

东海证券股份有限公司
关于
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
之
发行保荐书

保荐机构（主承销商）



（江苏省常州市延陵西路 23 号投资广场 18 层）

二〇二二年五月

目 录

目 录.....	1
声明.....	2
第一节 本次证券发行基本情况	3
一、保荐机构工作人员简介.....	3
二、发行人基本情况简介.....	4
三、保荐机构及其关联方与发行人及其关联方之间的利害关系及主要业务往 来情况说明.....	4
四、保荐机构内部审核程序和内核意见.....	5
第二节 保荐机构承诺	7
第三节 本次证券发行的推荐意见	8
一、推荐结论.....	8
二、本次证券发行履行相关决策程序的说明.....	8
三、发行人符合创业板定位的说明.....	8
四、本次证券发行符合《证券法》规定的发行条件的说明.....	19
五、本次证券发行符合《注册管理办法》规定的发行条件的说明.....	20
六、关于本次发行公司股东公开发售股份的核查.....	22
七、关于承诺事项的核查.....	22
八、关于私募投资基金股东履行备案程序的核查.....	22
九、关于摊薄即期回报事项的核查.....	23
十、关于有偿聘请第三方机构和个人的核查.....	23
十一、关于股东信息披露的核查.....	24
十二、发行人主要风险提示.....	24
十三、发行人发展前景评价.....	32
附件 1:	41

声明

本保荐机构及保荐代表人根据《中华人民共和国公司法》（以下简称“《公司法》”）、《中华人民共和国证券法》（以下简称“《证券法》”）、《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》（以下简称“《注册管理办法》”）、《证券发行上市保荐业务管理办法》（以下简称“《保荐业务管理办法》”）等有关法律法规和中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所的有关规定，诚实守信、勤勉尽责，严格按照依法制定的业务规则、行业执业规范和道德准则出具本发行保荐书，并保证所出具文件的真实性、准确性和完整性。

本发行保荐书如无特别说明，相关用语具有与《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》中相同的含义。

第一节 本次证券发行基本情况

一、保荐机构工作人员简介

（一）保荐代表人

本次具体负责推荐的保荐代表人为张兴初和李郭明。其保荐业务执业情况如下：

张兴初先生，现任东海证券投资银行发展部副总经理，政治经济学硕士、保荐代表人，曾先后任职于国信证券、长城国瑞证券，具有十五年投资银行工作经验。曾参与或主持怡亚通IPO、中航三鑫IPO、实益达IPO、拓日新能IPO、阳普医疗重大资产重组、合金投资重大资产重组项目、莫高股份要约收购项目、怡亚通公司债等项目。

李郭明先生，现任东海证券投资银行发展部业务副总监，金融学硕士、保荐代表人、注册会计师，曾先后任职于新时代证券、光大证券、长城国瑞证券，具有6年投资银行工作经验。曾负责或参与丰润生物IPO、华纳药厂IPO、晋亿实业非公开发行、通威股份可转债、黄河旋风可转债、福华通达公司债等项目。

（二）项目协办人

本次康力源首次公开发行股票项目的协办人为赵南浩，其保荐业务执业情况如下：

赵南浩先生，现任东海证券投资银行发展部业务总监，会计硕士、曾先后任职于西南证券、中天国富证券，具有9年投资银行经验。曾参与或主持台海核电借壳、云图控股非公开发行、吉峰农机重大资产重组、旭光股份重大资产重组、红日药业重大资产重组、久之洋IPO、珠海鸿瑞IPO、重庆交运IPO等项目。

（三）其他项目组成员

其他参与本次康力源首次公开发行股票保荐工作的项目组成员还包括：李之俊、陈晓风、张权、丁诗怡、于振萍、张书铭、杨游霄。

二、发行人基本情况简介

公司名称	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
有限公司成立日期	1998年05月15日
股份公司设立日期	2020年11月16日
注册资本	人民币5,000.00万元
法定代表人	衡墩建
信息披露和投资者关系负责人	吕国飞
联系电话	0516-86879669
业务范围	健身器材研发、制造与销售
本次证券发行类型	首次公开发行人民币普通股（A股）

三、保荐机构及其关联方与发行人及其关联方之间的利害关系及主要业务往来情况说明

截至本发行保荐书出具日：

（一）本保荐机构或其控股股东、实际控制人、重要关联方不存在持有发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况；

（二）发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方不存在持有本保荐机构或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况；

（三）本保荐机构的保荐代表人及其配偶，本保荐机构的董事、监事、高级管理人员，不存在拥有发行人或其控股股东、实际控制人及重要关联方权益，以及在发行人或其控股股东、实际控制人及重要关联方任职的情况；

（四）本保荐机构的控股股东、实际控制人、重要关联方与发行人控股股东、实际控制人、重要关联方不存在相互提供担保或者融资等情况；

（五）本保荐机构的控股股东、实际控制人、重要关联方与发行人控股股东、实际控制人、重要关联方之间，除本保荐机构为发行人提供本次发行相关服务外，不存在其他重大业务往来；

（六）本保荐机构与发行人之间不存在其他关联关系。

四、保荐机构内部审核程序和内核意见

（一）内部审核程序

本保荐机构在向中国证监会、深圳证券交易所推荐本项目前，通过项目立项审核、现场核查、工作底稿验收、问核及内核审核等内部核查程序对项目进行质量管理和风险控制，履行了审慎核查职责。

1、 立项会议审核

本保荐机构按照《东海证券股份有限公司投资银行类业务立项管理办法》的规定，对本项目执行立项审核程序。

2020年12月17日，东海证券立项委员会召开立项会议，对本项目进行审议，同意本项目立项。

2、 现场核查、工作底稿验收及问核

2021年8月9日至13日，质量控制部派员到项目现场进行核查，并出具现场核查报告。项目组依据现场检查报告所提出的问题进行核查，并进行书面回复，同时对申请文件进行修改、补充、完善。

项目组提交底稿验收申请后，质量控制部对项目尽职调查阶段的工作底稿进行审核并提出意见。项目组对质量控制部提出的意见进行落实完善。

质量控制部结合现场核查情况、项目组回复情况以及对工作底稿的验收情况，出具质量控制报告。

2021年9月27日，质量控制部组织召开了问核会议，参加人员包括保荐业务部门负责人、质量控制部人员及项目签字保荐代表人，合规管理部人员列席会议。问核人员对《关于保荐项目重要事项尽职调查情况问核表》中所列重要事项进行询问，保荐代表人说明对相关事项的核查情况。

3、 内核会议审议

在本次证券发行申请文件齐备后，项目组提出内核申请，提交内核申请文件。内核管理团队对申请材料的完备性进行审核后，组织召开内核会议。

东海证券内核委员会于2021年9月30日召开内核会议对康力源IPO项目进行

审核。会后，项目组对内核委员提出的问题进行了逐项回复或落实，内核管理团队对回复、落实情况进行了审查，并提交内核委员确认。

2021年10月8日，参会内核委员进行独立投票表决，表决结果为通过。

（二）内核意见

东海证券内核委员会经充分讨论，形成如下意见：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项目经2/3以上的内核委员表决通过，同意该项目申报。

第二节 保荐机构承诺

东海证券承诺，已按照法律、行政法规和中国证监会及深圳证券交易所的规定，对发行人及其控股股东、实际控制人进行了尽职调查、审慎核查，同意推荐发行人证券发行上市，并据此出具本发行保荐书。

东海证券遵循行业公认的勤勉尽责精神和业务标准，履行了充分的尽职调查程序，并对申请文件进行审慎核查后，做出如下承诺：

（一）有充分理由确信发行人符合法律法规及中国证监会有关证券发行上市的相关规定；

（二）有充分理由确信发行人申请文件和信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；

（三）有充分理由确信发行人及其董事在申请文件和信息披露资料中表达意见的依据充分合理；

（四）有充分理由确信申请文件和信息披露资料与证券服务机构发表的意见不存在实质性差异；

（五）保证所指定的保荐代表人及本保荐机构的相关人员已勤勉尽责，对发行人申请文件和信息披露资料进行了尽职调查、审慎核查；

（六）保证保荐书、与履行保荐职责有关的其他文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；

（七）保证对发行人提供的专业服务和出具的专业意见符合法律、行政法规、中国证监会的规定和行业规范；

（八）自愿接受中国证监会依照《证券发行上市保荐业务管理办法》采取的监管措施；

（九）中国证监会规定的其他事项。

第三节 本次证券发行的推荐意见

一、推荐结论

东海证券遵循诚实守信、勤勉尽责的原则，依据《公司法》《证券法》《保荐业务管理办法》等有关法律法规以及中国证监会、深圳证券交易所的相关规定，对发行人进行了全面尽职调查，并对申请文件进行了审慎核查。本保荐机构认为：发行人符合《公司法》《证券法》《注册管理办法》等法律法规中关于首次公开发行股票并在创业板上市的有关要求；本次发行申请文件真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。本保荐机构同意推荐康力源首次公开发行股票并在创业板上市。

二、本次证券发行履行相关决策程序的说明

发行人就本次证券发行履行的内部决策程序如下：

（一）2021年8月31日，发行人召开了第一届董事会第五次会议，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》等议案；2021年10月11日，发行人召开了第一届董事会第六次会议，审议通过了《关于变更募集资金投资项目的议案》等议案。

（二）2021年9月17日，发行人召开了2021年第二次临时股东大会，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》等议案；2021年10月27日，发行人召开了2021年第三次临时股东大会，审议通过了《关于变更募集资金投资项目的议案》等议案。

依据《公司法》《证券法》《注册管理办法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等法律法规及发行人《公司章程》的规定，发行人申请在境内首次公开发行股票并在创业板上市已履行了完备的内部决策程序。

三、发行人符合创业板定位的说明

发行人符合创业板定位中“创新”特征，具体如下：

（一）经营模式不断创新、持续开发新产品，符合“深入贯彻创新驱动发展战略”的定位

1、经营模式

经营模式上，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，打破传统地面经销商销售渠道单一格局，从面向全国由政府招投标入手，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；公司亦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。

2、主要产品构成

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。

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 年中，共 8 个月进入前三名。

报告期内，以自主研发、定制化研发、来图转换和产品升级研发为导向，合计开展了 653 项产品研发，已完成 530 项产品的量产。截至 2021 年 12 月 31 日，发行人正在研发、尚未量产的项目 42 项，保持着高频率、高效率、高质量的产品研发与创新能力，具体如下：

类型	数量	具体情况
无氧器械	26 项	综合训练器 7 项、自由训练器 19 项

有氧器械	16 项	跑步机 9 项，动感单车 1 项，健身车、椭圆机、懒人车各 2 项
------	------	-----------------------------------

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，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，兼顾商用健身器材、室外全民健身器材的研发与创新。

3、符合“深入贯彻创新驱动发展战略”定位

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。

《“十四五”时期全民健身设施补短板工程实施方案》和《关于印发全民健身计划（2021—2025 年）的通知》等文件均体现了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等重要政策导向。公司的主营业务、经营模式和主要产品均符合国家产业政策。

因此，公司不断创新经营模式，持续开发新产品，符合“深入贯彻创新驱动发展战略”的创业板定位。

（二）高度重视核心技术的创新和核心技术的培养

公司从事健身器材研发和生产 20 余年，一直高度重视核心技术的创新。以现有的产品为基础，向行业纵深发展，高度重视新颖产品的开发研制，注重拓展现有产品的应用范围，增加现有产品市场的适应性，扩大现有产品的市场应用。

1、核心技术的创新

一方面，公司致力于保障功能设计的合理性和可用性，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上经过大量的实践以积累有效的经验数据，让产品达到最佳的锻炼效果（如锻炼的目标肌肉准确）。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，具体详见“（三）研发投入的增加带来研发成果创新，促进收入增长”。

另一方面，公司着力于精细化生产工艺、规模效应以及与其他技术有效融合，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。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	手动敲击装入轴承，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。

2、核心技术人员培养

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。报告期内，公司各期末分别拥有 77、92 和 94 名研发人员，研发人员队伍不断壮大，其中，包括 4 名核心技术人员：衡墩建、刘焕伟、孟晓华和邹钱文，已经形成一支具有深厚专业背景、理论与实践充分融合、分工协作融洽且人员稳定的研发创新团队。公司核心技术人员深耕健身器材行业多年，对行业具有深刻的理解。公司制定了完善的培训体系，由公司组织、部门组织、自发学习三个层次组成，充分整合企业内部资源与外部资源，根据市

场变化及产业发展战略调整，完善研发团队及核心技术人员知识结构，在给予研发团队及核心技术人员不断提升技术与业务能力的同时使之更好地满足公司战略发展和核心技术及产品创新的需要。上述 4 名核心技术人员的简历如下：

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。

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。

综上，公司高度重视核心技术的创新和核心技术人员的培养，不断研发、创新的核心技术和经验丰富的核心技术人员促进了发行人在开展业务过程中的创新。

（三）研发投入的增加带来研发成果创新，促进收入增长

1、研发投入

报告期内，公司研发投入主要应用于健身器材的研发与生产，主营业务与核心技术、研发投入密切相关，公司研发投入对主营业务收入的实现与增长做出了显著的贡献。报告期内，公司研发费用情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	合计
营业收入	70,218.85	67,473.14	38,185.20	175,877.19
研发费用	2,167.91	1,954.63	1,299.86	5,422.40
研发费用占营业收入比例	3.09%	2.90%	3.40%	3.08%

公司高度重视研发创新，报告期各期的研发费用分别为 1,299.86 万元、1,954.63 万元和 2,167.91 万元，占营业收入的比例分别为 3.40%、2.90% 和 3.09%。随着公司业务规模的扩大，公司持续加大自主研发，不断开发新项目，研发投入逐年增加。

（1）研发项目概况

发行人研发项目分为自主研发、定制化研发、来图转换研发以及产品升级研发四类。报告期内发行人研发项目数量及分类如下：

单位：个

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
无氧器械	自主研发	46	50	41
	定制化研发	78	110	79
	来图转换	6	2	-
	产品升级研发	2	8	10
有氧器械	自主研发	38	22	16
	定制化研发	32	29	17
	来图转换	-	1	3
室外全民健身器材	自主研发	7	27	29
合计		209	249	195

研发项目数量的增加是增强业务创新性的体现。一方面，客户需求的差异化特点导致健身器材产品类型较多，同一类型产品规格、参数、外观和功能差异较大，产品价格和适用的目标群体差异均较大，发行人需要结合不同地区、不同类型客户的需求进行有针对性的研发。另一方面，随着互联网、物联网等技术的不

断成熟，健身器材与新技术的融合不断加速、加深，技术驱动下的产品更新迭代速度不断加快，发行人需结合市场热点不断开发新产品，同时根据销售情况淘汰老产品，来保障市场竞争力。

(2) 研发项目具体内容及研发成果较原产品改进情况

报告期内，发行人对海量客户需求进行全面的收集、分析、总结，依托于丰富的产品研发设计经验和多样性的生产模具，持续开展研发，既满足各类客户对产品的差异化需求，对原产品进行升级改造，又抓住市场热点，不断研发新品，具体情况如下：

单位：个

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
新产品研发	71	95	90
原产品升级改造	138	154	105
合计	209	249	195

报告期内，发行人研发项目数量增加，主要由新产品研发和原产品升级改造构成。新产品研发方面，发行人开展了种类多样、各具特色的产品研发，主要聚焦于功能多样性以及贴合市场需求的产品设计，报告期内，新产品研发项目数量分别为 90 个、95 个、71 个，按照产品类型具体分类如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
无氧器械	48	47	43
有氧器械	16	21	18
室外全民健身器材	7	27	29
合计	71	95	90

注：2021 年全民健身器材市场未出现大规模的产品更新迭代，故研发项目数量较少。

新产品研发项目以功能多样的无氧器械为主，比如：有着引体向上、双杠、蹬腿训练、小踢腿和飞鸟功能的三人站综合训练器等；跟随市场需求变化，不断开发有氧器械新品，比如：全折叠、免安装、折叠收纳状态可做健身显示屏、健身直播使用的全折叠跑步机等；同时在国家倡导全民健身背景下，着力研发室外全民健身器材产品，比如：外形美观，可以利用太阳能提供手机充电、播放音乐、科学指导健身等功能的户外智能二位坐蹬训练器等。

原产品升级改造方面，发行人主要从外观、性能等方面对原产品进行升级改

造，具体的改进情况如下：

单位：个

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
外观改造	106	141	101
性能改造	32	13	4
合计	138	154	105

注：性能改造的产品一般同时包含外观改造。

外观方面，通过更改配色以迎合市场审美的变化，增加功能区宽度以增强观赏度；性能方面，增加蓝牙功能、更换电子显示屏、更改悬臂支撑方式，增加脚踏功能等，增强健身效率，增强实用性和操作的便捷性。

2、发明专利

截至 2021 年 12 月 31 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 160 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。公司自成立以来一直重视新产品的研究开发与生产技术的创新，经过长期的积累，掌握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核心技术，全部为自主研发，部分已获得发明专利授权，部分正在申请发明专利，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。	一种挡圈挤压成型的杠铃杆，发明专利（专利号：ZL201410193774.0）	自主研发
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	链式磁铁固定装置，发明专利（专利号：ZL201510083945.9）	自主研发

序号	技术名称	技术特点	代表专利	技术来源
		上边沿设有向内凸出的凸块和/或凸边。		
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

总体来说，公司持续加大研发投入，形成了发明专利或者核心技术等研发成果创新，为收入增长奠定了基础。

（四）公司不属于《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》第四条“负面清单”规定的行业

根据《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》第四条的规定：属于中国证监会公布的《上市公司行业分类指引（2012年修订）》中下列行业的企业，原则上不支持其申报在创业板发行上市，但与互联网、大数据、云计算、自动化、人工智能、新能源等新技术、新产业、新业态、新模式深度融合的创新创业企业除外：（一）农林牧渔业；（二）采矿业；（三）酒、饮料和

精制茶制造业；（四）纺织业；（五）黑色金属冶炼和压延加工业；（六）电力、热力、燃气及水生产和供应业；（七）建筑业；（八）交通运输、仓储和邮政业；（九）住宿和餐饮业；（十）金融业；（十一）房地产业；（十二）居民服务、修理和其他服务业。

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。根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订）的规定，公司所处的行业为“制造业”中的“文教、工美、体育和娱乐用品制造业（分类代码 C24）”，不属于《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》第四条“负面清单”规定的行业。

（五）不断增长的行业需求、逐步健全的产业政策优势和丰富的客户资源，是公司作为创新成长型企业的重要保障

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102.96亿美元增长至114.96亿美元，年增长率为3.74%，其中，有氧健身器材年增长率为3.95%，无氧健身器材年增长率为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。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。2021年度，我国各类贸易方式出口的健身器材合计达到578.47亿元，同比增长26.91%。全球健身器材行业规模的不断增长，带动我国逐步成为全球重要的健身器材制造国家，发展空间较大，成长性较强。

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，是公司作为创新成长型企业的重要保障。

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。报告期内，公司总体盈利情况如下表所示：

单位：万元、%

项目	2021年度		2020年度		2019年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额
营业收入	70,218.85	4.07	67,473.14	76.70	38,185.20
营业成本	51,096.39	12.97	45,230.43	71.14	26,002.44
营业毛利	19,122.46	-16.76	22,972.45	88.57	12,182.76
营业利润	9,033.92	-22.73	11,691.56	164.47	4,420.71
利润总额	9,015.01	-22.07	11,568.44	164.62	4,371.64
净利润	7,852.51	-16.15	9,365.43	169.89	3,470.13
归属于母公司股东的净利润	7,828.19	-16.16	9,336.60	162.04	3,563.07

报告期各期，公司营业收入分别为38,185.20万元、67,473.14万元、70,218.85万元，年复合增长率为35.61%，归属于母公司股东的净利润分别为3,563.07万元、9,336.60万元、7,828.19万元，年复合增长率为48.22%，均保持快速增长。2019年度至2021年度，公司业务规模不断扩大、盈利能力增强，营业收入和归属于母公司股东的净利润总体均呈增长趋势，公司已具备技术成果有效转化为经

营成果的条件，已形成有利于企业持续经营的商业模式，依靠核心技术形成较强成长性。

ODM/OEM 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、Costco 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，是公司作为创新成长型企业的重要保障。

综上所述，发行人建立了完善的研发创新体系，并形成了一系列重要的核心技术和较为完备的产品布局，同时在健身器材的销售和运营中进行了一定的模式创新，总体上拥有较强的创新能力；与此同时，发行人报告期内营业收入稳定增长，属于成长型创新企业，所处行业也符合国家经济发展战略和产业政策导向，不属于《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》中规定的行业负面清单。综上所述，发行人符合《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》相关规定，符合创业板的定位要求。

四、本次证券发行符合《证券法》规定的发行条件的说明

保荐机构依据《证券法》第十二条关于首次公开发行新股的条件，对发行人的情况进行逐项核查，并确认：

（一）发行人已经依法设立了股东大会、董事会和监事会，并建立了独立董事、董事会秘书制度，聘请了高级管理人员，设置了若干职能部门，发行人具备健全且运行良好的组织机构，符合《证券法》第十二条第一款的规定；

（二）根据天健会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《审计报告》，发行人报告期内连续盈利且利润情况稳定，财务状况良好，具有持续经营能力，符合《证券法》第十二条第二款的规定；

（三）根据天健出具的《审计报告》，发行人最近三年财务会计报告被出具无保留意见审计报告，符合《证券法》第十二条第三款的规定；

（四）根据相关主管部门出具的证明及保荐机构的核查，发行人及其控股股东、实际控制人最近三年不存在贪污、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，符合《证券法》第十二条第四款的规定；

（五）发行人符合经国务院批准的国务院证券监督管理机构规定的其他条件，符合《证券法》第十二条第五款的规定，具体说明详见本节之“五、本次证券发行符合《注册管理办法》规定的发行条件的说明”。

综上，保荐机构认为：本次证券发行符合《证券法》规定的发行条件。

五、本次证券发行符合《注册管理办法》规定的发行条件的说明

保荐机构依据《注册管理办法》第十条至第十三条对发行人是否符合首次公开发行股票并在创业板上市的条件进行了逐项核查，核查情况如下：

（一）保荐机构查阅了发行人的营业执照、公司章程、发起人协议、创立大会文件、工商设立及变更登记文件、验资报告、审计报告、评估报告、三会议事规则及三会文件等有关资料。发行人为依法设立且合法存续的股份有限公司，持续经营时间超过三年，具备健全且运行良好的组织机构，相关机构和人员能够依法履行职责，符合《注册管理办法》第十条的规定。

（二）保荐机构核查了发行人会计记录和业务文件，抽查相应单证及合同，对发行人高级管理人员进行访谈，查阅了发行人的内部控制制度和天健出具的审计报告、内部控制鉴证报告。发行人会计基础工作规范，财务报表的编制和披露符合企业会计准则和相关信息披露规则的规定，在所有重大方面公允地反映了发行人的财务状况、经营成果和现金流量，注册会计师出具无保留意见的审计报告；发行人内部控制制度健全且被有效执行，能够合理保证公司运行效率、合法合规和财务报告的可靠性，注册会计师出具了无保留结论的内部控制鉴证报告，符合《注册管理办法》第十一条的规定。

（三）保荐机构查阅了发行人三会文件、各项规章制度、主要业务流程图、组织机构设置、员工名册、审计报告、主要资产的权属资料、发行人及实际控制人控制的其他企业的工商资料，核查了发行人核心技术的取得和应用情况，重大担保、诉讼、仲裁情况，检索了相关政府网站，走访了发行人主要经营场所及生产基地，了解发行人的生产经营活动及业务模式，并访谈发行人实际控制人及主要部门负责人。

经核查，发行人已建立健全三会运作机制，资产完整，业务及人员、财务、

机构独立，具有完整的资产、研发、生产与销售业务体系，具有直接面向市场独立持续经营的能力；发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，不存在严重影响独立性或者显失公平的关联交易；报告期内发行人发生的关联交易定价公允，遵循了公平、公开、公正的市场原则，履行了必要的审议程序。

经核查，发行人主营业务为健身器材制造，控制权和管理团队稳定，最近二年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；发行人控股股东、实际控制人为衡墩建，最近二年实际控制人没有发生变更；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。经核查，发行人不存在主要资产、核心技术、商标等的重大权属纠纷，不存在重大偿债风险，不存在重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，亦不存在经营环境已经或者将要发生重大变化等对持续经营有重大不利影响的事项。

综上所述，发行人业务完整，具有直接面向市场独立持续经营的能力，符合《注册管理办法》第十二条的规定。

（四）保荐机构查阅了发行人的营业执照、经营资质、公司章程、业务合同、审计报告及国家相关产业政策、行业研究报告、主管部门出具的合规证明，核查控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员的调查表、信用报告、无犯罪记录证明，对董事长、实际控制人进行访谈。

经核查，发行人主营业务为健身器材制造，主要产品包括无氧健身器材、有氧健身器材、室外路径健身器材和其他小类器材等多系列产品、共千余个品种。发行人生产经营符合法律、行政法规的规定，符合国家产业政策。

经核查，最近三年内，发行人及其控股股东、实际控制人不存在贪污、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。

经核查，发行人董事、监事和高级管理人员不存在最近三年内受到中国证监会行政处罚，或者涉嫌违法违规正在被中国证监会立案调查且尚未有明确结论意

见等情形。

综上所述，发行人符合《注册管理办法》第十三条的规定。

六、关于本次发行公司股东公开发售股份的核查

经核查，本次证券发行全部为新股发行，不存在公司股东公开发售股份的情形。

七、关于承诺事项的核查

保荐机构对发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等责任主体承诺事项是否履行相应的决策程序、承诺的内容是否合法、合理、失信约束或补救措施的及时有效性等情况进行了核查，核查方式包括：查阅相关董事会、股东大会议案及决议，对相关主体进行访谈，获取相关主体出具的承诺等。

经核查，保荐机构认为：发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等责任主体已就其各自应出具的股份锁定及减持意向、避免同业竞争、规范和减少关联交易、稳定股价、关于填补被摊薄即期回报的措施、公开发行及上市申请文件无虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏等事项做出了公开承诺，并提出了承诺约束措施与赔偿责任。相关责任主体的承诺事项均履行了必要的决策程序，承诺内容及约束或补救措施合法、合理、及时、有效。

八、关于私募投资基金股东履行备案程序的核查

根据《发行监管问答——关于与发行监管工作相关的私募投资基金备案问题的解答》，保荐机构对发行人股东是否属于《中华人民共和国证券投资基金法》（以下简称“《证券投资基金法》”）《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规定的私募投资基金、是否按规定履行备案程序进行核查。

保荐机构查阅了发行人股东工商资料、公司章程、合伙协议，经核查，发行人股东衡墩建、许瑞景、曹康凯、彭保章、郭景报，均不属于《证券投资基金法》《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》所规定的私募投资基金或私募投资基金管理人，无需办理私募基金备案或私募基金管理人登记手续。

九、关于摊薄即期回报事项的核查

根据《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》（证监会公告[2015]31号）的要求，保荐机构对发行人预计的即期回报摊薄情况的合理性、填补即期回报措施及相关承诺主体的承诺事项进行了核查，核查方式包括：查阅相关董事会、股东大会议案及决议，对相关主体进行访谈，获取相关主体出具的承诺等。

经核查，发行人已对本次发行后即期回报摊薄情况进行了合理预计，明确了发行人为填补即期回报的相关措施以及发行人、控股股东及实际控制人、董事及高级管理人员为填补即期回报做出的相关承诺，上述情况符合《国务院办公厅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》中关于保护中小投资者合法权益的精神。

十、关于有偿聘请第三方机构和个人的核查

根据《关于加强证券公司在投资银行类业务中聘请第三方等廉洁从业风险防控的意见》（证监会公告[2018]22号）的规定，保荐机构就本项目有偿聘请第三方机构或个人（以下简称“第三方”）的行为进行核查。

（一）关于保荐机构有偿聘请第三方的核查

保荐机构在本项目执行过程中不存在直接或间接有偿聘请第三方的行为，不存在未披露的聘请第三方行为。

（二）关于发行人有偿聘请第三方的核查

保荐机构对本项目中发行人有偿聘请第三方进行了核查，获取了发行人出具的说明、发行人与第三方签署的合同或协议、第三方相关资质文件、相关会计凭证和银行付款信息。经核查：

- 1、发行人聘请东海证券股份有限公司作为保荐机构和主承销商。
- 2、发行人聘请上海市锦天城律师事务所作为发行人律师。
- 3、发行人聘请天健会计师事务所（特殊普通合伙）作为审计机构、验资机构及验资复核机构。

4、发行人聘请中威正信（北京）资产评估有限公司作为资产评估机构。

发行人的相关聘请具备必要性与合理性，该行为合法合规，不存在未披露的聘请第三方的情形。

（三）保荐机构结论性意见

经核查，保荐机构认为：本次发行中，保荐机构不存在直接或间接有偿聘请其他第三方的情形；发行人在本次发行中依法聘请保荐机构、律师事务所、会计师事务所、资产评估机构等依法需聘请的证券服务机构。上述聘请第三方的行为符合《关于加强证券公司在投资银行类业务中聘请第三方等廉洁从业风险防控的意见》的相关规定。

十一、关于股东信息披露的核查

保荐机构按照中国证监会《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》的规定，就发行人在本次发行中股东信息披露相关事项进行核查，核查方式包括：核查股东入股协议、支付凭证，相关股东的访谈或者出具的承诺等。

经核查，保荐机构认为：发行人股东信息真实、准确、完整，股份代持已经还原，股东不存在违反适格性要求、本次发行的中介机构或相关人员未持有发行人股份，不存在以发行人股权进行不当利益输送的情形。

十二、发行人主要风险提示

（一）市场风险

1、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。

2、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。

3、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

1、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37,943.65万元、67,320.85万元和69,861.49万元，复合增长率为35.69%，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，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。

2、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，并在亚马逊等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71.12%、80.16%和81.60%。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。

3、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。若未来受国际经济政治局势变动和国家行业政策调整等因素影响，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。

4、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月至2021年12月，海运费持续快速上涨，2021年全年，中国出口集装箱运价指数累计上涨了101.63%，近期虽指数有所回调，但仍处于高位。

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66.87%、69.63%和72.56%。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1,613.04万元、7,062.45万元和6,316.46万元，总体呈增长态势。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。

5、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（按穿透军豪健身的客户口径）分别为54.04%、58.43%和57.86%，其中对第一大客户Impex直接销售额占各期主营业务收入的比例分别为35.62%、40.18%和39.76%，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。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。

6、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653项新产品研发，已完成530项新产品的量产，并与第三方机构合作开展研发项目15项，截至2021年12月31日，正在研发项目42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。

7、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。

8、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。

9、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别为396.35万、553.04万和557.11万千瓦时。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。

10、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

1、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26,987.12万元、53,965.16万元和57,006.72万元，占主营业务收入的比例分别为71.12%、80.16%和81.60%。报告期内，公司的汇兑损益分别为-339.83万元、1,895.07万元和820.01万元（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。

2、存货跌价风险

报告期各期末，公司存货账面价值分别为8,348.67万元、12,260.24万元和14,668.91万元，占流动资产比例分别为24.43%、24.78%和29.96%，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。

3、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。

4、偿债能力风险

报告期内，公司资产负债率分别为58.19%、61.73%和49.83%，应收账款周

转率分别为5.31、7.42和6.87，存货周转率分别为2.96、4.28和3.72，公司资产负债率2020年末较2019年末上升，2021年应收账款周转率、存货周转率较2020年略有下降，主要系：2020年以来，全球海运受“新冠肺炎”疫情影响，美欧等多个港口出现“用工荒”，营运效率大幅下降，且运力增长极为有限，导致国际物流集装箱持续短缺。截至2021年12月31日，中国出口集装箱运价指数CCFI达到3,344.24，创下近二十年来新高。若全球集装箱紧缺无法及时缓解，客户无法及时、足额订舱，将影响公司产品的出口销售，降低公司存货、应收账款等资产周转速度，增加公司资金需求，若公司未来不能有效拓宽融资渠道、提升资产周转效率、改善资本结构，可能面临偿债能力不足、甚至资金链断裂的风险。

（四）募投项目风险

1、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。

2、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。

3、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

1、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。

2、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。

3、发行失败风险

公司本次首次公开发行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。

十三、发行人发展前景评价

（一）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。

（二）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%。

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位于全球领先地位，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。

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。

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。

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。

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。

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，年复合年均增长率为6.99%。

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，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。

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，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

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。

(三) 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

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，公司也与得力集团、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。

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653项新产品研发，已完成530项新产品的量产，并与第三方机构合作开展研发项目15项。截至2021年12月31日，正在研发项目42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。

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。

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。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。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。

此外，通过本次募投项目的实施，本公司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。综上，本公司所处行业发展趋势较好，具备较强的竞争能力，具有良好的发展前景。

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。综上，保荐机构认为：发行人所处行业发展趋势较好，具备较强的竞争能力，具有良好的发展前景。

（以下无正文）

(本页无正文,为《东海证券股份有限公司关于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之发行保荐书》之签字盖章页)

项目协办人: 赵南浩
赵南浩

保荐代表人: 张兴初 李郭明
张兴初 李郭明

保荐业务部门负责人: 江成祺
江成祺

内核负责人: 顾向军
顾向军

保荐业务负责人: 冯文敏
冯文敏

保荐机构总经理: 殷建华
殷建华

保荐机构法定代表人、董事长: 钱俊文
钱俊文

保荐机构(公章): 东海证券股份有限公司



2022年 5 月 17 日

附件 1:

**东海证券股份有限公司
关于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项目
保荐代表人专项授权书**

中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所：

根据《证券发行上市保荐业务管理办法》等相关规定，东海证券股份有限公司（以下简称“本公司”）授权张兴初和李郭明担任本公司推荐的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项目的保荐代表人，具体负责该项目的保荐工作。

张兴初先生最近3年的保荐执业情况：（1）目前无申报的在审企业；（2）最近3年内未曾担任签字保荐代表人；（3）熟练掌握保荐业务相关的法律、会计、财务管理、税务、审计等专业知识，最近5年内具备36个月以上保荐相关业务经历、最近12个月持续从事保荐相关业务，最近3年未受到证券交易所等自律组织的重大纪律处分或者中国证监会的行政处罚、重大行政监管措施。

李郭明先生最近3年的保荐执业情况：（1）目前无申报的在审企业；（2）最近3年内未曾担任签字保荐代表人；（3）熟练掌握保荐业务相关的法律、会计、财务管理、税务、审计等专业知识，最近5年内具备36个月以上保荐相关业务经历、最近12个月持续从事保荐相关业务，最近3年未受到证券交易所等自律组织的重大纪律处分或者中国证监会的行政处罚、重大行政监管措施。

本公司确认所授权的上述人员具备担任证券发行项目保荐代表人的资格和专业能力。同时，本公司和本项目签字保荐代表人承诺：上述说明真实、准确、完整，如有虚假，愿承担相应责任。

（本页无正文，为《东海证券股份有限公司关于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项目保荐代表人专项授权书》之签字盖章页）

保荐代表人： 张兴初

张兴初

李郭明

李郭明

保荐机构法定代表人： 钱俊文

钱俊文

保荐机构（公章）：东海证券股份有限公司



2022 年 5 月 17 日