

证券代码：301287

证券简称：康力源

公告编号：2024-012

江苏康力源体育科技股份有限公司 2023 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

非标准审计意见提示

适用 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以 66,670,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 2.5 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	康力源	股票代码	301287
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	姚培源	魏大顺	
办公地址	邳州市炮车街道办事处高新技术产业园滨湖大道北侧	邳州市炮车街道办事处高新技术产业园滨湖大道北侧	
传真	0516-86879662	0516-86879662	
电话	0516-86879669	0516-86879669	
电子信箱	zq@junxia.net	zq@junxia.net	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）报告期内公司所处行业情况

（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。目前健身器材行业的主要消费市场为欧美等发达国家和地区，由于受成本等因素的影响，中国成为全球最大的健身器材出口国。未来欧洲和亚洲将是市场的主要增长点，逐渐富裕的人群将会追求更加健康的生活方式，将成为健身器材的主要消费者人群。

中华人民共和国海关总署统计数据显示：2023 年全年，我国跑步机（统计口径：HS 编码 95069111）累计出口量 1,160 万台，年增长率达 11.36%，出口额 9.9 亿美元，年增长率达 15.94%。从出口国别来看，美国仍然为中国跑步机出口最大目的地，其他国家如印度、英国、德国、西班牙、俄罗斯等国也长期居于出口前十。我国其他健身器材及康复器械（统计口径：HS 编码 95069119）累计出口额 41.34 亿美元，年增长率达 8.29%。对美国出口额达到 13.71 亿美元，占出口市场 33.18%，其他国家如日本、英国、德国、韩国等传统出口市场仍位居前列。在出口前十名的国家中，马来西亚和墨西哥延续了 2023 年上半年表现出的强劲发展势头，成为该类商品出口市场的亮点。

（2）、国内利好政策持续颁布，我国体育产业迎来高质量发展的新时期

随着我国居民生活水平以及健身意识不断提高，也进一步为体育产业的发展提供了强劲的发展动力。近年来，国家密集出台一系列的产业支持政策，如《体育强国建设纲要》（2019 年），以期推动体育产业的快速健康发展。国家体育总局 2021 年 10 月发布了《“十四五”体育发展规划》，鼓励发展“互联网+健身”和“物联网+健身”模式，增加运动产品及服务资源，优化线上线下健身互动一体化，以及增加家庭健身场景及在线健身活动。

2023 年，在“十四五”体育产业规划的指引下，体育教育、全民健身、乡村体育、户外运动等一系列支持体育产业发展的政策持续落地。与此同时，中国的体育消费市场呈现出多元化、个性化、重品质等新特征。

2023 年 3 月 8 日，体育总局办公厅印发《2023 年群众体育工作要点》，提出了强化政策研究，完善工作制度、破解“健身去哪儿”难题。开展全民健身赛事活动、推动冰雪运动普及发展、推动“三大球”普及发展、推动全民健身与全民健康深度融合、壮大社会体育指导员队伍、强化各级各类全民健身组织、加大宣传推广力度、推动形成“大群体”格局、统筹发展与安全等十二个领域重点工作。

2023 年 5 月 22 日，国家体育总局等十二部委印发了《关于推进体育助力乡村振兴工作的指导意见》，协力推进体育助力乡村振兴工作。

2023 年 5 月 26 日，体育总局办公厅会同国家发展改革委办公厅、财政部办公厅、住房和城乡建设部办公厅、人民银行办公厅印发《全民健身场地设施提升行动工作方案（2023-2025 年）》，启动实施“全民健身场地设施提升行动”。按照计划，到 2025 年，县乡村三级公共健身设施和社区 15 分钟健身圈实现全覆盖，常住人口 20 万以上的县级行政区域至少建有一个公共体育场，或田径场、全民健身中心、体育公园、公共体育馆，乡镇（街道）全民健身场地器材短板得到补齐，行政村（社区）等公共场所全民健身器材进一步优化提升，健身步道、体育公园、户外运动设施等绿色便捷的全民健身新载体大幅增加。此外，工作方案还提出，各地新建的健身设施项目原则上应 100%配置老年人和儿童健身设施。同时，结合城镇老旧小区改造、完整社区建设等城市更新工作，利用城市“金角银边”配建嵌入式健身设施，构建群众身边的多层次多样化健身圈。

2023 年 7 月 21 日，体育总局发布《关于恢复和扩大体育消费的工作方案》。该《工作方案》从加大优质体育产品和服务供给、丰富体育消费场景、夯实体育消费基础三个维度，提出深化消费试点示范、组织开展促消费活动、加大高质量赛事供给、丰富群众健身活动、持续深化体教融合、深挖冰雪消费潜力、培育壮大市场主体、丰富体育彩票供给、提升场地设施质量、完善展览展示平台、培育精品示范工程、打造体育消费新业态、大力传播体育文化、普及推广运动技能、加强体育标准建设、完善体育消费统计等 16 条具体举措。

2023 年 11 月 27 日，国务院办公厅转发国家发展改革委《城市社区嵌入式服务设施建设工程实施方案》。该《实施方案》要求，工程实施范围应覆盖各类城市，优先在城区常住人口超过 100 万人的大城市推进建设。综合考虑人口分布、工作基础、财力水平等因素，选择 50 个左右城市开展试点，每个试点城市选择 100 个左右社区作为城市社区嵌入式服务设施建设先行试点项目。《实施方案》明确，社区嵌入式服务设施面向社区居民提供养老托育、社区助餐、家政便民、健康服务、体育健身、文化休闲、儿童游憩等一种或多种服务，优先和重点提供急需短缺服务，确保便捷可及、价格可承受、质量有保障，逐步补齐其他服务。

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，上述政策将为公司带来良好的业务机遇和市场空间。

（二）报告期内公司从事的主要业务

（1）、公司主要业务

公司是一家专注于健身器材研发、制造与销售的高新技术企业。经过多年的发展，公司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的健身器材业务体系，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。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。

本报告期内公司的主要业务未发生重大变化。

(2)、公司主要产品

公司主要产品覆盖跑步机、健身车、力量型训练器、自由重量类训练器、室外路径、群体活动器材等多系列千余个产品。其中，力量健身器材聚焦于肌肉力量训练和塑形，其按照运动轨迹的不同分为固定力量训练器械和自由力量训练器械，按照功能多样性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。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 (单人站)	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、拉力器腕伸、直臂下压等。	
2	综合训练器 (五人站)	产品功能：引体向上、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 (六人站)	产品功能：引体向上、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。	

4	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。	
5	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。	
6	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；倒蹬。	
7	力量单机 8 系	产品功能：不同型号对应不同的肌肉群锻炼	

8	仰卧板	仰卧起坐、俯身挺背、仰卧抬腿、强力腹部运动	
室内有氧健身器材			
9	跑步机	具有跑步功能、走步功能、32 寸智能触摸屏、功能：时间、速度、距离、卡路里、心率、坡度、程式和 400 米模拟跑道、手动模式、倒计模式、时间倒计模式、距离倒计模式卡路里倒计模式、固定程式模式。测脂模式、节电模式 MP3 巧能。专业舒适体验商业级 2.5mm 厚跑带、环形硅胶柱减震跑步更舒适	
10	健身车	21.5 寸 TFT 智能触摸屏，产品特点：显示功能快速启动、间隔、路线图、恒定电源、程序、AI 培训、扬声器、USB 电源充电器、Wifi、蓝牙、PCAP 触摸、内置喇叭齿轮传动比 1:8.5、曲柄臂的长度 172.5mm 踏板组合踏板系统 (SPD 和常规)。	
11	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。	

12	卧式健身车	<p>LCD 双色背光 程序设计： 12 个程序、用户程序、瓦特程序的特殊功能 专业舒适体验： 蓝牙、音响、USB 接口、平板电脑和手机支架</p>	
13	划船器	<p>PMS 系统 7KG; 自发电系统 内建无线接收心跳导轨铝轨-折叠</p>	
全民健身器材			
14	健身驿站	<p>太阳能发电系统,带有大容量蓄电池,特有的供电系统功能,对器材的照明、音响提供用电支持。身高、体重及人体成分测试台阶指数]心率测试 纵跳/闭眼单脚站立测试俯卧撑/反应时测试 1 分钟仰卧起坐测试、握力测试</p>	
15	儿童娱乐设施	<p>非标产品可根据体育公园内需求量身设计定制</p>	

16	智能体育教室	<p>智慧体能教至打造体育+科技=趣味、高效、数据、科学的体育课堂</p> <p>教师通过智能数据系统选择合适的课程，适用于班级使用的智能装备，产生每个学生的数据，教师在数据端给学生“批改”运动数据，生产班级及学生报告，进而做到因材施教</p>	
----	--------	--	--

（三）、公司主要经营模式

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）境外线下销售模式。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。

（2）境外线上销售模式。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。

（3）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。渠道以境内电商、集采和参与政府、军警等部门招投标为主。

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计划表，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、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。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；

(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；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。

(四) 公司的行业地位

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，打造了以综合训练器和自由力量训练器为主导，家用、商用、户外三大系列相互融合互补的业务体系，积累了广泛的客户群体。依托“JX Fitness”康力源”“WINNOW”等品牌，形成了实体专卖、电子商务、政府集采、教体融合、康养结合等多渠道的销售网络，拥有良好的市场美誉度。国际市场，公司与 IMPEX、ARGOS、WALMART、DICKS 等知名公司合作，产品出口世界二十多个国家和地区。公司跨境电商业务发展迅猛，依托“WINNOW”等自有品牌在亚马逊平台开设店铺面向美国、欧洲等终端客户销售产品，自主品牌占比不断。提升公司是国家体育产业示范单位、中国全民健身器材专业委员会副主任委员，中国体育用品联合会副主席单位，先后获得“中国轻工业体育用品行业十强企业”、中国驰名商标、国家知识产权示范单位、“徐州市市长质量奖”等荣誉称号。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。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

元

	2023 年末	2022 年末	本年末比上年末增减	2021 年末
总资产	1,418,344,973.03	707,577,913.95	100.45%	637,684,445.48
归属于上市公司股东的净资产	1,082,384,353.46	394,991,304.58	174.03%	310,719,456.32
	2023 年	2022 年	本年比上年增减	2021 年
营业收入	609,207,485.64	606,620,822.38	0.43%	702,188,473.73
归属于上市公司股东的净利润	96,922,853.33	84,271,848.26	15.01%	78,281,850.41
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	67,277,429.65	81,046,333.33	-16.99%	72,502,725.73

经营活动产生的现金流量净额	136,025,260.91	122,773,376.24	10.79%	112,391,616.32
基本每股收益（元/股）	1.66	1.69	-1.78%	1.57
稀释每股收益（元/股）	1.66	1.69	-1.78%	1.57
加权平均净资产收益率	13.12%	23.88%	-10.76%	28.82%

（2）分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	167,321,394.70	140,124,880.41	135,058,821.24	166,702,389.29
归属于上市公司股东的净利润	21,160,476.41	54,491,222.12	10,973,558.57	10,297,596.23
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	20,383,972.84	26,984,121.54	12,903,644.49	7,005,690.78
经营活动产生的现金流量净额	34,892,045.62	-1,458,519.29	-31,959,015.22	134,550,749.80

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

（1）普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	9,282	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	8,714	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	0
前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）									
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况				
					股份状态	数量			
衡墩建	境内自然人	73.55%	49,036,400.00	49,036,400.00	不适用				0.00
许瑞景	境内自然人	0.72%	481,800.00	481,800.00	不适用				0.00
李霞	境内自然人	0.52%	350,000.00	0.00	不适用				0.00
曹康凯	境内自然人	0.24%	161,100.00	160,600.00	不适用				0.00
彭保章	境内自然人	0.24%	160,600.00	160,600.00	不适用				0.00
郭景报	境内自然人	0.24%	160,600.00	160,600.00	不适用				0.00
中信证	国有法	0.23%	150,695.00	0.00	不适用				0.00

券股份 有限公 司	人					
国泰君 安证券 股份有 限公司	国有法 人	0.16%	109,234.00	0.00	不适用	0.00
招商证 券股份 有限公 司	国有法 人	0.16%	106,444.00	0.00	不适用	0.00
平安证 券股份 有限公 司	境内非 国有法 人	0.15%	103,077.00	0.00	不适用	0.00
上述股东关联关系 或一致行动的说明	公司控股股东、实际控制人衡墩建先生与其他上述股东不存在关联关系或一致行动关系；未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。					

前十名股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前十名股东较上期发生变化

适用 不适用

公司是否具有表决权差异安排

适用 不适用

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

无