02
	邳州市据英商贸有限公司	-	810.00	0.87	-	810.87
	合计	**20.47**	**810.00**	**0.87**	**1.59**	**829.75**
2018 年度	曹康凯	15.86	-	1.59	-	17.45
	汪明祥	4.47	-	-	1.45	3.02

年度	关联方名称	期初余额	拆入金额	应付利息	归还金额	期末余额
	王忠	11.80	-	3.54	15.34	-
	徐州军豪健身器材有限公司	-	180.00	-	180.00	-
	邳州市据德商贸有限公司	190.00	-	-	190.00	-
	合计	**222.13**	**180.00**	**5.13**	**386.79**	**20.47**

2019 年 12 月，发行人子公司加一健康向据英商贸拆入资金 810 万元。2020 年，加一健康向据英商贸拆入 12 万元。2020 年，加一健康归还据英商贸 810 万元。2021 年 6 月，加一健康向据英商贸归还 18.12 万元，报告期末拆入资金余额为 0 万元。

曹康凯、汪明祥、王忠向发行人提供借款主要系利用闲置资金获取收益。截至 2020 年 12 月 31 日，发行人向曹康凯、汪明祥、王忠拆入的借款及利息均已归还。2021 年 1-6 月，发行人与曹康凯、汪明祥、王忠未发生资金拆借。

2018 年 3 月 13 日，发行人因资金临时周转向军豪健身拆入 180 万元，3 月 14 日，发行人归还军豪健身 180 万元，未约定利息。2020 年 6 月 11 日，军豪健身注销。2019 年、2020 年，发行人与军豪健身未发生资金拆借。

2018 年，据英商贸向据德商贸归还以前年度拆入的资金 190 万元，双方未约定利息。其后未再从据德商贸拆入资金。

报告期内，发行人存在向曹康凯、汪明祥、王忠、军豪健身、据英商贸、据德商贸拆入资金的情形。截至报告期末，发行人已归还全部借款本息，未对发行人生产经营产生重大影响。

2021 年 9 月 17 日，发行人召开 2021 年第二次临时股东大会对前述事项进行了确认。

3、其他关联交易

单位：万元

序号	关联方名称	交易内容	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	衡墩建	商标转让	-	无偿转让	-	无偿转让
		财产转让	-	300.08	-	-
2	邳州市据德商贸有限公司	商标转让	-	-	-	无偿转让

序号	关联方名称	交易内容	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
3	邳州市据英商贸有限公司	股权转让	-	-	2,975.00	-
4	邳州市据英商贸有限公司	资产转让	-	-	73.04	
5	邳州市润生五金加工厂	机器设备	-	-	无偿转让	-
6	徐州市宇晟体育发展有限公司	培训服务	-	4.00	-	-
7	徐州市圣仕体育发展有限公司	培训服务	-	-	-	1.10

（1）发行人与控股股东、实际控制人衡墩建的交易情况

①商标转让

2018 年 1 月 28 日，控股股东、实际控制人衡墩建与公司签署商标转让协议，衡墩建将其持有的第 5519926 号注册商标无偿转让给公司。

2020 年 6 月 29 日，控股股东、实际控制人衡墩建将其持有的第 3420305 号豪迈商标无偿转让给发行人。2020 年 9 月 9 日，控股股东、实际控制人衡墩建将其持有的第 3420304 号豪迈商标无偿转让给发行人。

截至报告期末，衡墩建与公司就转商标让事项签署了协议，并完成了商标过户手续。

②财产转让

2015 年 10 月 30 日，发行人与控股股东、实际控制人衡墩建签署《投资委托合同》。合同约定：发行人出资 500 万元，由衡墩建向南通金玖惠通一期创业投资基金合伙企业（有限合伙）进行投资，发行人通过衡墩建持有金玖惠通一期 4.99%财产份额，相关收益归发行人所有。发行人已全额收到实际持有金玖惠通一期期间收益。

2020 年 7 月 20 日，发行人与衡墩建签署了《关于南通金玖惠通一期创业投资基金合伙企业（有限合伙）的财产份额转让协议》，双方同意解除 2015 年 10 月 30 日签署的《投资委托合同》。发行人将其持有的金玖惠通一期 3,000,798.00 元的财产份额作价 3,000,798.00 元转让给衡墩建。上述款项衡墩建已于 2020 年 7 月 28 日支付给发行人。

（2）发行人与邳州市据德商贸有限公司的商标转让情况

2017 年 9 月 5 日，邳州市据德商贸有限公司与发行人签署商标转让协议，据德商贸将第 16057841 号商标无偿转让给发行人，并于 2018 年 5 月 9 日办理了商标过户手续。

（3）发行人与邳州市据英商贸有限公司的股权转让情况

2019 年 12 月 20 日，发行人与邳州市据英商贸有限公司签署《股权转让协议》，据英商贸将其持有的加一健康 90%股权（实缴出资 2,975 万元）作价 2,975 万元转让给发行人。2020 年 4 月 21 日，加一健康完成工商变更登记，发行人持有加一健康 90%股权。

（4）发行人与邳州市据英商贸有限公司的资产转让

2019 年 9 月 20 日，据英商贸与发行人签署《健身器材业务转移合同》，据英商贸因土地被政府收储而终止全部生产业务，向发行人转移与健身器材相关的业务（主要包括原材料、产成品、可使用的健身器材相关的生产设备及相关人员），据英商贸将原材料、产成品和机器设备合计作价 73.04 万元转让发行人，并于 2019 年 9 月 30 日办妥了财产交接手续。上述资产基于据英商贸截至 2019 年 9 月 30 日的账面价值与合理税费确定转让价格。

（5）发行人与邳州市润生五金加工厂的资产转让情况

邳州市润生五金加工厂成立于 2018 年 1 月 29 日，主要从事五金配件销售和加工业务，系公司副总经理魏威经营的个体工商户。报告期内，润生五金曾向发行人销售五金件等产品和提供烫印外协加工服务。

2019 年 11 月 11 日，润生五金与发行人签订资产转让协议，润生五金无偿向发行人转让高频热合机、卧式晒版机等烫印设备。2019 年 11 月 30 日，润生五金将设备移交给发行人。

2021 年 5 月 17 日，徐州迅达资产评估有限公司出具徐迅评咨字（2021）第 048 号资产评估报告，在评估基准日（2021 年 5 月 14 日），润生五金无偿转让给发行人的机器设备评估价值为 1.62 万元。

（6）发行人与徐州市圣仕体育发展有限公司、徐州市宇晟体育发展有限公司的交易情况

徐州市圣仕体育发展有限公司主要从事健身房运营业务。2018 年，圣仕体育为发行人提供培训服务，收取培训费 1.10 万元。

徐州市宇晟体育发展有限公司主要从事体育健康服务、健康咨询服务（不含诊疗）等业务。2020 年，宇晟体育为发行人提供培训服务，收取培训费 4.00 万元。

经核查，上述培训服务主要系发行人借助圣仕体育和宇晟体育专业培训优势，为员工开展相关的生产体育设备设施的操作、场地布置、设施维护等方面培训。培训服务价格由双方协商确定，该项交易金额较小，对发行人的利润影响较小。

（四）关联方应收应付款项

1、应收关联方款项

报告期各期末，关联方应收款项明细情况如下：

单位：万元

项目名称	关联方名称	2021-06-30		2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
应收账款	上海予力休闲用品有限公司	14.17	0.71	-	-	54.09	2.70	94.63	4.73
应收账款	徐州军豪健身器材有限公司	-	-	-	-	24.06	1.20	642.46	32.12
应收账款	徐州市圣仕体育发展有限公司	-	-	159.95	24.22	145.49	9.57	46.93	2.72
应收账款	徐州市宇焱健康科技有限公司	2.92	0.88	2.92	0.29	2.92	0.15	-	-
预付账款	中体联（北京）体育产业发展有限公司	-	-	39.55	-	45.76	-	-	-
其他应收款	中国体育用品业联合会	10.00	8.00	10.00	5.00	-	-	-	-
其他应收款	衡墩建	-	-	-	-	554.32	27.72	7,901.75	397.24
其他应收款	许瑞景	-	-	-	-	228.14	11.99	58.19	2.91
其他应收款	魏浩	-	-	-	-	-	-	190.17	18.51
其他应收款	王忠	-	-	-	-	-	-	8.50	0.43
其他应收款	魏威	-	-	-	-	0.23	0.01	7.85	0.60
其他应收款	吴振民	-	-	-	-	-	-	8.00	0.75

项目名称	关联方名称	2021-06-30		2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
其他应收款	许佳	-	-	-	-	4.80	0.24	0.30	0.15
其他应收款	于海	-	-	-	-	3.22	0.19	9.66	0.48
其他应收款	张若浩	-	-	-	-	2.00	0.10	5.10	0.26
其他应收款	衡思名	-	-	-	-	0.07	0.00	-	-
其他应收款	许瑞杰	-	-	-	-	-	-	6.05	0.61
其他应收款	曹翔宇	-	-	-	-	-	-	0.0025	0.00

注：2019 年 12 月 31 日衡思名其他应收款余额为 658.42 元，坏账准备 32.92 元。2018 年 12 月 31 日曹翔宇其他应收款余额 25.15 元，坏账准备 2.52 元。

报告期各期末，公司与关联方的应收账款余额主要由产品销售形成；公司与关联方的预付账款余额主要系按照合同约定向关联方预付费用形成；公司与关联方其他应收款余额主要系关联方与公司发生资金拆借和支取的备用金以及尚未收回的保证金形成。

2、应付关联方款项

报告期各期末，关联方应付款项明细情况如下：

单位：万元

项目名称	关联方名称	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
应付账款	邳州市据英商贸有限公司	-	0.33	58.40	-
应付账款	邳州市润生五金加工厂	-	1.68	5.77	85.22
应付账款	徐州盈发体育用品有限公司	1.29	6.32	-	-
合同负债	上海予力休闲用品有限公司	-	1.57	-	-
其他应付款	邳州市据英商贸有限公司	-	93.12	1,585.87	-
其他应付款	衡墩建	-	3,702.81	-	-
其他应付款	曹康凯	-	12.08	15.86	17.45
其他应付款	刘建	-	0.06	-	-
其他应付款	魏威	-	0.21	-	-
其他应付款	于海	-	0.64	-	-
其他应付款	师晨亮	-	1.59	1.59	-
其他应付款	衡思宇	-	1.06	-	-
其他应付款	汪明祥	-	-	6.87	6.47

项目名称	关联方名称	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
其他应付款	许瑞杰	-	-	2.00	-
其他应付款	许瑞景	-	36.24	-	-
其他应付款	彭保章	-	12.08	-	-
其他应付款	郭景报	-	12.08	-	-
其他应付款	衡玉荣	-	-	0.50	-

报告期各期末，公司与关联方的应付账款余额主要由向关联方采购商品和服务形成；与关联方的其他应付款余额主要系与关联方的资金拆借余额和未支付的报销款以及应付股利等。

十、关联交易对发行人财务状况和经营成果的影响

报告期内，发行人向关联方销售的金额分别为 3,781.49 万元、1,504.73 万元、415.72 万元和 101.05 万元，占营业收入的比例分别为 10.19%、3.94%、0.62%和 0.27%，关联销售的金额和占营业收入的比例逐年下降。

报告期内，发行人向关联方采购商品和外协加工服务的金额分别为 139.85 万元、94.27 万元、74.22 万元、38.95 万元，占营业成本的比例分别为 0.52%、0.36%、0.17%、0.15%，关联采购金额和比例逐年下降。

报告期内，发行人向关联方采购服务的金额分别为 1.10 万元、0 万元、50.36 万元、42.04 万元，占当期费用（销售费用和管理费用）的比例分别为 0.02%、0%、0.74%、1.09%，向关联方采购服务的金额和比例较小。

经核查，上述关联交易价格公允，不存在通过关联交易损害公司及其他非关联股东利益的情况，亦不存在利用关联交易转移利润的情形，对发行人的财务状况和经营成果未产生重大不利影响。

十一、报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事意见

（一）报告期内关联交易制度及其执行情况

公司建立了完善的法人治理结构，制定了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事制度》和《关联交易管理制度》等相关制度，对关联交易决策权限与决策程序做出了明确规定，确保关联交易不损害公司和全体股东的利益。

（二）关联交易程序履行情况

2021 年 8 月 31 日，公司召开第一届董事会第五次会议，审议了《关于对公司 2018 年度、2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月关联交易予以确认的议案》。关联董事衡墩建、衡思名、姚培源、许瑞景、彭保章、王忠、罗杰回避表决，因非关联董事不到 3 人直接提交股东大会审议。

2021 年 9 月 17 日，公司召开 2021 年第二次临时股东大会，审议通过了《关于对公司 2018 年度、2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月关联交易予以确认的议案》。公司出席股东大会的股东均为关联股东，因股东全部回避无法形成有效决议，故按正常表决程序进行表决。

（三）发行人独立董事对关联交易的履行的审议程序

2021 年 8 月 31 日，公司召开第一届董事会第五次会议，发行人独立董事对《关于对公司 2018 年度、2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月关联交易予以确认的议案》发表了独立意见：（1）《审计报告》对关联交易的披露是真实、准确与完整的，不存在虚假记载、误导性陈述及重大遗漏；（2）公司 2018 年度、2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月所发生的关联交易是公司生产经营过程中正常发生的，关联交易遵循市场经济规则，关联交易价格公允，没有损害公司、公司股东及债权人的利益，不存在通过关联方替公司支付成本、费用，输送经济利益的情形或者采用无偿或不公允的交易价格向公司提供经济资源的情况。

十二、发行人规范和减少关联交易的措施

1、完善制度并严格执行

严格执行《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事制度》《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》等相关制度规定的关联交易审批权限、表决程序、回避制度和信息披露制度。确保关联交易定价公允合理，不损害发行人利益。同时，公司将进一步完善独立董事制度，充分发挥独立董事的作用，加强独立董事对关联交易的监督，以确保关联交易价格的公开、公允、合理，保护股东和公司利益不受损害。

2、逐步减少关联交易

公司以保护全体股东利益为基础规范关联交易。报告期内，公司逐步减少了关联交易，注销了军豪健身，高级管理人员转让了所持上海予力的全部股权。公司与圣仕体育、据英商贸的关联交易、关联往来逐步减少，与实际控制人、高级管理人员及其他关联方的资金拆借逐步减少并清理完毕。

3、控股股东、实际控制人出具了规范、减少关联交易的承诺

公司控股股东、实际控制人衡墩建就规范和减少关联交易出具了《关于规范和减少关联交易的承诺函》，具体内容如下：

1、本人已如实向公司披露知悉的全部关联方和关联交易，本人与公司及公司控制的企业之间不存在其他任何依照法律法规和中国证监会或深圳证券交易所的有关规定应披露而未披露的关联交易。

2、本人将本着“公平、公正、等价、有偿”的市场原则，按照一般的商业条款，尽量减少并规范本人及/或本人控制的其他企业与公司的交易，严格遵守与尊重公司的关联交易决策程序和信息披露义务，与公司以公允价格进行公平交易，不谋求本人及/或本人控制的其他企业的非法利益。

3、本人承诺将严格遵守《江苏康力源体育科技股份有限公司章程》的有关规定，避免违规占用公司资金及要求公司违法违规提供担保，并敦促公司的关联股东、关联董事依法行使股东、董事的权利，在股东大会以及董事会对涉及的关联交易进行表决时，履行回避表决的义务。

4、本人承诺不会利用关联交易转移、输送利润，不会利用公司控股股东、实际控制人的地位通过关联交易损害公司及其他股东的合法权益，如存在利用公司控股股东、实际控制人的地位或关联关系在关联交易中损害公司及小股东的权益或通过关联交易操纵公司利润的情形，将承担相应的法律责任。

5、本人承诺在作为公司控股股东、实际控制人期间，遵守以上承诺。

第八节　财务会计信息与管理层分析

本节的财务会计数据，非经特别说明，均引自经天健审计的公司财务会计报告，并以合并数反映。本节之财务会计数据及有关分析说明反映了公司报告期内经审计的财务报表及有关附注的重要内容，公司提请投资者关注公司披露的财务报告和审计报告全文，以获取全部的会计资料。表格中某单元格数据为零，以“-”替代或者不填列任何符号。

一、与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准、审计意见以及关键审计事项

公司在本节披露的与财务会计信息相关的重要事项判断标准为：根据自身所处的行业和发展阶段，公司首先判断项目性质的重要性，主要考虑该项目在性质上是否属于日常活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素。在判断项目金额大小的重要性时，具体标准为税前利润的 5%。

（一）审计意见

天健对公司报告期内财务报表进行审计，出具了标准无保留意见的“天健审〔2021〕9908 号”《审计报告》。天健认为，“康力源财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了康力源 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 6 月 30 日的合并及母公司财务状况，以及 2018 年度、2019 年度、2020 年度、2021 年 1-6 月的合并及母公司经营成果和现金流量。”

（二）关键审计事项

根据财政部关于印发《中国注册会计师审计准则第 1504 号——在审计报告中沟通关键审计事项》等 12 项准则的通知（财会[2016]24 号）的相关要求，天健出具的《审计报告》就本次审计关键事项说明如下：

“1、收入确认

（1）事项描述

①会计期间：2021 年度 1-6 月、2020 年度

公司的营业收入主要来自于健身器材的销售，属于在某一时点履行履约义务。2021 年 1-6 月、2020 年度，公司营业收入金额分别为 375,359,494.75 元、674,731,439.29 元。

公司主要从事健身器材产品的生产和销售，属于在某一时点履行履约义务。A、内销：分为附带安装义务和不附带安装义务的销售。不附带安装义务的销售中，对于电商线上直销模式，以公司发出商品，客户确认收货，公司账户收到相应货款时确认收入；对于电商线上代销模式，大型网络购物平台销售产品后，公司获取其销售结算清单时确认收入；对于其他买断式销售，于商品发出且经客户签收验收后确认收入。附带安装义务的销售，于商品发出、安装、调试后，取得客户签字确认的验收证明时，确认收入。B、外销：对于电商平台店铺入驻模式，客户通过第三方销售平台（如 Amazon）下单并支付货款后，由公司委托物流公司将商品配送交予客户，公司在将商品交付给物流公司时确认收入；对以 FOB、CIF 等方式的出口销售，以完成报关手续、合同产品装船并取得提单后作为控制权转移时点，公司根据报关单、提单确认销售收入。

②会计期间：2019 年度、2018 年度

公司的营业收入主要来自于健身器材产品的销售。2019 年度、2018 年度，公司营业收入金额分别为 381,852,022.37 元、371,203,531.75 元。

公司主要从事健身器材产品的生产和销售，属于在某一时点履行履约义务。A、内销：分为附带安装义务和不附带安装义务的销售。不附带安装义务的销售中，对于电商线上直销模式，以公司发出商品，客户确认收货，公司账户收到相应货款时确认收入；对于电商线上代销模式，大型网络购物平台销售产品后，公司获取其销售结算清单时确认收入；对于其他买断式销售，于商品发出且经客户签收验收后确认收入。附带安装义务的销售，于商品发出、安装、调试后，取得客户签字确认的验收证明时，确认收入。B、外销：对于电商平台店铺入驻模式，客户通过第三方销售平台（如 Amazon）下单并支付货款后，由公司委托物流公司将商品配送交予客户，公司在将商品交付给物流公司时确认收入；对以 FOB、CIF 等方式的出口销售，以完成报关手续、合同产品装船并取得提单后作为控制权转移时点，公司根据报关单、提单确认销售收入。

由于营业收入是公司关键业绩指标之一，可能存在康力源公司管理层（以下简称“管理层”）通过不恰当的收入确认以达到特定目标或预期的固有风险。因此，我们将收入确认确定为关键审计事项。

（2）审计应对

针对收入确认，我们实施的审计程序主要包括：

①了解与收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

②检查主要的销售合同，了解主要合同条款或条件，评价收入确认方法是否适当；

③对营业收入及毛利率按月度、行业、产品、客户等实施分析程序，识别是否存在重大或异常波动，并查明波动原因；

④对于健身器材销售合同收入，检查全部与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、销售发票、发货单、运输单及客户签字确认的验收证明等；

⑤结合应收账款函证，以抽样方式向主要客户函证本期销售额；

⑥实地走访和视频访谈部分主要客户以判断销售收入的真实性；

⑦对资产负债表日前后确认的营业收入实施截止测试，评价营业收入是否在恰当期间确认；

⑧获取资产负债表日后的销售退回记录，检查是否存在资产负债表日不满足收入确认条件的情况；

⑨检查与营业收入相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。

2、应收账款减值

（1）事项描述

①会计期间：2021 年 1-6 月、2020 年度、2019 年度

截至 2021 年 6 月 30 日，康力源公司应收账款账面余额为 122,241,676.48 元，坏账准备为 7,515,137.71 元，账面价值为 114,726,538.77 元；截至 2020 年 12 月 31 日，康力源公司应收账款账面余额为 115,197,885.59 元，坏账准备为

6,141,064.91 元，账面价值为 109,056,820.68 元；截至 2019 年 12 月 31 日，康力源公司应收账款账面余额为 66,701,822.68 元，坏账准备为 3,559,923.97 元，账面价值为 63,141,898.71 元。

管理层根据各项应收账款的信用风险特征，以单项应收账款或应收账款组合为基础，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量其损失准备。对于以单项为基础计量预期信用损失的应收账款，管理层综合考虑有关过去事项、当前状况以及未来经济状况预测的合理且有依据的信息，估计预期收取的现金流量，据此确定应计提的坏账准备；对于以组合为基础计量预期信用损失的应收账款，管理层以账龄为依据划分组合，参照历史信用损失经验，并根据前瞻性估计予以调整，编制应收账款账龄与违约损失率对照表，据此确定应计提的坏账准备。

②会计期间：2018 年度

截至 2018 年 12 月 31 日，康力源公司应收账款账面余额为 77,046,818.69 元，坏账准备为 3,969,870.78 元，账面价值为 73,076,947.91 元。

对于单独进行减值测试的应收账款，当存在客观证据表明其发生减值时，管理层综合考虑债务人的行业状况、经营情况、财务状况、涉诉情况、还款记录、担保物价值等因素，估计未来现金流量现值，并确定应计提的坏账准备；对于采用组合方式进行减值测试的应收账款，管理层根据账龄依据划分组合，以与该组合具有类似信用风险特征组合的历史损失率为基础，结合现实情况进行调整，估计未来现金流量现值，并确定应计提的坏账准备。

由于应收账款金额重大，且应收账款减值测试涉及重大管理层判断，我们将应收账款减值确定为关键审计事项。

（2）审计应对

针对应收账款减值，我们实施的审计程序主要包括：

①了解与应收账款减值相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

②复核以前年度已计提坏账准备的应收账款的后续实际核销或转回情况，评价管理层过往预测的准确性；

③2020 年度、2019 年度复核管理层对应收账款进行信用风险评估的相关考虑和客观证据，评价管理层是否恰当识别各项应收账款的信用风险特征；2018 年度复核管理层对应收账款进行减值测试的相关考虑和客观证据，评价管理层是否充分识别已发生减值的应收账款；

④2020 年度、2019 年度对于以单项为基础计量预期信用损失的应收账款，获取并检查管理层对预期收取现金流量的预测，评价在预测中使用的关键假设的合理性和数据的准确性，并与获取的外部证据进行核对；2018 年度对于单独进行减值测试的应收账款，获取并检查管理层对未来现金流量现值的预测，评价在预测中使用的关键假设的合理性和数据的准确性，并与获取的外部证据进行核对；

⑤2020 年度、2019 年度对于以组合为基础计量预期信用损失的应收账款，评价管理层按信用风险特征划分组合的合理性；评价管理层根据历史信用损失经验及前瞻性估计确定的应收账款账龄与预期信用损失率对照表的合理性；测试管理层使用数据（包括应收账款账龄、历史损失率等）的准确性和完整性以及对坏账准备的计算是否准确；2018年度对于采用组合方式进行减值测试的应收账款，评价管理层按信用风险特征划分组合的合理性；评价管理层减值测试方法（包括根据历史损失率及反映当前情况的相关可观察数据等确定的各项组合坏账准备计提比例）的合理性；测试管理层使用数据（包括应收账款账龄等）的准确性和完整性以及对坏账准备的计算是否准确；

⑥检查应收账款的期后回款情况，评价管理层计提应收账款坏账准备的合理性；

⑦函证应收账款，证实应收账款账户余额的真实性、准确性；

⑧检查与应收账款减值相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。”

二、财务会计报表

（一）合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
流动资产：				

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
货币资金	208,851,685.58	233,938,232.06	73,519,567.36	51,504,340.84
交易性金融资产	-	-	94,711,779.45	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	45,956,406.89
应收票据	3,121,307.39	8,444,807.92	4,860,567.64	-
应收账款	114,726,538.77	109,056,820.68	63,141,898.71	73,076,947.91
预付款项	2,477,215.47	5,044,962.76	4,061,514.21	2,481,133.28
其他应收款	5,975,054.68	5,827,423.76	13,242,326.35	89,192,990.27
存货	161,729,583.77	122,602,364.61	83,486,654.87	87,116,125.30
合同资产	1,183,837.75	896,372.50	-	-
一年内到期的非流动资产	-	7,155.00	-	-
其他流动资产	6,376,778.84	8,946,362.37	4,708,072.02	11,381,061.97
流动资产合计	**504,442,002.25**	**494,764,501.66**	**341,732,380.61**	**360,709,006.46**
非流动资产：				
可供出售金融资产	-	-	-	25,801,996.00
其他权益工具投资	21,800,000.00	21,800,000.00	24,800,798.00	-
固定资产	79,664,617.04	78,725,984.63	84,467,829.85	93,153,236.38
在建工程	4,462,857.54	1,396,639.02	30,000.00	361,857.64
使用权资产	652,969.36	-	-	-
无形资产	28,001,270.56	28,362,834.11	22,355,582.49	22,958,833.42
递延所得税资产	6,921,367.79	5,479,564.33	5,214,788.92	4,582,984.01
其他非流动资产	366,967.90	480,778.70	6,550,389.00	-
非流动资产合计	**141,870,050.19**	**136,245,800.79**	**143,419,388.26**	**146,858,907.45**
资产总计	**646,312,052.44**	**631,010,302.45**	**485,151,768.87**	**507,567,913.91**

合并资产负债表（续）

单位：元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
流动负债：				
短期借款	44,949,922.79	45,962,872.64	97,985,205.00	120,010,786.83
应付票据	68,000,000.00	32,000,000.00	-	-
应付账款	133,834,056.06	120,357,511.58	55,429,657.05	63,916,040.75
预收款项	-	-	12,815,161.74	3,125,004.65

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
合同负债	26,130,090.72	32,627,526.67	-	-
应付职工薪酬	11,702,965.01	12,490,797.62	10,015,929.35	8,842,160.98
应交税费	12,242,722.20	24,905,421.66	9,940,276.34	10,475,983.55
其他应付款	3,576,305.27	41,051,660.52	21,292,750.67	10,235,978.07
一年内到期的非流动负债	391,355.01	-	49,120,954.17	-
其他流动负债	265,980.55	886,752.76	-	-
流动负债合计	**301,093,397.61**	**310,282,543.45**	**256,599,934.32**	**216,605,954.83**
非流动负债：				
长期借款	9,009,500.00	35,040,638.89	-	70,000,000.00
租赁负债	394,974.71	-	-	-
预计负债	224,553.58	588,981.02	85,551.74	36,908.16
递延收益	26,675,560.22	25,173,230.42	9,569,337.49	4,571,490.24
递延所得税负债	3,194,937.91	2,434,800.74	61,096.29	-
其他非流动负债	16,290,000.00	16,000,000.00	16,000,000.00	16,000,000.00
非流动负债合计	**55,789,526.42**	**79,237,651.07**	**25,715,985.52**	**90,608,398.40**
负债合计	**356,882,924.03**	**389,520,194.52**	**282,315,919.84**	**307,214,353.23**
所有者权益（股东权益）：				
实收资本	50,000,000.00	50,000,000.00	50,000,000.00	50,000,000.00
资本公积	141,282,178.01	141,282,178.01	2,292.62	4,721,488.00
盈余公积	19,205,796.56	19,205,796.56	21,472,283.15	18,314,833.45
未分配利润	69,569,876.03	22,008,737.49	122,656,159.87	115,001,545.55
归属于母公司所有者权益合计	280,057,850.60	232,496,712.06	194,130,735.64	188,037,867.00
少数股东权益	9,371,277.81	8,993,395.87	8,705,113.39	12,315,693.68
所有者权益合计	**289,429,128.41**	**241,490,107.93**	**202,835,849.03**	**200,353,560.68**
负债和所有者权益总计	**646,312,052.44**	**631,010,302.45**	**485,151,768.87**	**507,567,913.91**

2、合并利润表

单位：元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、营业收入	**375,359,494.75**	**674,731,439.29**	**381,852,022.37**	**371,203,531.75**
减：营业成本	258,524,912.05	445,006,894.24	260,024,423.49	268,742,678.72
税金及附加	2,606,447.08	4,961,089.45	3,852,944.41	2,810,713.51

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售费用	25,411,155.62	47,145,107.47	45,883,098.67	38,481,409.95
管理费用	13,062,960.38	20,735,787.47	15,655,492.17	15,682,097.06
研发费用	12,083,571.67	19,546,344.04	12,998,618.22	10,184,106.44
财务费用	7,298,009.12	25,259,918.39	5,839,550.21	5,599,168.64
其中：利息费用	3,933,630.12	5,980,977.09	8,846,652.97	8,300,091.12
利息收入	167,728.44	79,455.58	27,987.27	64,100.74
加：其他收益	3,570,512.52	4,134,568.83	1,827,652.75	3,732,759.96
投资收益（损失以“-”号填列）	798,648.77	4,897,226.20	3,454,329.98	-6,518,705.24
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益	-	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	244,385.15	-911,167.60
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-4,141,754.57	-2,582,775.06	3,567,712.07	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-1,083,877.63	-1,660,631.05	-2,484,887.29	-6,367,397.88
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	50,866.42	-	-
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	**55,515,967.92**	**116,915,553.57**	**44,207,087.86**	**19,638,846.67**
加：营业外收入	29,645.47	136,907.54	52,219.12	54,201.52
减：营业外支出	122,555.37	1,368,086.58	542,890.47	502,625.04
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**55,423,058.02**	**115,684,374.53**	**43,716,416.51**	**19,190,423.15**
减：所得税费用	7,424,931.39	22,030,115.63	9,015,101.18	4,801,809.73
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	**47,998,126.63**	**93,654,258.90**	**34,701,315.33**	**14,388,613.42**
（一）按经营持续性分类：				
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	47,998,126.63	93,654,258.90	34,701,315.33	14,388,613.42
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
（二）按所有权归属分类：				
1.归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“-”号填列）	47,620,244.69	93,365,976.42	35,630,725.98	14,743,414.51
2.少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	377,881.94	288,282.48	-929,410.65	-354,801.09

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额				
（一）不能重分类进损益的其他综合收益				
1、重新计量设定受益计划变动额				
2、权益法下不能转损益的其他综合收益				
3、其他权益工具投资公允价值变动				
4、企业自身信用风险公允价值变动				
5、其他				
（二）将重分类进损益的其他综合收益				
1、权益法下可转损益的其他综合收益				
2、其他债权投资公允价值变动				
3、可供出售金融资产公允价值变动损益				
4、金融资产重分类计入其他综合收益的金额				
5、持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益				
6、其他债权投资信用减值准备				
7、现金流量套期储备（现金流量套期损益的有效部分）				
8、外币财务报表折算差额				
9、其他				
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额				
六、综合收益总额	**47,998,126.63**	**93,654,258.90**	**34,701,315.33**	**14,388,613.42**
归属于母公司所有者的综合收益总额	47,620,244.69	93,365,976.42	35,630,725.98	14,743,414.51
归属于少数股东的综合收益总额	377,881.94	288,282.48	-929,410.65	-354,801.09
七、每股收益：				

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
（一）基本每股收益（元/股）	0.95	1.87	/	/
（二）稀释每股收益（元/股）	0.95	1.87	/	/

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	380,789,282.08	673,147,385.56	410,564,077.95	384,777,946.12
收到的税费返还	29,368,970.65	33,903,879.32	15,292,332.46	6,086,176.22
收到其他与经营活动有关的现金	5,315,539.62	22,545,306.34	7,343,147.73	7,453,196.46
经营活动现金流入小计	**415,473,792.35**	**729,596,571.22**	**433,199,558.14**	**398,317,318.80**
购买商品、接受劳务支付的现金	252,558,242.22	405,707,093.84	244,084,955.39	279,431,876.71
支付给职工以及为职工支付的现金	53,098,079.90	72,065,262.45	52,313,254.19	48,015,501.31
支付的各项税费	29,936,356.95	24,489,324.50	14,142,767.05	13,787,390.29
支付其他与经营活动有关的现金	25,283,032.51	48,429,957.31	52,028,032.82	37,085,648.95
经营活动现金流出小计	**360,875,711.58**	**550,691,638.10**	**362,569,009.45**	**378,320,417.26**
经营活动产生的现金流量净额	**54,598,080.77**	**178,904,933.12**	**70,630,548.69**	**19,996,901.54**
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	11,000,000.00	359,615,125.79	316,961,621.78	217,048,004.00
取得投资收益收到的现金	753,325.38	4,767,193.69	2,034,390.89	1,443,990.30
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	119,900.00	65,111.04	4,000.00
收到其他与投资活动有关的现金	-	8,346,558.29	119,201,554.07	61,052,735.00
投资活动现金流入小计	**11,753,325.38**	**372,848,777.77**	**438,262,677.78**	**279,548,729.330**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	7,908,900.67	5,731,677.17	10,432,165.16	5,335,061.20
投资支付的现金	11,000,000.00	261,900,000.00	361,544,236.13	228,204,872.25

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	61,000.00	48,705,242.00	118,581,500.00
投资活动现金流出小计	**18,908,900.67**	**267,692,677.17**	**420,681,643.29**	**352,121,433.45**
投资活动产生的现金流量净额	**-7,155,575.29**	**105,156,100.60**	**17,581,034.49**	**-72,572,704.15**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	-	6,000.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-	6,000.00
取得借款收到的现金	4,000,000.00	80,900,000.00	97,903,000.00	194,548,023.00
收到其他与筹资活动相关的现金	-	120,000.00	28,100,000.00	3,300,000.00
筹资活动现金流入小计	**4,000,000.00**	**81,020,000.00**	**126,003,000.00**	**197,854,023.00**
偿还债务支付的现金	31,000,000.00	146,900,000.00	141,013,786.83	149,837,236.17
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	41,295,976.86	23,475,366.73	8,939,556.30	10,215,493.39
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	973,422.23	15,343,787.33	45,643,124.66	3,817,995.00
筹资活动现金流出小计	73,269,399.09	185,719,154.06	195,596,467.79	**163,870,724.56**
筹资活动产生的现金流量净额	-69,269,399.09	-104,699,154.06	-69,593,467.79	**33,983,298.44**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**-3,259,652.87**	**-18,950,666.62**	**3,398,312.83**	**-366,173.53**
五、现金及现金等价物净增加额	**-25,086,546.48**	**160,411,213.04**	**22,016,428.22**	**-18,958,677.70**
加：期初现金及现金等价物余额	233,928,228.88	73,517,015.84	51,500,587.62	70,459,265.32
六、期末现金及现金等价物余额	**208,841,682.40**	**233,928,228.88**	**73,517,015.84**	**51,500,587.62**

（二）母公司财务报表

1、母公司资产负债表

单位：元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
流动资产：				

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
货币资金	12,577,756.92	34,948,822.19	19,167,736.93	44,158,558.18
交易性金融资产	-	-	94,598,978.16	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	45,956,406.89
应收票据	3,121,307.39	8,444,807.92	4,860,567.64	-
应收账款	279,430,153.02	285,438,944.64	63,348,387.21	72,307,763.63
预付款项	2,268,901.87	4,300,545.82	3,446,525.48	2,117,597.92
其他应收款	1,559,222.50	1,379,601.04	55,277,353.71	81,165,437.92
存货	127,451,551.82	98,976,924.21	70,233,235.88	64,285,163.00
合同资产	1,183,837.75	896,372.50	-	-
一年内到期的非流动资产	-	7,155.00	-	-
其他流动资产	782,181.62	207,671.74	155,271.93	3,050,000.00
流动资产合计	**428,374,912.89**	**434,600,845.06**	**311,088,056.94**	**313,040,927.54**
非流动资产：				
可供出售金融资产	-	-	-	25,801,996.00
长期股权投资	27,891,186.93	25,391,186.93	23,223,406.93	200,000.00
其他权益工具投资	21,800,000.00	21,800,000.00	24,800,798.00	-
固定资产	62,096,225.79	61,260,239.57	66,297,093.60	69,698,353.94
在建工程	3,701,760.00	1,002,600.00	30,000.00	-
使用权资产	652,969.36	-	-	-
无形资产	15,650,700.78	15,877,161.42	16,292,037.80	16,744,158.14
递延所得税资产	5,126,274.78	4,641,052.97	2,503,886.90	2,534,702.13
其他非流动资产	366,967.90	221,428.70	-	-
非流动资产合计	**137,286,085.54**	**130,193,669.59**	**133,147,223.23**	**114,979,210.21**
资产总计	**565,660,998.43**	**564,794,514.65**	**444,235,280.17**	**428,020,137.75**

母公司资产负债表（续）

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
流动负债：				
短期借款	36,040,050.00	36,048,950.00	93,077,548.75	120,000,000.00
应付票据	68,000,000.00	32,000,000.00	-	-
应付账款	143,173,524.56	137,385,417.53	53,913,002.55	43,529,460.73
预收款项	-	-	13,572,934.66	2,508,601.16

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
合同负债	23,158,445.51	32,535,167.98	-	-
应付职工薪酬	9,910,831.81	10,555,703.44	9,124,554.53	7,006,910.37
应交税费	4,864,987.10	15,437,134.94	9,820,170.55	7,477,966.55
其他应付款	3,453,701.18	40,682,995.17	12,861,813.69	9,542,981.06
一年内到期的非流动负债	391,355.01	-	49,120,954.17	-
其他流动负债	251,146.74	872,205.68	-	-
流动负债合计	**289,244,041.91**	**305,517,574.74**	**241,490,978.90**	**190,065,919.87**
非流动负债：				
长期借款	-	26,030,188.89	-	70,000,000.00
租赁负债	394,974.71	-	-	-
预计负债	-	-	85,551.74	36,908.16
递延收益	20,711,855.99	19,026,027.60	9,569,337.49	4,571,490.24
递延所得税负债	-	-	61,096.29	-
非流动负债合计	**21,106,830.70**	**45,056,216.49**	**9,715,985.52**	**74,608,398.40**
负债合计	**310,350,872.61**	**350,573,791.23**	**251,206,964.42**	**264,674,318.27**
所有者权益（股东权益）：				
实收资本	50,000,000.00	50,000,000.00	50,000,000.00	50,000,000.00
资本公积	141,279,885.39	141,279,885.39	-	-
盈余公积	7,619,240.77	7,619,240.77	9,885,727.36	17,388,880.44
未分配利润	56,410,999.66	15,321,597.26	133,142,588.39	95,956,939.04
所有者权益合计	**255,310,125.82**	**214,220,723.42**	**193,028,315.75**	**163,345,819.48**
负债和所有者权益总计	**565,660,998.43**	**564,794,514.65**	**444,235,280.17**	**428,020,137.75**

2、母公司利润表

单位：元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、营业收入	**335,357,959.67**	**605,903,619.91**	**369,338,620.56**	**328,124,089.38**
减：营业成本	250,907,520.87	442,584,775.69	245,375,462.61	239,960,562.20
税金及附加	2,379,337.83	4,640,849.60	3,378,432.30	2,065,280.52
销售费用	8,231,837.72	18,339,590.05	43,616,983.74	33,746,530.45
管理费用	11,030,742.67	17,190,114.78	12,898,514.63	11,330,332.15
研发费用	11,523,588.44	18,399,455.81	12,999,499.64	10,184,537.59

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
财务费用	4,198,404.45	13,218,330.30	5,655,873.78	4,724,902.47
其中：利息费用	3,286,831.92	5,432,029.18	8,811,986.18	7,425,660.20
利息收入	7,549.02	48,492.96	20,463.82	52,046.31
加：其他收益	3,144,424.57	3,357,378.83	1,727,652.75	3,702,759.96
投资收益（损失以“-”号填列）	769,063.11	4,878,254.81	3,497,499.50	-6,735,177.48
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益	-	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	244,385.15	-911,167.60
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-3,618,494.09	-9,284,769.84	1,811,626.14	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-936,277.06	-719,444.02	-1,687,531.62	-5,252,446.37
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	50,866.42	-	-
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	**46,445,244.22**	**89,812,789.88**	**51,007,485.78**	**16,915,912.51**
加：营业外收入	26,445.45	122,775.80	14,309.33	54,200.00
减：营业外支出	122,084.96	1,368,086.58	538,480.13	468,858.85
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**46,349,604.71**	**88,567,479.10**	**50,483,314.98**	**16,501,253.66**
减：所得税费用	5,201,096.16	12,375,071.43	9,649,287.92	4,285,855.30
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	**41,148,508.55**	**76,192,407.67**	**40,834,027.06**	**12,215,398.36**
（一）持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	41,148,508.55	76,192,407.67	40,834,027.06	12,215,398.36
（二）终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
六、综合收益总额	**41,148,508.55**	**76,192,407.67**	**40,834,027.06**	**12,215,398.36**

3、母公司现金流量表

单位：元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	361,251,752.00	436,199,341.90	400,764,892.18	335,063,994.49

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
收到的税费返还	5,785,505.76	10,590,579.51	14,384,910.04	5,071,052.85
收到其他与经营活动有关的现金	4,909,760.24	17,402,461.52	6,972,743.48	7,724,255.99
经营活动现金流入小计	**371,947,018.00**	**464,192,382.93**	**422,122,545.70**	**347,859,303.33**
购买商品、接受劳务支付的现金	245,625,641.90	378,161,984.70	242,683,854.79	264,794,860.93
支付给职工以及为职工支付的现金	42,895,369.73	61,006,757.82	43,069,631.71	31,604,777.18
支付的各项税费	18,582,352.41	18,457,527.98	12,658,281.80	8,963,745.36
支付其他与经营活动有关的现金	10,008,089.86	20,751,550.66	49,875,611.67	38,624,037.76
经营活动现金流出小计	**317,111,453.90**	**478,377,821.16**	**348,287,379.97**	**343,987,421.23**
经营活动产生的现金流量净额	**54,835,564.10**	**-14,185,438.23**	**73,835,165.73**	**3,871,882.10**
二、投资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	11,000,000.00	309,102,324.50	294,061,621.78	45,448,004.00
取得投资收益收到的现金	723,739.72	4,607,820.00	1,850,560.51	1,227,518.06
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	119,900.00	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	50,732,190.70	130,283,686.34	119,771,335.98
投资活动现金流入小计	**11,723,739.72**	**364,562,235.20**	**426,195,868.63**	**166,446,858.04**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	6,893,398.60	3,011,908.60	3,530,812.23	646,322.35
投资支付的现金	13,515,938.37	213,667,780.00	343,848,882.84	55,204,872.25
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	750,000.00	7,000,000.00	23,994,000.00	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	61,000.00	97,405,242.00	183,044,237.98
投资活动现金流出小计	**21,159,336.97**	**223,740,688.60**	**468,778,937.07**	**238,895,432.58**
投资活动产生的现金流量净额	**-9,435,597.25**	**140,821,546.60**	**-42,583,068.44**	**-72,448,574.54**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-	-

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
取得借款收到的现金	-	62,000,000.00	93,000,000.00	190,000,000.00
收到其他与筹资活动相关的现金	-	-	20,000,000.00	3,300,000.00
筹资活动现金流入小计	**-**	**62,000,000.00**	**113,000,000.00**	**193,300,000.00**
偿还债务支付的现金	26,000,000.00	142,000,000.00	141,000,000.00	129,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	40,934,178.81	22,943,135.21	8,912,545.76	7,275,674.62
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	26,274.00	243,787.33	22,820,000.00	1,917,995.00
筹资活动现金流出小计	**66,960,452.81**	**165,186,922.54**	**172,732,545.76**	**138,193,669.62**
筹资活动产生的现金流量净额	**-66,960,452.81**	**-103,186,922.54**	**-59,732,545.76**	**55,106,330.38**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**-810,579.31**	**-7,675,552.23**	**3,490,828.92**	**-255,457.64**
五、现金及现金等价物净增加额	**-22,371,065.27**	**15,773,633.60**	**-24,989,619.55**	**-13,725,819.70**
加：期初现金及现金等价物余额	34,938,819.01	19,165,185.41	44,154,804.96	57,880,624.66
六、期末现金及现金等价物余额	**12,567,753.74**	**34,938,819.01**	**19,165,185.41**	**44,154,804.96**

三、影响收入、成本、费用和利润的主要因素及具有较强预示作用的财务或非财务指标

（一）影响收入、成本、费用和利润的主要因素

1、影响收入的主要因素

（1）所处行业市场发展情况

公司所处行业为健身器材制造行业，市场需求主要受居民收入水平、产业发展、国家体育投入、全球经济发展等因素影响。随着国内居民收入水平的提高、城镇化进程的不断推进，国内体育器材行业持续稳定发展。2015 年至 2019 年全球人均 GDP 持续增长，增长率维持在 1.68%至 2.57%，2020 年由于新冠疫情影响，全球人均 GDP 下降 4.23%，IMF 在 2020 年 4 月发布的《GLOBAL PROSPECTS AND POLICIES》中预测 2021 年全球经济将恢复，2021 年人均 GDP 有望增长 4.61%，经济水平将有所恢复，人民生活水平和消费能力的总体提升将促进体育

用品需求扩大，推动全球体育用品行业的发展。此外，健身器材下游客户主要为政府事业性单位、健身俱乐部、个人消费者及企事业单位等，国家产业政策、财政支出等因素都会对健身器材行业的发展产生一定影响。发行人所处行业市场发展情况，详见本招股说明书“第六节　业务与技术”之“二、发行人所处行业基本情况和发展趋势”部分。

（2）公司的市场竞争力

公司深耕健身器材行业二十余年，专注于健身器材的研发与生产，打造了丰富的产品体系、优质的产品质量，积累了广泛的客户群体，公司综合实力位于行业前列，是国内健身器材行业的领军企业之一。公司在产品品类、产品质量、品牌、技术研发等方面具有较强的市场竞争力，在健身器材行业不断发展的情况下，可保证公司客户订单的不断获取。公司行业地位以及竞争优势等情况，详见本招股说明书“第六节　业务与技术”之“三、发行人所处行业竞争状况”部分。

2、影响成本的主要因素

影响公司成本的主要因素是原材料价格和职工薪酬的变动。公司健身器材产品的主要原材料包括钢材、外购件、包装及印刷物等。不考虑按照新收入准则转列的运输费、综合服务费和安装费，报告期内，直接材料占自产产品主营业务成本的比例在 77%-80%，其价格波动是影响公司成本的主要因素。直接人工占主营业务成本的比例在 12%-15%之间。同时，随着我国经济的发展，产业升级、劳动力成本上升已成为我国经济发展的趋势，亦成为国内许多企业面临的共性问题。若未来原材料价格大幅波动以及人力成本持续上涨，公司的成本将受到影响。

3、影响费用的主要因素

报告期内，公司费用由销售费用、管理费用、研发费用和财务费用构成，费用总额占营业收入的比重分别 18.84%、21.05%、16.70%和 15.41%。其中，销售费用、管理费用的比重较高。如果公司未来对于销售费用、管理费用等控制不力，将会对公司的盈利水平造成不利影响。

4、影响利润的主要因素

除了上述影响营业收入、成本、费用的等主要因素外，税收优惠政策、政府补助等也会影响公司的利润。

（二）对公司具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标

1、营业收入

公司主营业务收入增长率一定程度上反映出公司业务的成长性。报告期内，发行人主营业务收入分别为 36,718.34 万元、37,943.65 万元、67,320.85 万元和 37,297.96 万元，年化复合增长率为 26.65%，保持快速增长，营业收入具体分析详见本节“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”部分。

2、毛利率

主营业务毛利率是公司市场竞争力、成本控制能力及获利能力的综合体现，主营业务毛利率的高低直接影响公司盈利的高低。报告期内，公司主营业务毛利率分别为 27.43%、31.77%、33.90%和 30.69%，一直维持在较高水平，说明公司产品具有较强的竞争力，公司具有较强的成本管控能力。公司业务发展状况和盈利能力较好，影响公司盈利能力的主要财务指标具体分析详见本节之“十一、经营成果分析”部分。

3、公司资产规模

公司资产规模一定程度反映公司整体的发展趋势，是成长性、抗风险能力等综合实力的体现。报告期内，公司资产规模总体呈增长趋势。报告期内各期末总资产分别为 50,756.79 万元、48,515.18 万元、63,101.03 万元和 64,631.21 万元。2021 年 6 月末总资产较 2018 年末增长 27.34%。报告期内各期末净资产分别为 20,035.36 万元、20,283.58 万元、24,149.01 万元和 28,942.91 万元。2021 年 6 月末净资产较 2018 年末增长 44.46%。公司成长性较好，抗风险能力较强。

4、非财务指标

（1）竞争优势

公司竞争优势具体分析详见本招股说明书“第六节　业务与技术”之“三、发行人所处行业竞争状况”之“（四）优势和劣势”部分。

（2）行业政策

公司行业政策支持具体分析详见本招股说明书“第六节　业务与技术”之

“二、发行人所处行业基本情况和发展趋势”之“（二）行业管理体系”部分。

四、财务报表的编制基础及合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

公司财务报表以持续经营为编制基础。

（二）持续经营能力评价

公司不存在导致对报告期末起 12 个月内的持续经营假设产生重大疑虑的事项或情况。

（三）合并财务报表范围及变化情况

1、合并财务报表的编制方法

母公司将其控制的所有子公司纳入合并财务报表的合并范围。合并财务报表以母公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由母公司按照《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》编制。

2、合并财务报表的范围

截至 2021 年 6 月 30 日，纳入合并财务报表范围的子公司有 14 家，详情如下：

公司名称	主要经营地	注册地	业务	持股比例（%）		取得方式
				直接	间接	
江苏加一健康科技有限公司	邳州	邳州	生产	90.00	-	同一控制下企业合并
邳州康力源健身器材检验检测有限公司	邳州	邳州	检测	100.00	-	设立
徐州诚诚亿国际贸易有限公司	徐州	徐州	销售	100.00	-	非同一控制下企业合并
邳州市腾星健身器材有限公司	邳州	邳州	销售	100.00	-	设立
江苏神力威健身器材有限公司	南京	南京	销售	51.00	-	设立
邳州力宝健身器材有限公司	邳州	邳州	销售	100.00	-	设立
南京诚诚亿国际贸易有限公司	南京	南京	销售	100.00	-	设立
Krown International Trade Co., Limited（香港皇冠国际贸易有限	中国香港	中国香港	销售	100.00	-	设立

公司名称	主要经营地	注册地	业务	持股比例（%）		取得方式
				直接	间接	
公司）						
SURPASS Trading GmbH（德国不莱梅超越贸易有限公司）	德国	德国	销售	100.00	-	设立
Ernst International Ltd	美国	美国	销售	-	100.00	设立
Aurora International Trade Ltd	美国	美国	销售	-	100.00	设立
徐州澳特捷国际贸易有限公司	徐州	徐州	销售	-	100.00	设立
徐州博峰源商贸有限公司	徐州	徐州	销售	-	100.00	设立
杭州诚诚亿国际贸易有限公司	杭州	杭州	销售	100.00	-	设立

3、合并财务报表范围变化情况

（1）非同一控制下企业合并

单位：元

被购买方名称	股权取得时点	股权取得成本	股权取得比例（%）	股权取得方式
徐州诚诚亿国际贸易有限公司	2018.07.25	1,700,000.00	85.00	增资

（2）同一控制下企业合并/业务合并

单位：元

被合并方名称	企业合并中取得的权益比例（%）	构成同一控制下企业合并/业务合并的依据	合并日	合并日的确定依据
江苏加一健康科技有限公司	90.00	同受实际控制人控制	2019.12.31	控制权转移
据英商贸健身器材业务	87.76	同受实际控制人控制	2019.09.30	资产划转日

（3）其他原因的合并范围变动

①合并范围增加

年度	公司名称	股权取得方式	股权取得日期
2021 年 1-6 月	Aurora International Trade Ltd	设立	2021.06.02
	杭州诚诚亿国际贸易有限公司	设立	2021.03.15
2020 年度	Ernst International Ltd	设立	2020.12.17
2019 年度	南京诚诚亿国际贸易有限公司	设立	2019.11.10
	Air International Co., Ltd	设立	2019.11.04
	邳州力宝健身器材有限公司	设立	2019.10.12

年度	公司名称	股权取得方式	股权取得日期
	Krown International Trade Co., Limited（香港皇冠国际贸易有限公司）	设立	2019.09.24
	Krown International Trade Co., Limited（英国）	设立	2019.09.24
	SURPASS Trading GmbH（德国不莱梅超越贸易有限公司）	设立	2019.12.19
	徐州博峰源商贸有限公司	设立	2019.03.19
	徐州澳特捷国际贸易有限公司	设立	2019.02.19
2018 年度	江苏神力威健身器材有限公司	设立	2018.12.11
	邳州市腾星健身器材有限公司	设立	2018.04.20
	邳州康力源健身器材检验检测有限公司	设立	2018.03.31

2019 年 12 月 19 日，公司出资在德国申请设立德国不莱梅超越贸易有限公司公司，2020 年 5 月 25 日完成注册登记。

②合并范围减少

年度	公司名称	股权处置方式	股权处置日期
2021 年 1-6 月	Air International Co., Ltd	清算注销	2021.03.22
2020 年度	Krown International Trade Co., Limited（英国）	清算注销	2020.09.29

五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）同一控制下和非同一企业合并的会计处理方法

1、同一控制下企业合并的会计处理方法

公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。公司按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值份额与支付的合并对价账面价值或发行股份面值总额的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

2、非同一控制下企业合并的会计处理方法

公司在购买日对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；如果合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额，首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核，经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益。

（二）合营安排分类及共同经营会计处理方法

1、合营安排分为共同经营和合营企业。

2、当公司为共同经营的合营方时，确认与共同经营中利益份额相关的下列项目：

（1）确认单独所持有的资产，以及按持有份额确认共同持有的资产；

（2）确认单独所承担的负债，以及按持有份额确认共同承担的负债；

（3）确认出售公司享有的共同经营产出份额所产生的收入；

（4）按公司持有份额确认共同经营因出售资产所产生的收入；

（5）确认单独所发生的费用，以及按公司持有份额确认共同经营发生的费用。

（三）现金及现金等价物的确定标准

列示于现金流量表中的现金是指库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物是指企业持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（四）外币业务和外币报表折算

1、外币业务折算

外币交易在初始确认时，采用交易发生日即期汇率的近似汇率折算为人民币金额。资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算，因汇率不同而产生的汇兑差额，除与购建符合资本化条件资产有关的外币专门借款本金及利息的汇兑差额外，计入当期损益；以历史成本计量的外币非货币性项目仍采用交易发生日即期汇率的近似汇率折算，不改变其人民币金额；以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，差额计入当期损益或其他综合收益。

2、外币财务报表折算

资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用交易发生日的即期汇率折算；利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日即期汇率的近似汇率折算。按照上

述折算产生的外币财务报表折算差额，计入其他综合收益。

（五）金融工具

1、2019 年度、2020 年度和 2021 年 1-6 月

（1）金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下三类：①以摊余成本计量的金融资产；②以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产；③以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下四类：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债；②金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债；③不属于上述①或②的财务担保合同，以及不属于上述①并以低于市场利率贷款的贷款承诺；④以摊余成本计量的金融负债。

（2）金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

①金融资产和金融负债的确认依据和初始计量方法

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。但是，公司初始确认的应收账款未包含重大融资成分或公司不考虑未超过一年的合同中的融资成分的，按照《企业会计准则第 14 号——收入》所定义的交易价格进行初始计量。

②金融资产的后续计量方法

A、以摊余成本计量的金融资产

采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融资产所产生的利得或损失，在终止确认、重分类、按照实际利率法摊销或确认减值时，计入当期损益。

B、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资

采用公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得

及汇兑损益计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

C、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资

采用公允价值进行后续计量。获得的股利（属于投资成本收回部分的除外）计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

D、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

采用公允价值进行后续计量，产生的利得或损失（包括利息和股利收入）计入当期损益，除非该金融资产属于套期关系的一部分。

③金融负债的后续计量方法

A、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

此类金融负债包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。对于此类金融负债以公允价值进行后续计量。因公司自身信用风险变动引起的指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的公允价值变动金额计入其他综合收益，除非该处理会造成或扩大损益中的会计错配。此类金融负债产生的其他利得或损失（包括利息费用、除因公司自身信用风险变动引起的公允价值变动）计入当期损益，除非该金融负债属于套期关系的一部分。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

B、金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债按照《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》相关规定进行计量。

C、不属于上述 A 或 B 的财务担保合同，以及不属于上述 A 并以低于市场利率贷款的贷款承诺

在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：a、按照金融工具的减值规定确定的损失准备金额；b、初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号——收入》相关规定所确定的累计摊销额后的余额。

D、以摊余成本计量的金融负债

采用实际利率法以摊余成本计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融负债所产生的利得或损失，在终止确认、按照实际利率法摊销时计入当期损益。

④金融资产和金融负债的终止确认

A、当满足下列条件之一时，终止确认金融资产：

a、收取金融资产现金流量的合同权利已终止；

b、金融资产已转移，且该转移满足《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》关于金融资产终止确认的规定。

B、当金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除时，相应终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。

（3）金融资产转移的确认依据和计量方法

公司转移了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：①未保留对该金融资产控制的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；②保留了对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：①所转移金融资产在终止确认日的账面价值；②因转移金融资产而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。转移了金融资产的一部分，且该被转移部分整体满足终止确认条件的，将转移前金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和继续确认部分之间，按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：①终止确认部分的账面价值；②终止确认部分的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。

（4）金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

①第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

②第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

③第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

（5）金融工具减值

①金融工具减值计量和会计处理

公司以预期信用损失为基础，对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务工具投资、合同资产、租赁应收款、分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债以外的贷款承诺、不属于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债或不属于金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债的财务担保合同进行减值处理并确认损失准备。

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，对于公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

对于购买或源生的已发生信用减值的金融资产，公司在资产负债表日仅将自

初始确认后整个存续期内预期信用损失的累计变动确认为损失准备。

对于由《企业会计准则第 14 号——收入》规范的交易形成，且不含重大融资成分或者公司不考虑不超过一年的合同中的融资成分的应收款项及合同资产，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

除上述计量方法以外的金融资产，公司在每个资产负债表日评估其信用风险自初始确认后是否已经显著增加。如果信用风险自初始确认后已显著增加，公司按照整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备；如果信用风险自初始确认后未显著增加，公司按照该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量损失准备。

公司利用可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

资产负债表日，若公司判断金融工具只具有较低的信用风险，则假定该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估预期信用风险和计量预期信用损失。当以金融工具组合为基础时，公司以共同风险特征为依据，将金融工具划分为不同组合。

公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资，公司在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产的账面价值。

②按组合评估预期信用风险和计量预期信用损失的金融工具

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
其他应收款—账龄组合	账龄	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，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

③按组合计量预期信用损失的应收款项及合同资产

A、具体组合及计量预期信用损失的方法

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收银行承兑汇票	票据类型	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，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。
应收商业承兑汇票		
应收账款—账龄组合	账龄	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。
合同资产—质保金组合		

B、应收账款——账龄组合的账龄与整个存续期预期信用损失率对照表

账龄	应收账款预期信用损失率（%）
1 年以内（含 1 年）	5.00
1-2 年（含 2 年）	10.00
2-3 年（含 3 年）	30.00
3-4 年（含 4 年）	50.00
4-5 年（含 5 年）	80.00
5 年以上	100.00

（6）金融资产和金融负债的抵销

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不相互抵销。但同时满足下列条件的，公司以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：①公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；②公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

不满足终止确认条件的金融资产转移，公司不对已转移的金融资产和相关负债进行抵销。

2、2018 年度

（1）金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（包括交易性金融资产和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）、持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下两类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债（包括交易性金融负债和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债）、其他金融负债。

（2）金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

公司按照公允价值对金融资产进行后续计量，且不扣除将来处置该金融资产时可能发生的交易费用，但下列情况除外：①持有至到期投资以及贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本计量；②在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

公司采用实际利率法，按摊余成本对金融负债进行后续计量，但下列情况除外：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值计量，且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用；②与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本计量；③不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，或没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益并将以低于市场利率贷款的贷款承诺，在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：A、按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》确定的金额；B、初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号——收入》的原则确定的累积摊销额后的余额。

金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，除与套期保值有关外，按照如下方法处理：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，计入公允价值变动收益；在资产持有期间所取得的利息或现金股利，确认为投资收益；处置时，将实际收到的金额与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动收益。②可供出售

金融资产的公允价值变动计入其他综合收益；持有期间按实际利率法计算的利息，计入投资收益；可供出售权益工具投资的现金股利，于被投资单位宣告发放股利时计入投资收益；处置时，将实际收到的金额与账面价值扣除原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额之后的差额确认为投资收益。

当收取某项金融资产现金流量的合同权利已终止或该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬已转移时，终止确认该金融资产；当金融负债的现时义务全部或部分解除时，相应终止确认该金融负债或其一部分。

（3）金融资产转移的确认依据和计量方法

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产，并将收到的对价确认为一项金融负债。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：①放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产；②未放弃对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：①所转移金融资产的账面价值；②因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额之和。金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：①终止确认部分的账面价值；②终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额之和。

（4）金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

①第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

②第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观

察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

③第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

（5）金融资产的减值测试和减值准备计提方法

①资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

②对于持有至到期投资、贷款和应收款，先将单项金额重大的金融资产区分开来，单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，可以单独进行减值测试，或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试；单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。测试结果表明其发生了减值的，根据其账面价值高于预计未来现金流量现值的差额确认减值损失。

③可供出售金融资产

A、表明可供出售债务工具投资发生减值的客观证据包括：

a、债务人发生严重财务困难；

b、债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期；

c、公司出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；

d、债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；

e、因债务人发生重大财务困难，该债务工具无法在活跃市场继续交易；

f、其他表明可供出售债务工具已经发生减值的情况。

B、表明可供出售权益工具投资发生减值的客观证据包括权益工具投资的公

允价值发生严重或非暂时性下跌，以及被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化使公司可能无法收回投资成本。

本公司于资产负债表日对各项可供出售权益工具投资单独进行检查。对于以公允价值计量的权益工具投资，若其于资产负债表日的公允价值低于其成本超过50%（含50%）或低于其成本持续时间超过12个月（含12个月）的，则表明其发生减值；若其于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 20%（含 20%）但尚未达到50%的，或低于其成本持续时间超过6个月（含6个月）但未超过12个月的，本公司会综合考虑其他相关因素，诸如价格波动率等，判断该权益工具投资是否发生减值。对于以成本计量的权益工具投资，公司综合考虑被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等是否发生重大不利变化，判断该权益工具是否发生减值。

以公允价值计量的可供出售金融资产发生减值时，原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资，在期后公允价值回升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回并计入当期损益。对已确认减值损失的可供出售权益工具投资，期后公允价值回升直接计入其他综合收益。

以成本计量的可供出售权益工具发生减值时，将该权益工具投资的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益，发生的减值损失一经确认，不予转回。

（六）应收款项

1、2019年度、2020年度和2021年1-6月

详见本节“五（五）、1、（5）金融工具减值”部分。

2、2018年度

（1）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	单项金额100万元以上（含）或占应收款项账面余额10%以上的款项
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

（2）按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

①具体组合及坏账准备的计提方法

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	账龄分析法

②账龄分析法

账龄	应收商业承兑汇票计提比例（%）	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	5.00	5.00	5.00
1-2 年（含 2 年）	10.00	10.00	10.00
2-3 年（含 3 年）	30.00	30.00	30.00
3-4 年（含 4 年）	50.00	50.00	50.00
4-5 年（含 5 年）	80.00	80.00	80.00
5 年以上	100.00	100.00	100.00

（3）单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	未来现金流量现值与信用风险特征组合的未来现金流量现值存在显著差异
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

对应收银行承兑汇票、应收利息、长期应收款等其他应收款项，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

（七）存货

1、存货的分类

存货包括在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。

2、发出存货的计价方法

发出存货采用月末一次加权平均法。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该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其可

变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以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其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

4、存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

（1）低值易耗品

按照一次转销法进行摊销。

（2）包装物

按照一次转销法进行摊销。

（八）合同成本

与合同成本有关的资产包括合同取得成本和合同履约成本。

公司为取得合同发生的增量成本预期能够收回的，作为合同取得成本确认为一项资产。如果合同取得成本的摊销期限不超过一年，在发生时直接计入当期损益。

公司为履行合同发生的成本，不适用存货、固定资产或无形资产等相关准则的规范范围且同时满足下列条件的，作为合同履约成本确认为一项资产：

1、该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关，包括直接人工、直接材料、制造费用（或类似费用）、明确由客户承担的成本以及仅因该合同而发生的其他成本；

2、该成本增加了公司未来用于履行履约义务的资源；

3、该成本预期能够收回。

公司对于与合同成本有关的资产采用与该资产相关的商品或服务收入确认相同的基础进行摊销，计入当期损益。

如果与合同成本有关的资产的账面价值高于因转让与该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价减去估计将要发生的成本，公司对超出部分计提减值准备，并确认为资产减值损失。以前期间减值的因素之后发生变化，使得转让该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价减去估计将要发生的成本高于该资产账面价值的，转回原已计提的资产减值准备，并计入当期损益，但转回后的资产账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该资产在转回日的账面价值。

（九）划分为持有待售的非流动资产或处置组

1、持有待售的非流动资产或处置组的分类

公司将同时满足下列条件的非流动资产或处置组划分为持有待售类别：（1）根据类似交易中出售此类资产或处置组的惯例，在当前状况下即可立即出售；（2）出售极可能发生，即公司已经就出售计划作出决议且获得确定的购买承诺，预计出售将在一年内完成。

公司专为转售而取得的非流动资产或处置组，在取得日满足“预计出售将在一年内完成”的条件，且短期（通常为 3 个月）内很可能满足持有待售类别的其他划分条件的，在取得日将其划分为持有待售类别。

因公司无法控制的下列原因之一，导致非关联方之间的交易未能在一年内完成，且公司仍然承诺出售非流动资产或处置组的，继续将非流动资产或处置组划分为持有待售类别：（1）买方或其他方意外设定导致出售延期的条件，公司针对这些条件已经及时采取行动，且预计能够自设定导致出售延期的条件起一年内顺利化解延期因素；（2）因发生罕见情况，导致持有待售的非流动资产或处置组未能在一年内完成出售，公司在最初一年内已经针对这些新情况采取必要措施且重新满足了持有待售类别的划分条件。

2、持有待售的非流动资产或处置组的计量

（1）初始计量和后续计量

初始计量和在资产负债表日重新计量持有待售的非流动资产或处置组时，其账面价值高于公允价值减去出售费用后的净额的，将账面价值减记至公允价值减去出售费用后的净额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提持有待售资产减值准备。

对于取得日划分为持有待售类别的非流动资产或处置组，在初始计量时比较假定其不划分为持有待售类别情况下的初始计量金额和公允价值减去出售费用后的净额，以两者孰低计量。除企业合并中取得的非流动资产或处置组外，由非流动资产或处置组以公允价值减去出售费用后的净额作为初始计量金额而产生的差额，计入当期损益。

对于持有待售的处置组确认的资产减值损失金额，先抵减处置组中商誉的账面价值，再根据处置组中的各项非流动资产账面价值所占比重，按比例抵减其账面价值。

持有待售的非流动资产或处置组中的非流动资产不计提折旧或摊销，持有待售的处置组中负债的利息和其他费用继续予以确认。

（2）资产减值损失转回的会计处理

后续资产负债表日持有待售的非流动资产公允价值减去出售费用后的净额增加的，以前减记的金额予以恢复，并在划分为持有待售类别后确认的资产减值损失金额内转回，转回金额计入当期损益。划分为持有待售类别前确认的资产减值损失不转回。

后续资产负债表日持有待售的处置组公允价值减去出售费用后的净额增加的，以前减记的金额予以恢复，并在划分为持有待售类别后非流动资产确认的资产减值损失金额内转回，转回金额计入当期损益。已抵减的商誉账面价值，以及非流动资产在划分为持有待售类别前确认的资产减值损失不转回。

持有待售的处置组确认的资产减值损失后续转回金额，根据处置组中除商誉外各项非流动资产账面价值所占比重，按比例增加其账面价值。

（3）不再继续划分为持有待售类别以及终止确认的会计处理

非流动资产或处置组因不再满足持有待售类别的划分条件而不再继续划分为持有待售类别或非流动资产从持有待售的处置组中移除时，按照以下两者孰低计量：①划分为持有待售类别前的账面价值，按照假定不划分为持有待售类别情况下本应确认的折旧、摊销或减值等进行调整后的金额；②可收回金额。

终止确认持有待售的非流动资产或处置组时，将尚未确认的利得或损失计入

当期损益。

（十）长期股权投资

1、共同控制、重大影响的判断

按照相关约定对某项安排存在共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策，认定为共同控制。对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定，认定为重大影响。

2、投资成本的确定

（1）同一控制下的企业合并形成的，合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为其初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的合并对价的账面价值或发行股份的面值总额之间的差额调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

公司通过多次交易分步实现同一控制下企业合并形成的长期股权投资，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，在合并日，根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额确定初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

（2）非同一控制下的企业合并形成的，在购买日按照支付的合并对价的公允价值作为其初始投资成本。

公司通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并形成的长期股权投资，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

①在个别财务报表中，按照原持有的股权投资的账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

②在合并财务报表中，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”

的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益等的，与其相关的其他综合收益等转为购买日所属当期收益。但由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

（3）除企业合并形成以外的：以支付现金取得的，按照实际支付的购买价款作为其初始投资成本；以发行权益性证券取得的，按照发行权益性证券的公允价值作为其初始投资成本；以债务重组方式取得的，按《企业会计准则第 12 号——债务重组》确定其初始投资成本；以非货币性资产交换取得的，按《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》确定其初始投资成本。

3、后续计量及损益确认方法

对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算；对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。

4、通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权的处理方法

（1）个别财务报表

对处置的股权，其账面价值与实际取得价款之间的差额，计入当期损益。对于剩余股权，对被投资单位仍具有重大影响或者与其他方一起实施共同控制的，转为权益法核算；不能再对被投资单位实施控制、共同控制或重大影响的，按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的相关规定进行核算。

（2）合并财务报表

①通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且不属于“一揽子交易”的

在丧失控制权之前，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积（资本溢价），资本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

丧失对原子公司控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价

值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

②通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且属于“一揽子交易”的

将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理。但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

（十一）固定资产

1、固定资产的确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量时予以确认。

2、各类固定资产的折旧方法

项目	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	5-30	5.00	3.17-19.00
通用设备	年限平均法	3-10	5.00	9.50-31.67
专用设备	年限平均法	3-10	5.00	9.50-31.67
运输工具	年限平均法	3-10	5.00	9.50-31.67

（十二）在建工程

1、在建工程同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量则予以确认。在建工程按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的实际成本计量。

2、在建工程达到预定可使用状态时，按工程实际成本转入固定资产。已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的，先按估计价值转入固定资产，待办理竣工决算后再按实际成本调整原暂估价值，但不再调整原已计提的折旧。

（十三）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时确认为费用，计入当期损益。

2、借款费用资本化期间

（1）当借款费用同时满足下列条件时，开始资本化：1）资产支出已经发生；2）借款费用已经发生；3）为使资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

（2）若符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断，并且中断时间连续超过 3 个月，暂停借款费用的资本化；中断期间发生的借款费用确认为当期费用，直至资产的购建或者生产活动重新开始。

（3）当所购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或可销售状态时，借款费用停止资本化。

3、借款费用资本化率以及资本化金额

为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用（包括按照实际利率法确定的折价或溢价的摊销），减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，确定应予资本化的利息金额；为购建或者生产符合资本化条件的资产占用了一般借款的，根据累计资产支出超过专门借款的资产支出加权平均数乘以占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。

（十四）无形资产

1、无形资产包括土地使用权、软件、专利权及非专利技术等，按成本进行初始计量。

2、使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。具体年限如下：

项目	摊销年限（年）
软件	5.00-10.00
土地使用权	50.00

3、内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（十五）长期待摊费用

长期待摊费用核算已经支出，摊销期限在 1 年以上（不含 1 年）的各项费用。长期待摊费用按实际发生额入账，在受益期或规定的期限内分期平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

（十六）职工薪酬

1、职工薪酬

职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

2、短期薪酬的会计处理方法

在职工为公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

3、离职后福利的会计处理方法

离职后福利分为设定提存计划和设定受益计划。

（1）在职工为公司提供服务的会计期间，根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

（2）对设定受益计划的会计处理通常包括下列步骤：

①根据预期累计福利单位法，采用无偏且相互一致的精算假设对有关人口统计变量和财务变量等作出估计，计量设定受益计划所产生的义务，并确定相关义务的所属期间。同时，对设定受益计划所产生的义务予以折现，以确定设定受益计划义务的现值和当期服务成本；

②设定受益计划存在资产的，将设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产；

③期末，将设定受益计划产生的职工薪酬成本确认为服务成本、设定受益计划净负债或净资产的利息净额以及重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动等三部分，其中服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本，重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不允许转回至损益，但可以在权益范围内转移这些在其他综合收益确认的金额。

4、辞退福利的会计处理方法

向职工提供的辞退福利，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：（1）公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；（2）公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

5、其他长期职工福利的会计处理方法

向职工提供的其他长期福利，符合设定提存计划条件的，按照设定提存计划的有关规定进行会计处理；除此之外的其他长期福利，按照设定受益计划的有关规定进行会计处理，为简化相关会计处理，将其产生的职工薪酬成本确认为服务成本、其他长期职工福利净负债或净资产的利息净额以及重新计量其他长期职工福利净负债或净资产所产生的变动等组成项目的总净额计入当期损益或相关资产成本。

（十七）预计负债

1、因对外提供担保、诉讼事项、产品质量保证、亏损合同等或有事项形成

的义务成为公司承担的现时义务，履行该义务很可能导致经济利益流出公司，且该义务的金额能够可靠的计量时，公司将该项义务确认为预计负债。

2、公司按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数对预计负债进行初始计量，并在资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核。

（十八）收入

1、2020 年度和 2021 年 1-6 月

（1）收入确认原则

于合同开始日，公司对合同进行评估，识别合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行，还是在某一时点履行。

满足下列条件之一时，属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务：①客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益；②客户能够控制公司履约过程中在建商品；③公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，公司在该段时间内按照履约进度确认收入。履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。对于在某一时点履行的履约义务，在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品控制权时，公司考虑下列迹象：①公司就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；②公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权；③公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；④公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；⑤客户已接受该商品；⑥其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

（2）收入计量原则

①公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。交易价格是公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项

以及预期将退还给客户的款项。

②合同中存在可变对价的，公司按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。

③合同中存在重大融资成分的，公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格。该交易价格与合同对价之间的差额，在合同期间内采用实际利率法摊销。合同开始日，公司预计客户取得商品或服务控制权与客户支付价款间隔不超过一年的，不考虑合同中存在的重大融资成分。

④合同中包含两项或多项履约义务的，公司于合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务。

（3）收入确认的具体方法

公司主要销售体育用品及器材等产品。

①内销：分为附带安装义务和不附带安装义务的销售。不附带安装义务的销售中，对于电商线上直销模式，以公司发出商品，客户确认收货，公司账户收到相应货款时确认收入，对于电商线上代销模式，大型网络购物平台销售产品后，公司获取其销售结算清单时确认收入；对于其他买断式销售，于商品发出且经客户签收验收后确认收入。附带安装义务的销售，于商品发出、安装、调试后，取得客户签字确认的验收证明时确认收入。

②外销：对于电商平台店铺入驻模式，客户通过第三方销售平台（如 Amazon）下单并支付货款后，由公司委托物流公司将商品配送交予客户，公司在将商品交付给物流公司时确认收入；对以 FOB、CIF 等方式的出口销售，以完成报关手续、合同产品装船并取得提单后作为控制权转移时点，公司根据报关单、提单确认销售收入。

2、2018 年度和 2019 年度

（1）收入确认原则

①销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：A、将商品所有权上的主要

风险和报酬转移给购货方；B、公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；C、收入的金额能够可靠地计量；D、相关的经济利益很可能流入；E、相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

②提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务的收入，并按已经发生的成本占估计总成本的比例确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿，按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

③让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

（2）收入确认的具体方法

公司主要销售体育用品及器材等产品。

①内销：分为附带安装义务和不附带安装义务的销售。不附带安装义务的销售中，对于电商线上直销模式，以公司发出商品，客户确认收货，公司账户收到相应货款时确认收入，对于电商线上代销模式，大型网络购物平台销售产品后，公司获取其销售结算清单时确认收入；对于其他买断式销售，于商品发出且经客户签收验收后确认收入。附带安装义务的销售，于商品发出、安装、调试后，取得客户签字确认的验收证明时，确认收入。

②外销：对于电商平台店铺入驻模式，客户通过第三方销售平台（如 Amazon）下单并支付货款后，由公司委托物流公司将商品配送交予客户，公司在将商品交付给物流公司时确认收入；对以 FOB、CIF 等方式的出口销售，以完成报关手续、

合同产品装船并取得提单后作为控制权转移时点，公司根据报关单、提单确认销售收入。

（十九）政府补助

1、政府补助在同时满足下列条件时予以确认：（1）公司能够满足政府补助所附的条件；（2）公司能够收到政府补助。政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

2、与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

政府文件规定用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助。政府文件不明确的，以取得该补助必须具备的基本条件为基础进行判断，以购建或其他方式形成长期资产为基本条件的作为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。与资产相关的政府补助确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

3、与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，难以区分与资产相关或与收益相关的，整体归类为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益或冲减相关成本；用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益或冲减相关成本。

4、与公司日常经营活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

5、政策性优惠贷款贴息的会计处理方法

（1）财政将贴息资金拨付给贷款银行，由贷款银行以政策性优惠利率向公

司提供贷款的，以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。

（2）财政将贴息资金直接拨付给公司的，将对应的贴息冲减相关借款费用。

（二十）合同资产、合同负债

公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。公司将同一合同下的合同资产和合同负债相互抵销后以净额列示。

公司将拥有的、无条件（即，仅取决于时间流逝）向客户收取对价的权利作为应收款项列示，将已向客户转让商品而有权收取对价的权利（该权利取决于时间流逝之外的其他因素）作为合同资产列示。

公司将已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务作为合同负债列示。

（二十一）递延所得税资产、递延所得税负债

1、根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

2、确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

3、资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

4、公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：（1）企业合并；（2）直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

（二十二）租赁

1、2021 年 1-6 月

（1）公司作为承租人

在租赁期开始日，公司将租赁期不超过 12 个月，且不包含购买选择权的租赁认定为短期租赁；将单项租赁资产为全新资产时价值较低的租赁认定为低价值资产租赁。公司转租或预期转租租赁资产的，原租赁不认定为低价值资产租赁。

除上述采用简化处理的短期租赁和低价值资产租赁外，在租赁期开始日，公司对租赁确认使用权资产和租赁负债。

1）使用权资产

使用权资产按照成本进行初始计量，该成本包括：①租赁负债的初始计量金额；②在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，存在租赁激励的，扣除已享受的租赁激励相关金额；③承租人发生的初始直接费用；④承租人为拆卸及移除租赁资产、复原租赁资产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本。

公司按照直线法对使用权资产计提折旧。能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，公司在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，公司在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。

2）租赁负债

在租赁开始日，公司将尚未支付的租赁付款额的现值确认为租赁负债。计算租赁付款额现值时采用租赁内含利率作为折现率，无法确定租赁内含利率的，采用公司增量借款利率作为折现率。租赁付款额与其现值之间的差额作为未确认融资费用，在租赁期各个期间内按照确认租赁付款额现值的折现率确认利息费用，并计入当期损益。未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额于实际发生时计入当期损益。

租赁期开始日后，当实质固定付款额发生变动、担保余值预计的应付金额发生变化、用于确定租赁付款额的指数或比率发生变动、购买选择权、续租选择权

或终止选择权的评估结果或实际行权情况发生变化时，公司按照变动后的租赁付款额的现值重新计量租赁负债，并相应调整使用权资产的账面价值，如使用权资产账面价值已调减至零，但租赁负债仍需进一步调减的，将剩余金额计入当期损益。

2、2018-2020 年度

（1）经营租赁的会计处理方法

公司为承租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金计入相关资产成本或确认为当期损益，发生的初始直接费用，直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

公司为出租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金确认为当期损益，发生的初始直接费用，除金额较大的予以资本化并分期计入损益外，均直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

（2）融资租赁的会计处理方法

公司为承租人时，在租赁期开始日，公司以租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值中两者较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额为未确认融资费用，发生的初始直接费用，计入租赁资产价值。在租赁期各个期间，采用实际利率法计算确认当期的融资费用。

公司为出租人时，在租赁期开始日，公司以租赁开始日最低租赁收款额与初始直接费用之和作为应收融资租赁款的入账价值，同时记录未担保余值；将最低租赁收款额、初始直接费用及未担保余值之和与其现值之和的差额确认为未实现融资收益。在租赁期各个期间，采用实际利率法计算确认当期的融资收入。

（二十三）分部报告

公司以内部组织结构、管理要求、内部报告制度等为依据确定经营分部。公司的经营分部是指同时满足下列条件的组成部分：

1、该组成部分能够在日常活动中产生收入、发生费用；

2、管理层能够定期评价该组成部分的经营成果，以决定向其配置资源、评

价其业绩；

3、能够通过分析取得该组成部分的财务状况、经营成果和现金流量等有关会计信息。

（二十四）其他重要的会计政策和会计估计

1、终止经营的确认标准、会计处理方法

满足下列条件之一的、已经被处置或划分为持有待售类别且能够单独区分的组成部分确认为终止经营：

（1）该组成部分代表一项独立的主要业务或一个单独的主要经营地区；

（2）该组成部分是拟对一项独立的主要业务或一个单独的主要经营地区进行处置的一项相关联计划的一部分；

（3）该组成部分是专为转售而取得的子公司。

六、重大会计政策、会计估计的变化情况

（一）重要会计政策变更

1、2019 年

发行人自2019年1月1日起执行财政部修订后的《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》《企业会计准则第 24 号——套期保值》以及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（以下简称“新金融工具准则”）。根据相关新旧准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新准则与原准则的差异追溯调整 2019 年 1 月 1 日的留存收益或其他综合收益。该项会计政策对本公司的影响详见本节“六、重大会计政策、会计估计的变化情况”之“（四）首次执行新金融工具准则的影响”部分。

2、2020 年

发行人自 2020 年 1 月 1 日起执行《企业会计准则第 14 号——收入》（财会〔2017〕22 号）相关规定（以下简称“新收入准则”）。根据相关新旧准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新准则的累积影响数追溯调整 2020 年 1 月 1 日的留存收益及财务报表其他相关项目金额。施新收入准则后发

行人收入确认会计政策无实质差异，在业务模式、合同条款、收入确认等方面不会产生影响。该项会计政策对发行人的影响详见本节“六、重大会计政策、会计估计的变化情况”之“（五）首次执行新收入准则的影响”部分。

3、2021 年 1-6 月

发行人自 2021 年 1 月 1 日起执行经修订的《企业会计准则第 21 号——租赁》（以下简称“新租赁准则”）。

公司作为承租人，根据新租赁准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新租赁准则与原准则的差异追溯调整本报告期期初留存收益及财务报表其他相关项目金额。

该项会计政策对发行人的影响详见本节“六、重大会计政策、会计估计的变化情况”之“（六）首次执行新租赁准则的影响”部分。

（二）重要会计估计变更

报告期内，公司主要会计估计无变更。

（三）前期会计差错更正

报告期内，公司无前期的会计差错更正事项。

（四）首次执行新金融工具准则的影响

发行人自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则。根据相关新旧准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新准则与原准则的差异追溯调整 2019 年 1 月 1 日的留存收益或其他综合收益。

新金融工具准则改变了金融资产的分类和计量方式，确定了三个计量类别：摊余成本；以公允价值计量且其变动计入其他综合收益；以公允价值计量且其变动计入当期损益。公司考虑自身业务模式，以及金融资产的合同现金流特征进行上述分类。权益类投资需按公允价值计量且其变动计入当期损益，但非交易性权益类投资在初始确认时可选择按公允价值计量且其变动计入其他综合收益（处置时的利得或损失不能回转到损益，但股利收入计入当期损益），且该选择不可撤销。

新金融工具准则要求金融资产减值计量由“已发生损失模型”改为“预期

信用损失模型”，适用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金融资产、租赁应收款。

1、执行新金融工具准则对公司 2019 年 1 月 1 日财务报表的主要影响如下：

单位：元

项目	2018-12-31	新金融工具准则调整影响	2019-01-01
以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产	45,956,406.89	-45,956,406.89	-
交易性金融资产	-	52,606,406.89	52,606,406.89
其他流动资产	11,381,061.97	-6,650,000.00	4,731,061.97
可供出售金融资产	25,801,996.00	-25,801,996.00	-
其他权益工具投资	-	25,801,996.00	25,801,996.00
短期借款	120,010,786.83	178,108.33	120,188,895.16
其他应付款	10,235,978.07	-299,062.50	9,936,915.57
长期借款	70,000,000.00	120,954.17	70,120,954.17

2、2019 年 1 月 1 日，公司金融资产和金融负债按照新金融工具准则和按原金融工具准则的规定进行分类和计量结果对比如下表：

单位：元

项目	原金融工具准则		新金融工具准则	
	计量类别	账面价值	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本（贷款和应收款项）	51,504,340.84	以摊余成本计量的金融资产	51,504,340.84
以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产	以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产	45,956,406.89	以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产	-
交易性金融资产	以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产	-	以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产	52,606,406.89
应收账款	摊余成本（贷款和应收款项）	73,076,947.91	以摊余成本计量的金融资产	73,076,947.91
其他应收款	摊余成本（贷款和应收款项）	89,192,990.27	以摊余成本计量的金融资产	89,192,990.27
其他流动资产	摊余成本（贷款和应收款项）	11,381,061.97	以摊余成本计量的金融资产	4,731,061.97
可供出售金融资产	可供出售金融资产	25,801,996.00	以公允价值计量且变动计入其他综合收益的金融资产	-

项目	原金融工具准则		新金融工具准则	
	计量类别	账面价值	计量类别	账面价值
其他权益工具		-	以公允价值计量且变动计入其他综合收益的金融资产	25,801,996.00
短期借款	其他金融负债	120,010,786.83	以摊余成本计量的金融负债	120,188,895.16
应付账款	其他金融负债	63,916,040.75	以摊余成本计量的金融负债	63,916,040.75
其他应付款	其他金融负债	10,235,978.07	以摊余成本计量的金融负债	9,936,915.57
长期借款	其他金融负债	70,000,000.00	以摊余成本计量的金融负债	70,120,954.17
预计负债	其他金融负债	36,908.16	以摊余成本计量的金融负债	36,908.16
其他非流动负债	其他金融负债	16,000,000.00	以摊余成本计量的金融负债	16,000,000.00

3、2019 年 1 月 1 日，公司原金融资产和金融负债账面价值调整为按照新金融工具准则的规定进行分类和计量的新金融资产和金融负债账面价值的调节表如下：

单位：元

项目	按原金融工具准则列示的账面价值（2018-12-31）	重分类	重新计量	按新金融工具准则列示的账面价值（2019-01-01）
（1）金融资产				
A、摊余成本				
货币资金	51,504,340.84	-	--	51,504,340.84
应收账款	73,076,947.91	-	-	73,076,947.91
其他应收款	89,192,990.27	-	-	89,192,990.27
其他流动资产	11,381,061.97	-6,650,000.00	-	4,731,061.97
以摊余成本计量的总金融资产	225,155,340.99	-6,650,000.00	-	218,505,340.99
B、以公允价值计量且其变动计入当期损益				
以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产	45,956,406.89	-45,956,406.89	-	-
交易性金融资产	-	52,606,406.89	-	52,606,406.89
以公允价值计量且其变动计入当期损益的总金融资产	45,956,406.89	6,650,000.00	-	52,606,406.89

项目	按原金融工具准则列示的账面价值（2018-12-31）	重分类	重新计量	按新金融工具准则列示的账面价值（2019-01-01）
C、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益				
可供出售金融资产	25,801,996.00	-25,801,996.00	-	-
其他权益工具	-	25,801,996.00	-	25,801,996.00
以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的总金融资产	25,801,996.00	-	-	25,801,996.00
（2）金融负债				
摊余成本				
短期借款	120,010,786.83	178,108.33	-	120,188,895.16
应付账款	63,916,040.75	-	-	63,916,040.75
其他应付款	10,235,978.07	-299,062.50	-	9,936,915.57
长期借款	70,000,000.00-	120,954.17	-	70,120,954.17
预计负债	36,908.16	-	-	36,908.16
其他非流动负债	16,000,000.00	-	-	16,000,000.00
以摊余成本计量的总金融负债	280,199,713.81	-	-	280,199,713.81

4、2019 年 1 月 1 日，公司原金融资产减值准备期末金额调整为按照新金融工具准则的规定进行分类和计量的新损失准备的调节表如下：

单位：元

项目	按原金融工具准则计提损失准备（2018-12-31）	重分类	重新计量	按新金融工具准则计提损失准备（2019-01-01）
应收账款	3,969,870.78	-	-	3,969,870.78
其他应收款	5,205,420.62	-	-	5,205,420.62

（五）首次执行新收入准则的影响

发行人自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。根据相关新旧准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新准则的累积影响数追溯调整 2020 年 1 月 1 日的留存收益及财务报表其他相关项目金额。

1、新收入准则实施前后收入确认的会计政策差异

2018 和 2019 年，公司执行财政部于 2006 年颁布的《企业会计准则第 14 号—收入》（以下简称“原收入准则”）。在原收入准则下，公司以风险报酬转移作

为收入确认时点的判断标准。新收入准则为规范与客户之间的合同产生的收入建立了新的收入确认模型，收入确认由原先“商品所有权上的主要风险和报酬转移”变为“在客户取得相关商品控制权时确认收入”。根据新收入准则，确认收入的方式应当反映公司向客户转让商品或提供服务的模式，收入的金额应当反映主体因向客户转让该等商品和服务而预计有权获得的对价金额。同时，新收入准则对于收入确认的每一个环节所需要进行的判断和估计也做出了规范。

新收入准则对公司收入确认政策影响的具体情况如下：

<table>
<tr><th>项目</th><th>现行收入确认政策</th><th>新收入准则的影响</th></tr>
<tr><td rowspan="4">内销</td><td>1、电商直销：公司发出商品，客户确认收货，公司收到相应货款时确认收入。</td><td rowspan="4">1、公司销售的产品无需安装的，仅包含产品销售一项履约义务，在货物配送交给客户后，合同中的履约义务已完成，表明客户已取得相关商品控制权。
2、公司销售的产品需要安装的，包含了产品销售和安装服务两项履约义务，在安装完成并经客户验收后，合同中的履约义务已完成，表明客户已取得相关商品控制权。
3、新收入准则对发行人现行收入确认政策无影响。</td></tr>
<tr><td>2、电商代销：大型网络销售平台销售产品后，公司获取其销售结算清单时确认收入。</td></tr>
<tr><td>3、买断式销售：商品发出且经客户签收验收后确认收入。</td></tr>
<tr><td>4、附带安装义务的销售：公司在商品发出、安装、调试后，取得客户签字确认的验收证明时确认收入。</td></tr>
<tr><td rowspan="2">外销</td><td>1、国外电商平台（Amazon）：客户通过第三方销售平台下单并支付货款后，公司委托物流公司将商品配送交予客户，在商品交付给物流公司时确认收入。</td><td rowspan="2">1、公司销售的产品无需安装，仅包含产品销售一项履约义务，国外电商平台销售模式下，客户支付货款，公司委托物流商配送产品交给客户，合同中的履约义务已完成，表明客户已取得相关商品控制权。
2、公司销售的产品无需安装，仅包含产品销售一项履约义务，FOB、CIF 方式下，货物经报关离岸并取得提单后，合同中的履约义务已完成，表明客户已取得相关商品控制权。
3、新收入准则对发行人现行收入确认政策无影响。</td></tr>
<tr><td>2、出口销售：以 FOB、CIF 等方式的出口销售，在完成报关手续、合同产品装船并取得提单后作为控制权转移时点，公司根据报关单、提单确认销售收入。</td></tr>
</table>

2、实施新收入准则在业务模式、合同条款、收入确认等方面产生的影响

实施新收入准则不会对公司业务模式、合同条款、收入确认等方面产生重大影响，主要是因为公司在原收入准则下基于风险报酬转移而确认的收入与客户取得相关商品控制权是基本同步的。

3、实施新收入准则对首次执行日前各年合并财务报表主要财务指标的影响

假定公司自申报财务报表期初开始全面执行新收入准则，对首次执行日前各年（末）发行人营业收入、归属于公司普通股股东的净利润、资产总额、归属于

公司普通股股东的净资产不会产生影响。

执行新收入准则对发行人 2020 年 1 月 1 日财务报表的主要影响如下：

单位：元

项目	2019-12-31	新收入准则调整影响	2020-01-01
应收账款	66,701,822.68	-780,630.41	65,921,192.27
合同资产	-	363,598.25	363,598.25
其他非流动资产	-	241,956.56	241,956.56
一年内到期的非流动资产	-	175,075.60	175,075.60
预付账款	4,061,514.21	-84,300.00	3,977,214.21
存货	83,486,654.87	84,300.00	83,570,954.87
预收款项	12,815,161.74	-12,815,161.74	-
合同负债	-	12,641,308.74	12,641,308.74
其他流动负债	-	173,853.00	173,853.00
预计负债	85,551.74	33,393.83	118,945.57
其他流动资产	4,708,072.02	33,393.83	4,741,465.85

（六）首次执行新租赁准则的影响

发行人自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则。执行新租赁准则对公司 2021 年 1 月 1 日财务报表的主要影响如下：

单位：元

项目	2020-12-31	新租赁准则调整影响	2021-01-01
其他流动资产	8,946,362.37	-82,547.17	8,863,815.20
使用权资产	-	818,387.61	818,387.61
一年内到期的非流动负债	-	330,980.37	330,980.37
租赁负债	-	463,966.22	463,966.22
未分配利润	22,008,737.49	-59,106.15	21,949,631.34

七、分部信息

公司以内部组织结构、管理要求、内部报告制度等为依据确定报告分部，并以产品分部为基础确定报告分部。分部信息详见本节“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”部分。

八、公司适用的税率及享受的主要财政税收优惠政策

（一）公司主要税种和税率

税种	计税依据	税率
增值税	以按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	6%、13%、16%、17%
房产税	从价计征的，按房产原值一次减除 30%后余值的 1.2%计缴；从租计征的，按租金收入的 12%计缴	1.20%
城市维护建设税	实际缴纳的流转税税额	7%
教育费附加	实际缴纳的流转税税额	3%
地方教育附加	实际缴纳的流转税税额	2%
企业所得税	应纳税所得额	25%、15%、16.50%、19%、20%、21%

1、产品销售的增值税税收政策

（1）根据财税（2018）32 号《财政部、税务总局关于调整增值税税率的通知》，自 2018 年 5 月 1 日起，纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 17%和 11%税率的，税率分别调整为 16%、10%。

（2）根据财政部、税务总局、海关总署公告 2019 年第 39 号《关于深化增值税改革有关政策的公告》，自 2019 年 4 月 1 日起，纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 16%和 10%税率的，税率分别调整为 13%、9%。

2、企业所得税政策

报告期内，各主体企业所得税税率情况如下：

纳税主体名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
本公司	15.00%	15.00%	25.00%	25.00%
香港皇冠	16.50%	16.50%	16.50%	不适用
南京诚诚亿	20.00%	25.00%	25.00%	不适用
徐州诚诚亿	25.00%	25.00%	20.00%	20.00%
德国不莱梅	15.00%	15.00%	不适用	不适用
Air、Ernst、Aurora 注	21.00%	21.00%	21.00%	不适用
英国皇冠	不适用	19.00%	19.00%	不适用
除上述以外的其他纳税主体	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%

注：美国公司税率为联邦税税率、州税会因税收归属地不同而相应变化。

（二）重要的税收优惠及依据

1、本公司于 2020 年 12 月 2 日取得由江苏省科技厅、江苏省财政厅、国家税务总局江苏省税务局联合颁发的《高新技术企业证书》，证书编号为 GR202032010667，有效期 3 年。根据企业所得税法第二十八条规定：“国家需要重点扶持的高新技术企业，减按 15%的税率征收企业所得税”，本公司 2020 年至 2022 年适用 15%企业所得税税率。

2、根据财政部、国家税务总局关于实施小微企业和个体工商户所得税优惠政策的公告（财政部、税务总局公告 2021 年第 12 号）规定，南京诚诚亿国际贸易有限公司 2021 年预计可以享受财政部、税务总局公告 2021 年第 12 号文件规定按 20%的税率缴纳企业所得税的政策。

3、根据财政部、国家税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知（财税〔2019〕13 号）规定，徐州诚诚亿国际贸易有限公司 2019 年可以享受财税〔2019〕13 号文件规定的其所得减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税的政策。

4、根据财政部、税务总局关于进一步扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知（财税〔2018〕77 号）规定，徐州诚诚亿国际贸易有限公司 2018 年可以享受财税〔2018〕77 号文件规定的其所得减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税的政策。

5、根据《中华人民共和国增值税暂行条例》第二条第四款规定：“纳税人出口货物，税率为零。但是，国务院另有规定的除外。”公司及各子公司出口货物享受零税率优惠政策。

（三）税收优惠对经营成果的影响

报告期内，公司及子公司享受的主要税收优惠（所得税税率优惠）对经营成果的影响如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
所得税税收优惠影响金额	406.98	971.56	12.82	0.11
利润总额	5,542.31	11,568.44	4,371.64	1,919.04

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
税收优惠占比	7.34%	8.40%	0.29%	0.01%

报告期内，公司享受的税收优惠占利润总额的比重总体较小，经营业绩对税收优惠不存在重大依赖。

九、经发行人会计师核验的非经常性损益明细表

天健会计师事务所（特殊普通合伙）审核了本公司报告期内的非经常性损益明细表，出具了天健审〔2021〕9911 号《关于江苏康力源体育科技股份有限公司最近三年及一期非经常性损益鉴证报告》，发表意见如下：“我们认为，康力源公司管理层编制的经常性损益明细表在所有重大方面符合中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益（2008）》的规定，如实反映了康力源公司最近三年及一期非经常性损益情况”。

公司报告期内的非经常性损益如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
（1）非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-	5.09	-	-
（2）越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	-	-	-	-
（3）计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	332.99	413.25	182.77	370.28
（4）计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	9.27	395.33	340.40
（5）企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-	-
（6）非货币性资产交换损益	-	-	-	-
（7）委托他人投资或管理资产的损益	3.37	55.16	71.54	37.33
（8）因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备	-	-	-	-
（9）债务重组损益	-	-	-	-
（10）企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等	-	-	-	-
（11）交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	-	-	-	-

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
（12）同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-599.74	85.81
（13）与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-	-
（14）除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-	346.04	-213.37	-828.56
（15）单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	-	-
（16）对外委托贷款取得的损益	-	-	-	-
（17）采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-	-
（18）根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	-	-	-	-
（19）受托经营取得的托管费收入	-	-	-	-
（20）除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-9.29	-123.12	-52.57	-41.50
（21）其他符合非经常性损益定义的损益项目	29.86	69.81	-	-
小计	**356.93**	**775.49**	**-216.05**	**-36.24**
减：所得税影响金额	57.12	110.41	100.42	-29.02
少数股东权益影响额	1.98	11.45	-94.07	-35.58
归属于公司普通股股东的非经常性损益	**297.83**	**653.63**	**-222.40**	**28.35**

公司非经常性损益主要为收到的各项政府补助、对非金融企业收取的资金占用费、理财收益、同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益等。

非经常性损益与净利润的对比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
归属于公司普通股股东的非经常性损益	297.83	653.63	-222.40	28.35
归属于公司普通股股东的净利润	4,762.02	9,336.60	3,563.07	1,474.34
占比	6.25%	7.00%	-6.24%	1.92%

报告期内，公司归属于母公司股东的非经常性损益占归属于母公司股东的净

利润的比例分别为 1.92%、-6.24%、7.00%和 6.25%，占比较小。

报告期内，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 1,445.99 万元、3,785.47 万元、8,682.97 万元和 4,464.19 万元。

十、发行人主要财务指标

（一）主要财务指标

财务指标	2021 年 1-6 月/2021 年 6 月 30 日	2020 年度/2020 年 12 月 31 日	2019 年度/2019 年 12 月 31 日	2018 年度/2018 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	1.68	1.59	1.33	1.67
速动比率（倍）	1.14	1.20	1.01	1.26
资产负债率（母公司）	54.87%	62.07%	56.55%	61.84%
资产负债率（合并）	55.22%	61.73%	58.19%	60.53%
应收账款周转率（次）	3.16	7.42	5.31	5.02
存货周转率（次）	1.79	4.21	2.96	2.69
息税折旧摊销前利润（万元）	6,430.16	13,097.27	6,167.68	3,674.89
归属于母公司所有者的净利润（万元）	4,762.02	9,336.60	3,563.07	1,474.34
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	4,464.19	8,682.97	3,785.47	1,445.99
研发投入占营业收入的比例	3.22%	2.90%	3.40%	2.74%
每股经营活动现金流量净额（元/股）	1.09	3.58	1.41	0.40
每股净现金流量（元/股）	-0.50	3.21	0.44	-0.38
每股净资产（元/股）	5.60	4.65	3.88	3.76

注：上述财务指标计算如果未特别指出，均为合并财务报表口径，其计算公式如下：
（1）流动比率=流动资产÷流动负债
（2）速动比率=（流动资产-存货）÷流动负债
（3）资产负债率=（负债总额÷资产总额）×100%
（4）应收账款周转率=营业收入÷平均应收账款余额
（5）存货周转率＝营业成本÷平均存货余额
（6）息税折旧摊销前利润=利润总额＋利息支出＋折旧费用＋摊销费用
（7）研发投入占营业收入的比例=研发费用÷营业收入
（8）每股经营活动现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额÷期末普通股股份总数
（9）每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额÷期末普通股股份总数
（10）每股净资产=归属于母公司所有者权益÷期末股本

（二）加权平均净资产收益率及每股收益

根据《公开发行证券公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010 年修订）》，报告期内公司加权平均的净资产收益率、基本每股收益、稀释每股收益如下：

会计期间	报告期利润	加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元/股）	
			基本	稀释
2021 年 1-6 月	归属于公司普通股股东的净利润	18.58	0.95	0.95
	扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	17.42	0.89	0.89
2020 年度	归属于公司普通股股东的净利润	42.85	1.87	1.87
	扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	39.85	1.74	1.74
2019 年度	归属于公司普通股股东的净利润	17.93	/	/
	扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	19.05	/	/
2018 年度	归属于公司普通股股东的净利润	8.16	/	/
	扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	8.00	/	/

注：（1）加权平均净资产收益率=P/（E0＋NP÷2＋Ei×Mi÷M0–Ej×Mj÷M0±Ek×Mk÷M0）

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润与扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润孰低；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

报告期发生同一控制下企业合并的，计算加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从报告期期初起进行加权；计算扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从合并日的次月起进行加权。计算比较期间的加权平均净资产收益率时，被合并方的净利润、净资产均从比较期间期初起进行加权；计算比较期间扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产不予加权计算（权重为零）。

（2）基本每股收益=P÷S

S=S0＋S1＋Si×Mi÷M0-Sj×Mj÷M0-Sk

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润与扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润孰低；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 报告期月份数；Mi 为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数；Mj 为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

（3）稀释每股收益=P1÷S

P1/（S0＋S1＋Si×Mi÷M0–Sj×Mj÷M0–Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数）

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。

十一、经营成果分析

报告期内，公司的经营业绩情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	37,535.95	67,473.14	38,185.20	37,120.35
营业成本	25,852.49	44,500.69	26,002.44	26,874.27
营业利润	5,551.60	11,691.56	4,420.71	1,963.88
利润总额	5,542.31	11,568.44	4,371.64	1,919.04
归属于母公司所有者的净利润	4,762.02	9,336.60	3,563.07	1,474.34
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	4,464.19	8,682.97	3,785.47	1,445.99
净利润率	12.69%	13.84%	9.33%	3.97%

报告期内，营业利润是公司净利润的最主要来源。报告期各期，公司营业收入持续增长，2018 年至 2020 年复合增长率为 34.82%，2021 年 1-6 月，公司年化的营业收入同比增长了 11.26%。随着经营规模扩大及盈利能力上升，公司扣非后净利润保持持续增长趋势，2018 年至 2020 年复合增长率为 145.05%，2021 年上半年年化之后继续增长了 2.83%。

（一）营业收入分析

1、营业收入的整体构成

报告期内，公司营业收入整体构成情况如下表：

单位：万元、%

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	37,297.96	99.37	67,320.85	99.77	37,943.65	99.37	36,718.34	98.92
其他业务收入	237.99	0.63	152.29	0.23	241.55	0.63	402.01	1.08
合计	**37,535.95**	**100.00**	**67,473.14**	**100.00**	**38,185.20**	**100.00**	**37,120.35**	**100.00**

公司主营业务突出，报告期内各期公司主营业务收入占营业收入的比例超过 98%，公司其他业务收入主要是废料销售收入、代理费收入、模具销售收入等，占公司营业收入的比例较小。

2、主营业务收入按产品类别构成分析

（1）主营业务收入的产品构成情况

公司主营业务为健身器材的研发、生产和销售。按照产品类别主要分为室内健身器材和室外全民健身器材，其中室内健身器材可进一步细分为无氧器械、有氧器械。报告期内，公司分产品的销售收入情况如下：

单位：万元、%

项目			2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
室内健身器材	无氧器械	综合训练器	12,072.52	32.37	21,100.17	31.34	13,652.08	35.98	13,426.87	36.57
		自由力量训练器	16,209.45	43.46	28,406.54	42.20	12,080.29	31.84	12,063.48	32.85
		其他	634.95	1.70	1,235.35	1.84	873.34	2.30	658.28	1.79
		小计	**28,916.91**	**77.53**	**50,742.05**	**75.37**	**26,605.71**	**70.12**	**26,148.62**	**71.21**
	有氧器械	跑步机	3,233.57	8.67	7,024.74	10.43	5,313.04	14.00	5,032.00	13.70
		健身车	1,908.56	5.12	3,558.38	5.29	2,462.26	6.49	2,520.17	6.86
		其他	1,125.61	3.02	2,206.69	3.28	1,394.30	3.67	973.18	2.65
		小计	**6,267.74**	**16.80**	**12,789.82**	**19.00**	**9,169.60**	**24.17**	**8,525.35**	**23.22**
	小计		**35,184.65**	**94.33**	**63,531.87**	**94.37**	**35,775.32**	**94.29**	**34,673.97**	**94.43**
室外全民健身器材			1,928.00	5.17	3,392.76	5.04	1,913.67	5.04	1,743.69	4.75
其他			185.31	0.50	396.23	0.59	254.67	0.67	300.68	0.82
合计			**37,297.96**	**100.00**	**67,320.85**	**100.00**	**37,943.65**	**100.00**	**36,718.34**	**100.00**

公司一直以来以室内健身器材销售为主，报告期内，主营业务收入中室内健身器材的占比分别为 94.43%、94.29%、94.37%和 94.33%，保持稳定。近几年，随着政府对全民健身事业的重视，公司作为健身器材供应商，参与并中标了部分室外全民健身项目，室外全民健身器材的收入占比保持在 5%左右。

①室内健身器材

报告期各期，室内健身器材的销售收入分别为 34,673.97 万元、35,775.32 万元、63,531.87 万元和 35,184.65 万元，保持持续增长。

A、2019 年度

2019 年，公司室内健身器材较 2018 年小幅增长了 1,101.35 万元，主要系 2018

年 1 月至 2019 年 4 月，由军豪健身负责开拓国内线下非政采业务的市场开发及客户维护，公司对军豪健身的销售定价较低，2019 年 5 月以来，公司停止与军豪健身的业务往来，直接销往下游客户，销售定价有所提高，国内线下经销和贸易业务的收入增长了 1,408.73 万元。

B、2020 年度

2020 年室内健身器材的销售收入较 2019 年增加了 27,756.55 万元，增幅为 77.59%，主要系：

a、新冠疫情强化了人们的健身观念。随着生活水平逐步提高，消费者的健身意识逐步加强、健身习惯逐步强化。2020 年，突发新冠病毒以其高传染性在全球各地蔓延，老年人和小孩等抵抗力差的人更容易受到病毒的侵袭，受此影响，人们的健康意识和健身观念得以提升，占地面积小、配置成本相对低廉的家用健身器材受到市场的青睐。公司主打家用健身器材，2020 年公司国内外销售收入都有所增长，其中境外线下销售大幅增加了 21,504.58 万元，国内经销收入增长了 1,685.28 万元。

b、公司持续开拓跨境电商这一新兴销售渠道。公司通过新开店铺的方式，持续拓展跨境电商渠道，主要销售举重床、哑铃凳、门框训练器等产品 ，随着销售覆盖区域的逐步扩大以及市场需求的增长，公司通过亚马逊渠道实现的销量快速增长。而且，通过跨境电商渠道销售的产品主要为自主品牌，拥有自主定价权，受旺盛的市场需求刺激，公司提高了主要产品的售价，公司在亚马逊实现的销售收入大幅增长了 5,449.42 万元。

C、2021 年 1-6 月

2021 年 1-6 月，公司主营业务收入年化增长了 7,275.06 万元，增幅为 10.81%，主要系，后疫情时代，人们的健康观念和健身意识固化为一种习惯，境外需求持续旺盛，公司境外线下销售年化增长了 7,542.78 万元，亚马逊销售收入年化增长了 2,055.97 万元。

②室外全民健身器材

A、室外全民健身器材行业销售收入存在一定的波动性和周期性

室外全民健身器材行业主要面向全民健身采购类市场，客户主要为体育局及企事业单位，主要以招投标形式进行。室外全民健身器材销售取决于各级政府、企事业单位对于全民健身事业的投入力度，也取决于参与竞争的企业能否顺利中标，因此同行业公司不同年度的室外全民健身产品收入均存在一定波动性。同行业上市公司英派斯、舒华体育、金陵体育的户外产品、室外全民健身产品、场馆设施等类似业务收入存在一定的波动性和周期性。

从长期来看，作为全民健身事业的重要组成部分，加快配置室外全民健身产品符合国家产业政策要求，未来该部分产品的销售具有较大的发展空间。具体行业分析详见本招股说明书“第六节　业务与技术”之“二、发行人所处行业基本情况和发展趋势”部分。

B、报告期内发行人室外全民健身器材收入变动分析

报告期各期，公司室外全民健身器材的收入分别为 1,743.69 万元、1,913.67 万元、3,392.76 万元和 1,928.00 万元，保持逐年增长。

2016 年以来，国家陆续出台《体育发展“十三五”规划》《全民健身计划（2016-2020）》《全民健身计划（2021-2025 年）》等政策扶持体育产业发展，室外全民健身器材作为全民健身计划的重要设施，受政策支持力度较大。公司的室外全民健身器材客户以政采客户为主，还包括恒大系公司等集采客户、Impex 等 ODM 客户。

按照销售渠道，公司室外全民健身器材销售收入的构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
政采客户	1,092.27	1,886.33	742.62	1,124.72
集采客户	343.34	709.18	649.49	7.03
ODM 客户	341.38	486.72	438.97	307.95
国内线下贸易	123.27	148.97	38.03	-
其他	27.75	161.56	44.56	303.99
合计	**1,928.00**	**3,392.76**	**1,913.67**	**1,743.69**

a、2019 年度

2019 年度，公司的室外全民健身器材收入较 2018 年增长了 169.97 万元，其

中对政采客户的销售收入减少了 382.10 万元，对集采客户的销售收入增加了 642.45 万元。政采客户销售收入减少主要系受政府采购项目招标规划和招标周期性影响，公司中标并完成验收的室外全民健身项目金额有所减少。集采客户销售收入大幅增长主要系公司本期新开发了恒大系公司，受国家鼓励全民健身的刺激，恒大加大了小区健身设施的投入，公司实现对其的销售额 611.93 万元。

b、2020 年度

2020 年度，公司室外全民健身器材收入较 2019 年增长了 1,479.10 万元，增幅为 77.29%，其中对政采客户的销售收入增加了 1,143.71 万元，主要系公司本期中标并完成验收的室外全民健身项目金额大幅增加所致。

c、2021 年 1-6 月

2021 年上半年，公司室外全民健身器材年化增长了 463.23 万元，增幅为 13.65%，其中对政采客户的销售收入年化增加了 298.20 万元，主要系本期完成验收的室外全民健身项目金额有所增加所致。

（2）公司主营业务收入变动与同行业上市公司的对比分析

报告期各期，公司健身器材业务收入与同行业可比上市公司的变动情况对比如下：

单位：万元、%

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
英派斯	44,369.44	86,529.25	-7.45	93,498.01	3.34	90,472.56
舒华体育	59,089.55	122,900.03	41.27	86,995.91	11.83	77,790.21
金陵体育	16,520.54	44,003.43	-10.69	49,272.62	10.04	44,776.39
本公司	37,297.96	67,320.85	77.42	37,943.65	3.34	36,718.34

A、2019 年度

2019 年，随着人们健康意识和健身需求的增加，以及国家对健身器材行业投入的加大，公司营业收入小幅增长，与行业可比公司变动趋势相一致。

B、2020 年度

2020 年，公司主营业务收入大幅增长，与舒华体育的健身器材销售收入变

动趋势保持一致。而同行业中英派斯和金陵体育的销售收入都有所下降，主要系不同公司的产品结构以及客户结构不同所致，具体情况如下：

a、产品结构

同行业公司中，舒华体育的健身器材以家用健身器材为主，英派斯的健身器材以商用健身器材为主，金陵体育产品主要为篮球架等球类器材、田径器材、场馆设施等商用产品，而公司主要以家用健身器材为主，商用健身器材的收入占比较低。

公司与舒华体育、英派斯健身器材的用途构成情况如下表所示：

公司名称	年度	商用健身器材	家用健身器材	户外及其他
英派斯	2020 年	88.38%	1.89%	9.74%
舒华体育	2019 年	19.57%	52.09%	28.34%
康力源	2020 年	7.31%	86.97%	5.72%

注：舒华体育 2020 年年度报告中未披露健身器材按用途分类数据，2019 年的数据来源于其招股说明书。

近年来，随着健身器材生产工艺技术的不断成熟，家用健身器材改变了以前价格昂贵、功能单一、体积大等特点，逐步呈现出低价化、综合性、小型化等趋势，而且，随着互联网的不断成熟、居民健身知识获取渠道的不断完善以及健身器材智能化、科学化程度的不断提高，对专业教练和熟练者指导的依赖性也逐步弱化，对家用健身器材的需求逐步增加。新冠疫情的爆发，使得人们更加注重运动习惯和健康体质的养成，激发出更多居家健身的欲望，激活了家用健身器材的需求。受此影响，公司与舒华体育 2020 年的销售收入保持快速增长。

b、客户结构

公司与同行业上市公司产品结构的不同，导致客户结构也有所不同。舒华体育家用健身器材的主要客户为国内经销商和终端消费者，英派斯商用健身器材最终销往境内外企业单位和连锁健身房等终端客户，金陵体育的客户主要集中于体育赛事组织、学校和其他政府事业单位，而公司家用型健身器材主要面向境外 OEM/ODM 客户以及终端消费者。国外健身器材行业起步较早，人们的健身观念更强、锻炼习惯普及程度更高，对家用健身器材的需求量更大。舒华体育 2020 年健身器材外销收入占比为 22.45%，较其 2019 年的 11.41%大幅增长，仍远低于公司 80.16%的出口销售占比，公司 2020 年收入增幅大于舒华体育。

3、主营业务收入按销售区域构成分析

报告期内，公司主营业务收入按销售区域的销售情况如下：

单位：万元、%

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
境外	31,771.71	85.18	53,965.16	80.16	26,987.12	71.12	26,668.83	72.63
境内	5,526.25	14.82	13,355.69	19.84	10,956.53	28.88	10,049.51	27.37
合计	**37,297.96**	**100.00**	**67,320.85**	**100.00**	**37,943.65**	**100.00**	**36,718.34**	**100.00**

注：2018 年 1 至 11 月，弘亚经贸在与康力源、Impex 的三方合作关系中，主要负责报关出口单证的制作和结算等工作，为了保持口径的一致性，公司将对弘亚经贸的销售按照其下游客户所在区域列示。

报告期内，公司以外销为主，公司主营业务收入中外销占比分别为 72.63%、71.12%、80.16%和 85.18%，主要系境外的健身器材市场起步较早，消费者健身意识较强，公司一直瞄准境外市场研发产品、开拓客户渠道，受益于国外需求的逐步增长以及跨境电商渠道的持续拓展，报告期内，公司外销收入占比总体保持增长态势。

4、主营业务收入的季节性分析

报告期内，公司每季度主营业务收入情况如下：

单位：万元、%

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	20,728.87	12,366.19	18.37	5,915.14	15.59	6,532.45	17.79
第二季度	16,569.08	15,615.88	23.20	8,666.21	22.84	8,067.92	21.97
第三季度	/	18,611.34	27.65	10,958.62	28.88	10,078.69	27.45
第四季度	/	20,727.44	30.79	12,403.69	32.69	12,039.28	32.79
合计	**37,297.96**	**67,320.85**	**100.00**	**37,943.65**	**100.00**	**36,718.34**	**100.00**

公司收入存在一定的季节性。报告期各期，公司第三季度和第四季度的主营业务收入较高，主要原因系：A、受秋冬季节室外温度、空气质量等因素影响，消费者更加偏好进行室内健身，公司主要以外销为主，海运需要一定时间，客户一般提前进行备货，一定程度上促进了公司产品在下半年的销售；B、政府采购项目通常集中于下半年招标，因春节前后天气寒冷，验收工作较难实施，相关收入多于第四季度或次年二季度验收合格后进行确认。同行业中舒华体育、英派斯

均存在前述情形，符合行业惯例。

（二）营业成本分析

1、营业成本构成情况

报告期内，公司营业成本构成如下：

单位：万元、%

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	25,852.49	100.00	44,499.89	100.00	25,890.58	99.57	26,645.68	99.15
其他业务成本	-	-	0.80	0.00	111.86	0.43	228.59	0.85
合计	**25,852.49**	**100.00**	**44,500.69**	**100.00**	**26,002.44**	**100.00**	**26,874.27**	**100.00**

由上表，主营业务成本为公司营业成本的主要构成，与营业收入的构成相匹配。

2、主营业务成本分产品构成

报告期内，主营业务成本分产品构成如下：

单位：万元、%

项目			2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
			金额	占比	金额	比例	金额	比例	金额	比例
室内健身器材	无氧器械	综合训练器	8,504.91	32.90	13,945.78	31.34	8,908.01	34.41	8,989.83	33.74
		自由力量训练器	10,421.69	40.31	17,313.45	38.91	7,964.55	30.76	8,830.44	33.14
		其他	424.64	1.64	797.46	1.79	734.58	2.84	639.53	2.40
		小计	**19,351.24**	**74.85**	**32,056.68**	**72.04**	**17,607.14**	**68.01**	**18,459.80**	**69.28**
	有氧器械	跑步机	2,407.86	9.31	5,030.18	11.30	4,040.52	15.61	4,048.62	15.19
		健身车	1,430.48	5.53	2,577.40	5.79	1,808.07	6.98	1,953.96	7.33
		其他	922.09	3.57	1,749.73	3.93	1,043.23	4.03	860.35	3.23
		小计	**4,760.43**	**18.41**	**9,357.31**	**21.03**	**6,891.82**	**26.62**	**6,862.93**	**25.76**
	小计		**24,111.67**	**93.27**	**41,413.98**	**93.07**	**24,498.95**	**94.62**	**25,322.72**	**95.04**
室外全民健身器材			1,589.86	6.15	2,797.05	6.29	1,220.72	4.71	1,085.10	4.07
其他			150.96	0.58	288.86	0.65	170.91	0.66	237.86	0.89
合计			**25,852.49**	**100.00**	**44,499.89**	**100.00**	**25,890.58**	**100.00**	**26,645.68**	**100.00**

从上表可以看出，公司的主营业务成本以室内健身器材为主，与主营业务收

入的构成相一致。

报告期内，公司主要产品的收入及成本变动情况如下：

单位：万元、%

产品类别		2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
		金额	金额	变动	金额	变动	金额
综合训练器	主营业务收入	12,072.52	21,100.17	54.56	13,652.08	1.68	13,426.87
	主营业务成本	8,504.91	13,945.78	56.55	8,908.01	-0.91	8,989.83
自由力量训练器	主营业务收入	16,209.45	28,406.54	135.15	12,080.29	0.14	12,063.48
	主营业务成本	10,421.69	17,313.45	117.38	7,964.55	-9.81	8,830.44
跑步机	主营业务收入	3,233.57	7,024.74	32.22	5,313.04	5.59	5,032.00
	主营业务成本	2,407.86	5,030.18	24.49	4,040.52	-0.20	4,048.62
健身车	主营业务收入	1,908.56	3,558.38	44.52	2,462.26	-2.30	2,520.17
	主营业务成本	1,430.48	2,577.40	42.55	1,808.07	-7.47	1,953.96
室外全民健身器材	主营业务收入	1,928.00	3,392.76	77.29	1,913.67	9.75	1,743.69
	主营业务成本	1,589.86	2,797.05	129.13	1,220.72	12.50	1,085.10

①2019 年度

与 2018 年度相比，2019 年度，公司主要产品的收入和成本变动幅度整体都较小，综合训练器、自由力量训练器、跑步机、健身车等主要产品的收入增长幅度略高于成本增长幅度，主要系公司 2019 年的客户结构较 2018 年有所变化。

②2020 年度

与 2019 年度相比，2020 年度，公司主要产品的收入与成本都大幅增长，而且变动幅度相差不大。

3、主营业务成本结构情况

（1）主营业务成本料工费构成情况

报告期内，公司主营业务成本的料工费构成情况如下表所示：

单位：万元、%

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	16,200.78	77.31	28,677.58	78.51	18,328.18	78.67	19,209.29	79.17
直接人工	2,739.97	13.07	4,720.17	12.92	3,446.79	14.80	3,341.48	13.77
制造费用	813.81	3.88	1,753.36	4.80	1,300.93	5.58	1,480.71	6.10
外协加工费	1,201.85	5.74	1,374.36	3.76	220.55	0.95	232.64	0.96
自产成本小计	**20,956.42**	**100.00**	**36,525.48**	**100.00**	**23,296.45**	**100.00**	**24,264.11**	**100.00**
外购产品	1,967.84	/	4,127.04	/	2,594.14	/	2,381.56	/
外购服务	2,928.24	/	3,847.38	/	-	/	-	/
合计	**25,852.49**	**100.00**	**44,499.89**	**100.00**	**25,890.58**	**100.00**	**26,645.68**	**100.00**

公司主营业务成本由直接材料、直接人工、制造费用、外协加工费、外购产品、外购服务构成，以直接材料为主。公司的直接材料主要包括钢材、外购件、包装物及印刷物等。直接人工为直接生产人员及辅助生产人员的工资、社保、福利费等。公司制造费用主要由水电费、折旧摊销费用和物料消耗等部分组成。外购产品系公司直接从外部采购室外全民健身器材、健身车、哑铃等公司不自行生产的成品直接对外销售所发生的支出金额。外购服务系 2020 年起，因公司执行新收入准则，计入成本的运输费、安装费和综合服务费。

公司自产成本中直接材料占比保持在 77%-80%之间，保持相对稳定，主要系公司自产的产品种类较多，生产批次较多，抵消了不同种类产品的材料占比差异。

公司自产成本中直接人工占比为 12%-15%之间，2020 年占比有所下降，主要系：A、2020 年 2 月至 12 月，国家阶段性减免企业基本养老保险、失业保险、工伤保险单位缴费部分，生产一线人员及车间管理人员的社会保险费大幅降低；B、公司将部分成品委托其他企业进行加工，委托加工费挤占了人工占比。2021 年上半年，国家社保减免政策到期之后，人工占比略有上升。

2020 年和 2021 年上半年，制造费用占比有所下降，主要系：A、2020 年订单量大幅增加，产能利用率显著提高，规模效应下房屋、土地、设备折旧摊销等

固定费用被摊薄；B、公司将部分成品委托其他企业进行加工，委托加工费挤占了制造费用占比，与外协加工费占比呈反向变动关系。

2020 年和 2021 年 1-6 月，外协加工费占比有所提高，主要系公司订单量大幅增加，自身产能无法满足客户交期要求，将部分生产简单、附加值较低的哑铃凳、仰卧起坐板等成品委托外部生产。外协加工的详细分析请参见本招股说明书“第六节　业务与技术”之“（四）发行人的经营模式”之“3、生产模式”部分。

（2）分产品的料工费构成情况

①室内健身器材的料工费构成情况

报告期内，室内健身器材的料工费构成如下：

单位：万元、%

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	16,009.77	77.38	28,401.62	78.53	18,090.63	78.65	19,025.93	79.16
直接人工	2,717.72	13.14	4,681.00	12.94	3,406.12	14.81	3,311.60	13.78
制造费用	808.18	3.91	1,739.40	4.81	1,285.53	5.59	1,465.48	6.10
外协加工费	1,154.71	5.58	1,346.80	3.72	219.06	0.95	232.27	0.97
自产成本小计	**20,690.37**	**100.00**	**36,168.83**	**100.00**	**23,001.34**	**100.00**	**24,035.28**	**100.00**
外购产品	1,093.90	/	2,239.71	/	1,497.62	/	1,287.44	/
外购服务	2,327.39	/	3,005.44	/	-	/	-	/
合计	**24,111.67**	**100.00**	**41,413.98**	**100.00**	**24,498.95**	**100.00**	**25,322.72**	**100.00**

从上表可以看出，室内健身器材的料工费变动情况与公司主营业务成本的料工费变动方向相一致。

室内健身器材分产品的料工费构成分析如下：

A、自由力量训练器

单位：万元、%

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	6,494.87	74.42	11,303.31	74.99	5,781.75	76.06	6,634.52	76.84
直接人工	956.60	10.96	1,979.31	13.13	1,267.33	16.67	1,317.13	15.25
制造费用	292.15	3.35	709.33	4.71	475.81	6.26	598.04	6.93
外协加工费	983.48	11.27	1,081.60	7.18	76.91	1.01	84.62	0.98
自产成本小计	**8,727.11**	**100.00**	**15,073.55**	**100.00**	**7,601.80**	**100.00**	**8,634.31**	**100.00**
外购产品	281.55	/	787.41	/	362.75	/	196.13	/
外购服务	1,413.03	/	1,452.49	/	-	/	-	/
合计	**10,421.69**	**100.00**	**17,313.45**	**100.00**	**7,964.55**	**100.00**	**8,830.44**	**100.00**

报告期内，公司自由力量训练器的成本结构保持相对稳定。2020 年及 2021 年上半年，面临不断增长的需求，公司自身产能已经达到饱和，将部分产品直接委托外部单位加工，外协加工费的增长挤占了直接人工和制造费用的占比。

B、综合训练器

单位：万元、%

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	6,266.69	78.17	10,443.50	79.82	7,067.99	79.95	7,021.96	79.17
直接人工	1,234.91	15.40	1,785.44	13.65	1,220.86	13.81	1,167.78	13.17
制造费用	378.17	4.72	672.55	5.14	453.18	5.13	571.52	6.44
外协加工费	137.36	1.71	181.67	1.39	98.50	1.11	108.17	1.22
自产成本小计	**8,017.14**	**100.00**	**13,083.17**	**100.00**	**8,840.53**	**100.00**	**8,869.43**	**100.00**
外购产品	69.44	/	106.63	/	67.48	/	120.40	/
外购服务	418.32	/	755.98	/	-	/	-	/
合计	**8,504.91**	**100.00**	**13,945.78**	**100.00**	**8,908.01**	**100.00**	**8,989.83**	**100.00**

报告期内，公司综合训练器的成本结构保持相对稳定。2021 年上半年，公司生产综合训练器的直接人工占比有所上升，挤占了直接材料和制造费用的占比，主要系：1）2021 上半年，康力源为拟组建的分公司生产车间培养生产人员，新招了部分生产人员，增加了生产人次，前期培训阶段按日计发薪酬；2）2021 年上半年，社保减免政策到期，为生产人员支付的社保费有所增加；3）综合训练

器涉及的工序、部件较多，生产工时较长，相应分摊的人员成本较高。

C、跑步机

单位：万元、%

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	1,782.25	84.20	3,812.24	85.59	3,238.42	83.84	3,320.31	86.42
直接人工	263.22	12.44	447.41	10.05	447.77	11.59	389.85	10.15
制造费用	62.36	2.95	171.44	3.85	162.09	4.20	124.83	3.25
外协加工费	8.89	0.42	22.73	0.51	14.35	0.37	7.12	0.19
自产成本小计	**2,116.72**	**100.00**	**4,453.81**	**100.00**	**3,862.63**	**100.00**	**3,842.11**	**100.00**
外购产品	133.66	/	192.58	/	177.90	/	206.51	/
外购服务	157.48	/	383.78	/	-	/	-	/
合计	**2,407.86**	**100.00**	**5,030.18**	**100.00**	**4,040.52**	**100.00**	**4,048.62**	**100.00**

报告期内，公司跑步机的成本结构保持相对稳定。生产跑步机耗用的工时较长，2021 年上半年，公司生产跑步机的直接人工占比有所上升，挤占了制造费用的占比，具体原因同综合训练器成本构成分析。

D、健身车

单位：万元、%

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	797.73	81.15	1,579.41	84.21	1,107.95	81.66	1,335.30	85.18
直接人工	134.62	13.69	193.03	10.29	172.05	12.68	169.91	10.84
制造费用	34.89	3.55	69.28	3.69	61.45	4.53	49.21	3.14
外协加工费	15.76	1.60	33.79	1.80	15.30	1.13	13.25	0.85
自产成本小计	**982.99**	**100.00**	**1,875.51**	**100.00**	**1,356.75**	**100.00**	**1,567.66**	**100.00**
外购产品	192.91	/	506.14	/	451.32	/	386.29	/
外购服务	254.58	/	195.75	/	-	/	-	/
合计	**1,430.48**	**100.00**	**2,577.40**	**100.00**	**1,808.07**	**100.00**	**1,953.96**	**100.00**

报告期内，公司健身车的成本结构保持相对稳定。2021 年上半年，公司生产健身车的直接人工占比有所上升，挤占了直接材料和制造费用的占比，具体原因详见综合训练器成本构成分析。

②室外全民健身器材的料工费构成情况

报告期内，室外全民健身器材的料工费构成如下：

单位：万元、%

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	168.32	70.74	234.39	76.48	222.03	79.92	173.40	80.10
直接人工	18.17	7.64	32.83	10.71	39.97	14.39	28.70	13.26
制造费用	4.35	1.83	11.89	3.88	15.09	5.43	14.37	6.64
外协加工费	47.10	19.79	27.35	8.92	0.72	0.26	-	-
自产成本小计	**237.94**	**100.00**	**306.46**	**100.00**	**277.80**	**100.00**	**216.46**	**100.00**
外购产品	802.20	/	1,711.91	/	942.91	/	868.63	/
外购服务	549.72	/	778.68	/	-	/	-	/
合计	**1,589.86**	**100.00**	**2,797.05**	**100.00**	**1,220.72**	**100.00**	**1,085.10**	**100.00**

报告期内，公司销售的室外全民健身器材产品因体积较大，对生产的空间要求较高，现有的厂房不能满足要求，现阶段自产不具有规模效应，主要通过贴牌的方式直接从外部采购。太空球、跷跷板等产品由公司自行生产。报告期内，自产室外全民健身器材的直接材料、制作费用占比逐年下降，尤其是 2020 年和 2021 年上半年降幅明显，主要系 2020 年及 2021 年上半年，公司产能满负荷运转，将部分室外全民健身产品直接委托外部加工，外协加工费占比上涨挤占了直接材料和制造费用的占比。

（三）毛利水平分析

1、毛利分析

报告期内公司毛利构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务毛利	11,445.46	97.96	22,820.96	99.34	12,053.07	98.94	10,072.66	98.31
其他业务毛利	237.99	2.04	151.49	0.66	129.69	1.06	173.42	1.69
合计	**11,683.46**	**100.00**	**22,972.45**	**100.00**	**12,182.76**	**100.00**	**10,246.09**	**100.00**

由上表，报告期内公司主营业务毛利占综合毛利的比例超过 97%，是公司的

主要盈利来源，其他业务毛利对公司盈利贡献较小。

报告期内，公司主营业务毛利分产品的构成情况如下：

单位：万元、%

项目			2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
室内健身器材	无氧器械	综合训练器	3,567.61	31.17	7,154.39	31.35	4,744.08	39.36	4,437.04	44.05
		自由力量训练器	5,787.76	50.57	11,093.09	48.61	4,115.74	34.15	3,233.04	32.10
		其他	210.30	1.84	437.89	1.92	138.77	1.15	18.75	0.19
		小计	**9,565.67**	**83.58**	**18,685.37**	**81.88**	**8,998.58**	**74.66**	**7,688.83**	**76.33**
	有氧器械	跑步机	825.71	7.21	1,994.57	8.74	1,272.52	10.56	983.38	9.76
		健身车	478.08	4.18	980.98	4.30	654.19	5.43	566.21	5.62
		其他	203.52	1.78	456.96	2.00	351.07	2.91	112.83	1.12
		小计	**1,507.31**	**13.17**	**3,432.51**	**15.04**	**2,277.78**	**18.90**	**1,662.42**	**16.50**
	小计		**11,072.98**	**96.75**	**22,117.88**	**96.92**	**11,276.36**	**93.56**	**9,351.25**	**92.84**
室外全民健身器材			338.14	2.95	595.71	2.61	692.95	5.75	658.60	6.54
其他			34.34	0.30	107.37	0.47	83.75	0.69	62.82	0.62
合计			**11,445.46**	**100.00**	**22,820.96**	**100.00**	**12,053.07**	**100.00**	**10,072.66**	**100.00**

公司的主营业务毛利主要来源于室内健身器材，报告期内，室内健身器材的毛利占比分别为 92.84%、93.56%、96.92%和 96.75%。报告期内，公司分产品的毛利随主营业务收入和主营业务成本变动而有所波动，公司在跨境电商渠道销售的产品主要为哑铃凳、举重床等自由力量训练器，随着跨境电商渠道的逐步开发，自由力量训练器的毛利占比逐年提高，挤压了综合训练器的毛利占比。

2、毛利率分析

报告期各期，公司综合毛利率情况如下：

单位：%

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	毛利率	变动百分点	毛利率	变动百分点	毛利率	变动百分点	毛利率
主营业务毛利率	30.69	-3.21	33.90	2.13	31.77	4.33	27.43
其他业务毛利率	100.00	0.52	99.48	45.78	53.69	10.55	43.14
综合毛利率	31.13	-2.92	34.05	2.14	31.90	4.30	27.60

2020 年起，公司执行新收入准则，将原计入销售费用的运输费、安装费和综合服务费计入了成本，为增强可比性，不考虑新收入准则的影响，报告期各期，公司综合毛利率情况如下：

单位：%

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	毛利率	变动百分点	毛利率	变动百分点	毛利率	变动百分点	毛利率
主营业务毛利率	38.54	-1.08	39.61	7.85	31.77	4.33	27.43
其他业务毛利率	100.00	0.52	99.48	45.78	53.69	10.55	43.14
综合毛利率	38.93	-0.82	39.75	7.84	31.90	4.30	27.60

报告期内，公司综合毛利率有所波动。2019 年度，公司综合毛利率较上年度增加了 4.30 个百分点，其中主营业务毛利率较上年度增加了 4.33 个百分点，主要系：

A、2018 年，国内除政采外的线下销售主要由军豪健身负责开拓市场及客户维护，公司对军豪健身的销售收入占国内线下销售收入的 56.06%，而公司对军豪健身的销售定价较低，毛利率仅为 13.93%。为了解决同业竞争及关联交易问题，2019 年 4 月，公司将军豪健身的主要业务人员吸纳进来，2019 年 5 月起，军豪健身逐步停止国内线下销售业务，由公司直接销往下游客户，公司 2019 年对军豪健身的销售收入占国内线下收入的比例降至 11.77%，扣除对军豪健身的销售后，2018 年和 2019 年公司国内线下销售的销售毛利率提高至 37.21%和 32.88%；

B、2019 年，公司加大力度开拓跨境电商业务，由澳特捷、博峰源在欧洲、日本、美国等地新开了多家亚马逊店铺，通过亚马逊实现的销售收入快速上涨，主营收入占比从 2018 年的 1.00%提升到 4.25%，而且由于公司在亚马逊销售的产品为自主品牌，并且直达终端客户，销售毛利率较高，带动公司整体的毛利率提升了 2.19 个百分点。

2020 年度，公司综合毛利率较上年度增加了 7.84 个百分点，其中主营业务毛利率较上年度增加了 7.85 个百分点，主要系：

A、2020 年，受市场对室内健身器材需求大幅增长影响，公司接到的订单量大幅增加，车间处于满负荷运行状态，产能利用率从 70.85%大幅提升至 116.19%，

规模效应下固定成本被摊薄，同时，国家出台了阶段性减免企业社保费用的政策，减免了公司 2 月至 12 月需承担的基本养老保险、失业保险和工伤保险，公司的单位人工成本有所下降。

B、2020 年上半年，受实体经济复苏缓慢影响，钢管等主要原材料的价格有所下降，公司结转的原材料及产成品的单价相对较低，主营产品的单位成本（不考虑成本转列金额）较 2019 年下降了 11.52%。成本的下降，使得公司的毛利空间有所提高。

C、受境外健身需求增长的刺激，哑铃凳、门框训练器、举重床等小型家用健身器材受到市场的欢迎，公司在亚马逊平台实现的销售收入大幅增长，收入占比从 2019 年的 4.25%继续增加到 10.49%，毛利贡献率较去年增加了 4.97 个百分点。

2021 年上半年，公司的综合毛利率与 2020 年几乎持平。

（1）分产品毛利率变动分析

报告期内，公司分产品的毛利率情况如下：

单位：%

项目		2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
室内健身器材	无氧器械	33.08	36.82	33.82	29.40
	其中：综合训练器	29.55	33.91	34.75	33.05
	自由力量训练器	35.71	39.05	34.07	26.80
	有氧器械	24.05	26.84	24.84	19.50
	其中：跑步机	25.54	28.39	23.95	19.54
	健身车	25.05	27.57	26.57	22.47
	小计	31.47	34.81	31.52	26.97
室外全民健身器材		17.54	17.56	36.21	37.77
其他		18.53	27.10	32.89	20.89
合计		**30.69**	**33.90**	**31.77**	**27.43**

为增强可比性，不考虑新收入准则的影响，公司分产品的毛利率情况如下：

单位：%

项目		2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
室内	无氧器械	39.50	41.34	33.82	29.40

项目		2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
健身器材	其中：综合训练器	33.02	37.49	34.75	33.05
	自由力量训练器	44.42	44.16	34.07	26.80
	有氧器械	31.54	32.43	24.84	19.50
	其中：跑步机	30.41	33.86	23.95	19.54
	健身车	38.39	33.07	26.57	22.47
	小计	**38.09**	**39.54**	**31.52**	**26.97**
室外全民健身器材		46.05	40.51	36.21	37.77
其他		46.12	43.06	32.89	20.89
合计		**38.54**	**39.61**	**31.77**	**27.43**

①室内健身器材

报告期各期，室内健身器材的收入占比分别为 94.43%、94.29%、94.37%和 94.33%，是公司的主要收入来源，公司主营业务毛利率主要受室内健身器材的影响。报告期各期，在不考虑新收入准则影响的情况下，公司室内健身器材的毛利率分别为 26.97%、31.52%、39.54%和 38.09%，2018 至 2020 年毛利率逐年增长，2021 年 1-6 月有一定程度下滑。

在不考虑新收入准则影响的情况下，公司室内健身器材单位售价、单位成本、毛利率变动情况如下：

单位：元/台

无氧器械				
项目	**2021 年 1-6 月**	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
单价	426.26	390.42	374.76	350.54
平均成本	257.87	229.03	248.01	247.46
毛利率	39.50%	41.34%	33.82%	29.40%
毛利率变动	-1.83%	7.52%	4.42%	/
单位售价变动对毛利率的影响	5.55%	2.45%	4.57%	/
单位成本变动对毛利率的影响	-7.39%	5.06%	-0.15%	/
有氧器械				
项目	**2021 年 1-6 月**	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
单价	1,361.54	1,352.48	1,336.25	1,072.05
平均成本	932.10	913.88	1,004.32	863.00
毛利率	31.54%	32.43%	24.84%	19.50%

毛利率变动	-0.89%	7.59%	5.34%	/
单位售价变动对毛利率的影响	0.46%	0.82%	18.52%	/
单位成本变动对毛利率的影响	-1.35%	6.77%	-13.18%	/

A、2019 年毛利率变动分析

2019 年，公司无氧器械的毛利率从 29.40%提高到 33.82%，有氧器械毛利率从 19.50%提高到 24.84%，主要系单价上涨幅度高于单位成本的上涨幅度，而其主要原因为：公司自 2019 年 5 月起，不再通过军豪健身对外销售，直接与下游客户交易；公司通过亚马逊实现的销售占比有所提升，而通过亚马逊销售的是自主品牌产品，产品定价较高。以上共同促使公司无氧器械和有氧器械的平均单价有所上升。

B、2020 年毛利率变动分析

2020 年，公司无氧器械的毛利率从 33.82%继续增加至 41.34%，有氧器械的毛利率从 24.84%增加到 32.43%，主要系：

a、单位生产成本有所下降，其主要原因为：订单量增加使得生产量快速增加，产能利用率提高摊薄了固定成本；国家阶段性减免社会保险，降低了用工成本，共同促使公司无氧器械和有氧器械的单位生产成本有所下降。

b、单位售价有所提升，其主要原因为：2020 年 6 月起，人民币持续升值，公司着手与主要客户协商上调销售价格；受益于旺盛的市场需求，公司上调了在亚马逊销售的主要产品价格，以上因素一并带来公司的无氧器械和有氧器械平均销售价格略有增长，其中无氧器械售价增幅更明显。

C、2021 年 1-6 月毛利率变动分析

2021 年上半年，公司无氧器械和有氧器械的毛利率都有所下降，主要系：受钢材等大宗商品涨价影响，公司主要成本的单位成本有所上涨，虽然公司与主要客户协调调高了价格，但受人民币汇率持续处于低位且提价执行时间稍晚等因素影响，公司产品的提价幅度低于成本上涨幅度。

②室外全民健身器材

在不考虑新收入准则影响的情况下，报告期各期，公司室外全民健身器材的毛利率分别为 37.77%、36.21%、40.51%和 46.05%，有所波动。公司室外全民健

身器材包括太空球、跷跷板、太空漫步机、扭腰机、上肢牵引器、围网等，产品差异较大，不同期间单位价格和单位成本不具有可比性。

2019 年度，公司室外全民健身器材的毛利率较上年度有所下降，主要原因系：a、一般而言，销往政采客户的室外全民健身器材因区域较分散且多种产品组合安装比较复杂，需要承担的运输费、安装费、售后服务费等销售费用相对较高，毛利率相比其他类型的客户略高，而受政府室外全民健身器材招标规划及招标周期性影响，公司本期实现的政采客户收入有所减少；b、政府采购室外全民健身器材的销售价格一般通过招标产生，受市场竞争、产品结构等因素影响，公司 2019 年政采客户的销售毛利率有所下降。

2020 年度，公司室外全民健身器材的毛利率较上年度有所上升，主要原因系：公司本期中标并完成验收的室外路径项目收入大幅增加，收入占比增加至 55.60%，而且受中标价影响，验收项目的毛利率也略有增长，带动整体毛利率有所上涨。

（2）与同行业可比公司毛利率的对比分析

报告期内，公司与同行业可比公司综合毛利率对比情况如下：

同行业公司	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
英派斯	30.93%	32.85%	34.00%	31.92%
金陵体育	36.16%	34.62%	33.48%	35.20%
舒华体育	28.59%	30.40%	40.98%	39.98%
可比公司均值	31.89%	32.62%	36.15%	35.70%
本公司	31.13%	34.05%	31.90%	27.60%

报告期内，公司综合毛利率与同行业公司均值存在差异的主要原因为产品结构和销售渠道的不同，不同产品结构、不同销售渠道的毛利率存在一定差异。分产品毛利率对比分析情况如下：

①室内健身器材

报告期内，发行人与英派斯、金陵体育、舒华体育可比产品的毛利率情况如下：

同行业公司	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
英派斯	30.31%	33.14%	34.98%	32.22%

同行业公司	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
金陵体育	34.27%	35.15%	41.11%	41.50%
舒华体育	27.08%	30.47%	40.77%	40.32%
可比公司均值	30.55%	32.92%	38.95%	38.01%
本公司	31.47%	34.81%	31.52%	26.97%

注：1、上述英派斯毛利率指该公司商用健身器材产品的毛利率；
2、金陵体育球类器材、田径器材产品在成本结构、生产和销售模式方面与公司室内健身器材较为类似，上述金陵体育毛利率指该公司披露的球类器材、田径器材的毛利率
3、上述舒华体育毛利率指该公司室内健身器材产品的毛利率。

2018 年和 2019 年，公司室内健身器材的毛利率略低于行业平均水平，与英派斯的毛利率水平比较接近，主要系公司与英派斯的销售区域分布比较类似，以境外销售为主，而同行业公司中舒华体育、金陵体育以境内销售为主。

报告期内，公司与同行业可比公司室内健身器材外销收入占比对比情况如下：

公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
英派斯	77.91%	72.27%	75.00%
舒华体育	28.66%	15.81%	14.34%
金陵体育	2.16%	4.81%	3.14%
本公司	84.42%	74.90%	76.25%

一般情况下，健身器材企业外销业务主要通过 ODM/OEM 方式实现，由于不使用自有品牌，缺少了品牌溢价，毛利率水平低于自有品牌，比如 2019 年度，舒华体育 ODM/OEM 的毛利率为 26.90%，低于经销商客户的 37.44%，远低于商业客户的 50.73%（数据来源：舒华体育招股说明书）。

公司的 ODM/OEM 渠道占比较高，与英派斯占比比较接近，因此 2018 年和 2019 年的室内健身器材毛利率与英派斯的毛利率差距较小，远低于舒华体育和金陵体育的毛利率。

2020 年和 2021 年 1-6 月，公司室内健身器材的毛利率与行业平均水平持平，主要系：

A、销售渠道

随着互联网技术的进步以及线上购物的覆盖人群的扩大，公司大力拓展跨境电商渠道这一新兴的销售渠道，有效衔接了国外需求，2020 年及 2021 年上半年公司通过亚马逊实现的销售额分别为 7,062.45 万元和 4,559.21 万元，占主营业务

收入的比例分别为 10.49%和 12.22%，营收规模及营收占比持续提升，而且，公司在亚马逊销售的是自主品牌产品，拥有自主定价权，实现的销售毛利率较高。同行业公司中舒华体育主要通过境内电商、门店和经销商销售自主品牌产品。

B、产品结构

公司主要销售家用健身器材，2020 年疫情的爆发激活了居家健身的需求，并推动人们的健康意识和健身习惯逐步改变，公司的产品订单量大幅增长，产能利用率从 70.85%大幅提升至 116.19%，摊薄了公司的固定成本，带动公司毛利率有所提升。而同行业公司中英派斯主营商用健身器材，2020 年商用健身器材的生产量从 16.89 万台增加到 18.50 万台，增幅仅为 9.53%，固定成本摊薄效应不是太明显。

②室外全民健身器材

室外全民健身器材的最终客户一般为各地体育局或企事业单位，根据合同约定全民健身产品在生产厂家出厂后，一般经运输、安装、验收后交付使用。同行业上市公司中，金陵体育的场馆设施、舒华体育的室外路径产品与公司的室外全民健身器材类似。

对于部分室外全民健身业务，公司、英派斯、舒华体育考虑与当地经销商合作，将部分运输、安装和售后等交由综合服务商完成，2020 年以前，相关支出体现在“销售费用”中的“综合服务费”中，2020 年起，相关支出计入产品成品；在场馆设施项目中，金陵体育负责相关产品的安装，安装费计入产品成本。因此考虑综合服务费的影响后，公司与金陵体育、舒华体育室外路径产品的毛利率对比情况如下：

同行业公司	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
金陵体育	19.98%	19.98%	21.90%	19.60%
舒华体育	27.23%	25.77%	19.91%	22.60%
可比公司均值	23.61%	22.88%	20.91%	21.10%
本公司	22.84%	20.37%	25.47%	23.53%

注：1、上述金陵体育毛利率指其场馆设施的毛利率；
2、上述舒华体育毛利率指其室外路径产品的毛利率；
3、舒华体育、本公司 2019 年度和 2018 年度的毛利率考虑了综合服务费的影响。

从上表可以看出，公司 2018 年度室外全民健身器材的毛利率略高于行业平

均水平，主要系公司 2016 年才开始逐步涉入全民健身采购类市场，逐步培育综合服务体系，前期中标的项目的区域分布相对集中，安装难度相对较小，与综合服务商协商支付的综合服务费率相对较低。

公司 2019 年度室外全民健身器材的毛利率略高于行业平均水平，主要系：

A、受政采项目周期性影响，公司 2019 年通过验收的政采全民健身项目金额相对较小，加上新开发了恒大系公司等客户，公司持续向 Impex 供应跷跷板、太空球等室外健身器材，公司 2019 年室外全民健身器材销售中政采客户占比大幅下降。

B、公司向国内线下贸易客户和国外线下贸易客户销售的全民健身器材需承担的安装费、售后服务费较低，考虑综合服务费后，毛利率较政采客户高。

2020 年度和 2021 年 1-6 月，公司室外全民健身器材的毛利率略低于行业平均水平，主要系：

A、2020 年以来，全民健身器材销售收入中政采客户占比有所提高，政采客户毛利率偏低相应摊薄了公司室外全民健身器材整体的毛利率；

B、公司销售的全民健身器材主要为贴牌外购，而金陵体育和舒华体育销售的场馆设施或者室外路径产品主要为自产，相比较而言，公司享有的毛利率较低。

（四）期间费用分析

报告期内，公司期间费用构成及其占营业收入的比例情况如下：

单位：万元、%

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	收入占比	金额	收入占比	金额	收入占比	金额	收入占比
销售费用	2,541.12	6.77	4,714.51	6.99	4,588.31	12.02	3,848.14	10.37
管理费用	1,306.30	3.48	2,073.58	3.07	1,565.55	4.10	1,568.21	4.22
研发费用	1,208.36	3.22	1,954.63	2.90	1,299.86	3.40	1,018.41	2.74
财务费用	729.80	1.94	2,525.99	3.74	583.96	1.53	559.92	1.51
合计	**5,785.57**	**15.41**	**11,268.72**	**16.70**	**8,037.68**	**21.05**	**6,994.68**	**18.84**

1、销售费用

报告期内，公司销售费用分别为 3,848.14 万元、4,588.31 万元、4,714.51 万

元和 2,541.12 万元，占营业收入的比例分别为 10.37%、12.02%、6.99%和 6.77%，公司销售费用的明细情况如下：

单位：万元、%

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
电商平台费用	1,464.93	57.65	2,350.40	49.85	937.51	20.43	608.72	15.82
业务宣传费	400.56	15.76	1,105.42	23.45	870.18	18.97	871.95	22.66
职工薪酬	450.64	17.73	781.49	16.58	474.15	10.33	241.54	6.28
运输费	-	-	-	-	1,514.44	33.01	1,355.71	35.23
综合服务费	-	-	-	-	205.62	4.48	248.37	6.45
安装费	-	-	-	-	158.93	3.46	234.39	6.09
业务招待费	24.13	0.95	60.77	1.29	113.04	2.46	67.17	1.75
仓储费	28.64	1.13	50.87	1.08	-	-	-	-
折旧与摊销	25.19	0.99	16.83	0.36	16.37	0.36	17.00	0.44
办公费	68.86	2.71	103.74	2.20	119.60	2.61	39.46	1.03
其他	78.17	3.08	244.99	5.20	178.48	3.89	163.83	4.26
合计	**2,541.12**	**100.00**	**4,714.51**	**100.00**	**4,588.31**	**100.00**	**3,848.14**	**100.00**

报告期内，公司的销售费用主要包括电商平台使用费、业务宣传费、职工薪酬、运输费、综合服务费、安装费等。公司自 2020 年起执行新收入准则，销售费用中的运输费、综合服务费、安装费属于合同履约成本，调整至营业成本核算，故 2020 年及 2021 年 1-6 月销售费用占营业收入的比例大幅下降。

为了增强可比性，不考虑新收入准则的影响，公司销售费用的明细构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
电商平台费用	1,464.93	26.78	2,350.40	27.45	937.51	20.43	608.72	15.82
业务宣传费	400.56	7.32	1,105.42	12.91	870.18	18.97	871.95	22.66
职工薪酬	450.64	8.24	781.49	9.13	474.15	10.33	241.54	6.28
运输费	2,316.95	42.36	2,869.94	33.52	1,514.44	33.01	1,355.71	35.23
综合服务费	447.46	8.18	683.42	7.98	205.62	4.48	248.37	6.45
安装费	163.83	3.00	294.01	3.43	158.93	3.46	234.39	6.09

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
业务招待费	24.13	0.44	60.77	0.71	113.04	2.46	67.17	1.75
仓储费	28.64	0.52	50.87	0.59	-	-	-	-
折旧与摊销	25.19	0.46	16.83	0.20	16.37	0.36	17.00	0.44
办公费	68.86	1.26	103.74	1.21	119.60	2.61	39.46	1.03
其他	78.17	1.43	244.99	2.86	178.48	3.89	163.83	4.26
合计	**5,469.35**	**100.00**	**8,561.88**	**100.00**	**4,588.31**	**100.00**	**3,848.14**	**100.00**

（1）电商平台使用费

报告期内，电商平台使用费的构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
国内平台费用	50.63	223.06	298.64	458.75
国外平台费用	1,407.68	2,127.33	638.87	149.96
运营费	6.62	-	-	-
合计	**1,464.93**	**2,350.40**	**937.51**	**608.72**

①国内电商平台

公司国内电子商务销售平台主要包括京东、淘宝、天猫，主要收费项目如下表所示：

电子商务平台	主要收费内容
京东商城	主要包括佣金、京东平台使用费、京豆费用。佣金系按照达成交易金额的一定比例交纳的佣金，主要为 5%、8%；平台使用费系每月交纳的固定费用，京豆费用主要系客户使用京豆冲抵货款时收取的费用。
京东自营	系 B2B 模式销售，公司直接销售至京东自营，京东自营销售给终端客户，该线上销售模式下不存在平台服务费用。
淘宝	基本无平台使用费用，较少发生。
天猫	主要包括佣金、代扣返点积分、保险费、公益宝贝捐赠、年费等费用。主要收费项目系佣金及代扣返点积分，佣金计提比例为 5%，代扣积分计提比例为 0.5%。

国内电商的电商平台使用费的构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
天猫平台使用费	34.52	189.33	250.42	379.00
京东商城使用费	15.52	33.34	47.86	71.71
苏宁等其他平台使用费	0.58	0.39	0.36	8.05

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
合计	**50.63**	**223.06**	**298.64**	**458.75**

从上表可以看出，公司的国内电商平台使用费主要由天猫和京东两个平台产生。

报告期内，公司在天猫平台的使用费及销售收入对比分析如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
天猫平台使用费	34.52	189.33	250.42	379.00
天猫平台收入	390.49	1,488.02	1,759.84	2,278.60
平台使用费率	8.84%	12.72%	14.23%	16.63%
菜鸟大件物流费	-	0.03	2.25	99.23
刷单平台费用	-	30.45	51.49	31.06
聚划算活动费	-	18.43	38.48	41.26
剔除刷单、聚划算等费用	34.52	140.42	158.20	207.44
扣除刷单平台费率	8.84%	9.44%	8.99%	9.10%

2017 年，公司与浙江菜鸟供应链管理有限公司签订了《供应链管理服务协议—大件》，2018 年，公司使用了其提供的信息技术服务、仓储服务、干线运输服务、配送服务等服务并向其支付了大件物流费，2019 年起，逐步停止使用；2018 年至 2020 年上半年，公司在天猫平台存在刷单情形，对应金额未确认收入，但支付了平台使用费；2018 年至 2020 年，公司参加了聚划算活动。扣除菜鸟大件物流费、刷单产生的平台使用费和聚划算活动费后，报告期各期，天猫平台使用费率分别为 9.10%、8.99%、9.44%和 8.84%，保持相对稳定。

报告期内，公司在京东商城的平台使用费及销售收入对比分析如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
京东商城使用费	15.52	33.34	47.86	71.71
京东商城收入	261.95	538.84	631.64	889.44
平台使用费率	5.93%	6.19%	7.58%	8.06%
刷单平台费用	-	0.21	13.17	10.95
扣除刷单平台费率	5.93%	6.15%	5.49%	6.83%

2018 年至 2020 年上半年，公司在京东商城存在刷单情形，对应金额未确认收入，但支付了平台使用费，扣除刷单产生的平台使用费后，报告期各期，京东

商城使用费率分别为6.83%、5.49%、6.15%和5.93%。报告期内，京东平台使用费率略有波动，主要系京东商城对公司销售的部分产品收取的平台费率为8%，各期平台使用费率为8%的收入占比不同所致。

②跨境电商平台

亚马逊电商运营模式主要分为FBM（Fulfillment by Merchant）模式和FBA（Fulfillment by Amazon）模式，两种运营模式下的电商平台费用率显著不同。FBM 模式由卖家或卖家委托的第三方负责商品的仓储和物流，客户在亚马逊平台下单后，平台系统自动通知发货，货物发出的同时物流单号等信息上传至平台系统，完成发货。FBA 模式由亚马逊物流公司为卖家进行相关的服务，卖家事先将货物存放在亚马逊物流仓库，客户在亚马逊平台下单后，平台系统自动通知亚马逊仓库进行拣货发货，发货完成后，亚马逊后台订单状态实时更新，系统显示已发货。公司在亚马逊的主要运营模式为FBA模式，仅有少量产品以FBM模式进行运营。

FBM模式下及FBA模式下，公司分别承担的主要平台费用如下：

销售模式	主要费用类型
FBM 模式	平台佣金、平台注册费、数字服务费等费用
FBA 模式	平台佣金、仓储费、配送费、数字服务费等费用

亚马逊的平台费用明细构成如下：

单位：万元

销售模式	费用项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
FBM 模式	平台佣金	98.48	410.72	-	-
FBA 模式	平台佣金	701.55	817.48	262.08	60.23
	仓储费	84.05	71.07	43.62	5.64
	配送费	433.47	729.74	268.92	56.05
其他费用		38.15	63.52	38.65	10.81
		51.99	34.81	25.61	17.24
亚马逊费用合计		**1,407.68**	**2,127.33**	**638.87**	**149.96**

FBA模式下，公司支付的平台费及对应的销售收入对比情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
平台佣金	701.55	817.48	262.08	60.23

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
平台仓储费	84.05	71.07	43.62	5.64
收入金额	4,033.70	4,773.24	1,613.04	368.32
平台佣金费用率	17.39%	17.13%	16.25%	16.35%
平台仓储费率	2.08%	1.49%	2.70%	1.53%

FBA 模式下，公司在日本亚马逊店铺佣金率为 10%，其他国家的佣金率为 15%，以不含税收入进行测算，实际佣金率略高于亚马逊收取比例。报告期内，公司在日本亚马逊店铺的销售额占比有所波动，导致报告期内佣金费用率在 16%-19%之间，略有波动。

FBA 模式下，公司 2018 年及 2020 年仓储费用率较低，主要系公司 2017 年开拓亚马逊业务，2018 年仍处于业务发展初期，货物存储量少；2020 年，受益于境外市场旺盛的需求，公司提高了产品在亚马逊的销售价格，同时货物周转加快。因此，亚马逊仓存储费占收入的比例有所减少。

FBA 模式下，公司支付的配送费及与销售量的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
配送费	433.47	729.74	268.92	56.05
销售数量（万台）	6.00	9.32	3.66	0.90
单位配送费（元/台）	72.27	78.31	73.47	62.55

FBA 模式下，公司单位配送费保持在 70 元左右，保持相对稳定。

FBM 模式下，公司支付的平台费及对应的销售收入对比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
平台佣金	98.48	410.72	-	-
收入金额	525.51	2,289.22	-	-
平台费用率	18.74%	17.94%	-	-

FBM 模式下，公司的平台费用率保持相对稳定。

（2）业务宣传费

报告期内，广告宣传费的构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
电商线上宣传费	126.13	604.78	628.93	568.88
线下业务宣传费	274.43	500.64	241.25	303.07
合计	**400.56**	**1,105.42**	**870.18**	**871.95**

报告期内，公司支付的电商线上宣传费系在天猫、京东等平台参与超级推荐、钻展、京准通等市场推广活动而向平台方支付的费用，发生的费用金额与公司参与的活动数量直接挂钩。

公司支付的线下业务宣传费主要包括在徐州机场、徐州东站发布平面广告费用，参与国内、国际展会发生的费用，赞助体育相关赛事、活动费用等，费用发生金额随各项推广活动开展情况而波动。

（3）职工薪酬

销售费用中职工薪酬包含销售人员的工资及销售提成、奖金、社保公积金及福利费。职工薪酬与营业收入的变动匹配情况如下：

单位：万元、%

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
职工薪酬	450.64	781.49	64.82	474.15	96.30	241.54
营业收入	37,535.95	67,473.14	76.70	38,185.20	2.87	37,120.35
占比	1.20	1.16	-6.72	1.24	90.83	0.65

报告期内，销售人员薪酬占营业收入的比例分别为 0.65%、1.24%、1.16%和 1.20%。2019 年度，销售收入较上年略有增长，但销售人员薪酬大幅增长主要系 2019 年 5 月以前，公司国内除政采外的线下销售未配备销售人员，全部由徐州军豪健身器材有限公司统筹协调，对应人员薪酬由军豪健身承担，2019 年 5 月起，全部内销业务由公司直接经营，销售业务人员从军豪健身转至公司，并由公司发放薪酬。2020 年度，随着营业收入的大幅增长，销售人员薪酬保持同向增长。2021 年 1-6 月，销售人员薪酬占营业收入的比例与 2020 年持平。

（4）运输费

报告期内，公司运输费占销售收入的比例如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
运输费	2,316.95	2,869.94	1,514.44	1,355.71
销售收入	37,535.95	67,473.14	38,185.20	37,120.35
占比	6.17%	4.25%	3.97%	3.65%

注：为增强可比性，将 2020 年及 2021 年 1-6 月计入营业成本的运输费一并分析。

从上表可以看出，报告期内，运输费占营业收入的比例逐年保持增长，2021 年上半年增幅明显，主要系公司海运费逐年快速增长，尤其是 2021 年上半年受国际集装箱短缺影响，海运费单价大幅上涨，具体分析如下：

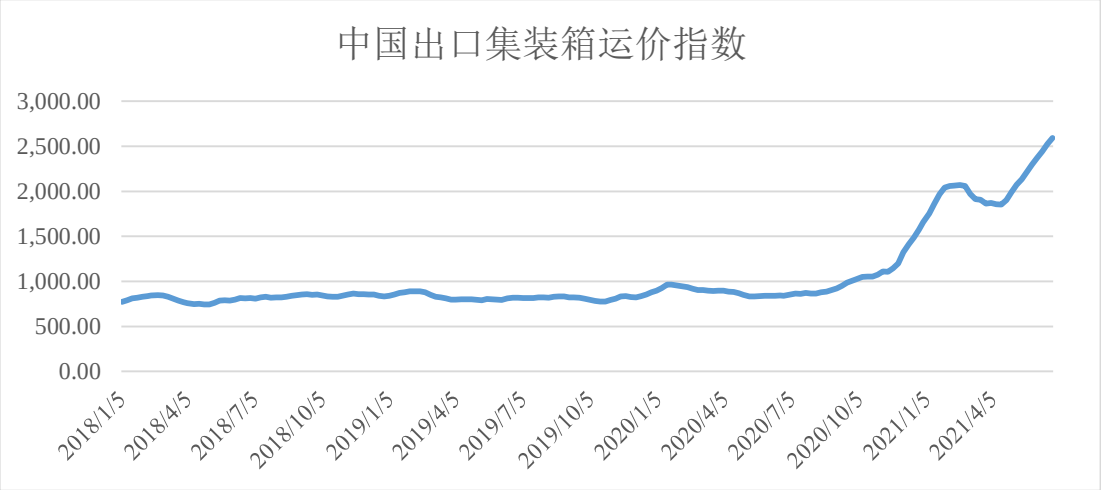
报告期内，跨境电商业务的国际货运费与出口柜数的对比分析如下：

单位：万元、万元/柜

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
海运费	1,179.10	570.94	113.76	23.63
出口货柜数	85.25	145.30	39.30	8.80
单价	13.83	3.93	2.89	2.68
铁路运费	138.45	/	/	/
出口货柜数	11.00	/	/	/
单价	12.59	/	/	/

从上表可以看出，2018 年至 2020 年，跨境电商业务海运费单价逐年有所上升，2021 年上半年公司承担的海运费单价快速上涨。2021 年上半年，因为海运运力不足，公司还通过欧亚铁路向欧洲出口了 11 柜产品，单价与海运单价相差不大。

报告期内，中国出口集装箱运价指数如下图所示：



数据来源：东方财富 Choice 数据

从上图可以看出，2018 年度至 2020 年度，中国出口集装箱运价指数波动上涨；受全球疫情蔓延影响，2020 下半年开始，尤其是 2021 年上半年，国际货运集装箱出现紧张，海运费大幅上涨。中国出口集装箱运价指数自 2020 年 6 月份因全球疫情因素触底后，一路波动上涨，2021 年 1-6 月，中国出口集装箱运价指数上涨了 56.24%。2018 年至 2020 年，公司海运费单价逐年小幅增长，2021 年 1-6 月，公司海运费单价大幅上涨，与运价指数变动趋势相一致。公司跨境电商业务集中在英国、德国等欧洲国家，疫情不断反复的背景下，长线运输的运费成本涨幅更大。

（5）综合服务费

①综合服务费变动分析

销售费用中综合服务费是公司室外全民健身器材销售产生的费用支出。报告期内，公司获得的部分全民健身类项目存在产品运输、安装地点较为分散，巡检等配套服务难度较大等特点。为确保产品按时交付，提升售后服务质量，公司在充分考虑项目收入、成本及相关费用后，聘请了综合服务商协助执行配套服务。

公司综合服务商随政府采购室外全民健身项目的收入变化而变化。2019 年度，公司的政采直销路径产品收入较上年减少 32.32%，导致综合服务费金额较上年度减少 17.21%。2020 年度，公司的政府采购室外路径产品收入较上年增长 174.10%，促使综合服务费金额较上年度增加 232.37%。

②综合服务费占政府采购全面健身器材收入的比例

报告期内，综合服务费占涉及综合服务费项目收入的比例如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
综合服务费总额（A）	447.46	683.42	205.62	248.37
涉及综合服务费项目收入（B）	1,191.70	2,209.41	770.00	798.48
A/B	37.55%	30.93%	26.70%	31.11%

报告期内，发行人综合服务费占涉及综合服务费项目收入的比例逐年增加，主要原因系：

A、报告期内，公司未在徐州以外的区域开设直营门店或地方服务网点，公

司通过第三方提供政府采购产品的一系列售后服务，相关产品在出库后即将后续服务转交综合服务商进行统筹、安排。公司在保证一定毛利水平的基础上，与综合服务商协商确定综合服务费区间。

B、报告期内，发行人室外全民健身器材业务开展的地域跨度逐步扩大、地点趋于分散，施工地点呈现出由省级、市级施工，向县级、村级施工转移的趋势，政府单位对不同室外路径设施采购也逐步多样化，使得相关产品安装方式更加复杂，因此报告期内发行人综合考虑到上述配套服务的运输、安装以及维护等工作开展难度，对综合服务商支付的相关配套服务费用也呈现上涨趋势。

③与同行业上市公司的对比情况

同行业上市公司中英派斯披露了户外产品的收入及综合服务费的情况，舒华体育披露了政府采购室外路径收入及综合服务费的情况，同行业上市公司综合服务费占比情况如下：

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度	平均值
英派斯	51.18%	81.70%	51.74%	38.18%	55.70%
舒华体育	-	-	46.54%	49.14%	47.84%

注：1、英派斯的比例指综合服务费占户外产品销售收入的比例；
2、舒华体育的比例指的是综合服务费占政府采购室外路径销售收入的比例，2020 年和 2021 年 1-6 月未披露。

公司综合服务费占政府采购室外路径直销收入的比例平均值为 27.15%，低于英派斯和舒华体育的费用比例，主要系公司中标的政采项目主要集中在江苏省，部分售后服务由公司自行提供。

（6）安装费

报告期内，安装费的构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
政采安装费	103.43	158.40	32.32	100.89
国内电商安装费	37.93	91.75	98.61	125.50
国内线下安装费	22.47	43.87	28.00	8.00
合计	**163.83**	**294.01**	**158.93**	**234.39**

①政采

公司对项目地位于工厂周边区域的项目提供安装服务，报告期各期，政采安装费占政采收入的比例如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
政采安装费	103.43	158.40	32.32	100.89
政采收入	1,367.22	2,477.94	1,153.00	1,350.67
占比	7.56%	6.39%	2.80%	7.47%

报告期内，政府采购的健身器材差异较大，政采安装费占政采收入的比例因各年完成验收的项目所在地以及项目的安装难度而异。

②国内电商

报告期各期，国内电商安装费占国内电商销售额的比例如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
国内电商安装费	37.93	91.75	98.61	125.50
国内电商销售额	1,029.26	2,722.42	2,828.21	3,511.41
占比	3.69%	3.37%	3.49%	3.57%

总体而言，国内电商的安装费占国内电商销售额相对稳定。

③国内线下销售

报告期各期，国内线下安装费占扣除政采收入后的国内线下收入的比例如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
国内线下安装费	22.47	43.87	28.00	8.00
国内线下销售额（不含政采收入）	3,130.90	8,157.79	6,963.02	5,187.42
占比	0.72%	0.54%	0.40%	0.15%

2018 年度和 2019 年度的占比相对较小，主要系 2018 年和 2019 年国内除政采业务以外的线下销售主要由军豪健身最终实现，对应的安装费由军豪健身承担，扣除对军豪健身的销售额，国内线下安装费的占比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
国内线下安装费	22.47	43.87	28.00	8.00
国内线下销售	3,130.90	8,157.79	6,006.64	1,522.13

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
占比	0.72%	0.54%	0.47%	0.53%

报告期内，扣除对军豪健身的销售之后，国内线下安装费占收入的比例保持相对稳定。

（7）销售费用率与同行业对比情况

报告期内，公司与同行业可比公司销售费用率的对比情况如下表所示：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
英派斯	11.30%	11.88%	14.33%	14.06%
金陵体育	3.85%	3.93%	6.28%	9.11%
舒华体育	8.50%	7.32%	16.79%	15.85%
平均值	**7.88%**	**7.71%**	**12.46%**	**13.01%**
公司	**6.77%**	**6.99%**	**12.02%**	**10.37%**

从上表可以看出，公司销售费用率略低于同行业可比公司，主要低于舒华体育、英派斯，主要系不同公司的销售模式、薪酬水平、费用列报存在差异，具体如下：

A、人员薪酬方面，英派斯、舒华体育分别位于山东省青岛市、福建省晋江市，公司总部位于江苏省徐州市邳州市，与公司相比，英派斯和舒华体育总部所在地经济发展水平和工资水平较高，相应支付给销售人员的薪酬水平更高。

B、销售渠道方面，舒华体育以国内销售为主，开设了多个自营门店，相应支付的市场推广、销售运营的费用更高，而公司以国外销售为主，销售渠道和客户售后服务主要由客户提供。

C、费用列报方面，与公司相比，同行业可比公司中英派斯的户外产品收入占比和舒华体育的室外全民健身器材收入占比相对较高，向综合服务商支付的综合服务费较高，英派斯 2020 年度和 2021 年 1-6 月仍将综合服务费列报于销售费用，而公司和舒华体育都已调整列报于营业成本。

2、管理费用

报告期内，公司管理费用分别为 1,568.21 万元、1,565.55 万元、2,073.58 万元和 1,306.30 万元，占营业收入的比例分别为 4.22%、4.10%、3.07%和 3.48%，

主要包括管理人员的薪酬、办公费、折旧及摊销费和中介咨询服务费等。公司管理费用明细如下：

单位：万元、%

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	802.24	61.41	1,127.15	54.36	1,017.29	64.98	979.36	62.45
办公费	102.75	7.87	221.31	10.67	101.30	6.47	81.97	5.23
折旧与摊销	105.49	8.08	166.20	8.01	161.00	10.28	179.06	11.42
中介咨询服务费	166.66	12.76	350.40	16.90	93.97	6.00	82.85	5.28
业务招待费	51.71	3.96	71.34	3.44	89.63	5.72	103.05	6.57
其他	77.46	5.93	137.19	6.62	102.37	6.54	141.92	9.05
合计	**1,306.30**	**100.00**	**2,073.58**	**100.00**	**1,565.55**	**100.00**	**1,568.21**	**100.00**

公司管理人员的职工薪酬主要由工资、奖金、社保、公积金及福利费等构成，其中奖金与个人绩效、公司绩效挂钩考核。报告期内，公司管理费用中职工薪酬随着销售收入的增长略有增长。

中介咨询服务费系公司聘请中介机构开展国体认证、审计、法律尽调、辅导、财务顾问等咨询服务所发生的费用。2020 年和 2021 年 1-6 月，公司中介咨询服务费大幅增加，主要系公司申报上市过程中发生的审计、评估、律师费、辅导费持续增加所致。

报告期内，公司的管理费用率与同行业公司的对比情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
英派斯	6.31%	5.53%	5.50%	5.85%
金陵体育	18.17%	13.13%	11.41%	10.86%
舒华体育	6.91%	6.70%	6.73%	7.68%
平均值	**10.47%**	**8.45%**	**7.88%**	**8.13%**
本公司	**3.48%**	**3.07%**	**4.10%**	**4.22%**

与同行业可比公司相比，公司的管理费用率低于行业平均水平，主要系公司的人员薪酬和折旧及摊销费低于可比公司，具体原因如下：

A、人员薪酬方面，金陵体育、英派斯、舒华体育分别位于江苏省南京市、山东省青岛市、福建省晋江市，而公司总部位于江苏省徐州市邳州市，与公司相

比，同行业公司总部所在地经济发展水平和平均工资水平较高，相应支付给管理人员的薪酬水平更高。

B、与同行业公司相比，公司生产基地建设及投用时间较早，土地及房屋建筑物的取得及建造成本较低，相应计入管理费用的折旧及摊销费较低。

3、研发费用

报告期内，公司研发费用分别为 1,018.41 万元、1,299.86 万元、1,954.63 万元和 1,208.36 万元，占收入的比重分别为 2.74%、3.40%、2.90%和 3.22%，主要包括研发人员的职工薪酬、直接领料等。公司研发费用的明细情况如下：

单位：万元、%

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	455.90	37.73	644.62	32.98	537.04	41.32	470.19	46.17
直接领料	533.69	44.17	1,100.70	56.31	490.11	37.70	399.91	39.27
折旧与摊销	42.72	3.54	87.42	4.47	89.91	6.92	91.44	8.98
产品检验费	84.52	6.99	82.57	4.22	101.49	7.81	22.73	2.23
委外研发费用	46.72	3.87	1.42	0.07	31.15	2.40	29.77	2.92
其他	44.81	3.71	37.90	1.94	50.16	3.86	4.37	0.43
合计	**1,208.36**	**100.00**	**1,954.63**	**100.00**	**1,299.86**	**100.00**	**1,018.41**	**100.00**

（1）职工薪酬

公司研发人员的职工薪酬主要由工资、奖金、社保、公积金及福利费等构成，职工薪酬逐年增长是由于随着公司业务规模的扩大，开发项目的增加，研发人员数量及研发人员平均工资上升所致。具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
研发费用-职工薪酬金额	455.90	644.62	537.04	470.19
研发人员人均薪酬	4.58	7.63	6.97	6.11

注：人均薪酬=研发人员职工薪酬×2/（期初研发人员数量+期末研发人员数量）

（2）直接领料

公司研发直接领料系为研发新产品而进行手工打样和小规模试生产所领用的原材料以及产品升级领用的产成品。

公司研发直接领料支出逐年增长，主要受公司持续加大自主研发以及市场需求增加带来的定制化研发增加所致，具体分析如下：

A、由于消费者对健身器材差异化、智能化需求愈发明显，健身器材市场的竞争日趋激烈，为应对市场需求的变化，同时为在市场竞争中占据有利位置，公司加大了新产品的研究开发力度，开发的产品数量逐年增加。

B、近几年，受市场需求刺激，客户订单需求逐步增加，公司根据客户需求开展的定制化研发数量逐年增加，相应在生产中进行手工打样和小规模试生产所耗用的原材料以及产品升级过程中领用的产成品有所增加。

（3）研发项目情况

发行人研发项目分为自主研发、定制化研发、来图转换研发以及原产品升级研发四类，发行人以产品为导向开展研发工作，包括无氧器械、有氧器械和室外全民健身器材三类，报告期内研发项目情况如下：

单位：项

项目		2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
无氧器械	自主研发	24	50	41	27
	定制化研发	69	110	79	69
	来图转换	6	2	0	0
	产品升级研发	2	8	10	45
有氧器械	自主研发	15	22	16	15
	定制化研发	18	29	17	11
	来图转换	0	1	3	0
室外全民健身器材	自主研发	7	27	29	23
合计		**141**	**249**	**195**	**190**

其中自主研发和原产品升级研发是发行人结合市场需求、热点主动开展的研发工作，定制化研发和来图转换是发行人基于以销定产模式下满足客户对新产品需求的研发工作，定制化研发项目的数量与客户对新产品的需求有关，2020 年和 2021 年上半年因市场需求增长导致客户对新产品的需求同步增长。

各项目研发预算由研发部设计产品图纸并根据产品图纸开发 BOM，由采购部结合原材料价格确定预算金额。报告期内发行人研发费用支出情况如下：

单位：万元

项目	研发投入	投入占比
2021 年 1-6 月		
无氧产品	711.74	58.90%
有氧产品	378.28	31.31%
室外全民健身器材	118.34	9.79%
2020 年度		
无氧产品	1,196.16	61.20%
有氧产品	524.35	26.83%
室外全民健身器材	234.13	11.98%
2019 年度		
无氧产品	781.86	60.15%
有氧产品	378.51	29.12%
室外全民健身器材	139.50	10.73%
2018 年度		
无氧产品	579.25	56.88%
有氧产品	301.55	29.61%
室外全民健身器材	137.61	13.51%

截至 2021 年 6 月 30 日，发行人正在研发、尚未量产的项目合计 32 项，均为定制化需求相关的产品，其中综合训练器 10 项、自由训练器 7 项、单机训练器 4 项，跑步机等有氧器械 10 项，室外全民健身器材 1 项。

4、财务费用

报告期内，公司财务费用分别为 559.92 万元、583.96 万元、2,525.99 万元和 729.80 万元，占收入的比重分别为 1.51%、1.53%、3.74%和 1.94%，主要是贷款利息支出和汇兑损益。财务费用明细如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
贷款利息支出	393.36	598.10	884.67	830.01
银行利息收入	-16.77	-7.95	-2.80	-6.41
汇兑损益	325.97	1,895.07	-339.83	36.62
银行手续费等支出	25.48	35.52	23.26	18.82
资金拆借利息支出	-	5.25	18.66	40.73

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
资金拆借利息收入	-	-	-	-359.85
租赁利息费用	1.77	-	-	-
合计	**729.80**	**2,525.99**	**583.96**	**559.92**

（1）贷款利息支出

贷款利息支出跟公司当期的贷款规模直接相关。2018 年和 2019 年，公司贷款利息支出相对较高，主要系为了满足日常正常的资金需求，公司获得的借款规模较高。

（2）汇兑损益

报告期内，公司的汇兑损益分别为 36.62 万元、-339.83 万元、1,895.07 万元和 325.97 万元。公司以外销为主，主要以美元结算。报告期内，美元对人民币的汇率波动情况如下：

数据来源：东方财富 Choice 数据

2020 年下半年，人民币单边快速升值，公司 2020 年形成了较大金额的汇兑损失。从上图可以看出，2020 年 1-5 月，美元汇率在高位盘整，自 6 月份开始，人民币单边快速升值，美元兑人民币汇率从 6 月 1 日的 7.1315 快速下滑至 12 月 31 日的 6.5249，同时，受旺盛的国外需求影响，公司 2020 年的外销收入持续增长，持有的美元资产逐步增加，因此，2020 年公司出现大额汇兑损失。

2018 年，美元汇率呈现先下降，后上升，又下降的波动态势，公司产生的汇兑损失较小；2019 年，美元汇率整体呈波动上涨态势，因此公司产生了小额

的汇兑收益；2021 年 1-6 月，美元放缓了贬值的速度，美元汇率呈现波动下行态势，公司产生了小额的汇兑损失。

（3）资金拆借利息收入

2018 年，公司获得的资金拆借利息收入，系公司对外拆出的资金，参照市场利率水平计收的利息。因执行新金融工具准则，自 2019 年起，公司计收的资金拆借利息收入调整列报于投资收益。

报告期内，公司的资金拆出情况详见本招股说明书“第七节、公司治理与独立性”之“五、发行人报告期内资金被占用和对外担保的情况”之“（一）发行人报告期内资金被占用情况”。

（五）与经营成果有关的其他主要项目分析

1、税金及附加

报告期内，公司的税金及附加主要为城市维护建设税、房产税及教育费附加税等，总体金额较小，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
城市维护建设税	100.41	201.39	138.58	71.06
教育费附加	43.03	86.32	59.39	30.45
地方教育附加	28.69	57.52	39.59	20.30
房产税	37.32	74.64	76.73	77.44
土地使用税	32.54	55.43	57.39	69.94
印花税	18.59	19.90	12.52	11.56
环境保护税	-	-	-	0.01
车船税	0.06	0.89	1.09	0.29
合计	260.64	496.11	385.29	281.07

2、其他收益

根据 2017 年修订的《企业会计准则第 16 号——政府补助》，与公司日常经营活动相关的政府补助计入其他收益，不再计入营业外收入。报告期内，公司其他收益金额分别为 373.28 万元、182.77 万元、413.46 万元和 357.05 万元，占营业收入的比例分别为 1.01%、0.48%、0.61%和 0.95%，主要是公司收到的政府社

保补贴、科技创新补助等，具体构成如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
与资产相关的政府补助	49.77	94.20	55.22	39.21
与收益相关的政府补助	283.22	319.05	127.55	334.07
代扣个人所得税手续费返还	24.06	0.21	-	-
合计	**357.05**	**413.46**	**182.77**	**373.28**

3、政府补助

报告期各期，公司获得的政府补助明细如下：

（1）2021 年 1-6 月

单位：万元

项目	依据文号/备注	金额	列报项目	资产/收益相关
企业上市奖励	邳财报〔2021〕50 号	200.00	递延收益	收益相关
五险一金返还补贴	邳财报〔2021〕49 号	133.10	其他收益	收益相关
2021 年度省级体育产业发展专项资金补助	苏财教〔2021〕7 号	50.00	其他收益	收益相关
2020 年商务发展专项资金补助	徐财工贸〔2020〕126 号	35.75	其他收益	收益相关
2020 年省级服务贸易创新发展项目奖励	邳财工贸〔2021〕2 号、邳财工贸〔2020〕3 号	28.49	其他收益	收益相关
跨境电子商务综合试验区项目奖励	徐商电商〔2020〕150 号	24.13	其他收益	收益相关
邳州市职工失业保险基金稳岗返还补贴	邳人社发〔2016〕30 号	9.30	其他收益	收益相关
其他	-	2.45	其他收益	收益相关
合计		**483.22**		

（2）2020 年

单位：万元

项目	依据文号/备注	金额	列报项目	资产/收益相关
企业上市奖励	邳财预〔2020〕5 号	983.17	递延收益	收益相关
高档健身器材生产与设计项目配套扶持资金补助	江苏省邳州高新技术产业开发区管委会、邳州市炮车街道办事处财政所政府说明	651.42	递延收益	资产相关
2020 年度省级体育产业发展专项资金健身器材电商平台建设及运营项目补助经费	苏财综〔2020〕25 号	80.00	其他收益	收益相关
2019 年省级服务贸易创新发展补助	邳财工贸〔2020〕1 号	35.10	其他收益	收益相关

项目	依据文号/备注	金额	列报项目	资产/收益相关
邳州市劳动就业管理处说明	邳州市劳动就业管理处说明	33.36	其他收益	收益相关
职业技能提升补贴	邳州市职业技术培训中心关于江苏康力源体育科技股份有限公司政府补助事项的说明	33.08	其他收益	收益相关
2018 年外贸、外包发展补助	关于促进全区 2018 年外贸、外包发展的意见	28.50	其他收益	收益相关
以工代训补贴	邳州市职业技术培训中心关于江苏康力源体育科技股份有限公司政府补助事项的说明	25.40	其他收益	收益相关
新型学徒制培训补贴	苏政办发〔2019〕71 号	21.40	其他收益	收益相关
安全生产专项资金补助	邳州工贸〔2020〕4 号	20.00	递延收益	资产相关
2019 年商务发展专项资金（电子商务）补助	邳财工贸〔2020〕3 号	15.00	其他收益	收益相关
2019 年商务发展专项资金（第六批）慕尼黑户外运动用品展费用补助	苏财工贸〔2019〕186 号	9.56	其他收益	收益相关
邳州市职工失业保险基金稳岗返还补贴	邳人社发〔2016〕30 号	9.30	其他收益	收益相关
2020 年职工职业技术培训补助	邳州市职业技术培训中心关于江苏加一健康科技有限公司政府补助事项的说明	6.90	其他收益	收益相关
2019 年商务发展专项资金（境内外展会）补助	邳财工贸〔2020〕2 号	6.10	其他收益	收益相关
其他	-	15.35	其他收益	收益相关
合计		**1,973.64**		

（3）2019 年

单位：万元

项目	依据文号/备注	金额	列报项目	资产/收益相关
企业上市奖金	邳财预〔2019〕10 号	539.00	递延收益	收益相关
徐州市高技能人才补贴	邳州市职业技术培训中心关于江苏康力源体育科技股份有限公司政府补助事项的说明	80.45	其他收益	收益相关
参展经费补助	邳委发〔2019〕8 号	20.00	其他收益	收益相关
JX693S 智能电动跑步机研发生产资助	邳科发〔2019〕8 号	16.00	递延收益	资产相关
2018 年度第三批知识产权专项资金补助	徐财教〔2018〕65 号	10.00	其他收益	收益相关
2018 年度新增外贸企业奖励	关于做好 2018 年度新增	9.00	其他收益	收益相关

项目	依据文号/备注	金额	列报项目	资产/收益相关
	外贸企业奖励资金申报工作的通知			
2018 年度第二批知识产权专项资金补助	徐财教〔2018〕46 号、徐财规〔2018〕1 号	7.10	其他收益	收益相关
其他	-	1.00	其他收益	收益相关
合计		**682.55**		

（4）2018 年

单位：万元

项目	依据文号/备注	金额	列报项目	资产/收益相关
2017 年科技创新奖励	邳州市炮车街道办事处说明	242.90	其他收益	收益相关
江苏康力源健身器材有限公司扩建项目	苏财教〔2017〕181 号	200.00	递延收益	资产相关
JX693S 智能电动跑步机研发生产资助	苏财教〔2018〕133 号	100.00	递延收益	资产相关
2018 年度江苏省普惠金融发展专项资金补助	苏财金〔2018〕30 号	20.00	其他收益	收益相关
2018 年商务发展专项资金奖励	苏财工贸〔2018〕133 号	20.00	其他收益	收益相关
2017 年度经济社会发展先进单位奖励	邳委发〔2018〕13 号	19.50	其他收益	收益相关
安全生产专项资金补助	关于 2018 年邳州市安全生产财政奖补资金分配方案的公示	15.00	递延收益	资产相关
职工职业技术培训补助	邳州市职业技术培训中心关于江苏康力源体育科技股份有限公司政府补助事项的说明	10.02	其他收益	收益相关
稳岗就业补助奖励	邳人社发〔2016〕30 号	6.12	其他收益	收益相关
2017 年度及 2018 年度第一批知识产权专项资金补助	徐财教〔2018〕19 号	5.00	其他收益	收益相关
其他	-	10.53	其他收益	收益相关
合计		**649.07**		

4、投资收益

报告期内，公司投资收益分别为-651.87 万元、345.43 万元、489.72 万元和 79.86 万元，主要是理财产品持有期间的投资收益、金融工具投资产生的损益及资金拆借利息收入。具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
其他权益工具投资在持有期间取得的股利收入	71.96	75.52	70.12	-
处置交易性金融资产取得的投资收益	3.37	401.20	-162.58	-
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产取得的投资收益	-	-	-	-770.86
处置可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	-	33.42
可供出售金融资产在持有期间的投资收益	-	-	-	26.60
银行理财产品收益	-	-	-	58.97
定期存款利息收入	4.53	3.74	0.14	-
资金拆借利息收入	-	9.27	437.76	-
合计	**79.86**	**489.72**	**345.43**	**-651.87**

2018 年，公司产生的投资损失主要由处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产取得的投资损失构成，主要系公司从事证券投资产生的亏损。2019 年，公司获得的投资收益主要为资金拆借收入。2020 年，公司获得投资的收益主要为处置交易性金融资产取得的投资收益，主要系投资理财产品产生的收益。2021 年 1-6 月，公司产生的投资主要为其他权益工具投资在持有期间取得股利收入，系对邳州农商行和新沂汉源银行投资产生的股利收入。

5、信用减值损失与资产减值损失

报告期内，公司信用损失及资产减值损失主要为坏账损失和存货跌价损失。自 2019 年起，公司开始执行新金融工具准则的相关规定，坏账损失计入信用减值损失列报。

报告期内，公司信用减值损失和资产减值损失明细如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
信用减值损失	**-414.18**	**-258.28**	**356.77**	**-**
其中：应收票据坏账损失	-258.23	-28.32	-25.58	-
应收账款坏账损失	-137.41	-269.81	39.57	-
其他应收款坏账损失	-18.54	39.85	342.78	-
资产减值损失	**-108.39**	**-166.06**	**-248.49**	**-636.74**
其中：应收账款坏账损失	-	-	-	-42.13
其他应收款坏账损失	-	-	-	-395.67

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
存货跌价损失	-106.13	-162.96	-248.49	-198.94
合同资产减值损失	-2.26	-3.10	-	-

6、资产处置收益

报告期内，公司的资产出资收益明细如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
固定资产处置收益	-	5.09	-	-
合计	**-**	**5.09**	**-**	**-**

2020 年，公司资产处置收益为 5.09 万元，主要系处置两台小轿车产生的损益。

7、营业外收入

报告期内，公司营业外收入分别为 5.42 万元、5.22 万元、13.69 万元和 2.96 万元，占利润总额的比例分别为 0.28%、0.12%、0.12%和 0.05%，主要系员工赔款产生的损益、与日常经营活动无关的政府补助以及收到的捐赠款。具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
罚没收入	2.36	6.56	5.13	-
其他	0.61	7.13	0.09	5.42
合计	**2.96**	**13.69**	**5.22**	**5.42**

2018 年，公司营业外收入中的其他主要为收到的捐赠款。2020 年，公司营业外收入中的其他主要为收到邳州市高新区党群部奖补款项 4.46 万元，收到邳州市工会四有职工之家奖金 0.80 万元。

8、营业外支出

报告期内，公司营业外支出分别为 50.26 万元、54.29 万元、136.81 万元和 12.26 万元，占利润总额的比例分别为 2.62%、1.24%、1.18%和 0.22%，主要系对外捐赠、赔款及罚款支出、滞纳金等。具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
对外捐赠	-	123.00	43.13	33.00
非流动资产毁损报废损失	-	-	-	0.01

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
赔款支出	7.94	13.51	-	3.08
罚款支出	-	-	-	12.62
滞纳金	4.31	0.10	11.16	1.56
其他	-	0.20	-	0.00
合计	**12.26**	**136.81**	**54.29**	**50.26**

报告期内，公司积极履行社会责任，多次向社会慈善组织进行捐款，尤其是 2020 年 2 月新冠疫情爆发以后，公司积极响应政府的号召，向邳州市慈善会捐款 100 万元用于疫情防控。

2018 年，公司发生的赔款支出，系因网络购物合同纠纷，公司依据《民事调解书》（（2018）粤 1323 民初 1820 号）向客户支付的调解费用，上述事项已通过调解结束，无其他纠纷。

2020 年，公司发生的赔款支出，系因与劳务派遣公司解约而支付的赔偿款 13.51 万元。2021 年，公司发生的赔款支出，系因一名员工在生产过程中未按照规范操作受伤被鉴定为九级伤残，公司支付的医药费和工伤赔偿款。

（六）纳税情况分析

1、主要纳税情况

公司主要纳税税种为增值税及企业所得税。报告期内，公司缴纳的增值税及企业所得税情况如下：

（1）增值税

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
年初未交数	-111.44	-173.47	-184.83	241.75
已交税额	1,179.19	991.41	221.28	828.56
年末未交数	-354.62	-111.44	-173.47	-184.83

（2）企业所得税

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
年初未交数	1,679.43	622.61	718.99	172.43
已交税额	1,564.90	935.30	855.55	203.84

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
年末未交数	925.19	1,679.43	622.61	718.99

2、所得税费用

报告期内，公司所得税费用情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当期所得税费用	810.66	1,992.12	958.94	750.40
递延所得税费用	-68.17	210.89	-57.43	-270.22
合计	**742.49**	**2,203.01**	**901.51**	**480.18**
利润总额	5,542.31	11,568.44	4,371.64	1,919.04
综合所得税率	13.40%	19.04%	20.62%	25.02%

会计利润与所得税费用的调整过程如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利润总额	5,542.31	11,568.44	4,371.64	1,919.04
按母公司适用税率计算的所得税费用	831.35	1,735.27	1,092.91	479.76
子公司适用不同税率的影响	114.02	188.78	-7.48	-0.11
调整以前期间所得税的影响	-	0.10	-	0.02
非应税收入的影响	-10.79	-11.33	-17.21	-6.65
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	5.70	44.16	63.73	98.42
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-35.74	-	-	-
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	23.42	472.72	8.75	96.92
技术开发费加计扣除的影响	-185.45	-226.70	-239.18	-188.18
所得税费用	742.49	2,203.01	901.51	480.18

2020 年，公司取得了《高新技术企业证书》，报告期内的所得税税率分别为 25%、25%、15%、15%。2019 年综合所得税率较母公司适用税率低，主要系技术开发费加计扣除所致。2020 年综合所得税率高于母公司适用税率，主要系香港皇冠适用税率为 16.50%，徐州诚诚亿本期因汇兑损失出现大幅亏损未确认递延所得税资产所致。2021 年上半年综合所得税率略低于母公司适用税率，主要系技术开发费加计扣除所致。

十二、资产质量分析

（一）资产构成及变动分析

报告期各期末，公司资产构成情况如下表所示：

单位：万元、%

资产	2021-06-30		2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	50,444.20	78.05	49,476.45	78.41	34,173.24	70.44	36,070.90	71.07
非流动资产	14,187.01	21.95	13,624.58	21.59	14,341.94	29.56	14,685.89	28.93
资产合计	**64,631.21**	**100.00**	**63,101.03**	**100.00**	**48,515.18**	**100.00**	**50,756.79**	**100.00**

报告期各期末，公司总资产分别为 50,756.79 万元、48,515.18 万元、63,101.03 万元和 64,631.21 万元。

公司 2019 年末的资产总额较 2018 年末下降了 4.41%，主要系据英商贸因土地被政府收储而终止全部生产业务，同时，为消除公司与其之间的同业竞争和关联交易事项，2019 年 9 月 20 日，公司与其签署了《健身器材业务转移合同》，将其与健身器材生产相关的生产经营性资产及相关人员转移给公司，公司将其作为同一控制下的业务合并处理，2018 年末将其与健身器材业务相关的资产计入公司合并财务报表，2018 年末，据英商贸的资产总额 6,365.11 万元。扣除业务合并据英商贸的影响，公司的总资产逐年保持增长，主要系随着公司生产经营规模的逐步扩大，公司的货币资金、经营性应收款项、存货规模逐年增长。

从资产结构看，公司资产以流动资产为主，报告期各期末流动资产占总资产的比例均超过 70%。

1、流动资产分析

报告期各期末，公司流动资产的构成如下：

单位：万元、%

项目	2021-06-30		2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	20,885.17	41.40	23,393.82	47.28	7,351.96	21.51	5,150.43	14.28
交易性金融资产	-	-	-	-	9,471.18	27.72	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资	-	-	-	-	-	-	4,595.64	12.74

项目	2021-06-30		2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
产								
应收票据	312.13	0.62	844.48	1.71	486.06	1.42	-	-
应收账款	11,472.65	22.74	10,905.68	22.04	6,314.19	18.48	7,307.69	20.26
预付款项	247.72	0.49	504.50	1.02	406.15	1.19	248.11	0.69
其他应收款	597.51	1.18	582.74	1.18	1,324.23	3.88	8,919.30	24.73
存货	16,172.96	32.06	12,260.24	24.78	8,348.67	24.43	8,711.61	24.15
合同资产	118.38	0.23	89.64	0.18	-	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	0.72	0.00	-	-	-	-
其他流动资产	637.68	1.26	894.64	1.81	470.81	1.38	1,138.11	3.16
合计	**50,444.20**	**100.00**	**49,476.45**	**100.00**	**34,173.24**	**100.00**	**36,070.90**	**100.00**

公司流动资产主要由货币资金、应收账款、存货等构成，上述资产占流动资产比重高的主要原因是公司维持正常的生产经营活动，相应形成一定规模的客户应收账款，与生产销售规模相对应的存货余额，以及良好的经营回款所结存的货币资金。

（1）货币资金

公司的货币资金主要为银行存款。公司注重货币资金的管理，始终保持稳定的货币资金管理策略，以满足日常经营的资金需求。报告期各期末，公司货币资金余额分别为 5,150.43 万元、7,351.96 万元、23,393.82 万元和 20,885.17 万元，占流动资产的比重分别为 14.28%、21.51%、47.28%和 41.40%。其中，存放在境外的货币资金分别为 0 万元、21.83 万元、12,448.80 万元和 9,199.41 万元。

报告期各期末，公司货币资金构成如下：

单位：万元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
库存现金	0.04	0.06	0.90	0.90
银行存款	19,698.50	20,278.53	5,735.92	4,902.88
其他货币资金	1,186.63	3,115.23	1,615.14	246.65
合计	**20,885.17**	**23,393.82**	**7,351.96**	**5,150.43**

公司的其他货币资金主要为存放在第三方平台的资金。报告期各期末，公司其他货币资金的构成如下：

单位：万元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
第三方支付平台	1,185.63	3,114.23	1,614.88	246.28
证券账户	0.00	0.00	0.26	0.38
工行保证金	1.00	1.00	-	-
合计	**1,186.63**	**3,115.23**	**1,615.14**	**246.65**

公司在天猫、淘宝、京东等国内电商平台开立了店铺，并开通了第三方支付平台用于收款。同时，公司在欧洲、日本及美国等地开设了亚马逊店铺，使用派安盈、万里汇等跨境收款平台收款。另外，公司还通过阿里巴巴国际站平台进行外销，客户在阿里巴巴国际站下单后，通过阿里巴巴国际站直接回款。2020 年末其他货币资金大幅增长，主要系公司 2020 年跨境电商销售大幅增长，公司派安盈账户收到的资金大幅增长。

报告期各期末，公司存放在境外的货币资金情况如下：

单位：万元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
存放在境外的货币资金	9,199.41	12,448.80	763.56	29.41
合计	**9,199.41**	**12,448.80**	**763.56**	**29.41**

报告期内，公司存放在境外的货币资金分别为 29.41 万元、763.56 万元、12,448.80 万元和 9,199.41 万元。为了完善公司的销售架构，公司于 2019 年在中国香港成立了香港皇冠并自 2020 年起开展业务，逐步管理公司的境外线下业务和跨境电商业务。2020 年及 2021 年上半年，受境外需求大幅增长刺激，公司的境外线下业务和跨境电商业务快速增长，公司收到的外币大幅增加，因此 2020 年末及 2021 年 6 月末公司存放在境外的货币资金规模较大。

亚马逊自营仓存在体积、重量和库容限制，公司目前在境外未设立仓库，公司目前在亚马逊销售的主要为哑铃凳、举重床等体积较小、重量较轻的产品，综合训练器等大型健身器材未在亚马逊平台销售。另外，公司目前未在境外设立售后服务中心，无法为终端零售商提供需要的售后服务，因此主要以 ODM 等方式与 Impex、Argos、Nautilus 等客户达成合作。公司未来计划在境外自建或者购买仓库以及建立售后服务中心，资金存放在境外方便后续使用。

（2）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

报告期各期末，公司以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产分别为 4,595.64 万元、0 万元、0 万元和 0 万元，主要系公司购买的债务工具、权益工具及衍生金融资产，明细情况如下：

单位：万元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
债务工具投资	-	-	-	3,384.23
权益工具投资	-	-	-	811.41
衍生金融资产	-	-	-	400.00
合计	**-**	**-**	**-**	**4,595.64**

2018 年末，具体构成如下：

单位：万元

产品名称	发行机构/购买机构	金额	到期日
债券证券类投资	国泰君安证券股份有限公司	3,380.00	2019.01.02/2019.01.03/2019.01.09/2019.01.10
股票证券类投资	华泰证券股份有限公司	811.41	自主赎回
天天发 1 天期理财产品	华泰证券股份有限公司	4.23	自主赎回
华泰证券鑫益第 18339 号（中证 500）收益凭证	华泰证券股份有限公司	200.00	达到预定条件可赎回
华泰证券鑫益第 18295 号（中证 500）收益凭证	华泰证券股份有限公司	200.00	达到预定条件可赎回
合计		**4,595.64**	

2019 年起，公司执行新金融工具准则要求，将原列报于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产调整列报至交易性金融资产。

（3）交易性金融资产

报告期各期末，公司交易性金融资产分别为 0 万元、9,471.18 万元、0 万元和 0 万元，主要系公司购买的债券工具、权益工具及衍生金融资产，其明细如下：

单位：万元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
债务工具投资	-	-	7,327.13	-
权益工具投资	-	-	1,944.05	-
衍生金融资产	-	-	200.00	-
合计	**-**	**-**	**9,471.18**	**-**

截至 2019 年末，公司持有的债务工具、权益工具、衍生金融资产投资构成情况如下表所示：

单位：万元

产品名称	发行机构/购买机构	金额	到期日
“乾元添财”（按日）开放式资产组合人民币理财	中国建设银行股份有限公司	6,600.00	自主赎回
零钱宝货币基金	南京苏宁基金销售有限公司	11.28	自主赎回
天天发 1 天期理财产品	华泰证券股份有限公司	715.62	自主赎回
华泰证券鑫益第 18295 号（中证 500）收益凭证	华泰证券股份有限公司	200.00	达到预定条件可赎回
股票证券类投资	华泰证券股份有限公司	1,944.05	自主赎回
债券证券类投资	华泰证券股份有限公司	0.23	自主赎回
合计		**9,471.18**	

2020 年末及 2021 年 6 月末，公司未持有任何股票、债券、基金及银行理财产品等投资产品。

（4）应收票据

报告期各期末，公司应收票据的账面价值分别为 0 万元、486.06 万元、844.48 万元和 312.13 万元，占各期末流动资产的比例分别为 0.00%、1.42%、1.71%和 0.62%。

①应收票据构成情况

报告期各期末，公司应收票据构成情况如下：

单位：万元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
银行承兑汇票	-	-	-	-
商业承兑汇票	312.13	844.48	486.06	-
合计	**312.13**	**844.48**	**486.06**	**-**

报告期各期末，公司应收票据全部为商业承兑汇票，系由深圳恒大材料设备有限公司等恒大系公司作为出票人和承兑人开具的商业汇票。

报告期内，客户以商业承兑汇票支付货款的具体处理如下：相关收入确认时以应收账款进行初始确认，收到商业承兑汇票后，转为应收票据-商业承兑汇票科目进行核算。由应收账款转为商业承兑汇票的，公司按照连续计算的账龄计提坏账准备。

②商业承兑汇票坏账计提情况

商业承兑汇票的承兑人是银行以外的付款人，由于商业承兑汇票承兑人的信用取决于其自身的经营风险，因此公司对商业承兑汇票计提坏账准备。2019 年至今，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，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算商业承兑汇票的预期信用损失。

报告期内，公司应收票据的类别明细及坏账准备情况如下：

单位：万元、%

2021-06-30					
项目	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
单项计提坏账准备	624.26	100.00	312.13	50.00	312.13
合计	**624.26**	**100.00**	**312.13**	**50.00**	**312.13**
2020-12-31					
项目	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
按组合计提坏账准备	898.38	100.00	53.90	6.00	844.48
合计	**898.38**	**100.00**	**53.90**	**6.00**	**844.48**
2019-12-31					
项目	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
按组合计提坏账准备	511.64	100.00	25.58	5.00	486.06
合计	**511.64**	**100.00**	**25.58**	**5.00**	**486.06**

A、采用组合计提坏账准备的应收票据

报告期内，公司商业承兑汇票坏账计提情况如下：

单位：万元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
商业承兑汇票-账面余额	-	898.38	511.64	-
其中：1 年以内	-	698.13	511.64	-
1-2 年	-	200.25	-	-
商业承兑汇票-坏账准备	-	53.90	25.58	-
商业承兑汇票-账面价值	-	844.48	486.06	-

B、单项计提坏账准备的应收票据

2021 年 6 月末，公司单项计提坏账准备的应收票据如下：

单位：万元、%

单位名称	账面余额	坏账准备	计提比例	计提理由
广州恒乾材料设备有限公司	29.08	14.54	50.00	信用等级、经营环境和财务状况发生重大不利影响
深圳恒大材料设备有限公司	595.19	297.59	50.00	
合计	**624.26**	**312.13**	**50.00**	

2021 年 6 月末，公司有 225.65 万元商业承兑汇票到期未能兑付，公司转至应收账款列报，7 月 1 日、7 月 2 日、7 月 16 日、7 月 19 日，上述逾期商业承兑汇票陆续兑付。报告期期后，恒大系公司开立的 3 张商业承兑汇票出现逾期，合计金额为 179.65 万元。

2021 年 6 月以来，恒大集团的信用等级、经营情况和财务状况发生了重大不利影响，公司对截至 2021 年 6 月末恒大系公司开立的商业承兑汇票及应收账款按 50%的比例单项计提坏账准备。

（5）应收账款

报告期各期末，公司应收账款账面金额分别为 7,307.69 万元、6,314.19 万元、10,905.68 万元和 11,472.65 万元，占流动资产的比例分别为 20.26%、18.48%、22.04%和 22.74%。

①应收账款余额变化分析

报告期各期末，公司应收账款余额变化与营业收入变化对比的情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月 /2021 年 6 月底	2020 年度 /2020 年底	2019 年度 /2019 年底	2018 年度 /2018 年底
应收账款余额	12,224.17	11,519.79	6,670.18	7,704.68
坏账准备	751.51	614.11	355.99	396.99
应收账款账面价值	11,472.65	10,905.68	6,314.19	7,307.69
营业收入	75,071.90[注]	67,473.14	38,185.20	37,120.35
应收账款余额占营业收入的比例	16.28%	17.07%	17.47%	20.76%
应收账款周转率（次）	6.32	7.42	5.31	5.02

注：为增强可比性，公司对 2021 年 1-6 月的营业收入进行了年化处理。

2019 年末，公司应收账款余额较上年末略有下降，主要系受销售时点、客

户结构等因素影响，客户本期回款金额相应增多。

2020 年末，公司应收账款余额较上年末增加 4,849.61 万元，增加的应收账款主要由 Impex、Argos、Nautilus 等大型客户产生，主要系受疫情带来的生活习惯调整影响，国外居家健身需求大幅增加，上述大型客户 2020 年对公司的采购额大幅增加。Impex、Argos、Nautilus 等公司资信状况良好，与公司保持着长期的合作关系，应收账款发生坏账的风险较小。

2021 年 6 月末，公司应收账款随着销售收入的增长而小幅增长。

报告期各期末，公司应收账款账面余额占当期营业收入的比例保持相对稳定。公司应收账款周转率分别为 5.02 次、5.31 次、7.42 次和 6.32 次，总体保持增长趋势，主要系：a、在市场需求持续增长的环境下，公司产能不能满足客户的所有需求，为了尽快收到产品，部分带信用期的客户加快了回款进度；b、随着公司业务规模的扩大，合作的主要客户群体在增加，新增客户一般采用预付款的结算模式，提高了公司销售回款的速度。

②应收账款坏账准备计提情况

报告期内，公司应收账款的类别明细及坏账准备情况如下：

单位：万元、%

2021-06-30					
项目	**账面余额**		**坏账准备**		**账面价值**
	金额	**比例**	**金额**	**计提比例**	
单项计提坏账准备	254.18	2.08	132.06	51.96	122.12
按组合计提坏账准备	11,969.99	97.92	619.45	5.18	11,350.54
合计	**12,224.17**	**100.00**	**751.51**	**6.15**	**11,472.65**
2020-12-31					
项目	**账面余额**		**坏账准备**		**账面价值**
	金额	**比例**	**金额**	**计提比例**	
单项计提坏账准备	9.94	0.09	9.94	100.00	-
按组合计提坏账准备	11,509.85	99.91	604.16	5.25	10,905.68
合计	**11,519.79**	**100.00**	**614.11**	**5.33**	**10,905.68**
2019-12-31					
项目	**账面余额**		**坏账准备**		**账面**

	金额	比例	金额	计提比例	价值
单项计提坏账准备	9.94	0.15	9.94	100.00	-
按组合计提坏账准备	6,660.24	99.85	346.05	5.20	6,314.19
合计	**6,670.18**	**100.00**	**355.99**	**5.34**	**6,314.19**
2018-12-31					
项目	**账面余额**		**坏账准备**		**账面价值**
	金额	**比例**	**金额**	**计提比例**	
按信用风险特征组合计提坏账准备	7,694.74	99.87	387.04	5.03	7,307.69
单项金额不重大但单项计提坏账准备	9.94	0.13	9.94	100.00	-
合计	**7,704.68**	**100.00**	**396.99**	**5.15**	**7,307.69**

A、应收账款账龄及坏账准备分析

2018 年末，对于按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款，公司采用账龄分析法计提坏账。2019 年 1 月 1 日起，公司执行新金融工具准则要求，以预期信用损失为基础计算应收账款损失准备，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，计算预期信用损失。

报告期内，公司应收账款账龄与坏账准备具体情况如下：

单位：万元、%

账龄	**2021-06-30**			
	账面余额	**比例**	**坏账准备**	**账面价值**
1 年以内	11,866.50	99.14	593.33	11,273.18
1-2 年	46.97	0.39	4.70	42.27
2-3 年	46.67	0.39	14.00	32.67
3-4 年	1.50	0.01	0.75	0.75
4-5 年	8.35	0.07	6.68	1.67
合计	**11,969.99**	**100.00**	**619.45**	**11,350.54**
账龄	**2020-12-31**			
	账面余额	**比例**	**坏账准备**	**账面价值**
1 年以内	11,294.11	98.13	564.71	10,729.40
1-2 年	135.04	1.17	13.50	121.54
2-3 年	71.97	0.63	21.59	50.38
3-4 年	8.72	0.08	4.36	4.36
合计	**11,509.85**	**100.00**	**604.16**	**10,905.68**

账龄	2019-12-31			
	账面余额	比例	坏账准备	账面价值
1 年以内	6,537.04	98.15	326.85	6,210.19
1-2 年	88.81	1.33	8.88	79.93
2-3 年	34.39	0.52	10.32	24.07
合计	**6,660.24**	**100.00**	**346.05**	**6,314.19**
账龄	**2018-12-31**			
	账面余额	比例	坏账准备	账面价值
1 年以内	7,648.60	99.40	382.43	7,266.17
1-2 年	46.14	0.60	4.61	41.52
合计	**7,694.74**	**100.00**	**387.04**	**7,307.69**

报告期各期末，公司应收账款账龄主要为 1 年以内，按组合计提坏账准备的应收账款中 1 年以内的应收账款余额占比分别为 99.40%、98.15%、98.13%和 99.14%，由于上述款项主要由资信水平较高的经销商和贸易商产生，公司坏账产生的比例较低。截至 2021 年 9 月底，2020 年末、2021 年 6 月末的应收账款已分别回款 11,291.62 万元和 11,214.74 万元，占比分别为 98.02%、91.74%，不存在大额应收账款期后无法收回的情况。

报告期内，公司与同行业可比上市公司坏账计提比例如下：

单位：%

项目	英派斯	金陵体育	舒华体育	公司
1 年以内（含 1 年）	5.00	5.00	5.00	5.00
1-2 年（含 2 年）	10.00	10.00	20.00	10.00
2-3 年（含 3 年）	30.00	20.00	50.00	30.00
3-4 年（含 4 年）	50.00	50.00	100.00	50.00
4-5 年（含 5 年）				80.00
5 年以上	100.00	100.00		100.00

注：以上数据来源于各公司公布的年报。

由上表，公司应收账款坏账计提比例与同行业可比上市公司不存在显著差异，符合企业会计准则的规定和要求。

B、单项计提坏账准备情况

a、2018 年末、2019 年末、2020 年末

2018 年末、2019 年末、2020 年末，公司应收账款单项计提坏账准备情况如下：

单位：万元、%

单位名称	账面余额	坏账准备	计提比例	计提理由
深圳前海云集品电子商务有限公司	9.94	9.94	100.00	该公司涉嫌传销，已被立案调查，预计款项难以收回。
合计	**9.94**	**9.94**	**100.00**	

b、2021 年 6 月末

单位：万元，%

单位名称	账面余额	坏账准备	计提比例	计提理由
恒大系公司	244.24	122.12	50.00	信用等级、经营环境和财务状况发生重大不利影响
深圳前海云集品电子商务有限公司	9.94	9.94	100.00	该公司涉嫌传销，已被立案调查，预计款项难以收回。
合计	**254.18**	**132.06**	**51.96**	

关于恒大系公司信用状况详见本节“（一）资产构成及变动分析”之“1、流动资产分析”之“（4）应收票据”中的分析。

③应收账款前五名情况

报告期各期末，公司应收账款余额前五名情况如下：

单位：万元、%

序号	2021-06-30			
	单位名称	应收账款余额	占应收账款余额的比例	账龄
1	Impex 注 1	7,010.31	57.35	1 年以内
2	Argos	2,378.91	19.46	1 年以内
3	Nautilus	717.36	5.87	1 年以内
4	恒大系公司注 2	244.24	2.00	1 年以内/1-2 年
5	亚马逊	217.77	1.78	1 年以内
合计		**10,568.58**	**86.46**	
序号	2020-12-31			
	单位名称	应收账款余额	占应收账款余额的比例	账龄
1	Impex	6,217.50	53.97	1 年以内
2	Argos	1,705.84	14.81	1 年以内

3	Nautilus	1,680.08	14.58	1 年以内
4	亚马逊	556.53	4.83	1 年以内
5	徐州市圣仕体育发展有限公司	159.95	1.39	1 年以内/1-2 年/2-3 年
合计		**10,319.89**	**89.58**	
序号	**2019-12-31**			
	单位名称	**应收账款余额**	**占应收账款余额的比例**	**账龄**
1	Impex	2,802.75	42.02	1 年以内
2	Argos	1,479.97	22.19	1 年以内
3	Nautilus	627.82	9.41	1 年以内
4	恒大系公司	179.65	2.69	1 年以内
5	Egojin	148.89	2.23	1 年以内
合计		**5,239.07**	**78.54**	
序号	**2018-12-31**			
	单位名称	**应收账款余额**	**占应收账款余额的比例**	**账龄**
1	Impex	3,843.44	49.88	1 年以内
2	Argos	881.64	11.44	1 年以内
3	徐州军豪健身器材有限公司	642.46	8.34	1 年以内
4	江苏弘亚经贸有限公司	516.27	6.70	1 年以内
5	云南省教育厅教学仪器装备中心	358.23	4.65	1 年以内
合计		**6,242.05**	**81.02**	

注：1、DIVERSIFIED PRODUCT CO., LTD.、TOOL COMPANY LTD.和 CHI HSIN IMPEX, INC 三家公司受同一实际控制人控制，以 Impex 的名义合并披露；
2、恒大系公司包括深圳恒大材料设备有限公司、广州恒乾材料设备有限公司、海南恒乾材料设备有限公司和广州恒隆设备材料有限公司等公司。

报告期内，公司前五大应收账款的账龄基本为 1 年以内，应收账款回款的风险较小。报告期各期末，应收账款余额中无应收持有公司 5%（含 5%）以上表决权的股东欠款情况。

（6）预付款项

公司预付款项主要为支付的原材料采购款、费用款等。报告期各期末，公司预付款项余额分别为 248.11 万元、406.15 万元、504.50 万元和 247.72 万元，占流动资产的比例分别为 0.69%、1.19%、1.02%和 0.49%，占比较小。

报告期各期末，公司预付款项的账龄情况如下：

单位：万元、%

账龄	2021-06-30		2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	221.89	89.57	469.38	93.04	387.57	95.43	237.27	95.63
1-2 年	25.83	10.43	35.12	6.96	18.58	4.57	10.85	4.37
合计	**247.72**	**100.00**	**504.50**	**100.00**	**406.15**	**100.00**	**248.11**	**100.00**

从账龄结构来看，公司预付账款大多集中在 1 年以内。报告期各期末，公司 1 年以内的预付账款占比分别为 95.63%、95.43%、93.04%和 89.57%，支付对象主要为合作时间较久且信誉良好的供应商，预付款项不能收回的风险较小。

报告期内各期末，公司预付款项前五名供应商情况如下：

单位：万元、%

序号	2021-06-30			
	单位名称	余额	占预付账款余额的比例	账龄
1	济南力生体育用品有限公司	81.47	32.89	1 年以内
2	淄博菲凯斯健身器材有限公司	31.79	12.83	1 年以内
3	无锡墨龙金属制品有限公司	16.42	6.63	1 年以内
4	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	10.74	4.34	1 年以内
5	北京泰莱特展览有限责任公司	10.44	4.21	1 年以内
合计		**150.85**	**60.90**	
序号	**2020-12-31**			
	单位名称	余额	占预付账款余额的比例	账龄
1	青岛祥兴钢管有限公司	176.82	35.05	1 年以内
2	中体联（北京）体育产业发展有限公司	39.55	7.84	1 年以内
3	GIGA CLOUD LOGISTICS (HONGKONG) LIMITED	34.77	6.89	1 年以内
4	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	25.42	5.04	1 年以内
5	江苏长诺运动场地新材料有限公司	18.39	3.65	1 年以内
合计		**294.95**	**58.47**	
序号	**2019-12-31**			
	单位名称	余额	占预付账款余额的比例	账龄
1	任丘市好兄弟体育器材配件有限公司	46.04	11.33	1 年以内
2	中体联（北京）体育产业发展有限公司	45.76	11.27	1 年以内
3	江苏联创人造草坪股份有限公司	39.56	9.74	1 年以内

4	阿里巴巴（中国）网络技术有限公司	27.72	6.82	1 年以内
5	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	21.64	5.33	1 年以内
合计		**180.72**	**44.50**	
序号	**2018-12-31**			
	单位名称	**余额**	**占预付账款余额的比例**	**账龄**
1	河北康奥达体育用品有限公司	52.87	21.31	1 年以内
2	江苏共创人造草坪股份有限公司	42.19	17.00	1 年以内
3	江苏省电力公司邳州市供电公司	17.09	6.89	1 年以内
4	江苏贸促国际会展有限公司	16.13	6.50	1 年以内
5	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	8.19	3.30	1 年以内
合计		**136.47**	**55.00**	

（7）其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为 8,919.30 万元、1,324.23 万元、582.74 万元和 597.51 万元，占流动资产的比例分别为 24.73%、3.88%、1.18%和 1.18%。

单位：万元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
其他应收款余额	663.33	630.03	1,411.37	9,439.84
坏账准备	65.83	47.29	87.14	520.54
其他应收款账面价值	597.51	582.74	1,324.23	8,919.30

①其他应收款构成情况

公司其他应收款包含资金拆借款、出口退税、押金和投标保证金、备用金等。报告期各期末，公司其他应收款构成情况如下：

单位：万元

款项性质	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
资金拆借款	-	-	812.47	8,897.69
出口退税	430.24	418.04	131.60	91.75
押金和投标保证金	197.79	172.51	190.53	188.39
备用金	3.45	14.62	267.86	202.32
其他	31.86	24.86	8.92	59.69
合计	**663.33**	**630.03**	**1,411.37**	**9,439.84**

2018 年末，公司其他应收款中拆借款占比为 94.26%，主要为公司拆借给衡

墩建、魏浩等关联方以及江苏欢乐买商贸股份有限公司、徐州海天石化有限公司等非关联方的资金，公司对外拆借的资金基本已按资金占用的期限收取了资金占用费，具体情况详见本招股说明书“第七节、公司治理与独立性”之“五、发行人报告期内资金被占用和对外担保的情况”之“（一）发行人报告期内资金被占用情况”。公司已于 2019 年、2020 年陆续收回了资金拆借款。

2020 年末、2021 年 6 月末，公司其他应收款中出口退税的占比分别为 66.35%、64.86%，押金和投标保证金的占比分别为 27.38%和 29.82%，预计无法收回的风险较小。

2018 年末，公司其他应收款中的其他主要为公司应收中国太平洋财产保险股份有限公司的赔款 50 万元，账龄为 1-2 年。除此之外，报告期各期末，其他应收款中的其他类中主要为代扣代缴的职工个人社保费，账龄在 1 年以内。

②其他应收款账龄情况

单位：万元、%

账龄	2021-06-30			
	账面余额	比例	坏账准备	账面价值
1 年以内	534.52	80.58	26.73	507.80
1-2 年	67.91	10.24	6.79	61.12
2-3 年	28.59	4.31	8.58	20.01
3-4 年	7.91	1.19	3.95	3.95
4-5 年	23.10	3.48	18.48	4.62
5 年以上	1.30	0.20	1.30	-
合计	**663.33**	**100.00**	**65.83**	**597.51**
账龄	**2020-12-31**			
	账面余额	**比例**	**坏账准备**	**账面价值**
1 年以内	559.50	88.81	27.98	531.53
1-2 年	35.89	5.70	3.59	32.30
2-3 年	10.22	1.62	3.06	7.15
3-4 年	23.12	3.67	11.56	11.56
4-5 年	1.00	0.16	0.80	0.20
5 年以上	0.30	0.05	0.30	-
合计	**630.03**	**100.00**	**47.29**	**582.74**

账龄	2019-12-31			
	账面余额	比例	坏账准备	账面价值
1 年以内	1,289.93	91.40	64.50	1,225.43
1-2 年	87.34	6.19	8.73	78.60
2-3 年	24.65	1.75	7.40	17.26
3-4 年	5.37	0.38	2.68	2.68
4-5 年	1.29	0.09	1.03	0.26
5 年以上	2.80	0.20	2.80	-
合计	**1,411.37**	**100.00**	**87.14**	**1,324.23**
账龄	**2018-12-31**			
	账面余额	**比例**	**坏账准备**	**账面价值**
1 年以内	8,574.86	90.84	428.74	8,146.11
1-2 年	850.63	9.01	85.06	765.56
2-3 年	9.74	0.10	2.92	6.82
3-4 年	1.59	0.02	0.80	0.80
4-5 年	0.04	0.00	0.03	0.01
5 年以上	2.99	0.03	2.99	-
合计	**9,439.84**	**100.00**	**520.54**	**8,919.30**

报告期内，公司的其他应收款的账龄集中在 1 年以内。报告期各期末，1 年以内的其他应收款占比分别为 90.84%、91.40%、88.81%和 80.58%，账龄较长的其他应收款主要为支付给政采客户的投标保证金、支付给电商平台的押金保证金以及支付给中国体育用品业联合会的展会押金保证金，无法收回的风险较小。

③其他应收款前五名情况

报告期内各期末，公司其他应收款前 5 名情况如下：

单位：万元、%

序号	2021-06-30				
	单位名称	款项性质	账面余额	占其他应收款余额的比例	账龄
1	国家税务总局邳州市税务局	出口退税	8.66	1.31	1 年以内
	国家税务总局徐州市税务局第二税务分局		189.12	28.51	1 年以内
	国家税务总局南京市税务局		232.46	35.04	1 年以内
2	江苏省体育装备中心	投标保证金	23.04	3.47	1 年以内
			29.01	4.37	1-2 年

3	中国人民解放军空军后勤部采购服务站	投标保证金	35.00	5.28	1 年以内
4	浙江天猫技术有限公司	押金保证金	17.00	2.56	1-2 年
			10.00	1.51	2-3 年
			5.00	0.75	4-5 年
5	中国体育用品业联合会	押金保证金	10.00	1.51	4-5 年
合计			**559.29**	**84.32**	
序号	**2020-12-31**				
	单位名称	**款项性质**	**账面余额**	**占其他应收款余额的比例**	**账龄**
1	国家税务总局徐州市税务局第二税务分局	出口退税	418.04	66.35	1 年以内
2	浙江天猫技术有限公司	押金保证金	31.00	4.92	1 年以内
			14.00	2.22	1-2 年
			5.00	0.79	3-4 年
3	江苏省体育装备中心	投标保证金	29.01	4.61	1 年以内
4	中国体育用品业联合会	押金保证金	10.00	1.59	3-4 年
5	北京京东世纪贸易有限公司	押金保证金	2.00	0.32	1 年以内
			2.01	0.32	1-2 年
			3.00	0.48	3-4 年
合计			**514.06**	**81.59**	
序号	**2019-12-31**				
	单位名称	**款项性质**	**账面余额**	**占其他应收款余额的比例**	**账龄**
1	衡墩建	拆借款	554.32	39.28	1 年以内
2	许瑞景	拆借款	216.49	15.34	1 年以内
			11.65	0.83	1-2 年
3	国家税务总局邳州市税务局	出口退税	131.60	9.32	1 年以内
4	颜赛	备用金	74.32	5.27	1 年以内
5	浙江天猫技术有限公司	押金保证金	50.10	3.55	1 年以内
			6.00	0.43	1-2 年
			5.00	0.35	2-3 年
合计			**1,049.48**	**74.36**	
序号	**2018-12-31**				
	单位名称	**款项性质**	**账面余额**	**占其他应收款余额的比例**	**账龄**
1	衡墩建	拆借款	7,858.75	83.25	1 年以内

			43.00	0.46	1-2 年
2	江苏欢乐买商贸股份有限公司	拆借款	400.00	4.24	1-2 年
3	徐州海天石化有限公司	拆借款	217.79	2.31	1 年以内
4	魏浩	拆借款	10.17	0.11	1 年以内
			180.00	1.91	1-2 年
5	江苏康伯爵生物科技有限公司	拆借款	29.79	0.32	1 年以内
			100.00	1.06	1-2 年
合计			**8,839.50**	**93.64**	

（8）存货

①存货构成情况

单位：万元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
存货账面余额	16,383.48	12,507.08	8,638.41	8,941.03
减：跌价准备	210.53	246.84	289.75	229.42
存货账面价值	16,172.96	12,260.24	8,348.67	8,711.61

报告期各期末，公司存货分类构成情况如下：

单位：万元，%

项目	2021-06-30		2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	账面价值	比例	账面价值	比例	账面价值	比例	账面价值	比例
原材料	3,418.51	21.14	3,953.06	32.24	2,043.41	24.48	3,013.54	34.59
在产品	1,495.25	9.25	1,328.84	10.84	858.07	10.28	357.51	4.10
委托加工物资	450.12	2.78	377.90	3.08	-	-	-	-
库存商品	10,330.27	63.87	5,286.51	43.12	4,588.68	54.96	5,167.51	59.32
发出商品	475.39	2.94	1,276.63	10.41	858.50	10.28	173.05	1.99
合同履约成本	3.42	0.02	37.30	0.30	-	-	-	-
合计	**16,172.96**	**100.00**	**12,260.24**	**100.00**	**8,348.67**	**100.00**	**8,711.61**	**100.00**

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 8,711.61 万元、8,348.67 万元、12,260.24 万元和 16,172.96 万元，占流动资产比例分别为 24.15%、24.43%、24.78%和 32.06%，其中主要由原材料、库存商品、在产品和发出商品构成，四者合计金额在存货账面价值中的占比分别为 100.00%、100.00%、96.61%和 97.20%。

A、原材料

报告期各期末，公司原材料账面金额分别为 3,013.54 万元、2,043.41 万元、3,953.06 万元、3,418.51 万元。

报告期各期末，公司原材料的构成及变动情况如下：

单位：万元

项目	2021-06-30		2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
钢材	1,529.38	137.60	1,391.78	738.50	653.28	-255.06	908.34
外购件	694.23	-258.57	952.80	454.76	498.04	-132.94	630.98
坐垫	310.88	-89.43	400.31	285.35	114.96	-135.33	250.29
包装物	296.49	-136.32	432.81	248.82	183.98	-171.51	355.49
配件	290.97	-81.93	372.90	132.43	240.48	-71.51	311.99
配重材料	67.04	-35.47	102.51	6.87	95.63	-2.87	98.50
塑粉	63.91	-60.56	124.47	-17.25	141.72	-32.33	174.05
电机	60.41	-17.19	77.60	29.58	48.02	4.51	43.52
其他	174.44	-51.39	225.83	41.06	184.76	-55.61	240.38
账面余额合计	**3,487.75**	**-593.26**	**4,081.01**	**1,920.13**	**2,160.87**	**-852.67**	**3,013.54**
跌价准备	69.24		127.95		117.46		-
账面价值	**3,418.51**		**3,953.06**		**2,043.41**		**3,013.54**

2019 年末，公司原材料金额下降，主要系钢材、外购件、坐垫、包装物减少，钢材减少主要系 2019 年下半年钢材价格下降，公司预期加工还将继续下跌，减少和适度放缓钢材的采购，坐垫、包装物减少主要系适配相应订单的需要。

2020 年末，公司原材料金额大幅上涨，主要系：为满足持续增长的订单及饱和的排产需求，公司加大了钢管、外购件、包装材料等原材料的采购；预期钢材价格将持续上涨，公司对钢材进行了一定的备货。

2021 年 6 月末，公司原材料金额略有下降，主要系钢材采购价格持续波动，公司结合实际需求，基于每周的生产排程计划进行采购安排，降低了钢管的备货周期，钢管的库存量明显下降；考虑到 2021 年上半年海运运力不足和公司的库存结存情况，根据相关的出货情况，相应调整生产安排和采购，减少了期末原材料的备货。

报告期内，公司原材料的库龄情况如下：

单位：万元、%

项目	2021-06-30		2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	3,318.80	95.16	3,856.13	94.49	1,827.28	84.56	2,676.86	88.83
1-2 年	99.71	2.86	96.92	2.38	216.14	10.00	336.57	11.17
2-3 年	40.72	1.17	63.10	1.55	117.46	5.44	0.00	0.00
3 年以上	28.52	0.82	64.85	1.59	-	-	0.11	0.00
合计	**3,487.75**	**100.00**	**4,081.01**	**100.00**	**2,160.87**	**100.00**	**3,013.54**	**100.00**

从库龄上看，公司原材料的库龄集中在一年以内，且 1 年以内的金额占比总体呈增长趋势，1-2 年的原材料金额逐年有所下降，表明公司原材料的结转情况较好。

B、库存商品

报告期各期末，公司库存商品账面金额分别为 5,167.51 万元、4,588.68 万元、5,286.51 万元、10,330.27 万元。

报告期各期末，公司库存商品的构成及变动情况如下：

单位：万元

项目	2021-06-30		2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
自由力量训练器	4,247.71	1,870.83	2,376.87	1,184.33	1,192.55	274.58	917.97
综合训练器	3,613.53	1,866.53	1,747.00	124.74	1,622.26	-136.57	1,758.83
跑步机	1,133.77	574.43	559.34	-369.24	928.59	-550.23	1,478.81
健身车	744.54	515.95	228.58	-75.19	303.77	-79.36	383.14
室外全民健身器材	145.68	43.35	102.33	-60.99	163.32	41.99	121.33
其他	586.34	195.07	391.27	-159.21	550.48	-186.36	736.84
账面余额合计	**10,471.56**	**5,066.16**	**5,405.40**	**644.43**	**4,760.97**	**-635.96**	**5,396.93**
跌价准备	141.29		118.89		172.29		229.42
账面价值	**10,330.27**		**5,286.51**		**4,588.68**		**5,167.51**

2019 年末，公司库存商品金额下降，主要系：据英商贸因土地收储停止生产，产线逐步搬迁至康力源，影响了跑步机等产品的生产，2019 年末跑步机等产品的库存量有所下降。

2020 年末，公司库存商品有所增长，主要系 2020 年上半年起，公司接到的订单量大幅增加，康力源和加一健康两个工厂生产全面铺开，并且将部分容易加工、附加值较低的成品委托外协单位加工，产量的快速增长使得库存量也有所增长。

2021 年 6 月末，公司库存商品增加了 5,043.76 万元，增幅达 95.41%。主要原因在于：

a、公司境外贸易业务采取以销定产的生产组织模式。上半年，公司按照国外客户订单需求组织生产，但受国际货运集装箱短缺影响，产品完工入库之后无法及时出口销售，使得为外销线下客户生产的库存商品大幅较上年末增加了 2,084.59 万元，增幅为 66.46%。

b、公司跨境电商业务实行备货销售模式。2021 年上半年，公司极力开拓跨境电商渠道销售自主品牌产品，根据上年的销售情况，增加了在亚马逊平台销售的产品备货，2021 年 6 月末为跨境电商渠道生产的库存商品较上年末增加了 1,224.16 万元。

c、公司国内业务主要采取备货销售模式。受天气和人们健身习惯的影响，与上半年相比，下半年为我国室内健身器材的传统销售旺季，公司在排产安排中适当增加了成品备货，以满足下半年增长的市场需求，2021 年 6 月末为国内市场准备的库存商品较上年末增长了 1,610.49 万元。

报告期各期末，公司库存商品的库龄情况如下：

单位：万元、%

项目	2021-06-30		2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	10,139.09	96.83	5,119.54	94.71	4,291.64	90.14	4,923.22	91.22
1-2 年	223.30	2.13	229.59	4.25	349.69	7.34	430.00	7.97
2-3 年	92.31	0.88	46.50	0.86	89.99	1.89	26.39	0.49
3 年以上	16.86	0.16	9.77	0.18	29.65	0.62	17.31	0.32
合计	**10,471.56**	**100.00**	**5,405.40**	**100.00**	**4,760.97**	**100.00**	**5,396.93**	**100.00**

报告期各期末，公司库存商品的账龄都集中在一年以内，而且 1 年以内的金额占比总体呈增长趋势，1-2 年的库存商品金额逐年有所下降，表明公司库存商

品的期后结转情况较好，不存在大额跌价风险。

C、在产品

报告期各期末，公司在产品账面金额分别为 357.51 万元、858.07 万元、1,328.84 万元和 1,495.25 万元，逐年保持增长。

2019 年末的在产品较 2018 年末增长了 500.56 万元，主要系：a、加一健康自 2018 年投产以来，产量逐步爬坡，2019 年末处于生产过程中的在产品大幅增加；b、康力源 2019 年 9 月购买了据英商贸生产健身器材的设备，产能得以提升，2019 年末处于生产过程中的产品大幅增加。

2020 年末的在产品较 2019 年末继续增长了 470.77 万元，主要系受市场需过程求增长影响，公司订单量大幅增加，公司满负荷生产，截至 2020 年末处于生产中的产品数量进一步增长。2021 年 1-6 月，市场需求继续增长，公司保持高产能利用率，截至 6 月末处于生产过程中的产品保持相对稳定。

D、发出商品

公司发出商品系在政府采购、境外销售、电商模式、国内线下销售过程中已发出但尚不符合收入确认条件的产品，其中主要是政府采购的室外全民健身器材已发出但尚未最终验收的产品成本。报告期各期末，发出商品的具体构成如下：

单位：万元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
政府采购	175.28	543.57	327.82	-
境内线下销售	100.16	111.87	235.49	21.31
电商	43.44	66.82	100.77	51.91
境外销售	156.51	554.38	194.43	99.83
合计	**475.39**	**1,276.63**	**858.50**	**173.05**

2018 年末至 2020 年末，公司存货中发出商品余额呈持续增加趋势，主要原因系政府采购的全民健身器材形成的发出商品持续增加及外销已发出尚未装船的产品有所增加所致。全民健身器材期末的发出商品余额主要受当年度中标的合同金额、开工时间和最终的验收时间影响。通常来讲，当年度中标合同金额越大或因开工时间和最终验收时间影响导致年底已开始安装但尚未验收的项目越多，则年底的发出商品金额越大。报告期各期公司中标的全民健身器材呈持续增加趋

势，导致全民健身器材期末的发生商品余额持续增加。

2019 年末，公司发出商品较上年末增加 685.45 万元，主要原因系该年度公司在江苏等地中标的项目金额较大，截至年末已发出但未完成验收的商品较多；2020 年末，公司发出商品较上年末增加 418.13 万元，主要原因系：1）2020 年下半年公司中标项目数量较同期有所增加，期末已发出但未验收商品相应提升；2）2020 年，公司接到的外销订单大幅增加，而货轮相对紧张，公司已发货尚未装船的存货有所增加。

2021 年 6 月末，公司发出商品余额较上年末减少，主要原因系本期政府采购形成已发出待验收发出商品余额有所下降以及因集装箱紧张，6 月末发货量减少，使得外销发出商品有所减少所致。

②存货跌价准备计提情况

A、存货跌价准备计提方法

资产负债表日，公司存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该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其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以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其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

B、存货跌价准备情况表

单位：万元

项目		期初余额	本期计提	本期转销/转回	期末余额
2021 年 1-6 月	原材料	127.95	34.64	93.35	69.24
	库存商品	118.89	71.49	49.10	141.29
2020 年度	原材料	117.46	62.82	52.33	127.95
	库存商品	172.29	100.15	153.54	118.89
2019 年度	原材料	-	117.46	-	117.46
	库存商品	229.42	131.03	188.16	172.29

项目		期初余额	本期计提	本期转销/转回	期末余额
2018 年度	原材料	-	-	-	-
	库存商品	102.81	198.94	72.33	229.42

C、存货跌价准备计提的充分性

公司存货库龄整体较短，公司存在部分库龄较长的原材料和库存商品主要系售后维保备货、生产订单变化等因素影响，公司结合实际订单情况及市场行情测算各期末存货跌价准备。

公司与同行业可比上市公司存货跌价准备计提对比情况如下：

单位：万元、%

项目	2021-06-30			2020-12-31		
	跌价准备	账面余额	跌价准备率	跌价准备	账面余额	跌价准备率
英派斯	500.31	15,198.10	3.29	687.23	18,008.30	3.82
金陵体育	74.38	19,353.46	0.38	74.38	14,083.82	0.53
舒华体育	1,068.06	31,073.23	3.44	653.16	29,710.26	2.20
平均	547.58	21,874.93	2.50	471.59	20,600.79	2.29
本公司	210.53	16,383.48	1.28	246.84	12,507.08	1.97

（续上表）

项目	2019-12-31			2018-12-31		
	跌价准备	账面余额	跌价准备率	跌价准备	账面余额	跌价准备率
英派斯	439.24	15,252.61	2.88	151.31	16,904.24	0.90
金陵体育	-	10,817.12	-	-	12,076.13	-
舒华体育	655.85	21,673.55	3.03	584.62	18,569.32	3.15
平均	365.03	15,914.43	2.29	245.31	15,849.90	1.55
本公司	289.75	8,638.41	3.35	229.42	8,941.03	2.57

由上表，公司存货跌价准备计提比例高于金陵体育，低于英派斯和舒华体育。

公司采用以销定产和适当备货相结合的生产模式。对于境外贸易业务，公司全部采用以销定产的生产模式，即接到客户订单之后，再安排生产计划。公司外销收入占比较高，存货库存量相对较小，存货周转较快。公司存货周转率与同行业可比上市公司对比情况详见本节“十二、资产质量分析”之“（二）资产周转能力分析”。

（9）合同资产

2020 年末、2021 年 6 月末，公司的合同资产分别为 89.64 万元、118.38 万元，为应收质保金，占流动资产的比例分别为 0.18%、0.23%，占比较小，具体情况如下：

项目	2021-06-30			2020-12-31		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
应收质保金	124.61	6.23	118.38	94.36	4.72	89.64
合计	**124.61**	**6.23**	**118.38**	**94.36**	**4.72**	**89.64**

（10）其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
待抵扣进项税金	541.53	848.66	453.23	473.11
预交企业所得税	36.43	5.67	0.01	-
预交附加税	0.89	0.89	-	-
办公等租赁费	4.27	14.99	17.56	-
应收退货成本	6.92	12.63	-	-
广告促销费	47.64	11.79	-	-
银行理财产品	-	-	-	665.00
合计	**637.68**	**894.64**	**470.81**	**1,138.11**

报告期各期末，公司其他流动资产分别为 1,138.11 万元、470.81 万元、894.64 万元和 637.68 万元，主要由银行理财产品和待抵扣进项税金构成。报告期内，公司为提高货币资金使用效率，增加公司收益，利用暂时闲置的货币资金购买了短期银行理财产品，2018 年末银行理财产品的余额为 665.00 万元，2019 年因执行新金融工具准则，购买的银行理财产品列报于交易性金融资产。报告期各期末，待抵扣进项税金为收到的增值税专用发票中正常未抵扣的进项税。

2、非流动资产及变动分析

公司非流动资产主要由固定资产、无形资产、可供出售金融资产和其他权益工具投资构成。报告期各期末，公司非流动资产构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2021-06-30		2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
可供出售金融资产	-	-	-	-	-	-	2,580.20	17.57
其他权益工具投资	2,180.00	15.37	2,180.00	16.00	2,480.08	17.29	-	-
固定资产	7,966.46	56.15	7,872.60	57.78	8,446.78	58.90	9,315.32	63.43
在建工程	446.29	3.15	139.66	1.03	3.00	0.02	36.19	0.25
使用权资产	65.30	0.46						
无形资产	2,800.13	19.74	2,836.28	20.82	2,235.56	15.59	2,295.88	15.63
递延所得税资产	692.14	4.88	547.96	4.02	521.48	3.64	458.30	3.12
其他非流动资产	36.70	0.26	48.08	0.35	655.04	4.57	-	-
合计	**14,187.01**	**100.00**	**13,624.58**	**100.00**	**14,341.94**	**100.00**	**14,685.89**	**100.00**

（1）可供出售金融资产与其他权益工具投资

报告期各期末，可供出售金融资产的金额分别为 2,580.20 万元、0 万元、0 万元和 0 万元，其他权益工具投资的金额分别为 0 万元、2,480.08 万元、2,180.00 万元和 2,180.00 万元。

报告期各期末，可供出售金融资产和其他权益工具投资的构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
可供出售金融资产	**-**	**-**	**-**	**2,580.20**
其中：江苏邳州农村商业银行股份有限公司	-	-	-	1,480.00
江苏新沂汉源村镇银行股份有限公司	-	-	-	700.00
南通金玖惠通一期创业投资基金合伙企业（有限合伙）	-	-	-	400.20
其他权益工具投资	**2,180.00**	**2,180.00**	**2,480.08**	**-**
其中：江苏邳州农村商业银行股份有限公司	1,480.00	1,480.00	1,480.00	-
江苏新沂汉源村镇银行股份有限公司	700.00	700.00	700.00	-
南通金玖惠通一期创业投资基金合伙企业（有限合伙）	-	-	300.08	-

2018 年末，公司可供出售金融资产为持有江苏邳州农村商业银行股份有限

公司和江苏新沂汉源村镇银行股份有限公司的股权，以及对南通金玖惠通一期创业投资基金合伙企业（有限合伙）的出资。2019 年起，公司根据新金融工具准则的要求，将其作为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产在“其他权益工具投资”科目列报。

2019 年，因金玖惠通一期投资的部分项目实现了退出，公司收回对金玖惠通一期的出资额 100.12 万元，并获得投资收益 43.50 万元。2020 年 7 月，公司与衡墩建签订了《财产份额转让协议》，将其持有的南通金玖惠通一期创业投资基金合伙企业（有限合伙）全部财产份额以 300.08 万元转让给衡墩建。

（2）固定资产

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 9,315.32 万元、8,446.78 万元、7,872.60 万元和 7,966.46 万元，占非流动资产的比例分别为 63.43%、58.90%、57.78%和 56.15%，主要为房屋建筑物、通用设备、专用设备和运输设备。

报告期各期末，公司固定资产原值、累计折旧、账面价值如下：

单位：万元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
一、固定资产原值	13,719.95	13,185.05	12,974.83	13,641.45
其中：房屋及建筑物	8,070.31	8,070.31	8,068.54	8,715.29
通用设备	342.26	291.52	232.44	234.63
专用设备	4,712.39	4,404.31	4,308.00	4,311.72
运输工具	595.00	418.91	365.85	379.80
二、累计折旧	5,753.49	5,312.45	4,528.05	4,326.12
其中：房屋及建筑物	2,649.72	2,456.42	2,066.41	2,105.53
通用设备	221.71	205.21	181.82	176.55
专用设备	2,586.21	2,377.99	1,964.64	1,735.99
运输工具	295.85	272.84	315.18	308.05
三、固定资产账面价值	7,966.46	7,872.60	8,446.78	9,315.32
其中：房屋及建筑物	5,420.58	5,613.89	6,002.13	6,609.76
通用设备	120.55	86.31	50.62	58.08
专用设备	2,126.18	2,026.32	2,343.36	2,575.74
运输工具	299.15	146.08	50.67	71.74

①固定资产变动分析

2019 年末，公司固定资产账面价值较 2018 年末下降了 868.54 万元，其中固定资产原值下降了 666.61 万元，主要系 2019 年 9 月公司购买了据英商贸经营业务相关资产并作为同一控制下业务合并处理，2019 年末不再将据英商贸纳入合并范围，减少固定资产原值 976.80 万元，其中主要为房屋建筑物。

2020 年末，公司固定资产账面价值较 2019 年末下降了 574.18 万元，其中固定资产原值增加了 210.22 万元，主要系随着订单量的快速增加，公司的生产负荷提高，为了提升产能，公司对部分专用设备和运输设备进行了升级。2020 年，公司累计折旧增加了 784.40 万元，系固定资产的正常折旧。

2021 年 6 月末，公司固定资产账面价值小幅增加了 93.86 万元，其中原值增加了 534.90 万元，主要系为扩大产能，公司购置了部分专用设备和运输设备。累计折旧增加了 441.04 万元，系固定资产的正常折旧。

②主要固定资产折旧政策分析

报告期内，公司固定资产的折旧政策与同行业可比公司的对比情况如下表所示：

类别	政策	英派斯	金陵体育	舒华体育	公司
房屋及建筑物	折旧年限	10-40	20	20-40	5-30
	残值率	10.00%	5.00%	10.00%	5.00%
	年折旧率	2.25%-9.00%	4.75%	2.25%-4.50%	3.17%-19.00%
通用设备	折旧年限	5-10	3-5	5	3-10
	残值率	10.00%	5.00%	10.00%	5.00%
	年折旧率	9.00%-18.00%	19%-31.67%	18.00%	9.50%-31.67%
专用设备	折旧年限	5-10	10	10	3-10
	残值率	10.00%	5.00%	10.00%	5.00%
	年折旧率	9.00%-18.00%	9.50%	9.00%	9.50%-31.67%
运输工具	折旧年限	5-10	4	5	3-10
	残值率	10.00%	5.00%	10.00%	5.00%
	年折旧率	9.00%-18.00%	23.75%	18.00%	9.50%-31.67%

注：以上数据均来自各公司公开披露的年度报告。

从上表可以看出，公司各类别固定资产的折旧率与同行业可比上市公司不存

在显著差异。

（3）在建工程

报告期各期末，公司在建工程明细情况如下：

单位：万元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
零星工程	446.29	139.66	3.00	36.19
合计	**446.29**	**139.66**	**3.00**	**36.19**

报告期各期末，公司在建工程的金额分别为 36.19 万元、3.00 万元、139.66 万元和 446.29 万元，占非流动资产的比例分别为 0.25%、0.02%、1.03%和 3.15%，占比较小。

（4）使用权资产

2021 年 6 月末，公司使用权资产的账面价值为 65.30 万元，占非流动资产的比例为 0.46%，占比较小。

（5）无形资产

报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为 2,295.88 万元、2,235.56 万元、2,836.28 万元和 2,800.13 万元，主要为土地使用权和软件。

报告期内各期末，公司无形资产原值、累计摊销、账面价值如下：

单位：万元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
一、无形资产原值	3,288.09	3,287.34	2,609.03	2,652.42
其中：土地使用权	3,205.20	3,205.20	2,526.89	2,569.38
软件	82.89	82.14	82.14	83.04
二、累计摊销	487.96	451.05	373.47	356.53
其中：土地使用权	415.82	383.92	317.20	309.15
软件	72.14	67.13	56.27	47.38
三、无形资产账面价值	2,800.13	2,836.28	2,235.56	2,295.88
其中：土地使用权	2,789.37	2,821.28	2,209.69	2,260.23
软件	10.75	15.01	25.87	35.66

2019 年末与 2018 年末相比，公司无形资产账面价值略有减少，系无形资产正常摊销所致。

2020 年末与 2019 年末相比，公司无形资产账面价值增加了 600.73 万元，主要系加一健康新增了一项土地使用权，入账价值为 674.58 万元。

2021 年 6 月末与 2020 年末相比，公司无形资产账面价值略有减少，系无形资产正常摊销所致。

（6）递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产的构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021-06-30		2020-12-31	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	1,280.85	203.92	919.49	155.10
预计负债	15.54	2.56	46.26	7.63
内部交易未实现利润	828.41	136.73	155.86	27.00
递延收益	1,928.56	348.92	1,978.32	358.22
合计	**4,053.35**	**692.14**	**3,099.94**	**547.96**

（续上表）

项目	2019-12-31		2018-12-31	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	661.38	165.35	615.85	153.96
预计负债	8.56	2.14	3.69	0.92
内部交易未实现利润	9.69	2.42	-	-
交易性金融资产-公允价值变动	-	-	91.12	22.78
未来可抵扣亏损	988.35	247.09	665.39	166.35
递延收益	417.93	104.48	457.15	114.29
合计	**2,085.92**	**521.48**	**1,833.19**	**458.30**

报告期各期末，递延所得税资产的形成是由于对资产减值准备、内部交易未实现利润、可抵扣亏损、递延收益等会计处理与税务处理不同所致。

（7）其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产分别为 0.00 万元、655.04 万元、48.08 万元和 36.70 万元，主要为预付的土地出让金、设备款和合同资产。

报告期各期末，公司其他非流动资产的构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
预付土地出让金	-	-	655.04	-
预付设备款	5.82	25.94	-	-
合同资产	30.88	22.14	-	-
合计	**36.70**	**48.08**	**655.04**	**-**

2020 年末，其他非流动资产有所减少主要系加一健康 2019 年支付土地出让金 655.04 万元购置的一块土地在当期办妥了产权证书。

（二）资产周转能力分析

报告期内，公司与同行业上市公司资产周转能力比较情况如下：

项目	各期末	舒华体育	英派斯	金陵体育	平均	公司
应收账款周转率（次）	2021-06-30	2.45	2.40	0.97	1.94	3.16
	2020-12-31	4.72	3.36	2.18	3.42	7.42
	2019-12-31	4.55	3.83	2.42	3.60	5.31
	2018-12-31	4.37	4.38	2.61	3.79	5.02
存货周转率（次）	2021-06-30	1.71	1.62	0.66	1.33	1.79
	2020-12-31	4.02	3.50	2.36	3.29	4.21
	2019-12-31	3.91	3.85	2.90	3.55	2.96
	2018-12-31	3.98	3.97	2.79	3.58	2.69

注：上述财务指标计算如果未特别指出，均为合并财务报表口径，其计算公式如下：
（1）应收账款周转率=营业收入÷平均账面余额
（2）存货周转率=营业成本÷存货平均账面余额

1、应收账款周转率

报告期内，公司应收账款周转率高于行业平均水平，主要系产品类型、客户结构的不同所致。具体情况如下：

公司主营健身器材的生产与销售，国外仅向 Impex、Argos、Nautilus 等主要客户提供 3 个月左右的账期，国内仅向恒大系公司、得力等集采客户，大型经销商提供 1 个月左右账期，其他客户一般不赊销。因此，公司的应收账款周转率相对较快。

同行业可比公司中，舒华体育存在一定比例的展示架业务，主要以赊销方式

结算货款，应收账款期末余额相对较高。英派斯主营商用健身器材，一般给予国外 OEM/ODM 客户 30-75 天不等的信用期，同时，在国内给予经销商一定的信用额度供循环使用，应收账款周转率相对较低。金陵体育的客户主要集中于体育赛事组织、学校和其他政府事业单位，与该类客户的货款结算受产品验收、内部审批和财政预算等因素影响，回款周期的不确定性较大，因此应收账款周转率保持在较低水平。

2、存货周转率

报告期内公司存货周转率分别为 2.69 次、2.96 次、4.21 次和 1.79 次，2018 年至 2020 年，公司存货周转率逐年提高，主要系：（1）在旺盛的市场需求驱动下，公司合理安排排产计划，不断提高生产效率，压缩原材料采购周期和生产周期，加快了存货的周转速度；（2）报告期内，公司营收规模持续增长，尤其是 2020 年增幅较大，备货库存消化速度加快。2021 年 1-6 月，受国际物流集装箱紧缺影响，公司生产的产品无法及时报关出口，导致存货周转率有所下降。

报告期内，公司的 2018 年末和 2019 年末的存货周转率低于行业平均水平，主要原因系：（1）2018 年和 2019 年，公司境内销售占比相对较高，公司国内销售主要采取备货销售模式，公司拥有丰富多样的模具，为了满足客户差异化需求，公司备货的产品种类较多，与销售额相比，期末库存商品余额较大；（2）为了保证生产的有序进行，2018 年和 2019 年，公司在月度生产排程制定之后便下达采购订单，使得 2018 年末和 2019 年末原材料余额相对较高。

2020 年末及 2021 年 6 月末的存货周转率高于行业平均水平，主要原因系：（1）2020 年上半年，随着国内外需求的快速增加，尤其是国外需求爆发式增长，公司接到的订单大幅增加，对于境外销售，公司主要采用以销定产的生产组织方式，而且密切跟踪客户订舱情况，在产品完工入库及时报关出口给客户，产成品的周转较快；（2）2020 年康力源二期项目完成验收，生产能力得以提升，在订单量持续处于高位的情形下，产品的生产周期相应缩短。

十三、偿债能力、流动性及持续经营能力分析

（一）负债构成及变动分析

报告期各期末，公司负债构成情况如下表所示：

单位：万元、%

项目	2021-06-30		2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	30,109.34	84.37	31,028.25	79.66	25,659.99	90.89	21,660.60	70.51
非流动负债	5,578.95	15.63	7,923.77	20.34	2,571.60	9.11	9,060.84	29.49
合计	**35,688.29**	**100.00**	**38,952.02**	**100.00**	**28,231.59**	**100.00**	**30,721.44**	**100.00**

报告期各期末，公司负债总额分别为 30,721.44 万元、28,231.59 万元、38,952.02 万元和 35,688.29 万元。公司 2019 年末的负债总额较 2018 年末变动幅度较小，2020 年末较 2019 年末大幅增长，主要系订单量增长驱动公司加大了材料采购量，公司跟供应商的结算方式主要为先货后款，相应地应付账款大幅增加。

从负债结构看，公司负债以流动负债为主，报告期各期末流动负债占负债总额的比例都超过 70%。

1、流动负债构成及变动分析

报告期各期末，公司流动负债主要包括短期借款、应付票据、应付账款、预收款项、合同负债、其他应付款等，具体构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2021-06-30		2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	4,494.99	14.93	4,596.29	14.81	9,798.52	38.19	12,001.08	55.41
应付票据	6,800.00	22.58	3,200.00	10.31	-	-	-	-
应付账款	13,383.41	44.45	12,035.75	38.79	5,542.97	21.60	6,391.60	29.51
预收款项	-	-	-	-	1,281.52	4.99	312.50	1.44
合同负债	2,613.01	8.68	3,262.75	10.52	-	-	-	-
应付职工薪酬	1,170.30	3.89	1,249.08	4.03	1,001.59	3.90	884.22	4.08
应交税费	1,224.27	4.07	2,490.54	8.03	994.03	3.87	1,047.60	4.84
其他应付款	357.63	1.19	4,105.17	13.23	2,129.28	8.30	1,023.60	4.73
一年内到期的非流动负债	39.14	0.13	-	-	4,912.10	19.14	-	-
其他流动负债	26.60	0.09	88.68	0.29	-	-	-	-
流动负债合计	**30,109.34**	**100.00**	**31,028.25**	**100.00**	**25,659.99**	**100.00**	**21,660.60**	**100.00**

（1）短期借款

①短期借款的基本情况

报告期各期末，公司的短期借款余额分别为 12,001.08 万元、9,798.52 万元、4,596.29 万元和 4,494.99 万元，占流动负债总额的比例分别为 55.41%、38.19%、14.81%和 14.93%，主要为银行抵押及保证借款，具体构成如下：

单位：万元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
抵押借款	3,600.00	3,600.00	7,300.00	10,000.00
保证借款	890.00	990.00	2,490.00	2,000.00
信用借款	-	-	-	1.08
短期借款应付利息	4.99	6.29	8.52	-
合计	**4,494.99**	**4,596.29**	**9,798.52**	**12,001.08**

短期借款余额变动主要系公司根据实际经营周转需要，取得或偿还银行借款所致。截至 2021 年 6 月 30 日，公司短期借款中无到期未偿还的借款。

②报告期内曾发生的银行转贷情况

2018 年至 2019 年，公司发生的转贷金额分别为 9,430.00 万元和 4,300.00 万元，占当年发放贷款金额的比例分别为 48.48%和 43.92%，具体情况如下：

单位：万元

年度	贷款银行	贷款人	转贷方	受托支付金额	转贷金额	受托支付用途
2018 年	江苏银行邳州支行	康力源	加一健康	2,000.00	2,000.00	采购健身器材
2018 年	中国建设银行邳州支行	康力源	据英商贸	10,000.00	6,980.00	采购健身器材
2018 年	光大银行徐州分行	据英商贸	康力源	450.00	450.00	采购健身器材
小计				**12,450.00**	**9,430.00**	
2019 年	中国建设银行邳州支行	康力源	加一健康	4,700.00	4,300.00	采购健身器材
小计				**4,700.00**	**4,300.00**	

注：转贷金额=受托支付后转回金额

A、发生转贷的原因

公司每年因采购材料、产品等向供应商支付的款项存在批次多、频率高的特点，而贷款的发放时间、发放金额无法与公司支付采购款的需求相匹配，为满足

贷款银行受托支付的要求，公司在贷款发放后先全额支付给供应商，然后由供应商扣除当期应支付款项后将余额转回公司。该部分款项转回公司后，公司再根据实际付款需求支付给其他供应商。

B、转贷的清理情况

截至报告期末，发行人涉及转贷的银行贷款本金及利息已按期归还，未发生违约情形。

C、公司上述转贷事宜合规性分析

公司上述转贷行为取得的资金仍用于生产经营采购，且所涉及的相关银行贷款均已按照合同约定及时偿还本金及利息，不存在逾期还款的情形，不存在主观恶意骗取贷款或以非法占有为目的骗取资金的情形，不存在业绩虚构情形。另外，发行人已对转贷行为进行了清理整改，并建立健全了相关内控制度，完善了有关借款资金的使用管理，积极按照相关内控制度要求严格履行内部控制流程。截至报告期末，发行人已不存在转贷行为。

公司取得了中国人民银行邳州市支行出具的报告期内无重大违法违规的证明，不存在因转贷行为而受到相关监管部门处罚的情形。

因此，发行人上述转贷行为虽然违反了《贷款通则》相关规定，但不属于主观恶意行为，未实际损害金融机构权益和金融安全，不构成重大违法违规行为，不存在被处罚情形，不会对本次发行构成实质性障碍。

（2）应付票据

报告期各期末，公司的应付票据分别为 0 万元、0 万元、3,200.00 万元和 6,800.00 万元。2020 年末、2021 年 6 月末，公司的应付票据全部为商业承兑汇票，系公司在建信融通平台上开具的电子承兑款项。建信融通服务平台为中国建设银行牵头开发的供应链金融融资平台，主要运作模式为基于供应商对采购商的应收账款，为供应商提供保理融资、拆分转让、持有到期收款的全流程在线金融服务。发行人作为一名采购商，以核心企业的身份将其对供应商的应付账款债务记载于平台，并向供应商签发电子承兑凭证，在债务到期时进行清偿，供应商可以将持有的电子承兑凭证向银行申请保理融资、拆分转让或者持有至到期。

从实质上看，发行人在建信融通服务平台签发的电子承兑凭证与开立的商业承兑汇票类似，将其作为应付票据列报符合准则要求。运达股份（300772.SZ）、吉祥航空（603885.SH）和中岩大地（003001.SZ）等上市公司都将在建信融通平台开出的电子承兑凭证列报于应付票据。

2020 年，因客户订单增加带来采购量大幅增加，为了缓解公司的资金压力，公司在建信融通平台向供应商签发了电子承兑凭证。2021 年上半年，随着采购额的持续增加，公司签发的电子承兑凭证有所增加。

公司开立的电子承兑凭证与对供应商的采购额相匹配，具有真实交易背景，不存在通过票据融资的情况。

（3）应付账款

公司应付账款主要包括应付货款和工程设备款。报告期各期末，公司应付账款分别为 6,391.60 万元、5,542.97 万元、12,035.75 万元和 13,383.41 万元，占流动负债总额的比例分别为 29.51%、21.60%、38.79%和 44.45%。报告期各期末，公司不存在账龄 1 年以上的大额应付款项。

报告期各期末，公司应付账款的构成情况如下：

单位：万元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
工程设备款	101.62	4.19	18.85	95.49
货款	13,281.79	12,031.56	5,524.12	6,296.11
合计	**13,383.41**	**12,035.75**	**5,542.97**	**6,391.60**

2019 年末应付账款较上年末减少 848.64 万元，同比下降 13.28%，主要系公司 2019 年 9 月购买了据英商贸的业务并作为同一控制下业务合并处理，于 2019 年末不再将据英商贸纳入合并范围。

2020 年末应付账款较上年末增加 6,492.79 万元，同比上升 117.14%，主要系因订单量大幅增加，公司加大了原材料采购，2020 年末公司应付货款较上年末大幅增加所致。

报告期各期末，公司应付账款前五名情况如下：

单位：万元、%

序号	2021-06-30			
	供应商名称	采购内容	应付账款余额	占比
1	连云港南风国际物流有限公司	运费	924.18	6.91
2	徐州市宝盛新田农业机械有限公司	五金、塑料、橡胶、紧固件等	792.03	5.92
3	泰州永盛包装股份有限公司	包装材料	790.23	5.90
4	天长市伊特纳金属表面处理科技有限公司	五金、塑料、紧固件	590.36	4.41
5	徐州市广信木业有限公司	包装材料、座垫材料等	417.70	3.12
合计			**3,514.51**	**26.26**
序号	2020-12-31			
	供应商名称	采购内容	应付账款余额	占比
1	徐州市宝盛新田农业机械有限公司	五金、塑料、橡胶、紧固件等	734.11	6.10
2	泰州永盛包装股份有限公司	包装材料	668.24	5.55
3	常熟市特种焊管总厂	钢材	545.34	4.53
4	徐州市广信木业有限公司	包装材料、座垫材料等	484.25	4.02
5	上海衡迪五金元件有限公司	五金、座垫材料、紧固件等	426.40	3.54
合计			**2,858.33**	**23.75**
序号	2019-12-31			
	供应商名称	采购内容	应付账款余额	占比
1	徐州市宝盛新田农业机械有限公司	五金、塑料、橡胶、紧固件等	464.04	8.37
2	泰州永盛包装股份有限公司	包装材料	322.03	5.81
3	江西中阳电器有限公司	电器、电机等	284.59	5.13
4	扬州市森木机械有限公司	五金、紧固件等	267.12	4.82
5	常熟市特种焊管总厂	钢材	264.21	4.77
合计			**1,601.98**	**28.90**
序号	2018-12-31			
	供应商名称	采购内容	应付账款余额	占比
1	常熟市特种焊管总厂	钢材	556.51	8.71
2	徐州市宝盛新田农业机械有限公司	五金、塑料、橡胶、紧固件等	491.41	7.69
3	泰州永盛包装股份有限公司	包装材料	461.16	7.22
4	扬州市森木机械有限公司	五金、紧固件等	294.91	4.61

5	临沂市银雀包装制品有限公司	包装材料	228.45	3.57
合计			**2,032.44**	**31.80**

（4）预收款项及合同负债

公司的预收款项和合同负债主要为预收的客户货款。2018 年末和 2019 年末，公司预收款项余额分别为 312.50 万元和 1,281.52 万元，2020 年起，因执行新收入准则，公司将预收款项调整列报于合同负债，2020 年末、2021 年 6 月末，公司合同负债余额为 3,262.75 万元和 2,613.01 万元。

2018 年末至 2020 年末，公司预收款项/合同负债总体呈增长趋势，主要系：

A、政采客户，一般在合同签订后支付一定比例的预付款。报告期内，随着政府在体育公共事业的投入逐年增长，公司中标的政采项目金额总体呈增长趋势，报告期各期末，尚未完成验收的政采项目收到的预付款逐年增加。

B、公司要求大部分境外客户在下单时支付 30%左右的预付款。报告期内，公司开发了一些新客户，原有主要客户的订单量有所增加，尤其是疫情后订单量快速增长，境外客户支付的预付款逐年保持增长。

2021 年 6 月末，公司的合同负债金额有所下降，主要系政采项目的采购一般集中于下半年，6 月末尚未完成验收的政采项目预收款有所下降。

（5）应付职工薪酬

报告期各期末公司应付职工薪酬分别为 884.22 万元、1,001.59 万元、1,249.08 万元和 1,170.30 万元，主要由职工的工资、奖金、津贴和补贴构成。应付职工薪酬余额逐年增长，是由于随着公司业务规模的扩大，员工人数增加，同时人力成本逐年增长，员工薪酬水平上升所致。

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额明细如下：

单位：万元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
短期薪酬	1,170.18	1,249.08	866.38	748.57
离职后福利—设定提存计划	0.12	-	135.21	135.65
合计	**1,170.30**	**1,249.08**	**1,001.59**	**884.22**

（6）应交税费

报告期各期末，公司应交税费分别为 1,047.60 万元、994.03 万元、2,490.54 万元和 1,224.27 万元，主要为应交的企业所得税。详细情况如下：

单位：万元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
增值税	186.91	737.22	279.77	288.28
企业所得税	961.62	1,685.10	622.62	718.99
代扣代缴个人所得税	2.47	6.03	4.23	0.10
城市维护建设税	15.72	14.52	29.57	1.53
房产税	18.66	18.66	18.48	19.96
土地使用税	18.68	13.86	13.86	15.81
教育费附加	6.74	6.98	13.43	0.72
地方教育附加	4.49	3.15	7.47	0.38
印花税	8.99	5.01	4.61	1.82
合计	**1,224.27**	**2,490.54**	**994.03**	**1,047.60**

2019 年末与上年同期相比，应交税费无明显变化；2020 年末与上年同期相比，应交税费大幅增加，主要系由于 2020 年收入及净利润大幅增长，公司的应交所得税和应交增值税大幅增加；2021 年 6 月末，应交税费有所下降，主要系上半年缴纳的增值税和所得税有所增加，应交增值税和所得税大幅下降。

（7）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款余额分别为 1,023.60 万元、2,129.28 万元、4,105.17 万元和 357.63 万元，其构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
应付利息	-	-	-	29.91
应付股利	-	3,760.82	-	-
其他应付款	357.63	344.34	2,129.28	993.69
合计	**357.63**	**4,105.17**	**2,129.28**	**1,023.60**

A、应付利息

2018 年末，公司应付利息为 29.91 万元，系计提的银行借款应付未付利息。2019 年，公司执行新金融工具准则，银行借款的应付未付利息列报于对应的负

债科目。

B、应付股利

报告期各期末，公司应付股利分别为 0 万元、0 万元、3,760.82 万元和 0 万元。2020 年 6 月，公司作出临时股东会决议，决定以 2020 年 5 月 31 日的累计未分配利润向全体股东分配现金股利 5,500 万元，截至 2020 年末，剩余 3,760.82 万元尚未支付，已于 2021 年 6 月 30 日前支付完毕。

C、其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款分别为 993.69 万元、2,129.28 万元、344.34 万元和 357.63 万元，主要为经营性应付款、资金借款及利息、股权转让款等。

其他应付款的款项性质构成情况如下：

单位：万元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
资金借款及利息	-	18.12	835.25	321.22
股权转让款	-	76.59	776.59	-
经营性应付款	319.07	170.59	367.42	561.40
其他	38.56	79.04	150.01	111.07
合计	**357.63**	**344.34**	**2,129.28**	**993.69**

2019 年 12 月，公司与据英商贸签订了《股权转让协议》，决定按实缴出资额2,975万元购买据英商贸持有的加一健康90%股权，并于2019年末支付了2,200万元股权转让款，2019 年末，公司应付的股权转让款主要系购买加一健康股权的尾款，康力源于 2020 年、2021 年 1-6 月分别支付了 700 万元、75 万元。

2018 年末和 2019 年末的资金借款及利息系公司为满足临时性资金需求，向非金融机构拆入的资金及计提的利息，公司于 2020 年偿还了绝大部分，剩余部分已于 2021 年上半年偿还完毕。

（8）一年内到期的非流动负债

报告期各期末公司一年内到期的非流动负债余额分上别为 0 万元、4,912.10 万元、0 万元和 39.14 万元，主要是一年内到期的长期借款、一年内到期的租赁负债，具体明细构成如下：

单位：万元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
一年内到期的长期借款本金	-	-	4,900.00	-
一年内到期的长期借款利息	-	-	12.10	-
一年内到期的租赁负债	39.14	-	-	-
合计	39.14	-	4,912.10	-

2、非流动负债的构成及变动分析

报告期各期末，公司非流动负债主要包括长期借款、递延收益、其他非流动负债等，具体构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2021-06-30		2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
长期借款	900.95	16.15	3,504.06	44.22	-	-	7,000.00	77.26
租赁负债	39.50	0.71	-	-	-	-	-	-
预计负债	22.46	0.40	58.90	0.74	8.56	0.33	3.69	0.04
递延收益	2,667.56	47.81	2,517.32	31.77	956.93	37.21	457.15	5.05
递延所得税负债	319.49	5.73	243.48	3.07	6.11	0.24	-	-
其他非流动负债	1,629.00	29.20	1,600.00	20.19	1,600.00	62.22	1,600.00	17.66
非流动负债合计	**5,578.95**	**100.00**	**7,923.77**	**100.00**	**2,571.60**	**100.00**	**9,060.84**	**100.00**

（1）长期借款

报告期各期末，公司长期借款余额分别为 7,000.00 万元、0 万元、3,504.06 万元和900.95万元，占非流动负债的比重分别为77.26%、0.00%、44.22%和16.15%，主要为银行抵押及保证借款，具体构成如下：

单位：万元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
保证借款	900.00	900.00	-	7,000.00
抵押保证借款	-	2,600.00	-	-
长期借款利息	0.95	4.06	-	-
合计	**900.95**	**3,504.06**	**-**	**7,000.00**

长期借款余额变动主要系公司根据实际经营周转需要，取得或偿还银行借款所致。截至 2021 年 6 月 30 日，公司长期借款中无到期未偿还的借款。

（2）预计负债

报告期各期末，公司预计负债分别为 3.69 万元、8.56 万元、58.90 万元和 22.46 万元，全部为亚马逊 30 天内无理由退货而确认的应付退货款。

（3）递延收益

报告期各期末，公司递延收益余额分别为 457.15 万元、956.93 万元、2,517.32 万元和 2,667.56 万元，均为取得的政府补助。政府补助的具体内容详见本节之“十一、经营成果分析”之“（五）与经营成果有关的其他主要项目分析”部分。

（4）递延所得税负债

报告期各期末，公司递延所得税负债分别为 0 万元、6.11 万元、243.48 万元和 319.49 万元，主要为金融工具公允价值变动和境外子公司未分配利润等会计处理和税务处理不一致所致。

单位：万元

项目	2021-06-30		2020-12-31		2019-12-31	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
金融工具-公允价值变动金额	-	-	-	-	24.44	6.11
境外子公司未分配利润	2,979.07	319.49	2,246.25	243.48	-	-
合计	**2,979.07**	**319.49**	**2,246.25**	**243.48**	**24.44**	**6.11**

（5）其他非流动负债

报告期各期末，公司其他非流动负债分别为 1,600.00 万元、1,600.00 万元、1,600.00 万元和 1,629.00 万元，占非流动负债的比重分别为 17.66%、62.22%、20.19%和 29.20%，全部为非金融企业借款及利息。

2021 年 2 月 6 日，江苏省邳州高新技术产业开发区管委会、邳州市恒鑫创业投资管理有限公司、邳州市据英商贸有限公司、江苏康力源体育科技股份有限公司、江苏加一健康科技有限公司签订了《协议书》，各方确认：江苏省邳州高新技术产业开发区管委会依据《江苏加一健康科技有限公司年产 50 万台高端商务健身器材补充协议》，通过邳州市恒鑫创业投资管理有限公司投入加一健康的 1,600 万元系作为扶持加一健康发展的专项资金，加一健康承诺于 2024 年 1 月

31 日前向邳州市恒鑫创业投资管理有限公司偿还 1,600 万元及利息，利息自 2021 年 2 月 1 日起计算，年利率为 4.35%。

（二）偿债能力

1、偿债能力指标分析

报告期各期，公司偿债能力主要指标情况如下：

单位：万元、%

财务指标	2021 年 1-6 月 /2021 年 6 月底	2020 年度 /2020 年底	2019 年度 /2019 年底	2018 年度 /2018 年底
流动比率（倍）	1.68	1.59	1.33	1.67
速动比率（倍）	1.14	1.20	1.01	1.26
资产负债率	55.22	61.73	58.19	60.53
息税前利润	5,935.67	12,166.54	5,256.31	2,749.05
利息保障倍数	15.09	20.34	5.94	3.31

（1）流动比率、速动比率和资产负债率

报告期各期末，公司流动比率分别为 1.67、1.33、1.59 和 1.68，速动比率分别为 1.26、1.01、1.20 和 1.14。公司流动比率和速动比率较高，表明公司的资产具有较高的流动性，短期偿债能力较强。

报告期各期末，公司资产负债率分别为 60.53%、58.19%、61.73%和 55.22%，资产负债率略有下降，长期偿债能力逐步增强。

（2）息税前利润和利息保障倍数

报告期内，公司息税前利润分别为 2,749.05 万元、5,256.31 万元和 12,166.54 万元和 5,935.67 万元，盈利水平逐年上涨；报告期内，公司利息保障倍数分别为 3.31 倍、5.94 倍、20.34 倍和 15.09 倍，表明公司长期偿债能力较强，财务风险较低。

2、同行业公司偿债能力指标对比

报告期内，公司与同行业上市公司偿债能力主要指标比较情况如下：

项目	各期末	英派斯	金陵体育	舒华体育	平均	公司
流动比率	2021-06-30	4.39	2.54	1.81	2.91	1.68
	2020-12-31	3.81	1.70	1.73	2.42	1.59

项目	各期末	英派斯	金陵体育	舒华体育	平均	公司
	2019-12-31	4.57	1.90	1.20	2.56	1.33
	2018-12-31	3.59	1.73	1.17	2.16	1.67
速动比率	2021-06-30	3.66	1.83	1.21	2.24	1.14
	2020-12-31	3.18	1.20	1.29	1.89	1.20
	2019-12-31	3.87	1.40	0.87	2.05	1.01
	2018-12-31	2.95	1.28	0.85	1.69	1.26

与同行业上市公司相比，公司的流动比率和速动比率略低于行业平均水平，2018 年末和 2019 年末略高于舒华体育，主要系公司资金筹措手段以短期债务性筹资为主，而同行业上市公司主要以权益性筹资和长期债务筹资为主，因此其偿债能力相对较强。同行业上市公司中英派斯和金陵体育都于 2017 年上市，上市募集的资金缓解了其流动资金的压力，因此其流动比率和速动比率都维持在较高水平；舒华体育于 2020 年底上市，上市之后流动比率和速动比率都明显改善。

（三）报告期内股利分配情况

报告期内，发行人历次利润分配均实施完毕，具体情况如下：

2020 年 6 月 16 日，公司召开 2020 年第一次临时股东会，全体股东一致同意按各自持股比例向全体股东分配现金股利 5,500.00 万元。该次股利分配已于 2021 年 6 月 30 日前由公司代扣代缴个人所得税并完成分配。

（四）现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经营活动流入现金小计	41,547.38	72,959.66	43,319.96	39,831.73
经营活动流出现金小计	36,087.57	55,069.16	36,256.90	37,832.04
经营活动产生的现金流量净额	**5,459.81**	**17,890.49**	**7,063.05**	**1,999.69**
投资活动流入现金小计	1,175.33	37,284.88	43,826.27	27,954.87
投资活动流出现金小计	1,890.89	26,769.27	42,068.16	35,212.14
投资活动产生的现金流量净额	**-715.56**	**10,515.61**	**1,758.10**	**-7,257.27**
筹资活动流入现金小计	400.00	8,102.00	12,600.30	19,785.40
筹资活动流出现金小计	7,326.94	18,571.92	19,559.65	16,387.07

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
筹资活动产生的现金流量净额	**-6,926.94**	**-10,469.92**	**-6,959.35**	**3,398.33**
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-325.97	-1,895.07	339.83	-36.62
现金及现金等价物净增加额	-2,508.65	16,041.12	2,201.64	-1,895.87
期末现金及等价物余额	**20,884.17**	**23,392.82**	**7,351.70**	**5,150.06**

公司目前经营活动、投资活动和筹资活动的现金流量符合自身的经营状况。报告期内，公司在依靠内部留存收益和外部投融资的基础上较好地实现了可持续发展，现金流基本能满足生产和投资活动对资金的需求，公司的流动性风险较低。

1、经营活动产生的现金流量分析

报告期内，公司经营活动现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	38,078.93	67,314.74	41,056.41	38,477.79
收到的税费返还	2,936.90	3,390.39	1,529.23	608.62
收到其他与经营活动有关的现金	531.55	2,254.53	734.31	745.32
经营活动现金流入小计	**41,547.38**	**72,959.66**	**43,319.96**	**39,831.73**
购买商品、接受劳务支付的现金	25,255.82	40,570.71	24,408.50	27,943.19
支付给职工以及为职工支付的现金	5,309.81	7,206.53	5,231.33	4,801.55
支付的各项税费	2,993.64	2,448.93	1,414.28	1,378.74
支付其他与经营活动有关的现金	2,528.30	4,843.00	5,202.80	3,708.56
经营活动现金流出小计	**36,087.57**	**55,069.16**	**36,256.90**	**37,832.04**
经营活动产生的现金流量净额	**5,459.81**	**17,890.49**	**7,063.05**	**1,999.69**

（1）盈利收现情况分析

销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入的对比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	38,078.93	67,314.74	41,056.41	38,477.79
营业收入	37,535.95	67,473.14	38,185.20	37,120.35
占比	101.45%	99.77%	107.52%	103.66%

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比重分别为103.66%、107.52%、99.77%和 101.45%，保持在较高水平，表明公司应收账款回

款情况较好，出现坏账损失的风险较小。

经营活动产生的现金流量净额与净利润的对比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经营活动产生的现金流量净额	5,459.81	17,890.49	7,063.05	1,999.69
净利润	4,799.81	9,365.43	3,470.13	1,438.86
占比	113.75%	191.03%	203.54%	138.98%

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额占净利润的比重分别为138.98%、203.54%、191.03%和 113.75%，均大于 1，表明公司总体的盈利质量较好。

（2）经营活动现金流量变动分析

将净利润调节为经营活动现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
净利润	4,799.81	9,365.43	3,470.13	1,438.86
加：资产减值准备	522.56	424.34	-108.28	636.74
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	441.04	853.15	851.70	862.82
使用权资产折旧	16.54	-	-	-
无形资产摊销	36.91	77.58	59.67	63.02
长期待摊费用摊销	-	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“－”号填列）	-	-5.09	-	0.01
固定资产报废损失（收益以“－”号填列）	-	-	-	-
公允价值变动损失（收益以“－”号填列）	-	-	-24.44	91.12
财务费用（收益以“－”号填列）	721.09	2,498.42	563.50	547.50
投资损失（收益以“－”号填列）	-79.86	-489.72	-345.43	651.87
递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）	-144.18	-26.48	-63.54	-270.22
递延所得税负债增加（减少以“－”号填列）	76.01	237.37	6.11	-
存货的减少（增加以“－”号填列）	-4,018.85	-4,074.54	114.46	2,046.45
经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	15.68	-5,921.94	-69.18	-1,693.09

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经营性应付项目的增加（减少以“—”号填列）	3,073.05	14,951.97	2,608.36	-2,375.39
其他	-	-	-	-
经营活动产生的现金流量净额	**5,459.81**	**17,890.49**	**7,063.05**	**1,999.69**

①2019 年

2019年，公司经营活动产生的现金流量净额较2018年增加了5,063.36万元，主要系：

A、公司自 2019 年 5 月起，停止与军豪健身的业务，直接向境内线下非政采客户销售产品，销售收入有所增长，而客户回款情况良好，而经营性应收未出现明显增长，销售商品、提供劳务收到的现金增长了 2,578.61 万元。

B、在原材料采购过程中，赊销占比增加，经营性应付款项有所增加，购买商品、接受劳务支付的现金下降了 3,534.69 万元。

②2020 年

2020 年经营活动产生的现金流量净额较 2019 年增加了 10,827.44 万元，主要系：

A、因市场需求增长影响，公司接到的国内外订单快速增加，带动公司营业收入快速增长，受此影响净利润较 2019 年度增加了 5,895.29 万元。

B、面对旺盛的市场需求，公司满负荷生产仍不能满足客户订单需求，为了尽快收到所订货物，部分境外客户提前支付了款项，公司预收款项有所增加；为了满足增长的市场需求，公司增加了各项原材料的采购，同时公司与建信融通达成了合作，通过建信融通电子承兑平台向供应商开立了电子承兑凭证 3,200.00 万元，公司经营性应付款项大幅增加了 14,951.97 万元。

C、为了满足客户订单需求，公司加大了原材料采购量和产品生产量，促使公司存货增加了 4,074.54 万元。

D、随着销售收入的增长，公司的应收账款账面余额增加了 4,849.61 万元，应收票据账面余额增加了 386.74 万元，带动公司经营性应收账款增加了 5,921.94 万元。

③2021 年 1-6 月

2021 年 1-6 月，公司经营活动产生的现金流量净额为 5,459.81 万元，与当期产生的净利润几乎持平，主要系：

A、因国际物流集装箱短缺，公司生产的产品无法及时报关出口带来存货账面金额增加 4,018.85 万元。

B、为应对上述问题，公司增加了建信融通电子承兑凭证的签发额度 3,600 万元，促使经营性应付款项增长了 3,073.05 万元，弥补了存货增长对经营性现金流量的压力。

2、投资活动现金流量净额分析

报告期内，公司投资活动现金流量情况表如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
收回投资收到的现金	1,100.00	35,961.51	31,696.16	21,704.80
取得投资收益收到的现金	75.33	476.72	203.44	144.40
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	11.99	6.51	0.40
收到其他与投资活动有关的现金	-	834.66	11,920.16	6,105.27
投资活动现金流入小计	**1,175.33**	**37,284.88**	**43,826.27**	**27,954.87**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	790.89	573.17	1,043.22	533.51
投资支付的现金	1,100.00	26,190.00	36,154.42	22,820.49
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	6.10	4,870.52	11,858.15
投资活动现金流出小计	**1,890.89**	**26,769.27**	**42,068.16**	**35,212.14**
投资活动产生的现金流量净额	**-715.56**	**10,515.61**	**1,758.10**	**-7,257.27**

报告期内各期，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-7,257.27 万元、1,758.10 万元、10,515.61 万元和-715.56 万元。报告期内，公司投资活动产生的现金流量主要为购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金，以及为提高货币资金使用效率，购买及出售短期银行理财产品和有价证券投资产生的现金流。公司收回投资收到的现金主要为理财产品到期收到的现金，投资支付的现金主要为购买理财产品支付的现金。公司收到与支付其他与投资活动有关的现金系

公司资金本息的收回及拆出。

2018 年，公司投资活动产生的现金流量净额为-7,257.27 万元，主要系本期公司对外拆出的资金金额较大。

2019 年，公司投资活动产生的现金流量净额较 2018 年增加 9,015.37 万元，主要系 2019 年公司净收回对外拆出的资金拆借款 7,049.63 万元。

2020 年，公司投资活动产生的现金流量净额较 2019 年增加 8,757.51 万元，主要系：（1）公司本期减少了银行理财投资，停止了证券投资交易，净赎回银行理财等投资 9,771.51 万元；（2）公司本期收回了剩余的资金拆借款本息 834.66 万元。

2021 年 1-6 月，公司投资活动产生的现金流量净额为-715.56 万元，主要系公司为满足生产需要，新购置了一些设备，购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付了 790.89 万元。

3、筹资活动现金流量净额分析

报告期内，公司筹资活动现金流量情况表如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
吸收投资收到的现金	-	-	-	0.60
取得借款收到的现金	400.00	8,090.00	9,790.30	19,454.80
收到其他与筹资活动有关的现金	-	12.00	2,810.00	330.00
筹资活动现金流入小计	**400.00**	**8,102.00**	**12,600.30**	**19,785.40**
偿还债务支付的现金	3,100.00	14,690.00	14,101.38	14,983.72
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	4,129.60	2,347.54	893.96	1,021.55
支付其他与筹资活动有关的现金	97.34	1,534.38	4,564.31	381.80
筹资活动现金流出小计	**7,326.94**	**18,571.92**	**19,559.65**	**16,387.07**
筹资活动产生的现金流量净额	**-6,926.94**	**-10,469.92**	**-6,959.35**	**3,398.33**

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为3,398.33万元、-6,959.35万元、-10,469.92 万元和-6,926.94 万元。报告期内筹资活动产生的现金流主要包括取得银行借款收到的现金，偿还银行借款本金及利息支付的现金，从外部拆入的资金及归还，以及同一控制下合并加一健康支付的款项。报告期内，公司筹资

活动产生的现金流量净额逐年减少，主要系随着公司盈利能力的增强，尤其是盈利质量的不断提升，公司逐步归还金融机构借款。

公司管理层认为：报告期内公司经营活动产生的现金流量较为健康合理，盈利质量较高，综合体现了公司管理层具有较强的业务管控能力和良好的内控体系。公司投资活动产生的现金流量、筹资活动产生的现金流量分别与公司的实际投资状况、筹资状况相符。

（五）重大资本性支出、重大资产业务重组或重大股权收购合并

1、报告期内重大资本性支出

报告期内，公司发生的重大资本性支出主要为购置土地及机器设备。前述投资紧紧围绕公司主营业务，扩大了公司生产规模，为长远发展奠定了基础，从而增强了公司的市场竞争力和持续盈利能力。报告期各期，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 533.51 万元、1,043.22 万元、573.17 万元和 790.89 万元。

2、未来可预见的重大资本性支出计划及资金需要量

截至本招股说明书签署日，除本次发行募集资金计划投资的项目外，公司不存在其他可预见的重大资本性支出。除补充流动资金项目外，本次募集资金投资项目拟用于康力源智能健身器材产业化项目、研发中心建设项目、智能数字化工厂建设项目，具体情况详见本招股说明书“第九节　募集资金运用与未来发展规划”部分。

3、重大资产业务重组

2019 年 9 月，公司与据英商贸签订了《业务转移合同》，因据英商贸土地被政府收储而终止全部业务，据英商贸决定将健身器材生产相关经营性资产及相关人员转移至公司，对应设备的转让对价为 53.90 万元，存货的转让对价为 19.14 万元。同时，鉴于据英商贸不再从事健身器材研发、生产及销售业务，据英商贸决定将所有采购、销售渠道及其他与健身器材生产经营相关的其他事宜均无偿转至公司。公司将其作为同一控制下业务合并处理，自报告期初将转移业务对应的资产及经营成果计入合并范围，并自 2019 年 10 月起不再将据英商贸拥有的资产及经营成果纳入合并范围。

4、重大股权收购合并

2019 年 12 月，公司与据英商贸签订了《股权转让协议》，决定按实缴出资额2,975万元购买据英商贸持有的加一健康90%股权，并于2019年末支付了2,200万元股权转让款。公司将其作为同一控制下企业合并处理，自报告期初将加一健康纳入合并范围。2020 年 4 月 21 日，上述交易完成了工商变更手续。截至 2021 年 6 月 30 日，公司已向据英商贸支付了剩余股权转让款。

（六）流动性风险及应对措施

报告期各期末，公司负债结构中主要以流动负债为主，负债水平较低，资产的流动性较高，经营活动产生的现金流量净额维持在较高的水平。目前公司资产流动性较好，经营状况稳健，盈利能力持续增强，不存在对流动性产生不利影响的重大事件。

随着公司收入规模的扩大，公司的应收账款余额持续增加，未来若公司应收账款不能及时收回，将对于公司流动性产生不利影响。公司应对流动性风险的具体措施如下：

1、保持与银行良好的合作关系；

2、加强与优质客户的合作，减少坏账损失；

3、建立应收账款催收制度，将销售人员的奖金与回款挂钩，保证及时回款；

4、由于公司仍处于成长期，需要较多的支出用于研发支出和购置机器设备等固定资产，公司拟上市进行股权融资，以缓解流动性风险。

（七）持续经营能力的重大不利变化或风险因素

结合公司的业务和产品定位、报告期经营情况以及未来经营计划，管理层认为公司在持续经营能力方面不存在重大不利变化，相关风险因素详见本招股说明书“第四节　风险因素”部分。

十四、期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

公司资产负债表日至本招股说明书签署日，无重大资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截至本招股说明书签署日，公司无重大或有事项。

（三）其他重要事项

截至本招股说明书签署日，公司无其他重要事项。

（四）重大担保、诉讼事项其他重要事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在重大担保、重大诉讼、仲裁事项。

十五、盈利预测报告

公司未编制盈利预测报告。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、本次发行募集资金运用概述

（一）项目简况

经公司第一届董事会第六次会议和 2021 年第三次临时股东大会批准，公司本次拟公开发行不超过 1,667 万股人民币普通股（A 股）股票，实际募集资金扣除发行费用后得净额将全部用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	资金总需求	利用募集资金投资额	项目备案机构/备案文号	项目环评批复文号
1	康力源智能健身器材制造项目	34,685.55	34,685.55	邳行审投备〔2021〕536 号	徐邳环项表〔2021〕65 号
2	康力源研发中心建设项目	10,310.53	10,310.53		
3	康力源智能数字化工厂建设项目	4,996.15	4,996.15	邳行审投备〔2021〕89 号	-
4	补充流动资金	12,600.00	12,600.00	-	-
合计		**62,592.23**	**62,592.23**	**-**	**-**

若本次募集资金（扣除发行费用）不能满足拟投资项目的资金需求，公司将以自筹资金方式解决资金缺口；若所筹资金超过预计募集数额的，公司将严格按照相关规定履行相应程序，用于主营业务相关的营运资金。募集资金到位前，公司将根据项目的实际进度，通过自筹资金支付上述项目款项，募集资金到位后将优先置换前期投入的资金。

（二）募集资金的管理

根据公司第一届董事会第五次会议及 2021 年第二次临时股东大会审议通过了《江苏康力源体育科技股份有限公司募集资金管理制度》，公司募集资金实施专户存储制度，募集资金存放于公司董事会决定的专项账户集中管理，募集资金专户不得存放非募集资金或用作其他用途。公司将在募集资金到位一个月内与保荐机构、募集资金存放商业银行签订三方监管协议，严格按照中国证监会和深圳证券交易所的有关规定管理和使用募集资金。

（三）募集资金投资项目对发行人主营业务发展的贡献、未来经营战略的影响

本次募集资金投资项目系以行业特征为出发点、结合公司业务模式、基于公司管理能力、围绕公司主营业务范围以及行业未来发展方向进行的投资，符合公司的业务规划和发展战略。项目的建成有利于公司产品线的丰富和生产线的智能化升级，有利于提升公司产能、增强订单交付能力，有利于提升公司研发能力、推动自主品牌建设，有利于提升公司管理的信息化水平和管理效率，进而提高市场竞争能力、增强抗风险能力、提高市场地位，更好的实现公司未来发展战略。

（四）募集资金投资项目与发行人现有主要业务、核心技术之间的关系，以及对同业竞争和独立性的影响

本次募集资金投资项目是在公司原有业务与技术基础之上，对产品结构的优化、研发能力的升级、管理水平的提升，与原有业务紧密相关。项目建设的核心出发点是以资本资源的支持实现研发能力的提升、产品的优化升级、市场的扩张、自主品牌的建设、人力资源的扩充和优化，更好推动公司的可持续发展。

本次募集资金投资项目是公司现有主营业务的延续和发展，项目由公司独立实施及运营，不改变公司现有的经营模式和经营范围，不存在对公司独立性产生不良影响的情形，亦不存在因本次募投项目实施产生同业竞争的情形。

（五）募集资金投资项目对发行人业务创新创造创意性的支持作用

发行人主营业务是顺应国家经济发展战略和产业政策导向的产业领域，发行人是符合国家战略性新兴产业发展方向的制造企业，本次募集资金投资项目与原有业务紧密相关，有利于原有业务的做大做强，有利于发行人进一步发挥自身在行业发展中的积极作用，有利于发行人产品智能化和生产工艺智能化的推进，有利于增强发行人的战略性和创新性等属性。因此，本次募集资金投资项目对发行人业务创新创造创意性有积极的支持作用。

二、募集资金项目的具体运用情况

（一）康力源智能健身器材制造项目

1、项目概况

本项目实施主体为江苏康力源体育科技股份有限公司，预计投资总额为34,685.55万元，车间建设面积35,000平方米、仓库建设面积15,000平方米，建成后年产室内商用健身器材13万套、室外全民健身器材4万套、教体融合产品3万套、康复养老产品3万套。本项目旨在通过新建厂房，构建现代化的生产车间，购置生产所需的先进的自动化、智能化设备提升生产效率和产品品质，同时聚焦于公司产品线的扩充和智能化程度的提升，为公司的持续发展奠定基础。该项目是在发行人现有业务基础上的产能扩建和产品升级和扩展，在工艺流程、业务模式、生产技术等方面与原有业务不存在重大差异。

2、项目实施的必要性

（1）优化产品结构、提高产品附加值、提升品牌效应

发行人当前产品结构以家用健身器材为主，商用健身器材产量较小、规模效应不足，室外全民健身器材以外购为主。康力源智能健身器材制造项目系发行人基于现有产品结构、健身器材未来发展方向开展的对未来产品布局的建设项目，建成后产品包含商用健身器材、室外全民健身器材、教体融合健身器材和康复养老健身器材等，是对现有产品结构的有效优化。

此外，随着科技的不断发展，传统健身器材单一的机械健身功能已无法满足使用者需求，市场对健身过程中的娱乐性、共享性、互动性、科学性、安全性等多方面提出更高要求。公司近年来致力于智能产品的研发与推广，成功量产多款带有自适应感应、人脸识别、数据共享、娱乐交互功能的产品，但智能产品占总体收入的比例仍较低。公司拟通过本项目的实施，结合研发中心的建设，深化产品智能化战略，提升智能化产品销售占比。

同时，虽然公司致力于自主品牌的打造，在内销和跨境电商方面取得了一定成果，但因供需结构性错位等行业原因，公司境外线下销售仍以ODM模式为主，自主品牌占比不高。随着国内人工成本的提高、消费者品牌意识的提升，单纯通过原有业务模式参与国际市场竞争的难度将逐步加大，提升品牌运营能力、增强

品牌效应、打造具有市场竞争能力的自主品牌是公司未来发展的必然选择。

公司拟通过本次募投项目的建设，从产品结构、交付能力、产品质量等多方面来打造自主品牌、提升市场形象。

（2）打造智能制造生产线，提升产品质量和生产效率

公司通过打造智能制造生产线，提升产品质量、优化生产效率、提升交付能力并应对人工成本上升具有必要性。具体来说，第一，公司长期专注于健身器材生产工艺的改进和技术成果的积累，以满足消费者对健身器材多样性、差异化等日益增长的需求，产品品类的增加、与新技术的结合等均对当前设备的生产效率、差异化工序的实现效果和能力、管理者的生产组织能力等带来一定挑战；第二，公司目前尚有部分生产过程仍然需依靠人工进行生产，如喷涂、钢管切割和下料、场内物料运输等，已无法充分应对健身器材制造行业变化带来的更高要求；第三，近年来国内人工成本快速上升，利用自动化、智能化设备代替人工的趋势开始凸显。

因此，公司需要通过全面提升生产设备的智能化水平以适应行业发展的需要。

本项目将建设自动喷塑流水线，购进全自动激光切管机、全自动激光切板机、自动焊接机器人等高端自动化设备，实现整体产线的自动化和智能化，在部分生产环节，有效代替人工作业，有利于降低生产运营成本、提高生产效率，并进一步保证公司产品的质量、交付能力和多样化，实现公司经营的降本增效。

3、项目实施的可行性

（1）项目实施具备良好的市场前景

健身器材行业在市场规模、发展空间、产业效益等各个方面均具有良好的市场前景，具体详见本招股说明书“第六节　业务与技术”之“二、发行人所处行业基本情况和发展趋势”部分。

（2）公司具备项目实施的条件

作为专注于健身器材领域的器材制造商，公司形成了差异化的产品研发设计能力，建立了多元的销售体系、稳定健全的供应商体系，积累了高效的生产组织能力，具备有效的产供销衔接机制。

具体来说，公司具备新产品研发设计能力，能够按照公司战略规划和市场需

求走向设计出符合消费者需求的产品，具备产品量产落地的技术工艺基础和生产组织能力，在原材料供应和产品销售方面积累了稳定优质的资源，能够满足不同应用领域、不同客户需求的产品研发设计的能力，在解决客户对产品功能性需求的基础上，逐渐研发并量产兼备实用性、科技性和安全性的健身器材。

本项目是在原有业务基础上的升级与拓展，在技术、生产工艺、原材料供应和销售体系等方面与原有业务不存在重大差异，公司具备项目实施条件。

4、项目投资概算

序号	项目	投资概算（万元）	占投资比例
一	**建设投资**	**30,335.55**	**87.46%**
1	建筑工程费	10,350.00	29.84%
2	硬件设备购置费	18,541.00	53.45%
3	预备费	1,444.55	4.16%
二	**其他投资**	**4,350.00**	**12.54%**
1	铺底流动资金	4,350.00	12.54%
三	**项目总投资**	**34,685.55**	**100.00%**

5、项目工艺流程和设备选择

（1）工艺流程

本项目系室内商用健身器材、室外全民健身器材、教体融合健身器材和康复养老健身器材等各类智能产品生产项目，公司结合产品性质、特点和市场需求提出明确的智能化需求，与专业的智能化实施方合作设计，将智能化功能有效嫁接到产品中以实现产品智能化，产品生产工艺流程与公司现有生产工艺流程基本相同，具体情况详见本招股说明书“第六节　业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及变化情况”之“（六）主要产品的生产工艺流程图”。

（2）主要设备

本项目拟新增设备 265 台/套，具体如下：

单位：台/套

序号	设备名称	规格	数量
1	全自动激光切管机	TruLaser Tube 7000fiber	2
2	全自动激光切管机	TruLaser Tube 3000fiber	5

序号	设备名称	规格	数量
3	数控折弯机	TruBend 1066	3
4	全自动数控折弯中心	TruBend 5130Cell	1
5	全自动激光切割机	TruLaser 3030 fiber3KW	2
6	激光切割机自动上下料系统	Lift Master Compact	2
7	板材自动化上产线	全自动料库含软件料库 8 列 8 层	1
8	切管机	MC-315ACA	8
9	数控切管机	MC-325FA	8
10	压力机	JB-36-250B	3
11	冲床	J23-200A	5
12	冲床	J23-160A	6
13	冲床	J23-100A	6
14	冲床	J23-80A	6
15	冲床	其他小吨位	20
16	数控弯管机	W28K-50	3
17	数控弯管机	W28K-80	4
18	数控弯管机	W28-120	2
19	焊接翻转台		40
20	自动焊接机器人（日本）	FDB4	10
21	自动焊接机器人（日本）	FDB4L	32
22	二氧化碳保护焊机		30
23	前处理线		1
24	进口自动喷涂流水线		4
25	智能组装线		2
26	弯管机自动上下料系统		5
27	座垫蒙皮打钉机		10
28	叉车	E30S:3.0ts	5
29	环保设备		1
30	普通装配线		5
31	供电、供水、能源供应系统		1
32	仓库自动化管理软硬件系统		1
33	500 立方米消防站		1
34	其他设备		30

序号	设备名称	规格	数量
合计			265

6、建设周期

项目建设期拟定为 24 个月，进度安排拟定如下：

序号	阶段/时间	T+1 年				T+2 年			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	设计方案确认								
2	建筑工程及装修								
3	设备采购及安装								
4	人员招聘及培训								
5	投产运营								

7、项目土地、备案和环保情况

截至本招股说明书签署日，该项目已取得邳州市行政审批局《江苏省投资项目备案证》（邳行审投备〔2021〕536 号），已取得徐州市生态环境局出具的《关于江苏康力源体育科技股份有限公司智能健身器材制造项目环境影响报告表的批复》（徐邳环项表〔2021〕65 号）。

该项目拟于邳州市炮车大道东侧、富民路南侧约 120 亩土地上建设，公司就前述土地已签订意向协议，正在推进招拍挂事宜，2021 年 9 月 30 日，邳州市自然资源和规划局出具的说明：该土地规划符合国家土地政策和相关规划，拟于 2021 年 12 月 31 日前完成招拍挂程序，江苏康力源体育科技股份有限公司取得该地块的使用权不存在障碍。

8、经济效益分析

经测算，该项目所得税后财务内部收益率为 19.58%，所得税后投资回收期为 6.14 年（含建设期）。全部达产后第一年预计年均实现销售收入 70,900.00 万元，实现净利润 9,084.58 万元。

（二）研发中心建设项目

1、项目概况

研发和创新能力是企业核心竞争力的体现，也是公司持续发展的核心推动力。

康力源研发中心建设项目拟投资 10,310.53 万元，新建 10,000 平方米研发中心大楼，主要由产品研发设计中心、试制中心、检测中心和新产品展示中心四部分组成，用于新产品开发、产品智能化升级、产品检测和展示等。

2、项目实施的必要性

（1）提升智能化研发能力，深化产品智能化方向

随着科技的不断发展，传统健身器材单一的机械健身功能已无法满足使用者需求，对健身过程中的娱乐性、共享性、互动性、科学性、安全性等多方面提出更高要求，智能健身器材的特点体现在科学的健身指导、健身大数据共享化、健身过程安全高效、健身过程更具有趣味性、直观明了显示健身效果等方面，健身器材的智能化趋势不可逆转。

公司拟通过建设研发中心，提升智能化研发能力，继续推进产品智能化程度，提高公司产品在未来智能化趋势下的市场竞争能力。

（2）加强新产品研发实力，拓展客户领域、丰富产品类型

居民生活水平的不断提高推动其健康意识逐步增强，健身人群范围不断扩大，呈现出由中间年龄段逐步向“一老一小”两头扩张的趋势，健身全民化趋势显著。《“十四五”时期全民健身设施补短板工程实施方案》显示，到 2020 年底，人均体育场地面积达到 2.2 平方米，新增社会足球场地超过 2 万块，经常参加体育锻炼人数比例达 37.2%，城乡居民达到《国民体质测定标准》合格以上的人数比例达 90%以上，人民群众健康生活方式逐步形成，统筹城乡的全民健身公共服务体系逐步健全。但是，人民日益增长的体育健身需要和健身设施发展不平衡不充分的矛盾较为突出，群众“健身去哪儿”的问题还没有得到有效解决。

公司拟通过研发中心的建设，重点围绕“一老一小”开展产品研发，丰富产品结构，拓展客户领域。具体来说，老年人和青少年健身器材与公司当前产品既有相似之处亦有显著差异，相似之处体现为原材料、生产工艺工序等方面，差异体现在该类产品性能具有部分特殊要求，例如老年康复健身器材的阻力调节不能采用单纯的机械式配重块，而应采用液压原理实现产品配重可连续微调，让用户既能最大限度达到康复训练的效果、亦能充分保障其安全。

（3）以研发为基础，推动自主品牌国际化进程

虽然公司致力于自主品牌的打造，在内销和跨境电商方面取得了一定成果，但因供需结构性错位等行业原因，公司境外线下销售仍以 ODM 模式为主，自主品牌占比不高。随着国内人工成本的提高、消费者品牌意识的提升，单纯通过原有业务模式参与国际市场竞争的难度将逐步加大，提升品牌运营能力、增强品牌效应、打造具有市场竞争能力的自主品牌是公司未来发展的必然选择。

（4）提升产品的检测能力、提升研发转化效率的需要

产品试制是公司研发及生产中必不可少的重要环节，也是降低新产品产业化实施风险的有效措施。新产品研发设计阶段完成后，需由产品试制中心制作新模具，通过小批量的试制验证产品设计的可量产性，并根据试制情况优化设计方案，试制完成后，由检测中心进行疲劳测试等检测以验证产品质量的可靠性。

随着公司规模扩大下游客户需求更加多样化，公司技术研发和新品推出的进度加快，新产品研制能力、研发效率和研发成功率必将受到影响。研发中心升级建设，不仅能够提升公司研发能力、加快公司新产品产业化的进程、提升公司研发转化效率、解决设备及人员无法满足公司发展的问题，还可以为研究机构提供技术产业化的试验基地，深化公司与科研院所的技术合作。

3、项目实施的可行性

（1）国家产业政策的支持

健身器材行业在市场规模、发展空间、产业效益等各个方面均具有良好的市场前景，公司具体详见本招股说明书“第六节　业务与技术”之“二、发行人所处行业基本情况和发展趋势”部分。

（2）夯实的技术积累提供有力的支撑

公司自成立至今一直重视新产品的研究开发与生产技术的创新，建立了自主研发、定制化研发、来图转换和原产品升级研发四大研发体系，核心技术涵盖了跑步机悬浮减震结构、跑步带自动调紧装置及跑步机速度自适应调节控制系统等。截至本招股说明书签署日，公司拥有发明专利 8 项、实用新型专利 57 项、外观设计专利 155 项，境外外观专利 13 项，与产品相关的软件著作权 6 项，公司多

年的技术积累为研发中心项目建设提供了有力的支撑。

（3）公司研发管理制度完善

完善的产品研发管理制度为公司保持持续创新的能力提供了制度保障。公司在长期的研发实践中积累了大量的研发经验和技术成果，形成了从技术研发到产品化的业务流程规范，从研发项目的提出，到产品的设计、打样、产品试制，再到试制产品的检测和方案优化，到最终的产品定型、产品投产，公司都制定了规范的工作流程，这些成熟的管理制度和规范的业务流程为技术中心的高效运作提供有力的制度保障。

4、项目投资概算情况

序号	项目	投资概算（万元）	占投资比例
一	**工程费用**	**5,160.53**	**50.05%**
1	建筑工程费	3,650.00	35.40%
2	设备购置费	1,438.60	13.95%
3	预备费	71.93	0.70%
二	**工程其他费用**	**5,150.00**	**49.95%**
1	研发材料费	4,850.00	47.04%
2	铺底流动资金	300.00	2.91%
三	**项目总投资**	**10,310.53**	**100.00%**

5、建设周期

本项目建设和研发周期共 36 个月，本项目进度计划表如下：

序号	阶段/时间		T+1 年				T+2 年				T+3 年			
			Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	工程招标及设计规划													
2	建筑工程													
3	设备采购及安装													
4	人员招聘及培训													
5	研发中心运行													

6、设备选择

单位：台/套

序号	设备名称	型号规格	数量
1	办公设备	-	1
2	氙气老化试验箱	LZJ-XD-150	2
3	箱式紫外线	LZJ-UVA-231	2
4	恒温恒湿试验箱	LZJ-HW-802	2
5	方程式淋雨试验箱	LZJ-IP34-500	2
6	沙尘试验箱	LZJ-SC-216	2
7	变压加速老化试验箱	LZJ-PCT-250	2
8	电磁振动台	LZJ-ZD-300HZ	2
9	精密工业烤箱	LZJ-KX-2252	2
10	盐雪试验机	LZJ-YW-902	2
11	马弗炉	LZJ-MF-1000S	2
12	熔流体流动速率仪	LZJ-MI-NP	2
13	密度计	LZJ-MD-5S	4
14	维卡热变型仪	LZJ-WK-300F	2
15	水份测定仪	QL-100A	4
16	垂直水平燃烧仪	LZJ-UL94	2
17	灼热丝仪	LZJ-ZRS-6055	2
18	渡电起痕试验机	LZJ-6112	2
19	点熔测定仪	LZJ-KD-A	2
20	悬臂梁冲击仪	LSD-XB5.5j	2
21	差式扫描量热仪	LSD-A	2
22	室外健身器材综合试验台	LZJ-168	2
23	太空漫步机冲击试验机	LZJ-191	2
24	漆膜冲击器	LZJ-50	2
25	高低温试验箱	LZJ-GD80	2
26	万能材料试验机（伺服控制）	LZJ-107C	2
27	乒乓球台弹跳仪	LZJ-801	2
28	篮板冲击器	LZJ-10C	2
29	健身车在线扭力机	LZJ-85C	2
30	健身车踩踏疲劳试验机	LZJ-855	2
31	跑步机冲击试验机	LZJ-800	2

序号	设备名称	型号规格	数量
32	椭圆机踩踏疲劳试验机	LZJ-858	2
33	踏步机疲劳试验机	LZJ-873	2
34	划船器疲劳试验机	LZJ-960	2
35	纸箱耐破试验机	LZJ-8502	2
36	纸箱抗压仪	LZJ-600	2
37	包装跌落试验机	LZJ-8515	2
38	模拟汽车振动器	LZJ-5024	2
39	纸箱戳穿试验机	LZJ-8506	2
40	纸箱油膜脱色试验机	LZJ-8507	2
41	箱边环压试验机	LZJ-8503	2
42	夹抱力试验机	LZJ-1T	1
43	斜面水平冲击试验机	LZJ-SP-12	1
44	能量色散 X 荧光光谱仪	EDX1800E	2
45	手持式能量荧光光谱仪	EXPLORER 8000	2
46	电镀层厚度检测仪	Thick800A	2
47	ROHS10 种有害物质检测仪	CTC-MS 6800	2
48	金相试验切割机	OG-100	2
49	金相试样镶嵌机	XQ-2B	2
50	金相试样抛光机	YMP-2	2
51	倒置金相分析仪	NK-500	2
52	焊接熔深分析系统	SM2745T	2
53	数显洛氏硬度计	HRS-150M	1
54	数显布氏硬度计	XHB-3000	1
55	数显维氏硬度计	HVS-50T-OCD	1
56	火花式直读光谱仪	TY-9000	2
57	微机屏显液压万能试验机	WAW-1000	1
58	微机屏显全自动冲击试验机	JBW-300DY	1
59	冲击试样缺口自动拉床	VU-2Y	1
60	X 衍射定性分析仪	XRD	1
61	形貌和元素定量分析仪	SEM	1
62	钢索疲劳试验机	JX-005	2
63	综合机疲劳试验机	JX-007	2
64	电器安全测试仪	AT3-IIS32	2

序号	设备名称	型号规格	数量
65	电器安全测试仪	PROFITEST	2
66	其他实验设备	-	50
合计			**173**

7、项目土地、备案和环保情况

截至本招股说明书签署日，该项目已取得邳州市行政审批局《江苏省投资项目备案证》（邳行审投备〔2021〕536 号），已取得徐州市生态环境局出具的《关于江苏康力源体育科技股份有限公司智能健身器材制造项目环境影响报告表的批复》（徐邳环项表〔2021〕65 号）。

该项目拟于邳州市炮车大道东侧、富民路南侧约 120 亩土地上建设，公司就前述土地已签订意向协议，正在推进招拍挂事宜。2021 年 9 月 30 日，邳州市自然资源和规划局出具的说明：该土地规划符合国家土地政策和相关规划，拟于 2021 年 12 月 31 日前完成招拍挂程序，江苏康力源体育科技股份有限公司取得该地块的使用权不存在障碍。

（三）智能数字化工厂建设项目

1、项目概况

企业的信息化建设是促进企业发展、提高企业管理水平和竞争力的一个重要手段，也是衡量企业现代化管理水平的重要标志，推动实现财务、供应链、客户管理、研发、数据管理等方面的信息化，有利于全方面提升公司的核心竞争力。近年来，公司凭借持续的差异化创新能力、优质的产品质量、良好的客户体验、完善的制造服务体系和快速响应的研发能力，发展迅速，整体规模快速扩大。公司现已初步具备内部局域网的互联互通及财务应用等管理信息系统，随着公司经营规模的不断扩大，当前信息管理系统与公司整体的信息化水平无法满足业务发展的需要。

为此，公司预计投资 4,996.15 万元，建设 3,100 平方米智能数字化工厂，涵盖企业资源计划系统、制造执行系统、数据采集与监控系统、高级生产排程系统、质量管理系统在内的全链条管理系统，覆盖财务、采购、生产、销售、计划、仓储、物流、质量、产品研发等全流程，解决快速发展所带来管理效率和数据安全

保密的问题，为业务发展、经营决策提供更好的支持，为公司战略实现提供保障。

2、项目实施的必要性

（1）构建全面信息化系统平台，提升公司管理效率

公司现有的管理模式注重于对产品交付期及产品生产进度的规划和控制，强调以时间进度管理为核心的多阶段多计划管理，但整体管理体系在成本控制、仓储管理、人力资源管理和激励机制管理等方面相对比较薄弱。

通过本项目的实施，公司将完善 ERP 系统、BI 系统、MES 系统、APS 系统、数据采集监控系统、在线商城、厂内智能物流系统及智能车间等系统，通过信息化建设，对公司日常生产及企业管理等各个环节及各项指标数据进行标准化、可视化和数据化的体现，实现从销售、研发、采购、生产、财务管理、数据分析等各个环节的整合，提升公司的管理效率，为公司决策及业务处理提供有效的管理工具。

（2）夯实公司信息系统运行基础，满足未来发展需求

本项目旨在加强公司信息化系统运行基础，保障信息化设施日常稳定运行，公司数字化工厂建设将按照系统功能、安全需求等不同因素划分为企业资源计划系统、制造执行系统、数据采集与监控系统、高级排产排程系统及质量管理系统五个模块。借助本次信息化系统的建设，公司提高业务数据安全性，提升信息化系统的稳定性及可操作性，打造一个安全、可靠、高效的信息化系统平台，为公司发展战略和各项业务提供强有力的保障。

（3）加强公司信息化安全备份建设，提升数据管理能力

作为制造型企业，生产端的各类数据繁多，数据的记录和管理也需要耗费大量精力，此外公司未来智能化产品涉及大量用户数据的存储、分析和反馈，通过本项目的实施，公司将实现生产数据的统一管理，保证业务数据的一致性，通过从各系统收集生产数据，形成并传递完整的生产数据，实现生产信息流的衔接与集成，避免依靠人工记录和传递生产信息，提高公司信息系统的自动化程度，提升公司管理效率和终端用户体验，同时通过监控系统的统一调度指挥，可以节省大量人力物力，进一步推进公司智能化和现代化的发展。

借助数据安全备份系统，公司能够保证后台生产数据的及时更新和备份，并

通过运行状态监控和管理系统，实时监管公司的报表及数据状态，避免数据出现差错和异常。

3、项目实施的可行性

（1）行业信息技术日益成熟为项目的实施提供技术保障

随着互联网及通信技术的不断进步，信息化建设在技术研发、项目实施、运行管理等方面积累了丰富经验，能够根据企业实际需求定制个性化模块。信息咨询服务机构逐渐成熟，形成深入、专业、针对性较强的信息技术服务平台，为企业提供全方位的信息技术咨询服务。我国信息化建设已发展多年，信息化应用也逐渐完善，行业信息技术与服务逐渐成熟。因此本项目的实施具备稳固的行业技术背景。

（2）公司具备信息化建设经验

在近年来的经营过程中，公司管理层充分认识到信息化平台构建对公司整体运营所起到举足轻重的作用，并积极推进企业信息化建设，公司信息化水平已有了一定程度的进展，初步具备了局域网的互联互通。公司目前已完成了包括生产管理、财务应用系统等基础业务系统的构建，公司多年来积累的信息化系统建设经验将为本项目的顺利实施提供有力支持。

（3）公司完善的经营管理制度为项目的实施提供了良好基础

经过多年的积累，公司已建立了较为完善的经营管理制度，包括经营决策制度、采购制度、仓储管理制度、财务管理制度等，拥有行之有效的生产研发体系和市场营销体系。同时，公司非常重视涉密信息方面的管理，拥有一套成熟、严格的保密制度体系，相关人员对工作流程、工作权限、工作标准都较为熟悉，这些都为建立健全信息化系统提供了良好的基础。

4、项目投资概算情况

按照国务院发布的《国务院关于投资体制改革的决定》、国家发改委和建设部联合发布的《建设项目经济评价方法与参数（第三版）》的规范要求，本项目预计投资总额为 4,996.15 万元。其中建筑工程投资 325.00 万元，硬件设备投资 982.72 万元，软件工具投资 3,444.43 万元，人员薪酬 244 万元。

序号	项目	投资概算（万元）	占投资比例
1	建筑工程	325.00	6.51%
2	硬件设备投资	982.72	19.67%
3	软件工具投资	3,444.43	68.94%
4	人员薪酬	244.00	4.88%
项目总投资		**4,996.15**	**100.00%**

5、项目建设方案

本项目建设期 24 个月，本项目进度计划表如下：

序号	阶段/时间	T+1 年				T+2 年			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	设计方案确认								
2	建筑工程及装修								
3	设备采购及安装								
4	人员招聘及培训								
5	投产运营								

6、项目土地、备案和环保情况

该项目已履行备案程序，取得了邳州市行政审批局出具的邳行审投备案〔2021〕89 号备案文件；本项目为非生产类项目，不涉及土地，根据 《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021）》及相关规定，本智能数字化工厂建设项目无需办理环境影响评价审批等手续。

（四）补充流动资金项目

1、补充流动资金的概况

根据公司目前的经营模式特征、财务状况以及未来发展规划，公司决定将使用募集资金 12,600.00 万元用于补充流动资金，更好地满足公司业务发展和对营运资金的需求。

2、补充流动资金的必要性

公司最近三年营业收入分别为 3.71 亿元、3.82 亿元和 6.75 亿元，复合增长率为 34.82%，增速显著，流动资金需求旺盛。同时，报告期内公司资产负债率分别为 60.53%、58.19%、61.73%和 55.22%，保持较高水平，通过补充流动资金

降低资产负债率、优化资产结构具有必要性。

3、流动资金的管理安排

公司已建立募集资金专项存储制度，募集资金存放于董事会决定的专项账户。公司董事会负责建立健全公司募集资金管理制度，并确保该制度的有效实施。本次募集资金到账后，将根据公司的发展规划及实际生产经营需求，进行统筹安排、合理运用。

4、补充流动资金对公司财务状况及经营成果的影响

本次募集资金补充流动资金后，公司资产的流动性进一步提高、资产负债率进一步下降，能有效降低公司的流动性和偿债风险。由于公司经营规模扩张、产品类型的丰富和研发能力提升需要一定过程，从增加与主营业务相关的流动资金到销售收入增长、盈利水平提升需要一定的时间，因此，补充流动资金将在短期内提高公司的净资产规模，在一定程度上降低公司净资产收益率。但随着公司经营规模的扩大、研发能力的提升和产品的丰富，公司的盈利能力将不断得到增强，净资产收益率将呈现增长趋势。

5、对提升公司核心竞争力的作用

本次募集资金补充流动资金后，为公司实现业务发展目标提供了必要的资金来源，能够继续强化公司在规模效应、研发能力和产品类型等方面的核心竞争优势，有利于公司扩大业务规模，提高公司对优秀人才的吸引力，增强研发实力，提升公司核心竞争力和持续盈利能力。

三、发行人董事会对募集资金投资项目的可行性意见

2021 年 10 月 11 日，公司召开第一届董事会第六次会议，对本次募集资金投资项目进行了分析和审议，认为公司本次募集资金投资项目具备可行性，募资资金总额与公司生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力相适应，募集资金投资项目实施后将扩大公司产能，提高公司的研发水平，丰富产品类型，有利于优化公司财务结构、提升公司核心竞争力和增强持续盈利能力，符合公司及公司股东的利益。具体分析如下：

1、与生产经营规模相适应

报告期内，公司生产各类健身器材 75.30 万套、72.18 万套、141.45 万套和 77.66 万套，实现主营业务收入 3.67 亿元、3.79 亿元、6.73 亿元和 3.73 亿元；本次募投建成后的预计新增营业收入 7.09 亿元，与现有生产经营规模相适应，不存在脱离现有生产经营规模的情形。

2、与财务状况相适应

报告期内，发行人的总资产分别为 5.08 亿元、4.85 亿元、6.31 亿元和 6.46 亿元，资产负债率分别为 60.53%、58.19%、61.73%和 55.22%。本次投资项目整体规模与公司当前资产规模相适应，有利于改善公司资产负债结构、增强公司资产流动性和偿债能力，符合公司当前改善资产负债结构的需求，不存在脱离现有财务状况的情形。

3、与技术水平相适应

本次募集资金投资项目均是基于公司现有业务开展，产品和技术均是在原有基础上的升级和优化，原有成熟的生产工艺和技术能够充分支撑相关的建设和运营（详见本节“二、募集资金项目的具体运用情况”），因此本次募集资金投资项目与公司现有技术水平相适应。

4、与管理能力相适应

本次募集资金投资项目完全围绕公司现有主营业务开展，是公司充分评估了行业需求、自身状况和国家产业政策等多方面因素，并结合公司现有管理能力及战略规划等综合确定的，公司主要管理、技术人员长期从事健身器材的研发、生产管理及产品销售工作，已形成梯队层次合理、知识结构互补、管理经验丰富的专业团队，具备运营和管理企业所需的相关经验。

四、募集资金运用对发行人财务及经营状况的影响

若本次募集资金能够达到预期的效果，则将进一步提升公司的综合竞争能力和抗风险能力，其对公司财务状况和经营成果的影响如下：

（一）募投项目实施后折旧及无形资产摊销增加对公司业绩的影响

本次募集资金投资项目建成后，以现行的固定资产折旧以及无形资产摊销政

策计算，公司新增固定资产年折旧及无形资产年摊销合计约为 3,117.51 万元，可能在短期内对公司的业绩造成一定影响。但随着公司主营业务规模的扩大，公司产品和技术的不断升级，公司的核心竞争力将进一步加强，将有利于巩固并提升公司在行业内的领先优势，有利于公司未来的经营业绩提升和财务状况的改善。

（二）对公司净资产和资本结构的影响

本次募集资金到位后，公司净资产和每股净资产将会有大幅度增加，将进一步增强公司整体实力。公司的资产负债率水平将有所降低，财务结构将得到优化，偿债能力将显著提升，提高公司抗风险能力，从而提升公司的整体竞争力，为公司进一步发展创造了良好条件。

（三）对公司净资产收益率和盈利能力的影响

本次发行募集资金到位后，公司净资产短期内将有较大幅度提高。但由于募集资金投资项目需要一定的建设期，在短期内公司净资产收益率会因募集资金的到位而有一定程度的降低。但是从中长期看，随着募投项目逐步达产，公司的营业收入与利润水平将实现增长，公司的盈利能力和净资产收益率将会得到逐步提高。

五、未来发展战略

（一）公司整体发展目标和经营战略

公司秉承“快乐运动、智慧健身，做全球健身方案及产品的供应商”的经营宗旨，专注于健身器材产品的研发、制造与销售，一直将产品的自主研发和技术创新作为持续发展的动力。公司秉承“厚德、敏行、精业、创新”的经营理念，致力于为国内外消费者提供兼具功能性、科技感与安全性的各类健身器材，将公司发展成为具有创新能力、产品结构合理、市场适应性强的国际知名健身设备专业供应商。

未来三到五年内，公司将继续坚持以客户需求为导向，不断提升产品的生产能力、生产规模及研发设计能力，持续推出符合客户需求的产品和服务；公司将通过人才体系的优化吸引高素质的专业人才满足公司业务规模扩大和研发创新的需求；公司将通过建立完整的信息化系统提升信息和数据的及时性与准确性，进一步改善公司的管理效率。

（二）具体发展规划

1、产能扩充规划

通过本次发行募集资金，公司将新建厂房，构建现代化的生产车间，购置生产所需的先进的自动化、智能化设备，同时利用先进的研发设备、生产设备、检测设备，降低人力成本，提升产品的品质。

2、技术研发规划

研发和创新能力是企业的核心竞争力的体现，也是公司未来持续增长的核心推动力。康力源研发中心建设项目主要由产品研发技术中心、产品展示厅、检测检验室和试制中心四个部分组成。康力源研发中心建设项目将在充分发挥公司现有研发能力基础上，进一步加强公司研发投入，提高企业的研发能力和整体竞争力。

3、人力资源发展规划

高素质人才的培养与引进是企业维持市场竞争地位的核心因素之一，公司把人才视为最有价值的资产，为实现公司的发展目标公司将引进和培养生产、研发、销售、管理等各个方面的专业人才，并进一步完善人力资源政策，以适应公司发展及满足市场需求。公司依据现状，制定了人力资源发展计划：

建立完善的培养体系以及合理的录用制度。公司积极参与国内与国际市场竞争，产品畅销全球，公司客户对健身器材的品质要求较为苛刻，因此对公司员工的作业质量提出了较高的要求。公司依据实际需要，建立了完善的人员培训制度，设定培训目标，提出培训原则和要求。

建立合理的薪酬制度，为吸引和保留高素质员工并贯彻公司的薪酬宗旨，最大可能激励员工为公司发展努力工作，公司根据每一个职位所要求的知识技能、经历及教育等情况，向员工支付有竞争力的工资。同时公司定期参加行业性薪资调查，以确保公司薪资水平的合理性和竞争性。

完善绩效考核体系，严格遵循“全面、客观、公正、公平、公开”的原则，避免考评人的主管因素影响，真实的反映被考核者的工作情况，以岗位职责为主要依据，定性与定量考核相结合。通过对部门、员工的考核，全面客观、公正公

平的评价员工的各项工作表现，改善部门、员工的工作绩效，使员工了解到自身工作表现与取得报酬、待遇的关系，获得积极改善工作的动力。

4、市场开发规划

通过多年的市场开发，公司已经积累了一批优质客户，这些客户中包括一些享有全球声誉的知名企业，公司希望依托自身优秀的产品质量，不断扩大国内外优质客户的范围。具体规划如下：

（1）自有品牌建设

公司在稳步提升ODM/OEM销售规模的同时，将积极推广自有品牌的发展。公司以客户及市场需求为主要依据，进一步完善品牌策略，提升品牌价值，使企业品牌与文化特色鲜明，具有统一性和稳定性。公司将通过线上和线下相结合、境内和境外相结合的方式，树立和植入品牌及产品形象，提升自有品牌业务发展。

（2）国内市场拓展

公司将进一步提升产品和服务的质量，依靠兼具功能性、创新性的高品质产品，在稳固现有市场客户的基础上，加强客户的开发和电商平台的宣传，同时发展线下经销商促进渠道下沉，加强公司的有利竞争地位。

（3）国外市场拓展

公司以 OEM/ODM 及自有品牌相结合的业务模式，与海外知名健身器材生产商和知名零售商建立了良好的长期合作关系。公司将逐步构建更加完善的国际市场营销体系，进一步拓宽海外客户，进一步扩大市场份额。

（三）拟定计划所依据的假设条件

1、公司股票发行顺利，募集资金及时到位，募集资金投资项目能够如期实施；

2、全球宏观政治、经济、法律和社会环境稳定，国家宏观经济形势整体稳定向好；

3、国家产业政策无重大变化，公司所处行业与市场环境没有出现重大的突发情形；

4、无其他不可抗力及不可预见因素对公司经营造成重大不利影响；

5、公司在管理决策上无重大失误，公司无足以产生重大不利影响的人事变动。

（四）实施过程中可能面临的主要困难和解决方法

公司目前处于快速发展阶段，公司发展规划的实施需引进产品研发设计、信息化系统优化、市场营销推广、经营管理优化等各个方面的专业人才，加快专业人才的引进与培养将是公司发展的重要因素之一，但公司地处邳州市，人才供应相对紧缺，在人才引入方面可能面临一定困难。

（五）业务发展计划与现有业务的关系

上述业务发展计划是公司根据健身器材设备生产行业发展趋势和竞争态势，围绕公司主业并结合公司生产、研发、销售计划，经过审慎分析而制定的。计划是现有业务的延伸和发展，计划的实施有利于实现公司的产能提升、研发创新、市场开拓、管理结构优化等目标，从而实现公司的战略规划。

（六）本次募集资金运用对实现业务目标的作用

本次募集资金的运用计划，是考虑产品市场前景和需求方向、健身器材设备生产行业发展趋势、国家产业政策、公司现有能力及战略等因素而确定的。具体作用如下：

1、本次募集资金将为本公司注入充足的营运资金，为实现既定的业务目标和公司快速发展提供资金支持，同时有利于改善公司资本结构，丰富融资渠道；

2、本次募集资金到位后，将有助于进一步提升公司的自主研发能力和技术优势，提高生产能力，为公司可持续发展和市场竞争力提供坚实的技术支撑；

3、本次公开发行有利于提高公司品牌知名度、市场影响力，同时增强对高素质人才的吸引力，提升人才竞争优势；

4、本次公开发行后，有利于公司全面的提升公司生产经营水平，提高运营效率，降低生产经营成本。

5、有利于进一步改善发行人规范运作，完善治理结构，加强内部控制管理，促进管理体制的升级和创新，确保公司快速有序发展。

第十节　投资者保护

一、投资者关系主要安排

（一）信息披露制度和流程

2021 年 9 月 17 日，公司召开 2021 年第二次临时股东大会，审议通过了上市后适用的《公司章程（草案）》《股东大会议事规则》《信息披露管理制度》。上述制度有效地保障投资者及时、真实、准确、完整地获取公司相关资料和信息。公司按照《公司法》《公司章程（草案）》等相关规定将公司定期报告、公司重大经营决策事项文件的财务信息和经营信息向公司股东公开，公司向股东所提供的信息保持及时、准确、真实、完整，有效地保证股东对公司信息的知情权。公司股东获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等方面的权利得到了有效保障。

截至本招股说明书签署日，公司已建立以股东大会、董事会、监事会和经营管理层为核心的公司治理结构，并围绕其建立了相应的独立董事、专门委员会、董事会秘书等配套工作制度。公司当前的治理结构较为完善，能够对公司的生产经营形成有效的监督、管理，确保公司的董事、监事和高级管理人员勤勉尽责地履行相应职责，保障投资者尤其是中小投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等权利。

（二）投资者沟通渠道的建立情况

根据相关法律、法规规范性文件的要求，发行人建立了《信息披露管理制度》和《投资者关系管理制度》。本次发行上市后，发行人将忠实、勤勉地履行职责、保证披露信息的真实、准确、完整、及时、公平。发行人和相关信息披露义务人应当同时向所有投资者公开披露重大信息，确保所有投资者可以平等获取信息，不得向单个或部分投资者透露或泄露。

公司信息披露工作由公司董事会统一领导和管理，由董事会秘书负责具体组织协调信息披露及投资者服务事宜，联系方式如下：

联系人：吕国飞

联系电话：0516-86879669

传真：0516-86879662

电子邮箱：zq@junxia.net

联系地址：邳州市炮车街道办事处高新技术产业园滨湖大道北侧

邮编：221327

（三）未来开展投资者关系管理的规划

公司将按照《投资者关系管理制度》及相关法律法规的规定，切实开展投资者关系构建、管理和维护工作，促进投资者对公司经营状况的了解和经营理念的认同，增进公司与投资者之间的良性互动，规范公司运营和提升公司治理水平，为投资者和公司搭建起畅通的沟通交流平台，确保投资者公平、及时地获取公司公开信息。

二、发行后的股利分配政策、决策程序及本次发行前后股利分配政策的差异情况

（一）发行后的股利分配政策

根据《公司章程（草案）》，公司利润分配政策为：

1、利润分配原则

公司实行持续、稳定的利润分配政策，重视对投资者的合理回报并兼顾公司的长远和可持续发展。

2、利润分配形式和比例

公司可采取现金、股票、现金与股票相结合的方式或者法律法规允许的其他方式分配利润，利润分配不得超过累计可分配利润的范围。在满足现金分红条件的基础上，结合公司持续经营和长期发展，原则上每一年度进行一次现金分红，且公司以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 10%。公司现金分红条件如下：

（1）公司该年度实现的利润，在提取完毕公积金及弥补亏损后仍为正值；

（2）审计机构对公司的该年度财务报告出具无保留意见的审计报告；

（3）公司未来十二个月内无重大资金支出事项发生（募集资金项目除外）

公司董事会负有提出现金分红提案的义务，对当年实现的可分配利润中未分配部分，董事会应说明使用计划安排或原则。如因重大资金支出事项董事会未提出现金分红提案，董事会应在利润分配预案中披露原因及留存资金的具体用途，经独立董事发表独立意见后提交股东大会审议。重大资金支出是指以下情形之一：

（1）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 10%且超过 5,000 万元。

（2）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 5%。

重大资金支出需经公司董事会批准并提交股东大会审议通过。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

（4）公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，按照前项规定处理。

3、利润分配的期间间隔

公司每年度至少进行一次利润分配，可以根据盈利情况和资金需求状况进行中期现金分红。

（二）股利分配的决策程序和机制

1、股利分配的决策程序

公司董事会应根据公司的利润分配政策并结合公司当年的利润实现情况、现金流量状况及未来发展规划等因素，以实现股东合理回报为出发点，制订公司当

年的利润分配预案。

公司董事会在利润分配方案论证过程中，需与独立董事、监事会充分讨论，在考虑对全体股东持续、稳定、科学的回报基础上形成利润分配预案，并由独立董事对此发表独立意见后，方能提交公司股东大会审议并经出席股东大会的股东所持表决权的二分之一以上通过。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

2、股利分配政策的调整或变更

公司应当严格执行公司章程规定的利润分配政策以及现金分红方案。公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，确需调整利润分配政策和现金分红方案的，调整后的利润分配政策和现金分红方案不得违反证券监督管理部门和证券交易所的有关规定。

公司董事会在调整利润分配政策的论证过程中，需充分听取独立董事、监事的意见，有关调整利润分配政策的议案需提交董事会、监事会审议，分别经二分之一以上独立董事、二分之一以上监事同意，并由独立董事对此发表独立意见，方能提交公司股东大会审议并及时公告披露相关信息。公司股东大会审议调整利润分配政策相关事项的，需经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过。

三、本次发行完成前滚存利润的分配安排

根据公司 2021 年第二次临时股东大会决议，若本次公司首次公开发行股票并在创业板上市成功，则公司本次发行前的滚存未分配利润由本次发行后的新老股东按发行后的持股比例共同享有。

四、股东投票机制建立情况

（一）采取累积投票制选举公司董事、监事

根据《公司章程（草案）》，股东大会就选举董事、监事进行表决时，实行累积投票制。前述累积投票制是指股东大会选举董事、监事时，每一股份拥有与应

选董事、监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

（二）中小投资者单独计票机制

根据《公司章程(草案)》,股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

（三）对法定事项采取网络投票方式的相关机制

根据《公司章程（草案)》，公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，优先提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利。

（四）征集投票权的相关安排

根据《公司章程（草案)》，公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

五、相关承诺事项

（一）股份锁定和减持意向的承诺

1、控股股东、实际控制人衡墩建承诺

（1）自发行人股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人在本次发行前直接或间接所持有的发行人的股份，也不由发行人回购该部分股份；

（2）本人在锁定期届满后两年内减持公司股票的，股票减持的价格不低于公司首次公开发行股票的发行价（如公司发生分红、派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则为按照相应比例进行除权除息调整后用于比较的发行价，以下统称发行价）；

（3）若发行人上市后 6 个月内公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者发行人上市后 6 个月期末股票收盘价低于发行价，本人持有发行人股票的锁定期限将自动延长 6 个月；

（4）前述锁定期满后，若本人仍然担任公司的董事、监事或高级管理人员，

在任职期间每年转让的股份不超过其所持有公司股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人所持有的公司股份；

（5）本人持续看好发行人及所处行业的发展前景，拟长期持有发行人股份。在本人承诺的股份锁定期满后两年内，本人每年减持发行人股份的数量不超过上一年度末本人直接或间接持有的发行人股份总数的 25%，且减持价格不低于发行人首发上市的发行价（若公司股票有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项的，发行价将进行除权、除息调整）；

（6）本人减持发行人股份时，应提前将减持意向和拟减持数量等信息以书面方式通知发行人，并由发行人及时予以公告，自发行人公告之日起 3 个交易日后，本人可以减持发行人股份；

（7）如本人未履行上述承诺，本人自愿将违反承诺减持获得的收益上交发行人，如未将违规减持所得上交发行人，则发行人有权扣留应付现金分红中与应上交发行人的违规减持所得金额相等的现金分红。本人将在发行人的股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因，并向发行人其他股东和社会公众投资者道歉。同时本人持有的发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。如因未履行上述承诺事项致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失，并承担相应的法律责任；

（8）若中国证券监督管理委员会或其他监管机构对持股 5%以上的股东所持公司股份的减持操作另有要求，本人同意按照中国证券监督管理委员会或其他监管机构的监管意见进行相应调整。

2、直接持股的董事、监事、高级管理人员许瑞景、彭保章、郭景报承诺

（1）自发行人股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人在本次发行前直接或间接所持有的发行人的股份，也不由发行人回购该部分股份；

（2）本人在锁定期届满后两年内减持公司股票的，股票减持的价格不低于公司首次公开发行股票的发行价（如公司发生分红、派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则为按照相应比例进行除权除息调整后用于比较的发行价，以下统称发行价）；

（3）若发行人上市后 6 个月内公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发

行价，或者发行人上市后 6 个月期末股票收盘价低于发行价，本人持有发行人股票的锁定期限将自动延长 6 个月；

（4）前述锁定期满后，若本人仍然担任公司的董事、监事或高级管理人员，在任职期间每年转让的股份不超过其所持有公司股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人所持有的公司股份。

3、其他股东承诺

（1）自发行人股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人在本次发行前直接或间接所持有的发行人的股份，也不由发行人回购该部分股份；

（2）本人在锁定期届满后两年内减持公司股票的，股票减持的价格不低于公司首次公开发行股票的发行价（如公司发生分红、派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则为按照相应比例进行除权除息调整后用于比较的发行价，以下统称发行价）；

（3）若发行人上市后 6 个月内公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者发行人上市后 6 个月期末股票收盘价低于发行价，本人持有发行人股票的锁定期限将自动延长 6 个月。

（二）稳定股价的措施和承诺

1、启动稳定股价措施的条件

自公司股票正式上市之日起三年内，如公司 A 股股票连续 20 个交易日（公司 A 股股票全天停牌的交易日除外，下同）的收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数÷期末公司股份总数，下同）时（以下简称“启动条件”），且公司情况同时满足《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、中国证监会以及深圳证券交易所对于回购、增持公司股份等行为的规定，保证回购、增持结果不会导致本公司股权分布不符合上市条件，本公司应启动稳定股价措施。

在公司因派发现金红利、送股、转增股份、增发新股等原因进行除权、除息的，前述每股净资产将按照有关规定作相应调整。

2、稳定股价的措施

稳定股价的具体措施包括公司回购股份，控股股东及实际控制人增持股份，以及董事、高级管理人员增持股份。若“启动条件”触发，上述具体措施执行的优先顺序为公司回购股份为第一顺位；控股股东及实际控制人增持为第二顺位；董事、高级管理人员增持为第三顺位。

（1）公司回购股份

①公司回购股份应符合《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》等相关法律法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件；

②公司回购 A 股股份的资金为自有资金，回购 A 股股份的价格不高于最近一期经审计的每股净资产，回购股份的方式为以集中竞价交易方式向社会公众股东回购 A 股股份；

③公司单次用于回购股份的资金不低于上一会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 10%；

④单一会计年度用于稳定股价的回购资金累计不超过上一会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 30%。

（2）控股股东及实际控制人增持公司股份

①下列任一事项将触发公司控股股东及实际控制人增持股份的义务，增持价格不高于最近一期公司经审计的每股净资产：

A、当公司出现需要采取股价稳定措施的情形，而回购股票将导致公司不满足法定上市条件或回购股票议案未获得股东大会批准等导致无法实施股票回购的；

B、若公司一次或多次实施回购后“启动条件”再次被触发，且公司用于回购股份的资金总额累计已经达到上一会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 30%。

②控股股东及实际控制人增持公司股份不应导致公司股权分布不符合上市条件；控股股东及实际控制人增持应符合《上市公司收购管理办法》等相关法律法规的规定，同时不能迫使控股股东及实际控制人履行要约收购义务；

③控股股东及实际控制人单次用于增持股份的资金金额不低于其上一会计年度自公司所获得的税后现金分红金额的 20%；控股股东及实际控制人单一会计年度用于增持股份的资金金额不超过其上一会计年度自发行人所获得的税后现金分红金额的 50%。控股股东及实际控制人承诺在增持计划完成后的 6 个月内将不出售所增持的股份。

（3）董事（不包括独立董事）及高级管理人员增持公司股份

①若控股股东及实际控制人一次或多次实施增持后“启动条件”再次被触发，且控股股东及实际控制人用于增持股份的资金总额累计已经达到上一会计年度自发行人所获得的税后现金分红金额的 50%的，则控股股东及实际控制人不再进行增持，而由在公司领取薪酬的董事（不含独立董事）、高级管理人员进行增持，增持价格不高于最近一期公司经审计的每股净资产；

②各董事、高级管理人员单次用于增持股份的资金不低于上一年度从公司获取的税后薪酬的 20%；单一会计年度用于增持股份的资金不超过董事、高级管理人员上一年度税后薪酬的 50%。有增持义务的公司董事、高级管理人员承诺，在增持计划完成后的 6 个月内将不出售所增持的股份；

③董事、高级管理人员增持公司股份不应导致公司股权分布不符合上市条件。若董事、高级管理人员一次或多次实施增持后“启动条件”再次被触发，且各董事、高级管理人员用于增持股份的资金总额累计已经超过其在担任董事或高级管理人员职务期间上一会计年度从公司领取的税后薪酬总额的 50%，则各董事、高级管理人员不再实施增持。

3、公司承诺

（1）公司将严格按照《江苏康力源体育科技股份有限公司关于首次公开发行股票并在创业板上市后三年内稳定股价预案》（以下简称“《稳定股价预案》”）之规定全面且有效地履行、承担公司在《稳定股价预案》项下的各项义务和责任；

（2）公司将极力敦促其他相关方严格按照《稳定股价预案》之规定全面且有效地履行、承担其在《稳定股价预案》项下的各项义务和责任；

（3）若公司无正当理由未履行稳定公司股价的承诺，公司将会在法定披露媒体及证监会或交易所指定媒体刊登书面道歉，并就未能履行承诺导致投资者损

失提供赔偿。

4、控股股东、实际控制人衡墩建承诺

（1）本人将严格按照《江苏康力源体育科技股份有限公司关于首次公开发行股票并在创业板上市后三年内稳定股价预案》之规定全面且有效地履行、承担本人在《稳定股价预案》项下的各项义务和责任；

（2）本人将极力敦促其他相关方严格按照《稳定股价预案》之规定全面且有效地履行、承担其在《稳定股价预案》项下的各项义务和责任；

（3）若本人无正当理由未履行稳定公司股价的承诺，公司有权责令本人在限期内履行增持股票义务，若本人仍未履行义务，则公司有权将本人履行增持义务相对应金额的应从公司领取的薪酬予以冻结，直至本人履行增持义务。

5、公司董事（不含独立董事）、高级管理人员承诺

（1）本人将严格按照《稳定股价预案》之规定全面且有效地履行、承担本人在《稳定股价预案》项下的各项义务和责任；

（2）本人将极力敦促其他相关方严格按照《稳定股价预案》之规定全面且有效地履行、承担其在《稳定股价预案》项下的各项义务和责任；

（3）若本人无正当理由未履行稳定公司股价的承诺，公司有权责令本人在限期内履行增持股票义务，若本人仍未履行义务，则公司有权将本人履行增持义务相对应金额的应从公司领取的薪酬予以冻结，直至本人履行增持义务。

（三）对欺诈发行上市的股份回购的承诺

1、公司承诺

（1）本公司首次公开发行股票的招股说明书不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，也不存在公司不符合发行上市条件而以欺骗手段骗取发行注册的情形；

（2）如因发行人招股说明书被中国证监会等有权部门认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，或被中国证监会等有权部门认定存在欺诈发行上市的行为，本公司将依法回购首次公开发行的全部新股（如本公司上市后发生除权事项的，

上述回购数量相应调整）；

（3）本公司将在有权部门出具有关违法事实的认定结果后及时进行公告，并在 5 个工作日内启动回购程序，根据相关法律法规及公司章程的规定及时召开董事会审议股份回购具体方案，并提交股东大会审议。本公司将根据股东大会决议及有权部门的审批（如需）启动股份回购措施。本公司承诺：若届时公司首次公开发行的 A 股股票尚未上市，股份回购价格为发行价加算银行同期存款利息；若届时公司首次公开发行的 A 股股票已上市交易，股份回购价格将依据市场价格确定，如本公司启动股份回购措施时公司股票已停牌，则股份回购价格不低于停牌前一交易日平均交易价格（平均交易价格=当日总成交额/当日成交总量）。

2、控股股东、实际控制人衡墩建承诺

（1）发行人首次公开发行股票的招股说明书不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，也不存在公司不符合发行上市条件而以欺骗手段骗取发行注册的情形；

（2）如因发行人招股说明书被中国证监会等有权部门认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形，或被中国证监会等有权部门认定存在欺诈发行上市的行为，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将督促发行人依法回购首次公开发行的全部新股。

（四）填补即期回报的措施和承诺

1、关于填补被摊薄即期回报的措施

江苏康力源体育科技股份有限公司首次公开发行股票募集资金到位后，预计募投项目效益的充分体现需要一定的时间，募集资金到位当年，随着公司股本的扩张，基本每股收益和稀释每股收益可能出现下降。

为贯彻执行《关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》、《关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》及《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》等相关规定和文件精神，为确保公司填补回报措施能够得到切实履行，公司拟通过加快市场开拓、以自有资金先行投入，争取早日实现募投项目预期效益、严格执行既定股利分红政策，保证股东回报的及时性和连续性等方式，积极提升公司盈利能力，填补被摊薄的股东

即期回报，本公司拟采取以下应对措施：

（1）加强经营管理和内部控制，努力提高公司的收入水平

公司未来几年将进一步提高经营和管理水平，提升公司的整体盈利能力。公司将努力提高资金的使用效率，完善并强化投资决策程序，提升资金使用效率，节省公司的财务费用支出。公司也将加强企业内部控制，发挥企业管控效能。推进全面预算管理，优化预算管理流程，加强成本管理，强化预算执行监督，全面有效地控制公司经营和管控风险。

（2）加快募投项目投资进度，争取早日实现项目预期效益

本次发行募集资金投资项目的实施符合本公司的发展战略，能有效提升公司的生产能力和盈利能力，有利于公司持续、快速发展。本次募集资金到位前，发行人拟通过多种渠道积极筹集资金，争取尽早实现项目预期收益，增强未来几年的股东回报，降低本次发行导致的即期回报摊薄的风险。

（3）加强对募投项目监管，保证募集资金合理合法使用

为规范公司募集资金的使用与管理，确保募集资金的使用规范、安全、高效，公司制定了《募集资金管理制度》等相关制度。董事会针对本次发行募集资金的使用和管理，通过设立专项账户的相关决议，募集资金到位后将存放于董事会指定的专项账户中，专户专储，专款专用。公司将根据相关法规和《募集资金管理制度》的要求，严格管理募集资金使用，并积极配合监管银行和保荐机构对募集资金使用的检查和监督，以保证募集资金合理规范使用，合理防范募集资金使用风险。

（4）严格执行既定股利分红政策，保证股东回报的及时性和连续性

根据中国证券监督管理委员会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》等相关法律法规，为完善和健全持续、科学、稳定的股东分红机制和监督机制，积极回报投资者，切实保护全体股东的合法权益，公司对《公司章程》进行了修订，完善了利润分配制度。为保证股东回报机制的连续性和稳定性，公司制定《江苏康力源体育科技股份有限公司未来三年股东分红回报规划》，进一步落实分红政策。

2、公司承诺

公司拟通过加快市场开拓、以自有资金先行投入，争取早日实现募投项目预期效益、严格执行既定股利分红政策，保证股东回报的及时性和连续性等方式，积极提升公司盈利能力，填补被摊薄的股东即期回报。

3、公司控股股东、实际控制人承诺

本人承诺不越权干预发行人经营管理活动，不侵占发行人利益。

本承诺出具日至发行人完成首发上市前，若中国证监会或证券交易所对首发上市摊薄即期回报有关事项作出新的规定或要求的，本人承诺届时将按照前述最新规定或要求出具补充承诺。

4、公司董事、高级管理人员承诺

（1）本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

（2）本人承诺对本人的职务消费行为进行约束；

（3）本人承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

（4）本人承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（5）若公司后续推出股权激励政策，本人承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（6）若中国证监会、证券交易所作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会、证券交易所该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会及证券交易所的最新规定出具补充承诺；

（7）本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若本人违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

作为填补回报措施相关责任主体之一，本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人将无条件接受中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构按照其制

定或发布的有关规定、规则对本人作出的相关处罚或采取的相关管理措施。

（五）利润分配政策的承诺

1、公司承诺

（1）根据《公司法》《证券法》《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》《上市公司监管指引第 3 号-上市公司现金分红》等相关法律法规的规定，公司已制定适用于本公司实际情形的上市后利润分配政策，并在上市后适用的《公司章程（草案）》中予以体现；

（2）本公司在上市后将严格遵守并执行《公司章程（草案）》规定的利润分配政策。本公司承诺本次发行前滚存的未分配利润由发行后的新老股东按持股比例共同享有，并承诺按照公司章程及本公司制定的利润分配政策进行利润分配。

2、公司控股股东、实际控制人承诺

（1）本人将督促发行人在首次公开发行并在创业板上市后严格执行为首次公开发行并在创业板上市而制作的《江苏康力源体育科技股份有限公司章程（草案）》《江苏康力源体育科技股份有限公司上市后三年内股东分红回报规划》及发行人股东大会审议通过的利润分配政策；

（2）本人将根据《江苏康力源体育科技股份有限公司章程（草案）》《江苏康力源体育科技股份有限公司上市后三年内股东分红回报规划》规定的利润分配政策在发行人股东大会上进行投票，并督促发行人根据股东大会决议实施利润分配。

3、公司董事、高级管理人员承诺

发行人首次公开发行股票并上市后，本人将严格执行届时有效的《江苏康力源体育科技股份有限公司章程》中规定的利润分配政策以及发行人股东大会审议通过的《关于公司未来三年分红回报规划的议案》中规定的利润分配政策，充分维护发行人股东的利益。

（六）依法承担赔偿责任的承诺

1、公司承诺

（1）本公司首次公开发行股票的招股说明书不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；

（2）如因本公司招股说明书被有权部门认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿因上述信息披露违法行为给投资者造成的直接经济损失。本公司将在中国证监会等有权部门作出上述认定之日起五个交易日内启动赔偿投资者损失的相关工作。投资者损失依据中国证监会或有权司法机关认定的金额或者本公司与投资者协商之金额确定。

2、公司控股股东、实际控制人承诺

（1）本人确认为本次公开发行股票所提供的全部文件和信息资料真实、准确、完整，发行人的招股说明书不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；

（2）如因发行人招股说明书被有权部门认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿因上述信息披露违法行为给投资者造成的直接经济损失。

3、公司董事、监事、高级管理人员承诺

（1）本人确认为本次公开发行股票所提供的全部文件和信息资料真实、准确、完整，发行人的招股说明书不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；

（2）如因发行人招股说明书被有权部门认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿因上述信息披露违法行为给投资者造成的直接经济损失。

4、保荐人承诺

本公司为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；因本公司为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

5、发行人律师的承诺

本所为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；因本机构为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

6、发行人会计师的承诺

因我们为江苏康力源体育科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

7、发行人评估机构的承诺

本机构为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；因本机构为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

（七）发行人以及相关责任主体未能履行承诺时的约束措施

1、公司承诺

（1）如本公司为本次发行上市所作的承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致的除外），本公司将采取以下措施：

①及时、充分披露本公司承诺未能履行、无法履行或者无法按期履行的具体原因并向投资者道歉；

②自愿接受监管部门、社会公众及投资者的监督，向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益，该等承诺将提交公司股东大会审议；

③因违反承诺给投资者造成损失的，依法对投资者进行赔偿；

④如公司实际控制人、控股股东、其他股东、董事、高级管理人员违反承诺，本公司将暂扣其应得的现金分红和薪酬，直至其将违规收益足额交付公司为止。

（2）如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致本公司承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本公司将采取以下措施：

①及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

②向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。

2、控股股东、实际控制人承诺

（1）如本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致的除外），本人将采取以下措施：

①及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或者无法按期履行的具体原因并向投资者道歉；

②自愿接受监管部门、社会公众及投资者的监督，向发行人或投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人或投资者的权益，该等承诺将提交发行人股东大会审议；

③因违反承诺给发行人或投资者造成损失的，依法对发行人或投资者进行赔偿；

④因违反承诺所产生的收益归发行人所有，发行人有权暂扣本人应得的现金分红和薪酬，同时不得转让本人直接或间接持有的发行人股份，直至本人将违规收益足额交付发行人为止。

（2）如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：

①及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

②向发行人或投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益。

3、董事、监事、高级管理人员承诺

（1）如本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致的除外），本人将采取以下措施：

①及时、充分披露本公司承诺未能履行、无法履行或者无法按期履行的具体原因并向投资者道歉；

②自愿接受监管部门、社会公众及投资者的监督，向发行人或投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人或投资者的权益，该等承诺将提交发行

人股东大会审议；

③因违反承诺给发行人或投资者造成损失的，依法对发行人或投资者进行赔偿；

④因违反承诺所产生的收益归发行人所有，发行人有权暂扣本人应得的现金分红和薪酬，同时不得转让本人直接或间接持有的发行人股份，直至本人将违规收益足额交付发行人为止。

⑤违反承诺情节严重的，公司董事会、监事会、半数以上的独立董事有权提请股东大会更换相关董事、监事；公司董事会有权解聘相关高级管理人员。

（2）如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：

①及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

②向发行人或投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益。

（八）发行人关于股东信息披露的专项承诺

1、本公司已在招股说明书中真实、准确、完整的披露了股东信息。

2、本公司已在招股说明书中披露了公司成立时以王军霞名义出资及徐州健身器材总厂工会代 44 名经营骨干持股的形成原因、演变情况、解除过程、是否存在纠纷或潜在纠纷情况，除此之外，本公司历史沿革中不存在股权代持、委托持股等情形，不存在股权争议或潜在纠纷等情形。

3、本公司不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有发行人股份的情形。

4、本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有发行人股份情形。

5、本公司不存在以发行人股权进行不当利益输送情形。

6、本公司现任股东不存在离开证监会系统未满十年的工作人员，具体包括从证监会会机关、派出机构、沪深证券交易所、全国股转公司离职的工作人员，

从证监会系统其他会管单位离职的会管干部，在发行部或公众公司部借调累计满 12 个月并在借调结束后三年内离职的证监会系统其他会管单位的非会管干部，从会机关、派出机构、沪深证券交易所、全国股转公司调动到证监会系统其他会管单位并在调动后三年内离职的非会管干部。

7、若本公司违反上述承诺，将承担由此产生的一切法律后果。

第十一节 其他重要事项

一、重大合同

截至本招股说明书签署日，公司已履行及正在履行的合同中，对公司生产经营活动、财务状况或未来发展等具有重要影响的合同如下：

（一）销售合同

公司与主要客户之间签订年度框架协议，约定合同期限、产品类型、定价原则、质量要求和技术标准、货款结算方式等；后续客户根据实际需求向公司下达具体订单，约定货物的具体数量、型号、交货时间等。

截至本招股说明书签署日，公司已履行及正在履行的合同中，与各年销售收入占主营业务收入比例超过 5%的客户签订的框架协议如下：

序号	合同主体	客户名称	合同标的	签订日期/有效期	履行状态
1	江苏康力源健身器材有限公司	Impex	健身器材	2018.1.1-2022.12.31	正在履行
2	江苏康力源健身器材有限公司	Argos	健身器材	2018.6.1-长期	正在履行

（二）采购合同

公司与主要供应商签署采购框架协议，约定合同期限、采购原料种类、定价原则、货款结算方式等；然后公司采用具体订单的形式向供应商订货，约定原材料的具体数量、型号、交货时间、地点等要求。

截至本招股说明书签署日，公司已履行及正在履行的采购合同中，与各年采购额占主营业务成本比例超过 5%的供应商签订的框架协议如下：

序号	合同主体	供应商名称	合同标的	签订日期	合同有效期
1	江苏康力源健身器材有限公司	常熟市特种焊管总厂	钢管类	2018.1.4	至 2020.1.3，到期后自动延长两年
2	江苏加一健康科技有限公司	常熟市特种焊管总厂	钢管类	2018.1.3	至 2020.1.2，到期后自动延长两年
3	徐州豪迈体育用品有限公司	常熟市特种焊管总厂	钢管类	2018.1.3	至 2020.1.2
4	江苏康力源健身器材有限公司	泰州永盛包装股份有限公司	包装材料	2018.1.1	至 2019.12.31，到期后自动延长两年
5	江苏加一健康科技有限公司	泰州永盛包装股份有限公司	包装材料	2018.1.1	至 2019.12.31，到期后自动延长两年

序号	合同主体	供应商名称	合同标的	签订日期	合同有效期
6	徐州豪迈体育用品有限公司	泰州永盛包装股份有限公司	包装材料	2018.1.1	至 2019.12.31
7	江苏康力源健身器材有限公司	青岛祥兴钢管有限公司	钢管类	2020.1.4	至 2022.1.3，到期后自动延长两年
8	江苏加一健康科技有限公司	青岛祥兴钢管有限公司	钢管类	2020.1.3	至 2022.1.2，到期后自动延长两年
9	江苏康力源健身器材有限公司	天长市伊特纳金属表面处理科技有限公司	五金、塑料、紧固件	2020.1.3	至 2022.1.2，到期后自动延长两年
10	江苏加一健康科技有限公司	天长市伊特纳金属表面处理科技有限公司	五金、塑料、紧固件	2020.1.1	至 2021.12.31，到期后自动延长两年
11	江苏康力源健身器材有限公司	徐州金保凯金属材料有限公司	钢管类	2020.10.7	至 2022.10.6，到期后自动延长两年
12	江苏加一健康科技有限公司	徐州金保凯金属材料有限公司	钢管类	2020.10.7	至 2022.10.6，到期后自动延长两年

二、对外担保情况

报告期内，公司履行的对外担保情况如下：

单位：万元

序号	担保人	被担保人	债权人	担保金额	合同约定的担保期限	是否关联方	担保是否履行完毕
1	康力源	据英商贸	中国建设银行股份有限公司邳州支行	1,800.00	2016.07.10-2021.07.09	是	是
2	康力源	优力同创	江苏邳州农村商业银行股份有限公司	700.00	2018.06.14-2020.12.20	否	是
合计				**2,500.00**			

公司对外担保的具体情况详见本招股说明书“第七节　公司治理与独立性”之“五、发行人报告期内资金被占用和对外担保的情况”之“（二）发行人报告期内对外担保情况”。

截至本招股说明书签署日，公司已无尚需履行的对外担保义务。

三、重大诉讼或仲裁事项

（一）发行人及其控股股东、实际控制人、控股子公司的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司及子公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

截至本招股说明书签署日，公司的控股股东、实际控制人不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

（二）发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的重大诉讼或仲裁事项及受到刑事诉讼的情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁及刑事诉讼事项。

四、发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员最近 3 年涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况

最近 3 年内，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在涉及行政处罚、被司法机关立案调查、被中国证监会立案调查情况。

五、发行人控股股东、实际控制人报告期内是否存在重大违法行为

公司控股股东、实际控制人报告期内不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

江苏康力源体育科技股份有限公司

全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

衡墩建　衡思名　姚培源

许瑞景　彭保章　王忠

罗杰　侯晓红　张怀岭

全体监事签名：

郭景报　衡万里　刘建

江苏康力源体育科技股份有限公司

2021年11月6日

江苏康力源体育科技股份有限公司

全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

其他高级管理人员签名：

吕国飞	于海	张若浩
吴振民	魏威	许佳
李辉亮	朱本森	师晨亮

江苏康力源体育科技股份有限公司

2021年 11月 6日

江苏康力源体育科技股份有限公司

控股股东、实际控制人声明

本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东、实际控制人签名：

衡墩建

江苏康力源体育科技股份有限公司

2021 年 11 月 6 日

保荐人（主承销商）声明

本公司已对《江苏康力源体育科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人签字：

赵南浩

保荐代表人签字：

张兴初 李郭明

董事长、法定代表人签字：

钱俊文

东海证券股份有限公司

2021 年 11 月 6 日

保荐人（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读《江苏康力源体育科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长签字：

钱俊文

东海证券股份有限公司

2021 年 11 月 6 日

保荐人（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读《江苏康力源体育科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

总经理签字：

殷建华

东海证券股份有限公司

2021年11月6日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读《江苏康力源体育科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

经办律师：

颜强　　何年生　　王栗栗

律师事务所负责人：

顾功耘

上海市锦天城律师事务所

2021年 [redacted] 月 6 日

PAN-CHINA 天健会计师事务所
Pan-China Certified Public Accountants

地址：杭州市钱江路 1366 号
邮编：310020
电话：（0571） 8821 6888
传真：（0571） 8821 6999

审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《江苏康力源体育科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的《审计报告》（天健审〔2021〕9908 号）、《内部控制鉴证报告》（天健审〔2021〕9909 号）及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对江苏康力源体育科技股份有限公司在招股说明书中引用的上述审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

金闻　　徐思思

天健会计师事务所负责人：

郑启华

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二一年十一月六日

资产评估机构声明

本机构及经办资产评估师已阅读《江苏康力源体育科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》，确认招股说明书与本机构出具的《江苏康力源体育科技股份有限公司拟改制为股份有限公司涉及的江苏康力源体育科技股份有限公司净资产价值项目资产评估报告》（中威正信评报字[2020]第11036号）（以下简称“《资产评估报告》”）无矛盾之处。本机构及经办资产评估师对发行人在招股说明书中引用的《资产评估报告》的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

特此承诺。

经办资产评估师：

刑炯光　　渠敬雷

资产评估机构负责人：

赵继平

中威正信（北京）资产评估有限公司

2021 年 11 月 6 日

PAN-CHINA 天健会计师事务所
Pan-China Certified Public Accountants

地址：杭州市钱江路 1366 号
邮编：310020
电话：（0571） 8821 6888
传真：（0571） 8821 6999

验资机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《江苏康力源体育科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的《验资报告》（天健验〔2020〕516 号）的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对江苏康力源体育科技股份有限公司在招股说明书中引用的上述报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

金闻　　徐思思

天健会计师事务所负责人：

郑启华

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二〇年 十二月 六 日

天健会计师事务所
Pan-China Certified Public Accountants
地址：杭州市钱江路 1366 号
邮编：310020
电话：（0571） 8821 6888
传真：（0571） 8821 6999

验资复核机构承诺

本所及签字注册会计师承诺：因我们为江苏康力源体育科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

签字注册会计师：

金闻　　徐思思

天健会计师事务所负责人：

郑启华

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇一[illegible]年[illegible]月[illegible]日

第十三节　附件

一、备查文件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文件，具体如下：

（一）发行保荐书；

（二）上市保荐书；

（三）法律意见书；

（四）财务报告及审计报告；

（五）公司章程（草案）；

（六）与投资者保护相关的承诺；

（七）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项；

（八）内部控制鉴证报告；

（九）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；

（十）中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；

（十一）其他与本次发行有关的重要文件。

二、备查文件查阅地点、时间

（一）备查时间

周一至周五：上午 9：30-11：30　下午：1：00-5：00

（二）备查文件查阅地点

发行人：江苏康力源体育科技股份有限公司

地址：邳州市炮车街道办事处高新技术产业园滨湖大道北侧

联系人：吕国飞

电话：0516-86879669

传真：0516-86879662

保荐人（主承销商）：东海证券股份有限公司

地址：上海市浦东新区东方路 1928 号东海证券大厦

联系人：李郭明

电话：021-20333529

传真：021-50498876

投资者也可以于深圳证券交易所网站 www.szse.cn 查阅本招股说明书等电子文件。